



Ekonomisi Türkiye ekonomisi için işbirliği imkanları sunan güçlü Avrupa ülkesi

Polonya

Polonya AB'nin 6. büyük ekonomisidir ve Doğu Avrupa ülkeleri arasında ekonomisi en sağlıklı olanıdır. Büyümesinde ağırlık doğrudan yabancı sermaye yatırımlarına ve ihracata dayalıdır. Nüfusu 38 milyondur ama Gayri Safi Yurt İçi Hasılası 725 milyar dolar düzeyinde olup Türkiye'nin GSYİH'sına eşit düzeydedir.

Polonya olduğundan büyük pazardır

Polonya'nın stratejik ve lojistik konumu gerçekten de mükemmeldir çünkü Almanya ile eski Sovyet Cumhuriyetleri arasında zorunlu bir geçiş köprüsü durumunda olduğu için Avrupa'nın doğusu ile batısını birbirine bağlayan hemen tüm yollar Polonya'dan geçmektedir. Buna bağlı olarak Asya-Pasifik kökenli yatırımcılar için Polonya üzerinden AB pazarına açılma imkanı mevcuttur ve Polonya'nın iç pazar hacmi önemli büyüklükte olduğu için sermaye açısından hedef yatırım ülkesi olarak görülmektedir. Polonya, olduğundan çok daha büyük bir pazar potansiyeli taşır.

Yatırım cazibesi çok yüksektir

Önemli ekonomik potansiyeli nedeniyle bugün dünyada en çok yabancı sermaye çekebilen ülkelerden biri olan Polonya'nın bu konudaki başlıca avantajı, bölgedeki diğer ülkelere göre sayıca üstün, nitelikli işgücüne sahip bulunmasıdır. Bu nedenle dünyaca ünlü bazı firmalar Ar-Ge merkezlerini Po-

700 Türk yatırımcı Polonya'yı keşfetti. 50 yıl geriden gelip 20 yılda Batı Avrupa refah düzeyinin yüzde 61'ini yakalayan Polonyalılar aradaki farkı da kısa sürede kapatacakları umudunu veren dinamik ve hızlı bir gelişme yaşıyor.



lonya'da kurmaktadırlar. Eğitimli nüfusta yabancı dil bilenlerin oranı da çok yüksektir. İngilizce, Almanca ve Rusça yaygın kullanılmaktadır.

Yatırımcıya sunulan olanaklar

Polonya yatırımcılara, özendirici destekler sunmaktadır. Özel ekonomik bölgelerin ve yerel konseylerin (Gmina) sağladığı vergi muafiyetleri önemlidir. Ayrıca Polonya Yatırım Ajansı PAİZ'in teşvikleri ve yatırımcıların ihtiyaçlarına göre tespit edilen birçok yardım türleri mevcuttur. EBRD, ETB, WB fonları yatırımcılara doğrudan veya dolaylı finansman imkanı sağlamaktadır. Polonya'ya yapılacak yatırımlarda AB'nin yapısal fonlarını kullanma imkanı bulunması da özel bir cazibe unsurudur. Polonya'da Endüstri ve Teknoloji parkları da çok yaygındır ve bunun yatırımcıya sağladığı çok çeşitli imkanlar vardır.

Türkiye-Polonya dış ticareti

2009/2010 bağlamında Polonya'nın ihracatı yüzde 14 artışla 155.7 milyar dolara ulaştı. İthalatı ise yüzde 15.8 oranında artarak 175.650 milyar dolar oldu. Cari açığının GSYİH'sına oranı yüzde 1.6 gibi,





POLONYA'NIN GENEL EKONOMİK YAPISI

	2000	2009	2010
GSYİH [milyar dolar]	171.263	688.761	725.249
GSYİH'nin Dağılımı [%]			
Tarım	5	4	4
Sanayi	32	30	32
Hizmetler	63	66	64
Kişi Başına Gelir [dolar]	10.555	17.989	18.800
GSYİH Artış Oranı [%]	4.0	1.7	3.8
Enflasyon Oranı [%]	10.1	3.5	2.6
İşsizlik Oranı [%]	15.1	11.9	12.3
Sanayi Üretimi Artışı [%]	11.2	-0.3	9.1
Tarım Üretimi Artışı (%)	-5.6	10.5	-1.2
İnşaat [%]	1.4	9.9	3.8
Dış Ticaret [Milyar dolar]	80.591	276.211	329.367
İhracat [Milyar dolar]	31.651	136.641	155.717
İthalat [Milyar dolar]	48.940	149.570	173.650
Denge [Milyar dolar]	-17.289	-12.929	-17.933
İhracat/İthalatı [%]	-10.1	-3.0	-3.8
İhracatın GSYİH'na Oranı [%]	27.1	31.5	33.2
Dış Borç Stoku [Milyar Avro]	74.670	195.025	233.677
Uzun vadeli	64.403	146.450	178.913
Kısa vadeli	10.267	48.575	54.764
Dış borç /GSYİH [%]	38.7	59.6	65.5

önemsizdir. Polonya'nın 2010 yılında ihracatının yüzde 78.6'sı, ithalatının ise yüzde 58.8'i AB üyesi ülkelerdir. Türkiye gibi, Polonya'nın da en büyük ticari partneri, Almanya'dır.

Polonya ile Türkiye ticareti 2011 sonu itibarıyla 5 milyar dolar toplam hacmi aşacak gözükmektedir. Ticaret Türkiye aleyhine 1 milyar doları aşkın açık veren bir yapıdadır.

Genel değerlendirme

Türk iş dünyası için Polonya pazarına yönelik stratejik unsurları şöyle özetleyebiliriz:

- Tekstil, konfeksiyon ve deri ürünleri alanında Polonya perakende pazarına marka yaratarak, teks-

til imalat pazarına ise hammaddesi Türkiye'den getirilmek üzere yatırımla girmek uygundur.

- Doğrudan perakende sektörü dağıtım ağları yeterince tekelleşmemiş olduğu için, depolama, ambalajlama gibi yatırımlar avantaj sağlar.

- Ham deri kaynakları açısından potansiyeli olan Polonya ile deri işleme konusunda işbirliği yapılarak her iki ülkedeki mevcut ayakkabı, mobilya ve deri konfeksiyon sektörüne girdiler üretilebilir.

- Polonya'da yetiştirilemeyen sıcak iklim ürünlerini Türkiye'den getirip Polonya'da nihai işleme/ambalajlama sürecine tabi tutarak pazarlamak stratejik üstünlük sağlar.

- Türk ürünlerinin mevcut imaj bozukluğunu gidermeleri için markalı ve kaliteli ürünlerle pazara girilmesi gerekir.

- Özel ekonomik bölgelerde yatırım yapmak Türk firmalarına avantaj sağlayacaktır. Yeni teşvikler de Türk yatırımcılar için işbirliği olanağını arttırmaktadır.

- Başta tekstil ve hammaddeleri, beyaz eşya, mobilya, yaş-kuru meyve sebzeler, mücevherat, oto yan sanayi olmak üzere bir çok fasılda Türk ürünlerinin fiyat hususunda rekabet gücünün bulunması, hipermarket zincirlerinde yer almalarına imkan sağlayacaktır.

Hedef sektörler

Kozmetik ürünleri: Türk ürünleri uygun kalite/fiyat olanakları sunmaktadır. Türk firmalarının istikrarlı bir tutuma politikası oluşturmaları gerekir.

Konfeksiyon (bay-bayan hazır giyim): Türkiye'nin Polonya'ya ihracatının yüzde 40'ını tekstil-konfeksi-

TÜRKİYE-POLONYA TİCARETİ

Yıl	İhracat	İthalat	Denge	Hacim
2010*	1.504.569	2.620.928	-1.116.359	4.125.497
2009	1.321.118	1.999.386	-678.268	3.320.504
2008	1.586.771	1.977.851	-391.080	3.564.622
2007	1.436.402	1.646.231	-209.829	3.082.633
2006	1.060.078	1.436.586	-376.507	2.496.664
2005	830.482	1.244.447	-413.964	2.074.929
2004	697.677	996.104	-298.427	1.693.781
2003	486.046	415.359	+70.687	901.405
2002	342.646	245.133	+97.512	587.779
2001	241.233	168.069	+73.163	409.302
2000	174.593	164.680	+9.914	339.273

*2010 için Ocak-Kasım dönemidir
Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu Yıllık Verileri



POTANSİYELİ BULUNAN İHRAÇ ÜRÜN ve HİZMETLERİMİZ

TARIM SEKTÖRÜ

- Kuru Meyveler (Kuru Kayısı, Kuru Üzüm)
- Yaş Meyve Sebze (Narenciye)
- Sert Kabuklu Meyveler (Fındık)
- Meyve ve Sebze Suları (Fermente edilmemiş)
- Endüstriyel Bitkiler
- Şekerli ve Çikolatalı Mamuller
- Bisküvi
- Gofretler
- Çay
- Kesme Çiçek

SANAYİ SEKTÖRÜ

- Mühendislik Hizmetleri -İnşaat Malzemeleri
- Otomotiv Ana ve Yan Sanayi
- Elektronik (Televizyon Alıcıları)
- Isıtma, Soğutma ve Havalandırma Sistemleri
- Kablo ve Teller
- Beyaz Eşya
- Isı ile İşleyen Makineler, Sistemler
- Takım Tezgahları
- Elyaf ve İplik
- Ev Tekstil Ürünleri
- Hazır Giyim
- Metal Dövme, İşleme, Kesme Makineleri
- Demir/Çelikten Tüpler, Borular, İçi Boş Profiller
- Elektrikli Su Isıtıcıları, Elektrotermik Cihazlar
- Elektrikli Ses/Görüntülü İşaret Cihazları
- Halılar, Yer Kaplamaları (Kilim, Sumak vb)
- Jeneratörler
- Plastikten Levha, Yaprak, Pelikül ve Lamlar
- Sabunlar, Yüzey Aktif Organik Maddeler

yon oluşturuyor. Bu çerçevede zincir mağazalara hitap edecek doğrudan mağazacılığa girmek alternatif çözümdür.

İnşaat Malzemeleri (seramik, yer karoları, sıhhi tesisat, mermer): Gerek konut ihtiyacının fazlalığı gerekse altyapı projeleri inşaat malzemeleri açısından sarf edilecek çaba ile orantılı olarak çok geniş olanaklar vardır.

Beyaz Eşya ve Mobilya: Ciddi bir rekabetin bulunduğu sektörde Türk ürünleri fiyat avantajına sahiptir. Tanıtım ağırlıklı bir pazarlama politikası ile ihracat artırılabilir. Ayrıca yeni teknoloji ve modern tasarım tüketici açısından önem taşımaktadır.

Yaş Meyve Sebze: Zamanında ulaşım koşuluyla piyasada her zaman için rekabet imkanı bulunmaktadır.

Ev tekstili (tül perde, havlu, bornoz, çarşaf): Türk ürünlerinin fiyat ve kalite açısından büyük avantajı bulunmaktadır.

Oto yan sanayi: Ülkemizde üretilen araba markalarının Polonya'da da üretiminin bulunması otomotiv yan sanayimiz için önemli bir fırsattır.

YARARLI ADRESLER

- Genel bilgi için: <http://www.turkcebilgi.com/Polonya>
- T.C. Varşova Büyükelçiliği: UL. Malczewskiego 32. 02-622 Warszawa
Tel:(48-22) 646 43 21-25 Fax:(48-22) 646 37 57
e-mail: turkemb@zigzag.pl
- Polonya Büyükelçiliği: <http://www.ankara.polemb.net>