

راهکارهای عملی و موثر

ترکیه با تجارت

مشخصات اجتماعی - سیاسی کشور ترکیه

جمعیت	۷۵ میلیون
مسلمان	۹۹/۸ درصد
ترک	۷۵ درصد
مساحت ترکیه	۸۱۴۵۷۸
مساحت بخش آسیایی	۹۷ درصد
مساحت بخش اروپایی	۳ درصد
موقعیت جغرافیایی	موقعیت جغرافیایی غرب آسیا و جنوب شرق اروپا

ترکیه کشوری سیاسی - اجتماعی مشخصات

پایتخت سیاسی	آنکارا
مرکز اقتصادی - فرهنگی	استانبول
زبان رسمی	ترکی استانبولی
واحد پول	لیر
مذهب	۹۹/۸ مسلمان

شهرهای مهم ترکیه

استانبول، آنکارا (پایتخت)، ازمیر، آدانا، ازمیت، ارزروم، طرابوزان، بورسا، غازی آنتپ، مرسین، کاسری، اسکی شهر، دیاربکر، آنتالیا، سامسون، قونیه



توزیع بخشی GDP

بخش کشاورزی	9/4 درصد
بخش صنعت	25/9 درصد
بخش خدمات	64/7 درصد

برخی از اهداف و برنامه های اقتصادی دولت تا 2022

جمعیت	میلیون 82
درآمد ملی	2 تریلیون دلار
درآمد سرانه ملی	25 هزار دلار
صادرات کالا	500 میلیارد دلار
واردات کالا	500 میلیارد دلار
حجم تجارت	1 تریلیون دلار
میزان بیکاری	زیر 5 درصد
تعداد جهانگردان در ترکیه	70 میلیون نفر

شرایط ثبت شرکت در ترکیه برای اتباع خارجی

- ۱ - ثبت محل
- ۲ - ثبت آدرس در کلانتری تاییدیه کلانتری محل
- ۳ - اخذ مجوز کار از اداره پلیس
- ۴ - مراجعه به اداره مالیاتی، اخذ گواهینامه ثبت شرکت و اظهارنامه مالیاتی و اخذ کد مالیاتی
- ۵ - مراجعه به اتاق بازرگانی شهر موردنظر
- ۶ - ثبت شرکت و آگهی روزنامه رسمی
- ۷ - مراجعه به شهرداری یا فرمانداری شهر موردنظر و ارائه مدارک فوق
- ۸ - گواهی ثبت مالیاتی -اجاره نامه محل شرکت، لیست امضاءداران مجاز روزنامه رسمی، فرم اظهارنامه -تاییدیه امنیتی جلوگیری از آتش سوزی از شهرداری

توصیه های ایمنی تجارت با ترکیه

- ۱ - کالاهای وارداتی باید استاندارد اروپا را داشته باشد
- ۲ - ثبت برند تجاری در ترکیه
- ۳ - فسخ قرارداد یا موافقتنامه ها در دفاتر رسمی ثبت شود و به تاییدتی اتاق بازرگانی و وزارت تجارت خارجی برسد.
- ۴ - رایزن بازرگانی سفارت یا رایزن اقتصادی در کنسولگری مورد مشورت قرار گیرد.

مشوق های سرمایه گذاری در ترکیه

تقسیم ترکیه به 4 منطقه با توجه به سطح توسعه مناطق

○ سرمایه گذاری با توجه به حمایت منطقه ای

الف: در مناطق 1 و 2

معافیت گمرکی

معافیت مالیات بر ارزش افزوده

کاهش مالیات

پشتیبانی از حق بیمه امنیت اجتماعی

تخصیص زمین

ب: در مناطق 3 و 4

موارد فوق + حمایت از سرمایه

حداقل سرمایه مورد نیاز برای ثبت شرکت در ترکیه

الف: در مناطق 1 و 2 : حداقل یک میلیون لیر

ب: در مناطق 3 و 4 : 500 هزار لیر

مزایای مناطق آزاد ترکیه

- ۱ - تا پایان سال مالیاتی ترکیه تبدیل به عضو کامل اتحادیه اروپا درآمد تولیدکنندگان حاصل از فروش کالا تولید شده در مناطق آزاد از مالیات بردرآمد معاف
- ۲ - کارگران شرکتهایی که حداقل 85% ارزش فوب کالا صادر نمایند از مالیات بر درآمد معاف هستند
- ۳ - معاملات و تنظیم اسناد مربوطه به فعالیت در مناطق آزاد از کارمزد و هزینه تمبرمعاف
- ۴ - انتقال سود حاصل فعالیت آزاد و بی نیاز از هرگونه مجوز

- ۵ - تسهیل واردات، معاف از مالیات بر ارزش افزوده، معاف از عوارض گمرکی، واردات کالاهای مصرفی کمتر از 5 هزار دلار از تشریفات صادرات معاف هستند
- ۶ - کالا بدون محدودیت زمانی می تواند در مناطق آزاد باقی بماند، صادرات به مناطق آزاد از پرداخت مالیات بر ارزش افزوده معاف می باشد

نرخ اجاره بها دفاتر برای سرمایه گذاران در مناطق آزاد

- تولید : هر مترمربع ماهیانه 5 دلار
- تجاری : هر مترمربع ماهیانه 41 دلار
- انبار و ذخیره سازی : هر مترمربع ماهیانه 4/4 دلار

ترتیب کشورهای اول مقصد صادرات ترکیه

- ۱ - آلمان
- ۲ - عراق
- ۳ - ایران
- ۴ - انگلیس
- ۵ - روسیه
- ۶ - ایتالیا
- ۷ - فرانسه
- ۸ - امارات
- ۹ - اسپانیا

واردات ترکیه

- ۱ - روسیه
- ۲ - آلمان
- ۳ - چین
- ۴ - ایتالیا
- ۵ - ایران
- ۶ - فرانسه
- ۷ - اسپانیا
- ۸ - هندوستان
- ۹ - کره جنوبی

بزرگترین شرکای تجاری ترکیه

- ۱ - روسیه
- ۲ - آلمان
- ۳ - چین
- ۴ - ایتالیا
- ۵ - ایران
- ۶ - فرانسه
- ۷ - اسپانیا
- ۸ - هندوستان
- ۹ - کره جنوبی

کالاهای مزیت دار ایرانی در بازار ترکیه

۱ - انرژی - سوخت	۱۳ - انواع روغن موتور
۲ - محصولات پتروشیمی انواع P.P، گوگرد، گرانول	۱۴ - روغن پایه
۳ - انواع پلاستیک	۱۵ - ضدیخ
۴ - مواد معدنی (سنگ آهن - زغال سنگ)	۱۶ - قیر
۵ - مس - آلومینیوم	۱۷ - سیمان، سیمان سفید
۶ - انواع چسب و رزین ها	۱۸ - پوست
۷ - محصولات کشاورزی (فصلی)، کیوی، هندوانه	۱۹ - گیاهان دارویی
۸ - خشکبار، کشمش، پسته	۲۰ - انواع واکسنها
۹ - انواع وسایل روشنایی	۲۱ - کود
۱۰ باتری	۲۲ - شیشه
۱۱ ماشین آلات لوازم یدکی	۲۳ - دستمال مرطوب
۱۲ - تراکتور و قطعات	

نقاط ضعف کالاهای ایران در بازار ترکیه

- ۱ - عدم پشتیبانی سیستم بانکی کشور بدلیل شرایط تحریم
- ۲ - بسته بندی نامناسب
- ۳ - عدم حضور دائمی در بازار
- ۴ - نداشتن وب سایت شرکتهای ایرانی
- ۵ - رقابت ناسالم تجار ایرانی در بازار خارجی
- ۶ - عدم عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی WTO
- ۷ - عدم استانداردهای لازم اتحادیه اروپا

چشم انداز روابط دوجانبه ایران-ترکیه

- ۱ - اقتصاد مکمل و وابستگی های متقابل
- ۲ - ایران دروازه ورود ترکیه به آسیای مرکزی و شرق
- ۳ - ترکیه دروازه ورود ایران به اروپا و غرب
- ۴ - منابع اولیه فراوان در دو کشور
- ۵ - بازار 150 میلیونی بین دو کشور
- ۶ - هدفگذاری 30 میلیارد دلاری برای تجارت بین دو کشور

استراتژی کسب و کار در ترکیه

○ با بررسی به عمل آمده استراتژی ورود به بازار ترکیه برحسب اقلام کالایی و زمینه

های خدماتی به شرح زیر می باشد:

○ **مواد شیمیایی، محصولات نفتی، پتروشیمی و روغن های پایه:**

- ۱ - برخورداری از نماینده محلی برای تبلیغ و فروش محصولات
- ۲ - ثبت برند و علامت تجاری در ترکیه
- ۳ - شهر مناسب برای استقرار نمایندگی محلی: استانبول

○ **خدمات فنی و مهندسی:**

- ۱ - شناخت رقبا
 - ۲ - ثبت شرکت و برند
 - ۳ - حضور در نمایشگاه ها و مذاکره مستمر با شرکتهای و اتحادیه های مرتبط
- شهرهای مناسب جهت استقرار: امور ساختمانی و راه سازی (آنکارا) و امور صنعتی و نیروگاهی (استانبول)

○ **سرمایه گذاری صنعتی:**

- ۱ - تاسیس و پیت شرکت در یکی از مناطق آزاد معتبر ترکیه
- ۲ - اخذ گواهی استاندارد اروپایی
- ۳ - ثبت برند
- ۴ - عضویت در اتاق بازرگانی شهر مورد نظر و بهره مندی از مشاوره آنان
- ۵ - شهرها و مناطق آزاد و صنعتی معتبر برای استقرار: مناطق آزاد ازمیر و اژه (زمین ارزان)، سامسون (زمین رایگان صنعتی)، ازی آنتپ (زمین رایگان صنعتی) آنکارا (مناسب برای استقرار کارگاه تولیدی)

○ **تاسیس دفتر بازرگانی عمومی:**

- ۱ - تاسیس دفتر کار یا بهره مندی از یک نماینده محلی
- ۲ - هماهنگی با دفتر رایزنی بازرگانی در آنکارا
- ۳ - شهرهای مناسب عبارتند از: بندر مرسین، بندر ازمیر، استانبول (هزینه بالاتر است)

○ **آنکارا و ارزروم**

تجارت خارجی ترکیه

صادرات	واردات
ترکیه عضو کلوپ صادرات 1000 میلیارد دلاری است	حدود 15 درصد واردات کالاهای سرمایه ای
حدود 11 درصد صادرات ترکیه کالاهای سرمایه ای	حدود 70 درصد واردات کالاهای واسطه ای
حدود 48 درصد صادرات ترکیه کالاهای واسطه ای	حدود 13 درصد واردات کالاهای مصرفی
حدود 40 درصد صادرات ترکیه کالاهای مصرفی	

❖ نخستین مقصد صادرات ترکیه کشور آلمان است

❖ بیشترین واردات از اروپا و روسیه است

رویکرد تجاری جدید ترکیه

- ۱ - رویکرد تجاری جدید به سمت شرق و توسعه مناسبات با همسایگان (تجارت با همسایگان)
- ۲ - همسایگان مصرف کننده کالاهای ساخته شده و یا نیمه ساخته است
- ۳ - همسایگان منابع غنی از انرژی هستند (ایران، عراق، سوریه)
- ۴ - مواد اولیه ارزان تر است
- ۵ - در چند سال گذشته اقتصاد غربی اروپا دچار بحران بوده

مراحل تغییر رویکرد تجاری

مرحله اول : تنش زدایی

مرحله دوم : به صفر رساندن مشکلات

مرحله سوم : ارتقاء روابط و به اکثریت رساندن روابط

برنامه های اقتصادی دولت ترکیه

الف : برنامه های کوتاه مدت

- ۱ - تشویق افزایش تقاضا در بازار داخل با کاهش مالیات
- ۲ - لغو اعمال محدودیت های گمرکی برای کالاهای صادراتی ترکیه
- ۳ - لغو روادید با کشورهای همسایه و سایر کشورها 56 (کشور)
- ۴ - کاهش تنش های داخلی با هدف بدست آوردن بازار با ثبات
- ۵ - کاهش نرخ تسهیلات بانکی

ب: برنامه های میان مدت

- ۱ - مشارکت هر چه بیشتر بخش خصوصی برای افزایش رشد اقتصادی
- ۲ - محافل دانشگاهی ، نهادهای مدنی
- ۳ - همکاری و هماهنگی وزارتخانه های دولتی
- ۴ - تغییر رویکرد از غرب به کشورهای همسایه و آفریقا
- ۵ - تنوع بخش به اقلام صادراتی
- ۶ - کمک گرفتن از دیپلماسی برای اهداف اقتصادی و تجاری

ب: برنامه های بلندمدت

- ۱ - هدف گذاری برای اقتصاد ترکیه و هدف گیری ردیف و هم اقتصادترین دنیا
- ۲ - جذب سرمایه گذاری خارجی
- ۳ - توجه خاص به توریسم و هدف گذاری 70 میلیارد دلاری برای سال 2023
- ۴ - تقویت تجارت خارجی
- ۵ - ادغام خوشه های صنعتی
- ۶ - برنامه تبدیل شدن به مرکز انتقال و ترانزیت انرژی
- ۷ - برنامه تبدیل شدن به مرکز مالی و پولی منطقه

خواسته ها و انتظارات بازار ترکیه

- ۱ - رعایت استاندارد اروپا
- ۲ - بسته بندی مناسب
- ۳ - برجسب های اطلاع رسانی کالا (کیفیت، تاریخ تولید و انقضاء و)...
- ۴ - رقابتی بودن کیفیت کالا
- ۵ - رقابتی بودن قیمت کالا
- ۶ - پایدار بودن کالا در بازار