



Kapı Komşumuz Yunanistan İle Ekonomik İlişkiler Gelişiyor



Yunanistan'la ekonomik ilişkilerin gelişmesi, sadece Türkiye'nin ihracat rakamlarına değil, Yunan sermayesinin doğrudan yatırım olarak Türkiye'ye girişine de yansıyor. Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı verilerine göre, Türkiye'de yatırımı bulunan Yunan firması sayısı 229 ve bu firmaların Türkiye'deki toplam yatırım tutarı ise 2,8 milyar euro civarında

Yunanistan ile Türkiye arasında son on yıldır devam eden dostluk rüzgârları en çok ekonomi ve ticari ilişkilerimize yansımış durumda. Siyasi ilişkilerden bir adım önde giden finans sektörü, bölgesel iş birliği alanında birçok ilki başlatmaya aday. Avrupa Birliği ile tarım ürünleri haricinde tam entegrasyon sağlamış olan Yunanistan, Türkiye için çok ciddi bir potansiyel taşıyor.

Türkiye'nin ihracatı artan bir seyir izliyor fakat Yunanistan'ın toplam ithalat kapasitesiyle kıyaslandığında oldukça yetersiz. Yunan tüketicisi, Türkiye menşeli ürünlerin kalitesi ve standardı konusunda herhangi bir önyargıya sahip değil. Bu da ürünlerin kalitesinin yüksek olması ve iyi bir fiyat teklifi ile satışa sunulması halinde Yunan pazarında diğer ürünlerle rahatlıkla rekabet edebileceği anlamına geliyor.









YUNANİSTAN PAZARI FIRSATLARLA DOLU

Türk işadamları her türlü sanayi ürününü gümrüksüz ve kotasız satabilme şansına sahip. Gerek ithalat kapasitesi, gerekse günden güne dışa bağımlılığın artması dolayısıyla Yunanistan pazarı pek çok fırsat sunuyor. İki ülkenin bankaları ve aracı kurumları giderek artan özel sektör yatırımlarının finansmanında öncü olarak, bölgede iş yapan Türk ve Yunan şirketlerine ortaklaşa kredi sağlayabiliyorlar. İki ülke arasındaki barışçıl tutumlar on yıl önce 200 milyon dolar olan ticaret hacmini bugün üç milyar dolara yükseltmiş durumda.

Son aylarda Yunan sanayisi sıkıntılı bir dönemden geçiyor. Özellikle Uzakdoğu'dan gelen ucuz mallara karşı maliyet dezavantajı nedeniyle rekabet güçlüğü içinde olan firmaların büyük bir çoğunluğu üretimi durdurarak ithalata yöneliyor. Ayrıca, Yunan alıcının çok ciddi bir fiyat avantajı olmaması halinde coğrafi yakınlık nedeniyle Türkiye'yi tercih etmesi. Buna karşılık Türkiye yine de, Yunanistan'ın dış ticaret ortakları sıralamasında ilk on beşte yer alıyor. Buna karşılık Türkiye'nin yine de 2007 yılının ilk sekiz ayında Türkiye-Yunanistan ithalat sıralamasında on ikinci sıraya yükseldi, ihracatta ise sekizinci sırada yer alıyor.

TÜRKİYE'NİN YUNANİSTAN'LA TİCARETİ (Milyar Dolar)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
İhracat	**437**	**476**	**590**	**920**	**1171**	**1126**	**1602**	**2033**
İthalat	431	266	312	428	594	727	1045	806
Toplam	**868**	**742**	**902**	**1348**	**1765**	**1853**	**2647**	**2839**

GENEL EKONOMİK DEĞERLENDİRME

Türkiye ile Yunanistan arasındaki ticari ilişkiler AB ile gümrük birliği anlaşmasının yürürlüğe girdiği 1996 yılından itibaren artıyor. Yunanistan'la ticaretimizde en önemli kalemler demir-çelik, pamuk, makine ve teknik cihazlar, tütün, yaş meyve sebze, kağıt ürünleri, plastik mamulleri, kauçuk eşya, mineral yakıtlar, optik alet ve cihazlar, cam ve tekstil ürünleridir.

Türkiye Yunanistan'ın önemli ihracat pazarlarındandır. Fakat ülkemizin ihraç ettiği mallar ithalat mallarına göre daha yüksek katma değere sahiptir. Yunanistan pazarı hem zevk ve beğeniler hem de coğrafi bakımdan ülkemize yakın, aynı zamanda alım gücü yüksek bir pazardır. Başta turizm olmak üzere, inşaat, enerji, bankacılık ve birçok sektörde işbirliği imkânları geniştir.

Dikkat edilecek hususların başında, Yunanistan'ın Avrupa kalite normlarını benimsediği, Türk ürünlerinin kalite zaafı ve süresi içinde teslimlerde istenmeyen sorunlar yaşandığıdır.

İki ülke arasındaki ticaret her yıl yüzde 30-40 oranında armasına karşın, zaman zaman "suyun öte yakası" diye tabir ettiğimiz ülke için bu rakamlar yetersiz kalmakta. Hemen yarın







bu rakamları beş, on katına çıkarmak imkânsız değil. Ortada olan sorunların başında Türk işadamlarının Yunanistan'a sadece Schengen vizesiyle gidebilmeleri geliyor. Oysa Yunanlı işadamları için Türkiye'ye gelmek Ankara'dan İstanbul'a gitmek kadar kolay. Bu nedenle ticari ilişkilerin gelişimi için başta vize konusunda formüller geliştirmek gerekiyor. Örneğin adalara gidişte özel işlemler veya Türkiye'deki Yunanistan konsolosluklarının vize kapasitesini (özellikle yaz aylarında) Schengen kurallarını çiğnemeden artırmak gibi.

Yunanistan özellikle güneydoğu Avrupa ülkelerinde önemli yatırım faaliyetlerinde bulunmakta, bu yatırımlar 18 milyar dolara ulaşmaktadır. Yunan bankaları bin yüzden fazla şube kurarak güneydoğu Avrupa bankacılık pazarının yüzde yirmisini ele geçirdi. Türkiye'de seksen Yunan firması faaliyet gösteriyor ve bunların yatırımlarının toplamı 2006 yılında beş milyar Euro'ya ulaşmış durumda.

İTHALAT VE İHRACAT POTANSİYELİ

Endüstrinin GSYİH içindeki payı yüzde 21-22 ve imalat sektörünün payı yüzde 10-12 civarındadır. Ancak genelde endüstri, yıllık yüzde 2 gelişmekte ve ağırlığı azalmaktadır. Gıda endüstrisi güçlüdür. Çünkü Yunanistan birçok mahsulde kendi kendine yeten bir ülkedir, endüstriyel şeftali üretiminde lider ülkelerden biridir ve domates üretiminde en üst sırayı almaktadır. Yunanistan, balık çiftliği üretiminde de Avrupa'da üretimin yarısını sağlamaktadır.

Yunanistan'da üretim, imalat sektörü gerilerken hizmet sektörü öne çıkmaktadır. Hizmet sektörünün GSYİH' ye katkısı yüzde 71,6'ya çıkmıştır. Sektör devlet desteklerine açıktır. Sanayi ve hizmet üretiminin bileşimi olan turizm sektörü de Yunanistan'ın gözde sektörüdür. Nüfusundan fazla (14,7 milyon) turist alan Yunanistan'da turizmin milli hâsılaya katkısı yüzde 15, istihdama katkısı yüzde on civarındadır.

Türkiye'nin Yunanistan'a ihraç ettiği ürünler şöyledir: Kimyasal maddeler, pamuk, inşaat malzemeleri, makine ve aletler, ham ve yarı mamul plastikler, balık ve deniz ürünleri, meyve ve sebzeler, kauçuk ürünleri, tekstil iplikleri, haberleşme ve ses cihazları, oto yan sanayi mamulleri, giyim eşyası ve aksesuarları, ayakkabı, demir-çelik. İhracat potansiyeli taşıyan ürünler ise kuru yemiş ve kuru meyve, dondurulmuş gıda, kümes hayvanları mamulleri, süt ürünleri, bisküvi, çikolata ve diğer aperatif tatlı ve tuzlu gıdalar, bakliyat, tahıllar (markalı ve ambalajlı), organik gıdalar, bitkisel yağ (zeytin ve mısırözü yağı), alkolsüz içecekler olarak sıralanabilir. Yunanistan, Pire, Selanik ve Heraklion-Girit liman bölgelerinde serbest ticaret bölgesine sahip. Yabancı kökenli mallar bu bölgelere gümrük ve diğer vergileri ödenmeksizin getirilir ve transit yüklemesi yapılır veya re-export edilirse gümrük ve diğer vergilerden muafiyeti devam eder.



EKONOMİK GÖSTERGELER

GSMH	168,1 Milyar Euro
Reel GSMH Artış Oranı (Yüzde)	**3,5**
Kişi Başına (GSMH-MG)	19,119 Dolar
Enflasyon Oranı (Yüzde)	**3,5**
Toptan Eşya Fiyat İndeksindeki Yıllık Artış (Yüzde)	3,5
Tüketici Fiyat İndeksindeki Yıllık Artışı (Yüzde)	**3,5**
İşsizlik Oranı	9,9
Asgari Ücret	**585 Euro**
İhracat	13,963 Milyar Euro
İthalat	**43,896 Milyon Euro**
Dış Ticaret Açığı	28,565 Milyon Euro
Turizm Gelirleri	**11,040**
Deniz Taşımacılığı Gelirleri	13,800
Borçların GSMH'ye Oranı	**117,9**

Kaynak: www.dtm.gov.tr





YUNANİSTAN'DA GELİŞEN SEKTÖRLER

Perakende gıda sektörü Yunanistan'ın en hızlı gelişen sektörleri arasında yer alıyor. AB üyeliği ve Euro'ya geçiş, Yunan gıda sektöründe (üretim ve perakende ticaret dahil) şirket birleşmelerine ve yapısında sadeleşmeye yol açıyor. Bu süreçte aile şirketleri kurumsallaşmaya gayret gösteriyorlar. Tüketiciler, ürünlerin kaliteli, markalı, ambalajlı ve uluslararası standartlara (HACCP ve ISO) göre üretilmiş olmasına dikkat ediyor. Taze meyve ve sebze dondurulmuş gıdalara göre daha çok tercih ediliyor. Ancak yine de dondurulmuş gıda sektörü, kentlerde yaşayan çalışan kesimin tercihine bağlı olarak büyüyor. Yunan mutfağında özel bir yere sahip olan zeytinyağı, tüketici tercihlerinde yıllardır ilk sıradaki yerini koruyor. Kuru yemiş ülkede Avrupa ortalamasına göre daha çok (8 kg) tüketilen ürünlerden biri. Kaliteli ve uygun fiyatlı ürünler sunan firmaların pazarda tutunma şansları yüksek. Gelişme gösteren süt ürünleri pazarı, yıllık olarak yüzde dört oranında büyüme kaydediyor. Yoğurt ve peynir Yunanistan'da en çok tüketilen gıda ürünleri arasında yer alıyor.

İş adamlarının gözlemlerine göre; otomotiv yan sanayisi, demir-çelik, enerji, metalürji, kimya, gıda, tekstil, elektrik ve telekomünikasyon malzemeleri üretiminde ortak fabrika kurma şeklinde iş birliği imkanı mevcut. Borsa alanında yapılabilecek çalışmalar ise şöyle sıralanıyor; ortak fon oluşturulması, bölgesel risk sermayesi fonlarının kurulması, gelecek yıllarda internet aracılığıyla işlemlerin yapılması için alt yapı oluşturulması, Güney Avrupa İş Birliği Girişimi (SEC) kapsamında işlemlerin yapılabilmesini sağlayan projeler üretilmesi. Ayrıca İMKB ve Atina Borsası arasında iş birliği başlatıldı ve her iki ülkenin açılış-kapanış işlemleri aynı saatte başlatılıyor.

Çalışma alanı olarak en geniş yelpazeyi sunan sektör ise turizm. Türk ve Yunan hava yollarının ortak çalışması ile uçak seferlerinin artırılması, kongre turizmine yönelik ortak projeler üretilmesi, Üçüncü Dünya Ülkelerini içine alan Doğu Akdeniz turizm kavramının yaratılması bu alanlardan birkaçı. Bu amaçla İsrail, Mısır, Yunanistan ve Türkiye'yi kapsayan "Doğu Akdeniz Seyahat Acentaları Birliği" kurularak bir başlangıç yapıldı. Turizm profesyonellerine karşılıklı staj imkânı tanınabileceği gibi, AB ortak fonlarından yararlanma olanakları da araştırılmalı. Bilim dünyasında yapılan iş birliğine en iyi örneğin, Yunan ve Türk akademisyenlerin birlikte hazırladığı 79 adet proje olduğu bilinmekte.

YUNANİSTAN'A YATIRIM YAPACAKLARIN BİLMESİ GEREKENLER

Beş yıldan daha fazla faaliyette bulunacak yatırımcılar faiz sübvansiyonu ve vergi istisnaları ile eğer yatırımları ile ihracata dönük üretim yapıyorlar ise veya ithal ikameci bir yaklaşımla ithal edilmekte olan ürünlerin ithalini engellemiş iseler, ilave vergi teşvikleri verilmekte. On milyon doları aşan yatırımlar veya yabancı katılımcılar var ise beş milyon doları aşan yatırımlar için Yunan Yatırım Merkezi tek nokta olarak projenin gerçekleşmesinden sorumlu olup, ilave hükümet teşvikleri de verilmekte. Satın alma gücü yüksek olan Yunanistan'a her şey satılır. Fiyatlar tamamen serbest piyasa koşullarına tâbidir. Genelde peşin ödeme esası geçerlidir. Yunanlar'ın Türk mallarına karşı eskisi gibi önyargılı olmadıkları gözlenmekte ve "Türk üreticisini ve sanayicisini bekledikleri" türünden mesajlar verilmekte. Büyük Yunan firmaları teslimatın Türkiye'de, fabrikada yapılmasını istemekle ve taşıma ve sigortayı kendileri organize etmekle, bu da Türk KOBİ'leri için ticareti kolaylaştırmakta. Ayrıca Türkiye ile Yunanistan arasında gümrük vergisi uygulaması yoktur. Serbest dolaşım geçerlidir. Yunanistan'da KDV oranları mal ve hizmet alım-satımlarında yüzde 18'dir. Dahası ithalat Midilli, Sakız, Sisam, On iki Adalar, Kiklades ve Taşoz, Semadirek, Kuzey Sporades ve Skiros adalarına yapılıyorsa KDV yüzde 13 olarak uygulanmaktadır. Yunanistan genelinde KDV temel tüketim mallarında yüzde sekiz ve kitapta yüzde dörttür.





