



DIŞ EKONOMİK İLİŞKİLER KURULU  
FOREIGN ECONOMIC RELATIONS BOARD

# Türkiye ve Güney Kore

## Kan Kardeşliğini Daha Güçlü Bir Ekonomik Ortaklığa Dönüştürmek İçin Öneriler

İstanbul | Kasım 2017

## **YASAL UYARI**

Bu çalışmadan yapılacak alıntılarda (iktibaslarda) 5846 Sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanununun 35'inci maddesinde ngrlen Őartlara uyulmalıdır. Rapor, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) Türkiye-Kore İş Konseyi adına Sabancı Üniversitesi İstanbul Politikalar Merkezi Uzmanı Dr. Altay Atlı tarafından güvenilir olduğuna inanılan kaynaklar kullanılarak yazılmıştır. Bununla beraber, bu çalışmada kullanılan kaynaklardaki hata ve eksikliklerden ve bu yayındaki bilgilerin kullanılması sonucunda DEİK yelerinin ve kamuoyunun uğrayabilecekleri doğrudan ve/veya dolaylı zararlardan, kr yoksunluğundan, manevi zararlardan ve nc kişilerin uğrayabileceği zararlardan dolayı DEİK ve yazar hişbir Şekilde sorumlu tutulamaz.

© Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu | Kasım 2017

## **Dr. ALTAY ATLI**

Sabancı niversitesi bünyesindeki İstanbul Politikalar Merkezi'nde (İPM) uzman olarak görev yapmakta ve farklı üniversitelerde yarı zamanlı olarak uluslararası ekonomi politik, Asya ekonomileri ve Asya-Pasifik'te uluslararası ilişkiler konularında ders vermektedir. Türkiye ve Avustralya'da öğrenim görmüş olan Dr. Atlı, doktorasını Boğaziçi Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü'nde tamamlamıştır. Bir dönem DEİK araştırma koordinatörü olarak da görev yapmış olan Dr. Atlı, Washington D.C., Berlin, Paris, Pekin, Őanghai, Guangzhou, Tokyo, Budapeşte, Prag, Floransa, Tunus gibi birçok dünya Őehrindeki niversite ve düşünce kuruluşlarında davetli olarak Asya ve Türkiye'nin Asya ile ilişkileri üzerine seminerler vermiş, Őanghai niversitesi'nde misafir araştırmacı olarak bulunmuştur. Dr. Atlı, akademik çalışmalarının yanı sıra özel sektöre küresel ekonomi, uluslararası ticaret ve Asya ekonomileri konularında danışmanlık hizmetleri vermekte ve Hong Kong kökenli güncel haber-yorum sitesi Asia Times'da köşe yazarlığı yapmaktadır. Daha fazla bilgi için: [www.altayatli.com](http://www.altayatli.com).

# İÇİNDEKİLER

07

Yönetici  
Özeti

11

Giriş

15

Türkiye'nin Güney  
Kore'ye İhracatı

28

Türkiye'nin Güney  
Kore'den İthalatı

33

Türkiye'de Güney  
Kore Yatırımı

37

Türkiye ile Güney  
Kore Arasında  
Hizmet Ticareti

39

Ekonomik İlişkileri  
Destekleyici Unsurlar

41

Sonuç



**Nail Olpak**  
DEİK  
Yönetim Kurulu Başkanı

Saygıdeğer Okuyucu;

Tarihi asırlar öncesine dayanan bir ilişkiye sahip Türk ve Kore halklarının dostluğu, yakın geçmişte Kore Savaşı ile perçinlenmiş, cephede kader birliği yapan iki millet arasında coğrafi mesafeyi ortadan kaldıran kalıcı insani bağlar kurulmuştur. Türkiye ile Güney Kore arasında “kan kardeşliği” olarak adlandırılan bu ilişki, 2012 yılı itibarı ile dış ilişkiler alanında “stratejik ortaklık” düzeyine taşınmış ve ikili ilişkilerimize yepyeni bir vizyon kazandırılmıştır.

Şimdi ise ülkemiz ve Güney Kore arasındaki kan kardeşliği ve stratejik ortaklığı daha güçlü bir ekonomik ortaklığa dönüştürme vakti. Bu çerçevede ülkelerimiz arasında 2013 tarihinde yürürlüğe giren Serbest Ticaret Anlaşması’yla altyapısı oluşturulmuş dengeli bir dış ticaret, yüksek hacimli doğrudan yatırımlar, güçlü ortaklıklar, lojistik, bilişim, müteahhitlik, hizmetler sektörü, savunma sanayi ve turizm alanları başta olmak üzere pek çok sektörde daha fazla işbirliği, biz iş dünyası temsilcilerinin bir numaralı önceliği olmalıdır. Bu çerçevede bizler, ülkelerimiz arasındaki mevcut olan ilişkilerin özel niteliğini, samimiyetini ve canlılığını koruyarak, ekonomik ve ticari alandaki işbirliğine yeni bir vizyon kavuşturmak zorundayız. İşte asıl bunu gerçekleştirebildiğimizde, halklarımız arasındaki ‘kadim dostluk’ ve ‘kan kardeşliği’ gerçek manada bir ‘stratejik ortaklığa’ dönüşecektir.

Bu çerçevede 1989 yılında kurulan DEİK/Türkiye-Kore İş Konseyi’nin girişimleriyle hazırlanan, Dr. Altay Atlı’nın kaleme aldığı “Türkiye ve Güney Kore: Kan Kardeşliğini Daha Güçlü Bir Ekonomik Ortaklığa Dönüştürmek İçin Öneriler” başlıklı rapor, Türkiye ile Güney Kore arasındaki mevcut ekonomik ve ticari ilişkileri, sadece yatırım ve karşılıklı mal ticaretine odaklanmadan, çok boyutlu şekilde geliştirilmesine yönelik bir yol haritasını, siz kıymetli okuyucularımızın dikkatine sunmaktadır. Bu vesile ile, başta DEİK/Türkiye-Kore İş Konseyi Başkanı ve Yürütme Kurulu üyeleri olmak üzere, bu yayının hazırlanmasında ve hayata geçirilmesinde emeği geçenleri kutluyor; yayının Türkiye ile Güney Kore arasındaki ekonomik ilişkilerimiz kadar, ülkelerimiz arasındaki dostluk ve dayanışmaya katkıda bulunmasını temenni ediyorum.



**Tamer Saka**  
DEİK  
DEİK/Türkiye-Kore İş Konseyi Başkanı

Değerli Okuyucular,

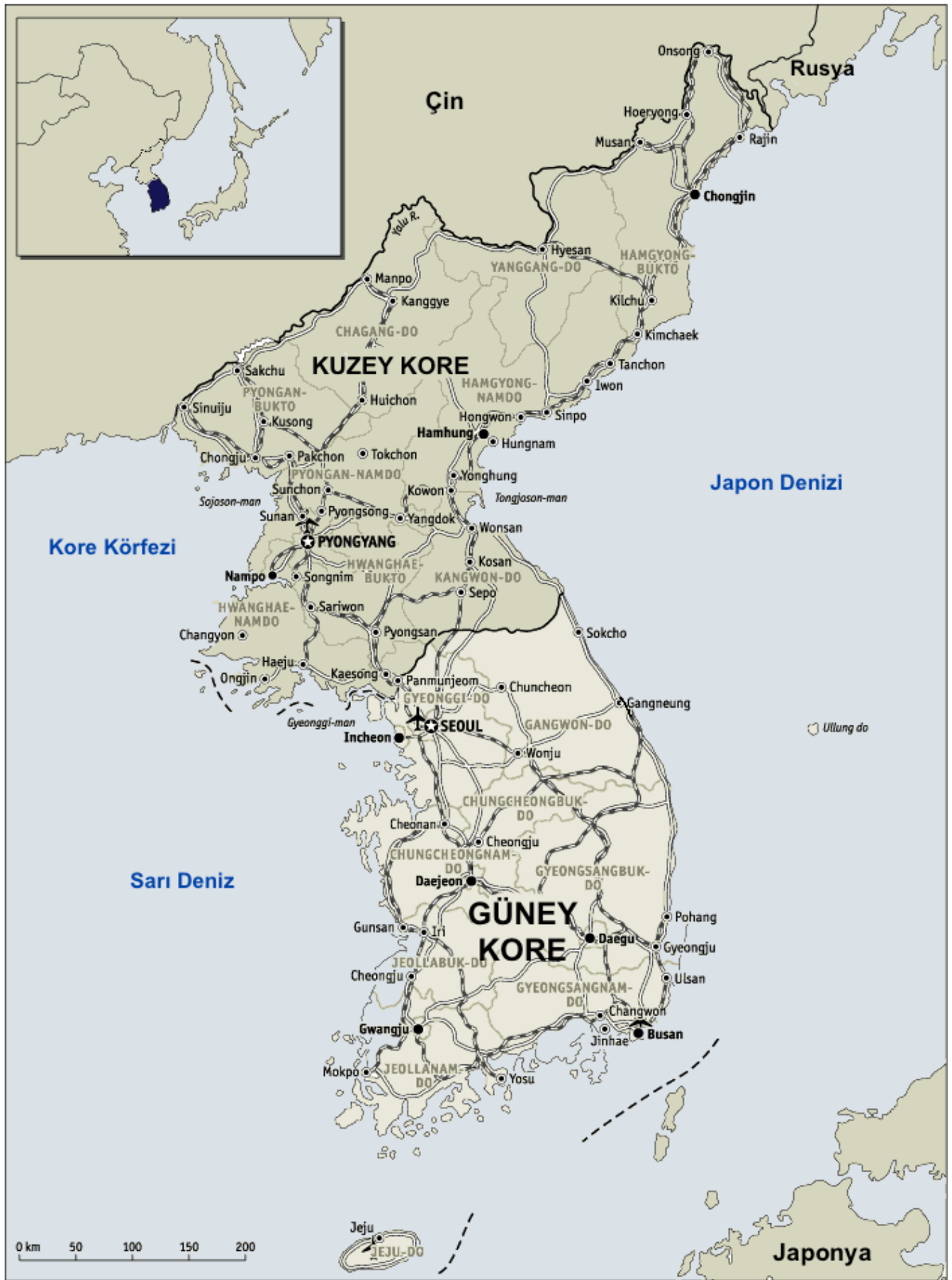
Öyle iki ülke düşünün ki, birbirlerinden kilometrelerce uzakta olsalar bile dostluklarının 60. yılında karşılıklı çıkar gözetmeden hareket eden iki ülke. Günümüz uluslararası ilişkilerinde çok fazla karşılaşmadığımız istisnai bir ilişkiden bahsediyorum. Türkiye ile Güney Kore arasındaki ilişkiler de buna örnek teşkil ediyor. Kökenleri 1950-1953 döneminde bizim de bir tugay gönderdiğimiz Kore Savaşı'na dayanan bir dostluk bu. Mehmetçik, Kore'de sadece Korelilerin özgürlüğü için savaşmakla kalmadı, muhtaçlara yardım elini uzattı, aç kalanları doyurdu, okul inşa etti, yetimleri bağrına bastı. Koreliler de onları kendi oğulları gibi benimsediler. Bu yüzdendir ki, iki ülke arasında dostluğun da ötesine geçen bir ilişkiden, kan kardeşliğinden bahsediyoruz.

Bugün Türkiye ile Güney Kore arasındaki ilişkiler siyasi alanda sorunsuz olarak devam etmektedir. Ekonomi alanında da güçlü bağlarımız var. Ticaretimiz artarak devam ediyor. Aynı zamanda ülkemizdeki Kore yatırımları, ekonomimize hem istihdam, hem de üretim ve ihracat, hem de teknoloji anlamında büyük katkılarda bulunuyorlar.

DEİK/Türkiye-Kore İş Konseyi olarak, coğrafi anlamda uzak olsa da kalben bize bu kadar yakın olan bir ülke ile, kan kardeşlerimizle, ekonomi ve ticaret alanında çok daha fazlasını yapabileceğimizi düşünüyoruz. Kore'ye ihracatımızı artırabiliriz; ithalatı ülkemiz ekonomisine daha fazla katma değer sağlayacak şekilde yapabiliriz; hizmet sektöründeki ilişkilerimizi geliştirebiliriz ve Kore'den ülkemize daha fazla doğrudan yatırım çekerek ekonomik ilişkileri uzun vadeli olarak, sürdürülebilir bir şekilde iyice perçinleyebiliriz.

Bu amaçlar doğrultusunda, Sabancı Üniversitesi'nden Dr. Altay Atlı'nın katkılarıyla bu raporu hazırladık. Raporda, amacımız bilimsel yöntemi sahadaki veriyle birleştirerek yeni fikirler ortaya çıkartmak ve böylelikle de iki ülke arasındaki ekonomik ilişkilerin geleceği için bir yol haritası oluşturmak oldu.

Çalışmanın iş dünyamız ve devletimizin ilgili birimleri için faydalı olması ümidiyle, DEİK/Türkiye-Kore İş Konseyi olarak her türlü görüş ve önerilerinizi beklediğimizi hatırlatır, saygılarımı sunarım.



## YÖNETİCİ ÖZETİ

Küresel ekonominin en çarpıcı başarı hikayelerinden birini yazmış olan Güney Kore, 1950-1953 yılları arasında yaşanan ve Türkiye'nin bir askeri tugayla iştirak ettiği Kore Savaşı'ndan sonra, dönemin şartlarında dünyanın en fakir ülkelerinden biri olarak gösterilmektedir. Savaşı takip eden yıllarda güçlü bir kalkınma sürecine giren ve kısa sayılabilecek bir süre içerisinde küresel ekonominin başat aktörlerinden biri konumuna gelen Güney Kore bugün, dünyanın en büyük 12'nci ekonomisi olduğu gibi, dünyanın en fazla ihracat yapan 8'inci ülkesi konumundadır.

Küresel ekonominin önemli aktörlerinden biri olan Güney Kore ile Türkiye'nin ticari ve ekonomik ilişkileri de her iki ülkenin ekonomik kalkınma sürecine paralel bir gelişme kaydetmiştir. Bu ilişkilerin ağırlık noktasını ise, Güney Kore'nin Türkiye'deki yatırımları oluşturmaktadır. Merkez Bankası verilerine göre 2016 yılı itibariyle Güney Kore'de yerleşik kişilerin Türkiye'deki toplam yatırımlarının değeri 566 milyon ABD Doları olurken bu rakam 2012'de ulaşılan 1,3 milyar ABD Dolarlık tepe seviyesinden sonra bir düşüş yaşamıştır. Bununla birlikte, Merkez Bankası'nın ödemeler dengesi verilerinin üçüncü ülkeler üzerinden yapılan yatırımları ve ülke içinde yatırıma dönüştürülen kazançları içermediği düşünüldüğünde Türkiye'deki Güney Kore menşeli yatırımının bu rakamların çok üzerinde olduğu öngörülebilir.



Diğer yandan Ekonomi Bakanlığı verilerine göre Türkiye'de 30 Haziran 2017 itibariyle 55.205 yabancı sermayeli firma bulunmakta, bunların 326'sı Güney Kore sermayesine sahiptir. Yine Merkez Bankası verilerine göre Türkiye'de yerleşik kişilerin Güney Kore'deki doğrudan yatırımları, 40 milyon ABD Doları seviyesindedir.

Yatırım ilişkilerindeki bu tabloya karşılık ticaret ilişkilerinde Türkiye aleyhine dengesiz bir durum söz konusudur. 2016 yılında Türkiye, Güney Kore'ye 519 milyon ABD Dolarlık ihracat yaparken, bu ülkeden 6,4 milyar ABD Dolarlık ithalat gerçekleştirmiştir. Başka bir deyişle Türkiye, Güney Kore'ye sattığı her bir dolarlık mal karşılığı bu ülkeden 12,3 Dolarlık mal satın almaktadır.

Türkiye'deki Güney Kore yatırımları, ülke ekonomisine istihdam, üretim, ihracat ve vergi geliri yoluyla katkı sağlamaktadır. Ticaret alanında ise her ne kadar ihracat da ithalat da karşılıklı fayda ve serbest piyasa ilkelerine uygun olarak yapılmakta olsa bile, Türkiye açısından dengesiz bir durum söz konusudur. Bu durum karşısında Türkiye'nin Güney Kore ile ilişkilerini, sadece ülkeye gelen yatırım ya da karşılıklı mal ticaretine odaklanmadan, çok boyutlu bir şekilde geliştirmesi gerekmektedir.

Bu amaç doğrultusunda temel unsurları aşağıda maddeler halinde belirtilen bir yol haritası önerilmektedir.

1. Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatında potansiyel taşıyan ürünlere odaklanarak bu ürünlerde pazar paylarının artırılmasına yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Bu çalışmada Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonlarında (GTİP) dört haneye inilerek toplam 1.200 civarında ürün pozisyonu için değerlendirme yapılmış ve Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatı açısından potansiyel taşıyan ürünler belirlenmiştir. Bu ürünlerin özet listesi, beş ana grup altında, her grubun özellikleri ve o ürün grubu için önerilen eylem planı ile birlikte Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Türkiye'nin Güney Kore'ye İhracatında Potansiyel Taşıyan Hedef Ürünler

	A Grubu Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatının yüksek olduğu, yüksek ihracat potansiyeli taşıyan, Güney Kore'nin dünyadan alımını yüksek oranda artırdığı ürünler.	B Grubu Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatının yüksek olduğu, yüksek ihracat potansiyeli taşıyan, Güney Kore'nin dünyadan alımını düşük oranda artırdığı ürünler.	C Grubu Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatının yüksek olduğu, orta/düşük ihracat potansiyeli taşıyan, Güney Kore'nin dünyadan alımını yüksek oranda artırdığı ürünler.	D Grubu Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatının orta seviyede olduğu, çok yüksek ihracat potansiyeli taşıyan, Güney Kore'nin dünyadan alımını yüksek oranda artırdığı ürünler.	E Grubu Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatının düşük olduğu ya da hiç olmadığı, çok yüksek ihracat potansiyeli taşıyan, Güney Kore'nin dünyadan alımını düşük oranda artırdığı ürünler.
Gıda ürünleri	Zeytinyağı		Kakao içermeyen şeker mamulleri; Ekmek, pasta, kek, bisküvi	Malttan biralar; hayvansal veya bitkisel yağlar; Gıda müstahzarları	Balık filetoları ve diğer balık etleri; Patates, bezelye, fasulye, kuşkonmaz, zeytinler, tatlı mısır, enginar
Tarım ürünleri		Yaprak tütün			
Tabii kaynaklar		Çinko cevheri	Kuvars; Borat	Nikel döküntü ve hurdaları	
Tekstil ve hazır giyim				Taranmış yün iplikleri; Bayan mantolar, kabanlar, kolsuz ceketler	Örme veya kroşe giyim eşyası; Dokunmamış mensucat; Köseleden ayakkabılar; Kauçuk veya plastikten ayakkabılar; Spor kıyafetleri, mesleki kıyafetler
Kimyasallar		Karbonatlar; İlaçlar		Uçucu yağlar	
Makine ve teçhizat	Telefon ve diğer ses, görüntü ve bilgi alan veren cihazlar; Hava taşıtlarının aksam ve parçaları	Traktör ve diğer araç parçaları; Santrifüjler; Musluk ve vanalar	Römorklar ve yarı römorklar	Radyo veya televizyon yayınlara mahsus verici cihazlar; Binek otomobilleri ve diğer insan taşıyan motorlu taşıtlar; Radar cihazları; Aydınlatma cihazları; Demir veya çelikten depolar, sarnıçlar, variller; Elektrik motorları, jeneratörler; Radyo, televizyon, radar cihazı parçaları	



	A Grubu Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatının yüksek olduğu, yüksek ihracat potansiyeli taşıyan, Güney Kore'nin dünyadan alımını yüksek oranda artırdığı ürünler.	B Grubu Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatının yüksek olduğu, yüksek ihracat potansiyeli taşıyan, Güney Kore'nin dünyadan alımını düşük oranda artırdığı ürünler.	C Grubu Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatının yüksek olduğu, orta/düşük ihracat potansiyeli taşıyan, Güney Kore'nin dünyadan alımını yüksek oranda artırdığı ürünler.	D Grubu Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatının orta seviyede olduğu, çok yüksek ihracat potansiyeli taşıyan, Güney Kore'nin dünyadan alımını yüksek oranda artırdığı ürünler.	E Grubu Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatının düşük olduğu ya da hiç olmadığı, çok yüksek ihracat potansiyeli taşıyan, Güney Kore'nin dünyadan alımını düşük oranda artırdığı ürünler.
Tüketici ürünleri	Ev eşya ve donanımlarının adi metalden parçaları; Elektrikli su ısıtıcılar, diğer ısıtıcı ve ütüler; Oturmaya mahsus mobilya	Taştan eşya; Ortopedik cihazlar; Plastik ambalaj malzemeleri; Demir veya çelikten eşya	Kauçuktan eşya; Çamaşır makinaları	Elektrik süpürgeleri; Seramik sofra ve mutfak eşyası; Porselen sofra ve mutfak eşyası; Tüfek fişekleri, aksam ve parçaları; Şilte, yatak takımı; Demir ve çelikten sofra eşyası; Süpürge ve fırça; Alüminyumdan eşya	Saç müstahzarları
Yapı malzemeleri		İnşaat için işlenmiş taşlar			Prefabrik yapılar; Yonga levhalar; Alüminyum saclar, levhalar, şeritler; Alaşımli çelikten çubuk ve profiller
	Bu grup için mevcut pazar payını korumaya ve kalıcı hale getirmeye yönelik çalışmalar yapılmalıdır.	Bu grup için rekabet gücünü artırmaya yönelik çalışmalar yapılmalıdır.	Bu grup için katma değeri artırıp ürün çeşitlendirmesine giderek pazarda yeni alanlar yaratılmalıdır.	Bu grup için pazardaki yüksek talebe karşılık vererek ticaret hacminin artırılmasına yönelik çalışmalar yapılmalıdır.	Bu grup için pazara giriş çalışmalarına odaklanılmalıdır.

## Yönetici Özeti

Tespit edilen ürünlere yönelik olarak üreticiler, ihracatçılar, ilgili kamu kuruluşları ve özel sektör temsilci kuruluşlarının ortak çalışmaları sonucunda Güney Kore pazarına girmek, bu pazardaki mevcut payları artırmak ve uzun vadede kalıcı olmak mümkün olabilir. Güney Kore ekonomisi ihracata bağımlı bir modelden iç tüketime ağırlık veren bir büyüme modeline doğru yönelmektedir. Ülke ekonomisindeki değişimlerin sağlayacağı imkanlardan etkili şekilde faydalanabilmek için Türkiye'nin ihracat hedeflerini net olarak belirlemesi ve bu hedeflere yönelik olarak çabaları yoğunlaştırması önem kazanmaktadır.

2. Türkiye'nin ithal ettiği kalemlerde Güney Kore'deki potansiyel değerlendirilerek bu alanlarda Güney Kore'nin Türkiye için yüksek kaliteli ürünlerin alımı için bir kaynak haline getirilmesi ve Güney Kore'den gerçekleştirmekte olan ithalatın ülke ekonomisine daha fazla katma değer sağlayacak şekilde yapılması mümkün olabilir. Raporda GTİP'te dört haneye inilmesi ve toplam 1.200 civarında ürün pozisyonu için değerlendirme yapılması, Güney Kore'nin Türkiye açısından ithalat yapabileceği bir kaynak olarak ele alabileceği kalemler belirlenmiştir.

3. Güney Kore'nin Türkiye'ye ekonomi anlamında bakış açısını özetleyen en net tanımlamalardan birisi, Güney Kore Gümrük İdaresi'nin internet sitesinde Türkiye ile ilgili olarak yer alan "Avrupa ve Orta Asya pazarlarına giriş için köprübaşı" ifadesidir. 1990'lardan bu yana Güney Kore firmaları, Türkiye'yi bir üretim üssü olarak görmüş ve yatırımlarını yapmışlardır. Türkiye'deki üretim tesislerinden sadece iç pazara değil, Türkiye'nin Avrupa, Orta Asya ve Kafkaslar, Ortadoğu, Kuzey Afrika ve Balkanlar gibi yakın coğrafyalarına ihracat yapma imkanını değerlendirmişlerdir. Bu yatırımlar, Türkiye'nin ödemeler dengesine olumlu anlamda katkıda bulunduğu gibi esas olarak Türkiye ekonomisine istihdam, teknoloji ve know-how da kazandırmaktadır. Bu nedenle Türkiye'deki mevcut yatırımların genişletilmesi ve Güney Kore'den özellikle bu ülkenin uluslararası anlamda rekabet avantajına sahip olduğu otomotiv, elektronik, gemi inşası ve demir-çelik gibi sektörlerde yeni yatırımların teşvik edilmesi önem kazanmaktadır. Aynı zamanda Türkiye'deki büyük altyapı projelerine Güney Kore firmalarından daha fazla katılım sağlanması da önemlidir.

4. Güney Kore'nin 52 milyonluk ve yüksek gelir seviyeli nüfusu, ithal mallara olduğu kadar hizmetlere de artan bir talep göstermektedir. Bu nedenle, Türkiye'nin hizmet sektöründe de Güney Kore'de oluşmakta olan imkanları yakından takip etmesi önem kazanmaktadır. Hizmet ticaretinde öncelikli olarak Türkiye'nin rekabet gücüne sahip olduğu turizm alanına odaklanmak faydalı olacaktır. 2016 yılında Türkiye'yi yaklaşık 25,4 milyon yabancı ziyaret etmiştir ve bu rakam içinde Güney Kore pasaportu taşıyanların sayısı 106.904'tür. Türkiye'yi Güney Koreli turistler için daha cazip bir hale getirmek önemli bir gerekliliktir.

5. Türk ve Güney Koreli üst düzey yetkililer sıklıkla iki ülkeyi "kan kardeşi" olarak nitelendirmekte ve bu yakınlık hissiyatı halklar arasında da karşılık bulmaktadır. Bu kuvvetli bağı temel alarak, Türkiye'nin Güney Kore ile olan ekonomik ilişkilerini geliştirmek ve daha dengeli bir zemine oturabilmek için bazı destekleyici unsurların mevcut olması ve bunların hedefe yönelik şekilde yönetilmesi gerekmektedir. Bu çerçevede, Güney Koreli tüketici nezdinde olumlu bir Türkiye ve Türk ürünü algısının geliştirilmesi için kamu ile özel sektör kuruluşları işbirliğinde çalışmaların yapılması; Güney Kore ile iş yapmaya yönelik becerilere sahip kalifiye bir işgücü havuzunun oluşturulması ve bu çerçevede öncelikle Korece bilen ve Güney Kore'de eğitim gören Türk öğrencilere ve yeni mezunlara ağırlık verilmesi; Güney Kore ile ilişkilerde kamu ile özel sektör kuruluşları arasındaki işbirliğinin sağlıklı, verimli ve sürdürülebilir bir şekilde tesis edilebilmesi için bu alanda faal olan kamu ve özel sektördeki paydaşlar arasında yapılandırılmış ve kurumsallaşmış bir eşgüdüm sistemi oluşturulması önerilmektedir.

Yukarıdaki öneriler doğrultusunda adımların etkili bir şekilde atılması, risklerin iyi analiz edilip iyi yönetilmesi ve bu alanlarda devamlı bir süreç oluşturulması halinde, Türkiye'nin Güney Kore ile ekonomik ilişkilerinde daha dengeli, ticaret açığına rağmen uzun vadede sürdürülebilir ve Türkiye ekonomisine daha fazla değer sağlayan bir yapıya ulaşabilecektir.

# 1. GİRİŞ

Güney Kore, küresel ekonominin en çarpıcı başarı hikayelerinden birisini yazmış bir ülkedir. 1950-53 yıllarında yaşanan ve Türkiye'nin de bir tugayla iştirak ettiği Kore Savaşı'ndan sonra o dönemki şartlar altında dünyanın en fakir ülkelerinden birisi olarak gösterilen Güney Kore, ilerleyen yıllarda güçlü bir kalkınma sürecine girmiş ve kısa sayılabilecek bir süre içerisinde küresel ekonominin başat aktörlerinden birisi konumuna gelmiştir. Güney Kore bugün dünyanın en büyük on ikinci ekonomisine sahip olduğu gibi aynı zamanda dünyanın en fazla ihracat yapan sekizinci ülkesi konumundadır.

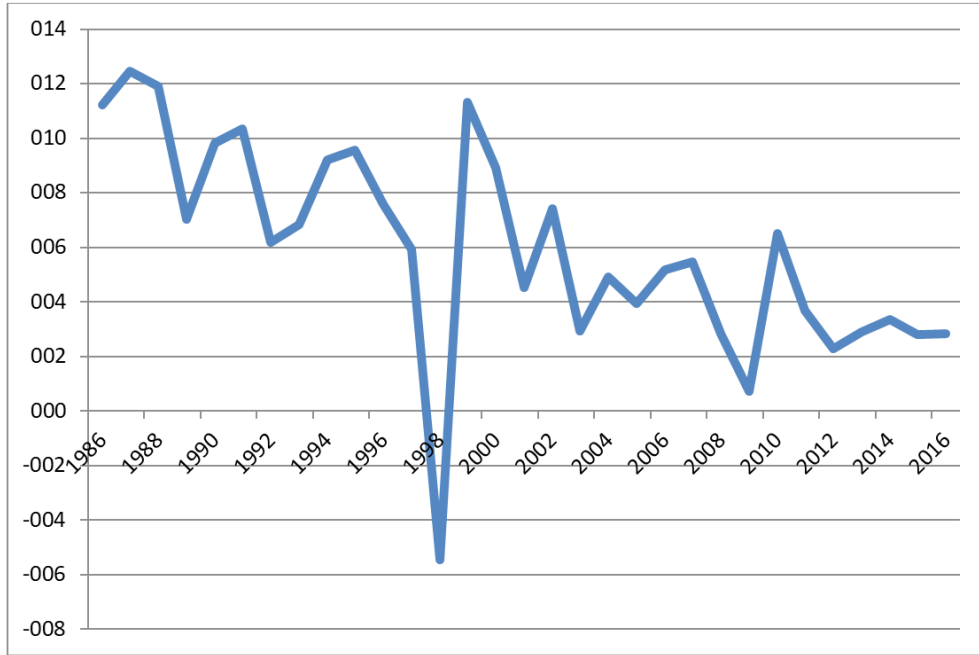
Türkiye gibi bir G20 ülkesi olan ve yine Türkiye gibi yüksek performanslı gelişmekte olan ülkelerin oluşturduğu MIKTA topluluğunun (ki bu topluluk Türkiye ile Güney Kore'nin yanı sıra Endonezya, Avustralya ve Meksika'yı da içermektedir) bir parçası olan Güney Kore'de 1970'lerden beri istikrarlı bir şekilde gelişen elektronik sanayi büyümenin itici gücü olmuş, aynı zamanda ulaştırma ve taşımacılık araçları ile metal ürünleri gibi imalat alanlarında da söz konusu ülke dünya çapında bir ölçüğe ulaşmıştır.

Günümüzde dünya ekonomisinin ağırlık noktasının Batı'dan Doğu'ya, ABD ile Avrupa'dan Asya'ya kaymasının bir sonucu da küresel imalatın yapısal değişme uğraması ve Asya ülkeleri "dünyanın fabrikası" konumuna gelirken, farklı parçaların farklı ülkelerde üretilerek başka bir ülkede de son montajın yapılarak nihai ürünün ortaya çıktığı bölgesel üretim ağlarının ön plana çıkması olmuştur. Güney Kore'nin bu ağlar içerisinde yer alması ülkenin ekonomik büyümesine katkıda bulunmuştur ve birçok Asya ülkesi gibi ara mamul ve parça temininde ithalata bağımlı iken Güney Kore kendi yerel içeriğini üretmekte de başarılı olmuştur. Yine çoğu Asya ülkesinden farklı olarak Güney Kore, başta çelik olmak üzere endüstri için ihtiyaç duyduğu ham maddeyi de kendi kaynaklarından karşılayabilir durumdadır.

Güney Kore'nin kalkınma sürecinin temel unsurlarından birisi de teknolojiye verilen önem olmuştur. Bugün de Güney Kore yönetimi, "yaratıcı ekonomiye" geçiş için çaba sarf etmektedir. Yaratıcı ekonomi, "bilim ve teknolojinin sanayi ile birleşmesi, kültürün sanayi ile füzyonu, ve eskiden engel teşkil eden sınırların yaratıcılıkla aşılması" olarak tanımlanmakta ve bu kapsamda özellikle bilişim teknolojileri alanında olmak üzere inovasyona ve araştırma geliştirme çalışmalarına ağırlık verilmektedir. Güney Kore bugün dünyada dijital ekonominin öncülerinden birisi olarak kabul edilmektedir.



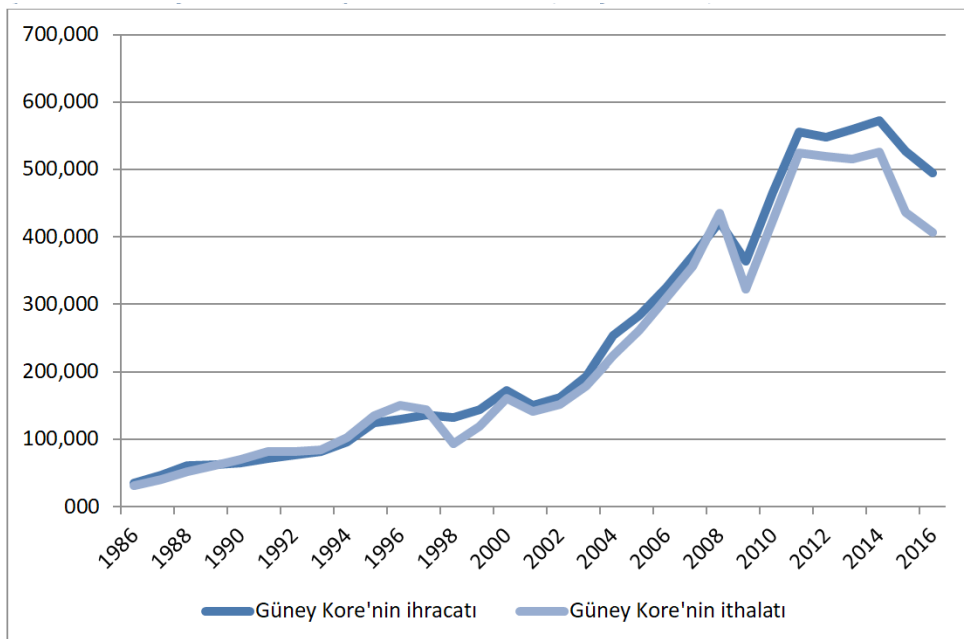
Şekil 1'de de görüldüğü üzere Güney Kore ekonomisi altın çağlarını yaşadığı 1980'li yıllardaki çift haneli büyüme rakamlarından artık uzaklaşmış olsa da, ağır bir şekilde yaşadığı 1997-98 Asya Krizi'nin etkilerini kısa sürede atlatmış ve yüksek rakamlı büyümeden ziyade daha düşük ölçüde ancak sürdürülebilir bir büyüme modeline doğru geçiş yapmaktadır. Bu kapsamda Güney Kore yönetiminin amacı, ekonominin ihracata bağımlılığını azaltıp iç pazara daha çok ağırlık veren, yatırımlarda ve üretimde ise nicelikten çok niteliği ön planda tutan, teknoloji yoğun ürünlere ve hizmet sektörlerine odaklanan bir yapı oluşturmaktır.

**Şekil 1. Güney Kore Ekonomisi Büyüme Oranları (GSYİH artışı, %) 1986-2016**

Kaynak: Dünya Bankası

Güney Kore ekonomisi, 2016 yılında Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) bazında yüzde 2,8 oranında büyümüştür ve önümüzdeki on yıl içerisinde de yılda yaklaşık ortalama yüzde 2,5 oranında büyümeye devam etmesi beklenmektedir. İmalat sektöründeki büyüme ise her ne kadar 2016 yılında yüzde

2,3 ile genel büyümenin altında kalmışsa da ülkedeki altyapı yatırımları sayesinde bu oranın artması ve 2017 ile birlikte imalat sektöründe yüzde 3,5 ile 4,0 arasında değişen büyüme oranlarına ulaşılması öngörülmektedir.

**Şekil 2. Güney Kore'nin Dış Ticaret Hacmi (milyon USD) 1986-2016**

Kaynak: Dünya Bankası

Güney Kore, 2016 yılında 495,4 milyar ABD Doları ihracat ve 406,2 milyar ABD Doları ithalat olmak üzere toplam 901,6 milyar ABD Dolarlık dış ticaret yapmıştır. Bununla birlikte Şekil 2’de de görüldüğü üzere son yıllarda Güney Kore’nin ihracatında bir yavaşlama söz konusudur. Bu durumun en büyük sebebi ise, Güney Kore’nin başlıca ihracat pazarı olan ve yıllık ihracatının yaklaşık dörtte birine tekabül eden Çin’de yaşanmakta olan ekonomik büyümenin hız kesme sürecidir. Çin ekonomisindeki yavaşlama ithal mallarına talebin azalmasına yol açmakta ve bu durum da Güney Kore’nin ihracatını olumsuz yönde etkilemektedir.

Çin’de ekonomi istikrar kazandıkça, bu ülkenin Güney Kore’den aldığı tüketici ürünleri, hazır giyim ve eğlence hizmetleri gibi ürünlerin ticaretinin tekrar artması beklenmekteyse de Güney Kore için esas olan ekonomisini dış kaynaklı kırılmalara daha dayanıklı hale getirmek için ihracata bağımlılığını azaltıp, iç tüketim ve daha yüksek katma değerli üretime doğru yönelmektir.

Türkiye’nin küresel ekonominin önemli aktörlerinden birisi olan Güney Kore ile olan ticari ve ekonomik ilişkileri de her iki ülkenin ekonomik kalkınma sürecine paralel bir gelişme kaydetmiştir. Bu ilişkilerin ağırlık noktasını günümüzde Güney Kore’nin, Türkiye’deki yatırımları oluşturmaktadır. Merkez Bankası verilerine göre 2016 yılı itibariyle Güney Kore’de yerleşik kişilerin Türkiye’deki toplam yatırımlarının değeri 566 milyon ABD Dolarıdır ve bu rakam 2012’de ulaşılan 1,3 milyar ABD Dolarlık tepe seviyesinden sonra bir düşüş yaşamıştır. Bununla birlikte, Merkez Bankası’nın ödemeler dengesi verilerinin üçüncü ülkeler üzerinden yapılan yatırımları ve ülke içinde yatırıma dönüştürülen kazançları içermediği düşünüldüğünde Türkiye’deki Güney Kore yatırımının bu rakamların üzerinde olduğu öngörülebilir.

Güney Kore Ankara Büyükelçisi Cho Yun-soo’nun Temmuz 2017’de yaptığı bir açıklamaya göre Güney Kore’nin Türkiye’de toplam 2,4 milyar ABD dolarlık bir yatırımı vardır ve bu yatırımın 700 milyon ABD Dolarlık yatırımı da 2016 yılı içerisinde gerçekleştirilmiştir. Diğer yandan Ekonomi Bakanlığı verilerine göre Türkiye’de 30 Haziran 2017 itibariyle 55,205 yabancı sermayeli firma bulunmaktadır ve bunların 326 tanesi Güney Kore sermayesine sahiptir. Bu arada Yine Merkez Bankası verilerine göre Türkiye’de yerleşik kişilerin Güney Kore’deki doğrudan yatırımları ise 40 milyon ABD Doları seviyesindedir.

Yatırım ilişkilerindeki bu tabloya karşılık ticaret ilişkilerinde Türkiye aleyhine dengesiz bir durum söz konusudur. 2016 yılında Türkiye, Güney Kore’ye 519 milyon Dolarlık ihracat yapmış, buna karşılık bu ülkeden 6,4 milyar ABD Dolarlık ithalat gerçekleştirmiştir. Başka bir deyişle Türkiye, Güney Kore’ye sattığı her bir dolarlık mal karşılığı bu ülkeden 12,3 ABD Dolarlık mal satın almaktadır.

Türkiye’deki Güney Kore yatırımları, ülke ekonomisine istihdam, üretim, ihraçta ve vergi geliri yoluyla katkı sağlamaktadır. Ticaret alanında ise her ne kadar ihracat da ithalat da karşılıklı fayda ve serbest piyasa ilkelerine uygun olarak yapılmaktaysa da, Türkiye açısından dengesiz bir durum söz konusudur. Bu durum karşısında Türkiye’nin Güney Kore ile ilişkilerini, sadece ülkeye gelen yatırım ya da karşılıklı mal ticaretine odaklanmadan, çok boyutlu bir şekilde geliştirmesi mümkündür.

Bu raporda söz konusu amaç doğrultusunda temel unsurları aşağıda maddeler halinde belirtilen bir yol haritası önerilmektedir:

# YOL HARİTASI

1. Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatında yüksek potansiyel taşıyan alanların ürün bazında belirlenerek hedef ürünlerin ortaya konulması ve bu ürünlere yönelik kamu-özel sektör işbirliğinde pazar geliştirme çalışmaları yapılması.

2. Türkiye'nin ithal ettiği ara mamuller ve parçalar gibi kalemlerde Güney Kore'deki potansiyel değerlendirilerek bu alanlarda Güney Kore'nin Türkiye için yüksek kaliteli ürünlerin alımı için bir kaynak haline getirilmesi; Güney Kore'den gerçekleştirmekte olan ithalatın ülke ekonomisine daha fazla katma değer sağlayacak şekilde yapılması.

3. Türkiye'de Güney Kore yatırımının artırılması için potansiyel taşıyan alanların belirlenmesi; Güney Kore tarafının da öncelikleri göz önünde bulundurularak Türkiye'ye daha fazla Güney Kore yatırımı çekilmesi için çalışmalar yapılması.

4. İki ülke arasındaki hizmet ticaretinin geliştirilebileceği alanların ortaya konulması ve başta turizm olmak üzere bu alanlarda kamu-özel sektör işbirliğinde çalışmaların yapılması.

5. Ekonomik parametrelerin yanı sıra ikili ilişkileri olumlu yönde etkileyebilecek unsurların belirlenmesi ve Türkiye ile Güney Kore arasında sıkça dile getirilen "kan kardeşliği" bağının ekonomik ilişkiler üzerinde somut ve sürdürülebilir anlamda olumlu etkisinin olmasının sağlanması.

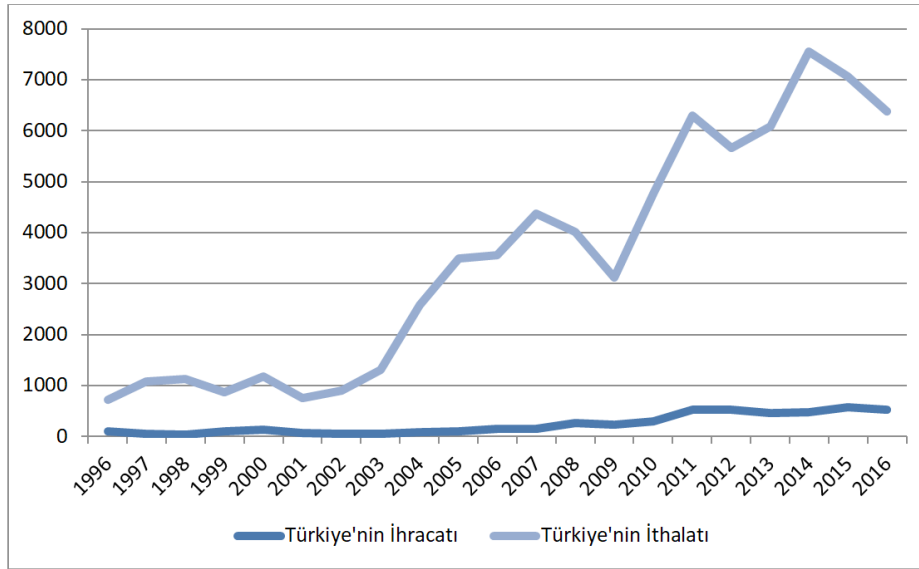
Yukarıda sıralanan beş maddenin her biri için raporda birer bölüm ayrılmıştır. Çalışmanın sonuç kısmında ise önceki bölümlerde yapılan tespitler üzerinden somut politika önerileri geliştirilmekte ve bu suretle Türkiye'nin Güney Kore ile olan ekonomik ilişkilerini her iki ülkenin de faydasına olacak şekilde daha üst seviyelere çıkartabilmesi için bir tasarı ortaya konmaktadır.

## 2. TÜRKİYE'NİN GÜNEY KORE'YE İHRACATI

Türkiye'nin Güney Kore ile ticareti Şekil 3'de de görüldüğü gibi 2000'li yılların başında ivme kazanmış, ancak bu durumun sonucu Türkiye'nin söz konusu ülke ile olan ticaret açığının giderek artması olmuştur. Türkiye'nin ihracatı kısıtlı bir seviyede artış gösterirken, ithalatta daha büyük artışlar olmuş, 1997-98 döneminde Güney Kore ekonomisini ağır bir şekilde etkileyen Asya

Krizi döneminde Türkiye'nin bu ülkeden ithalatı azalmışsa da ilerleyen yıllarda ithalat tekrar artmaya başlamıştır. Son iki yıldır ise Türkiye'nin Güney Kore'den yaptığı ithalatın yeniden azaldığı gözlemlenmektedir. Buna karşılık Türkiye halen Güney Kore'ye ihraç ettiği her bir dolarlık mal karşılığı bu ülkeden 12,3 ABD Dolarlık mal ithal etmektedir.

Şekil 3. Türkiye-Güney Kore Ticareti (milyon USD) 1996-2016



Kaynak: TÜİK

Türkiye ile Güney Kore arasında 1 Ağustos 2012 tarihinde imzalanan Serbest Ticaret Anlaşması (STA), 1 Mayıs 2013 itibariyle yürürlüğe girmiştir. Bu anlaşma kapsamında yürürlük tarihi itibariyle Türkiye tarafında tarife satırlarının yüzde 65'inde, Güney Kore tarafında ise tarife satırlarının yüzde 80'inde liberalizasyon sağlanmıştır ve 1 Ocak 2023 tarihine kadar tüm tarife satırlarının yüzde 90'ında liberalizasyon sağlanacaktır.

STA'nın imzalandığı tarihten sonra, Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatı 2014 yılında bir önceki yıla göre yüzde 2,3, 2015 yılında yüzde 20,9 artmış, 2016 yılında ise yüzde

8,7 oranında azalmıştır. Dolayısıyla STA'nın etkilerinin sürekli olabilmesi için Türk ihracatçısının Güney Kore'ye daha etkin ve daha uzun vadeli bir vizyon içerisinde bakmaya başlaması gerekmektedir. Güney Kore'nin halihazırda 52 ülkeyle toplam 15 STA'sı vardır ve 24 ülkeyle de 8 STA halen müzakerede halindedir. Bu kadar çok sayıda ülke ile Güney Kore'nin ticaret liberalizasyonu gerçekleştirmiş olması, Türkiye'nin çoğu zaman Güney Kore pazarında rakiplerine karşı artı bir avantajı olmamasına yol açmakta, ancak eşit şartlarda bir rekabetin oluşmasını sağlamaktadır.

**Tablo 2. Türkiye'nin Güney Kore'ye İhracatında İlk On Kalem (2016)**

	Ürün	İthalat hacmi ('000 USD)	Güney Kore'den yapılan toplam ithalatta payı
1.	İnsan kanı; tedavide, korunmada veya teşhiste kullanılmak üzere, hazırlanmış hayvan kanı; serum ve diğer kan fraksiyonları	163,091	%31,4
2.	Kıvılcım ve sıkıştırma ile ateşlenen motorların parça ve aksamaları	37,202	%7,2
3.	Kurşun cevherleri ve zenginleştirilmiş kursun cevherleri.	19,890	%3,8
4.	Telefon cihazları; ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar	15,516	%3,0
5.	Traktör ve on kişiden daha fazla yolcu taşıyan araçların aksam ve parçaları	12,083	%2,3
6.	Hava taşıtlarının aksam ve parçaları	10,262	%2,0
7.	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	9,722	%1,9
8.	Çinko cevherleri ve zenginleştirilmiş çinko cevherleri	9,651	%1,9
9.	Borular, kazanlar, tanklar, depolar ve benzeri diğer kaplar için, musluklar, valfler ve benzeri cihazlar	7,295	%1,4
10.	Yaprak tütün ve tütün döküntüleri	6,918	%1,3

Kaynak: International Trade Centre

Tablo 2'de de görüldüğü üzere Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatında en önemli sorun, ürün bazında yeterince çeşitlilik olmaması ve dolayısıyla ihracatın belirli bir kaç kaleme bağımlı kalarak kırılğan bir yapı içerisinde olmasıdır. 2016 yılında Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatının yüzde 31,6'sını, başka bir deyişle yaklaşık üçte birini insan kanı, tedavide, korunmada veya teşhiste kullanılmak üzere, hazırlanmış hayvan kanı, serum ve diğer kan fraksiyonları oluşturmuştur. Bununla birlikte otomotiv sektörüne ait ürün, parça ve aksam ile maden cevherleri Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatında ağırlıklı bir konuma sahiptir.

Tablo 2'de bir listesi verilen, Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatında toplam tutar bazında en büyük on kalemi oluşturan ürünlerin, 2016 yılında Türkiye'nin söz bu ülkeye toplam ihracatındaki payları yüzde 56,2 olmuştur. Başka bir deyişle, söz konusu on ürün kalemi, Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatının yaklaşık yarısını oluşturmaktadır. Diğer yandan aynı dönemde Türkiye, Güney Kore'ye Gümrük Tarife İstatistik

Pozisyonları'nda (GTİP) dört haneli sınıflandırmada yer alan 1,200'ün üzerinde ürün pozisyonunun sadece 515'inde ihracat yapılmıştır. Bir kıyaslama yapılacak olursa bu rakam, Türkiye'nin Çin'e ihracatında 617, Almanya'ya ihracatında 963, tüm dünyaya yapılan toplam ihracatta ise 1,192'dir.

Raporun bu bölümünde amaç Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatında hangi kalemlerde ne kadar potansiyel olduğunu detaylı bir analizle ürün bazında belirlemektir. Belirlenen ürünler üzerinde ihracatçılar, meslek örgütleri ve dış ticaret bürokrasisinin eşgüdümünde Güney Kore pazarına giriş çalışmaları yapılmasının sahip olunan potansiyelin somut olarak ihracat rakamlarına yansıtılmasını ve iki ülke arasında yürürlükte olan STA'dan daha etkin bir şekilde faydalanılmasını sağlayacaktır. Bu bölümdeki analiz için ürün bazında ticaret verileri kullanılmış ve GTİP'te dört haneli pozisyonlara inilerek toplam 1,200'ün üzerinde ürün pozisyonu için değerlendirme yapılmıştır. Her ürün pozisyonu için şu veriler değerlendirilmeye alınmıştır:



1. 2016 yılında Türkiye'nin Güney Kore'ye söz konusu üründeki ihracatı.
2. 2016 yılında Türkiye'nin söz konusu üründe tüm dünyaya toplam ihracatı.
3. 2016 yılında Türkiye'nin söz konusu üründeki toplam ihracatında Güney Kore'nin payı.
4. 2016 yılında Güney Kore'nin söz konusu üründe tüm dünyadan toplam ithalatı.
5. Gösterge ticaret potansiyeli.
6. Nispi gösterge ticaret potansiyel oranı.
7. Türkiye'nin Güney Kore'ye söz konusu üründeki ihracatında son beş yıldaki (2012-2016) yıllık ortalama artış.
8. Güney Kore'nin söz konusu üründe tüm dünyadan toplam ithalatında son beş yıldaki (2012-2016) yıllık ortalama artış.

Analizde kullanılan ham veriler Birleşmiş Milletler ile Dünya Ticaret Örgütü'nün ortak kuruluşu olan International Trade Center'in veri tabanından alınmış ve hesaplamalarda bu veriler kullanılmıştır. Gösterge ticaret potansiyeli (GTP, 5. madde) ve nispi gösterge ticaret potansiyel oranı (NGTPO, 6. madde) ise söz konusu üründe Türkiye'nin ihracatını artırması için ne kadarlık bir potansiyel olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu parametreler, International Trade Centre'in ekonomistleri Christian Helmers ile Jean-Michel Pasteels'in 2006 tarihli çalışmalarında önerdikleri metodolojinin Türkiye-Güney Kore ticaret verileri üzerinde kullanılması suretiyle hesaplanmıştır. Helmers-Pasteels modelinin tamamlayıcı olarak kullanılan yıllık artış oranları (yukarıdaki 7. ve 8. maddeler) Güney Kore'de söz konusu ürün için talebin ne hızda arttığını ve Türkiye'nin ihraç ürünlerinin bu pazarda rekabet güçlerini ne ölçüde artırdıklarını göstermektedir.

Çalışmada kullanılan metodolojide çıkış noktası olarak Türkiye'nin söz konusu üründe Güney Kore'ye mevcut durumda yaptığı ihracatın dolar değeri (A) ele alınmaktadır. Bu oranın, Türkiye'nin söz konusu üründe tüm dünyaya yapmakta olduğu ihracat (B) içerisinde ne kadar paya sahip olduğu hesaplanır ( $C=A/B$ ). Güney Kore'nin aynı üründe tüm dünyadan yaptığı ithalat (D) pazarın büyüklüğüne işaret eder ve Türkiye'nin Güney Kore pazarında ne kadar bir paya sahip olduğunun hesaplanmasını sağlar ( $E=A/D$ ). Bu noktada Helmers ile Pasteels'in getirdikleri yaklaşım, gösterge ticaret potansiyeli vasıtasıyla bir ülkenin ihracatıyla diğer ülkenin ithalatı arasında en yüksek seviyede tamamlayıcılık arz eden ürünlerin tespit edilmesidir. Bu bağlamda,  $GTP=\min(B, D)-A$  olarak tanımlanmakta ve burada ithalat yapan ülkenin teorik olarak ihracat yapan ülkenin o üründeki tüm ihracatını kapsayabileceği varsayımında bulunmaktadır. Bu şüphesiz ki çok kuvvetli bir varsayımdır, dolayısıyla hesaplamalar sonucu ortaya çıkan rakamların kesin sonuçlar değil ürünler arasında kıyaslama ve sıralama yapmaya yarayacak birer gösterge olarak ele alınması faydalı olacaktır. Bunlara ek olarak son beş yıllık Türkiye'nin ihracat ve Güney Kore'nin ithalat trendlerinin hesaba katılması, arz ve talep büyüklüklerindeki değişimi de tabloya katarak, pazarların ne ölçüde büyüdüğünü ya da küçüldüğünü göstererek ürünlerin sahip oldukları potansiyelin daha sağlıklı bir şekilde ortaya konabilmesini sağlamaktadır.

Söz konusu modelin bir veri tabanı yazılımı kullanılarak yaklaşık 1,200 ürün pozisyonunun her biri için yukarıda sıralanan sekiz parametrenin hesaplanması ve kıyaslanması sonucu, Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatında yüksek potansiyel taşıdığı düşünülen beş grup ürün ortaya çıkmıştır. Öncelik sırasına göre bu gruplar şu şekildedir.

## Türkiye'nin Güney Kore'ye İhracatı

• A Grubu ürünler: Türkiye'nin halihazırda yüksek bir ihracatının olduğu, ama bununla birlikte daha fazla ticaret için de potansiyelin bulunduğu ve Güney Kore'nin dünyadan alımlarını yüksek oranda arttırdığı ürünler.

→ Değişkenler için kriterler: Türkiye'nin mevcut ihracatı > 1 milyon USD; NGPTO > % 60; Güney Kore'nin toplam ithalatında yıllık artış > % 10.

• B Grubu ürünler: Türkiye'nin halihazırda yüksek bir ihracatının olduğu, ama bununla birlikte daha fazla ticaret için de potansiyelin bulunduğu, ancak Güney Kore'nin dünyadan alımlarının düşük oranda arttığı ürünler.

→ Değişkenler için kriterler: Türkiye'nin mevcut ihracatı > 1 milyon USD; NGPTO > % 80; Güney Kore'nin toplam ithalatında yıllık artış < % 10.

• C Grubu ürünler: Türkiye'nin halihazırda yüksek bir ihracatının olduğu, ancak daha fazla ticaret için potansiyelin orta ya da düşük seviyede olduğu, bununla birlikte Güney Kore'nin dünyadan alımlarını yüksek oranda arttırdığı ürünler → Değişkenler için kriterler: Türkiye'nin mevcut ihracatı > 1 milyon USD; NGPTO < % 60; Güney Kore'nin toplam ithalatında yıllık artış > % 10.

• D Grubu ürünler: Türkiye'nin halihazırda orta seviyede bir ihracatının olduğu, ancak daha fazla ticaret için potansiyelin çok yüksek seviyede olduğu, bununla birlikte Güney Kore'nin dünyadan alımlarını yüksek oranda arttırdığı ürünler. → Değişkenler için kriterler: Türkiye'nin mevcut ihracatı = 50 bin USD - 1 milyon USD; NGPTO > % 90; Güney Kore'nin toplam ithalatında yıllık artış > % 10.

• E Grubu ürünler: Türkiye'nin halihazırda ihracatının düşük seviyede olduğu ya da hiç olmadığı, ancak daha fazla ticaret için potansiyelin çok yüksek seviyede olduğu, bununla birlikte Türkiye'nin Güney Kore dışında ihracatının yüksek olduğu ve Güney Kore'nin de dünyadan alımlarını arttırdığı ürünler.

→ Değişkenler için kriterler: Türkiye'nin mevcut ihracatı < 50 bin USD; NGPTO > % 90; Türkiye'nin tüm dünyaya ihracatı > 100 milyon USD; Güney Kore'nin toplam ithalatında yıllık artış > % 5.

6 ürün pozisyonu, A Grubu için belirlenen kriterlere uymaktadır. Bunlar Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatında 2016 rakamlarına göre bir milyon ABD Doları ve üzerinde yıllık hacme sahip, Helmers-Pasteels'in meto- dolojisine göre yüzde 60'ın üzerinde ticaret potansiyeli sunan ve Güney Kore'nin de dünyadan alımlarını yılda yüzde 10'un üzerinde artırmakta olduğu ürünlerdir.

Tablo 3. A Grubu'ndaki Ürünler

Ürün	
1.	Telefon cihazları; ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar
2.	Zeytinyağı ve fraksiyonları
3.	Adi metallerden donanım, tertibat ve benzeri eşya (mobilya, kapı, merdiven, pencere, panjur, karoseri, eyer takımları, bavul, sandık, mahfaza ve benzeri eşya için); adi metallerden sabit askılıklar, şapka askıları, dirsekler ve benzeri eşya
4.	Hava taşıtlarının aksam ve parçaları
5.	Elektrikli su ısıtıcılar ve daldırma tipi ısıtıcılar; herhangi bir mahallin ısıtılmasına mahsus elektrikli cihazlar; berber işleri için elektrotermik cihazlar ve el kurutma makinaları; elektrikli ütüler; ev işlerinde kullanılan diğer elektrotermik cihazlar
6.	Oturmaya mahsus mobilyalar ve bunların aksam ve parçaları

Tablo 3'de A Grubu'nda yer alan ürünler 2016'da Türkiye'nin söz konusu pozisyonlarda Güney Kore'ye yaptığı ihracatın hacmine

göre çoktan aza doğru sıralanmışlardır. Bu listeyi ana başlıklar altında şu şekilde sınıflandırmak da mümkündür:

Makine, alet ve teçhizat	Tüketici ürünleri
Telefon ve diğer ses, görüntü ve bilgi alan veren cihazlar	Ev eşya ve donanımlarının adi metalden parçaları
Hava taşıtlarının aksam ve parçaları	Elektrikli su ısıtıcılar, diğer ısıtıcı ve ütüler
Gıda ve içecekler	Oturmaya mahsus mobilya
Zeytinyağı	

Zeytinyağı, Türkiye'nin ihracat konusunda rekabet avantajına sahip olduğu ürünlerden birisidir. Güney Kore'de tüketilen gıda ve tarım ürünlerinin yüzde 70'i ithalat yoluyla temin edilmektedir ve yenilebilir yağlar da ithalat listesinin ilk sıralarında yer almaktadır. Yıllık 560 milyon ABD Dolarlık bir pazar büyüklüğüne sahip olan yenilebilir yağlarda soya ve mısır yağı başı çekmekteyse de Batı tarzı yemek alışkanlıklarının artması zeytinyağına olan talebi de artırmaktadır. Güney Kore, 2016 yılında 59,3 milyon ABD Doları karşılığı toplam 13,867 ton zeytinyağı ithal etmiştir ve bunun yüzde 70,8'i İspanya'dan gelmiştir. İspanyol ve İtalyan yağları pazarda önemli bir marka bilinirliğine sahiptir. Diğer yandan Türkiye-Güney Kore STA'sı gereğince zeytinyağındaki gümrük vergileri 2023 yılına kadar sıfırlanacaktır. Bununla birlikte Avrupa Birliği ile Güney Kore arasında da 2011 yılında yürürlüğe girmiş olan bir

STA olduğunu ve bu kapsamda zeytinyağı dahil tarım ürünlerinde AB ülkelerinin karşı karşıya oldukları gümrük vergilerinin 2021'e kadar sıfırlanacağını da not düşmek gerekmektedir.

Güney Kore 2016 yılında 1,1 milyar ABD Dolarlık oturmaya mahsus mobilya ithalatı yapmış ve bunun da yüzde 80,1'ini Çin ve Vietnam gibi bölge ülkelerinden gerçekleştirmiştir. Ancak İtalya, Almanya ve Fransa gibi Avrupa ülkelerinin de bu pazarda aktif oldukları görülmektedir. Türk mobilyacıları düşük fiyat ve yüksek kalite unsurlarını kullanarak Avrupalı firmalara karşı bir rekabet oluşturabilirler.

## Türkiye'nin Güney Kore'ye İhracatı

Verilere göre 13 ürün pozisyonu, B Grubu için belirlenen kriterlere uymaktadır. Bunlar Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatında bir milyon ABD Doları ve üzerinde yıllık hacme sahip, Helters-Pasteels'in metodolojisine göre yüzde 80'in üzerinde ticaret potansiyeli sunan, ancak Güney Kore'nin dünyadan alımlarını düşük seviyelerde, yılda yüzde

10'un altında artırmakta olduğu ürünlerdir. A Grubu'ndaki ürünler Türkiye'nin rekabet gücünün olduğu, aynı zamanda Güney Kore'de de alımların yüksek hızla arttığı ürünlerken, B Grubu'nda yer alan ürünler yine Türkiye'nin güçlü olduğu ancak Güney Kore'nin alımlarının daha düşük bir hızda arttığı ürünlerdir.

**Tablo 4. B Grubu'ndaki Ürünler**

Ürün	
1.	Karbonatlar; peroksikarbonatlar; ticari amonyum karbonat:
2.	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere karışık olan veya olmayan ürünlerden oluşan ilaçlar
3.	Taştan veya diğer mineral maddelerden eşya
4.	Ortopedik cihazlar
5.	Plastiklerden eşya taşınmasına veya ambalajlanmasına mahsus malzemeler; plastikten tıplar, kapaklar, kapsüller ve diğer kapama malzemeleri
6.	Yontulmaya veya inşaata elverişli işlenmiş taşlar ve mamulleri
7.	Traktör ve on kişiden daha fazla yolcu taşıyan araçların aksam ve parçaları
8.	Demir veya çelikten eşya
9.	Santrifüjler; sıvıların veya gazların filtre edilmesine veya arıtılmasına mahsus makina ve cihazlar:
10.	Paslanmaz çelikten yassı hadde mamulleri (genişliği 600 mm. veya fazla olanlar)
11.	Borular, kazanlar, tanklar, depolar ve benzeri diğer kaplar için musluklar, valfler (vanalar) ve benzeri cihazlar
12.	Çinko cevherleri ve zenginleştirilmiş çinko cevherleri
13.	Yaprak tütün ve tütün döküntüleri

Tablo 4'te B Grubu'nda yer alan ürünler 2016'da Türkiye'nin söz konusu pozisyonlarda Güney Kore'ye yaptığı ihracatın hacmine

göre çoktan aza doğru sıralanmışlardır. Bu listeyi ana başlıklar altında şu şekilde sınıflandırmak da mümkündür:

Kimyasal ürünler	Tüketici ürünleri
Karbonatlar	Taştan eşya
İlaçlar	Ortopedik cihazlar
Tabii kaynaklar	Plastik ambalaj malzemeleri
Çinko cevheri	Demir veya çelikten eşya
Tarım ürünleri	Makine, alet ve teçhizat
Yaprak tütün	Traktör ve diğer araç parçaları
Yapı malzemeleri	Santrifüjler
İnşaat için işlenmiş taşlar	Musluk ve vanalar
Paslanmaz çelikten yassı hadde mamulleri	

Güney Kore'nin gelişmekte olan inşaat sektörü, bu ülkeyi her türlü yapı malzemesi ve de özellikle işlenmiş taşlar gibi katma değeri yüksek ürünler için önemli bir pazar haline getirmektedir. 2012 yılından bu yana ciddi bir yükseliş içerisinde olan Güney Kore inşaat sektörü, ülkenin ev sahipliği yapacağı 2018 Pyeongchang Kış Olimpiyat Oyunları nedeniyle ivme kazanarak 150 milyar ABD Dolarlık bir pazar değerine ulaşmıştır ve 2020 yılına kadar da ek bir yüzde 30'luk büyüme kaydetmesi beklenmektedir. Katma değerli yapı malzemelerinde Güney Kore'nin başlıca tedarikçisi Çin olsa da, söz konusu ülke İtalya gibi Avrupa ülkelerinden ve Umman gibi Ortadoğu ülkelerinden de alımlar yapmaktadır. Türk firmaları bu ülkeler ile rekabet edebilirler.

Verilere göre 7 ürün pozisyonu, C Grubu için belirlenen kriterlere uymaktadır. Bunlar Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatında

1 milyon ABD Doları ve üzerinde yıllık hacme sahip, ancak Helmers-Pasteels'in metodolojisine göre yüzde 60'nin altında ticaret potansiyeli sunan, buna karşılık Güney Kore'nin dünyadan alımlarının yılda yüzde 10'un altında artırmakta olduğu ürünlerdir. A Grubu'ndaki ürünler Türkiye'nin rekabet gücünün olduğu, aynı zamanda Güney Kore'nin de alımlarını yüksek hızla arttırdığı ürünler, B Grubu'nda yer alan ürünler yine Türkiye'nin güçlü olduğu ancak Güney Kore'nin alımlarının daha düşük bir hızda arttığı ürünlerken, C Grubu Türkiye'nin güçlü halihazırda yüksek bir ticaret hacminin olduğu, ancak Türk ürünleri için Güney Kore pazarının büyük ölçüde doygunluğa ulaşmış olmasına rağmen, Güney Kore'nin toplam ithalatının hızlı bir şekilde artması nedeniyle katma değer artırıcı çalışmalarla ihracatın artırılabilmesi için ürün gruplarından oluşmaktadır.

**Tablo 5. C Grubu'ndaki Ürünler**

Ürün	Ürün
1.	Sertleştirilmemiş vulkanize kauçuktan eşya
2.	Kakao içermeyen şeker mamulleri
3.	Ev veya çamaşırhane tipi yıkama makinaları
4.	Römorklar ve yarı römorklar; hareket ettirici tertibatı bulunmayan diğer taşıtlar; bunların aksam ve parçaları
5.	Kuvars (tabii kuvarlar hariç); kuvarsit
6.	Ekmek, pasta, kek, bisküvi ve diğer ekmekçilik mamulleri
7.	Tabii boratlar ve bunların konsantreleri); tabii borik asit

Tablo 5'te C Grubu'nda yer alan ürünler 2016'da Türkiye'nin söz konusu pozisyonlarda Güney Kore'ye yaptığı ihracatın hacmine

göre çoktan aza doğru sıralanmışlardır. Bu listeyi ana başlıklar altında şu şekilde sınıflandırmak da mümkündür:

Tüketici ürünleri	Gıda ve içecekler
Kauçuktan eşya	Kakao içermeyen şeker mamulleri
Çamaşır makinaları	Ekmek, pasta, kek, bisküvi
Tabii kaynaklar	Makine, alet ve teçhizat
Kuvars	Römorklar ve yarı römorklar
Borat	

Kakao içermeyen şeker mamullerinde Güney Kore'de 575 milyon ABD Dolarlık bir pazar söz konusudur. Ülkenin kendi markaları pazarda geniş bir paya sahip oldukları gibi, ithal ürünlere de giderek artan bir ilgi

söz konusudur. 2016 yılında Güney Kore, 195,5 milyon ABD Dolarlık şeker mamulü ithal etmiştir ve bunun yaklaşık dörtte biri de Almanya'dan alınmıştır.

## Türkiye'nin Güney Kore'ye İhracatı

Türk firmaları hali hazırda var oldukları ve yıllık 2,2 milyon ABD Dolarlık bir ihracatlarının olduğu bu pazarda paylarını artırırlar.

Tabii kaynaklarda da Türkiye'nin sahip olduğu yer altı zenginlikleri, ihracat açısından önemli bir avantaj oluşturmaktadır ve bu açıdan Güney Kore, Türkiye için büyüme potansiyeli arz eden bir pazardır. Örneğin, 2016 yılında Türkiye, söz konusu ülkeye 12,044 ton kuvars ihraç edip Güney Kore'nin en büyük üçüncü tedarikçisi olmuşken aynı yıl Güney Kore, ithal ettiği toplam 7,837 ton boratın yüzde 96,5'ini Türkiye'den almıştır.

Verilere göre 22 ürün pozisyonu, D Grubu için belirlenen kriterlere uymaktadır. Bunlar Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatında orta düzeyde yıllık hacme sahip (elli bin ile bir milyon ABD Doları arasında), ancak Helmers-Pasteels'in metodolojisine göre yüzde 90'ın üzerinde ticaret potansiyeli sunan ve Güney Kore'nin dünyadan alımlarını yılda yüzde 10'un üzerinde artırmakta olduğu ürünlerdir. Bu gruptaki ürünler için Türkiye'nin henüz Güney Kore'ye yüksek miktarlarda ihracat yapmadığı, ancak rakamların artırılması için yüksek bir potansiyel olduğu düşünülmektedir.

**Tablo 6. D Grubu'ndaki Ürünler**

Ürün
1. Vakumlu elektrik süpürgeleri
2. Nikel döküntü ve hurdaları
3. Malttan üretilen biralar
4. Radyo veya televizyon yayınlarına mahsus verici cihazlar, televizyon kameraları, dijital kameralar ve görüntü kaydedici kameralar
5. Binek otomobilleri ve esas itibariyle insan taşımak üzere imal edilmiş diğer motorlu taşıtlar
6. Radar cihazları, hava ve deniz trafiğine yardımcı telsiz cihazları ve uzaktan kumanda etmeye mahsus telsiz kontrol cihazları
7. Aydınlatma cihazları (projektörler ve sahne projektörleri dahil) ve bunların aksam ve parçaları; ışıklı panolar, ışıklı isim tabelaları ve benzer eşya
8. Taranmış yün iplikleri
9. Seramikten sofraya ve mutfak eşyası, diğer ev eşyası ve tuvalet eşyası
10. Av tüfekleri için fişekler ve bunların aksam ve parçaları; havalı silah kurşunlar
11. Demir veya çelikten sofraya, mutfak veya diğer ev işlerinde kullanılan eşya ve aksamı; demir veya çelik yünü; demir veya çelikten sünger ve temizleme veya parlatmada kullanılan eşya, eldivenler ve benzerleri
12. Hayvansal veya bitkisel katı ve sıvı yağlar ve bunların fraksiyonları
13. Şilte mesnetleri, yaylarla donatılmış veya gözenekli kauçuk ya da plastikten veya herhangi bir malzemedan dahili olarak donatılmış veya doldurulmuş yatak takımı eşyası ve benzeri eşya
14. Her türlü madde için hacmi 300 litreyi geçmeyen ve mekanik veya termik tertibatı olmayan demir veya çelikten depolar, sarnıçlar, variller, fiçiler, kutular ve benzeri kaplar
15. Porselenden sofraya ve mutfak eşyası, diğer ev eşyası ve tuvalet eşyası
16. Gıda müstahzarları
17. Elektrik motorları, jeneratörler, elektrojen grupları ve rotatif elektrik konvertörlerinde kullanmaya uygun aksam ve parçalar
18. Kadın ve kız çocuklar için mantolar, kabanlar, kolsuz ceketler, pelerinler, anoraklar, rüzarlıklar ve benzeri eşya
19. Süpürgeler ve fırçalar
20. Uçucu yağlar; rezinoitler, ekstraksiyonla elde edilen yağ reçineleri ; uçucu yağların konsantreleri; uçucu yağların terpeninin alınmasından arta kalan terpenli yan ürünler; uçucu yağların damıtılmış suları ve sulu çözeltileri
21. Alüminyumdan eşya
22. Radyo, televizyon, radar cihazı,, monitör ve projektörlere mahsus aksam ve parçalar

Tablo 6'da D Grubu'nda yer alan ürünler 2016'da Türkiye'nin söz konusu pozisyonlarda Güney Kore'ye yaptığı ihracatın hacmine

göre çoktan aza doğru sıralanmışlardır. Bu listeyi ana başlıklar altında şu şekilde sınıflandırmak da mümkündür:

<b>Tüketici ürünleri</b>	<b>Makine, alet ve teçhizat</b>
Elektrik süpürgeleri	Radyo veya televizyon yayınlarına mahsus verici cihazlar
Seramik sofa ve mutfak eşyası	Binek otomobilleri ve diğer insan taşıyan motorlu taşıtlar
Porselen sofa ve mutfak eşyası	Radar cihazları
Tüfek fişekleri, aksam ve parçaları	Aydınlatma cihazları
Şilte, yatak takımı	Demir veya çelikten depolar, sarnıçlar, variller
Demir ve çelikten sofa eşyası	Elektrik motorları, jeneratörler
Süpürge ve fırça	Radyo, televizyon, radar cihazı parçaları
Alüminyumdan eşya	<b>Gıda ürünleri ve içecekler</b>
<b>Tekstil ürünleri</b>	Malttan biralar
Taranmış yün iplikleri	Hayvansal veya bitkisel yağlar
Bayan mantolar, kabanlar, kolsuz ceketler	Gıda müstahzarları
<b>Kimyasal ürünler</b>	<b>Tabii kaynaklar</b>
Uçucu yağlar	Nikel döküntü ve hurdaları

Verilere göre 12 ürün pozisyonu, E Grubu için belirlenen kriterlere uymaktadır. Bunlar Türkiye'nin yüksek derecede ihracatı (100 milyon ABD Doları ve üzeri), Güney Kore'ye yapılan ihracatın düşük olduğu (50 bin ABD Dolardan az), ancak Helmers-Pasteels'in metodolojisine göre yüzde 90'ın üzerinde ticaret potansiyeli sunan ve Güney

Kore'nin dünyadan alımlarını yılda yüzde 5'in üzerinde artırmakta olduğu ürünlerdir. Bu gruptaki ürünler için Türkiye'nin aslında ihracatta rekabet gücünün olduğu, ancak mevcut potansiyele rağmen henüz Güney Kore pazarına yeterince girmediği ya da çok düşük miktarda girdiği düşünülmektedir.

**Tablo 7. E Grubu'ndaki Ürünler**

<b>Ürün</b>
1. Prefabrik yapılar
2. Örmeye veya kroşe giyim eşyası
3. Ağaçtan veya diğer odunsu maddelerden yonga levha, "oriented strand board" (OSB) ve benzeri levhalar
4. Dokunmamış mensucat
5. Dış tabanı kauçuktan, plastik maddeden, tabii veya terkip yoluyla elde edilen köseleden ayakkabılar
6. Alüminyum saclar, levhalar, şeritler (kalınlığı 0,2 mm.'yi geçenler)
7. Spor, kayak ve yüzme kıyafetleri, mesleki kıyafetler, diğer giyim eşyası
8. Balık filetoları ve diğer balık etleri
9. Alaşımlı çelikten çubuk ve profiller; alaşımlı veya alaşımsız çelikten sondaj işlerinde kullanılan içi boş çubuklar
10. Saç müstahzarları
11. Homojenize sebzeler, patates, bezelye, fasulye, kuşkonmaz, zeytinler, tatlı mısır, enginar
12. Dış tabanı ve yüzü kauçuk veya plastik maddeden olan ayakkabılar

## Türkiye'nin Güney Kore'ye İhracatı

Tablo 7'de E Grubu'nda yer alan ürünler 2016'da Türkiye'nin söz konusu pozisyonlarda Güney Kore'ye yaptığı ihracatın hacmine

göre çoktan aza doğru sıralanmışlardır. Bu listeyi ana başlıklar altında şu şekilde sınıflandırmak da mümkündür:

<b>Yapı malzemeleri</b>	<b>Tekstil ürünleri</b>
Prefabrik yapılar	Örme veya kroşe giyim eşyası
Yonga levhalar	Dokunmamış mensucat
Alüminyum saclar, levhalar, şeritler	Köseleden ayakkabılar
Alaşımlı çelikten çubuk ve profiller	Kauçuk veya plastikten ayakkabılar
<b>Gıda ürünleri ve içecekler</b>	Spor kıyafetleri, mesleki kıyafetler
Balık filetoları ve diğer balık etleri	<b>Tüketici ürünleri</b>
Patates, bezelye, fasulye, kuşkonmaz, zeytinler, tatlı mısır, enginar	Saç müstahzarları

D ve E Grubu'ndaki verilere bakıldığında Türkiye'nin Güney Kore'ye tekstil ve hazır giyim alanında da bir ihracat potansiyelinin olduğu görülmektedir. Güney Kore'de bu alanda hızla büyüyen bir pazar söz konusudur ve 2016 yılında bu alanda yüzde 6,5'lük bir büyüme gerçekleşerek 34,1 milyar ABD Dolarlık bir pazar büyüklüğüne ulaşılmıştır. Pazarda büyük perakendeciler ile bireysel tüketiciler planda yer almakta; yüksek kaliteye önem verilmekte ve hazır giyim ürünleri için oluşan talebin yanı sıra tekstil üretimi için kaliteli iplik ve kumaş ihtiyacı da yüksek ölçekte oluşmaktadır.

Çalışmanın bu bölümünde beş grup altında tespit edilen ürünler, farklı özellikler taşımakla birlikte tamamı Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatı açısından önemli potansiyel arz etmektedir. Yukarıda belirtildiği şekilde her grup için farklı yaklaşımlar gerekmektedir.

A Grubu'ndaki ürünler Türkiye'nin halihazırda yüksek miktarda Güney Kore'ye ihracat yaptığı, ancak bununla birlikte Güney Kore'deki talebin de artmaya devam ettiği, yüksek ihracat potansiyelli ürünlerdir ve bu gruptaki ürünler için Türkiye'nin Güney Kore'deki pazar payını kalıcı bir hale getirmeye yönelik çalışmalar yapılmalıdır.

B Grubu'ndaki ürünlerin A Grubu'ndakilerden farkı, Türkiye'nin Güney Kore pazarındaki güçlü varlığına rağmen, bu gruptaki ürün-

ler için Güney Kore'nin talebinin daha yavaş artmasıdır, dolayısıyla bu gruptaki ürünlerde rekabet gücünün artırılması önem taşımaktadır.

C Grubu'ndaki ürünler, yine Türkiye'nin Güney Kore'ye halihazırda yüksek miktarda ihracat yaptığı, ancak Türkiye'nin ihracatını daha fazla artırması için potansiyelin düşük olduğu ürünlerdir. Bu ürünler için katma değeri artırıp ürün çeşitlendirmesine gidilerek Güney Kore pazarında yeni alanların yaratılması gerekmektedir.

D Grubu'ndaki ürünler yüksek potansiyele ve Güney Kore'nin alımlarını hızlı bir şekilde artırmaya rağmen, Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatının orta seviyelerde olduğu ürünlerdir ve bu ürünler için ticaret hacminin artırılması, piyasadaki rakiplere karşı avantaj sağlanarak pazar paylarının artırılması gerekmektedir.

Son olarak E Grubu'ndaki ürünler ise Türkiye'nin tüm dünyaya yüksek oranlarda ihracat yaptığı, Güney Kore'nin de dünyadan alımlarını artırdığı, ancak Türkiye'nin Güney Kore pazarına henüz girmediği ya da çok düşük miktarlarla girdiği ürünlerdir. Bu ürünler için de pazara giriş çalışmalarına odaklanmak faydalı olacaktır.

Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatında potansiyel taşıdığı ileri sürülen bu ürünlerin belli başlıcaları için Güney Kore pazarında



en büyük paya sahip ülkelerin hangileri olduğu, ne kadarlık bir ihracat hacmine sahip oldukları ve ne oranda bir gümrük vergisine maruz kaldıkları, Türkiye'nin bahsi geçen ürünle ilgili verileriyle kıyaslamalı olarak

Tablo 8'de verilmektedir. Bu veriler Türk ihracat ürünlerinin Güney Kore'de karşılaştıkları ya da karşılaşılabilecekleri rekabet ortamının anlaşılabilmesi için önem taşımaktadır.

**Tablo 8. Türkiye'nin Güney Kore'ye İhracatı için Potansiyel Taşıyan Ürünlerde Başlıca Pazar Payı Sahibi Ülkeler (2016)**

Ürün	Grup	Güney Kore'ye en fazla ihracat yapan ülkeler			Türkiye'nin ihracatı	
		Ülke	Hacim ('000 USD)	Vergi (%)	Hacim ('000 USD)	Vergi (%)
Telefon ve diğer ses, görüntü ve bilgi alan veren cihazlar	A	Çin	6,612,297	0,8	21,356	0
		Vietnam	2,524,302	0		
		Japonya	793,125	0,8		
Zeytinyağı	A	İspanya	42,007	1,9	1,592	2,9
		İtalya	12,958	1,9		
		Türkiye	1,592	2,9		
Ev eşya ve donanımlarının adi metalden parçaları	A	Çin	159,081	8,0	1,366	0
		ABD	37,606	0		
		Almanya	31,976	0		
Elektrikli su ısıtıcılar, diğer ısıtıcı ve ütüler	A	Çin	516,044	7,9	2,389	0
		Malezya	48,621	0		
		Japonya	47,886	8,0		
Oturmaya mahsus mobilya	A	Çin	763,055	3,0	1,869	0
		Vietnam	119,261	0		
		İtalya	44,331	0		
Çinko cevheri	B	Meksika	331,036	0	7,361	0
		Avustralya	275,894	0		
		Peru	249,600	0		
Yaprak tütün	B	Çin	1,133,681	16,7	428,532	24,9
		Rusya	921,370	3,0		
		Almanya	908,825	1,3		
İnşaat için işlenmiş taşlar	B	Çin	731,028	7,9	2,885	3,1
		İtalya	20,620	2,1		
		Umman	11,059	8,0		
Ortopedik cihazlar	B	ABD	240,172	0	1,530	0
		İrlanda	110,447	0		
		İsviçre	66,965	0		
Demir veya çelikten eşya	B	Çin	509,636	5,7	2,898	0
		Japonya	239,030	8,0		
		ABD	100,287	0		
Çamaşır makineleri	C	Çin	84,457	8,0	2,484	0
		Tayland	44,115	0		
		Japonya	5,852	8,0		
Kakao içermeyen şeker mamulleri	C	Almanya	53,109	3,1	2,274	3,9
		Çin	28,908	8,0		
		ABD	23,823	2,2		
Ekmek, pasta, kek, bisküvi	C	ABD	59,303	2,4	1,266	5,3
		Malezya	56,234	1,2		
		Çin	44,403	7,8		
Kauçuktan eşya	C	Çin	78,176	5,4	1,123	0
		Japonya	60,166	7,3		
		ABD	44,490	0		

## Türkiye'nin Güney Kore'ye İhracatı

Kuvars	C	Çin Hindistan Türkiye	8,938 3,499 2,420	3,0 0 0	2,420	0
Elektrik süpürgeleri	D	Malezya Çin Vietnam	73,736 69,691 66,743	0 7,1 0	297	0,6
Seramik sofraya ve mutfak eşyası	D	İngiltere Çin Polonya	36,187 29,476 5,949	0,4 8,0 0,4	94	0
Aydınlatma cihazları	D	Çin ABD Vietnam	417,617 33,487 24,537	7,0 0 0	144	0
Bayan mantolar, kabanlar, kolsuz ceketler	D	Çin Vietnam Myanmar	321,923 319,558 70,676	6,8 1,4 0	1,161	0
Gıda müstahzarları	D	ABD Yeni Zelanda Çin	668,395 61,137 42,635	41,9 74,8 74,8	472	72,0
Örme veya kroşe giyim eşyası	E	Vietnam Çin Endonezya	84,027 76,480 19,773	0 12,7 0	514	0
Balık filetoları ve diğer balık etleri	E	Vietnam ABD Rusya	95,502 69,297 51,923	0 1,4 10,8	4,584	7,8
Patates, bezelye, fasulye, kuşkonmaz, zeytinler, tatlı mısır, enginar	E	Çin Tayland ABD	181,012 25,645 23,117	19,2 3,1 5,9	25	16
Spor kıyafetleri, mesleki kıyafetler	E	Vietnam Çin Endonezya	182,461 164,589 38,577	0 12,2 0	735	0
Köseleden ayakkabılar	E	Çin Vietnam Endonezya	366,869 114,284 35,648	10,3 0 0	209	0

Türkiye ile Güney Kore arasında yürürlükte olan STA, bu ülkeye yapılacak ihracat için önemli bir avantaj teşkil etse de, Güney Kore'nin halen müzakere edilmekte olanlar da dahil olmak üzere toplam 76 ülkeyle STA'sının olduğu unutulmamalıdır. Tablo 8'de de görüldüğü gibi Türkiye bir çok ürün pozisyonunda Güney Kore'ye sıfır güm-

rük vergisiyle ihracat yapabilmekteyse de diğer bir çok ülke de aynı imkana sahiptir. Dolayısıyla burada Türkiye için bir avantajdan ziyade tüm aktörler için eşit bir rekabet ortamından söz etmek doğru olacaktır. Tablo 9'da, Güney Kore'nin yapmış olduğu ve müzakere ettiği STA'ların bir listesi görülebilir.

Tablo 9. Güney Kore'nin Taraf Olduğu Serbest Ticaret Anlaşmaları (2017)

	Ülke	Statüsü
1.	Şili	1 Nisan 2004 itibariyle yürürlükte
2.	Singapur	2 Mart 2006 itibariyle yürürlükte
3.	EFTA (4 ülke)	1 Eylül 2006 itibariyle yürürlükte
4.	ASEAN (10 ülke)	1 Haziran 2007 itibariyle yürürlükte
5.	Hindistan	1 Ocak 2010 itibariyle yürürlükte
6.	AB (28 ülke)	1 Temmuz 2011 itibariyle yürürlükte
7.	Peru	1 Ağustos 2011 itibariyle yürürlükte
8.	ABD	15 Mart 2012 itibariyle yürürlükte
9.	Türkiye	1 Mayıs 2013 itibariyle yürürlükte
10.	Avustralya	12 Aralık 2012 itibariyle yürürlükte
11.	Kanada	1 Ocak 2015 itibariyle yürürlükte
12.	Çin	20 Aralık 2015 itibariyle yürürlükte
13.	Yeni Zelanda	20 Aralık 2015 itibariyle yürürlükte
14.	Vietnam	20 Aralık 2015 itibariyle yürürlükte
15.	Kolombiya	15 Temmuz 2016 itibariyle yürürlükte
16.	Kore-Çin-Japonya	Müzakereler devam ediyor
17.	RCEP	Müzakereler devam ediyor
18.	Orta Amerika (6 ülke)	Müzakereler devam ediyor
19.	Ekvador	Müzakereler devam ediyor
20.	İsrail	Müzakereler devam ediyor
21.	ASEAN- Güncelleme	Müzakereler devam ediyor
22.	Hindistan - Güncelleme	Müzakereler devam ediyor
23.	Şili - Revizyon	Müzakereler devam ediyor

Kaynak: Güney Kore Gümrük İdaresi

Her ne kadar Türkiye'nin ihracatta iddialı olduğu ve rekabet avantajına sahip olduğu otomotiv, tekstil ve hazır giyim, makine ve teçhizat, demir çelik, elektronik ve beyaz eşya gibi ürünlerde Güney Kore'nin dünyanın başlıca üreticileri arasında yer alması ve bununla birlikte Çin gibi Güney Kore'ye coğrafi olarak çok daha yakın olan Doğu Asya ülkeleri-

nin Güney Kore pazarında güçlü bir şekilde var olmaları Türkiye açısından bir dezavantaj gibi görülse de, yukarıda sıralanan ürün kalemlerinde başta Ekonomi Bakanlığı olmak üzere kamu sektörünün özel sektörle işbirliği sonucu hayata geçirilecek çalışmalarla Türkiye, Güney Kore pazarındaki payını birçok üründe artırabilir.

### 3. TÜRKİYE'NİN GÜNEY KORE'DEN İTHALATI

Türkiye'nin Güney Kore'den ithalatı 2016 yılında toplam 6,4 milyar ABD Doları seviyesinde gerçekleşmiştir. Bu rakam, Güney Kore'yi Türkiye'nin sırasıyla Çin, Almanya, Rusya, ABD, İtalya ve Fransa'dan sonra en

fazla ithalat yaptığı yedinci ülke konumuna getirmektedir. Diğer yandan son beş yılın ortalamalarına bakıldığında Türkiye'nin Güney Kore'den ithalatının yıllık yüzde 4 oranında büyüdüğü de görülmektedir.

Tablo 10. Türkiye'nin Güney Kore'den İthalatında İlk On Kalem (2016)

	Ürün	İthalat hacmi ('000 USD)	Güney Kore'den yapılan toplam ithalatta payı
1.	Traktör ve on kişiden daha fazla yolcu taşıyan araçların aksam ve parçaları	343,057	%5,4
2.	Alaşımli çelikten yassı hadde mamulleri	301,115	%4,7
3.	Binek otomobilleri ve esas itibariyle insan taşımak üzere imal edilmiş diğer motorlu taşıtlar	296,154	%4,6
4.	Radyo veya televizyon yayınlarına mahsus verici cihazlar, monitörler ve projektörlerin aksam ve parçaları	289,031	%4,5
5.	Paslanmaz çelikten yassı hadde mamuller	281,340	%4,4
6.	Monitörler ve projektörler, televizyon alıcı cihazları	268,706	%4,2
7.	Etilen polimerleri	217,562	%3,4
8.	Propilen ve diğer olefinlerin polimerleri	212,173	%3,3
9.	Telefon cihazları; ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar	205,254	%3,2
10.	Polikarboksilik asitler, bunların anhidritleri, halojenürleri, peroksitleri ve peroksiasitler	204,683	%3,2

Kaynak: Güney Kore Gümrük İdaresi

Tablo 10'da görüldüğü gibi Türkiye'nin Güney Kore'den ithalatında ilk on kalemin toplam ithalat içerisindeki payı yüzde 40,9'dur. Dolayısıyla Türkiye'nin Güney Kore'den yaptığı ithalatın, bu ülkeye yapılan ihracata nazaran ürün bazında daha büyük

bir çeşitlilik sergilediğini söylemek mümkündür. Diğer yandan Güney Kore'den yapılan ithalatta, otomotiv sektörü ürünleri; radyo televizyon ve telefon cihazları ile kimyasal maddelerin ağırlıkta olduğu da dikkati çekmektedir.

**Tablo 11. Türkiye'nin Toplam İthalatında Güney Kore'nin Payının En Yüksek Olduğu Ürün Pozisyonları (2016)**

	Ürün	Güney Kore'den İthalat ('000 USD)	Pay
1.	Prefabrik yapılar	33,293	%79
2.	Fener gemileri, yangın söndürme gemileri, tarak gemileri, yüzer vinçler ve esas görevine göre sefer hizmetleri ikinci derecede olan diğer deniz taşıtları; yüzer havuzlar; yüzer veya dalabilen sondaj ve üretim platformları	34,591	%76
3.	Eni 30 cm.yi geçen, ağırlık itibarıyla % 5 veya daha fazla elastomerik iplik veya kauçuk iplik içeren örme veya kroşe mensucat	39,267	%52
4.	Siyanürler, oksisyanürler ve kompleks siyanürler:	16,885	%44
5.	Polikarboksilik asitler, bunların anhidritleri, halojenürleri, peroksitleri ve peroksiasitleri	204,683	%42
6.	Bakırın ön alaşımları (kupro alyajlar)	1,319	%41
7.	Paslanmaz çelikten yassı hadde mamulleri (genişliği 600 mm. veya fazla olanlar)	281,340	%37
8.	Monitörler ve projektörler; televizyon alıcı cihazları	268,706	%34
9.	Suni filament ipliklerinden dokunmuş mensucat	9,150	%32
10.	Radyo, televizyon, radar cihazı,, monitör ve projektörlere mahsus aksam ve parçalar	289,031	%29

Kaynak: International Trade Centre

Tablo 11'de hangi ürünlerde Türkiye'nin Güney Kore'ye yüksek derecede bağımlılık sergilediği görölmektedir, Tablo 12'de ise Türkiye'nin hangi ürünlerde Güney Kore'den alımlarını son yıllarda yüksek ölçüde artırdığı görölmektedir. Tüm bu verilerden ortaya çıkan sonuç, prefabrik yapılar veya özel

işlevli gemiler gibi bazı spesifik ürün kalemlerinde Türkiye için Güney Kore'nin temel bir tedarik kaynağı haline geldiği, ancak buna rağmen Türkiye açısından Güney Kore'ye enerji ithal edilen Rusya ve ara mamul ithal edilen Çin'den farklı olarak yüksek derecede bir bağımlılık oluşmadığı yönündedir.

**Tablo 12. Türkiye'nin Güney Kore'den İthalatını En Yüksek Oranda Artırdığı Ürün Pozisyonları**

	Ürün	Güney Kore'den İthalat ('000 USD)	2012-2016 Yıllık Ortalama Artış
1.	Demir veya çelikten diğer ince ve kalın borular	5,403	%499
2.	Hayvansal veya bitkisel katı ve sıvı yağlar ve bunların fraksiyonları	863	%408
3.	Prefabrik yapılar	33,293	%388
4.	Azotlu mineral veya kimyasal gübreler	7,666	%367
5.	Demir veya alaşımsız çelikten profiller	10,421	%336
6.	Malt hülasesı	212	%332
7.	Sabunlar	855	%233
8.	Sicim, ip veya halattan düğümlü ağlar	855	%203
9.	Suni korendon; alüminyum oksit; alüminyum hidroksit	94	%185
10.	Diazo, azo ve azoksi bileşikleri	1,709	%185

Kaynak: International Trade Centre

Güney Kore'nin sahip olduğu üretim ve teknoloji kapasitesi göz önünde bulundurulduğunda, Türkiye'nin söz konusu ithalatını ülke ekonomisine daha fazla katma değer sağlayabilecek şekilde yapabileceği değerlendirilmektedir. Türkiye'nin ithalatına ihtiyaç duyduğu ara mamul ve parçalar gibi ürünlerde Güney Kore'deki potansiyel değerlendirilerek, bu alanlarda Güney Kore'nin Türkiye için yüksek kaliteli bir tedarik kaynağı haline getirilmelidir.

Bu amaç doğrultusunda, raporda GTİP'te dört haneye inilip toplam 1,200 civarında ürün pozisyonuna ait ticaret verileri üzerinden değerlendirme yapılarak Türkiye'nin Güney Kore'den yaptığı ithalatta ülke ekonomisine fayda sağlayabileceği düşünülen ürünler tespit edilmeye çalışılmıştır. Her ürün pozisyonu için şu veriler değerlendirilmeye alınmıştır:

1. 2016 yılında Türkiye'nin Güney Kore'den söz konusu ürünlerdeki ithalatı
2. 2016 yılında Türkiye'nin söz konusu üründe tüm dünyadan toplam ithalatı.
3. 2016 yılında Güney Kore'nin söz konusu üründe tüm dünyaya toplam ihracatı.

4. Türkiye'nin söz konusu ürünlerdeki ithalatındaki son beş yıldaki (2012-2016) yıllık ortalama artış.

5. Güney Kore'nin söz konusu üründe tüm dünyaya toplam ihracatında son beş yıldaki (2012-2016) yıllık ortalama artış.

Bu kapsamda bulgular iki grup altında toplanmıştır.

A Grubu ürünler: Türkiye'nin hali hazırda Güney Kore'den ithalat yaptığı, ancak Türkiye'nin talebinin dolayısıyla toplam ithalatının hızlı arttığı ve Güney Kore'deki yüksek potansiyeli daha fazla değerlendirebileceği ürünler. Değişkenler için kriterler: Türkiye'nin Güney Kore'den mevcut ithalatı > 1 milyon USD; Türkiye'nin toplam ithalatındaki yıllık artış > % 15; Güney Kore'nin toplam ihracatı > 50 milyon USD.

B Grubu ürünler: Türkiye'nin henüz Güney Kore'den yeterince alım yapmadığı, ancak Güney Kore'nin tüm dünyaya yüksek ölçüde ihracat yaptığı, bu ihracatı artırdığı, dolayısıyla Güney Kore'nin bir alternatif kaynak teşkil edebileceği ürünler. Değişkenler için kriterler: Türkiye'nin Güney Kore'den

mevcut ithalatı < 100 bin USD; Türkiye'nin toplam ithalatı > 100 milyon dolar; Güney Kore'nin toplam ihracatındaki yıllık artış > % 10; Güney Kore'nin toplam ihracatı > 50 milyon USD.

Verilere göre 7 ürün pozisyonu, A Grubu'nda yer almaktadır. Bu ürünlerde Türkiye halihazırda Güney Kore'den yüksek miktarda ithalat yapıyorsa da, Türkiye bu kalemlerdeki artan ithalat ihtiyacını Güney Kore pazarındaki payını artırarak karşılayabilir.

**Tablo 13. İthalat A Grubu'ndaki Ürünler**

Ürün	Ürün
1.	Sıvı kristalli tertibat; lazerler (lazer diyodları hariç) ; diğer optik alet ve cihazlar
2.	Diyodlar, transistörler ve benzeri yarı iletken tertibat; ışığa duyarlı yarı iletken tertibat; ışık yayan diyodlar (LED); monte edilmiş piezo elektrik kristaller:
3.	Demir veya çelikten inşaat ve inşaat aksamı (köprüler, köprü aksamı, bent kapakları, kuleler, pilonlar, ayaklar, sütunlar, inşaat iskeleleri, çatılar, kapılar, pencereler ve bunların çerçeveleri ve kapı eşikleri, kepenkler, korkuluklar, parmaklıklar gibi); inşaatla kullanılmak üzere hazırlanmış demir veya çelikten saclar, çubuklar, profiller, borular ve benzerleri:
4.	Diğer alaşımlı çelikten yassı hadde mamulleri (genişliği 600 mm.veya daha fazla):
5.	Çözümlü tipi örgülü olan mensucat
6.	Her türlü madde için (sıkıştırılmış veya sıvılaştırılmış gaz hariç) hacmi 300 litreyi geçen ve mekanik veya termik tertibatı olmayan demir veya çelikten depolar, sarnıçlar, küvler ve benzeri kaplar
7.	Demir veya çelikten diğer ince ve kalın borular (kaynaklı, perçinli veya benzeri şekillerde kapatılmış) (iç ve dış kesitleri daire şeklinde olup, dış çapı 406,4 mm.yi geçenler)

Verilere göre 5 ürün pozisyonu, B Grubu'nda yer almaktadır. Bu ürünlerde Türkiye tüm dünyadan ithalat yapsa da henüz Güney Kore'den yeterince alım yapmama-

tadır; bu nedenle Güney Kore mevcut alım yapılan ülkelere alternatif bir kaynak olarak düşünülebilir.

**Tablo 14. İthalat B Grubu'ndaki Ürünler**

Ürün	Ürün
1.	İşlenmemiş kurşun
2.	Kendinden hareketli demiryolu veya tramvay vagonları
3.	Tişörtler, fanilalar, atletler, kaşkorseler ve diğer iç giyim eşyası (örme veya kroşe)
4.	Diğer kağıt ve kartonlar (kuşe edilmemiş veya sıvanmamış, rulo veya tabakalar halinde)
5.	Tıparlar (dişli tıparlar, vidalı tıparlar ve boşaltıcı tıparlar dahil), şişeler için kapsüller, yırtılabilen kapsüller, dişli kapaklar, kapak plakaları, mühür kurşunları ve ambalajlamada kullanılan benzeri teferruat

Bu verilerin yanı sıra, Güney Kore'de son dönemde önemli derecede gelişme kaydetmiş olan ve yakın gelecekte de büyümesi beklenen sektörlerin listesi de, Türkiye'nin

Güney Kore'deki yükselen sektörleri belirlemesi ve bunları yüksek kaliteli birer ithalat kaynağı olarak değerlendirmesi açısından ışık tutucu özelliğe sahiptir.

Tablo 15. Güney Kore'nin Yüksek Performanslı Sektörleri

Sektör	2016 Büyüme	Sektör	2017-2021 Büyüme Tahmini
Tütün	% 14,1	Madencilik, gıda v.d. için ekipman	%7,0
Elektrikli parçalar ve tablolar	% 9,9	Ölçüm, test, navigasyon ve optik araçlar	%6,2
Kömür ve rafine petrol ürünleri	% 7,5	Makine takımları	%5,1
İlaçlar	% 7,4	Elektrikli parçalar ve tablolar	%4,9
Temel kimyasallar ve gübreler	% 5,6	Demir ihtiva etmeyen madenler	%4,5
Suni lifler	% 4,9	Havacılık ve uzay	%4,5
Demir ihtiva etmeyen madenler	% 4,9	Döküm	%4,4
Çimento, alçı, beton vs.	%4,8	Türbinler, motorlar, pompalar	%4,3
Diğer imalat	% 4,4	Çimento, alçı, beton vs.	%3,9
Elektrik teçhizatı	% 4,2	Kauçuk ve plastik	%3,9

Kaynak: Oxford Economics



## 4. TÜRKİYE'DE GÜNEY KORE YATIRIMI

Türkiye ile Güney Kore arasındaki ekonomik ilişkilerin en önemli ayağını Türkiye'deki Güney Kore yatırımları oluşturmaktadır. Merkez Bankası verilerine göre 2000 yılında 21 milyon ABD Doları seviyesinde olan Güney Kore'nin Türkiye'deki doğrudan yatırımları, 2005 yılında 509 milyon ABD Doları seviyesine ulaşmış, sonrasında bir azalma olduysa

da ilerleyen yıllarda tekrar yükselişe geçen yatırımlar 2012 itibarıyla 1,3 milyar ABD Doları seviyesini bulmuştur. Merkez Bankası verileri 2014'ten itibaren Türkiye'deki Güney Kore sermayesinde bir azalma olduğunu ve 2016 yılı itibarıyla toplam rakamın 566 milyon ABD Doları olduğunu göstermektedir.

*Tablo 16. Türkiye'de En Fazla Doğrudan Yatırıma Sahip Ülkeler (2016)*

	Ülke	Yatırım tutarı (milyon USD)
1.	Hollanda	21.317
2.	Almanya	12.999
3.	Rusya	10.437
4.	İspanya	8.055
5.	Lüksemburg	7.623
6.	İngiltere	7.440
7.	Avusturya	5.779
8.	Azerbaycan	5.722
9.	Fransa	5.441
10.	Katar	4.934
..		
28.	Güney Kore	566

*Kaynak: T.C. Merkez Bankası*

Merkez Bankası'nın ödemeler dengesi verilerinin üçüncü ülkeler üzerinden yapılan yatırımları ve ülke içinde yatırıma dönüştürülen kazançları içermediği düşünüldüğünde Türkiye'deki Güney Kore yatırımının bu rakamların üzerinde olduğu öngörülebilir. Güney Kore Ankara Büyükelçisi Cho Yunsoo'nun Temmuz 2017'de yaptığı bir açıklamaya göre Güney Kore'nin Tür-

kiye'de toplam 2,4 milyar ABD Doları bir yatırımı vardır ve bu yatırımın 700 milyon ABD Dolarlık yatırımı da 2016 yılı içerisinde gerçekleştirilmiştir. Diğer yandan Ekonomi Bakanlığı verilerine göre Türkiye'de 30 Haziran 2017 itibarıyla 55,205 yabancı sermayeli firma bulunmaktadır ve bunların 326 tanesi Güney Kore sermayesine sahiptir.

**Tablo 17. Türkiye'deki Güney Kore Sermayeli Şirketlerin Faaliyet Alanları (30 Haziran 2017 itibariyle)**

	<b>Faaliyet alanı</b>	<b>Şirket sayısı</b>
1.	Motorlu taşıtlar ve motosikletler dışında kalan toptan ticaret ve ticaret komisyonculuğu	65
2.	Motorlu taşıtlar ve motosikletler dışında kalan perakende ticaret, kişisel ve ev eşyalarının tamiri	39
3.	Destekleyici ve yardımcı ulaştırma faaliyetleri, seyahat acentelerinin faaliyetleri	28
4.	Oteller ve lokantalar	27
5.	İnşaat	21
6.	Bilgisayar ve ilgili faaliyetler	15
7.	Motorlu kara taşıtı, römork ve yarı römork imalatı	9
8.	Elektrikli makine ve cihazların imalatı	7
9.	Eğlence, dinlenme, kültür ve sporla ilgili faaliyetler	6
10.	Diğer hizmet faaliyetleri	6
11.	Kimyasal madde ve ürünlerin imalatı	6
12.	Elektrik, gaz, buhar ve sıcak su üretimi ve dağıtımı	5
13.	Kara taşımacılığı ve boru hattıyla taşımacılık	5
14.	Makina ve teçhizatı hariç, metal eşya sanayi	5
15.	Radyo, televizyon, haberleşme teçhizatı ve cihazları imalatı	5
16.	Diğer faaliyet alanları	74

Kaynak: T.C. Ekonomi Bakanlığı

Güney Kore'nin Türkiye'ye ekonomi anlamında bakış açısını özetleyen en net tanımlamalardan birisi, Güney Kore Gümrük İdaresi'nin web sitesinde Türkiye ile ilgili olarak yer alan "Avrupa ve Orta Asya pazarlarına giriş için köprübaşı" ifadesidir. 1990'lardan bu yana Güney Kore firmaları Türkiye'yi bir üretim üssü olarak görerek yatırımlarını yapmışlar ve Türkiye'deki üretim tesislerinden sadece iç pazara değil Türkiye'nin Avrupa, Orta Asya ve Kafkaslar, Ortadoğu, Kuzey Afrika ve Balkanlar gibi yakın coğrafyalarına ihracat yapma imkanını değerlendirmişlerdir.

Türkiye pazarına ilk giren Güney Koreli yatırımcı Hyundai firmasıdır. 1990'da Türkiye'de otomotiv ürünlerinin satışını yapmaya başlayan Hyundai daha sonra Kibar Holding ile ortaklık halinde Hyundai Assan firmasını hayata geçirmiş ve şirketin web sitesinde belirtildiği gibi "Türkiye pazarının yüksek potansiyelini ve Avrupa'ya yakın olan konu-

munu göz önüne alarak denizaşırı ülkelerdeki ilk üretim merkezini Türkiye'de kurma kararını almıştır." 1997 yılında İzmit'te üretime başlayan Hyundai Assan fabrikasında şu an 245 bin adetlik otomobil üretim kapasitesi bulunmaktadır. Bu fabrikada iki farklı model üretmekte olan firma, 2019 yılından itibaren üçüncü bir modeli de üretmek için yine İzmit'te 400 milyon ABD Doları yatırımla yeni bir fabrika kurmayı planlamaktadır.

Yaklaşık 15 yıldır Türkiye'deki distribütör aracılığıyla enerji sektöründe devre kesici, kontaktör, kompakt şalter, termik röle ürünlerinin satışını yapan Hyundai Electric firması, Şubat 2017'de bu ürünlerin üretiminin artık Türkiye'de yapılacağını bildirmiştir. Firmadan yapılan açıklamaya göre İstanbul'un Silivri ilçesindeki fabrikada üretim yapılarak buradan Avrupa, Rusya ve Ortadoğu'ya ihracat gerçekleştirilecektir.

Güney Kore'nin büyük gruplarından LG'nin Arçelik ile 1999 yılında kurmuş olduğu ortaklığı Arçelik-LG Klima Sanayi ve Ticaret adı altında Gebze'de üretimini sürdürmektedir. Buradaki fabrika 2,5 milyon adet ev tipi klima üretim kapasitesi ile Avrupa ve Ortadoğu'nun alanındaki en büyük üretim tesisi olma unvanını taşımaktadır. Diğer yandan LG, Güney Kore dışındaki ilk güvenlik sistemleri üreten fabrikasını 2007 yılında İstanbul Dudullu'da hayata geçirmiştir.

Korea Tobacco&Ginseng (KT&G) firması, 2003'te Türkiye'de bir şirket kurmuş ve 2008'de kendi fabrikasında sigara ve tütün ürünleri üretimine başlamıştır. Pohang Iron and Steel Co.'nun (Posco) Kibar Holding ile ortaklık halinde kurduğu Posco Assan firması ise Kocaeli'nde paslanmaz çelik üretimi yapmaktadır. Halen ikinci faz yatırımı ile kapasite artırımı gerçekleştirmekte olan firma, bu yatırım tamamlanınca Türkiye'nin tüm ihtiyacını karşılayacak hale gelecektir.

Dünyanın önde gelen elektronik firmalarından Samsung Electronics, Türkiye'de perakende satış ağını genişletmektedir. Halen televizyon kategorisinde yüzde 23, beyaz eşyada ise yüzde 25 pazar payına sahip olan Samsung, 18 milyon ABD dolarlık yeni bir yatırımla 2018 sonuna kadar mevcut mağaza sayısını 300'den 900'e çıkartmayı planlamaktadır. Bununla birlikte Samsung, Ortadoğu ve Kuzey Afrika bölgesindeki ilk İnovasyon Merkezi'ni Aralık 2016'da İstanbul'da açmıştır.

Türk sinema endüstrisinde yüzde 45 pazar payı ile lider konumda olan Mars Cinema Group'un 2016'da 800 milyon ABD Dolarlık Güney Koreli CJ CGV Co'ya satılması, Türkiye'de tek seferde yapılan en büyük Güney Kore yatırımı olarak nitelendirilmektedir.

Güney Kore firmaları, Türkiye'deki doğrudan yatırımlarının yanı sıra büyük çaplı altyapı projelerinde de yüklenici olarak yer almaktadırlar. İstanbul'daki Avrasya Tüneli'ni Türkiye'den Yapı Merkezi İnşaat ve Güney

Kore'den SK E&C şirketleri inşa etmişler ve yine İstanbul'daki Yavuz Sultan Selim Köprüsü'nde Hyundai ile SK E&C alt yüklenici olarak yer almışlardır. 1915 Çanakkale Köprüsü için açılan ihaleyi kazanan konsorsiyumda ise Limak İnşaat ve Yapı Merkezi İnşaat'ın yanı sıra yüklenici olarak Koreli Daelim ve SK E&C da bulunmaktadır.

Son olarak Mart 2017'de, Konya Karapınar'da yapılacak 1,000 mW kapasiteli ve 1,3 milyar ABD Doları değerindeki Türkiye'nin en büyük güneş enerjisi tesisi için açılan ihaleyi Türkiye'den Kalyoncu İnşaat ile Güney Kore'den Hanwha Grubu'nun oluşturduğu konsorsiyum kazanmıştır. Diğer yandan Samsung'un öncülüğündeki bir konsorsiyumun sürdürdüğü ve inşaatına Mart 2016'da başlanan Gaziantep Entegre Sağlık Kampüsü projesine Güney Kore Kalkınma Bankası'nın (KDB) 100 milyon Avroluk bir fon ayırması ise dikkat çekici bir gelişmedir.

Türkiye'deki altyapı projelerinde aktif olan SK E&C firmasının genel müdürü Jaehyun Ahn'ın sözleri, Güney Koreli firmaların Türkiye'ye bakışını özetler niteliktedir: "Türkiye, 2000'li yılların ortalarından beri altyapı hamlelerine devam ediyor. Ayrıca, jeopolitik durum, yatırım teşviki, nüfus yapısı ve kolaylaştırıcı politikalar, hala birçok yabancı yatırımcıyı cezbediyor. Türkiye pazarı kesinlikle yatırım yapılabilir ve biz buraya daha fazla para yatırmaya hazırız."

Yukarıdaki örneklerde görüldüğü üzere Güney Koreli firmalar gerek doğrudan yatırımcı gerekse yüklenici olarak Türkiye'ye artan bir ilgi göstermektedirler. Türkiye açısından ise Güney Kore ile olan ticaret açığını dengelemek amacıyla bu ülkeden sermaye çekmek şüphesiz ki önemlidir. Ancak bu ülkeden Türkiye'ye daha fazla yatırım gelmesi, bu yatırımların sadece Türkiye'nin ödemeler dengesine yaptığı katkı nedeni ile değil, sağlayacağı teknoloji ve know-how nedeniyle de önem taşımaktadır. Güney Kore İstanbul Başkonsolosu Cha Youngcheol'un kullandığı ifadeyle,

## Türkiye'de Güney Kore Yatırımı

Güney Kore'nin "yüksek teknoloji ile Türkiye'ye bağlanması" ve bir "dijital İpek Yolu" oluşturulması her iki ülkenin de faydasına olacaktır.

Güney Kore'nin dünyada yüksek rekabet avantajına sahip olduğu otomotiv, elektronik, gemi inşası ve demir çelik gibi alanlarda sermayenin teşvik edilmesi Türkiye ekonomisine katma değer kazandırılması açısından önem taşımaktadır. Otomotiv ve yan sektörü, Güney Kore'nin halihazırda Türkiye'de aktif olarak yer aldığı bir sektördür. Dünyanın en büyük beşinci otomotiv üreticisi olan Güney Kore, dünyadaki toplam üretimin yüzde 6'sını gerçekleştirmektedir. Kore Otomobil Üreticileri Derneği verilerine göre, ülkede aylık motorlu taşıt üretimi miktarı, Temmuz 2017 itibarıyla, 371 bin birimdir ve bunun 337 bini de binek otomobilidir. Hyundai, GM (eski adıyla Daewoo) ve Kia, toplam üretimin yaklaşık yüzde 90'ını gerçekleştirmektedir.

Elektronik sektöründe Güney Kore, bilgisayar ve yan ürünleri, ev aletleri, genel amaçlı elektronik aletler ve cep telefonları alanında dünyada ilk sırada gelen üreticilerden birisidir. Gemi inşasında ise Güney Kore, 2003 yılında Japonya'yı geçerek dünyanın en büyük üreticisi haline gelmiştir.

Çelik üretiminde de Güney Kore, dünyada kişi başına düşen üretim miktarının en yüksek olduğu ülkedir. Tüm bu alanlarda Türkiye'ye Güney Kore'den daha fazla yatırım gelmesinin teşvik edilmesi Türkiye'ye bir çok açıdan fayda sağlayacaktır.

Bu kapsamda önemli bir gelişme, Türkiye ile Güney Kore STA'sının 2015 yılında hizmet ve yatırımları kapsayacak şekilde genişletilmiş olmasıdır. Söz konusu anlaşma, iki ülke yatırımcılarına ve yatırımlarına uygulanacak muameleyi net bir şekilde belirleyerek, karşılıklı olarak doğrudan yatırımları teşvik etmeyi ve ilgili ülkelerin hukuki düzeni içinde bu yatırımların korunmasını sağlamayı amaçlamaktadır.

## 5. TÜRKİYE İLE GÜNEY KORE ARASINDA HİZMET TİCARETİ

Güney Kore'nin 52 milyonluk ve yüksek gelir seviyeli nüfusu ithal mallara olduğu kadar hizmetlere de artan bir talep göstermektedir. Bu nedenle, Türkiye'nin hizmet

sektöründe de Güney Kore'de oluşmakta olan imkanları yakından takip etmesi önem kazanmaktadır.

*Tablo 18. Türkiye'nin Hizmet İhracatı (2016)*

	Ülke	Toplam ihracat (milyon USD)
1.	Turizm	18.743
2.	Taşımacılık	13.028
3.	Bireysel ve kültürel hizmetler	1.587
4.	Sigorta ve emeklilik hizmetleri	1.088
5.	İnşaat	902
6.	Finansal hizmetler	676
7.	Diğer işletme hizmetleri	623
8.	Kamu hizmetleri	616
9.	Telekomünikasyon ve bilişim hizmetleri	164
10.	Diğer	207

*Kaynak: International Trade Centre*

Dış ticaret rakamları incelendiğinde mal ticaretinde açığı olan Türkiye'nin hizmet ticaretinde fazlası bulunduğu görülmektedir. 2016 yılında Türkiye toplam 37,6 milyar ABD Dolarlık hizmet ihracatı gerçekleştirmiş,

buna karşılık 22,2 milyar ABD Dolarlık hizmet ithalatı yapmıştır. Tablo 18'de görüldüğü üzere Türkiye'nin en güçlü olduğu hizmet sektörü turizmdir ve bu sektörü taşımacılık takip etmektedir.

*Tablo 19. Güney Kore'nin Hizmet İthalatı (2016)*

	Ülke	Toplam ithalat (milyon USD)
1.	Diğer işletme hizmetleri	29.514
2.	Taşımacılık	27.065
3.	Turizm	26.642
4.	Fikri mülkiyet kullanım bedelleri	9.292
5.	İmalat hizmeti	7.975
6.	Telekomünikasyon ve bilişim hizmetleri	2.727
7.	İnşaat	2.265
8.	Finansal hizmetler	1.712
9.	Kamu hizmetleri	1.389
10.	Diğer	3.243

*Kaynak: International Trade Centre*

## Türkiye ile Güney Kore Arasında Hizmet Ticareti

Güney Kore, Türkiye'ye göre daha büyük ölçekte hizmet ticareti yapan bir ülke olmakla birlikte, bu alanda bir ticaret açığına sahiptir. Tablo 19'da 2016 yılına ait sektörel veriler kullanılmıştır ve bahsi geçen dönemde Güney Kore, yaptığı toplam 92,8 milyar ABD Dolarlık hizmet ihracatına karşılık, 110,4 milyar ABD Dolarlık hizmet ithalatı gerçekleştirmiştir. Aynı tabloda görüldüğü üzere Güney Kore'nin en fazla hizmet alımı açık arayla işletme hizmetlerinde, sonrasında da taşımacılıkta ve turizm sektöründe olmaktadır.

Hizmet ticaretinde öncelikli olarak Türkiye'nin rekabet gücüne sahip olduğu turizm alanında odaklanmak faydalı olacaktır. 2016 yılında Türkiye'yi yaklaşık 25,4 milyon yabancı ziyaret etmiştir ve bu rakam içinde Güney Kore pasaportu taşıyanların

sayısı 106,904'tür. 2016, Türkiye'de yaşanan başarısız darbe girişimi ve terör eylemleri nedeniyle birçok sektör gibi turizmin de olumsuz etkilendiği bir yıl olmuştur. Bununla birlikte, 2015'ten 2016'ya ülkeye gelen toplam yabancı sayısındaki azalma yüzde 30,1 oranında olurken, Güney Kore'den gelen turistlerin sayısındaki düşüş yüzde 53,3 oranında gerçekleşmiştir. Bu trendi tersine çevirip, Türkiye'yi Güney Koreli turistler için tekrar cazip hale getirmek önemli bir gerekliliktir. İki ülke arasında seyahat için karşılıklı vize muafiyeti olması bu açıdan önemli bir avantajdır. Buna ek olarak 2006 yılında iki ülke hükümetleri tarafından imzalanmış olan ve turizm alanındaki ilişkilerin mevzuat çerçevesini oluşturan "Turizm Alanında İşbirliği Anlaşması"na uygulamada işlerlik kazandırılması her iki ülkenin de faydasına olacaktır.

## 6. EKONOMİK İLİŞKİLERİ DESTEKLEYİCİ UNSURLAR

Türkiye ile Güney Kore ilişkilerini destekleyen en önemli unsur, iki ülke arasında 1950-1953 yıllarında yaşanan ve Türkiye'nin de bir tugayla katıldığı Kore Savaşı'ndan kaynaklanan dostluk ilişkileridir. Türk ve Güney Koreli üst düzey yetkililer sıklıkla iki ülkeyi "kan kardeşi" olarak nitelendirmektedirler ve bu yakınlık hissiyatı halklar arasında da karşılık bulmaktadır. Türkiye'de faaliyet gösteren Güney Kore sermayeli Posco Assan şirketinin CEO'su Jong Won Kwon'un şu sözleri Kore Savaşı'nın mirasının iş ilişkileri açısından da ne kadar önemli olduğunu ortaya koyar niteliktedir: "Kore Savaşı'nda bizi yalnız bırakmayan, fiziksel uzaklıklara rağmen fedakarca yanımızda yer alan Türk halkına minnettarlığımız her zaman devam edecektir. Bu nedenle paslanmaz çelik gibi günümüzde gelişmişliğin en önemli göstergelerinden biri ve ekonominin can damarı olan bir alanda Türkiye'ye yatırım yapmaktan büyük mutluluk duyuyoruz. Çünkü yatırımımızın Türkiye'nin kalkınmasına büyük fayda sağlayacağından eminiz."

Bu kuvvetli bağı temel olarak alarak, Türkiye'nin Güney Kore ile olan ekonomik ilişkilerini geliştirmek ve daha dengeli bir zemine oturtabilmek için bazı destekleyici unsurların mevcut olması ve bunların hedefe yönelik şekilde yönetilmesi gerekmektedir. Bu unsurlar şu şekildedir:

- Ülke markasının güçlendirilmesi
- Güney Kore ile iş yapmaya yönelik kalifiye iş gücü
- Güney Kore ile ilişkilerde paydaşlar arasında eşgüdüm.

T.C. Ekonomi Bakanlığı'nın yayınlamış olduğu bir rapora göre "ülkemizin Kore'de sevilmesine karşın ürünlerimizin yeterince tanınmaması" Türk ürünlerinin pazara giriş olanaklarını olumsuz yönde etkileyen faktörlerin başında gelmektedir. Koreli tüketici nezdinde "dost ülke Türkiye" algısını temel alarak üzerine "kaliteli Türk ürünü" algısını

inşa edebilmek önem kazanmaktadır. Bu yüzden, Türkiye'nin ülke markasının oluşturulmasına yönelik "Turquality" gibi projelerin yanı sıra, Güney Kore pazarına ve Koreli tüketicilere yönelik bir olumlu algı oluşturma çalışması yürütülmesi önem kazanmaktadır. Bu çerçevede Güney Kore'ye yönelik kamu diplomasisi faaliyetlerine ek olarak özel sektörü temsil eden kuruluşların Türk ürünlerini tanıtımına yönelik çalışmaları fayda sağlayacaktır.

Tüm Doğu Asya ülkeleri ile olduğu gibi Güney Kore ile de iş yapmanın kültürel farklılıklardan kaynaklanan zorlukları bulunmaktadır. Sektörü ne olursa olsun Güney Kore ile iş yapacak her Türk firmasının Korece bilen, Kore'yi ve Kore insanını iyi tanıyan, Korelilerin düşünce tarzını ve iş yapma anlayışını iyi bilen yönetici ve personel istihdam etmesi gerekmektedir. Hyundai Assan CEO'su Mong Hyun Yoon'un bir gazeteyle verdiği demeçteki şu sözleri Kore tarafının Türkiye'ye bu şekilde yaklaştığını göstermekte ve Türk tarafına da benzer bir yaklaşımı zorunlu kılmaktadır: "Kore'deyken de Mevlana hakkında bilgiye sahiptim. Türkiye'ye gelince öğütlerini daha çok irdeleyip, yedi öğütünü iş hayatımda da uygulamaya çalışıyorum. Mevlana'nın hayata bakış açısını hep aklımda tutuyorum. Çalışanlarımızla birlikteyken akarsu gibi olmaya, müşterilerimizin karşısında da güneş gibi olmaya çabalıyorum."

Türkiye'de özellikle gençler arasında Kore dili ve Kore kültürüne hızla artmakta olan bir ilgi söz konusudur. Diğer yandan üç üniversitede (Ankara Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi ve Kayseri Erciyes Üniversitesi) Kore Dili ve Edebiyatı bölümleri bulunmakta, ve birçok öğrenci de Güney Kore'ye dil kursuna, üniversite ya da yüksek lisans eğitimine gitmektedir. Bu Türk öğrenciler, Korece'yi iyi derecede öğrendikleri gibi Kore kültürüne de hakim olmaktadır. Ne var ki, bu kişilerin istihdamı için organize bir sistem olmadığı için büyük bir çoğunluğu edindikleri

## Ekonomik İlişkileri Destekleyici Unsurlar

becerileri yeterince kullanamadıkları işlerde çalışmak zorunda kalmaktadırlar. Güney Kore’de eğitim alan Türk öğrencilerinin bir veri tabanının oluşturularak, bunun Güney Kore ile iş yapan Türk firmalarının ve Türkiye’de yatırımları olan Güney Kore firmalarının kullanımına açılması, ikili ekonomik ilişkilerde işgücü havuzunun kalitesinin yükseltilmesi açısından faydalı olacaktır.

Türkiye’nin Güney Kore ile ekonomik ilişkilerini geliştirmesi ve daha dengeli bir hale getirmesi için devletin ilgili kurumlarının yanı sıra özel sektörü temsil eden tepe kuruluşlar, iş adamı örgütleri ve Güney Kore konusunda uzmanlaşan Sivil Toplum Kuru-

luşları da çalışmalarını sürdürmekte, akademik çevreler bu çalışmalara katkı sağlamaktadır. Ancak, bu kuruluşların çalışmaları arasında yeterince bir eşgüdüm olmadığı, bu nedenle birbirini tekrar eden işler ortaya konulduğu gibi ,bir sinerjinin oluşturulmadığı ve kopuklukların meydana geldiği görülmektedir. Bu nedenle Güney Kore’ye yönelik ekonomik ilişkilerle ilgili kamu ve özel sektöre ait tüm paydaşlar arasında yapılandırılmış ve kurumsallaştırılmış bir eşgüdüm sistemi oluşturulması, bu çalışmada ileri sürülen önerilerin de daha etkin bir şekilde hayata geçirilmesine fayda sağlayacaktır.



## 7. SONUÇ

Dünyanın yeni ekonomik çekim merkezi olan Doğu Asya'da büyük ekonomik aktörlerin başında her ne kadar Çin Halk Cumhuriyeti ve Japonya gelmekteyse de Güney Kore güçlü ekonomisi ile bölgede ayrı bir yer tutmaktadır ve ticaret bağlantıları, yatırım ilişkileri, tedarik zincirleri ve bölgesel üretim ağlarındaki konumu ile bu bölgenin hayati bir parçasını oluşturmaktadır. Bu nedenle Türkiye'nin bu ülkeyle ekonomik ilişkilerini daha üst seviyeye çıkartması da olmazsa olmaz bir koşuldur.

Türkiye'nin halen Güney Kore'ye karşı ciddi bir ticaret açığı bulunmaktadır ve bu açığın da en azından kısa ve orta vadede kapanması mümkün görünmemektedir. Ancak mümkün olan, Türkiye'nin Güney Kore ile yatırımı da kapsayacak şekilde daha dengeli bir ilişki kurması ve sürdürmesidir. "Güney Kore ile ticaret açığımızı nasıl kapatırız?" doğru bir soru değildir; bunun yerine bu çalışmada "Güney Kore'ye bir yandan ihracatımızı mümkün olduğunca artırırken, diğer yandan da ithalatı ülkemize en fazla katma değer sağlayacak şekilde nasıl gerçekleştiririz?" ve "cari taraftaki açığı sermaye tarafında nasıl dengeleriz?", başka bir deyişle, "Türkiye'ye Kore'den nasıl daha fazla yatırım çekebiliriz?" soruları sorulmuştur.

Detayları raporun yukarıdaki bölümlerinde yer almakla birlikte, bu soruların cevaplarını oluşturan öneriler özetle aşağıdaki gibidir:

- Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatının artırılması için çalışmada uygulanan analiz sonucu tespit edilen ve yüksek ihracat potansiyeli taşıyan ürünler için ürün bazında ve kamu ile özel sektör kuruluşları işbirliğinde pazara giriş ve pazar payı artırma çalışmalarının yapılması.

- Türkiye'nin Güney Kore'den ithalatında, Türkiye'deki yerel üretime katma değer sağlayacak ara mamullerin ithalatına odaklanması; bu alanda da yine ürün bazında ve kamu ile özel sektör kuruluşları işbirliğinde çalışmaların yapılması.

- Türkiye'deki mevcut Güney Kore yatırımlarına ek olarak yeni yatırımların özellikle otomotiv, elektronik, gemi inşası ve demir çelik gibi Güney Kore'nin küresel rekabet avantajına sahip olduğu sektörlerde desteklenmesi ve teknoloji içeren, Türkiye'nin teknoloji ve üretim kapasitesini artırmaya katkıda bulunacak doğrudan yatırımların teşvik edilmesi.

- Türkiye'deki büyük altyapı projelerine Güney Kore firmalarının daha fazla katılım sağlamalarının sağlanması.

- Türkiye'nin Güney Kore'ye hizmet ihracatına ağırlık verilmesi ve bu çerçevede turizm sektörünün ön planda tutulması.

- Güney Koreli tüketici nezdinde olumlu bir Türkiye ve Türk ürünü algısının geliştirilmesi için kamu ile özel sektör kuruluşları işbirliğinde çalışmaların yapılması.

- Güney Kore ile iş yapmaya yönelik becerilere sahip kalifiye bir işgücü havuzunun oluşturulması, bu çerçevede öncelikle Korece bilen ve Güney Kore'de eğitim gören Türk öğrencilere ve yeni mezunlara ağırlık verilmesi.

- Yukarıdaki bir çok maddede bahsi geçen kamu ile özel sektör kuruluşları arasındaki işbirliğinin sağlıklı, verimli ve sürdürülebilir bir şekilde tesis edilebilmesi için Güney Kore ile ilişkiler konusunda faal olan kamu ve özel sektördeki paydaşlar arasında yapılandırılmış ve kurumsallaşmış bir eşgüdüm sistemi oluşturulması.

## Sonuç

Türkiye ile Güney Kore gibi iki G20 üyesi ekonomi arasındaki ilişkilerin gerek nicelik gerekse nitelik olarak daha ileri seviyelere taşınabilmesi için geniş bir alan bulunmaktadır. Bu alanın daha iyi değerlendirilmesini amaçlayan yukarıdaki öneriler hayata geçirilirken riskleri de göz ardı etmemek gerekmektedir. Türk şirketlerinin Güney Kore içerisindeki ekonomik dönüşüm süreci ve küresel ekonomideki gelişmelerden kaynaklanan kısa, orta ve uzun vadeli ekonomik riskleri ve aynı zamanda Çin'in giderek sertleşen ve iddialı hale gelen politikaları ile Kuzey Ko-

re'nin giderek agresifleşen tutumunun şekillendirdiği bölgesel düzen içerisinde oluşan dış kaynaklı riskleri mutlaka iyi tahlil etmeleri ve yönetebilmeleri gerekmektedir.

Adımların etkili bir şekilde atılması, risklerin iyi analiz edilip iyi yönetilmesi ve bu alanlarda devamlılığı olan bir süreç oluşturulması halinde, Türkiye'nin Güney Kore ile ekonomik ilişkilerinde daha dengeli, ticaret açığına rağmen uzun vadede sürdürülebilir ve Türkiye ekonomisine daha fazla değer sağlayan bir yapıya ulaşılabilecektir.







**DIŞ EKONOMİK İLİŞKİLER KURULU**  
**FOREIGN ECONOMIC RELATIONS BOARD**

**Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK)**  
**River Plaza Büyükdere Caddesi, Bahar Sokak**  
**No:13/9-10 Levent/İstanbul- TÜRKİYE**

**Telefon : +90 212 339 50 00**  
**Fax : +90 212 270 30 92**  
**Mail: : info@deik.org.tr**

**www.deik.org.tr**  
**twitter.com/deikiletisim**

Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) 637 sayılı Ekonomi Bakanlığı'nın TeŐkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükümünde Kararnamenin 36'ncı maddesinin 2'nci fıkrası (12 Eylül 2014) kapsamında Türk zel sektörünün küresel ekonomiyi yüksek katma değerli entegrasyonuna iliŐkin faaliyetlerini 1986 yılından itibaren sürdüren bir iş dünyası kuruluŐudur. Bu alıŐma ile ilgili olan/olmayan her türlü resmi yazıŐma için adres yukarıdaki gibidir.