

# BALKANLARDA ALMANYA VE TÜRKİYE İHRACAT VE YATIRIMLAR

ELİF NUROĞLU, HÜSEYİN H. NUROĞLU

2014  
2015  
2016

0.93  
0.74  
0.74

**BALKANLARDA  
ALMANYA VE TÜRKİYE  
İHRACAT VE YATIRIMLAR**

COPYRIGHT © 2016

Bu yayının tüm hakları SETA Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı'na aittir. SETA'nın izni olmaksızın yayının tümünün veya bir kısmının elektronik veya mekanik (fotokopi, kayıt ve bilgi depolama, vd.) yollarla basımı, yayını, çoğaltılması veya dağıtımı yapılamaz. Kaynak göstermek suretiyle alıntı yapılabilir.

SETA Yayınları 72  
I. Baskı: 2016  
ISBN: 978-605-4023-84-4

Uygulama: Hasan Suat Olgun  
Kapak Fotoğrafı: AA  
Baskı: Turkuvaz Haberleşme ve Yayıncılık A.Ş., İstanbul

**SETA | SİYASET, EKONOMİ VE TOPLUM ARAŞTIRMALARI VAKFI**

Nenehatun Cd. No: 66 GOP Çankaya 06700 Ankara TÜRKİYE  
Tel: +90 312 551 21 00 | Faks: +90 312 551 21 90  
www.setav.org | info@setav.org | @setavakfi

**SETA | İstanbul**

Defterdar Mh. Savaklar Cd. Ayvansaray Kavşağı No: 41-43  
Eyüp İstanbul TÜRKİYE  
Tel: +90 212 395 11 00 | Faks: +90 212 395 11 11

**SETA | Washington D.C.**

1025 Connecticut Avenue, N.W., Suite 1106  
Washington D.C., 20036 USA  
Tel: 202-223-9885 | Faks: 202-223-6099  
www.setadc.org | info@setadc.org | @setadc

**SETA | Kahire**

21 Fahmi Street Bab al Luq Abdeen Flat No: 19 Cairo EGYPT  
Tel: 00202 279 56866 | 00202 279 56985 | @setakahire

# BALKANLARDA ALMANYA VE TÜRKİYE İHRACAT VE YATIRIMLAR

Elif Nuroğlu, Hüseyin H. Nuroğlu



SETA

SIYASET, EKONOMI VE TOPLUM ARAŞTIRMALARI VAKFI  
FOUNDATION FOR POLITICAL, ECONOMIC AND SOCIAL RESEARCH  
مركز الدراسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية



# İÇİNDEKİLER

YÖNETİCİ ÖZETİ | 7

GİRİŞ | 9

BALKANLARDA GÖRÜNÜRLÜĞÜ ARTAN TÜRKİYE | 11

TÜRKİYE VE ALMANYA'NIN

YUMUŞAK GÜÇ UYGULAMA ALANI OLARAK BALKANLAR | 13

OLASI BİR TİCARİ ÇATIŞMA BÖLGESİ OLARAK BALKANLAR | 15

Arnavutluk	15
Bosna-Hersek	20
Bulgaristan	25
Kosova	28
Hırvatistan	32
Makedonya	37
Karadağ	42
Romanya	46
Sırbistan	50
Yunanistan	54

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME | 59

EKLER | 63



# YÖNETİCİ ÖZETİ

---

Dünya mal ve hizmet ihracatında şampiyonluğa oynayan Almanya'nın kendisinden çok daha düşük bir ihracat hacmine sahip Türkiye ile bazı bölgelerde ticari çıkar çatışması yaşamakta olduğu savından hareket eden bu çalışma, Türkiye ve Almanya'nın Balkan ülkeleri ile olan ihracat hacimleri ve ihracata konu olan mal kalemlerini kıyaslayarak, iki ülke arasındaki ticari rekabeti mercek altına almakta ve bu iki ülkenin birbirleri için Balkanlar bölgesinde tamamlayıcı bir rolde mi yoksa rakip mi olduklarını analiz etmektedir. Bu raporda Türkiye ve Almanya'nın Bulgaristan, Sırbistan, Bosna-Hersek, Arnavutluk, Makedonya, Kosova, Hırvatistan, Romanya, Karadağ ve Yunanistan'a 2008-2015 yılları boyunca gerçekleştirdikleri ihracat hacimleri ve ihracat kalemleri incelenecek ayrıca söz konusu ülkelerdeki Türk ve Alman yatırımlarının miktarları kıyaslanacaktır.

Türkiye genel olarak AB ülkeleri, özelde de Almanya'nın etki alanına girmiş olan Balkan piyasalarına nüfuz etme mücadelesine oldukça geç başlamıştır. Bu da bölge ülkelerindeki yatırım fırsatları ve yerel pazarların büyük bir kısmının çoğunlukla paylaşıldığı anlamına gelmektedir. Bu sebeple Türkiye ile Almanya arasında Balkanlarda halihazırda ciddi seviyede bir rekabet olduğu söylenemez. Ancak bazı alanlardaki ihracat eğrileri inceleme periyodunda gösterdikleri ivmeyle devam ederse iki ülke sektörlerinin ilerleyen yıllarda bazı pazarlarda ciddi rakip olma potansiyeli mevcuttur.

Halihazırdaki veriler ışığındaki kanaatimize göre; söz konusu Almanya-Türkiye ticari çıkar çatışması söyleminin arka planında mevcut bir çatışma değil ak-

sine Türkiye'nin TİKA, Yunus Emre Enstitüsü ve Türkiye merkezli sivil toplum kuruluşları aracılığıyla Balkanlardaki duygusal, tarihi ve manevi bağları canlandırıp bu ülkelerle başta ticari ve ekonomik olmak üzere her türlü alışverişini artırma potansiyelinden duyulan endişe vardır. Bu endişe gerek Alman gerekse de söz konusu Balkan ülkeleri yerel medyalarınca Balkanlardaki Türkiye etkisinin artmasından rahatsız olan kesim tarafından dillendirilmektedir.

# GİRİŞ

---

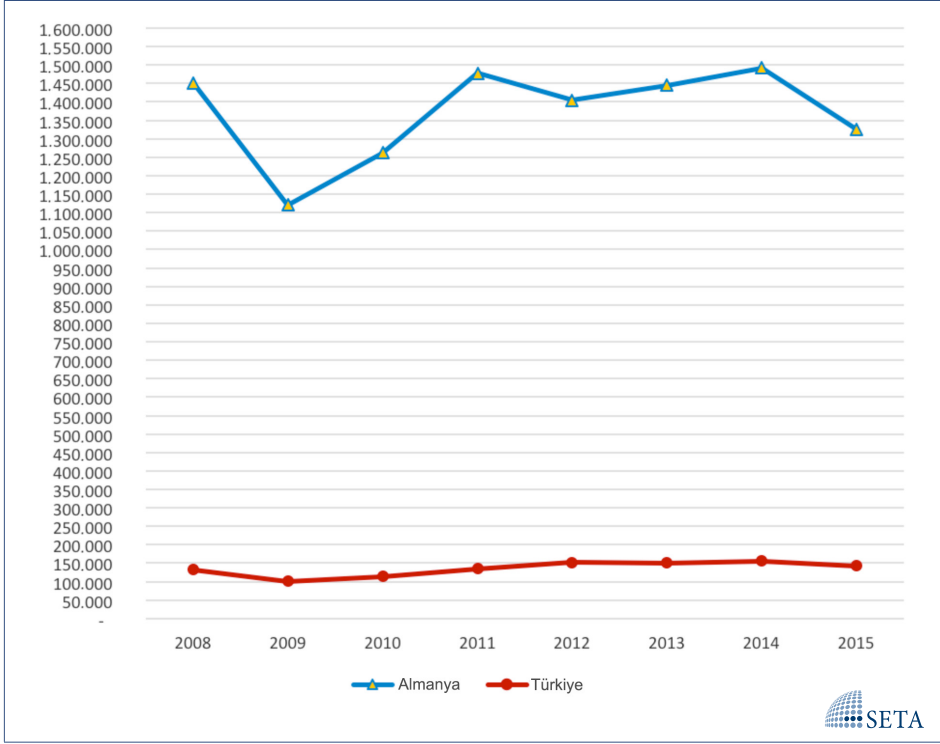
Türkiye'nin siyasi, ekonomik ve kültürel ilişkilerinin en yoğun olduğu ülkelerin başında Almanya gelmektedir. Türkiye 2015 yılında ihracatının yüzde 9'unu (13 milyar 427 milyon dolar) ve ithalatının da yüzde 15'ini (21 milyar 352 milyon dolar) Almanya ile gerçekleştirdi. İhracat hacmi olarak Türkiye için Almanya birinci, ithalatta ise Çin'den sonra ikinci sırada gelmektedir. Diğer yandan Türkiye bu rakamlarla Almanya'nın ihracatında 17. sırada, ithalatında ise 19. sırada yer almaktadır.

2015 yılında Türkiye'nin toplam ihracatı 143 milyar 934 milyon dolar ve toplam ithalatı 207 milyar 203 milyon dolar olarak gerçekleşti (Şekil 1). Aynı yıl Almanya toplam 1 trilyon 326 milyar 360 milyon dolar mal ve hizmet ihraç etti. 2014 yılına göre ihracat hacmi yüzde 11 oranında daraldı, Çin ve ABD'nin ardından dünyada üçüncü sırayı aldı. Almanya'nın ithalatı 2015 yılında bir önceki yıla göre yüzde 13'lük azalmayla 1 trilyon 51 milyar 844 milyona geriledi. Federal Almanya Cumhuriyeti'nin kurulduğu tarihten bu yana ticari açıdan en büyük kayıp yılı olarak 2009 gösterilir. Böylece Almanya uzun yıllar sürdürdüğü dünya ihracat şampiyonluğu unvanını Çin Halk Cumhuriyeti'ne kaptırmıştır. Önceki yıllardaki ihracat performansı büyük oranda düşse de dış ticaret Alman ekonomisini ayakta tutan önemli bir dayanak noktası olmaya devam etmiştir. 2009 yılında Almanya'nın dış ticaret fazlası gayrisafi yurt içi hasılasının yüzde 5,6'sına tekabül etmiş, Almanya'nın ihracatını en çok yaptığı mal kalemleri önceki yıllarda olduğu gibi yine otomobil, makine ve kimyasallar olmuştur.<sup>1</sup>

---

1. Susanne Meyer, "Der Deutsche Aussenhandel im Sog der Weltwirtschaftskrise", *Statistisches Bundesamt Wirtschaft und Statistik*, (4/2010), s. 360.

ŞEKİL 1. ALMANYA VE TÜRKİYE'NİN 2008-2015 YILLARI TOPLAM İHRACAT RAKAMLARI (MİLYON DOLAR)



Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016.

Son zamanlarda gerek Türk gerekse Alman medyasında iki ülke arasında yaşanan siyasi gerilimlerin arka planında sık sık dünya mal ve hizmet ihracatında en önde gelen ülkelerden biri olan Almanya'nın 2015 verilerine göre kendisinden dokuz kat daha düşük bir ticaret hacmine sahip Türkiye ile ticari çıkar çatışması yaşamakta olduğu dile getirilmektedir. Medya gündeminde Türkiye ile Almanya'nın olası ticari çatışma alanları öncelikle Balkanlar olmak üzere Kafkaslar, Ortadoğu ve Kuzey Afrika şeklinde sıralanır. Bu raporda iki ülkenin Balkan ülkeleri ile olan ihracat hacimleri, ihracata konu olan mal kalemleri ve ayrıca Balkan ülkelerindeki yatırımları incelenip aralarındaki ticari rekabet mercek altına alınacak, birbirleri için Balkanlar bölgesinde tamamlayıcı bir rolde mi yoksa rakip mi oldukları analiz edilecektir.

Balkan ülkeleri olarak Türkiye haricinde genelde 11 ülke ismi sıralanır. Bu ülkeler Arnavutluk, Bulgaristan, Bosna-Hersek, Hırvatistan, Karadağ, Kosova, Makedonya, Romanya, Sırbistan, Slovenya ve Yunanistan'dır. Bu çalışmaya Slovenya hariç 10 Balkan ülkesi dahil edilmiştir. Slovenya ileri derece AB entegrasyonu, Almanya'yla sıkı ve Türkiye'yle ise düşük hacimli ticari ilişkileri sebebiyle çalışmaya dahil edilmemiştir.

# BALKANLARDA GÖRÜNÜRLÜĞÜ ARTAN TÜRKİYE

---

Rusya, Almanya, İtalya, Fransa ve ABD gibi pek çok ülkenin Balkanlarda kültürel, ekonomik ve diplomatik etki alanını genişletme konusunda yarış içinde olduğu bilinmektedir. Bu yarışta Almanya Balkan ülkelerinin ana ticaret partneri ve kredi vericisi konumunda olmasından dolayı doğal olarak başrolü oynamaktadır.<sup>2</sup>

Enerji rotalarını garanti altına almayı ve stratejik hedeflerini Balkanlara istikrar getirme söylemi altında gerçekleştirmeyi amaçlayan Batılı ülkelere nazaran, bölge ile derin tarihi ve kültürel bağları olan Türkiye'nin dış politikasında Balkanlar önemli bir unsurdur ve bu politikanın temel esaslarından birisi de maksimum ekonomik entegrasyon olarak belirlenmiştir.<sup>3</sup>

Değişen bölgesel ve küresel koşullar ile son yıllarda Türkiye'nin artan kendine güveninin bir sonucu olarak Ankara Balkanlarda yumuşak güce dayalı bir siyaset izlemektedir.<sup>4</sup> Uluslararası aktörlerin pek çoğunun bölgede herhangi bir inisiyatif almak ve çaba göstermek konusunda heveslerini yitirdiği bir anda, Türkiye'nin Ahmet Davutoğlu'nun fikir babası olduğu "Geleceğe Dönük Bir Balkan Vizyonu" geliştirmesi önemli bir adım olarak anılmaktadır. Bir geçiş dönemi yaşayan Balkan ekonomilerinin daha fazla yatırıma ihtiyacı olduğu fikri, global trendleri takip eden Türkiye'nin bölge ekonomileri ile daha fazla entegre olmasını gerektirmiştir.

---

2. Paul J. J. Welfens, *Stabilizing and Integrating the Balkans: Economic Analysis of the Stability Pact, EU Reforms and International Organizations*, (Springer, Berlin Heidelberg: 2012), s. 72.

3. Selin Calik Muhasilovic, "Analysis: Turkey's Balkan Policy not Interest Oriented", Anadolu Ajansı, 23 Ocak 2016.

4. Nebi Miş vd., *2015'te Türkiye*, (SETA, İstanbul: 2015).

2002 yılında iktidara gelen AK Parti hükümetinin takip ettiği çok boyutlu dış politika, ekonomik ve ticari ilişkilerde de kendini göstermiş ve iş çevrelerine bu dinamizm yansımıştır. Ancak 2000-2011 yılları arasında Türkiye'nin Balkan ülkeleri ile olan ticaret hacmi ve bölgeye yaptığı doğrudan dış yatırımları incelendiğinde, bölgesel yakınlığa rağmen Türkiye'nin Balkan ülkelerinin ana ticaret partneri olmadığı ve bölge ülkelerinin en fazla AB ülkeleri ile ticaret yaptığı görülür. Bu da Balkanlar ile ekonomik açıdan daha fazla entegre olmak isteyen Türkiye için hala kaydedilmesi gereken çok aşama olduğunu göstermektedir.<sup>5</sup> Türkiye ve Balkanlar arasındaki ilişki ekonomik olmaktan ziyade duygusal bir karaktere sahiptir. Göz önünde olan birkaç otoban ve havalimanı projesi aslında kafalarda yanlış bir resim oluşturmaktadır. Kosova ve Arnavutluk hariç diğer Balkan ülkelerinde bir yatırımcı ve ticari partner olarak Türkiye oldukça küçük bir paya sahiptir.<sup>6</sup>

1999 yılında ilk kez Makedonya ile Serbest Ticaret Anlaşması (STA) imzalayan Türkiye, 2000'li yıllarda Balkanlardaki tüm ülkelerle bu anlaşmayı gerçekleştirip bölge ile olan ticari ve ekonomik iş birliğini geliştirmeye başlamıştır. Ancak Türkiye'nin Balkanlar ile olan ticaret hacmi rakamları, ekonomik ilişkilerin stratejik ve politik hedefler ile uyumlu bir şekilde gelişmediğini ortaya koymaktadır. Ticaretin yönünü ve büyüklüğünü stratejik amaçlardan daha çok pazar koşulları belirler. Türkiye'nin toplam dış yatırımlarının yalnız yüzde 7'sini Balkanlara yaptığı düşünülürse, Balkanların Türkiye'nin ekonomik olarak öncelik verdiği bölgeler arasında olmadığı görülür. Türkiye'nin Balkanlara komşu olan Batılı ülkelere göre bölgeye daha az miktarda ticaret ve yatırım yaptığı söylenebilir.<sup>7</sup> Yine de son yıllarda Türkiye'nin Balkan ülkelerine olan yatırımı ve bu ülkelerle olan ticari ilişkilerinde 2013 ve 2014 yıllarında bir artışın söz konusu olması, Türkiye'nin bölge ülkeleri ile ilişkilerini geliştirme çabalarının olumlu neticeler verdiğini gösterir. 2015 yılında gözlemlenen düşüş ise Yunanistan ekonomisindeki daralmanın sonucu olarak bu ülkeden yapılan ithalatın yüzde 44 gibi büyük bir oranda azalmasından kaynaklanmıştır. Nitekim Yunanistan dışındaki diğer 10 ülkeyle yapılan ticaretin toplam hacmi bir önceki yıla göre artış göstermiştir.<sup>8</sup>

5. Birgül Demirtaş, "Turkey and the Balkans: Overcoming Prejudices, Building Bridges and Constructing a Common Future", *Perceptions*, Cilt: 18, Sayı: 2, (Yaz 2013), s. 163-184.

6. "Turkey in the Balkans: The Good Old Days", *Economist*, 5 Kasım 2011.

7. Marija Mitrovic, "Turkish Foreign Policy towards the Balkans: The Influence of Traditional Determinants on Davutoğlu's Conception of Turkey-Balkan Relations", *GeT MA Working Paper*, No: 10, (2014).

8. Miş vd., *2015'te Türkiye*.

TABLO 1. ALMANYA VE TÜRKİYE'NİN 2008-2015 ARASI TOPLAM İHRACAT HACİMLERİ						
YIL	Ülkelerin Toplam İhracat Rakamları (milyon dolar)		Ülkelerin Balkanlara Olan İhracat Rakamları (milyon dolar)		Balkanlara Yapılan İhracatın Toplam Payı (yüzde)	
	ALMANYA	TÜRKİYE	ALMANYA	TÜRKİYE	ALMANYA	TÜRKİYE
2008	1.450.572	132.027	38.383	10.858	2,6	8,2
2009	1.121.034	102.143	27.699	6.826	2,5	6,7
2010	1.261.480	113.883	26.639	7.157	2,1	6,3
2011	1.477.278	134.907	30.072	7.747	2,0	5,7
2012	1.404.355	152.462	28.216	7.192	2,0	4,7
2013	1.444.858	151.803	29.574	7.810	2,0	5,1
2014	1.492.539	157.610	32.766	8.678	2,2	5,5
2015	1.326.360	143.883	29.962	7.821	2,3	5,4

Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016.

2015 rakamlarına göre Balkan ülkelerine yapılan ihracat değer olarak Türkiye toplam ihracatının yüzde 5,4'ünü teşkil ederken, Almanya'nın toplam ihracatının yüzde 2,3'üne denk gelmektedir (Tablo 1). Bu veriler ışığında Türkiye'nin Balkan ülkelerine olan ihracatı toplam rakam olarak düşük ancak oran olarak daha yüksektir diyebiliriz.

## TÜRKİYE VE ALMANYA'NIN YUMUŞAK GÜÇ UYGULAMA ALANI OLARAK BALKANLAR

Almanya'nın Balkanlara olan maddi desteği ve ilgisinin sebepleri Alman medyasında tartışılırken, Thüringen eyaletinin Başbakanı Bodo Ramelow Balkan ülkelerinin de "refah ve Avrupa perspektifi"ne ihtiyaçları olduğunu belirtmekte ve özellikle Balkan gençlerinin eğitimleri üzerinde durularak ve göç sebepleriyle savaşarak bu bölgelerden dışarıya verilen göçün önüne geçilebileceğini vurgulamaktadır.<sup>9</sup>

Türkiye ve Almanya'nın Balkanlarda yumuşak güç uyguladıkları ve burayı adeta yarış içinde oldukları bir bölge gibi kullandıkları yönünde bazı çevrelerde hakim bir düşünce vardır. Türkiye'nin Balkanlardaki varlığını Avrupa Birliği'ne (AB) giriş için bir atlama taşı olarak gördüğü de dillendirilmektedir.<sup>10</sup> Diğer yandan uluslararası arenada görünürlüğü iyice artan Türkiye'nin son on yılda elde ettiği ekonomik başarısının doğal bir sonucu olarak, Balkanlarda aktif bir politika izlemeye başladığı da söylenebilir. Buna göre salt ekonomik çıkar ve takip edilen iç ve dış politikaların bir sonucu olarak, Türkiye Balkanlarla ticari ilişkilerini ge-

9. Claudia Ehrenstein, "Deutschland Hat Vier Milliarden in den Balkan Gesteckt", Die Welt, 12 Ağustos 2015.

10. Dušan Spasojević, "The Turkish-German Balkan Equation", LSEE Research on South Eastern Europe, 17 Temmuz 2014.

liştirmek istemekte ve aynı zamanda bu bölgedeki siyasi uzlaşmazlıkların çözümünde ara bulucu rolü üstlenmektedir.<sup>11</sup>

Diğer yandan küresel finans kriziyle beraber Balkanlardan geri çekilen Alman ve Fransız firmaların, kredilerini dizginleyen İtalyan ve Avusturyalı bankaların ve 1990'lar ile 2000'lerde bölgeye gerçekleştirdiği yatırımları artık yapamayan Yunanistan'ın açtığı boşluğu Türkiye doldurma niyetinde görünmektedir. Ankara, bölgede bankacılık, taşımacılık ve telekomünikasyon gibi stratejik sektörler belirleyerek bu alanlarda satın alma veya ihaleler kazanmak suretiyle iş yapma yoluna gitmektedir. Lakin tüm bu çabalara rağmen Balkanlar ile olan ticaret rakamlarına bakıldığında Türkiye'nin bölgedeki varlığının hala ihmal edilebilir derecede küçük olduğu fark edilir. Türkiye Balkanlar ile ilgili planlarını çoğunlukla "kaynak eksikliği" sebebiyle gerçekleştirememektedir. Türkiye, Balkanlarda enerji sektöründe Rusya'nın planları yüzünden geri kalmakta, telekomünikasyon alanına girmek için ise oldukça geç harekete geçtiğinden fırsatları kaçırmış görünmektedir.<sup>12</sup>

Türkiye'nin bölgede izlediği barışçıl ve arabulucu rolün Balkanlarda nasıl yorumlandığı da bir diğer önemli husustur. Balkanlarda iki çeşit Türkiye algısı vardır; bunlardan ilki "yükselen Türkiye" algısı, diğeri ise Türkiye'nin bölgedeki varlığından rahatsız olan çevrelerce yaratılan "Yeni Osmanlılık" korkusudur. Yükselen Türkiye algısının hakim olduğu bölgelerde Türk yatırımlarını çekebilmek için çalışmalar yapılırken, Yeni Osmanlılık endişelerinin hakim olduğu zihinlerde Türk yatırımları bir ekonomik istila olarak görülüp, Türkiye yerine Batılı devletlerle özellikle Almanya ile ekonomik iş birliği yapılması teşvik edilmektedir. Ayrıca Türkiye'nin Balkanlardaki ekonomik nüfuzunun artması, bölgede aktif olan bazı Avrupalı devletlerin çıkarlarına ters düştüğü için Yeni Osmanlılık korkusunun yayılmasında bu devletlerin de payı olduğu düşünülmektedir.<sup>13</sup> Türkiye'nin 2000'li yıllardan itibaren uluslararası arenada etkin bir rol oynaması, Batılı müttefiklerinin çıkar ve isteklerini daha az dikkate almaya başlaması Almanya ve diğer Batılı ülkeleri rahatsız etmeye başlamıştır.<sup>14</sup> Türkiye'nin Balkanlarla ilgili gizli bir gündemi olduğu ve Osmanlı İmparatorluğu'nu yeniden canlandırmak istediği söylemleri her ne kadar Türk liderler tarafından yalanlansa da, bölgede Türkiye hakkındaki her türlü ön yargının dikkate alınması ve üzerinde durulması gerekmektedir.<sup>15</sup>

11. "Turkey in the Balkans: Myths, Illusions and Realities", Deutsche Welle, 16 Mayıs 2012.

12. Loïc Poulain ve Akis Sakellariou, "Western Balkans: Is Turkey Back?", *Center for Strategic & International Studies*, (2011), <http://csis.org/blog/western-balkans-turkey-back>, (Erişim tarihi: 7 Nisan 2016).

13. Erhan Türbedar, "Türk Dış Politikası Balkanlarda Nasıl Algılanıyor?", *TEPAV Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı Değerlendirme Notu*, (Nisan 2012).

14. Kemal İnat, "Economic Relations between Turkey and Germany", *Insight Turkey*, (Kış 2016), Sayı: 18, No: 1, s. 24.

15. Demirtaş, "Turkey and the Balkans".

## OLASI BİR TİCARİ ÇATIŞMA BÖLGESİ OLARAK BALKANLAR

Yukarıda bahsedilen tartışmaların yapılageldiği bir ortamda Türkiye ve Almanya'nın Balkan ülkeleri ile olan ticari ilişkilerini incelemeyi hedefleyen bu raporun temel sorusu şudur: Türkiye ile Almanya, bazı çevrelerce iddia edildiği gibi Balkanlarda ciddi bir ticari rekabet içinde midir, yoksa iki ülke arasında iş birliği imkanları var mıdır? Bir diğer deyişle Türkiye ve Almanya Balkanlar bölgesinde rakip midir, tamamlayıcı mıdır?

Raporda Türkiye ve Almanya'nın Bulgaristan, Sırbistan, Bosna-Hersek, Arnavutluk, Makedonya, Kosova, Hırvatistan, Romanya, Karadağ ve Yunanistan ile 2008-2015 yıllarını kapsayan sekiz senelik periyot boyunca gerçekleştirdikleri ihracat hacimleri ve ihraç kalemleri incelenecek ve söz konusu ülkelerdeki Türk ve Alman yatırımlarının miktarları karşılaştırılacaktır. İhracat kalemleri incelenirken, Türkiye İstatistik Kurumu<sup>16</sup> (TÜİK) ve Almanya Federal Cumhuriyeti İstatistik Kurumu<sup>17</sup> veri tabanları kullanılacaktır. Ayrıca ihracat verileri SITC Rev3 sınıflamasına göre değerlendirilecektir.

### Arnavutluk

Ekonomik kalkınma ve AB üyeliğini en önemli iki hedefi olarak belirleyen Arnavutluk, son yıllarda gerçekleştirilen reformlarla birlikte liberalleşmeye başlamış ve doğrudan yabancı yatırımlar (DYY) açısından çekici bir ülke hale gelmiştir. 2000 ve 2009 yılları arasında Arnavutluk ekonomisi yıllık ortalama yüzde 6'lık bir büyüme oranı yakalamıştır. Ülkedeki siyasi ve ekonomik istikrar, Dünya Bankası ve NATO üyeliği, AB tam üyelik sürecindeki gelişmeler, Kosova'nın bağımsızlığıyla beraber Arnavutluk'un bölgedeki gücünün artması ve önemli özelleştirmelerin gerçekleştirilmesiyle, ülkeye özellikle 2007 ve 2008 yıllarında oldukça önemli miktarda doğrudan yabancı sermaye girişi sağlanmıştır. 2010 ve 2011 yıllarında ülke ekonomisi yavaşlamış olsa dahi bu durum bölgede yer alan diğer ekonomiler gibi ciddi bir seviyede seyretmemiştir.

2010 yılında Güneydoğu Avrupa'da birçok ülke DYY girişlerinde keskin düşüşler yaşarken, Arnavutluk'ta artış gözlenmiştir. Ülkeye yapılan yatırım miktarı 2009 yılında 717 milyon avro iken, bu miktar 2010 yılında yüzde 10,6 artışla 793 milyon avroya yükselmiştir. 2010 yılında Arnavutluk, DYY girişlerinde Güneydoğu Avrupa'da Sırbistan'ın ardından ikinci ülke olmuştur. 2011 yılında Arnavutluk'a gelen DYY miktarı bir önceki seneye göre yüzde 6,4 azalışla 742 milyon avroya gerilemiştir. Bu

16. Türkiye İstatistik Kurumu, <http://www.tuik.gov.tr>, (Erişim tarihi: 5 Ekim 2016).

17. Statistisches Bundesamt, <https://www.destatis.de/DE/Startseite.html>, (Erişim tarihi: 5 Ekim 2016).

düşüşün sebepleri sadece Avrupada yaşanan ekonomik sıkıntılar değil aynı zamanda bölgeye yönelen yatırımların daha çok Sırbistan ve Hırvatistan'a gitmesidir.<sup>18</sup>

Arnavutluk'un dış ticaretinde öne çıkmayan Almanya için bu ülke daha çok kalkınma ve AB'ye giriş aşamasında yardım edilen bir ülke konumundadır. Almanya bir yandan komünist rejimin ardından demokrasiye geçiş sürecinde Arnavutluk'un istikrarlı ve demokratik bir hukuk devleti olması için çaba göstermekte, diğer yandan AB'ye giriş konusunda atılması gereken adımlarda ülkeye teknik anlamda destek vermektedir.

Arnavutluk'a yapılan DYY'de Almanya 6. sırada yer almaktadır. Ülkedeki en büyük Alman yatırımları Tiran Havalimanı ve Telekom Albania'ya yapılmıştır. Arnavutluk'a Almanya tarafından 1988 yılından beri Kalkınma İşbirliği çerçevesinde su, enerji, sanitasyon ve atık yönetimi konularında destek verilmekte, ayrıca sosyal ve ekolojik piyasa ekonomisinin gelişimi konusunda da Arnavutluk hükümeti ile beraber çalışılmaktadır. 1988 yılından bu yana Almanya'nın gerek doğrudan gerekse AB, Birleşmiş Milletler ve Dünya Bankası kanalı ile Arnavutluk'a yaptığı yardımların tutarı 1 milyar avroyu geçmiştir.<sup>19</sup> Bir zamanlar Avrupa'nın en fakir ülkesi iken AB'ye aday ülke konumuna yükselen Arnavutluk'ta Almanya'nın ilgilendiği alanların başında güvenli içme suyu tedarik projeleri ve mesleki eğitim gelmektedir.<sup>20</sup>

Kültürel ilişkilerin geliştirilmesi amacı ile Almanya ile Arnavutluk arasında 26 Kasım 2015 tarihinde Kültür Anlaşması imzalanmış ve ülkeye Almanca öğretmeni gönderme konularına hız kazandırılmıştır. Tiran'da faaliyette bulunan Alman Akademik Değişim Servisi (DAAD) ve Alman vakfı Alexander-von-Humboldt, Arnavut akademisyen ve öğrencilerin Almanya'da değişim programı ile eğitim görmesini organize ve finanse etmektedir. Diğer yandan Tiran'da Hristiyan Demokrat Birliği'ne (CDU) yakınlığı ile bilinen ve kendisini siyasi bir vakıf olarak tanımlayan Konrad-Adenauer Vakfı Arnavutluk'un demokratikleşme, özgürleşme ve AB'ye yakınlaşmasını destekleyen programlar yürütmektedir.<sup>21</sup> Tiran'da faaliyette olan bir diğer Alman vakfı da Friedrich-Ebert Vakfı'dır. Bu vakfın Arnavutluk'taki faaliyet alanları ülkenin politik sisteminin istikrarlı hale getirilmesi, kadınların siyasete katılımı, sendikaların güçlendirilmesi ve AB'ye yakınlaşma olarak belirlenmiştir.<sup>22</sup>

12 Haziran 2006 tarihinde imzalanan ve ticarete ilişkin hükümleri 1 Aralık 2006 tarihinde yürürlüğe giren İmtiyazlı Ortaklık Anlaşması, AB ile Arnavut-

18. T.C. Ekonomi Bakanlığı, [www.ekonomi.gov.tr](http://www.ekonomi.gov.tr), (Erişim tarihi: 26 Mayıs 2016).

19. Alman Dışişleri Bakanlığı, <http://www.auswaertiges-amt.de>, (Erişim tarihi: 28 Eylül 2016).

20. Ehrenstein, "Deutschland Hat Vier Milliarden in den Balkan Gesteckt".

21. Konrad-Adenauer Stiftung, <http://www.kas.de/albanien/de/about>, (Erişim tarihi: 28 Mayıs 2016).

22. Friedrich-Ebert Stiftung, [http://www.fes.de/international/moe/in\\_moe/alb.htm](http://www.fes.de/international/moe/in_moe/alb.htm), (Erişim tarihi: 28 Mayıs 2016).

luk arasındaki ticari ilişkileri serbestleştirmiştir. Bu anlaşmaya göre Arnavutluk menşeli ürünlere uygulanan gümrük vergileri anlaşmanın yürürlüğe girmesi ile kaldırılacak, AB menşeli ürünlere uygulanan gümrük vergileri ise kademeli olarak beşinci yılın başında sıfırlanacaktır. Aynı zamanda rekabet, devlet yardımları, fikri mülkiyet, ekonomik iş birliği, menşe kuralları, gümrük alanında iş birliği ve ulaştırma gibi alanları kapsayan hükümler de bu anlaşmada yer almaktadır. Pek çok üründe AB pazarına gümrüksüz giriş imkanı sağlayan bu anlaşma sayesinde AB ülkeleri ile kolayca ticaret yapabilen Arnavutluk, Doğu Avrupa pazarlarının çökmesinin ardından doğrudan AB ülkelerine yönelmiştir.

İhracata dayalı sektörlerde özellikle de tekstil ve ayakkabı sektörlerinde faaliyet gösteren Arnavutluk firmaları, çoğunlukla Batılı şirketlerden ham madde temin edip, bunun karşılığında üretim sürecinin emek yoğun bölümünü ülkenin düşük iş gücü maliyetleri avantajını kullanarak gerçekleştirmek suretiyle fason üretim yapmaktadır.

2014 yılı rakamlarına göre Arnavutluk'un ihracat ve ithalatında öne çıkan beş ülke sırasıyla İtalya, Sırbistan, İspanya, Malta ve Türkiye'dir. Almanya bu sıralamada Yunanistan ve Çin'in ardından gelerek 8. sırada yer almaktadır.<sup>23</sup>

Türkiye ile Arnavutluk arasında 22 Aralık 2006 tarihinde STA imzalanmış ve bu anlaşma ile Türkiye ihracatçıları, Arnavutluk pazarında AB üyesi ülke ihracatçıları ile eşit rekabet edebilecek konuma getirilmiştir. Bu anlaşma uyarınca sanayi mallarında, Arnavutluk menşeli sanayi mallarının Türkiye'ye ithalatında uygulanan gümrük vergileri sıfırlanacak, buna mukabil Arnavutluk'a ithal edilen Türkiye menşeli sanayi ürünlerinin yüzde 80'den fazlasının gümrük vergileri kaldırılacaktır. Bu kapsamda gümrük vergisi sıfırlanan sektörlerin arasında deri, ormancılık, tekstil, çimento ve cam eşya, değerli taşlar ve mücevherat, metaller, makineler ve motorlu taşıtlar bulunmaktadır.<sup>24</sup>

Arnavutluk ile Türkiye arasında gelişen ilişkilerin bir sonucu olarak Arnavutluk'tan Türk iş adamı ve yatırımcılara zaman zaman Arnavutluk'a daha fazla yatırım ve iki ülke arasında gerçekleşen ticaret hacmini artırmak yönünde çağrılar gelmektedir. Üst düzey toplantılarla da bu ilişkilerin geliştirilmesi yönünde anlaşmalar imzalandığı görülür.<sup>25</sup> Ancak iki ülke arasındaki yakın siyasi ilişkiler, ekonomik ilişkiler ve ticaret rakamlarında kendini göstermemektedir. Halihazırda Arnavutluk'ta 8 bin kişiye iş sağlayan Türk yatırımlarının daha

23. T.C. Ekonomi Bakanlığı.

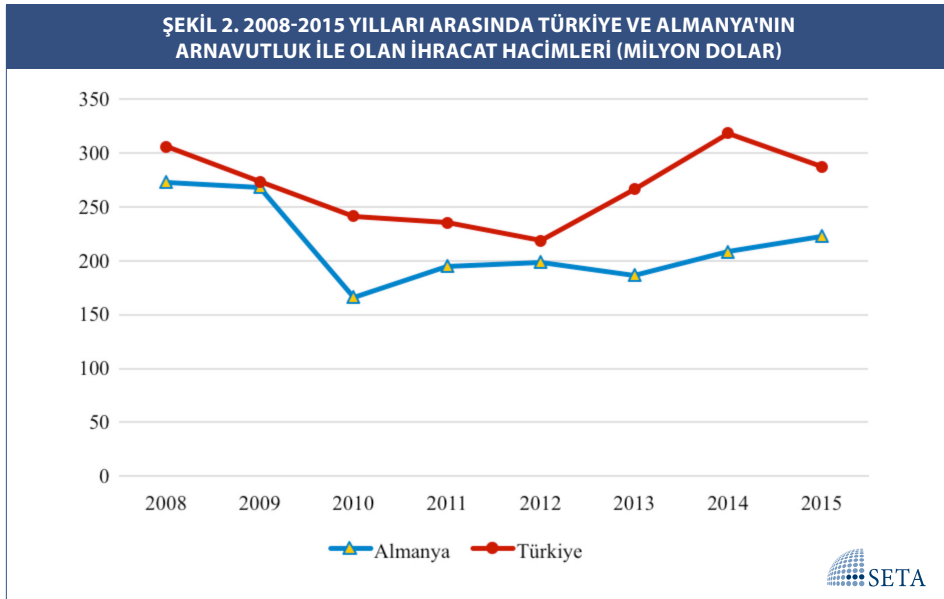
24. T.C. Ekonomi Bakanlığı.

25. Didem Atalay, "Arnavutluk'tan Türkiye'ye Yatırım Çağrısı", *Dünya*, 28 Nisan 2014.

da artması ve iki ülke arasındaki ticaret hacminin 1 milyar dolara ulaşması Türkiye'nin hedefidir.<sup>26</sup>

Arnavutluk'ta inşaat, telekomünikasyon, ulaşım ve eğitim alanlarında faal olan Türk şirketleri şunlardır: ENKA, Gintaş, Armada, Metal Yapı, Alde-mir, Servomatik, Çalık Holding/Türk Telekom, Makro-Tel/Hes Kablo, Istanbul Foundation.<sup>27</sup>

Arnavutluk, Türkiye'nin Balkanlarda ihracat hacmi olarak Almanya'dan önde olduğu iki ülkeden biridir. 2015 yılında Almanya'nın bu ülkeye olan ihracatı 223 milyon dolar iken Türkiye 287 milyon dolarlık ihracat rakamına ulaşmıştır (Şekil 2).



Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016.

Türkiye'nin Arnavutluk'a ihraç ettiği mallar arasında öne çıkanlar tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya) (65), giyim eşyası ve bunların aksesuarları (84), demir ve çelik (67), elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları (77) ve demir, çelik, bakır, nikel, alüminyum ve diğer adi metal-lerden eşya (69) olarak sıralanabilir. Almanya'nın Arnavutluk'a ihraç ettiği ana ürün grupları ise motorlu kara taşıtları, bisiklet ve motosikletler, bunların aksam ve parçası (78), demir, deniz, havayolu taşıtları ile bunların aksam, parçaları (79), tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya) (65), tıp ve eczacılık

26. "R. Tayyip Erdoğan: We Regard Albania as our Neighbor even though We do not Share a Border", Presidency of Republic of Turkey, 13 Mayıs 2015.

27. Peter Tase, "Turkey and Albania Establish a Dynamic Agenda of Bilateral Relations", *Foreign Policy News*, 2 Mayıs 2014.

ürünleri (54), elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları (77) ve diğer genel endüstri makine/cihazların aksamları (74) şeklinde sıralanabilir.

Türkiye'nin Arnavutluk'a sattığı ürünler arasında tanklar ve diğer zırhlı (motorlu) savaş taşıtlarının (silahla donatılmış olsun/olmasın) üst seviyede olması ve son yıllarda tıp ve eczacılık ürünleri (54) ve motorlu kara taşıtlarında (78) gerçekleşen belirgin bir artış, ayrıca elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları (77) ürün grubunda Almanya'dan daha fazla ihracat yapması önemli gelişmelerdendir. Diğer yandan Almanya gibi motorlu taşıtlar (78) ürün grubunda açık ara önde olan ve endüstri ürünleri ihracatıyla bilinen bir ülkenin Arnavutluk'a yapmış olduğu süt, süt ürünleri ve yumurta (2) ihracatının hatırı sayılır bir yükseklikte olması dikkat çekicidir.

TABLO 2. 2015 YILINDA ALMANYA VE TÜRKİYE'DEN ARNAVUTLUK'A EN ÇOK İHRAÇ EDİLEN İLK ON ÜRÜN GRUBU					
ALMANYA			TÜRKİYE		
Ürün Grubu Kodu (SITC)	Ürün Grubu Adı	İhracat Miktarı (bin dolar)	Ürün Grubu Kodu (SITC)	Ürün Grubu Adı	İhracat Miktarı (bin dolar)
78	Motorlu kara taşıtları, bisiklet ve motosikletler, bunların aksam ve parçası	52.613	65	Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya)	31.526
79	Demir, deniz, havayolu taşıtları ile bunların aksam, parçaları	16.620	84	Giyim eşyası ve bunların aksesuarları	25.719
65	Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya)	14.309	67	Demir ve çelik	22.438
54	Tıp ve eczacılık ürünleri	13.508	77	Elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları	22.173
77	Elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları	9.755	69	Demir, çelik, bakır, nikel, alüminyum ve diğer adi metallere eşya	19.308
74	Diğer genel endüstri makine/cihazların aksamları	9.167	63	Mantar ve ahşap eşya (mobilya hariç)	16.949
55	Uçucu yağlar, parfüm, kozmetik, tuvalet müstahzarları	7.289	4	Hububat, hububat ürünleri	12.784
89	Başka yerde belirtilmeyen çeşitli mamul eşyalar	7.156	89	Başka yerde belirtilmeyen çeşitli mamul eşyalar	11.898
75	Büro makineleri ve otomatik veri işleme makineleri	6.327	66	Taş, alçı, çimento, amyant, cam, seramik vb. maddeden eşya	9.060
87	Başka yerde belirtilmeyen mesleki, ilmi, kontrol alet ve cihazlar	6.025	74	Diğer genel endüstri makine/cihazların aksamları	9.030

Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016.

Türkiye'nin Arnavutluk'a ihraç ettiği katma değeri yüksek ürünlerin toplam ihracattaki oranı her geçen yıl artmaktadır. İki ülkenin Arnavutluk'a olan ihracat kalemleri karşılaştırıldığında, halihazırda Türkiye, Almanya için Arnavutluk pazarında tarım ürünlerinin aksine endüstri ürünlerinde (elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları, diğer genel endüstri makine/cihazların aksamaları, tıp ve eczacılık ürünleri, özelliği olan belirli sanayiler için makineler ve aksamı) ciddi bir potansiyel rakip olarak görülebilir. Ancak her iki ülkenin de Arnavutluk'a yaptıkları ihracat, toplam Balkanlar ihracatlarının çok küçük bir oranını teşkil etmektedir (Almanya için; yüzde 0,7–Türkiye için; yüzde 3,7). Bu sebeple her ne kadar Türkiye, Arnavutluk'ta Almanya'dan daha yüksek ihracat rakamlarına ulaşsa da bu değerler Balkanların tamamıyla kıyaslandığında oldukça önemsiz kalmaktadır.

### Bosna-Hersek

Özellikle 1992-1995 yılları arasında yaşanan savaş ve sonrasında gelişen ilişkiler Bosna-Hersek ile Türkiye arasında unutulmuş bağların hatırlanmasına neden oldu ve böylece Bosna-Hersek, Türkiye'nin Balkanlarda en çok rağbet ettiği ülkelerden birisi haline geldi. Fakat Bosna-Hersek'e karşı beslenen sıcak duygular ve olumlu yaklaşımın ticarete etkisi beklendiği gibi olmayıp, bu ülke ile olan ticaret hacmi diğer Balkan ülkelerine nazaran oldukça düşük seviyelerde seyretti.

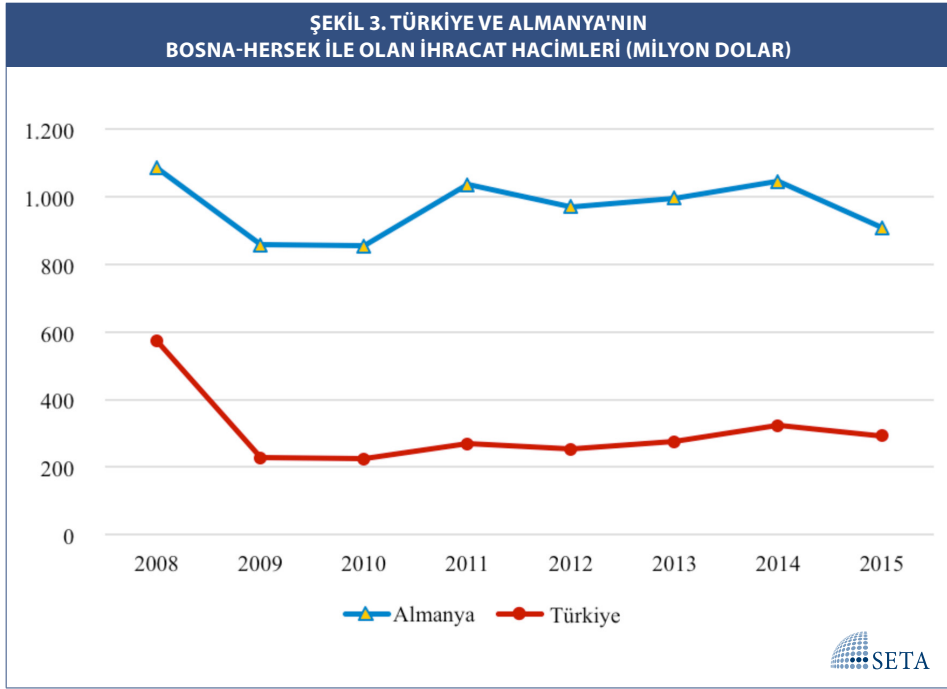
2015 yılı verilerine göre Bosna-Hersek'in dış ticaretinde önde gelen ilk beş ülke ihracatta Almanya, İtalya, Hırvatistan, Sırbistan ve Slovenya (Türkiye yüzde 3,9'luk payla 7. sırada); ithalatta ise Almanya, İtalya, Sırbistan, Hırvatistan ve Çin'dir. Türkiye ise yüzde 4,1'lik payla 8. sırada yer almaktadır.<sup>28</sup>

Almanya'nın Bosna-Hersek ile olan ticaret hacmi Türkiye'nin üç katıdır (Şekil 3). Bosna-Hersek'in en büyük donörü olan Almanya'nın ülkede verimli enerji üretimi ve yenilenebilir enerji konularına yoğunlaştığı görülmektedir. Ayrıca 1993 yılından beri Saraybosna'da bir ofisi bulunan Alman yardım kuruluşu Alman Uluslararası İşbirliği Teşkilatı (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit-GIZ) Alman işverenlerin kalifiye bulduğu Bosnalı insanlara buldukları şehirlerde dil eğitimi vererek Almanya'da çalışabilecek duruma getirme misyonu da üstlenmektedir.<sup>29</sup>

28. T.C. Ekonomi Bakanlığı.

29. Ehrenstein, "Deutschland Hat Vier Milliarden in den Balkan Gesteckt".

Bosna-Hersek'in en önemli dış politika partnerlerinden birisi olarak Almanya, ülkenin AB'ye giriş aşamasında gerekli olan iktisadi ve sosyal reformları gerçekleştirmesinde büyük bir destekçi konumundadır. Bu çalışmalar neticesinde 2015 yılı Haziran ayında Bosna-Hersek AB ile İstikrar ve Ortaklık Anlaşması imzalamış, 2016 yılı Şubat ayında ise AB üyeliği için başvurusunu yapmış ve Eylül ayında da başvurusu kabul edilmiştir. Diğer yandan Bosna-Hersek ile Avrupa Serbest Ticaret Birliği (EFTA) arasında imzalanan STA 2015 yılı başında yürürlüğe girmiştir.



Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016.

1992 yılında bölgede patlak veren savaş sonrası imzalanan Dayton Anlaşması'nda da önemli katkıları olan Almanya'nın Bosna-Hersek'e olan ilgisi ve desteği büyüktür. Bu ilgi 2014 yılında yaşanan sel felaketinde hem maddi yardım hem de personel yardımı ile kendini göstermiştir. Almanya'nın ilgilendiği ülkelerdeki eli ayağı konumunda olan Konrad-Adenauer, Friedrich-Ebert, Heinrich-Böll ve Friedrich-Naumann vakıflarının başkent Saraybosna'da ofisleri bulunmaktadır.

Yugoslavya zamanlarından beri Almanya ve Bosna-Hersek arasında süregelen ticari ilişkiler bugün de artarak devam etmektedir. 1992 yılında başlayan savaş sonrasında Bosna-Hersek ile ticarete lider konumunu üstlenen Almanya, başta otomotiv yan sanayii, inşaat sektörü, çimento, ham madde işleme, alü-

minyum ve bölgesel süt sanayii alanlarında yatırım ve ülke ile ticaret yapmaya odaklanmıştır. 2015 yılında Bosna-Hersek'in ihracatında ilk sırayı yüzde 15,7 ile Almanya almıştır. İthalatta da son yıllarda ilk sırayı alan ülke Almanya iken, 2015 yılında bu pozisyonunu Hırvatistan'a kaptırmıştır. Bosna-Hersek'ten Almanya'ya ihraç edilen ürünler çoğunlukla metal ve metal ürünleri ile kereste ve mobilyadır. Bosna-Hersek'te 1992'deki savaş sonrası kurulan yeni işletmeler çoğunlukla küçük ve orta ölçeklidir ve bu işletmeler Almanya ve Batı Avrupa ülkelerinin tezgahı olarak işlev görmektedir. Ülke içi talep yetersiz olduğu için firmalar ihracat odaklı olarak kurulmuşlardır ve bu yönde faaliyet göstermektedirler.

Ülkeler arası diplomatik ve ticari ilişkilerin arka planında kültürel ilişkilerin de önemi büyüktür. Bosna-Hersek'te Almanya ve Alman diline karşı özel bir sempati olduğu görülür. Bunda Yugoslavya zamanında Almanya'ya göç eden işçiler ve bunların geri dönmesi, savaş zamanında Almanya'nın aldığı mülteciler ve iki ülke arasında eskiden beri var olagelen tarihi ilişkilerin katkısı büyüktür. Almanca Bosna-Hersek'in devlet okullarında İngilizceden sonra en fazla okutulan ikinci yabancı dildir. Republika Srpska bölgesinde çok güçlü bir varlığı olan Rusça ile yarışabilir durumdadır. Almancanın okullarda ders saatinin artırılması ve Almanca öğrenen öğrencilere sertifika verilmesi yönünde yapılan çalışmalar sonuç vermektedir. Bunun neticesinde bazı okullarda Almanca ders saati artırılmaktadır. Aynı zamanda Almanya her yıl kendi okullarında okumak üzere belirli sayıda Boşnak öğrenciye burs vermektedir. 2015 yılında otuz Bosnalı öğrenci ve akademisyene burs verilmiştir. 2013 yılından beri Alman Akademik Değişim Servisi'nin (DAAD) Saraybosna Üniversitesi'nde bir danışma bürosu bulunmaktadır.<sup>30</sup>

2009 yılından itibaren açtığı Yunus Emre Enstitüleri ile Balkanlarda etkinliğini artıran Türkiye ile Bosna-Hersek arasında 2015 yılında bir protokol imzalanmış ve o tarihe kadar sadece 6 kantonda ikinci yabancı dil olarak okutulan Türkçenin ülke genelinde de ikinci yabancı dil olarak okutulmasının önü açılmıştır.<sup>31</sup> Bu haberin Alman medyasında "Osmanlı İmparatorluğu 2.0?" başlığı altında servis edilmesi dikkat çekicidir.<sup>32</sup> Yugoslavya'nın dağılmasından sonra

30. Alman Dışişleri Bakanlığı.

31. Gülseven Özkan, "Türkçe, Bosna'da İkinci Yabancı Dil Olarak Okutulacak", *Hürriyet*, 30 Kasım 2015.

32. "Osmanisches Reich 2.0? Türkisch Künftig Zweite Fremdsprache in Bosnien-Herzegowina", *Eurasia News*, 25 Aralık 2015, <http://eurasianews.de/blog/osmanisches-reich-2-0-tuerkisch-kuenftig-zweite-fremdsprache-in-bosnien-herzegowina>, (Erişim tarihi: 14 Ağustos 2016).

Balkan ülkelerinde Rusça öğrenme oranı oldukça düşmüş, şu an Sırbistan ve Hırvatistan'da Rusça ikinci yabancı dil olarak öğretilmeye devam etse de diğer Balkan ülkelerinde çoğunlukla yerini başka dillere bırakmıştır.<sup>33</sup> Örneğin Bosna-Hersek'te öğrenciler ikinci yabancı dil olarak Türkçe, Arapça veya Almancadan birini seçmektedir. Her ne kadar şu an Bosna-Hersek'te Almanca öğrenen öğrenci sayısı Türkçe öğrenenlerin yaklaşık 40 katı kadar olsa da Almanya açısından Türkçenin seçmeli diller arasına girmesi yani yarışa dahil olması bile rahatsızlık verici olmuştur.

Bosna-Hersek'in DYY açısından 2015 yılında bir önceki yıla göre çekiciliğini yitirdiği görülür. 2014 yılında Bosna-Hersek'e gerçekleştirilen DYY'nin değeri 378,1 milyon avro iken, 2015 yılının ilk dokuz ayında ancak 198,8 milyon avro tutarında DYY gerçekleşmiştir. Bu yatırımlarda ilk sırayı hiçbir zaman başka ülkelere kaptırmayan ülke Avusturya'dır. Telekomünikasyon, finans hizmetleri, toptan ticaret, kok kömürü ve rafine petrol ürünlerinin üretimi alanlarına odaklanan yatırımlarda Avusturya'yı takip eden ülkeler Lüksemburg, Türkiye, Rusya ve Sırbistan olarak karşımıza çıkar.<sup>34</sup> 1994-2014 dönemi göz önüne alındığında Bosna-Hersek'te en çok yatırımı olan ilk üç ülke Avusturya (yüzde 21,1), Sırbistan (yüzde 17,7) ve Hırvatistan (yüzde 13,1) olmuştur. Türkiye yüzde 2,3'lük payla bu sıralamada 12. sırada yer almaktadır.

Bosna-Hersek ile Türkiye'nin ticari ilişkilerinin gelişiminde 3 Temmuz 2002 tarihinde imzalanan ve 1 Temmuz 2003 tarihi itibarıyla yürürlüğe giren STA önemli bir rol oynamaktadır. Bu anlaşma kapsamında gümrük ve eş etkili vergiler 2007 yılı başından bu yana sıfırlanmıştır. Türkiye ve Bosna-Hersek arasındaki ortak tarihi ve kültürel değerler Türk iş adamları ve yatırımcılar için pazara giriş aşamasında bir avantaj olmakla beraber, ticari ilişkilerin yeterince gelişmemiş olduğu da görülür. Bunda Bosna-Hersek pazarının Avrupa ülkelerinin büyük şirketleri tarafından halihazırda paylaşılmış olması önemli bir etkidir. Diğer yandan Türk iş adamları tarafından Bosna-Hersek pazarı yatırım yapmak için küçük bulunmakta ve bu ülkeye yatırım amaçlı bir rağbet gösterilmemektedir. Ayrıca Bosna-Hersek'te iş kurma ve iş yapmanın bürokratik engellerinin fazla olması da Türk yatırımcıları başka ülkelere yönlendirmektedir.

33. M. Leskovac, "Pogledajte Koliko Đaka u Srbiji Uči Ruski, a Koliko Nemački Jezik", 17 Kasım 2014, <http://arhiva.24sata.rs/vesti/aktuelno/vest/pogledajte-koliko-daka-u-srbiji-uci-ruski-a-koliko-nemacki-jezik/157702.phtml>, (Erişim tarihi: 14 Ağustos 2016)

34. T.C. Saraybosna Ticaret Müşavirliği, [www.ekonomi.gov.tr](http://www.ekonomi.gov.tr), (Erişim tarihi: 1 Şubat 2016).

TABLO 3. 2015 YILINDA ALMANYA VE TÜRKİYE'DEN BOSNA-HERSEK'E İHRAÇ EDİLEN İLK ON ÜRÜN GRUBU					
ALMANYA			TÜRKİYE		
Ürün Grubu Kodu (SITC)	Ürün Grubu Adı	İhracat Miktarı (bin dolar)	Ürün Grubu Kodu (SITC)	Ürün Grubu Adı	İhracat Miktarı (bin dolar)
78	Motorlu kara taşıtları, bisiklet ve motosikletler, bunların aksam ve parçası	191.890	84	Giyim eşyası ve bunların aksesuarları	44.986
65	Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya)	91.005	65	Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya)	41.098
74	Diğer genel endüstri makine/ cihazların aksamları	59.271	77	Elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları	17.858
69	Demir, çelik, bakır, nikel, alüminyum ve diğer adi metallerden eşya	54.007	58	İlk şekilde olmayan plastikler (boru, hortum, levha, yaprak, plaka, şerit, film vb.)	16.436
58	İlk şekilde olmayan plastikler (boru, hortum, levha, yaprak, plaka, şerit, film vb.)	45.485	71	Güç üreten makineler ve araçlar	14.947
72	Özelliği olan belirli sanayiler için makineler ve aksamı	40.031	69	Demir, çelik, bakır, nikel, alüminyum ve diğer adi metallerden eşya	14.930
89	Başka yerde belirtilmeyen çeşitli mamul eşyalar	32.286	5	Meyve ve sebzeler	12.386
54	Tıp ve eczacılık ürünleri	32.034	89	Başka yerde belirtilmeyen çeşitli mamul eşyalar	12.284
77	Elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları	26.707	67	Demir ve çelik	8.547
84	Giyim eşyası ve bunların aksesuarları	26.282	74	Diğer genel endüstri makine/ cihazların aksamları	8.293

Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016.

Almanya'nın Bosna-Hersek'e ihraç ettiği ürün grupları ve sıraları incelememizin yapıldığı periyotta neredeyse hiç değişikliğe uğramamış ve aynı ürünler yaklaşık olarak aynı yoğunlukta ihraç edilmiştir. Almanya birçok ülkeye olduğu gibi Bosna Hersek'e de en çok motorlu kara taşıtları (78), tekstil ürünleri (65) ve genel endüstri makineleri (74) ihraç etmiştir. Türkiye, Almanya'yı sadece giyim eşyası ve aksesuarları (84) ile meyve ve sebze (5) grubunda geçebilmiştir. Bunlar haricinde Türkiye bu ülkeye yoğun olarak tekstil ürünleri (65), elektrik makineleri (77) ve ilk şekilde olmayan plastikler (58) ihraç etmiştir.

2008-2015 periyodunda sona gelindikçe iki ülkenin yoğun olarak ihraç ettiği kalemlerde oluşan benzerlik dikkat çekmektedir. Bu da eğilim aynı şekilde devam ettiğinde motorlu taşıtlar (78) ürün grubu hariç diğer ürün gruplarında iki ülke ihracatçıları arasında ilerleyen yıllarda Bosna-Hersek pazarında rekabetin artacağı şeklinde yorumlanabilir.

## Bulgaristan

Almanya'yı AB'deki en önemli stratejik ortağı olarak gören Bulgaristan'ın Birlik'e giriş ve uyum sürecinde danışmanlık aldığı pek çok Alman uzman halen Bulgaristan'da çeşitli Bakanlıklarda aktif olarak çalışmaktadır.

Almanya 2014 yılında Bulgaristan ile dış ticarete Rusya, İtalya, Türkiye ve Romanya'nın önüne geçmiş ve Bulgar mallarını en çok satın alan ülke konumuna yükselmiştir. Bugün Bulgaristan ile aktif olarak iş yapan yaklaşık 5 bin Alman firması vardır. Bu firmalardan 1.200'ü Bulgar bir yönetici tarafından temsil edilmekte ve Bulgaristan'da bulunmaktadır.<sup>35</sup> Alman-Bulgar Ticaret Odası (DBIHK), 500 (10.12.2014 tarihi itibarıyla) üyesi ile Bulgaristan'da en çok üye sayısına ulaşan ticaret odasıdır. Düşük işçi maliyetleri, Almanca konuşan işçi sayısının fazla olması, düşük vergiler, AB üyesi olması ve Asya ile Avrupa kıtasında köprü durumunda stratejik bir pozisyona sahip olması Alman firmalarının Bulgaristan'ı tercihinde önemli rol oynar. Bulgaristan'da bulunan büyük Alman firmalarına örnek olarak METRO, Willi Betz, HIT, Allianz, Schwarz Group (Kaufland ve Lidl), Rewe Group (Billa ve Penny marketleri), Liebherr, E.ON, Festo, ABB, Rollmann, Siemens, SAP, Praktiker ve Lufthansa Technik verilebilir. 2014 rakamları ile Bulgaristan'a yapılan toplam doğrudan yabancı yatırım 1,182 milyar avrodur ve bunun 338 milyon avrosu Almanya tarafından yapılmıştır.<sup>36</sup>

Almanya ile Bulgaristan arasında kültürel ilişkilerin seviyesi de oldukça güçlü ve yoğundur. İki ülke arasında 1996 yılında Kültür Anlaşması imzalanmış ve ilerleyen yıllarda Bulgaristan'a düzenli olarak Almanca öğretmeni gönderilmiştir. Almanca Bulgaristan'da İngilizce ve Rusçadan sonra en çok öğrenilen dildir. Bulgar gençler arasında Almanya'da üniversite okumaya olan ilgi de büyüktür. Almanya'daki en büyük yabancı öğrenci gruplarından biri sayıları 7 bine ulaşan Bulgaristan orijinli öğrencilerdir.

35. Datenblatt Bulgarien, Botschaft der Bundesrepublik Deutschland Sofia, Mart 2015, <http://www.sofia.diplo.de/Vertretung/sofia/de/Startseite.html>, (Erişim tarihi: 14 Ağustos 2016).

36. Datenblatt Bulgarien, Botschaft der Bundesrepublik Deutschland Sofia.

Bulgaristan'a yapılan DYY sıralamasında Almanya 2014 yılında 5. sırada iken, Türkiye'nin 17. sırada olduğu görülmektedir. Bulgaristan'daki en büyük Türk yatırımı olan Şişecam, Türk sermayeli Hollanda şirketi olarak Bulgaristan'a giriş yaptığı için sıralamada Türkiye'nin değil Hollanda'nın rakamlarını etkilemektedir. 2014 yılı rakamlarına göre Bulgaristan'a en büyük yatırımı yapan ülke de Hollanda olarak görülmektedir.<sup>37</sup>

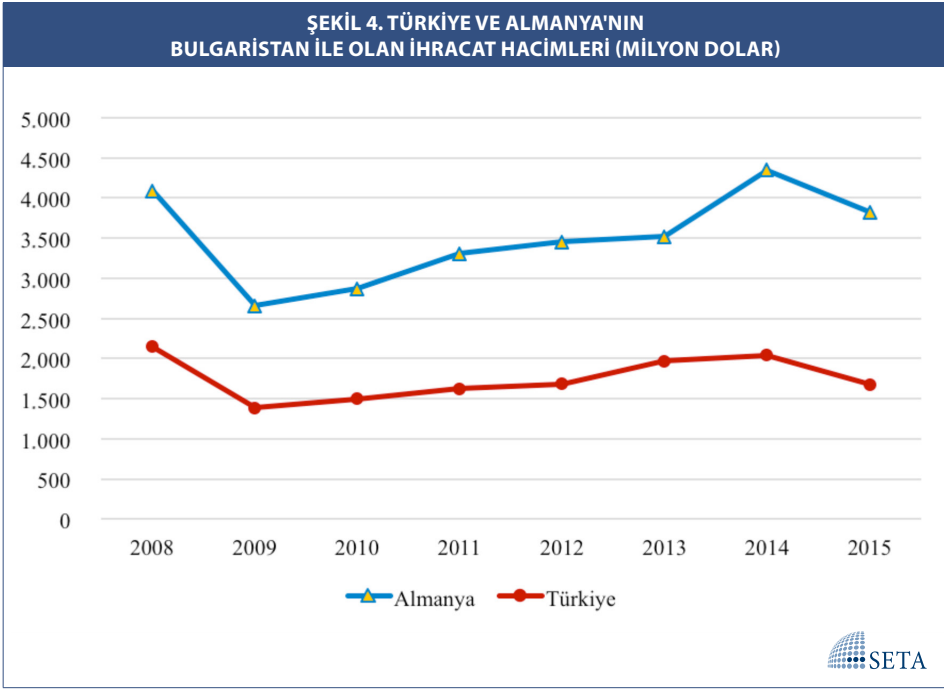
2007 yılında AB üyesi olan Bulgaristan ile Türkiye'nin ticaretinde AB Ortak Gümrük tarifesi uygulanmaktadır. Bu tarihten itibaren AB'nin bir tarafı haline gelen Bulgaristan ile Türkiye arasında gerçekleştirilen ticarete sanayi ürünleri herhangi bir vergiye tabi olmazken, tarım ürünleri için AB'nin Türk tarım ürünlerine uyguladığı tercihli vergi oranları kullanılmaktadır. Türkiye-AB Gümrük Birliği kapsamında olmayan tarımsal, hayvansal ve su ürünlerinin Türkiye'den Bulgaristan'a ihracatı veya buradan transit geçirilmesinde zaman zaman mevzuata uygunluk açısından sıkıntılar yaşanmaktadır.

2013 ve 2014 yıllarında Bulgar mallarını en çok satın alan ülke Almanya, ikinci ülke ise Türkiye'dir. Ancak ülkenin ithalat rakamlarına baktığımızda ithalat şampiyonu olarak Rusya'yı (2014 yılında 5,278 milyar dolar), ardından ikinci sırada Almanya'yı (2014 yılında 4,255 milyar dolar) görürüz. Ham petrol ve doğalgazda Moskova'ya yüzde yüz bağlı olan Bulgaristan ithalatında birinci sırada Rusya'yı görmek bu bakımdan şaşırtıcı değildir. Türkiye ise Bulgaristan'a mal satan ülkeler sıralamasında 1,966 milyar dolar ile 5. sırada yer almaktadır.<sup>38</sup>

Bulgaristan'da önemli yatırımcı konumunda aktif olarak iş yapan 52 adet Türk firması vardır ve bu firmalar 10 bin civarında kişi istihdam etmektedir. Bu firmaların toplam yatırım tutarı yaklaşık 2 milyar dolardır. Bulgaristan'da sanayi, sağlık, bankacılık ve turizm alanlarında aktif olan önemli Türk firmaları arasında Şişecam, Alcomet, Nursan Otomotiv Ltd, Techno-Aktaş AD, Sertan Bulgaria Ltd, Teklas, Perfektüp, First Dialysis Services Bulgaria EAD, Eczacıbaşı-Monrol, Acıbadem, Güven hastanesi ve Florence Nightingale hastaneleri, D-Commerce Bank, Ziraat Bankası, Türk sermayeli Alman Bankası statüsünde ISBANK GmbH, Princess otelleri, Regnum Otel ve Hayat-Bulgaria sayılabilir.

37. T.C. Ekonomi Bakanlığı.

38. T.C. Ekonomi Bakanlığı.



Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016.

Türkiye ve Almanya'nın Bulgaristan'a olan ihracatı oldukça karakteristik bir tavır sergilemekte olup 2008-2015 yılları arasında ihraç edilen ürün gruplarının sıralaması ciddi bir değişikliğe uğramamıştır. İki ülkenin Bulgaristan'a en çok ihraç ettikleri ürünler ve hacimleri farklılık göstermekle birlikte Almanya, Bulgaristan'a Türkiye'nin yaklaşık olarak iki katı ihracat yapmaktadır.

Türkiye, Bulgaristan'a en çok tekstil ürünleri (65), madenler (68), motorlu kara taşıtları (78), elektrik makineleri (77) ve sebze-meyve (5) ihraç etmektedir. Almanya'nın en çok ihraç ettiği ürünler ise motorlu kara taşıtları (78), sanayi makine ve aksesuarları (72), endüstri makine/cihazları (74) ve elektrik makineleri (77) şeklinde sıralanır.

Son yıllarda Türkiye'den Bulgaristan'a motorlu taşıt ihracatı oldukça yüksek rakamlara ulaşmıştır. Her ülkenin kendine has olarak ürettiği bazı ürünler dışında, özellikle sanayi makine ve aksesuarları, endüstri makine/cihazları ve elektrik makineleri gruplarında ilerleyen yıllarda Bulgaristan pazarında rekabetin artacağı tahmin edilebilir. 2016 yılı Mayıs ayı verilerine göre Türkiye, Bulgaristan'a bir önceki yılın Mayıs ayına göre ihracatını yüzde 33,1 oranında artırmıştır.<sup>39</sup>

39. "İhracat Mayıs Ayında 10 Milyar 794 Milyon Dolar Oldu", Türkiye İhracatçılar Meclisi, 4 Haziran 2016, <http://www.tim.org.tr/tr/gundem-ihracat-mayis-ayinda-10-milyar-794-milyon-dolar-odu.html>, (Erişim tarihi: 5 Ekim 2016).

TABLO 4. 2015 YILINDA ALMANYA VE TÜRKİYE'DEN BULGARİSTAN'A İHRAÇ EDİLEN İLK ON ÜRÜN GRUBU					
ALMANYA			TÜRKİYE		
Ürün Grubu Kodu (SITC)	Ürün Grubu Adı	İhracat Miktarı (bin dolar)	Ürün Grubu Kodu (SITC)	Ürün Grubu Adı	İhracat Miktarı (bin dolar)
78	Motorlu kara taşıtları, bisiklet ve motosikletler, bunların aksam ve parçası	501.734	65	Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya)	318.369
72	Özelliği olan belirli sanayiler için makineler ve aksamı	347.621	68	Demir ihtiva etmeyen madenler	108.500
77	Elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları	325.723	78	Motorlu kara taşıtları, bisiklet ve motosikletler, bunların aksam ve parçası	105.647
93	Özel işlemler ve mallar, çeşitlerine göre sınıflandırılmamış mallar	259.675	77	Elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları	99.380
74	Diğer genel endüstri makine/ cihazların aksamları	256.804	69	Demir, çelik, bakır, nikel, alüminyum ve diğer adi metallere eşya	79.415
65	Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya)	175.306	28	Metal cevherleri, döküntüleri, hurdaları	72.856
54	Tıp ve eczacılık ürünleri	168.003	5	Meyve ve sebzeler	70.323
69	Demir, çelik, bakır, nikel, alüminyum ve diğer adi metallere eşya	129.124	67	Demir ve çelik	69.764
67	Demir ve çelik	128.801	62	Kauçuk ve kauçuktan eşya	69.141
76	Haberleşme, ses kaydetme ve sesi tekrar vermeye yarayan cihaz ve araçlar	125.523	58	İlk şekilde olmayan plastikler (boru, hortum, levha, yaprak, plaka, şerit, film vb.)	68.920

Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016.

## Kosova

Şubat 2008'de bağımsızlığını ilan etmesinden hemen sonra Kosova'yı ilk tanıyan ülkelerden biri Almanya olmuştur. Almanya, 1998-1999'daki savaş öncesinde yaşanan karışıklıklar esnasında ve savaş sırasında Kosova'dan pek çok mülteci kabul etmiş, savaş sonrasında ülkenin yeniden inşasında gerekli olan Kalkınma İşbirliği'nde Kosova'ya yakın ilgi göstermiştir. Kosova'nın savaş sonrası yeniden inşa-

sında pek çok Alman firması görev almıştır.<sup>40</sup> Alman Federal Hükümeti ve Alman Federal Meclisi üyelerinin ülkeye olan düzenli ziyaretlerinde de belirttikleri gibi, Almanya için Kosova'nın gelişmesi bölgenin istikrarı açısından çok önemlidir. Almanya'nın Kosova'yı teknik ve finansal olarak desteklediği alanlar kamu yönetimi, demokratikleşme, sivil toplum, temel eğitim, su ve enerji tedarikinde altyapı geliştirme, sürdürülebilir ekonomik kalkınma ve istihdam teşvikidir. 2015 yılında Güneydoğu Avrupa İstikrar Paketi fonları ile demokrasi, insan ve azınlık hakları, barışçıl çatışma çözümleri ve hukukun üstünlüğünü teşvik etme amaçlı çok sayıda proje finanse edilmiştir.

1999 yılından bu yana Almanya'nın Kosova'ya olan maddi desteği yarım milyar avroyu bulmuştur. 2015 yılı için sadece Alman Kalkınma Bakanlığı'nın hazırladığı miktar 30 milyon avrodur. Bu miktarlarla Kosova'da ABD'den sonra ikinci büyük donör Almanya'dır.<sup>41</sup>

Almanya'nın diğer ülkelerle kültürel anlamda ilişkilerini yürüten Goethe Enstitüsü Kosova'da bulunmamakta, bu ülke ile ilişkiler Belgrad ve Selanik'te bulunan Goethe Enstitüleri aracılığı ile yürütülmektedir. Almanca Kosova'da da en fazla konuşulan ikinci yabancı dil olarak rağbet görmektedir.

Genel itibarıyla bir tüketim toplumu olarak ifade edebileceğimiz Kosova ekonomisinin kendi üretimi oldukça azdır. Ekonomi daha çok diğer ülkelerden gelen yardımlara ve özellikle Almanya ve İsviçre'de çalışan Kosovalı işçilerin ailelerine gönderdikleri paralara bağlıdır.<sup>42</sup> İşçi gelirleri Kosova gayrisafi yurt içi hasılasının yüzde 10-15'ine tekabül etmekte, yabancı yardımlar ise gayrisafi yurt içi hasılanın üçte birini oluşturmaktadır.<sup>43</sup>

Kosova Sanayi ve Ticaret Bakanlığı verilerine göre 2015 yılı Ocak-Kasım döneminde ülkeye 316 milyon avro değerinde DYY yapılmıştır. Bu yatırımların yüzde 22'si İsviçre, yüzde 17'si Türkiye, yüzde 11'i İngiltere, yüzde 11'i Arnavutluk ve yüzde 9'u da Almanya kaynaklıdır.

Türkiye'nin Kosova'ya yaptığı doğrudan yatırımlar içinde 40 milyon avro ile havalimanı inşaat ve işletmesi yatırımı birinci sıradadır. İkinci sırayı ise 26,3 milyon avro ile enerji sektörü oluşturmaktadır. Türk firmalarının üstlendiği önemli projelerden olan Priştine Uluslararası Havalimanı inşaatında yüklenici firma Limak-Aeroports de Lyon konsorsiyumudur. 140 milyon avro yatırımla hayata geçi-

40. Hanna Gieske, "Deutsche Firmen Drängen ins Kosovo", Die Welt, 14 Temmuz 1999.

41. Ehrenstein, "Deutschland Hat Vier Milliarden in den Balkan Gesteckt".

42. Alman Dışişleri Bakanlığı.

43. T.C. Ekonomi Bakanlığı.

rilen bu havalimanı yeni terminal binası ve ek tesisleri 2013 yılında hizmete açılmıştır.<sup>44</sup> Kosova Elektrik Enerjisi Dağıtım ve Tedariki projesinde ise Limak-Çalık konsorsiyumu yüklenici firma olarak faaliyet göstermektedir. Enka-Bechtel ortaklığıyla Kosova'yı Adriyatik Denizi'ne bağlayan otoyol yapımı 700 milyon avro tutarında büyük bir yatırımdır.<sup>45</sup>

T.C. Priştine Ticaret Müşavirliği, Kosova'da faaliyet gösteren 41 adet Türk yatırımcı firması bulunduğunu ve 2015 yılı sonu itibarıyla bu firmaların toplam yatırım tutarının yaklaşık 346 milyon dolar olduğunu belirtmektedir. Türk firmaları tarafından 359'u Türk, 6.034'ü Kosovalı olmak üzere toplam 6.393 kişi istihdam edilmektedir.

Kosova'da bulunan 4.908 yabancı sermayeli şirketin 586'sı Türk iş adamlarına aittir. Faal durumda olan Türk firma sayısı ise 325'dir. Türk Ekonomi Bankası (TEB), Çalık Grubu'na ait BKT (Banka Kombetare Tregtare) ve Türkiye İş Bankası Kosova'da faaliyet gösteren Türk bankalarıdır. Özerler Holding'in bir kuruluşu olan Newko Balkan, Remates, Şen Kardeşler Şirketler Grubu'na ait NTP Kamila, Aksoy Grup, Konak İnşaat, Uluova İnşaat, Enka, Limak, FTM Group Kosova pazarında faaliyet gösteren Türk firmalarıdır.<sup>46</sup>

Türkiye ile Kosova arasında 27 Eylül 2013 tarihinde STA imzalanmıştır. Anlaşmanın taraflarca iç onay işlemlerinin tamamlanmasının ardından yürürlüğe konulması hedeflenmektedir. Türkiye'de iç onay süreci tamamlanmış olup, anlaşmanın yürürlüğe girmesi için Kosova'daki işleyen sürecin sonuçlanması beklenmektedir. Bu anlaşma uyarınca Kosova'da halihazırda yaklaşık yüzde 10 olan gümrük vergileri 9 yıl içinde Türkiye ihracatçıları için önemli ölçüde sıfırlanacaktır.<sup>47</sup>

Ankara her yıl 120 Kosovalı öğrenciye burs vererek Türkiye'de öğrenim görmesini sağlamak ve kümülatif olarak sayıları bini geçen bu öğrenciler mezuniyetleri sonrasında ikili ilişkilerin gelişmesine katkıda bulunmaktadır.<sup>48</sup>

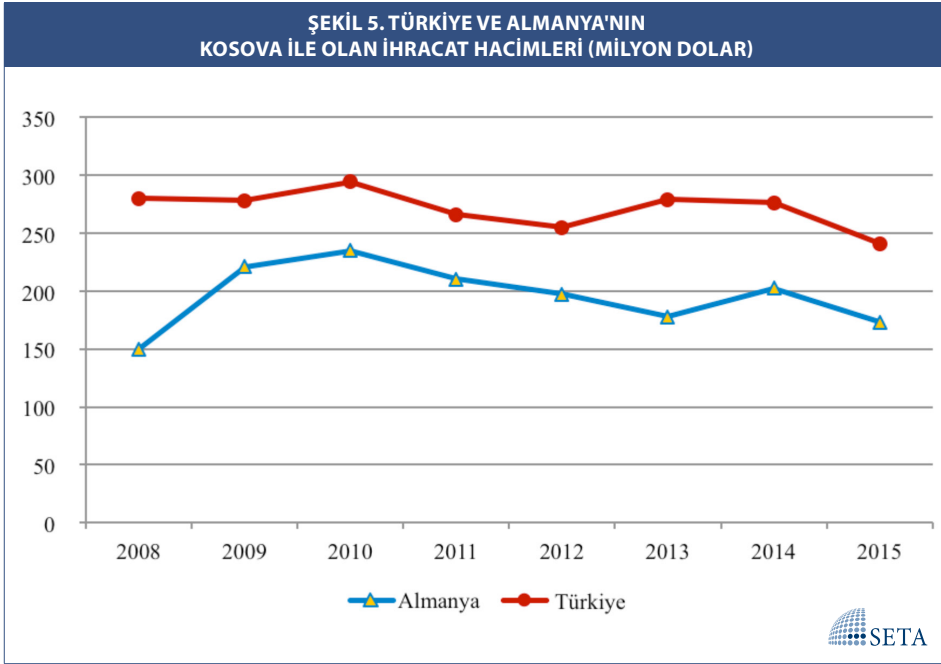
44. "Limak'ın 140 Milyon Euro'luk Yatırımı Kosova'yı Uçuracak", *Akşam*, 24 Ekim 2013.

45. "Türk-Kosova İş Forumu", Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, [https://www.deik.org.tr/KonseyIcerik/1788/T%C3%BCrk\\_Kosova\\_%C4%B0%C5%9F\\_Forumu.html](https://www.deik.org.tr/KonseyIcerik/1788/T%C3%BCrk_Kosova_%C4%B0%C5%9F_Forumu.html), (Erişim tarihi: 29 Mayıs 2016).

46. T.C. Ekonomi Bakanlığı.

47. T.C. Ekonomi Bakanlığı.

48. "Türk-Kosova İş Forumu", Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu.



Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016.

Kosova, Türkiye'den gelecek yatırımcılar için hem yüzde 10 gibi düşük vergi oranları hem de açık bir pazar vazifesi görmesiyle burada üretip tüm Avrupa'ya satma şansı vermesi bakımından cazip bir ülkedir. Ayrıca Türk iş adamlarının dil ve kültür sorunu yaşamadan işlerini yürütebilecekleri, tarım ve madencilik alanında yatırım açısından çok fazla fırsatlar barındıran bir ülkedir.<sup>49</sup>

Kosova Türkiye'nin Balkanlarda ihracatta değer olarak Almanya'dan önde olduğu iki ülkeden biridir. Bunun sebebi ise tüketime dayalı olan Kosova ekonomisinin sanayi ürünlerinden ziyade tüketim ürünleri ithalatı yapması ve bu ihtiyacı da daha çok Türkiye'den karşılamasıdır. 2015 rakamlarıyla Türkiye, Balkan ülkeleri ile olan toplam ihracatının yüzde 3,1'ini, Almanya ise yüzde 0,6'sını Kosova ile gerçekleştirmektedir (Tablo 13).

Türkiye'nin Kosova'ya en çok ihraç ettiği ürünler arasında giyim eşyaları (84), tekstil ürünleri (65), elektrik makineleri, cihazları ve aletleri (77), demir, çelik, bakır, nikel, alüminyum ve diğer adi metallere eşya (69) ve genel endüstri makine/cihazların aksamaları (74) yer alır.

49. Ahmet Mithat Milli, "Kosova Yatırım için Cazip bir Ülke", Kosova Haber, 3 Haziran 2011.

TABLO 5. 2015 YILINDA ALMANYA VE TÜRKİYE'DEN KOSOVA'YA İHRAÇ EDİLEN İLK ON ÜRÜN GRUBU					
ALMANYA			TÜRKİYE		
Ürün Grubu Kodu (SITC)	Ürün Grubu Adı	İhracat Miktarı (bin dolar)	Ürün Grubu Kodu (SITC)	Ürün Grubu Adı	İhracat Miktarı (bin dolar)
78	Motorlu kara taşıtları, bisiklet ve motosikletler, bunların aksam ve parçası	34.624	84	Giyim eşyası ve bunların aksesuarları	34.870
58	İlk şekilde olmayan plastikler (boru, hortum, levha, yaprak, plaka, şerit, film vb.)	15.798	65	Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya)	30.398
12	Tütün ve tütün mamulleri	12.114	77	Elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları	23.079
72	Özelliği olan belirli sanayiler için makineler ve aksamı	10.128	69	Demir, çelik, bakır, nikel, alüminyum ve diğer adi metallerden eşya	13.910
63	Mantar ve ahşap eşya (mobilya hariç)	8.837	74	Diğer genel endüstri makine/ cihazların aksamaları	9.229
89	Başka yerde belirtilmeyen çeşitli mamul eşyalar	8.495	58	İlk şekilde olmayan plastikler (boru, hortum, levha, yaprak, plaka, şerit, film vb.)	8.785
74	Diğer genel endüstri makine/ cihazların aksamaları	8.025	89	Başka yerde belirtilmeyen çeşitli mamul eşyalar	8.623
2	Süt, süt ürünleri ve yumurta	7.946	5	Meyve ve sebzeler	8.269
69	Demir, çelik, bakır, nikel, alüminyum ve diğer adi metallerden eşya	6.592	55	Uçucu yağlar, parfüm, kozmetik, tuvalet müstahzarları	7.752
77	Elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları	6.302	72	Özelliği olan belirli sanayiler için makineler ve aksamı	7.185

Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016.

Almanya'nın Kosova'ya 2015 yılında ihraç ettiği ürünler arasında toplam ihraç değeri sıralamasında birçok ülkede olduğu gibi motorlu kara taşıtları (78) ilk sırada gelirken, onu ilk şekilde olmayan plastikler (58) takip etmiştir. Birçok ülkeden farklı olarak Almanya'nın Kosova'ya ihracatında tütün ve tütün mamulleri (12) makine ve benzeri ürün gruplarını geçip 3. sırada yer alırken, 8. sırada yer alan süt, süt ürünleri ve yumurta (2) dikkat çekmektedir.

### Hırvatistan

Hırvatistan ile Almanya arasındaki ilişkiler oldukça iyi seviyededir. Almanya'da yaşayan 230 bin Hırvat kökenli insanın ve Almanya'da misafir işçilik yaptıktan

sonra Hırvatistan'a geri dönen pek çok kişinin bunda olumlu bir katkısı vardır. Her yıl 2 milyon Alman turist tatil yeri olarak Hırvatistan'ı seçmektedir. İki ülke arasında iktisadi, akademik ve teknik anlamda yakın ilişkiler mevcuttur. Almanya ve Hırvatistan'ın politikacıları arasında da oldukça yoğun bir ziyaret trafiği vardır.

Hırvatistan'ın AB'ye girmesini müteakiben Almanya, Hırvatistan'da piyasa ekonomisinin güçlendirilmesi, kamu yönetiminin modernizasyonu, hukuki reformlar, enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji konularında danışmanlık ve eğitim yoluyla teknik destek vermiştir. Bölgede 1992'de patlak veren savaş sonrası insani yardım ve savaş zararlarının giderilmesinde de Almanya Hırvatistan'ın elinden tutmuştur.

İki ülke arasındaki ekonomik ilişkiler siyasi ve kültürel yakınlığın bir meyvesi olarak oldukça iyidir. Almanya ve Hırvatistan arasındaki ticaret Hırvatistan'ın AB'ye girişi ile daha da canlanmıştır. 2015 yılında Almanya'nın Hırvatistan'a ihracatı yüzde 9,5, Hırvatistan'dan ithalatı ise yüzde 12,2 artış kaydetmiştir. 2015 yılının ilk 11 aylık verilerine göre Hırvatistan'ın en büyük ticari partneri Almanya'dır, onun ardından ise İtalya, Slovenya ve Avusturya gelmektedir. Hırvatistan dış ticaretinin yüzde 73'ünü AB ülkeleri ile yapmaktadır.

DYY'lerde ise Hollanda ve Avusturya'dan sonra 3. sırada Almanya gelmektedir. 1993-2014 yılları arasında Hırvatistan'a toplam 28,9 milyar avro DYY yapılmış bulunmaktadır. Bu yatırımlarda Hollanda'nın payı yüzde 21,3, Avusturya'nın yüzde 21,1, Almanya'nın yüzde 8,3, Türkiye'nin ise sadece yüzde 0,6'dır. Türkiye'nin Hırvatistan'a yönelik DYY tutarı 181,7 milyon avrodur. Her ne kadar Türkiye'nin Hırvatistan'daki yatırımları AB ülkeleri ile kıyaslanamayacak kadar küçük olsa da, Türkiye özellikle 2012 yılında gerçekleştirdiği 124,2 milyon avroluk yatırım ile dikkatleri üzerine çekmiştir.

DAX (Alman Borsa Endeksi) şirketleri gibi büyük firmaların yanı sıra pek çok orta büyüklükteki Alman firması da Hırvatistan'da kendilerine bağlı şirketler kurmaktadır. Hırvatistan 2013 yılında AB'ye girişi akabinde ülkedeki yatırım ortamını iyileştiren ve yabancı yatırımcıların işlerini daha kolay yürütmesini sağlayacak bir dizi önlem almış ve kanun değişiklikleri yapmıştır. 2003 yılından beri aktif olan Alman-Hırvat Ticaret Odası'nın 2015 yılı verilerine göre 370 üyesi vardır. Almanya, Hırvatistan'a her yıl 2 milyon civarında turist göndermektedir. 2015 yılında Almanya'dan Hırvatistan'a gelen turist sayısında bir önceki yıla göre yüzde 6,8 artış gözlenmiştir.

Almanya ile Hırvatistan'ın yürüttüğü ortak projelerde bilim insanları ve üniversiteler arası değişim programları öncelikli olarak yer almaktadır. Almanca, Hırvatistan'da okul çağındaki öğrencilerin yaklaşık yüzde 30'u tarafından birinci

ya da ikinci yabancı dil olarak öğrenilmektedir. Hırvatistan'da Goethe Enstitüsü, Alman Akademik Değişim Servisi (DAAD) ve Yurt Dışı Okullar İçin Merkez Ajansı'nın (ZFA) yanı sıra Friedrich-Ebert, Rosa-Luxemburg ve Hanns-Seidel vakıfları aktif olarak faaliyet yürütmektedir.<sup>50</sup>

Türkiye ile Hırvatistan arasındaki coğrafi yakınlığa rağmen ticari ve ekonomik ilişkiler potansiyelinin oldukça altında seyretmektedir. Türkiye, Hırvatistan'ın ihracatı ve ithalatından sırasıyla yüzde 1,2 ve yüzde 1,3'lük pay almakta ve bunun sonucunda Hırvatistan'ın ihracatında 16. ve ithalatında ise 20. sırada yer almaktadır. Hırvatistan ile Türkiye arasındaki ticaret hacmi 2002 yılında 52 milyon dolar iken 2014 yılında bu rakam yaklaşık olarak 425 milyon dolara ulaşmıştır. İki ülke arasındaki dış ticaret hacmi 2002-2014 yılları arasında 7 kattan fazla artmıştır. Bu yüksek oranlı artışın temelinde iki ülke arasında 1 Temmuz 2003 tarihinde yürürlüğe giren STA yatmaktadır.

Hırvatistan'daki Türk yatırımları bir otoyol yapımı ve iki otel işletmeciliğiyle sınırlı kalmıştır. Bugüne kadar iki Türk firması Hırvatistan'a otelcilik alanında yatırım yapmış bulunmaktadır. Bunlardan Uzel Grubu Dubrovnik'te eski şehir içinde yer alan Dubravka Oteli'ni satın alarak onarımını yaptıktan sonra 2002 yılında Pucic Palace adıyla işletmeye açmıştır. Rixos Hotels, Sembol A.Ş. ve Lydion A.Ş.'den oluşan Fine Group, Dubrovnik'teki Libertas Hotel'i bir Bulgar firmasından 2004 yılında devralmış, otelin restorasyonu Sembol A.Ş. tarafından üstlenilmiştir. Yerel idare ile yaşanan bazı bürokratik sorunlar nedeniyle bu otel 2007 yılında yapımı tamamlansa da resmi olarak ancak 2009 yılı Temmuz ayında faaliyete geçebilmiştir. Söz konusu otel 5 yıldızlı olup Libertas-Rixos adıyla faaliyet göstermektedir. Ayrıca Türk inşaat firmalarının Hırvatistan'daki otoyol inşaatı projeleriyle ilgili oldukları bilinmektedir. Ancak Hırvat hükümetinin yerli inşaat firmalarını veya AB ülkelerinin firmalarını destekleme yönündeki politikaları nedeniyle 2004 yılından sonra bu alanda Türk firmalarınca herhangi bir proje gerçekleştirilememiştir. Enka-Bechtel ortaklığı Zagreb-Split otoyolunun Otacac bölümünün inşaatını 2004 yılında tamamlamıştır. Aynı firma 2005 yılında Split-Ploce otoyolu inşaatı ihalesine de katılmış ancak ihale Avusturyalı ve Hırvat firmalarından oluşan bir konsorsiyuma verilmiştir.

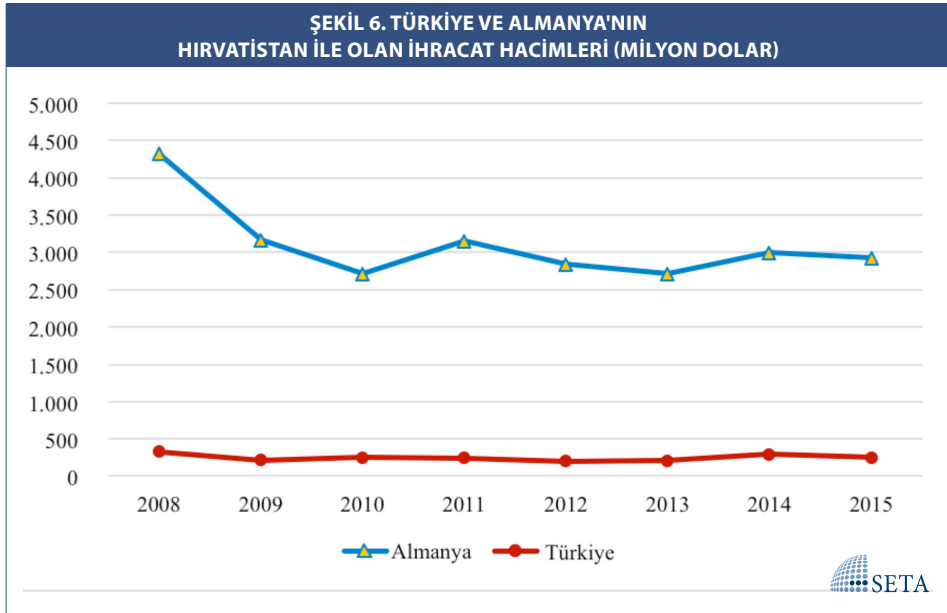
Türk firmalarının otoyol ve liman modernizasyonu başta olmak üzere inşaat sektöründeki projelere ilgisi bulunmakla birlikte, özellikle Hırvatistan'a yabancı işçi getirilmesinin önündeki engeller nedeniyle bu alanda bir ilerleme kaydedilememektedir.

50. Alman Dışişleri Bakanlığı.

Hırvatistan'da kurulu bulunan Türkiye menşeli firma sayısının toplam 50 adet olduğu tahmin edilmekte ve bunların tekstil ve hazır giyim ürünleri, halı, kilim, ev tekstili ürünleri ile inşaat malzemeleri perakende satışı alanlarında faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli firmalar olduğu bilinmektedir.<sup>51</sup>

Hırvatistan'da 2016 yılında Global Liman İşletmesi Holding ile Fransız Bouygues Batiment International S.A. ortaklığında kurulan Dubrovnik Uluslararası Yolcu Liman Yatırımı (DICPI) Dubrovnik Liman Yönetimi ile hem limanın inşası hem de Cruz yolcu terminalinin işletilmesi için bir Ön İmtiyaz Anlaşması imzalamıştır. Anlaşmaya göre DICPI, yolcu terminali ile birlikte, alışveriş merkezi ve otobüs terminali inşaatı için 93,7 milyon avro yatırım yapacak, aynı zamanda liman ve alışveriş merkezinin tüm işletim haklarına 40 yıl süreyle sahip olacaktır. Söz konusu inşaat Ekim 2016'da başlanması ve Ağustos 2018'de tamamlanması beklenmektedir. Türkiye'nin Hırvatistan'da ayrıca bankacılık alanında da yatırımı vardır. Eksen Holding 2011'de Slavonski Brod merkezli Banka Brod d.d.'yi satın alarak ismini Kentbank olarak değiştirmiş ve banka merkezini Zagreb'e taşımıştır. Kentbank 2011'den bu yana Hırvatistan genelinde toplam 14 şube ile hizmet vermektedir.<sup>52</sup>

Hırvatistan Balkan ülkeleri içinde ihracat değeri açısından Almanya-Türkiye oranının en yüksek olduğu ülkedir. Şekil 6'ya göre Almanya'nın Hırvatistan'a olan ihracatı Türkiye'nin Hırvatistan'a olan ihracatının yaklaşık olarak 12 katıdır.



Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016.

51. T.C. Ekonomi Bakanlığı.

52. T.C. Ekonomi Bakanlığı.

Türkiye ve Almanya'nın Hırvatistan'a ihraç ettikleri ürün gruplarına baktığımızda incelemenin yapıldığı periyot içinde (2008-2015) en çok ihraç edilen ürün grupları ve sıralamasının özellikle de Almanya için pek bir değişikliğe uğramadığı göze çarpmaktadır. Dikkat çeken diğer bir ayrıntı ise Türkiye'nin Hırvatistan'a en çok sattığı ürünlerin başında motorlu kara taşıtları, bunların aksam ve parçaları (78) ve elektrik makineleri, cihazları ve aletlerinin (77) gelmesidir. Ayrıca alışıl-gelenden farklı olarak Türkiye'nin bu iki ürün grubu ihracatı tekstil ürünleri (65) ve giyim eşyası (84) ihracatını geçmiş durumdadır (Tablo 6).

TABLO 6. 2015 YILINDA ALMANYA VE TÜRKİYE'DEN HIRVATİSTAN'A İHRAÇ EDİLEN İLK ON ÜRÜN GRUBU					
ALMANYA			TÜRKİYE		
Ürün Grubu Kodu (SITC)	Ürün Grubu Adı	İhracat Miktarı (bin dolar)	Ürün Grubu Kodu (SITC)	Ürün Grubu Adı	İhracat Miktarı (bin dolar)
78	Motorlu kara taşıtları, bisiklet ve motosikletler, bunların aksam ve parçası	410.047	78	Motorlu kara taşıtları, bisiklet ve motosikletler, bunların aksam ve parçası	41.603
93	Özel işlemler ve mallar, çeşitlerine göre sınıflandırılmamış mallar	187.170	77	Elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları	36.305
74	Diğer genel endüstri makine/ cihazların aksamları	172.129	84	Giyim eşyası ve bunların aksesuarları	26.562
77	Elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları	128.025	65	Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya)	26.173
89	Başka yerde belirtilmeyen çeşitli mamul eşyalar	123.450	5	Meyve ve sebzeler	16.148
69	Demir, çelik, bakır, nikel, alüminyum ve diğer adi metallerden eşya	110.374	76	Haberleşme, ses kaydetme ve sesi tekrar vermeye yarayan cihaz ve araçlar	13.278
72	Özelliği olan belirli sanayiler için makineler ve aksamı	99.295	69	Demir, çelik, bakır, nikel, alüminyum ve diğer adi metallerden eşya	9.429
84	Giyim eşyası ve bunların aksesuarları	97.751	89	Başka yerde belirtilmeyen çeşitli mamul eşyalar	8.077
54	Tıp ve eczacılık ürünleri	90.406	58	İlk şekilde olmayan plastikler (boru, hortum, levha, yaprak, plaka, şerit, film vb.)	6.964
75	Büro makineleri ve otomatik veri işleme makineleri	83.911	67	Demir ve çelik	6.488

Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016.

## Makedonya

Makedonya'nın sanayi altyapısı eski Yugoslavya döneminden miras kalan birkaç yatırımdan ibarettir. Ülke donanımlı ve rekabet edebilir bir iş gücüne sahip olmakla birlikte iş olanakları oldukça yetersizdir. 2015 tahminlerine göre işsizlik oranı ortalama yüzde 26,9 civarındadır. Makedonya üç tane çok taraflı STA imzalamıştır. Bunlar AB Ülkeleri ile Stabilizasyon ve Katılım Anlaşması (SAA-Stabilization and Association Agreement), EFTA (European Free Trade Agreement) ve CEFTA'dır (Central European Free Trade Agreement). Makedonya'nın Türkiye ve Ukrayna ile ikili STA'sı bulunmaktadır. Makedonya dış ticaretinin yarısından fazlasını AB ülkeleri ile yapmaktadır.

Makedonya'da kurumlar ve gelir vergisi yüzde 15'ten 2007 yılında yüzde 12'ye, 2008 yılında ise yüzde 10'a düşürülmek suretiyle yabancı yatırımların artırılması, ekonomik büyümenin sağlanması ve işsizlik oranının düşürülmesi hedeflenmiştir. Hükümetin önceliği yabancı yatırımcıları ülkeye çekmek ve özel sektöre ağırlık vermektir. Makedonya'nın öncelikli olarak ekonomisinin ciddi anlamda modernleştirilmesi, geliştirilmesi ve daha da önemlisi bürokrasi, yargı ve özel sektörde yerleşmiş olan ağır ve gevşek iş kültürünün profesyonelleştirilmesi yönünde reformlara ihtiyacı vardır. Bu bağlamda çaba gösteren Makedonya, Dünya Bankası Kolay İş Yapma 2015 Raporu'na göre 30. sıradayken 2016 Raporu'nda 12. sıraya yükselerek bölgesinde birinci ülke olmaya devam etmiştir. Yine Dünya Bankası Kolay İş Yapma Raporu'na göre iş kurma kolaylığı açısından Makedonya listenin 2. sırasında yer almıştır.<sup>53</sup>

Yunanistan'la yaşanan isim sorunu ve ülke içinde Makedon-Arnavut ilişkilerinin zaman zaman gerilmesi, zaten çok küçük bir pazar olan Makedonya'nın ulusal ve uluslararası güvenlik gerekçeleriyle yatırım yapılması riskli bir ülke olarak algılanmasına neden olmaktadır. Ancak eldeki verilere göre Yunanistan, Makedonya'nın en önemli üçüncü dış ticaret ortağıdır ve 1990'lı yıllarda gerçekleştirilen özelleştirmeler sırasında yapılan satın almalar sonucunda Makedonya'daki en önemli yabancı yatırımcı ülkeler arasında da ön sıralarda yer almaktadır. Halen Makedonya'nın en büyük bankası olan Stopanska Banka'nın sahibi Yunanistan Merkez Bankası'dır. Ayrıca ülkedeki tek petrol rafinerisi de Yunanlılara aittir. Halihazırda Makedonya'daki Yunan yatırım tutarının 1 milyar avronun üzerinde olduğu bilinmektedir. IMF verilerine göre Makedonya'ya yapılan toplam yabancı yatırımlarda Hollanda, Avusturya, Yunanistan, Slovenya ve Macaristan ilk beş ülke arasında yer almaktadır.

53. T.C. Ekonomi Bakanlığı.

Almanya pek çok ikili ve çoklu platformda Makedon hükümeti ve sivil toplumu ile iş birliği projelerinde yer alan güvenilir bir partner konumundadır. Alman Uluslararası İşbirliği Teşkilatı (Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit-GIZ), Uluslararası Hukuk İşbirliği Vakfı (Stiftung Internationale Rechtliche Zusammenarbeit-IRZ) ve Sivil Barış Hareketi Forumu (Forum Ziviler Friedensdienst-ZfD) Almanya'nın ülkedeki konumunu güçlendiren kuruluşlardır. Ayrıca Konrad-Adenauer ve Friedrich-Ebert vakıfları da ülkede aktif olarak faaliyet göstermektedir. Makedonya'ya karşı Almanya politikasının hareket noktası ülkenin Euro-Atlantik Entegrasyonu kapsamında özellikle de hukuk devleti olma yolunda gerekli reformları yapmasına destek olmaktır.

Diğer yandan Almanya, Makedonya'ya hatırı sayılır miktarda kalkınma yardımı yapmakta ve uygun şartlarda kredi de vermektedir. Almanya'nın Makedonya ile iş birliği alanları öncelikle çevre dostu altyapı projeleri, sosyal altyapının güçlendirilmesi, piyasa ekonomisi ve bankacılık sektörünün güçlendirilmesi, tarımın modernizasyonu ve yasamanın AB standartlarına uygun hale getirilmesi konularıdır.<sup>54</sup>

Makedonya'da doğrudan yabancı sermaye yatırımı gerçekleştiren Türk şirketlerinin sayısı 100 civarındadır. TAV ve Şişecam gibi büyük çaplı şirketlerin Makedonya'da gerçekleştirdiği yatırımlarla birlikte ülkedeki toplam Türk yatırım tutarı 500 milyon doları aşmıştır.

Makedonya'daki en büyük Türkiye menşeli yatırım, 2008 yılında açılan ihaleyle, Üsküp ve Ohri havalimanlarının modernleştirilmesi ve işletilmesi hakkını kazanan TAV şirketi tarafından yapılmıştır. Modernizasyon çalışmaları tamamlanan Ohri Aziz Pavlus Havalimanı, 10 Nisan 2011 tarihinde gerçekleştirilen resmi törenle açılmıştır. Üsküp Büyük İskender Havalimanı'nın resmi açılışı ise 6 Eylül 2011 tarihinde gerçekleşmiştir.

Ayrıca Makedonya'daki önemli Türk yatırımları arasında bankacılık sektöründe Halk Bank AD Skopje ile Hollanda merkezli Demir-Halk Bank tarafından çoğunluk hissesi satın alınan İK Banka yer almaktadır. Makedonya'nın 16 şehrinde şube sayısını son iki yılda 21'den 34'e çıkararak ve kredilerini 90 milyon avrodan 326 milyon avroya, mevduatlarını ise 90 milyon avrodan 317 milyon avroya ulaştıran Halk Banka AD Skopje bu gelişmeler sonucunda 489 milyon avroluk aktif büyüklüğüyle sektörün 5. büyük bankası konumuna gelmiştir.<sup>55</sup> Bu gelişmelerle Makedonya'ya yapılan Türk yatırımlarının artırılması ve ticari ilişkilerin geliştirilmesi beklenmektedir.

54. Alman Dışişleri Bakanlığı.

55. Ali Fuat Taşkesenlioğlu, "Halkbank Balkanlardan Sonra Gözünü Uzaklara Dikti", *Dünya*, 18 Ocak 2016.

Sütaş, Swedmilk fabrikasını satın alarak Makedonya pazarına girmiş ve ülkeye 2 bin büyükbaş hayvan getirmeyi hedeflemiştir. Üsküp'ün Aerodrom ilçesinde, yatırımını Cevahir Holding'in üstlendiği 42 katlı dört bina, alışveriş merkezi ve sosyal alanlardan oluşan bir kompleksin inşasına Temmuz 2012'de başlamıştır. Projenin toplam maliyeti 300 milyon avro olarak tahmin edilmektedir.

Türkiye ve Makedonya arasında kültürel ilişkilerin de geliştirilmesi amacıyla, 2010 yılında Makedonya'nın başkenti Üsküp'te Yunus Emre Türk Kültür Merkezi açılmış ve 21 Aralık 2012 tarihinde Makedonya ile Türkiye arasında karşılıklı kültür merkezlerinin kurulmasına ilişkin anlaşma imzalanmıştır.

15 Kasım-1 Aralık 2013 tarihleri arasında Makedonya Uluslararası İşbirliği Merkezi tarafından 1.000 Makedonya vatandaşının katılımıyla gerçekleştirilen "Küresel Liderlik ve Komşu Ülkeler" başlıklı ankette Türkiye yüzde 16 oy oranı ile "en dost ülke" olarak tercih edilmiştir. "Makedonya'nın en iyi müttefikleri" sıralamasında ise Türkiye yüzde 14,6 oy oranıyla yine birinci sırada yer almıştır.<sup>56</sup>

Makedonya'daki yabancı yatırımların önemli bir kısmı telekomünikasyon, bankacılık, sigortacılık, petrol sanayii, tekstil, gıda, tütün, ticaret ve hizmet sektörlerine yapılmaktadır. Son dönemde Makedonya'da yatırım yapan şirketler arasında İngiltere'den Johnson Matthey ve QBE Insurance Group Limited, Avusturya'dan Mobilkom Austria ve EVN, Almanya'dan T-Home, Fransa'dan Societe Generale, ABD'den Johnson Controls (USA), Yunanistan'dan National Bank of Greece, Hellenic Bottling Company S.A. ve Titan Group, Hollanda'dan Mittal Steel, İsviçre'den Duferco gibi firmalar yer almaktadır.

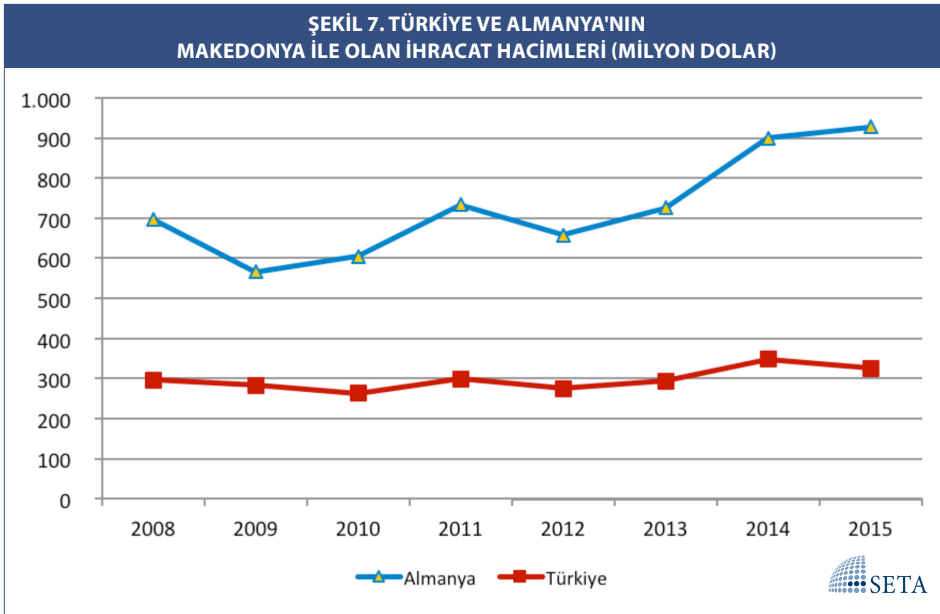
Makedonya yatırım açısından pek çok fırsat barındıran bir ülkedir. Halihazırda ana doğalgaz nakil hatlarından birine dahil olmayan bir ülke olarak, hem evsel hem de endüstriyel doğalgaz nakil ve dağıtımını ülkede önem taşıyan bir yatırım alanı olarak görülmektedir.

Ayrıca Makedonya'nın serbest bölgeleri de yatırımcılara önemli fırsatlar sunmaktadır. Bu serbest bölgeler bir dış ticaret enstrümanı olmaktan ziyade, ülkedeki ekonomik ve teknolojik gelişimin hızlandırılması ve ülkeye yabancı yatırımcı çekilmesinin önemli araçlarından biri olarak tasarlanmıştır. Makedonya serbest bölgelerinde kazanç vergisinden 10 yıl boyunca, bölge dışında yüzde 10 olan kişisel gelir vergisinden ise 5 yıl boyunca yüzde 50 oranında muafiyet sağlanmaktadır. Ayrıca serbest bölgedeki yatırımcılar ham madde, makineler ve parçaları ve ilgili ürünler için KDV ve gümrük vergilerinden muaf tutulmaktadır. Bunlara ek

56. "Türkiye-Makedonya İlişkileri", T.C. Dışişleri Bakanlığı, <http://www.mfa.gov.tr>, (Erişim tarihi: 4 Haziran 2016).

olarak serbest bölgedeki araziler çok düşük fiyatlarla ve 50 yıllık uzun dönemli kiralama (leasing) imkanı ile yatırımcılara sunulmakta, bu sürenin 25 yıl daha uzatılması mümkün olmaktadır. Serbest bölgede yatırım yapan firmalar gerekli altyapı hizmetlerine (doğalgaz, su, kanalizasyon ve elektrik) erişim sağlanmasına ilişkin herhangi bir masraf üstlenmek durumunda kalmadığı gibi, söz konusu giderlerle ilgili altyapı vergilerinden de muaf tutulmaktadır.

Makedonya'nın 2013-2015 yılları ihracat verilerine bakıldığında ihracatını açık ara Almanya ile yaptığı görülür. Makedonya 2015 yılında ihracatının yüzde 44'ünü Almanya'ya gerçekleştirirken, ikinci sırada olan Sırbistan'a ise toplam ihracatının sadece yüzde 8'ini yapmıştır. Türkiye ise Makedonya'nın mal ihrac ettiği ülkeler sıralamasında yüzde 1,6'lık payla 12. sırada yer almaktadır. Makedonya'dan Almanya'ya olan ihracat hacminin bu kadar yüksek olmasının sebebi otomotiv yan sanayi ürünleri ve tekstilde sipariş üzerine yapılan işlerdir. Ön mal ve ham maddeler ülkeye Almanya'dan ithal edilirken, bu mallar işlenerek Almanya'ya geri gönderilmekte ve böylece Makedonya'dan Almanya'ya olan ihracat değeri olarak da yüksek çıkmaktadır. Makedonya'nın ithalat verilerine baktığımızda ise ihracatta olduğu kadar büyük bir kutuplaşma görülmemektedir. Yine de ülkenin yüzde 12,6'lık pay ile en fazla Almanya'dan mal ithal ettiği ve onu sırasıyla İngiltere, Sırbistan, Yunanistan ve Çin'in takip ettiği görülür. Türkiye bu sıralamada yüzde 5'lik pay ile 8. sırada yer almaktadır.<sup>57</sup>



Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016.

57. ITC Trade Map, <http://www.trademap.org>, (Erişim tarihi: 3 Haziran 2016).

İki ülkenin Makedonya'ya ihraç ettiği ürünlere baktığımızda Almanya açısından diğer Balkan ülkelerinden farklı bir ürün sıralaması ile karşılaşırız. Diğer ülkelerde taşıtlar veya makineler ilk sıralarda yer alırken, Makedonya'ya ihraç edilen ürünlerde inşaat malzemeleri başı çekmektedir. Motorlu kara taşıtlarını en çok ihraç edilen ürünler sıralamasında 6. sırada görmekteyiz. Ayrıca Almanya için et ve et ürünlerinin (1) ilk on ürün grubuna girmesi de dikkat çeken diğer bir ayrıntıdır.

Türkiye, Makedonya'ya 2015 yılında diğer birçok Balkan ülkesinde de olduğu gibi tekstil ürünleri (65), elektrik makineleri (77) ve giyim eşyası (84) ihraç etmektedir. Ayrıca tıp ve eczacılık ürünleri de (54) en çok ihraç edilen ürünler listesine girmektedir.

TABLO 7. 2015 YILINDA ALMANYA VE TÜRKİYE'DEN MAKEDONYA'YA İHRAÇ EDİLEN İLK ON ÜRÜN GRUBU					
ALMANYA			TÜRKİYE		
Ürün Grubu Kodu (SITC)	Ürün Grubu Adı	İhracat Miktarı (bin dolar)	Ürün Grubu Kodu (SITC)	Ürün Grubu Adı	İhracat Miktarı (bin dolar)
66	Taş, alçı, çimento, amiyant, cam, seramik vb. maddeden eşya	171.737	65	Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya)	50.220
65	Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya)	164.529	77	Elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları	29.403
77	Elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları	126.799	84	Giyim eşyası ve bunların aksesuarları	19.544
59	Başka yerlerde belirtilmeyen kimyasal maddeler ve ürünler	92.535	69	Demir, çelik, bakır, nikel, alüminyum ve diğer adi metallere eşya	18.322
74	Diğer genel endüstri makine/ cihazların aksamı	73.479	89	Başka yerde belirtilmeyen çeşitli mamul eşyalar	16.073
78	Motorlu kara taşıtları, bisiklet ve motosikletler, bunların aksam ve parçası	70.383	58	İlk şekilde olmayan plastikler (boru, hortum, levha, yaprak, plaka, şerit, film vb.)	14.628
89	Başka yerde belirtilmeyen çeşitli mamul eşyalar	25.842	54	Tıp ve eczacılık ürünleri	12.987
72	Özelliği olan belirli sanayiler için makineler ve aksamı	25.099	78	Motorlu kara taşıtları, bisiklet ve motosikletler, bunların aksam ve parçası	12.487
1	Et ve et ürünleri	10.827	82	Mobilya; yatak takımı, yatak payandaları ve yastıklar	12.254
58	İlk şekilde olmayan plastikler (boru, hortum, levha, yaprak, plaka, şerit, film vb.)	10.780	67	Demir ve çelik	11.667

Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016

## Karadağ

Küçük bir ülke olan Karadağ ekonomisi hizmet sektörü ağırlıklıdır. Çalışan iş gücünün yüzde 5,3'ü tarım, yüzde 17,9'u sanayi ve yüzde 76,8'i hizmetler sektöründe faaldir. Karadağ'da 15-24 yaş arası işsizlerin toplam işsiz nüfus içindeki payı yüzde 41'dir. Bu oranla Karadağ dünya sıralamasında 11. sırada yer almaktadır.

Karadağ'a başta Rusya, İtalya, Norveç, Avusturya, Macaristan ve İngiltere olmak üzere toplam 102 ülkeden yabancı yatırım gelmektedir. Karadağ'da emlak satın alan yabancıların başında Ruslar, İngilizler ve İrlandalılar gelmektedir. Avusturya ve Slovenya firmaları ise daha çok turizm alanında yatırımlar yapmaktadır. Karadağ'da tarım, enerji, turizm ve bankacılık öne çıkan yatırım sektörleridir. Turizm doğrudan yabancı yatırımlarda en fazla payı olan sektördür. Coğrafi, kültürel ve tarihi güzellikleri ile çok fazla turist çekme kapasitesi olan Karadağ'da, özellikle turizm ve altyapı alanında yatırım ihtiyacı mevcuttur zira turistlerin yoğun olarak geldiği sezonda ülkenin yol, su, atık, kanalizasyon ve elektrik gibi kaynakları limitlerini zorlamakta ve altyapısal problemler gün yüzüne çıkmaktadır. Bu bağlamda Alman Teknik Yardımı özellikle Karadağ kıyılarında su temini ve kanalizasyona odaklı altyapısal desteğini sürdürmektedir.<sup>58</sup>

Karadağ'a yapılan kalkınma yardımlarına bakıldığında Almanya'nın en büyük donör olarak karşımıza çıktığını görürüz. Bu yardımlar Alman Uluslararası İşbirliği Teşkilatı (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit-GIZ) ve Alman Kalkınma Bankası (Kreditanstalt für Wiederaufbau-KfW) aracılığı ile finanse edilmekte ve daha çok enerji, içme suyu ve sanitasyon alanında altyapı geliştirici projeler, turizmi geliştirme, küçük ve orta ölçekli işletmeler için ekonomik kalkınma ve istihdam konularına odaklanılmaktadır. AB'ye üyelik müzakerelerinin başlaması ile birlikte Karadağ'ın AB'ye entegrasyonunu destekleme kapsamında, AB 2007-2013 yılları arasında 235,7 milyon avroluk bir fon sağlamış, 2014-2020 yılları içinse 270 milyon avro tutarında bir bütçe ayırmıştır. Alman Goethe Enstitüsü'nün Karadağ'da bir ofisi bulunmamakta, ülke ile ilgili işlerini Belgrad üzerinden yürütmektedir.<sup>59</sup>

Deutsche Telecom, Karadağ Telekom'u (Montenegrin Telecom) Macaristan'da faaliyet gösteren yan kuruluşu vasıtası ile satın almıştır. Fransız, Avusturya, Slovenya ve ABD firmaları da Karadağ'da bankacılık sektörüne yatırım yapmaktadır. Hintli çelik yatırımcısı Vinod ve Pramod Mittal 1,1 milyar dolar tutarındaki linyit madenlerine yatırım yapmakta ve bu yatırım Berane'de yeni madenleri ve yeni bir enerji santralini de içermektedir. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası

58. Alman Dışişleri Bakanlığı.

59. Alman Dışişleri Bakanlığı.

(TCMB) verilerine göre 2005-2016 Mart döneminde Türk firmalarının Karadağ'a yaptığı yatırımların toplamı 40 milyon dolar civarındadır.

Karadağ'ın ihracat yaptığı ilk beş ülke; Sırbistan, Bosna-Hersek, İtalya, Türkiye ve Almanya'dır. Karadağ ihracatının yüzde 9,3'ünü Türkiye'ye gerçekleştirirken, yüzde 6,7'sini Almanya'ya yapmaktadır. Diğer yandan Karadağ'ın ithalatında öne çıkan ilk beş ülke Sırbistan, Çin, Bosna-Hersek, İtalya ve Almanya'dır. Karadağ'ın toplam ithalatının yüzde 6,3'ü Almanya'dan gelirken, Karadağ'a en çok mal satan ülkeler sıralamasında Türkiye yüzde 2,3'lük payla 9. sırada yer almaktadır.

Karadağ küçük fakat açık bir ekonomiye sahiptir. Dış ticaret politikası, düşük gümrük vergileri ve tarife dışı engellerin mevcut olmaması ile tanımlanabilir. Ülkedeki vergiler yüzde sıfır ile yüzde 30 arasında değişmektedir. Ticari olmayan amaçlarla ithal edilen mallara yüzde 5 oranında vergi uygulanmaktadır. Ortalama gümrük vergisi oranı yüzde 6'dır. Gümrük uygulamaları AB ile uyumludur. İhracatı teşvik eden bir dış ticaret politikasını benimseyen Karadağ'a ithal edilen ham maddelerden ihracat için son ürün elde edilecekse ham madde ithalatı gümrük vergisinden muaf tutulmaktadır. Ayrıca yabancı yatırımcılar için ekipman ithalatı söz konusu olduğunda gümrük vergisi ödenmemekte, sadece KDV ödenmektedir. Ülkeden ihraç edilen ürünlerden herhangi bir gümrük vergisi alınmamaktadır. Aynı zamanda ihraç edilen ürünün ham maddesi için ödenen KDV de geri alınabilmektedir.

Türkiye ile Karadağ arasında 26 Kasım 2008 tarihinde İstanbul'da STA imzalanmış ve bu anlaşma 1 Mart 2010 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu STA ile Türkiye ihracatçılarına, Karadağ pazarında AB ihracatçıları ile eşit rekabet imkanı sağlanmıştır. Sanayi mallarında Karadağ-AB İstikrar ve Ortaklık Anlaşması'nda düzenlenen tercihli rejim Türkiye-Karadağ STA'sına da olduğu gibi yansıtılmıştır.

Karadağ'daki doğrudan Türk yatırım stoku 2002-2013 dönemi sonunda 90 milyon avroyu aşmıştır. Karadağ Merkez Bankası verilerine göre 2013 yılında Türk firmalarının Karadağ'a yaptığı yatırımların toplamı yaklaşık 23 milyon avrodur. Bu toplamla Türkiye 2013 yılında Karadağ'a yatırım yapan ülkeler arasında 7. sırada yer almaktadır. Karadağ'daki gümrük uygulamaları AB ile uyumlu olduğu için Türkiye ve Karadağ arasında ticarete yaşanan belirgin bir sorun yoktur.<sup>60</sup>

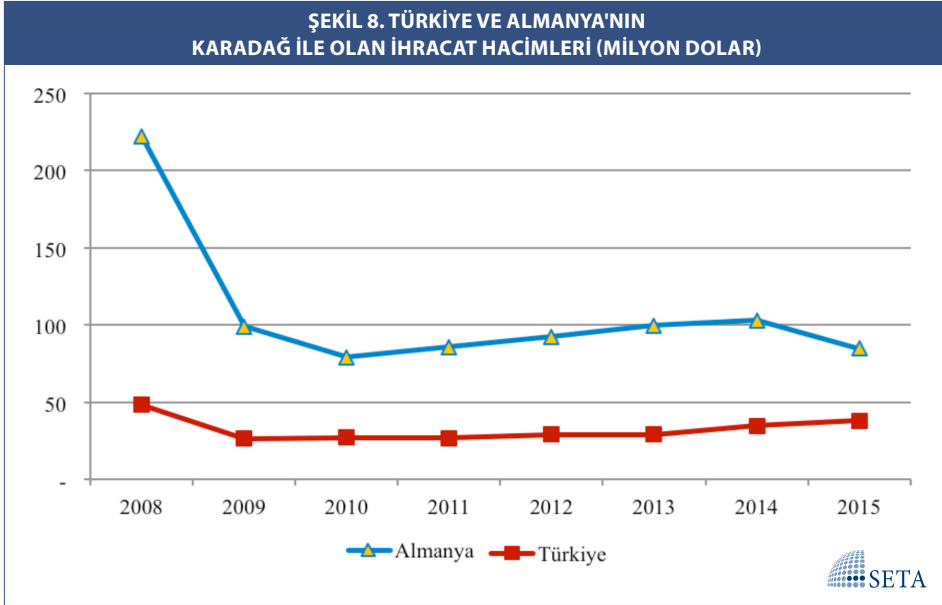
Türkiye ile Karadağ arasındaki ekonomik ilişkiler şu anki haliyle yeterli değildir. İki ülke arasında başta turizm olmak üzere, Türkiye üzerinden geçen doğalgaz hatlarının Karadağ'a bağlanması, karayolu altyapısı ya da hava trafiği gibi konularda ciddi bir iş birliği potansiyeli vardır. Ayrıca Türkiye'de, Karadağ'dan göç etmiş ve sayıları yaklaşık 200 bini bulan Karadağlı vatandaşın bulunması da iki

60. T.C. Ekonomi Bakanlığı.

ülke arasındaki ekonomik ve kültürel ilişkileri geliştirici rol oynamaktadır. Diğer yandan her yıl 100'den fazla Karadağlı öğrenci Türk üniversitelerinde burslu olarak okumaktadır. Bu genç insanların gelecekte Karadağ ve Türkiye arasındaki ilişkilerde köprü vazifesi görmesi beklenmektedir. THY'nin haftada üç kez Podgorica-İstanbul hattında uçuşunun olması da iki ülkeyi birbirine yakınlaştırıcı ve ilişkileri kolaylaştırıcı rol oynamaktadır. Ayrıca Türkiye'deki limanlar ile Bar limanı arasındaki deniz ulaşımını artırma çalışmaları devam etmektedir.<sup>61</sup>

Ülkedeki en büyük Türk yatırımı Bursa merkezli Gintaş Şirketler Grubu'na aittir. Grubun Podgoricada 36 milyon avroya kurduğu Mall of Montenegro alışveriş merkezi 58 bin metrekare alana sahiptir. Projeye üçte bir oranında Podgorica Belediyesi de ortaktır.<sup>62</sup>

2015 yılında Karadağ'da gerçekleştirilen en önemli yatırımların başında Ziraat Bankası'nın Temmuz ayında faaliyete geçmesi gelmektedir. İstanbul Menkul Kıymetler Borsası, 2014 yılında Karadağ Borsası'na yaklaşık yüzde 25'lik hisseyle ortak olmuştur. 2007 yılında Karadağ'da faaliyete geçen TİKA, bölgede çeşitli sosyal yatırımlar ve altyapı projeleri üstlenmekte, ülkedeki kültürel mirasın canlandırılması konusunda gayret göstermektedir. Yunus Emre Türk Kültür Merkezi 2014 yılında Podgoricada faaliyete başlamış olup, Türkiye'nin tanıtımına katkı sağlayacak sanatsal ve kültürel etkinlikler gerçekleştirmekte ve düzenli olarak Türkçe dersleri vermektedir.



Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016.

61. "Büyükelçi Ramo Bralić: Türkiye, Karadağ için Çok Önemli Bir Ülke", *Diplomat Atlas*, Sayı: 13, (Temmuz 2013), s. 16.

62. Özbey Men, "Vize Yok Vergi Yok: İş Yapılacak 7 Ülke", *Patronlar Dünyası*, 29 Eylül 2010.

Ayrıca Karadağ Üniversitesi'ne bağlı Nikšić Felsefe Fakültesi bünyesinde bir Türkçe kursu açılmıştır. Bunların yanı sıra Karadağ Üniversitesi bünyesinde bir Türkoloji Bölümü kurulması ve iki ülke devlet arşivleri arasında iş birliği sağlanması için çalışmalar devam etmektedir.<sup>63</sup>

Karadağ hem Türkiye hem de Almanya için Balkanlarda en az ihracat yapılan ülke durumundadır. 2015 yılında Almanya 85 milyon dolarlık ihracat hacmi ile Balkan ihracatının yüzde 0,3'ünü, Türkiye ise 40 milyon dolara yakın ihracatıyla Balkan coğrafyasındaki ihracatının yüzde 0,5'ini Karadağ ile yapmıştır.

TABLO 8. 2015 YILINDA ALMANYA VE TÜRKİYE'DEN KARADAĞ'A İHRAÇ EDİLEN İLK ON ÜRÜN GRUBU					
ALMANYA			TÜRKİYE		
Ürün Grubu Kodu (SITC)	Ürün Grubu Adı	İhracat Miktarı (bin dolar)	Ürün Grubu Kodu (SITC)	Ürün Grubu Adı	İhracat Miktarı (bin dolar)
78	Motorlu kara taşıtları, bisiklet ve motosikletler, bunların aksam ve parçası	18.905	84	Giyim eşyası ve bunların aksesuarları	5.463
1	Et ve et ürünleri	8.607	77	Elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları	3.907
2	Süt, süt ürünleri ve yumurta	6.968	65	Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya)	3.055
74	Diğer genel endüstri makine/ cihazların aksamları	6.041	69	Demir, çelik, bakır, nikel, alüminyum ve diğer adi metallerden eşya	2.975
77	Elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları	3.541	89	Başka yerde belirtilmeyen çeşitli mamul eşyalar	2.944
54	Tıp ve eczacılık ürünleri	3.434	58	İlk şekilde olmayan plastikler (boru, hortum, levha, yaprak, plaka, şerit, film vb.)	2.427
89	Başka yerde belirtilmeyen çeşitli mamul eşyalar	3.252	74	Diğer genel endüstri makine/ cihazların aksamları	2.142
84	Giyim eşyası ve bunların aksesuarları	3.146	78	Motorlu kara taşıtları, bisiklet ve motosikletler, bunların aksam ve parçası	1.632
69	Demir, çelik, bakır, nikel, alüminyum ve diğer adi metallerden eşya	2.900	66	Taş, alçı, çimento, amiyant, cam, seramik vb. maddeden eşya	1.572
72	Özelliği olan belirli sanayiler için makineler ve aksamı	2.595	67	Demir ve çelik	1.390

Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016.

63. "Türkiye-Karadağ Siyasi İlişkileri", T.C. Dış İşleri Bakanlığı, <http://www.mfa.gov.tr>, (Erişim tarihi: 4 Haziran 2016).

Tablo 8’de Karadağ’a ihraç edilen ürün gruplarına baktığımızda Almanya’nın diğer Balkan ülkelerinden farklı olarak Karadağ’a motorlu kara taşıtlarından sonra en çok et ve et ürünleri (1) ve süt, süt ürünleri ve yumurta (2) ihraç ettiğini görüyoruz. Endüstriyel ürün ihracatına alışkın olduğumuz Almanya’nın tarım ürünlerinde yüksek ihracat rakamlarına ulaşması dikkat çeken bir ayrıntıdır. Türkiye’nin ihracatında dikkat çeken herhangi bir durum söz konusu olmamakla birlikte en çok giyim eşyası (84), elektrik makineleri, cihazları (77) ve tekstil ürünleri (65) ihraç edildiği görülmektedir.

## Romanya

İktisadi gelişme amacıyla dış ticarete önem veren Romanya, bu maksatla pek çok reform yapmıştır. 1 Ocak 2007 tarihinden itibaren AB’ye tam üye olan Romanya, yatırım ve üretim için Avrupa’nın cazip ülkelerinden biri haline gelmiştir.

Romanya’da kayıt dışı ekonominin büyük olması, kırsal nüfusun yüksek olması ve vergilerin düzenli olarak toplanamaması gibi sorunlardan dolayı vergi gelirleri yeterli düzeye ulaşmamaktadır. Bu nedenle ülkede eğitim, sağlık, refah, altyapı ve güvenlik harcamaları için yeterli düzeyde fon yaratılamamaktadır. Romanya Doğu Avrupa ülkeleri arasında Bulgaristan’dan sonra en düşük kişi başı gelire, çevre standartları açısından en düşük seviyeye, en yüksek ödenmemiş vergi borçlarına ve en düşük eğitim harcamasına sahiptir. Ayrıca Avro Bölgesi ile kurmuş olduğu sıkı ticari ve mali bağlar, Romanya ekonomisini AB’deki olası gelişmelere karşı riskli hale getirmektedir.

Romanya, ihracatının yüzde 70’inden fazlasını AB ülkelerine gerçekleştirmektedir. Banka varlıklarının yaklaşık yüzde 82’si AB ülkelerinde yerleşik bankalara aittir. AB’de yaşanan kriz Romanya ekonomisini etkilemeye devam etmekte, bu nedenle yabancı firmalar ülkede yatırım yapma konusunda çekimser kalmaktadırlar.

AB fonları, kendi harcamaları için vergi sistemi ile fon bile yaratamayan Romanya ekonomisi için çok önemlidir. Romanya’nın AB fonlarından faydalanma miktarının önümüzdeki dönemde önceki yıllara göre daha fazla olması beklenmektedir. 2014-2020 yılları için Romanya’nın kullanabileceği fon miktarının 22 milyar avro düzeyinde olduğu bilinmektedir. Ayrıca tarım sektörü için ayrılan fon miktarı ise 17,5 milyar avrodur.

2015 rakamlarına göre Romanya’nın ihracatında ilk sırayı 11,96 milyar dolarla Almanya almakta, onu İtalya, Fransa, Macaristan, İngiltere ve Türkiye takip etmektedir. Türkiye’ye 2015 yılında Romanya’dan 2,34 milyar dolar değerinde mal ihraç edilmiştir. Almanya, Romanya’nın ithalat figürlerinde de 13,83 milyar

dolarlık hacimle ilk sırayı alırken, Türkiye ülkeye olan 2,51 milyar dolarlık ihracatıyla 9. sırada yer almaktadır. 2007 yılı başında Romanya'nın AB'ye üye olduğu tarihten itibaren Romanya'nın Türkiye'ye uygulamakta olduğu gümrük vergileri bakımından AB mevzuatı geçerli olmuştur.<sup>64</sup>

2011 yılı Aralık ayında imzalanan Stratejik Ortaklık Belgesi'yle Romanya ile Türkiye ilişkileri stratejik ortaklık seviyesine yükseltilmiştir. Söz konusu Stratejik Ortaklık Belgesi'nin hayata geçirilmesine yönelik Eylem Planı ise Mart 2013'te imzalanmıştır. İki ülke arasındaki yakın siyasi diyalog ve dostane ilişkiler, karşılıklı üst düzey ziyaret trafiğine de yansımaktadır.

Romanya'daki Türk yatırımları, üçüncü ülkeler üzerinden gelenlerle beraber toplam 6 milyar dolara ulaşmıştır. Halihazırda Romanya'da 7 bin civarında Türk firması aktif olarak faaliyet göstermektedir. Romanya'da bugüne kadar 90 Türk müteahhitlik firmasınca yaklaşık 6,2 milyar dolar tutarında proje gerçekleştirilmiştir. Diğer yandan 2015 yılında ülkemizi 441 bin Romen turist ziyaret etmiştir.<sup>65</sup>

Romanya'da ayrıca çok sayıda şubesi bulunan iki Türk bankası Credit Europe ve Garanti Bankası faaliyet göstermektedir.<sup>66</sup> En geniş şube ağı bakımından ikinci ve üçüncü sırada yer alan bu iki Türk bankasının faaliyet gösterdiği Romanya, banka sayısı bakımından değilse de en geniş şube ağı Türk bankalarının bulunduğu ülke özelliği taşımaktadır. Romanya'daki Garanti Bankası'nda 2012 rakamlarına göre 870 kişi çalışmaktadır.<sup>67</sup>

Yurt dışındaki onuncu fabrikasını Romanya'da 2006 yılında açan Ülker'in ardından,<sup>68</sup> 2014 yılında Türkiye'nin en büyük gıda şirketlerinden Eti de yurt dışındaki ilk üretim tesisini Romanya'daki Craiova bölgesinde kurmuştur. 40 milyon avroluk bisküvi ve kurabiye yatırımı yapılan fabrikanın 300 işçi istihdam etmesi öngörülürken, bu yatırım için Romanya'yı seçme nedenleri olarak uygun pazar koşulları, bölgesel ve lojistik avantajlar ve ülkenin ekonomik istikrarı gösterilmiştir.<sup>69</sup>

Romanya Almanya için de çok önemli bir ülkedir. 2015 yılı Haziran ayında yaklaşık 10 bin kadar Alman katılımlı firmanın Romanya'nın ticaret siciline kayıtlı olduğu tespit edilmiştir. Bu firmaların 8 bininin Romanya piyasasında aktif olduğu bilinmektedir. Ülkedeki Alman yatırımlarının çoğunlukla otomobil yan

64. T.C. Ekonomi Bakanlığı.

65. "Romanya ile İkili İlişkiler", T.C. Dış İşleri Bakanlığı, www.mfa.gov.tr, (Erişim tarihi: 5 Haziran 2016).

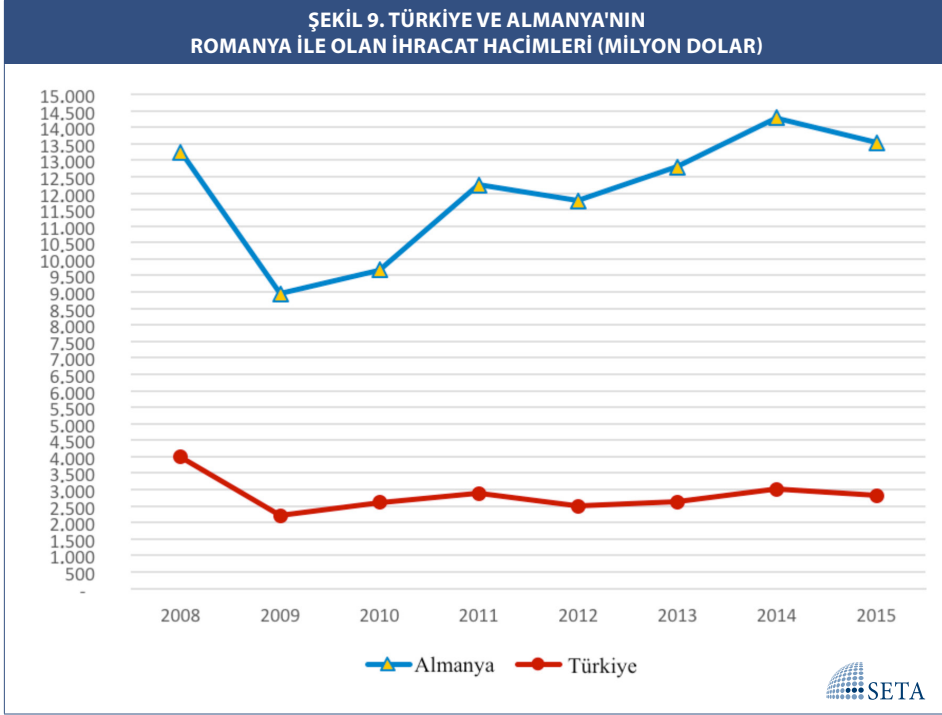
66. Kadife Şahin, "Banka Sayısında Ziraat, Büyüklükte Özyeğin Önde", *Milliyet*.

67. "Yurt Dışında Bankacılık Atağı", *Dünya*, 24 Ocak 2012.

68. Aziz Cumurcu, "ÜLKER 7 Ülkede 10 Fabrikada Üretimde", *Türkiye*, 3 Haziran 2006.

69. Kerim Ülker, "Avrupa'da Tatlı Rekabet", *Sabah*, 2 Ağustos 2013; "Türk Devi Diyeti Bozdu", *Habertürk*, 25 Kasım 2014.

sanayii, hizmetler sektörü ve büyük perakende zincirlerine yapıldığı bilinmektedir. 2002 yılında açılan Alman-Romen Ticaret Odası'nın yaklaşık 500 üyesi olduğu ve bu ticaret odasına üye firmaların toplamda 300 bin kişiyi istihdam ettiği bilinmektedir.



Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016.

Ayrıca Romanya'da sayıları 60 bini bulan Alman azınlık da yaşamaktadır. Bu azınlık ülkede Alman dili ve kültürüne olan ilgiyi canlı tutmada etkin bir faktör olarak görülürken, 2014 yılındaki seçimlerde aralarından Klaus Johannis'i ülkenin Cumhurbaşkanı seçtirecek kadar da güçlü bir konuma sahiptir.<sup>70</sup>

Romanya'da Goethe Enstitüsü, Dış İlişkiler Enstitüsü (IFA), Alexander von Humboldt Vakfı (AvH), Alman Akademik Değişim Servisi (DAAD) ve Yurt Dışı Okulları Merkez Ajansı faaliyet göstermektedir. Ayrıca buldukları ülkelerde siyasi olarak da bir pozisyon alan Friedrich-Ebert, Konrad-Adenauer ve Hanns-Seidel vakıflarının Bükreş'te bir ofisi bulunmakta ve bu Alman vakıfları çalışmalarını Romanya'nın iç ve dış siyaseti üzerine şekillendirmektedirler.<sup>71</sup>

70. "Romanya'ya Alman Cumhurbaşkanı", *Habertürk*, 17 Kasım 2014.

71. Alman Dışişleri Bakanlığı.

Romanya Balkanlarda her iki ülkenin de en çok ihracat gerçekleştirdiği ülkedir. Romanya'ya, Almanya yaklaşık olarak 13,5 milyar dolar ihracat gerçekleştirirken, Türkiye'nin ise ihracatı 2,8 milyar dolar seviyelerindedir. Almanya'nın Romanya'ya olan ihracat rakamları yaklaşık olarak Türkiye'nin beş katına ulaşmaktadır. Ayrıca Almanya Balkanlara olan toplam ihracatının yüzde 45'ini bu ülke ile yaparken, Türkiye için Romanya'nın Balkan ülkeleri içindeki payı yüzde 36 civarındadır.

TABLO 9. 2015 YILINDA ALMANYA VE TÜRKİYE'DEN ROMANYA'YA İHRAÇ EDİLEN İLK ON ÜRÜN GRUBU					
ALMANYA			TÜRKİYE		
Ürün Grubu Kodu (SITC)	Ürün Grubu Adı	İhracat Miktarı (bin dolar)	Ürün Grubu Kodu (SITC)	Ürün Grubu Adı	İhracat Miktarı (bin dolar)
77	Elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları	2.252.483	84	Giyim eşyası ve bunların aksesuarları	466.645
78	Motorlu kara taşıtları, bisiklet ve motosikletler, bunların aksam ve parçası	2.065.896	65	Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya)	327.133
74	Diğer genel endüstri makine/ cihazların aksamları	785.612	78	Motorlu kara taşıtları, bisiklet ve motosikletler, bunların aksam ve parçası	267.826
72	Özelliği olan belirli sanayiler için makineler ve aksamı	691.192	67	Demir ve çelik	254.022
93	Özel işlemler ve mallar, çeşitlerine göre sınıflandırılmamış mallar	655.893	69	Demir, çelik, bakır, nikel, alüminyum ve diğer adi metallerden eşya	183.417
69	Demir, çelik, bakır, nikel, alüminyum ve diğer adi metallerden eşya	615.606	71	Güç üreten makineler ve araçlar	167.847
65	Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya)	493.232	77	Elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları	102.990
89	Başka yerde belirtilmeyen çeşitli mamul eşyalar	488.440	5	Meyve ve sebzeler	99.571
54	Tıp ve eczacılık ürünleri	413.138	89	Başka yerde belirtilmeyen çeşitli mamul eşyalar	92.747
68	Demir ihtiva etmeyen madenler	389.247	58	İlk şekilde olmayan plastikler (boru, hortum, levha, yaprak, plaka, şerit, film vb.)	83.076

Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016.

Almanya'nın Romanya ile olan ihracatı istikrarlı bir seyir içindedir. Son 4 yılda ihraç edilen ilk 3 ürün sıralaması aynı kalmış, ilk 10 ürün grubunda ise daha çok sıralama değişikliği olmuştur. Almanya'nın Romanya'ya yoğun olarak ihraç ettiği

ürünlerin başında elektrik makineleri (77), kara taşıtları (78), genel endüstri makine/cihazların aksamaları (74) yıllardır ilk sıradaki yerlerini korurken; sıralama, özelliği olan belirli sanayiler için makineler ve aksamı (72), özel işlemler ve mallar (93), demir, çelik, bakır, nikel, alüminyum ve diğer adi metallere eşya (69) ve tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya) (65) şeklinde devam etmektedir.

Türkiye'nin Romanya'ya en çok ihraç ettiği ürün gruplarına baktığımızda ise giyim eşyası (84), tekstil ürünleri (65) ve motorlu kara taşıtlarının (78) ilk üç sırayı aldığı görülmektedir. Bunları demir ve çelik (67), metal eşyalar (69) ve güç üreten makineler (71) takip etmektedir.

Diğer Balkan ülkelerinden farklı olarak Almanya, Romanya'ya motorlu kara taşıtlarından daha çok elektrik makineleri ihraç etmektedir. Ayrıca endüstriyel ürünler dışında et, süt, yumurta, kahve, çay ve kakao satışı da oldukça yüksek seviyelerdedir.

## Sırbistan

Avrupa'nın en yüksek büyüme oranına sahip ve küresel olarak da en hızlı gelişen bölgesi Güneydoğu Avrupadır. Sırbistan'ın da taraf olduğu Merkezi Avrupa Ülkeleri Serbest Ticaret Anlaşması (Central European Free Trade Agreement-CEFTA), Güney-Doğu Avrupa ülkelerini içeren ve yaklaşık 30 milyon kişilik bir pazarı barındıran bir serbest ticaret bölgesi yaratmıştır. Sırbistan 2007 yılında CEFTA'yı onaylamıştır. Sırbistan ayrıca Türkiye (2010), Rusya Federasyonu ve Beyaz Rusya ile Serbest Ticaret Anlaşmaları imzalamıştır.

Sırbistan son yıllarda AB politikalarına ve yasalarına uyum amacıyla birçok alanda yasal düzenlemeye gitmiştir. Bu süreçte yabancı yatırımlar için elverişli bir ortam yaratılmaya çalışılmıştır. 2000 yılından bu yana ülke 25 milyar dolar üzerinde yabancı yatırım çekmiştir. Sırbistan'daki önemli yatırımcılardan bazıları FIAT, Telenor, Stada, Microsoft, Coca-Cola, Michelin, Gazprom, Siemens, Intesa Sanpaolo ve Raiffeisen'dir.

Sırbistan'a 2000 yılından bu yana yapılan doğrudan yabancı yatırımların ülkelere göre dağılımına bakıldığında, AB ülkelerinin toplam yatırımlardaki payının yüzde 70 civarında olduğu görülmektedir. Değer olarak en fazla yatırım yapan ülkeler; yüzde 13,7 ile İtalya, yüzde 12,2 ile ABD, yüzde 11,8 ile Avusturya, yüzde 8,4 ile Yunanistan, yüzde 8,2 ile Norveç, yüzde 6,9 ile Almanya ve yüzde 5,1 ile Fransa'dır. TCMB verilerine göre 2005-2016 Mart döneminde Türkiye'nin Sırbistan'daki yatırımları 58 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir ve bu rakam oldukça yetersiz bulunmaktadır.

Sırbistan ihracatının büyük kısmını AB ve çevresindeki Balkan ülkelerine gerçekleştirmektedir. İhracatta Almanya, İtalya'nın ardından yüzde 12,6'lık payla 2. ülke konumundadır. Türkiye ise Sırbistan'ın mal ihraç ettiği ülkeler sıralama-

sında yüzde 1,9'luk bir pay ile 17. sıradadır. Sırbistan'ın ithalatında ise Almanya yüzde 12,4'lük payla birinci sırada gelmektedir. Türkiye yüzde 3,2'lik payla Sırbistan'ın ithalatında 7. sırada yer almaktadır.<sup>72</sup> Ancak resmi olan bu rakamların Almanya-Sırbistan ticaretini tam olarak yansıtmadığı belirtilir. Zira pek çok Alman firmasının Sırbistanda kardeş firması vardır ve alım satım ile üçüncü ülkelere mal gönderilmesi işleri bu firmalar aracılığı ile yapılmaktadır.<sup>73</sup>

Sırbistan'ın konumu gerek karşılıklı iktisadi ilişkiler gerekse Türk ürünlerinin AB'ye ulaşımı açısından Türkiye için çok önemlidir. Sırbistan'a yatırım yapan Türk firmaları, nüfusu 30 milyonu aşan bütün CEFTA ülkelerine gümrüksüz ve kotasız ihracat yapma şansını yakalayabilir, ihracatlarını Sırbistan üzerinden gerçekleştirdikleri takdirde büyük avantajlar elde edebilirler.<sup>74</sup>

Hali hazırda Sırbistan'daki fırsatları değerlendirmek için ülkede yatırım ve iş yapan Türk firmaları daha çok müteahhitlik alanında faaliyet göstermektedirler. Örneğin 200 milyon avro tutarındaki ABD büyükelçiliğinin inşaatını, ABD'li Framoco ile konsorsiyum kuran Kolin ve Epik İnşaat gerçekleştirmektedir. Yüksel İnşaat ise Türk Eximbank kredisiyle otoyol inşa etmektedir. Bunların dışında tekstil, gıda, inşaat malzemeleri ve halıcılık sektörlerinde faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli Türk firmaları da vardır.<sup>75</sup>

Almanya'nın Sırbistan'a destek politikasındaki amaç ülkenin anayasal ve demokratik dönüşümü ve AB'ye katılım sürecinin ilerlemesidir. Almanya ve Sırbistan arasındaki yakın bağların önemli bir sebebi Almanya'da misafir işçi olarak çalışan, sürekli orada yaşamaya başlayan ve çoğunlukla iyi Almanca konuşan Sırp kökenli vatandaşlardır. Şu an Almanya'da sayıları 300-500 bin arasında Sırp vatandaş yaşamaktadır.

Sırbistan'ın en önemli dış ticaret partnerlerinden birisi Almanya'dır. STADA, METRO, Henkel, Siemens, Bosch ve Messer firmaları aracılığı ile yapılan önemli Alman yatırımları vardır. Alman-Sırp İş Ortaklığı'nın 250'den fazla üyesi vardır. Alman-Sırp iş birliğinin yoğun olduğu konular kamusal altyapı, özellikle çevre dostu ve verimli enerji ve su temini, yasal reform için destek de dahil olmak üzere ekonomik kalkınmayı teşvik, finansal sektörün güçlendirilmesi ve mesleki eğitimin modernizasyonu, toplumsal gelişim ve gençlik çalışmalarıdır. Almanya

72. T.C. Ekonomi Bakanlığı.

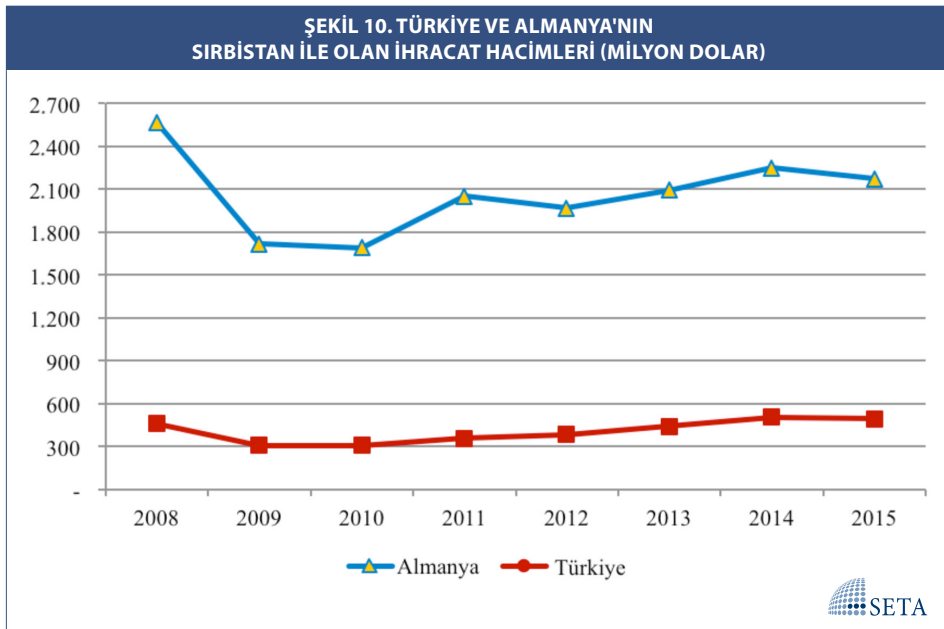
73. Alman Dışişleri Bakanlığı.

74. "Sırbistan'da Türk Yatırımları", Turizm Habercisi, 21 Nisan 2011, <http://www.turizmhabercisi.com/sirbistanda-turk-yatirimlari.html>, (Erişim tarihi: 8 Haziran 2016).

75. Özbey Men, "Vize Yok Vergi Yok: İş Yapılabilir 7 Ülke", Patronlar Dünyası, 29 Eylül 2010.

tarafından finanse edilen projeler çoğunlukla Alman Kalkınma Bankası (KfW), Alman Uluslararası İşbirliği Teşkilatı (GIZ) ve Uluslararası Göç ve Kalkınma Merkezi (CIZ) aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Diğer yandan Alman vakıflarından Konrad-Adenauer, Heinrich Böll, Friedrich-Ebert, Friedrich Naumann ve Rosa Luxemburg vakıfları da Sırbistan'da aktif olarak faaliyet göstermektedir.

Sırbistan Balkanlarda en çok ihracat yapılan ülkeler sıralamasında Türkiye için 4. ve Almanya için ise 5. sırada gelmektedir. Türkiye'nin Sırbistan'a ihracatı 500 milyon dolar civarlarında iken, Almanya'nın Sırbistan'a olan ihracatı 2,17 milyar dolar seviyelerindedir. Almanya'nın Sırbistan'a olan ihracat hacmi Türkiye'nin 4,5 katıdır. Sırbistan'ın 2000 yılından sonra içine girdiği yeniden imar sürecinde en büyük maddi destekçisi 2000 yılı itibarıyla 1,6 milyar avro yardım yapan Almanya'dır. Bu desteğin mottosu, "AB yolunda Sırbistan'a eşlik etme" olarak belirlenmiştir. 2015 yılı rakamlarıyla Sırbistan'da aktif olan 400 Alman firması vardır.<sup>76</sup>



Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016.

Diğer yandan 2015 yılında Halkbank Sırbistan'da faaliyet gösteren Cacanska Banka'nın yüzde 76,76'sını satın almış ve bankanın adını Halkbank AD Beograd olarak değiştirmiştir. Böylelikle Sırbistan'da ilk kez Türk sermayesi faaliyete geçmiştir. Türkiye'den Sırbistan'a yapılacak olan yeni yatırımları teşvik edeceği öngörülen bu satın almanın iki ülke arasındaki ticari ilişkileri geliştirmesi beklenmektedir.<sup>77</sup>

76. Ehrenstein, "Deutschland Hat Vier Milliarden in den Balkan Gesteckt".

77. Miş vd., 2015'te Türkiye.

Her ne kadar Türkiye ile Sırbistan arasında siyasi olarak ilişkiler geliştirilmeye çalışılsa da iki ülke arasındaki tarihten gelen bazı önyargılardan dolayı ikili iş birliği beklenen ölçüde gelişmemektedir. Sırbistan ile Türkiye arasında 2010 yılında faaliyete giren STA Türk iş adamlarına mallarını Sırbistan üzerinden yaklaşık 1 milyar nüfuslu bir pazarı oluşturan üçüncü ülkelere (Sırbistan ile STAsı olan Rusya Federasyonu, Beyaz Rusya, Kazakistan ve AB ülkeleri) daha avantajlı koşullarda ihrac etme imkanı sunmaktadır. Ancak bu imkan şimdiye kadar kullanılamamıştır.<sup>78</sup> 2014 ve 2015 yılı ithalat verilerine göre Sırbistan'a ihracat yapan ülkeler sıralamasında Almanya 1. iken, Türkiye 7. sırada yer almaktadır.<sup>79</sup>

TABLO 10. 2015 YILINDA ALMANYA VE TÜRKİYE'DEN SİRBİSTAN'A EN ÇOK İHRAÇ EDİLEN İLK ON ÜRÜN GRUBU					
ALMANYA			TÜRKİYE		
Ürün Grubu Kodu (SITC)	Ürün Grubu Adı	İhracat Miktarı (bin dolar)	Ürün Grubu Kodu (SITC)	Ürün Grubu Adı	İhracat Miktarı (bin dolar)
77	Elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları	258.653	65	Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya)	116.109
78	Motorlu kara taşıtları, bisiklet ve motosikletler, bunların aksam ve parçası	248.743	78	Motorlu kara taşıtları, bisiklet ve motosikletler, bunların aksam ve parçası	43.884
71	Güç üreten makineler ve araçlar	161.370	77	Elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları	35.244
74	Diğer genel endüstri makine/ cihazların aksamları	137.076	84	Giyim eşyası ve bunların aksesuarları	28.165
72	Özellği olan belirli sanayiler için makineler ve aksamı	107.679	5	Meyve ve sebzeler	27.831
68	Demir ihtiva etmeyen madenler	97.501	64	Kağıt, karton ve kağıt hamurundan eşya	23.262
57	İlk şekillerde plastikler	94.534	68	Demir ihtiva etmeyen madenler	19.082
65	Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya)	80.338	58	İlk şekilde olmayan plastikler (boru, hortum, levha, yaprak, plaka, şerit, film vb.)	16.915
79	Demir, deniz, havayolu taşıtları ile bunların aksam, parçaları	76.843	69	Demir, çelik, bakır, nikel, alüminyum ve diğer adi metallere eşya	16.795
69	Demir, çelik, bakır, nikel, alüminyum ve diğer adi metallere eşya	71.698	74	Diğer genel endüstri makine/ cihazların aksamları	15.789

Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016.

78. Erhan Türbedar, "Türkiye Sırbistan İlişkilerinin Ekonomik Boyutu", turkishny.com, 16 Mart 2012, <http://www.turkishny.com/dr-erhan-turbedar/108-dr-erhan-turbedar/83530-turkiye-sirbistan-iliskilerinin-ekonomik-boyutu#.VrNXb7KLTZ4>, (Erişim tarihi: 14 Nisan 2016).

79. T.C. Ekonomi Bakanlığı.

İki ülkenin Sırbistan'a ihraç ettiği ürün gruplarına baktığımızda Almanya'nın en çok elektrik makineleri, cihazları ve aletleri (77), motorlu kara taşıtları (78), güç üreten makineler (71), genel endüstri makineleri (74), belirli sanayiler için makineler ve aksamı (72) ihraç ettiği görülmektedir. Türkiye ise en çok tekstil ürünleri (65), motorlu kara taşıtları (78), elektrik makineleri (77), giyim eşyası (84), meyve ve sebze (5) ihraç etmektedir.

## Yunanistan

Yunanistan'daki ekonomik kriz sebebiyle ülkeden Almanya'ya göç eden insan sayısı her geçen gün artmaktadır. Şu anda Almanya'da Yunan kökenli 300 binden fazla kişi yaşamaktadır. 1900'lü yıllarda hukuk, tıp ve akademi alanlarında yüksek derecede seyreden Yunan-Alman iş birliği hala etkisini göstermektedir. Bu sebepten Yunanistan'da Almanca konuşan hukukçu, doktor ve akademisyen sayısı oldukça yüksektir.

2010 yılından beri medya ve kamuoyunu çokça meşgul eden Yunanistan'ın borç krizinde Almanya ve Yunanistan arasındaki diyalog, düzenlenen tartışma forumları ve karşılıklı seyahatlerle sağlanmaya çalışılmış ve bunda Yunanistan'da aktif olan Alman vakıflarının da büyük katkısı olmuştur.<sup>80</sup>

Yunanistan'da faaliyette olan Alman şirketleri özellikle perakende, ilaç endüstrisi ve altyapı projelerinde aktiftir. Almanya 2015 yılında 6,6 milyar avroluk ticaret hacmi ile Yunanistan'ın en önemli ticaret ortağı konumundadır.

Alman şirketleri Yunanistan'daki en önemli yabancı yatırımcılar arasında yer almaktadır. Deutsche Telekom Yunan telekomünikasyon grubu OTE'nin yüzde 40'lık payına sahiptir. Siemens, Bayer, Hochtief gibi yıllardır ülkede faal olan Alman şirketlerin yanı sıra Lidl ve Medya-Saturn gibi perakendeci şirketler de ülke pazarında yerini almıştır. Yunanistan'daki büyük altyapı projeleri –örneğin Atina Metro'su ve Atina Havalimanı– Alman şirketleri tarafından gerçekleştirilmiştir.

Almanya ve Yunanistan arasında akademik anlamda da yoğun bir trafik vardır. Bugüne kadar 2.500'den fazla Yunanistanlı öğrenci Alman Akademik Değişim Servisi (DAAD) bursu ile Almanya'da yüksek lisans ve doktora yapmış ve yaklaşık 300 Humboldt Araştırma Bursu verilmiştir. 2015-2016 döneminde Almanya'da Erasmus programı dahilinde olmadan üniversite okuyan yaklaşık 7 bin Yunan öğrenci vardır.<sup>81</sup>

Yunanistan'daki doğrudan yabancı yatırımların büyük kısmı AB ülkeleri tarafından yapılmaktadır. Kriz öncesi ve sonrası dönemde Yunanistan'a doğrudan

80. Alman Dışişleri Bakanlığı.

81. Alman Dışişleri Bakanlığı.

yatırım yapan ülkelerin dağılımında önemli değişiklikler olsa da her iki dönemde de Almanya ilk sırada yer almaktadır. Ayrıca dikkat çeken bir diğer değişiklik de İsviçre ve ABD'nin kriz sonrası dönemde Yunanistan'daki yatırım miktarını neredeyse iki katına çıkarmış olmalarıdır. Bununla birlikte nihai olarak bakıldığında Yunanistan'a yapılan doğrudan yatırımlar 2008 krizi sonrası altı yıllık dönemde önceki altı yıllık döneme kıyasla yüzde 38,7 azalmıştır.

2014 yılı verilerine göre Yunanistan'ın en çok mal ihraç ettiği ilk üç ülke Türkiye, İtalya ve Almanya'dır. Diğer yandan Yunanistan'ın ithalatında ilk üçte Rusya, Almanya ve Irak bulunmaktadır. Bu sıralamada Türkiye 15. sırada gelmektedir.

Yunanistan'da faaliyet gösteren Atina Ticaret Müşavirliği'ne kayıtlı 20 adet Türk sermayeli şirket ve işletme bulunmaktadır. Aynı coğrafyada bulunan ve yine AB üyesi olan Romanya ve Bulgaristan örneklerine baktığımızda sırasıyla bu iki ülkede 10.242 ve 1.245 (temsilcilikler dahil) civarında Türk sermayeli şirket bulunduğu görülmektedir. Buna göre Yunanistan'da bulunan Türk sermayeli şirketlerin sayısının azlığı oldukça dikkat çekici boyuttadır.

Yunanistan'da faaliyet gösteren büyük Türk yatırımcılar arasında T.C. Ziraat Bankası, Koton Giyim, Tümel Elektronik, Murat Metal, Setur Servis Turistik A.Ş. ve Arkas Gemicilik sayılabilir. İstikbal Mobilya, Çilek Mobilya, Güllüoğlu Baklava firmaları ise franchising yoluyla Yunan pazarına girmişlerdir.<sup>82</sup>

2010 yılında hayata geçirilen Türkiye-Yunanistan Yüksek Düzeyli İşbirliği Konseyi (YDİK), Yunanistan-Türkiye ilişkilerine en somut bir şekilde ticaret, ekonomi, ulaştırma ve turizm alanlarında yansımıştır. 2014 yılında Yunanistan ile Türkiye'nin ticaret hacmi 5,58 milyar dolar olarak gerçekleşmiş olup, bu rakam YDİK'in kurulduğu yıl olan 2010'da gerçekleşen ticaret rakamlarının yaklaşık olarak iki katına tekabül etmektedir. Bu da göstermektedir ki iki ülke arasındaki ilişkilere YDİK olumlu katkısını 4 yılda ticaret hacmini iki katına çıkararak yapmıştır.

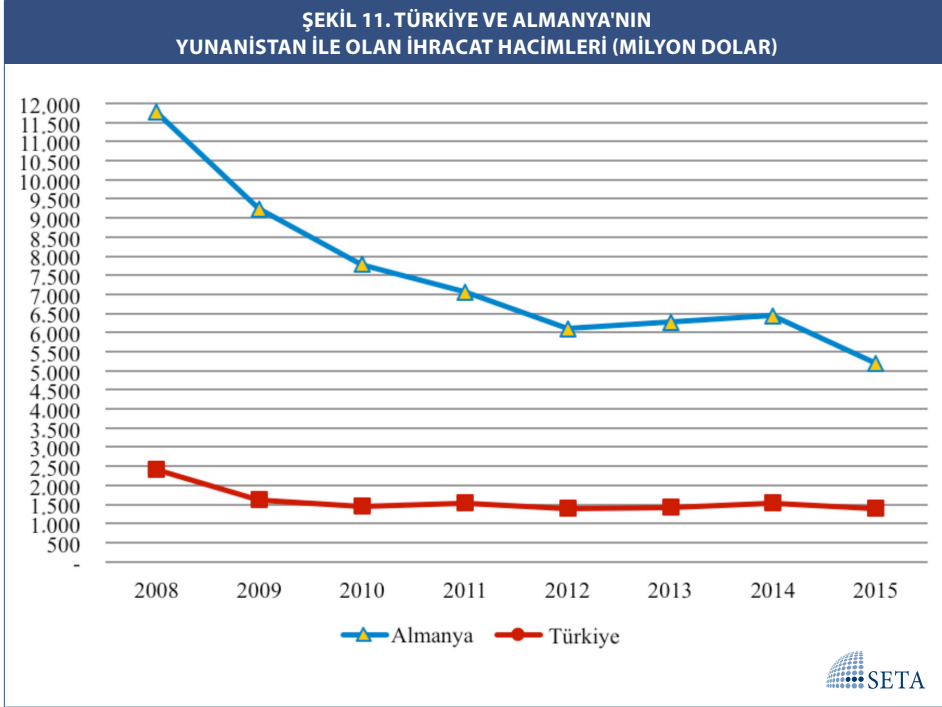
Diğer yandan her yıl her iki ülkeden yaklaşık birer milyon turist karşılıklı olarak Türkiye ve Yunanistan'ı ziyaret etmektedir. Yunanistan'ın Türkiye kıyılarına yakın ve doğrudan deniz seferi bağlantısı bulunan Yunan adalarına seyahatlerde kolaylaştırılmış vize uygulaması turist sayısının artmasına önemli katkıda bulunmaktadır.

Ayrıca Türkiye bursları kapsamında çok sayıda Yunanistan uyruklu öğrenciye Türkiye üniversitelerinde öğrenim görebilmelerini sağlayan yükseköğrenim bursu tahsis edilmektedir.<sup>83</sup>

82. T.C. Ekonomi Bakanlığı.

83. "Türkiye-Yunanistan İlişkileri", T.C. Dışişleri Bakanlığı, <http://www.mfa.gov.tr/turkiye-yunanistan-siyasi-iliskileri.tr.mfa>, (Erişim tarihi: 11 Haziran 2016).

Yunanistan'ın geçirdiği ekonomik kriz ve sonrasındaki maddi daralma sebebiyle ülkenin yapmış olduğu ithalat 2008-2015 yılları arasında ciddi ölçüde azaldı. İncelemeyi yaptığımız 2008-2015 yılları arasında Almanya'nın Yunanistan'a ihracatı 11,7 milyar dolardan 5,2 milyar dolara, Türkiye'nin Yunanistan'a ihracatı ise 2,4 milyar dolardan 1,4 milyar dolara geriledi.



Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016.

İhracat kalemlerine bakıldığında Almanya'nın diğer Balkan ülkelerinden farklı olarak Yunanistan'a en çok tıp ve eczacılık ürünleri (54) ihraç ettiği görülmektedir. Ayrıca 2008-2015 yılları arasında en çok ihraç edilen ilk beş ürün içinde süt, süt ürünleri ve yumurta (2), en çok ihraç edilen ilk on ürün içinde de et ve et ürünleri (1) yer almaktadır. 2015 yılında Almanya, Yunanistan'a 230 milyon dolar değerinde süt, süt ürünleri ve yumurta, 163 milyon dolar değerinde de et ve et ürünleri ihraç etmiştir. Motorlu kara taşıtları (78), endüstri makineleri (74) ve elektrik makineleri (77) ise en çok ihraç edilen ilk beş ürün grubunda yer almaktadır.

Türkiye'nin ihracat ürünlerinde ise diğer Balkan ülkelerinden farklı olarak en çok doğalgaz (34) ihraç edilmekte, onu tekstil ürünleri (65), petrol ve petrolden elde edilen ürünler (33), elektrik makineleri (77), demir ve çelik (67) takip etmektedir.

TABLO 11. 2015 YILINDA ALMANYA VE TÜRKİYE'DEN YUNANİSTAN'A EN ÇOK İHRAÇ EDİLEN İLK ON ÜRÜN GRUBU					
ALMANYA			TÜRKİYE		
Ürün Grubu Kodu (SITC)	Ürün Grubu Adı	İhracat Miktarı (bin dolar)	Ürün Grubu Kodu (SITC)	Ürün Grubu Adı	İhracat Miktarı (bin dolar)
54	Tıp ve eczacılık ürünleri	779.123	34	Petrol gazları, doğalgaz ve diğer mamul gazlar	170.298
78	Motorlu kara taşıtları, bisiklet ve motosikletler, bunların aksam ve parçası	433.809	65	Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya)	137.986
93	Özel işlemler ve mallar, çeşitlerine göre sınıflandırılmamış mallar	385.028	33	Petrol, petrolden elde edilen ürünler	132.216
74	Diğer genel endüstri makine/ cihazların aksamları	231.841	77	Elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları	81.467
2	Süt, süt ürünleri ve yumurta	230.342	67	Demir ve çelik	81.165
77	Elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları	225.831	78	Motorlu kara taşıtları, bisiklet ve motosikletler, bunların aksam ve parçası	75.430
76	Haberleşme, ses kaydetme ve sesi tekrar vermeye yarayan cihaz ve araçlar	212.798	84	Giyim eşyası ve bunların aksesuarları	70.337
89	Başka yerde belirtilmeyen çeşitli mamul eşyalar	199.920	64	Kağıt, karton ve kağıt hamurundan eşya	56.299
1	Et ve et ürünleri	163.233	5	Meyve ve sebzeler	52.462
59	Başka yerlerde belirtilmeyen kimyasal maddeler ve ürünler	157.993	89	Başka yerde belirtilmeyen çeşitli mamul eşyalar	49.268

Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016.



# SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

---

Balkan ülkelerine ihraç edilen ürün gruplarına baktığımızda bir sanayi ülkesi olarak öne çıkan Almanya'nın en çok motorlu kara taşıtları, endüstri makineleri, elektrik makineleri, özelliği olan belirli sanayiler için makineler ve aksamı ihraç ettiği görülmektedir. Ayrıca Almanya Balkan ülkelere ciddi miktarlarda et ve et ürünleri, süt ve süt ürünleri ve yumurta satmaktadır. Bu ürünlere ek olarak hatırı sayılır seviyede tütün ve tütün mamulleri, kahve, çay, kakao ve baharat ihracatı yapmaktadır.

Türkiye için öne çıkan ihraç kalemleri ise giyim eşyası, tekstil ürünleri, elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları, maden cevheri (metal-metal dışı), sebze ve meyve, demir, çelik, bakır, nikel, alüminyum ve diğer adi metallere eşyalar şeklinde sıralanabilir. Bunlarla birlikte Türkiye Balkan ülkelere hatırı sayılır seviyede motorlu kara taşıtları, bunların aksam ve parçaları, ilk şekilde olmayan plastikler, genel endüstri makine/cihazların aksamlarını ihraç etmektedir.

Endüstriden çok tarım merkezli bir ekonomi olarak bilinen Türkiye'nin yanı sıra başındaki ülkelere ihraç ettiği et ve et ürünleri, süt ve süt ürünleri ve yumurta, bir endüstri ülkesi olan Almanya'nın rakamlarıyla kıyaslanamayacak kadar düşük seviyededir. Her ne kadar hayvancılık ürünlerinde AB kısıtlamaları olsa dahi Türkiye zaten bu ürün gruplarında yüksek seviyede ihracat yapabilecek durumda değildir. Çoğu zaman et ve et ürünlerinde kendi ihtiyacını dahi karşılayamaz duruma gelmektedir. Ayrıca kendi üretimi olmamasına rağmen Almanya'nın Balkan ülkelere ihraç ettiği kahve, çay, kakao, baharat ve ürünleri, tütün ve tütün mamulleri dikkat çekmektedir.

TABLO 12. 2015 YILINDA ALMANYA VE TÜRKİYE'NİN BALKANLARA İHRAÇ ETTİĞİ BAZI ÜRÜN GRUPLARININ KARŞILAŞTIRILMASI (BİN DOLAR)			
ÜRÜN GRUBU		ALMANYA	TÜRKİYE
1	Et ve et ürünleri	512.942	3.315
2	Süt, süt ürünleri ve yumurta	516.150	6.138
7	Kahve, çay, kakao, baharat ve ürünleri	368.823	39.657
12	Tütün ve tütün mamulleri	213.330	23.554
54	Tıp ve eczacılık ürünleri	1.599.356	63.725
58	İlk şekilde olmayan plastikler (boru, hortum, levha, yaprak, plaka, şerit, film vb.)	618.473	255.071
65	Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya)	1.157.601	1.057.687
67	Demir ve çelik	492.948	490.538
68	Demir ihtiva etmeyen madenler	689.414	247.285
69	Demir, çelik, bakır, nikel, alüminyum ve diğer adi metallere eşya	1.097.160	400.457
71	Güç üreten makineler ve araçlar	584.514	206.960
72	Özelliği olan belirli sanayiler için makineler ve aksamı	1.481.670	137.857
74	Diğer genel endüstri makine/cihazların aksamları	1.787.436	216.897
77	Elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları	3.359.199	454.303
78	Motorlu kara taşıtları, bisiklet ve motosikletler, bunların aksam ve parçası	3.989.726	551.157
84	Giyim eşyası ve bunların aksesuarları	381.667	780.222

Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016.

Bu raporun temel bulguları aşağıdaki gibi listelenebilir:

- Balkanların son haritası şekillenmeye başladığından itibaren Almanya'nın bölgedeki yatırımları ve bölge ülkeleri ile ticareti geliştirme çabası oldukça yüksektir. Türkiye coğrafi, kültürel ve tarihi yakınlık içinde olduğu Balkanlarla ticari ilişkilerini geliştirmekte gecikmiş, Balkan pazarına girme mücadelesine oldukça geç başlamış; bölge genel olarak AB ülkeleri, özelde de Almanya'nın ekonomik etki alanına girmiştir.
- İleri bir sanayi ülkesi olarak Almanya'nın Balkanlarda işveren ve göç alan ülke olarak avantajlı bir konumu vardır. Bu konum itibarıyla bahsi geçen tüm Balkan ülkelerinden Almanya'ya hatırı sayılır rakamlarda işçi göçü

olmuştur. Belirli sayıda Balkanlı vatandaş hala Almanya'da yaşamakta ve Almanca konuşmaktadır. Bu işçilerin kendi ülkelerindeki aileleri de hesaba katılırsa, Balkanlarda Almanya açısından olumlu bir kamuoyu oluşturmaları beklenir; akabinde de kültürel, ticari ve ekonomik ilişkileri uzun vadede geliştirici bir etki yapar.

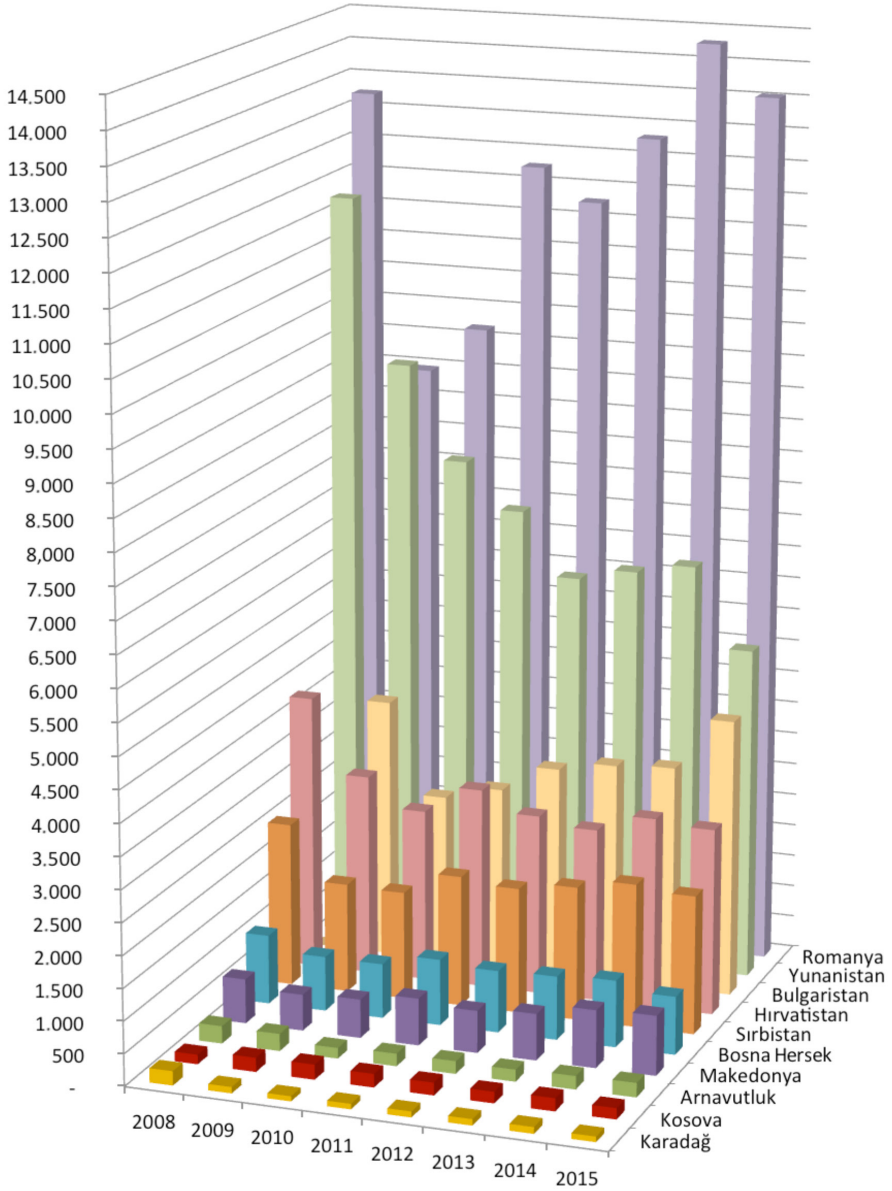
- Türkiye'nin Balkanlarda birkaç banka (Ziraat Bank Bosnia, Halkbank Beograd) ve birkaç fabrika dışında ciddi yatırımları oldukça azdır. Yeni satın almalar Türkiye açısından faydalı olsa da yaklaşık yirmi yıllık Almanya merkezli yatırımların farkını kapatmak zaman alacaktır. Ayrıca şu durumda Türkiye'nin henüz Almanya ve Avrupa ülkeleri tarafından el atılmamış bakir sektörleri belirleyerek hareket etmesi faydalı olacaktır.
- Türkiye ile Almanya arasında Balkanlarda halihazırda ciddi seviyede bir rekabet yoktur. Fakat bazı alanlarda ihracat eğrileri benzer ivmede devam ederse iki ülke sektörlerinin ilerleyen yıllarda ciddi bir rakip olma potansiyeli mevcuttur. Rekabet olasılığı yüksek alanlar; elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları (77), motorlu kara taşıtları, bisiklet ve motosikletler, bunların aksam ve parçası (78), güç üreten makineler ve araçlar (71), metal eşyalar (69), tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya) (65) ve ilk şekilde olmayan plastiklerdir (boru, hortum, levha, yaprak, plaka, şerit, film vb.) (58).
- Elde ettiğimiz bulgular, Balkanlarda bazı alanların Almanya, Avrupa devletleri ve Rusya tarafından zaten doldurulduğu izlenimini uyandırmaktadır. Bu sebeple Balkanlarda "gözle görülür" bir varlık göstermek isteyen Türkiye'nin bölgede yatırım ve ticaret anlamında boşluk bulunan sektörleri belirleyip onlara yönelmesi önerilmektedir. Bu sektörler yukarıda belirtilen ve ilerleyen yıllarda Almanya ile Türkiye arasında rekabet potansiyeli yüksek olan fasıllar üzerinde çalışılarak belirlenmelidir.
- Türkiye'nin Balkanlardaki ekonomik gücünü artırmak için bölgedeki ekonomik varlığını güçlendirecek fasıllara yoğunlaşması ve bu ürün gruplarında Balkan ülkelerindeki piyasaları mercek altına alması gerekmektedir. Bu bağlamda Türk ihracatçıları Balkan ülkeleri ile Türkiye arasında mevcut olan yakınlık ve kültürel bağları da avantaja çevirerek bu ülke pazarlarına nokta atışı yapmalıdır. Bu ülkelerdeki tüketici ve ithalatçıya cazip gelecek kampanya ve fiyatlar sunmalı ve ülke halklarını etkileyecek pazarlama stratejileri geliştirmelidir. Ayrıca bu girişimlerde Balkanlarda

bulunan Türkiye'ye ait bürokratik ve STK unsurlarının katkısını almak da önemlidir. Zira Balkan ülkelerinde halen eski yönetim biçimlerinden miras kalan hantal bir bürokratik yapı vardır ve bu yapı hızlı iş yapmaya alışmış Türk yatırımcı ve tüccarlarının çabuk pes etmesine ve kendilerine başka pazarlar aramasına neden olmaktadır.

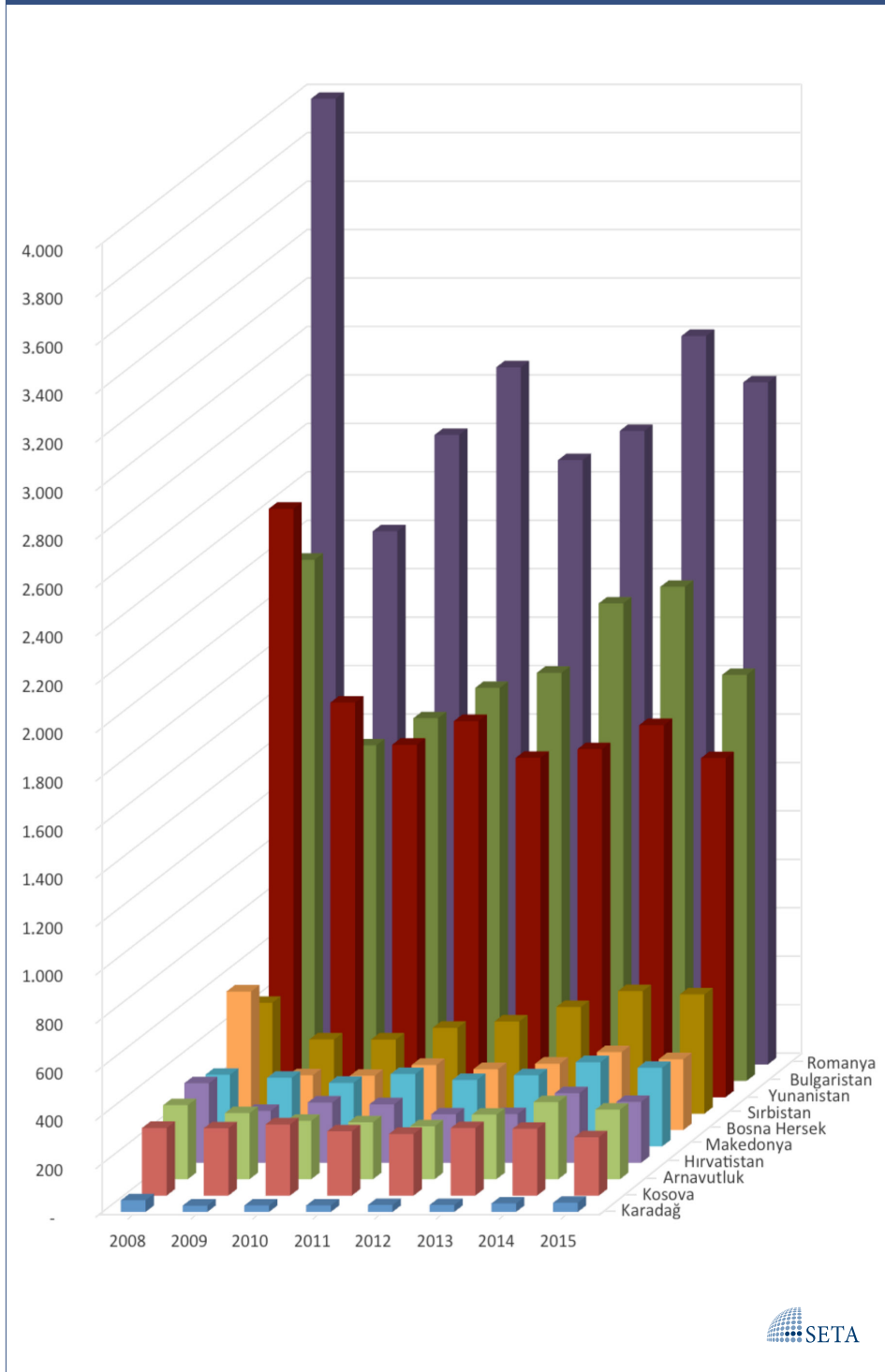
- Söz konusu Almanya-Türkiye çatışması söyleminin arka planında mevcut ciddi bir çatışma değil de Türkiye'nin TİKA, Yunus Emre Enstitüsü ve Türkiye merkezli STK'lar aracılığıyla Balkanlardaki duygusal, tarihi ve manevi bağları canlandırıp bu ülkelerle başta ticari olmak üzere her türlü alışverişini artırmasından duyulan endişe olduğu kanaati uyanmıştır. Türkiye'nin Balkanlarla ilgili takip ettiği politikasında maalesef attığı taş ürküttüğü kurbağaya değmemektedir. Balkanlarla olan kültürel ve tarihi bağlarımız her tür siyasi ve iş toplantısında dillendirilmekte ancak bu bağlar yatırım ve ticari ilişkilerin artması şeklinde kendini göstermemektedir. Türkiye bölgede ekonomik ve ticari anlamda sözü geçen bir güç haline gelememekte ve Türkiye-Balkanlar ilişkisi karşılıklı güzel sözlerin sarf edildiği bir mecradan daha öteye taşınmamaktadır.
- Türkiye'nin Balkanlarda analize konu olan ülkelere bazıları ile akrabalık bağı vardır ve bu ülke vatandaşlarından bir kısmı halen Türkiye'de yaşamaktadır. Bu bağlamda küçük bir topluluk bile Türkiye'de yaşıyorsa, iki ülke arasındaki ilişkileri canlı tutmada, o ülkenin dilini öğrenmede, sosyal, kültürel ve ticari ilişkileri geliştirmede katkısı olmalıdır. Ancak bu gibi kolaylaştırıcı faktörlerin Türkiye tarafından fırsata dönüştürülemediği, halihazırda Türkiye'nin Balkanlarda bir ticari partner ve yatırımcı olarak ancak "ihmal edilebilir" derecede bir varlık göstermesinden anlaşılmaktadır.

## EKLER

ŞEKİL 12. ALMANYA'NIN BALKAN ÜLKELERİNE OLAN İHRACAT HACMİ (MİLYON DOLAR)



ŞEKİL 13. TÜRKİYE'NİN BALKAN ÜLKELERİNE OLAN İHRACAT HACMİ (MİLYON DOLAR)



Kaynak: TÜİK ve Statistisches Bundesamt, 2016.

TABLO 13. TÜRKİYE VE ALMANYA'NIN 2008-2015 YILLARI ARASI 10 BALKAN ÜLKESİNE OLAN TOPLAM İHRACATLARI																							
Yıl	Almanya (AL)	Kosova (RKS)	Karadağ (MNE)	Bosna-Hersek (BIH)	Hırvatistan (HR)	Romanya (RO)	Bulgaristan (BG)	Makedonya (MK)	Sırbistan (SRB)	Yunanistan (GR)	Balkan Ülkelerine Olan Toplam İhracat (bin dolar)	Ülkenin Yılı İçindeki Toplam İhracatı (bin dolar)	Balkan İhracatının Toplam İhracat İçindeki Payı										
2008	273,34*	%0,7**	150	%0,4	222	%0,6	1.084	%2,8	4.311	%11,2	13.234	%34,5	4.085	%10,6	696	%1,8	2.562	%6,7	11.764	%30,6	38.383	1.450.572	%2,6
2009	268,52	%1,0	221	%0,8	99	%0,4	856	%3,1	3.152	%11,4	8.950	%32,3	2.651	%9,6	566	%2,0	1.713	%6,2	9.223	%33,3	27.699	1.121.034	%2,5
2010	166,55	%0,6	235	%0,9	79	%0,3	853	%3,2	2.701	%10,1	9.661	%36,3	2.873	%10,8	605	%2,3	1.689	%6,3	7.778	%29,2	26.639	1.261.480	%2,1
2011	194,76	%0,6	210	%0,7	86	%0,3	1.035	%3,4	3.141	%10,4	12.256	%40,8	3.300	%11,0	734	%2,4	2.048	%6,8	7.068	%23,5	30.072	1.477.278	%2,0
2012	198,63	%0,7	197	%0,7	92	%0,3	970	%3,4	2.828	%10,0	11.766	%41,7	3.454	%12,2	658	%2,3	1.964	%7,0	6.088	%21,6	28.216	1.404.355	%2,0
2013	187,10	%0,6	178	%0,6	100	%0,3	995	%3,4	2.709	%9,2	12.797	%43,3	3.515	%11,9	726	%2,5	2.091	%7,1	6.276	%21,2	29.574	1.444.858	%2,0
2014	208,54	%0,6	202	%0,6	103	%0,3	1.044	%3,2	2.988	%9,1	14.288	%43,6	4.346	%13,3	900	%2,7	2.245	%6,9	6.441	%19,7	32.766	1.492.539	%2,2
2015	223,10	%0,7	173	%0,6	85	%0,3	907	%3,0	2.918	%9,7	13.531	%45,2	3.826	%12,8	929	%3,1	2.168	%7,2	5.202	%17,4	29.962	1.326.360	%2,3
2008	305,74	%2,8	279	%2,6	48	%0,4	572	%5,3	329	%3,0	3.987	%36,7	2.152	%19,8	296	%2,7	458	%4,2	2.430	%22,4	10.858	132.027	%8,2
2009	273,11	%4,0	278	%4,1	26	%0,4	227	%3,3	215	%3,1	2.202	%32,3	1.386	%20,3	283	%4,2	306	%4,5	1.630	%23,9	6.826	102.143	%6,7
2010	241,07	%3,4	294	%4,1	27	%0,4	224	%3,1	249	%3,5	2.599	%36,3	1.497	%20,9	263	%3,7	306	%4,3	1.456	%20,3	7.157	113.883	%6,3
2011	235,31	%3,0	266	%3,4	27	%0,3	269	%3,5	242	%3,1	2.879	%37,2	1.623	%20,9	299	%3,9	355	%4,6	1.553	%20,1	7.747	134.907	%5,7
2012	218,76	%3,0	255	%3,5	29	%0,4	252	%3,5	201	%2,8	2.495	%34,7	1.685	%23,4	274	%3,8	381	%5,3	1.401	%19,5	7.192	152.462	%4,7
2013	266,54	%3,4	279	%3,6	29	%0,4	274	%3,5	202	%2,6	2.616	%33,5	1.971	%25,2	294	%3,8	441	%5,6	1.437	%18,4	7.810	151.803	%5,1
2014	318,54	%3,7	276	%3,2	35	%0,4	322	%3,7	287	%3,3	3.008	%34,7	2.040	%23,5	348	%4,0	506	%5,8	1.537	%17,7	8.678	157.610	%5,5
2015	287,40	%3,7	240,89	%3,1	38,31	%0,5	292,54	%3,7	252	%3,2	2.816	%36,0	1.677	%21,4	325	%4,2	493	%6,3	1.400	%17,9	7.821	143.883	%5,4

\* İlk sütun her ülke için Almanya veya Türkiye tarafından o ülkeye yapılan ihracat değerini gösterir (milyon dolar olarak)

\*\* İkinci sütun her ülkenin Almanya veya Türkiye'nin toplam Balkanlar ihracatından aldığı payı gösterir.

## **ELİF NUROĞLU**

2004 yılında Viyana Ekonomi Üniversitesi'nde İşletme Bölümü'nde lisans ve yüksek lisans diplomasını aldı. 2010 yılında Viyana Üniversitesi İktisat Fakültesi'nden iktisat alanında doktora unvanını aldı. 2007-2012 yılları arasında Uluslararası Saraybosna Üniversitesi İktisat Bölümü'nde görev yaptı. 2014 yılında Uluslararası İktisat alanında doçent unvanı alan Elif Nuroğlu, Türk-Alman Üniversitesi'nde İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölüm Başkanı olarak görev yapmaktadır. Uluslararası ticaret akımları ve yer çekimi modeli konularında araştırmalarını sürdürmektedir.

## **HÜSEYİN H. NUROĞLU**

2007 yılında Viyana Ekonomi Üniversitesi İşletme Bölümü'nde lisans ve yüksek lisans diplomasını aldı. 2007-2012 yılları arasında Uluslararası Saraybosna Üniversitesi İşletme Bölümü'nde görev yaptı. Viyana Üniversitesi İşletme Bölümü'nde doktora eğitimine devam eden yazar halen Türk-Alman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü'nde araştırma görevlisi olarak çalışmaktadır. İşletme ağları-franchising yapılanması ve yönetimi, bilgi teknolojileri yönetimi üzerine çalışmaktadır.

# BALKANLARDA ALMANYA VE TÜRKİYE İHRACAT VE YATIRIMLAR

ELİF NUROĞLU, HÜSEYİN H. NUROĞLU

Bu çalışma, Türkiye ve Almanya'nın birbirleri ile potansiyel olarak en çok rekabette bulunabileceği Balkan ülkeleri ile olan ihracat hacimleri ve ihracata konu olan mal kalemlerini kıyaslayarak, iki ülke arasındaki ticari rekabeti mercek altına almakta ve Balkanlarda tamamlayıcı bir rolde mi yoksa rakip mi olduklarını analiz etmektedir.

Türkiye genel olarak AB ülkeleri, özelde de Almanya'nın etki alanına girmiş olan Balkan piyasalarına nüfuz etme mücadelesine oldukça geç başlamıştır. Balkan ülkeleri ile yapılan ticaret hacmi ve fasılları incelendiğinde, Almanya'nın pek çok ülkede Türkiye'den açık ara önde olduğu ve Türkiye ile Almanya arasında Balkanlarda ciddi bir rekabetin olmadığı görülmektedir. Ancak bazı fasıllardaki ihracat eğrileri inceleme periyodunda gösterdikleri ivmeyle devam ederse iki ülke sektörlerinin ilerleyen yıllarda bazı pazarlarda ciddi rakip olma potansiyeli mevcuttur.

Türkiye'nin Balkanlardaki ekonomik gücünü artırmak için henüz Almanya ve Avrupa ülkeleri tarafından el atılmamış bakir sektörleri belirleyerek hareket etmesi, bölgedeki ekonomik varlığını güçlendirecek fasıllara yoğunlaşması ve bu ürün gruplarında Balkan ülkelerindeki piyasaları mercek altına alması gerekmektedir. Türk ihracatçıları Balkan ülkeleri ile Türkiye arasında mevcut olan coğrafi yakınlık ve kültürel bağları da fırsata çevirerek bu ülke pazarlarına nokta atışı yapmalıdır. Bu ülkelerdeki tüketici ve ithalatçıya cazip gelecek kampanya ve fiyatlar sunmalı ve ülke halklarını etkileyecek pazarlama stratejileri geliştirmelidir. Ayrıca bu girişimlerde Balkanlarda bulunan Türkiye'ye ait bürokratik unsurların ve STK'ların katkısını almak da önemlidir. Zira Balkan ülkelerinde halen eski yönetim biçimlerinden miras kalan hantal bir bürokratik yapı vardır ve bu yapı hızlı iş yapmaya alışmış Türk yatırımcı ve tüccarlarının çabuk pes etmesine ve kendilerine başka pazarlar aramasına neden olmaktadır.