→ Röportajlar: Gülder Demir
gulder.demir@dunya.com

Turizm Yatırımcıları İçin Alternatif Bir Pazar: HIRVATİSTAN



Balkan Yarımadası'nın kuzeybatı köşesini tutan ve Bosna'yı üç taraftan çeviren Hırvatistan, en önemli ticari ortağı olan Avrupa Birliği ülkelerinin ticari durgunluğa girmesiyle birlikte komşuları ile ticari ilişkilerini geliştirmeye başlamıştır. Avrupa'nın en popüler turizm destinasyonunlarından biri olan Hırvatistan Türk yatırımcılar için de oldukça önemli bir pazar olarak görülmekte.

Bosna-Hersek, Macaristan, Sırbistan, Karadağ, Slovenya ile komşu olan Hırvatistan, yüzde 90'ın üzerindeki şehirli nüfusu ile oldukça gelişmiş bir toplum olarak zenginliği hızla artan ve Avrupa ekonomisine entegre olan bir dinamik ülke olarak yabancı yatırımcıların dikkatinden kaçmıyor. Türk firmalarının "yabancılık" çekmeden gidebilecekleri bir pazar olan Hırvatistan, başarılı bir özelleştirme geçirmiş, üretimini artırmıştır. İstihdam politikasını Batı Avrupa ülkeleriyle uyumlu hale getirmeye çalışmakta olan ülke ekonomisindeki olumlu gelişmeler ve dış borçlar konusunda imzalanan anlaşmalar, uluslararası finans çevrelerinin bu ülkeye yönelik ilgisini artırmıştır. Hırvatistan önceliği; altyapı projelerini hızlandırmak olarak belirlemiştir. Ayrıca yatırım ve ihracatı teşvik etmek üzere yeni kanuni düzenlemeler yapmak, yabancı yatırımcılar için bürokrasiyi azaltmak üzere bir ajans kurmak, KOBİ'leri desteklemek, ekonominin yüzde beş grubu içinde yer alması, Dünya Ticaret Örgütü üyesi olması, Hırvatistan'daki olumlu siyasi gelişmeler sayesinde Avrupa Birliği ile ilişkilerin canlanması ülkeyi serbest piyasa ekonomileri için cazip bir partner haline getirmiştir. Hırvat ekonomisi başlıca ticaret ortakları olan Avusturya, İtalya ve Almanya ekonomilerinin vasat büyümelerinden etkilenmekte olup, 2006 yılı üçüncü çeyreğinde yüzde 4,7 büyüme gösteren Hırvatistan Hükümeti, 20 Temmuz 2000 tarihinde yürürlüğe giren yeni "Yatırım Teşvik Kanunu" ile yabancı sermayeyi ülkeye çekmek amacıyla ek teşvikler ve vergi muafiyetleri öngören düzenlemelerde bulunmuştur. 2002 yılı sonunda yabancı yatırımlar Hırvatistan'da toplam 1,7 milyar dolara ulaşmıştır. Hırvatistan'ın Bosna ve Hersek, Makedonya, Macaristan,

















Slovenya, Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti, Polonya, Slovakya ve Türkiye ile yapılmış Serbest Ticaret Anlaşmaları vardır. Türkiye ile Hırvatistan arasındaki ticaret hacminin 2008 yılı sonu itibariyle 4,2 milyon dolar olduğu belirtilmektedir.

EKONOMİK YAPI VE SEKTÖRLER

Hırvatistan ekonomisinin hizmetler sektöründen sonra ikinci önemli sektörü olan tarım, GSYİH'deki payı yüzde 8,4 dolayında, işgücünün yüzde 1,3'ünü istihdam ediyor. Hırvatistan'ın tarım sektörünün yüzde 82'si özel mülkiyetin elinde ve ileri düzeyde makineleşmiş. Toplam 3,2 milyon hektarlık ekilebilir alanın yüzde 63'ünde ekim yapılıyor. Hırvatistan, tarım ve hayvancılığa dayalı gelirin büyük bir kısmını süt, tütün, kahve, bira ve içecek üretiminden elde ediyor. Bu sektörde kayıtlı 735 firma bulunmasına rağmen, en büyük on firma toplam üretimin yüzde 41,4'üne ve çalışan işçi sayısının yüzde 30'una sahip. Dünya Ticaret Örgütü ve Avrupa Birliği'nin Ortak Tarım Politikaları ile uyum sağlamayı hedefleyen Hırvatistan, bu amaçla; tarım sektöründe özelleştirme yoluyla aile tipi çiftliklerin yaygınlaştırılmasına önem veriyor. Ülke gelişmiş bir balıkçılık ve balık işleme endüstrisine sahiptir. On beş balık işleme tesisi yılda on beş bin ton balık üretiyor.

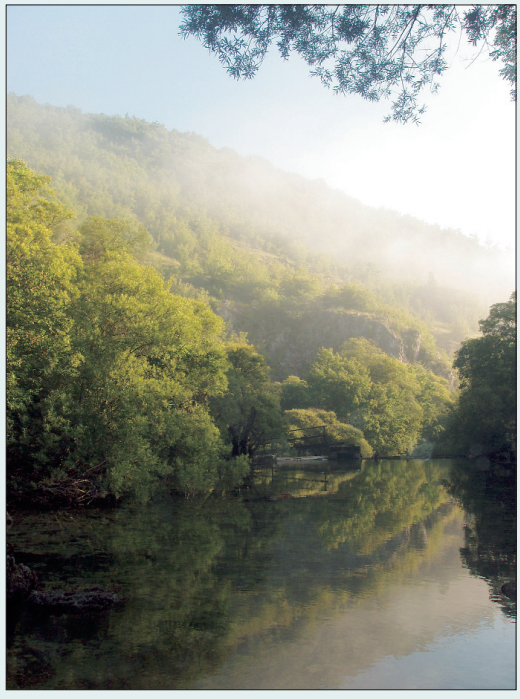
Hırvat endüstrisinin yüzde otuzu savaş zamanında tahrip olmuştur. Bu durumdan en çok etkilenen kollar ise, deri, ayakkabı, tekstil sanayisi ve makine üretimidir. Özellikle metal eşya ve donanım sanayisi gibi savaş sırasında devlet sübvansiyonu ile ayakta tutulan stratejik iş kolları eski teknolojileri ve aşırı istihdam sonucunda büyük bilânço zararlarına neden olmaktadır. Ancak işsizliği daha da artıracağı endişesiyle bu sanayilerde özelleştirmeye gidilmemiştir. Hükümet bu tür kuruluşları özel bir durum olarak ele alan bir yeniden yapılanma programı hazırlamıştır.

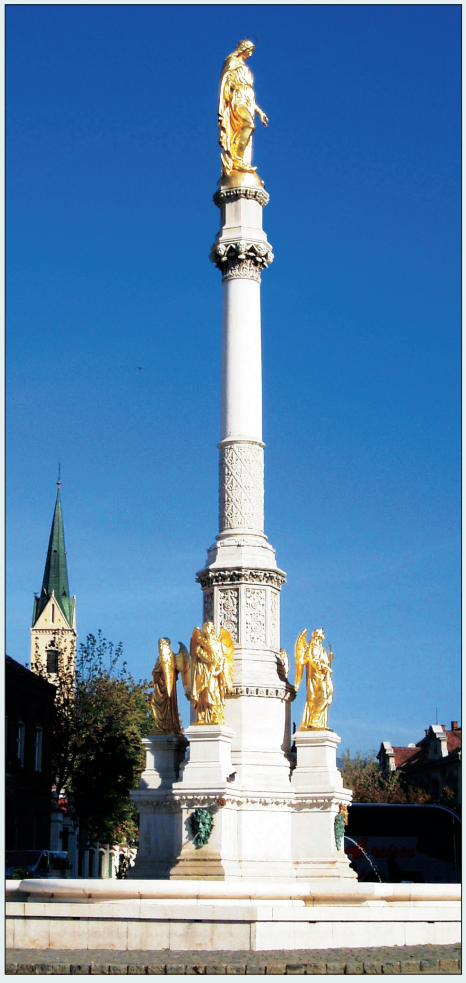
Hırvatistan deniz araçları ihracatında önemli bir yere sahiptir. Pula, Split, Ttrogir, Kraljevica'de birer ve Rijeka'da iki tane olmak üzere altı büyük tersane bulunmaktadır. Bu tersanelerde her tür deniz ulaşım aracı, sondaj platformu, tanker ve savaş gemisi üretilmektedir. Ülkede toplam 13 bin 500 gemi kapasiteli 37 marina bulunmasına karşın tersanelerin modernizasyona ihtiyacı olduğu, bu sektörün yatırıma çok elverişli olduğu görülmektedir. Koprivnica'da yerleşik Podravka, gıda sanayiinin ihracatında önemli bir paya sahiptir. Aynı firmanın Polonya'daki üretim tesisleri Vegeta markası altında katkı maddeleri üretmektedir. Özellikle dondurulmuş gıda, içecek ve balık üretimi konusunda da gelişmiş ve işbirliğine uygun alanlar bulunuyor. Ülkede Metro, Mercator, Iber Coop ve Getro gibi büyük market zincirleri tüketimin hızla artmakta olduğunu gösteriyor.

TURİZM

Turizm, Hırvatistan ekonomisinin yeniden yapılanmasında çok önemli rolü olan bir sektör. Çalışan nüfusun yüzde altısına istihdam olanağı sağlamaktadır. Yatak kapasitesinin yüzde 95'i Adriyatik kıyısındaki tesislerde bulunmaktadır. Bin 800 km'lik Adriyatik sahil şeridinde bin 185 adası ve Akdeniz iklimi ve doğal güzelliği ile bu sektörün gelişme potansiyelini ortaya koymaktadır. Son yıllarda ülkede deniz turizmi oldukça gelişmiş-







tir. Toplam 15 bin 500 gemi kapasiteli 47 marina mevcuttur.

Sektörde mevcutların yenilenmesinin yanı sıra yüksek standartlı tesis ve otel yönetimi alanlarında ihtiyaç vardır. Ülkenin hızla gelişip önemli bir turist destinasyonuna dönüşmesi beklenmektedir. Yabancı yatırımcılar Hırvatistan'daki mevcut tesislerin yenilenmesine olduğu kadar yeni tesislerin inşasına büyük ilgi göstermektedir. Turizm sektöründe özelleştirme sürmektedir. Istria, Primorje-Gorski Kotar, Lika-Senj, Zadarska, Sibenik-Knin, Split-Dalmacija-Neretva bölgelerindeki oteller yoğun olarak devlete aittir. Hırvatistan Özelleştirme Ajansı'na ait "Club Adriatic" bu otellerin satışını yönetmektedir.

Ülke en çok Alman, İtalyan, Sloven, Çek, Avusturyalı ve Macar turistleri tarafından ziyaret edilmektedir. 2006 yılı ilk on ayı itibariyle ülkeyi ziyaret eden turist sayısı yüzde üç oranında artarak yüzde 8,5 milyona ulaşmıştır. Gelen turistlerin yüzde 8,4'ü Çek Cumhuriyeti, yüzde 8,6'sı Avusturya, yüzde 4,7'si Macaristan, yüzde 4,1'i Hollanda vatandaşıdır.

TÜRKİYE HIRVATİSTAN ARASINDA TİCARİ İLİŞKİLER

Eski Yugoslavya'daki savaştan sonra altyapı ve yeniden imar çalışmaları Hırvatistan'da hız kazanmaktadır. Bu özelliğiyle Hırvatistan, Türk müteahhitlik firmaları açısından öncelikli pazarlardan biri olarak değerlendirilebilir. Başta taahhüt sektörü olmak üzere gemi yapımı, petrol endüstrisi, turizm, çevre-arıtma projeleri, havaalanı yönetimi ve "catering" konularında ortak girişimlerin işbirliği içim uygun şartlar barındırdığı belirtilmektedir.

19 Şubat'ta Türk-Hırvat İş Konseyi Ortak Toplantısına katılan Hırvat Başbakan Yardımcısı ve Rkonomi, Çalışma ve Girişimcilik Bakanı Damir Polancec, Hırvatistan'ın Türkiye ile olan ticaret hacmini yeterli görmediklerini, özellikle Türkiye'den turizm alanında yatırımcı çekmek istediklerini ifade etti. Bu toplantının sonunda Antalya-Zadar Limanı İşbirliği Anlaşması imzalandı. İki ülke arasında yeni yapılan bu anlaşma öncesi de Türkiye'den Hırvatistan'a yatırım yapan Özdoğru, Enka Grubu Hırvatistan'ın altyapı yapımında faaliyet gösteren iki büyük şirket olarak bilinmektedir.

Bir Hırvat şirketi olan KONCAR güç jeneratörü ve fabrikaları projelerinde Türkiye'de saygın bir pozisyon elde ederken, bir Türk şirketi olan ENKA Hırvatistan'ın Kuzey-Doğu otoyol projesini başarılı olarak gerçekleştirerek Başkent Zagrep ile ikinci büyük sahil şehri Split'i birleştirmiştir. Her iki örnek de, sadece bilgi ve tecrü-



be paylaşımı değil, aynı zamanda Hırvatistan ve Türkiye arasındaki başarılı işbirliklerine örnektir. Her iki ülkeye de katma değer sağlayan örnekler bölgesel diğer pazarlara doğru da genişletilebilir. Hizmet sektöründe ise, turizm ve taşımacılık yeni fırsat alanları olarak görülmektedir. Bu nedenle, sağlıklı iş birlikleri yaratmanın en sağlıklı yolunun karşılıklı fuarlara katılmaktan ve bilgi toplamaktan geçtiği düşünülmelidir.



TEMEL EKONOMİK GÖSTERGELER

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008(*)
GSYİH (milyar dolar)	**22,44**	**22,61**	**32,26**	**38,50**	**42,92**	**48,27**	**48,27**
Büyüme Oranı (yüzde)	5,20	4,30	3,80	4,30	4,80	5,6	5,5
Enflasyon (yüzde)	**1,80**	**1,80**	**2,05**	**3,32**	**3,18**	**2,77**	**5**
Dış Borçlar (GSYİH yüzde)	67,50	82,10	80,50	82,50	85,00	85,32	85,32
Döviz Rezervleri (milyar dolar)	**5,89**	**8,19**	**8,56**	**8,68**	**10,75**	**12,89**	**12,89**
İhracat (milyar dolar)	5	6,31	7,66	8,77	10,38	16,83	16,83
İthalat (milyar dolar)	**10,65**	**14,22**	**15,44**	**18,56**	**21,49**	**19,19**	**19,19**
Cari Denge (milyar dolar)	2,84	2,05	1,23	1,79	3,56	3,83	3,83

DIŞ TİCARET

	2002	2003	2004	2005	2005/11	2006/11
İhracat (milyon dolar)	**5**	**6,3**	**8,2**	**9**	**7,9**	**9,3**
İthalat (milyon dolar)	10,7	14,2	16,6	18,2	17	19,6

TÜRKİYE HIRVATİSTAN DIŞ TİCARETİ (Bin dolar)

YILLAR	İHRACAT(X)	İTHALAT	XM	DENGE	HACİM
1996	**27.082**	**28.542**	**0,95**	**-1.460**	**55.624**
1997	36.100	8.500	4,25	27.600	44.6
1998	**27.767**	**14.752**	**1,88**	**13.010**	**42.514**
1999	29.897	7.893	3,79	22.004	37.79
2000	**23.589**	**25.375**	**0,93**	**-1.786**	**48.964**
2001	30.112	17.330	1,74	12.782	47.442
2002	**42.423**	**9.338**	**4,52**	**33.035**	**51.811**
2003	85.342	15.475	5,551	69.867	100.817
2004	**118.060**	**35.229**	**3,35**	**82.442**	**253.56**
2005	167.991	85.569	1,96	82.422	253.56
2006	**213.210**	**60.226**	**3,54**	**152.984**	**273.436**
2007	355.520	77.440	4,59	278.080	432.960
2008	**328.486**	**105.665**	**3,11**	**222.821**	**439.151**

BAŞLICA DIŞ TİCARET MADDELERİ (BİN DOLAR) (2005)

İHRACAT			İTHALAT		
FASIL	TUTAR	PAY(yüzde)	FASIL	TUTAR	PAY(yüzde)
Mineral Yakıtlar	**26.528**	**15,8**	**Gemiler**	**36.260**	**43**
Demir Çelik Eşya	20.549	12,3	Gübreler	12.649	





DEİK TÜRK HIRVAT İŞ KONSEYLERİ BAŞKANI H.ÇAĞATAY ÖZDOĞRU:

"Türkiye'nin Hırvatistan'da Yapacak Çok İşi Var"

Hırvatistan'ın Avrupa'ya yakın olmasını avantaj olarak kullandığını ve Avrupa'nın şu an en popüler turizm destinasyonlarından biri haline geldiğini belirten DEİK Türk-Hırvat İş Konseyi Başkanı Çağatay Özdoğru, Türkiye'nin turizmdeki becerisini Hırvatistan'a ihraç etme fırsatı olduğunu söylüyor.

Hırvatistan 1991 yılında bağlı olduğu Yugoslavya'dan ayrılarak bağımsızlığını kazanmış, günümüzde demokrasi ile yönetilen bir cumhuriyet. Yüzde 78'i Hırvatlardan, geri kalanı diğer bölge milletlerinden oluşan dört buçuk milyonluk nüfusuyla aday olduğu Avrupa Birliği'ne 2009 sonunda üye olması beklenen Hırvatistan, 5830 km'lik kıyı şeridi ve bin 185 adası ile son yıllarda özellikle turizm alanında dikkatleri çekiyor. Konuyla ilgili görüşlerini aldığımız Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) Türk-Hırvat İş Konseyleri Başkanı H.Çağatay Özdoğru, bölgedeki tarihsel-kültürel bağlarımızdan kaynaklanan ilişkilerimizi hatırlatarak, Türkiye'nin yol göstericiliğine duyulan ihtiyacı belirtti.

● Hırvatistan'ın genel olarak Avrupa ve özelde de Balkan devletleri arasındaki yerinden söz edebilir misiniz?

Hırvatistan'ı farklı kılan ise çok uzun bir sahil şeridine ve birçok adaya sahip ülkenin coğrafi konumu. Avrupa'ya yakın olması sebebiyle de son yıllarda Avrupa'nın turizm merkezi haline geldi. Avrupa'nın Akdeniz kıyılarını düşünürsek; Portekiz, İspanya, Fransa, İtalya, Hırvatistan ve Yunanistan arasında Hırvatistan dışındaki tüm ülkeler bugüne kadar daha çok denenen, tanınan, bu nedenle birçok yerinde de yapılaşmaya gidilmiş ülkeler. Hırvatistan ise bakir özelliğini dağlık alanları ve sahil şeridiyle son derece korumuş, bu nedenle de Avrupa'nın son yıllardaki destinasyonu olmuş. Ayrıca eğitimli ve sıcak insanlarıyla Hırvatistan, Bal-





kanların küçük, turizmi yeni keşfeden bir ülkesi.

● Hırvatistan'ın Türkiye ile ilişkileri nasıldır? Ticari ilişkilerinin gelişmesi için neler yapılabilir?

Hırvatistan Osmanlı Devleti'nden beri Türkiye ile çok sıkı ilişkiler içerisinde olmamış. Toprakları da eski Osmanlı toprağı olan bölgeler arasında da bulunmuyor, Türklerle Hırvatlar arasındaysa hiçbir savaş yaşanmamış, çünkü Osmanlılar hep bu bölgeden teğet geçmişler. Türkiye'yle ilişkileri ise son derece dostane gelişmiş. Aramızdaki ticarete baktığımızda ise büyük ölçekli bir ticaretten söz etmek pek mümkün değil, aşağı yukarı birkaç milyon dolar seviyesinde. Ağırlıklı olarak inşaat şirketlerinin çalışmalarına rastlıyoruz, özellikle ENKA grubu Hırvatistan'ın alt yapısını oluşturan, büyük otobanları yapan konsorsiyumun önemli üyelerinden biri. Kısacası aramızda büyük ticari bağlantılar yok, ancak ilişkilerimiz iyi ve ilerde Türkiye'nin Hırvatistan'da yapacak çok işi var. İlişkilerin gelişmesi için neler yapıldığına gelirsem, örneğin Sayın Cumhurbaşkanımız Abdullah Gül 2008'de Hırvatistan'ı ziyaret etti. Ayrıca 19 Şubat 2009'da TOBB Başkan Yardımcısı Hüseyin Üzülmez, Hırvatistan Ekonomi Odası Başkanı Nadan Vidoseviç ve Devlet Bakanımız Prof. Mehmet Aydın'ın katıldığı da İstanbul'da Türk Hırvat Ortak İş Konseyi Toplantısı yapıldı. Hırvatistan'dan Başbakan Yardımcısı Ekonomi, Çalışma ve Girişimcilik Bakanı Damir Polanşec ile Türkiye'den de Devlet Bakanımız Profesör Nazım Ekrem'in katıldığı bir toplantı yapıldı. Bu toplantı, bugüne kadar iki ülkeden iş adamlarının katılımının en çok olduğu toplantı olması açısından çok iyi geçti. Hırvatistan'dan kırk beş adet firma ile ellinin üzerinde işi adamı yalnızca bu toplantıya katılmak için Türkiye'ye geldi. Birçok iş adamı da Türkiye'den katıldı. Dolayısıyla bu anlamda bir milat olarak kabul ettiğimiz bu toplantı, çok başarılı oldu. Zagreb'de yapılan toplantının devamı niteliğindeki toplantı, bugüne kadar yapılmış toplantıların en büyüğü olması açısından birkaç milyon dolarlarla ifade edilen iş hacminin gelişmesi için hepimize umut verdi.

● Türkiye'den Hırvatistan'a gidecek Türk yatırımcılar için Hırvatistan ne gibi kolaylıklar sağlanabilir?

Biz Türkiye'den Hırvatistan'a ve Hırvatistan'dan Türkiye'ye olmak üzere iki tane alan belirledik. Bizi ilgilendiren Türkiye'den Hırvatistan tarafına baktığımızda, ilk olarak Türkiye'nin uğraşması gereken inşaat ağırlıklı altyapı işleri olduğunu görüyoruz. İkincisi, tekstil, gıda vs gibi alanlarda ihracata yönelebiliriz. Ancak açık söylemek gerekirse, bu büyük bir iş değil, bu yüzden bizi asıl ilgilendiren turizm sektörüne gelmek istiyorum. Az önce de bahsettiğim gibi Hırvatistan, İtalya'nın hemen yanındaki konumuyla Avrupa'nın son dönemdeki en önemli destinasyonlarından biri. Bizim 1980'lerde yaşadığımız turizm devrimini yaşıyor ve bu sektörü yeni keşfediyor. Oteller, servis sektörü yeni gelişmekte. Dolayısıyla bizim 1980'lerden beri özellikle Antalya olmak üzere güney sahillerimizde yaptığımız gelişmenin, eşi görülmez kaliteli servisin verildiği, Avrupalıların çok sevdiği otellerimizi geliştiriyoruz. Son dönemlerde hizmetlerimize golfu de ekledik. Biz Türkiye'de yatırımcılarımıza yatırımlarını Hırvatistan'a çekmelerini söylüyoruz. Bunu şu ana kadar RİKSOS Otelleri yaptı. Üstelik bunu yapan yalnızca RİKSOS da değil. Onlara buradaki ekspertizlerini oraya da taşımalarını söylüyoruz. Bununla ilgili olarak Hırvatistan ise örneğin golfle ilgili birçok yeni yasa ve düzenlemeler getiriyor. Ayrıca bizim yatırımcıların oraya gitmesi için de son derece açıklar. Biz de, onları rakip gibi görmeyelim, İngilizce tabiriyle "coopetition"(ortak rekabet) yapalım diyoruz. Riksos turistleri Türkiye'ye getiremiyorsa, Hırvatistan'a getirsin, orada hizmet verelim diyoruz. Aklımızdaki strateji aşağı yukarı budur.



Türk-Hırvat İş Konseyleri Başkanı H.Çağatay Özdoğru; "Türkiye'nin, ben bu ülkelere ne satabilirim düşüncesinden çok, onlarla birlikte başka ülkelerle ne yapabilirim diye düşünmesi gerek. Biz DEİK olarak böyle bir stratejiyi benimsedik, devletin de böyle bir stratejisi olması gerek" diyor.

● Hırvatistan'da yabancı yatırımcılar ne tür engellerle karşılaşıyor?

Öncelikle koordinasyon problemi var diyebiliriz. Şöyle ki; bir turizm yatırımcısının muhatap olduğu kurumu bulmasında zorluklar var, Turizm Bakanlığı, Çevre Bakanlığı vb gibi. Örneğin çevre konusunda son derece duyarlılar, denizlerini korumak için her şeyi yapıyorlar. Betonlaşmaya asla rastlayamazsınız.

● Bu bilinçli bir çaba mıdır?

Tabii, buraların onların en büyük hazinesi olduğunu iyi biliyorlar. Turizm gelirleri-



nin onlar için ne kadar önemli olduğunun ve oradan gelecek gelirle yaşayacaklarını biliyorlar, çünkü Hırvatistan'ın doğal kaynaklardan gelen gelirleri vb gelirleri yok. Dolayısıyla korumak için ellerinden geleni yapıyorlar.

Yatırımcıları bekleyen zorluklara dönersem, karşı taraftaki koordinasyon, muhatap sorunuyla ilgili olarak, Türkiye'de Başbakanlık Yatırım Ajansı gibi Hırvatistan'ın da bir yatırım ajansı var. Dolayısıyla bu boşluğu o yatırım ajansı kapatıyor gibi görünüyor. İkinci problem ise eski Yugoslavya'dan gelmeleriyle ilgili olarak daha devletçi, korumacı, bürokratik bir yapıda olmalarından kaynaklanan problemleri sayabiliriz. Örneğin bir otel açacaksanız muhatabınız yalnızca Turizm Bakanlığı değil, onun bağlı olduğu diğer birçok bakanlığı dolaşmanız, bürokrasiyle uğraşmanız gerekiyor. Yine eski Yugoslavya etkisini üzerlerinden atamamalarıyla ilgili olarak, örneğin Türkiye'de gördüğünüz modernliği halen yakalamış değiller. Yollarını yeni inşa ediyorlar, telekomünikasyon sektörü gelişmiş değil, hizmet sektöründe aksaklıklar var. Bunun gibi sorunlara rağmen genç nüfusu çok yüksek ve eğitimliler.

● Sizce Hırvatistan'la ilişkilerin geliştirilmesinde hangi sektörlere öncelik verilmeli?

Turizmin çok önemli olduğunu belirtmiştik. Türk iş adamlarının karşılaşacağı önemli sorunlardan biri altyapıdır. Örneğin Zagreb Havalimanı özelleşiyor. Bu tür altyapıyla ilgili Türk yatırımcılarını ilgilendirebilir. Bunun dışında, ihraç edilmek istenen mallarla ilgili olarak, Hırvatların güçlü olduğu alanlar gıda, tekstil ve orman ürünleri. Ancak Hırvatlar Türkiye'yi şimdiye dek bir ihracat ülkesi olarak görmemişler, daha çok kuzey ülkelerine yönelmişler. Örneğin Alman etkisine çok rastlanıyor, İtalya, Avusturya da aynı şekilde. Son dönemde bu ülkelerde kriz olduğundan, yavaş yavaş Türkiye'yi keşfetmeye çalışıyorlar. İş adamı meslektaşlarımızdan duyduğumuz kadarıyla fuar vb organizasyonlarda Türk pavyon ve stantlarına Hırvatların ilgisi son derece yüksek oluyor. Haftada en az bir kez buradaki Hırvat Büyükelçisi'nden veya Hırvat İş Adamları Derneği'nden ortaklık edecek Türk iş adamı arandığına dair birçok talep geliyor.

● Türkiye'nin Hırvatistan'a bu ilgisinin küresel kriz dışında hangi nedenlere bağlıyorsunuz?

Aslında Türkiye'nin Balkan ülkelerine şimdiye dek organize bir çabasından söz edemeyiz. Bu anlamda Hırvatistan Türkiye açısından da ihmal edilmiş bir ülke, bugüne kadar daha çok diğer Avrupa ülkelerine, ABD'ye Uzakdoğu ülkelerine yönelmişiz. Baktığımızda, ülke olarak biz de yalnızca Hırvatistan'ı değil, Bosna Hersek, Makedonya, Kosova gibi ülkeleri yeni keşfediyoruz. Ancak burada belirtmek istediğim, bu ülkelerde Osmanlı dönemin-





den gelen büyük bir Türk etkisi olduğu görülüyor. Din benzerliğinin yanında, bu bölgede Türkçe konuşulduğuna da tanık oluyoruz. Buradaki insanların Türklere büyük bir saygısı, güveni var. Örneğin Kosova'ya gittiğinizde kendinizi Amerikalı gibi hissediyorsunuz. Bu durumda Türkiye'nin bu bölgede büyük ağabeylik yapması gerektiğini düşünüyorum. Yalnızca politik anlamda değil, ticari anlamda da Türkiye ağabeylik pozisyonunda olmalı. Örneğin ben Türk Hırvat İş Konseyleri Başkanı olarak, diğer Balkan ülkelerindeki iş Konseyleri Başkanlarıyla da sık görüşüyorum. Kısa bir süre öncesine kadar eski Yugoslavya ülkelerinde yaşayan toplumlarla yemekten, dine, dile, kültüre kadar ortak birçok özelliğimiz var. İnsan tipi ve alışkanlıklarımız da son derece benziyor. Az önce bahsettiğim gibi bize büyük ağabey gözüyle bakıyorlar, bu anlamda biz de rolümüzü doğru oynayabilirsek yalnızca Hırvatistan'ın değil, diğer Balkan ülkelerinin de ekonomilerinde büyük rol alabiliriz. Altyapılarının gelişmesinde yardımcı olabilir, ticaretlerinin gelişmesine katkıda bulunabilir, onlara önderlik edebiliriz. Dolayısıyla Türkiye'nin, ben bu ülkelere ne satabilirim düşüncesinden çok, onlarla birlikte başka ülkelerle ne yapabilirim diye düşünmesi gerek. Biz DEİK olarak böyle bir stratejiyi benimsedik, devletin de böyle bir stratejisi olması gerek.