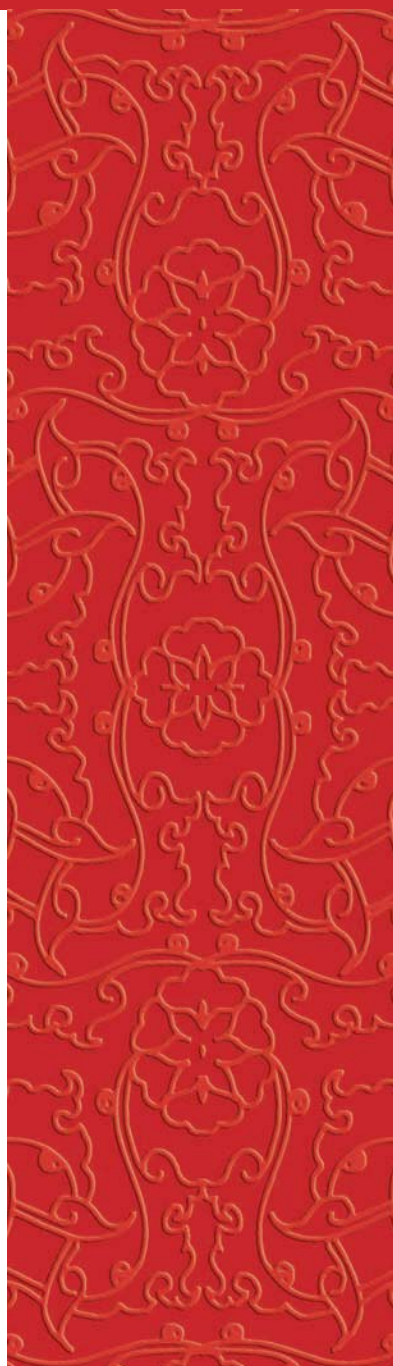




بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

کشور ترکیه  
راهنمای تجارت با





## گروه بازرگانی تجارت طلایی

ارائه دهنده خدمات کاملاً تخصصی صادرات و واردات و ترخیص کالا

از آموزش تا منبع یابی واردات، بازاریابی صادرات، حمل و نقل تا ترخیص

دوست عزیز و ارجمند سلام



فایل های ارائه شده اغلب توسط سازمان توسعه تجارت، اتاق بازرگانی ایران و برخاً اتاق بازرگانی شیراز تهیه شده است. گروه بازرگانی تجارت طلایی با داشتن کادر مجرب و همچنین مجوز آموزش از سازمان فنی و حرفه ای و پروانه کارگزاری امور گمرکی از گمرک ایران و با داشتن دفاتر همکار در کشور های چین، ترکیه و آفریقای جنوبی ارائه دهنده خدمات ذیل می باشد. خوشحال خواهیم شد که بتوانیم در خدمت شما عزیزان باشیم. امیدواریم فایل ارائه شده برای شما مفید واقع شود.

ترخیص کالا از گمرکات کشور به ویژه گمرک های اصفهان، تهران (امام خمینی و شهریار)، بندر عباس، بندر خرمشهر

آموزش های تخصصی صادرات و واردات، ترخیص کالا و ...

مشاوره در خصوص صادرات و واردات

مشاوره و اجرای پروژه های وارداتی (منبع یابی، پرداخت و ترخیص کالا)

مشاوره و اجرای پروژه های صادراتی (بازاریابی صادرات، حضور در نمایشگاه، تهیه کاتالوگ، ثبت برند و ترخیص کالا)

مشاوره در خصوص بازاریابی داخلی محصولات (بخش بندی بازار، سیستم تبلیغات، مدیریت ارتباط با مشتری و ارائه نرم افزار های مرتبط)

هماهنگی و اجرای پروژه های حمل و نقل، ارسال و دریافت کالا از مبادی مختلف به ویژه چین، کره، اتحادیه اروپا و ترکیه

تهران: خیابان آفریقا، بالاتر از چهارراه اسفندیار، نش خیابان سعیدی، پلاک ۱۵۶ واحد ۴

تلفن: ۰۲۱۲۲۰۲۵۲۶۸ همراه: ۰۹۱۲۰۱۴۸۹۱۴

اصفهان: خیابان حکیم نظامی، حدفاصل کوی سنگتراش ها و چهارراه محتشم کاشانی، پلاک ۷۸۹

تلفن: ۰۳۱۳۶۲۵۱۰۱۶ تلفکس: ۰۳۱۳۶۲۵۵۱۳۹ همراه: ۰۹۱۲۰۸۶۷۰۶۹

یزد: صفائیه خیابان تیمسار فلاحی روبروی پارک آزادگان کوچه بهار پلاک ۲۱. همراه: ۰۹۱۳۴۷۲۰۴۵۷



شابک: ۳-۱۴۹-۴۶۸-۹۶۴-۹۷۸

## راهنمای تجارت با ترکیه

شناسنامه پدید آورندگان:

سازمان توسعه تجارت ایران

معاونت بازاریابی و تنظیم روابط سازمان

مدیر طرح: رضا توفیقی

مجریان طرح: کیومرث شریفی، مصطفی مسعودی

مدیر هنری: فرشته سعیدا

شناسنامه کتاب:

ویرایش و چاپ دوم: ۱۳۸۹

تیراژ: ۳۰۰۰ نسخه

قیمت: ۴۰۰۰۰ ریال

ویرایش، صفحه آرایی، لیتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

ناشر: شرکت چاپ و نشر بازرگانی وابسته به موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

نشانی: تهران، بزرگراه شهید چمران، محل دائمی نمایشگاه‌ها، سازمان توسعه تجارت ایران

تلفن: ۲-۲۲۶۶۴۰۳۱

نسخه الکترونیکی کتاب: [www.tpo.ir](http://www.tpo.ir)

E.mail: [info@tpo.ir](mailto:info@tpo.ir)



## سخن رئیس کل سازمان

ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ.

طی سال‌های گذشته، شاهد تکوین تدریجی «نظام اقتصادی یکپارچه جهانی» بوده‌ایم. توسعه دانش و فناوری در عرصه‌های مختلف، وضعیت متفاوتی از کسب و کار را در این سال‌ها در پی داشته است. از یکسو توسعه ارتباطات و دسترسی گسترده مشتریان به اطلاعات، چهره بازارها را دگرگون نموده و «خواسته‌های» آنها را تحت تأثیر قرار داده و از سوی دیگر تولید مبتنی بر فناوری پیشرفته و روش‌های اصلاح شده، امکان پاسخگویی به تقاضاهای متنوع و متغیر مشتریان را فراهم نموده است.

نقش تعیین کننده عوامل تولید در معرفی محصول، به ویژه محصولات جدید، اکنون جای خود را به عوامل موجد رضایت مشتری و بازار داده است. این وضعیت، پارادایم حاکم بر روابط صنعت - بازار را به نفع بازار تغییر داده و نقش تعیین کننده بازار و فرصت‌ها و محدودیت‌های آن را به جای تولید و فرصت‌ها و محدودیت‌های آن نشانده است. اگر به این مهم، جهانی شدن بازارها را نیز بیافزاییم، آنگاه ضرورت مطالعه و شناخت بازارها، بخش‌های آن و راهکارهای بازاریابی برای کسب سهم مناسب از بازارهای هدف به خوبی نمایان می‌شود.

تعدد و تنوع عوامل محیطی مؤثر بر موفقیت کسب و کارها، به ویژه در بازارهای جهانی، نسبت به گذشته که قلمرو فعالیت‌ها محلی و ملی بوده، بسیار بیشتر است. امروزه شناخت این عوامل نسبت به شناخت عوامل داخلی بنگاه به دلیل تأثیرگذاری آنها در تحلیل‌های مربوط به فرصت‌های کسب و کار مقدم است. به همین دلیل مدیران سازمان‌ها باید عناصر غیرقابل کنترل محیطی را شناخته و آنها را تا آنجا که ممکن است، مدیریت نمایند.

در تمام محیط‌های کسب و کار، شرایط نامطمئن به وسیله عناصر غیرقابل کنترل به وجود می‌آید و هر بازار جدید، مجموعه عوامل غیر قابل کنترل خاص خود را نیز به آن اضافه

می‌کند. مدیر موفق برنامه بازاریابی خود را به نحوی طراحی می‌کند که بهتر بتواند با شرایط نامطمئن محیط کسب و کار منطبق شود.

مهم‌ترین عوامل غیر قابل کنترل محیط بین‌المللی عبارت‌اند از:

❖ عوامل سیاسی - قانونی

❖ عوامل فرهنگی

❖ عوامل اقتصادی

❖ زیر ساخت‌ها، فناوری، رقبا، نظام توزیع و غیره

تلاش همه بنگاه‌ها برای دسترسی به اطلاعات مربوط به عناصر غیر قابل کنترل محیطی، مستلزم صرف هزینه و ایجاد مخاطرات ناشی از عدم صحت و دقت اطلاعات جمع‌آوری شده است. به این جهت و در راستای حمایت از شرکت‌های ایرانی، برای ورود و کسب موفقیت آنها در بازارهای خارجی، سازمان توسعه تجارت ایران اقدام به تهیه و انتشار مجموعه کتاب‌هایی با عنوان «راهنمای تجارت با کشورها» نموده است.

در گردآوری و تدوین اطلاعات این کتاب‌ها تلاش شده است تا اطلاعات دقیق و به‌روز، با بهره‌گیری از منابع اطلاعاتی موثق در اختیار خواننده گرامی قرار گیرد. به دلیل تغییرات نسبتاً سریع، این اطلاعات در فاصله‌های زمانی مناسب به روز شده و در چاپ‌های بعدی منتشر خواهد شد. با این حال، این دقت ما را از رهنمودهای اساتید و صاحب‌نظران محترم بی‌نیاز نمی‌کند و از هرگونه راهنمایی و تذکر صاحبان فکر و فعالان عرصه تجارت خارجی ایران استقبال می‌نماییم.

در پایان لازم می‌دانم از همکاری همه دست‌اندرکاران تهیه و تولید مجموعه کتاب‌های حاضر به ویژه جناب آقای رضا توفیقی، «معاونت بازاریابی و تنظیم روابط سازمان» و کلیه کارشناسان سازمان که با این مجموعه همکاری نموده‌اند، کمال تشکر و قدردانی را بنمایم. همچنین از سرکار خانم فرشته سعیدا و همکاران شرکت چاپ و نشر بازرگانی به خاطر تلاش‌های ایشان در طراحی و تولید این مجموعه سپاسگزارم.

بابک افقهی

معاون وزیر و رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران



## فهرست صفحه

### بخش اول: کلیات

- |    |                              |
|----|------------------------------|
| ۱۳ | اطلاعات پایه                 |
| ۱۳ | نام رسمی کشور                |
| ۱۳ | موقعیت جغرافیایی             |
| ۱۴ | مساحت                        |
| ۱۴ | همسایگان                     |
| ۱۴ | جمعیت                        |
| ۱۴ | شهرهای مهم                   |
| ۱۵ | واحد پول                     |
| ۱۵ | تفاوت زمان با ایران          |
| ۱۷ | فصل اول: محیط سیاسی و قانونی |
| ۱۷ | محیط سیاسی                   |
| ۱۷ | تاریخچه‌ی حکومت              |
| ۱۹ | نوع و ارکان اصلی حکومت       |

- ۲۲ وضعیت ریسک سیاسی
- ۲۳ افراد و گروه‌های با نفوذ
- ۲۴ **محیط قانونی**
- ۲۵ حقوق مالکیت
- ۲۵ قانون مالکیت فکری
- ۲۷ قانون سرمایه‌گذاری
- ۳۰ مراحل راه‌اندازی کار تجاری (کسب‌وکار)
- ۳۰ قوانین گمرکی
- ۳۱ قوانین بانکی
- ۳۴ قوانین ارزی
- ۳۵ قوانین مالیاتی
- ۳۶ قوانین کنسولی
- ۳۸ **عضویت در سازمان‌های بین‌المللی، پیمان‌های اقتصادی و ...**
- ۳۸ عضویت در سازمان‌های مهم بین‌المللی
- ۴۱ عضویت در پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری
- ۴۳ **فصل دوم: محیط فرهنگی**
- ۴۳ **ارکان فرهنگی و اجتماعی**
- ۴۳ دین
- ۴۴ زبان
- ۴۵ الگوی زندگی
- ۴۶ نهادهای اجتماعی و دینی
- ۴۸ رسانه‌ها



- ۵۱ عادات خرید و مصرف
- ۵۲ تعطیلات رسمی
- ۵۳ فرهنگ مذاکره
- ۵۳ دیدگاه کلی نسبت به ایران
- ۵۴ آداب مذاکره
  
- ۵۹ فصل سوم: محیط اقتصادی**
- ۵۹ سیستم اقتصادی و نقش دولت**
- ۶۰ بخش صنعت و معدن
- ۶۴ بخش کشاورزی
- ۶۵ بخش خدمات
- ۶۶ جمعیت
- ۶۷ تولید ناخالص داخلی
- ۶۸ شاخص‌های مهم اقتصادی
- ۶۸ نرخ تورم
- ۶۹ نرخ بیکاری
- ۶۹ دستمزد نیروی کار
- ۷۰ تراز حساب جاری
- ۷۰ میزان ذخایر ارزی و طلا
- ۷۰ شبکه‌های توزیع
- ۷۱ بازاریابی و تبلیغات
- ۷۲ راهکارهای بازاریابی و فروش
- ۷۳ منابع طبیعی





**فصل چهارم: زیرساخت‌ها ۷۵**

۷۵ حمل‌ونقل

۷۵ جاده‌ای

۷۷ ریلی

۷۸ دریایی

۸۰ هوایی

۸۱ نظام بانکی

۸۱ نظام بیمه‌ای

۸۲ زیرساخت‌های ارتباطاتی

**بخش دوم: تجارت خارجی**

**فصل پنجم: اطلاعات کلی ۸۹**

۸۹ تراز تجاری

۹۰ صادرات

۹۳ واردات

۱۰۰ کشورهای عمده صادرکننده

۱۱۰ تحلیل مزیت‌های ایران در تامین کالاهای عمده وارداتی ترکیه

۱۱۱ سرمایه‌گذاری خارجی

**فصل ششم: وضعیت مبادلات بازرگانی با ایران ۱۱۳**

۱۱۳ پیشینه‌ی روابط بازرگانی ایران و ترکیه

۱۱۴ آخرین وضعیت مبادلات بازرگانی و تراز تجاری



- ۱۱۵ صادرات ایران به ترکیه
- ۱۲۲ تحلیل صادرات محصولات ایران به ترکیه
- ۱۲۲ سوخت‌های معدنی و نفت خام
- ۱۲۳ مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده آن
- ۱۲۴ مس و مصنوعات آن
- ۱۲۵ وسایل نقلیه زمینی
- ۱۲۶ سایر محصولات
- ۱۳۴ واردات ایران از ترکیه
- ۱۴۱ اجلاس‌های اقتصادی و تجاری مشترک
- ۱۴۳ موافقت‌نامه‌های تجاری و یادداشت تفاهم‌های همکاری
- ۱۴۳ دیدارهای متقابل مقامات بلند پایه
- ۱۴۴ فعالیت‌های نمایشگاهی و هیات‌های تجاری
- ۱۴۶ پیشنهاد مشارکت شرکت‌های ایرانی در نمایشگاه‌های ترکیه
- ۱۴۶ زمان‌های مناسب برای اعزام هیات تجاری به ترکیه
- ۱۴۹ فصل هفتم: زیرساخت‌های صادراتی و راهکارهای بازاریابی
- ۱۴۹ زیرساخت‌های حمل و نقل
- ۱۴۹ جاده‌ای
- ۱۴۹ ریلی
- ۱۵۰ دریایی
- ۱۵۰ هوایی
- ۱۵۰ روابط بانکی

- ۱۵۱ تحلیل راهبردی
- ۱۵۲ زمینه‌ها و دلایل انتخاب راهبردها
- ۱۵۴ راهبردهای پیشنهادی جهت توسعه صادرات
- ۱۵۶ راهکارهای پیشنهادی برای بازاریابی و توسعه‌ی بازار

### بخش سوم: پیوست‌ها

- ۱۶۱ سایت‌های اینترنتی وزارت خانه‌ها و سازمان‌های مهم ترکیه
- ۱۶۲ نام بانک‌های ترکیه
- ۱۶۵ چند شرکت ایرانی فعال در ترکیه
- ۱۶۵ فهرست هتل‌های مهم
- ۱۶۸ برخی از اتاق‌های بازرگانی و صنایع
- ۱۷۰ برخی از دفاتر مسافرتی و خدمات گردشگری
- ۱۷۲ پایانه‌های داخلی اتوبوس
- ۱۷۲ دفاتر کشتی‌رانی
- ۱۷۳ برخی از دانشگاه‌ها
- ۱۷۴ انجمن تجار و صاحبان صنایع ایرانی در ترکیه
- ۱۷۵ اطلاعات سفارتخانه ترکیه در ایران
- ۱۷۵ اطلاعات سفارتخانه ایران در ترکیه
- ۱۷۶ اطلاعات سرکنسول‌گری ایران در استانبول
- ۱۷۶ اطلاعات سرکنسول‌گری ایران در ارزروم
- ۱۷۷ اطلاعات رایزنی بازرگانی ترکیه در ایران
- ۱۷۷ اطلاعات رایزنی بازرگانی ایران در ترکیه
- ۱۷۹ منابع و ماخذ



# بخش اول کلیات







## اطلاعات پایه



در این بخش، اطلاعات پایه‌ای کشور ترکیه شامل موقعیت جغرافیایی، مساحت، همسایگان، جمعیت، شهرهای مهم، واحد پول و تفاوت زمان با ایران ارائه می‌شود.

### ◆ نام رسمی کشور

جمهوری ترکیه<sup>۱</sup>

### ◆ موقعیت جغرافیایی



ترکیه در شمال غرب آسیا و جنوب شرق اروپا قرار دارد. این منطقه به آناتولی یا آسیای کوچک (آسیای صغیر) نیز معروف است. بخش بزرگی از مرزهای این کشور را سواحل دریاها تشکیل داده‌اند. در واقع، ترکیه در حد فاصل دو دریای سیاه و مدیترانه قرار گرفته است.



از دید جغرافیایی، ترکیه به هفت ناحیه شامل آناتولی شرقی، آناتولی جنوب شرقی، آناتولی مرکزی، دریای سیاه، مدیترانه، اژه و مرمره تقسیم می‌شود.

1. Republic of Turkey

## ◆ مساحت

وسعت خاک ترکیه برابر با ۷۸۳,۵۶۲ کیلومتر مربع است که از این لحاظ سی و هفتمین کشور بزرگ جهان به شمار می‌رود. از کل مساحت این کشور، ۷۶۹,۶۳۲ کیلومتر مربع خشکی و ۱۳,۹۳۰ کیلومتر مربع وسعت آب‌ها است.

## ◆ همسایگان



این کشور از جنوب شرقی و جنوب ۸۲۲ کیلومتر با سوریه و ۳۵۲ کیلومتر با عراق، از شرق ۴۹۹ کیلومتر با ایران و ۹ کیلومتر با جمهوری آذربایجان، از شمال شرقی ۲۶۸ کیلومتر با ارمنستان و ۲۵۲ کیلومتر با گرجستان و از شمال غرب ۲۴۰ کیلومتر با بلغارستان و ۲۰۶ کیلومتر با یونان مرز مشترک دارد.

بخش بزرگی از مرزهای ترکیه به طول ۷,۲۰۰ کیلومتر، به ترکیه منتهی می‌شود.

## ◆ جمعیت

بر اساس آمار سال ۲۰۱۰ میلادی، جمعیت این کشور برابر با ۷۷/۸ میلیون نفر است، که از این نظر هفدهمین کشور پرجمعیت جهان به شمار می‌رود.



## ◆ شهرهای مهم

شهر آنکارا<sup>۱</sup> پایتخت این کشور است که تقریباً در مرکز خاک ترکیه قرار دارد. آنکارا بیش از چهار میلیون نفر جمعیت دارد، ولی بزرگ‌ترین و پرجمعیت‌ترین شهر ترکیه، استانبول<sup>۲</sup> است که

1. Ankara
2. Istanbul



با ده میلیون نفر جمعیت، در بخش اروپایی نشین این کشور قرار گرفته است. دیگر شهرهای عمده این کشور وان<sup>۱</sup>، ارزروم<sup>۲</sup>، قونیه<sup>۳</sup>، ترابوزان<sup>۴</sup>، آنتالیا<sup>۵</sup>، ازمیر<sup>۶</sup>، دیاربکر<sup>۷</sup> و آدانا<sup>۸</sup> هستند.

## ◆ واحد پول



واحد پول ملی این کشور، لیره ترکیه<sup>۹</sup> است. از ژانویه سال ۲۰۰۵ میلادی، در پی اصلاحات پولی انجام گرفته در این کشور، لیره جدید ترکیه<sup>۱۰</sup> به ارزش یک میلیون واحد جایگزین لیره قدیم شده است. در ماه آگوست سال ۲۰۱۰ میلادی، یک دلار آمریکا برابر با ۱/۴۹۷ لیره ترکیه و هر لیره ترکیه برابر با ۶,۵۴۰ ریال ایران بوده است.

## ◆ تفاوت زمان با ایران

ساعت بین‌المللی این کشور نسبت به ساعت گرینویچ دو ساعت جلوتر (+2 GMT) و از ایران یک و نیم ساعت عقب‌تر (-۱/۵) است. در نیمه نخست سال که ساعت در ایران یک ساعت به جلو برده می‌شود، اختلاف زمانی شهر آنکارا با تهران منفی دو و نیم (-۲/۵) می‌شود.

1. Van
2. Erzurum
3. Quinoa
4. Tranzon
5. Antalya
6. Izmir
7. DiyarBakir
8. Adana
9. Lira
10. TRY





# فصل اول

## محیط سیاسی و قانونی

در این فصل محیط‌های سیاسی و قانونی ترکیه به صورت جداگانه بررسی می‌شود. در بخش محیط سیاسی تاریخچه، نوع و ارکان اصلی حکومت، قانون اساسی، قوای سه‌گانه‌ی مجریه، مقننه و قضاییه، میزان ریسک سیاسی و گروه‌های بانفوذ مطالعه می‌شود.

در بخش محیط قانونی، قوانین مالکیت، مالکیت فکری، گمرکی، کنسولی، ثبت و راه‌اندازی شرکت‌ها، قوانین بانکی، ارزی، مالیاتی و سرمایه‌گذاری و عضویت در سازمان‌های بین‌المللی، پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری بیان می‌شود.

### ۱. محیط سیاسی

در این بخش، تاریخچه‌ی کشور، نوع حکومت و نحوه انتخاب رییس و ارکان اصلی کشور، میزان ریسک سیاسی و میزان تاثیر افراد و گروه‌های بانفوذ سیاسی بررسی می‌شود.



1. Mustafa Kemal

### ۱-۱. تاریخچه‌ی حکومت

ترکیه در ۲۹ اکتبر ۱۹۲۳ میلادی، کمی پس از پایان جنگ جهانی اول به استقلال رسید. در این سال، گروهی از بازماندگان امپراتوری عثمانی، به رهبری مصطفی‌کمال‌پاشا، سرزمین کنونی ترکیه را از دست مهاجمان خارجی آزاد کرده و جمهوری ترکیه را پی‌ریزی کرد.

مصطفی کمال<sup>۱</sup> که بعدها با لقب آتاتورک<sup>۱</sup> (پدر ملت ترک) شناخته شد، در اکتبر ۱۹۲۳ میلادی، جمهوری دموکراسی پارلمانی را وضع کرد و شهر آنکارا را به عنوان پایتخت برگزید. در سال ۱۹۲۴ میلادی، قانون اساسی جدید به تصویب رسید و از آن پس حکومت چهارده ساله آتاتورک بر جمهوری ترکیه آغاز شد.

در دوران حکومت آتاتورک، اصلاحات اجتماعی، سیاسی و قانونی وسیعی در کشور ترکیه انجام شد. مهم‌ترین جلوه حکومت آتاتورک، حرکت به سمت ایجاد تمدنی متکی بر ارزش‌ها و اصول دموکراسی غربی بود. وی ضمن پذیرش اسلام به عنوان دین رسمی ترکیه، یک حکومت سکولار<sup>۲</sup> را بنا نهاد.

از مهم‌ترین شعارهای حکومت آتاتورک، حاکمیت قانون، استقلال آرای مردم و مسوولیت‌های شهروندی بود. آتاتورک در ابتدای حکومت خود، زبان نوشتاری ترکیه را تغییر داد و الفبای لاتین را جایگزین الفبای فارسی کرد. وی همچنین استفاده از پیراهن‌های یک‌شکل را در ترکیه رواج داد. یکی از نتایج اصلاحات آتاتورک، حضور موثر زنان در فعالیت‌های اجتماعی بود و در سال ۱۹۳۴ میلادی، زنان از حق رای برخوردار شدند. در زمان آتاتورک، مطابق قانون اساسی، حزب خلق تنها حزب قانونی ترکیه بود. در سال ۱۹۳۸ میلادی، با مرگ آتاتورک، آقای عصمت اینونو، رهبر حزب خلق به ریاست جمهوری رسید و همچنان سیاست‌های آتاتورک را دنبال کرد.

در سال ۱۹۴۵ میلادی، ترکیه به سازمان ملل پیوست و در سال ۱۹۵۲ میلادی، به عضویت ناتو درآمد. ترکیه در سال ۱۹۶۴ میلادی موافقت‌نامه پیوستن به اتحادیه اروپا را امضا کرد و تاکنون در انتظار عضویت دائم در این اتحادیه است.

از ابتدای دهه‌ی ۱۹۶۰ میلادی به مدت ۲۵ سال جو سیاسی ترکیه متشنج بود و در سال‌های ۱۹۶۰، ۱۹۷۱ و ۱۹۸۰ میلادی نظامیان بر مصدر حکومت تکیه زدند. در سال ۱۹۶۰ میلادی، ژنرال گورسل و در سال ۱۹۸۰ میلادی، کنعان اورن از طریق کودتا حکومت را به دست گرفتند. در سال ۱۹۷۴ میلادی، ترکیه برای جلوگیری از نفوذ یونان در جزیره قبرس، اقدام به اشغال نظامی بخش‌های شمالی این جزیره کرد و در آن یک جمهوری ترک‌نشین به وجود آورد. ترکیه از سال ۱۹۸۴ میلادی، نیز درگیر جنبش جدایی‌خواه مناطق

1. Ataturk  
2. Secularism

کردنشین خود موسوم به پ.ک.ک<sup>۱</sup> است و همواره در مناطق مرزی خود با عراق، شاهد ناآرامی‌های زیادی بوده است که تاکنون نیز ادامه دارد.

این کشور به ۸۱ استان تقسیم می‌شود. همه‌ی مراکز استان‌ها به جز سه استان (ختای با مرکزیت آنتاکیا، کوجا الی با مرکزیت ایزمیت و سقاریه با مرکزیت آداپازاری) با خود استان هم‌نام هستند. هر یک از استان‌های ترکیه به چندین بخش تقسیم می‌شوند.

## ۲-۱. نوع و ارکان اصلی حکومت

سیستم سیاسی ترکیه، جمهوری دموکراتیک پارلمانی<sup>۲</sup> است. ارکان اصلی حکومت این کشور را پارلمان، رییس‌جمهور، نخست‌وزیر و قوه قضاییه تشکیل می‌دهند. پایه و اساس دولت ترکیه سکولار است و در آن گرایش‌های دینی و سیاسی جدای از یکدیگر هستند.

### ۱-۲-۱. قانون اساسی

قانون اساسی جمهوری ترکیه مهم‌ترین سند قانونی این کشور است که در تاریخ ۲۶ نوامبر سال ۱۹۴۹ میلادی به تصویب رسید. برخی از مواد قانون اساسی بلافاصله دستخوش تغییر شد و بخش عمده قانون اساسی در ۲۶ ژانویه ۱۹۵۰ میلادی که به عنوان «روز آغاز» شناخته می‌شود، نهایی شد. همچنین این روز در کشور ترکیه به عنوان «روز جمهوری» جشن گرفته می‌شود. قانون اساسی ترکیه بسیاری از مواد خود را از قوانین کشورهای اروپایی گرفته است.

در ترکیه مانند بسیاری از کشورهای جهان، سن مجاز برای شرکت افراد در انتخابات و رای‌گیری هجده سال تمام است.

### ۱-۲-۲. قوه مجریه

رییس‌جمهور توسط مجلس ترکیه و تنها برای یک دوره هفت ساله انتخاب می‌شود. هر چند که رییس‌جمهور بالاترین مقام اجرایی کشور به شمار می‌رود، ولی وظایف قوه مجریه میان این مقام و نخست‌وزیر، مشترک است. نخست‌وزیر ترکیه توسط رییس‌جمهور از میان

1. Kurdistan Worker's Party (PKK)  
2. Democratic Parliamentary System

نمایندگان مجلس انتخاب می‌شود.

در اکتبر سال ۲۰۰۷ میلادی، همه‌پرسی برای بازنگری در قانون اساسی انجام شد که در یکی از مواد مهم آن، انتخاب مستقیم رییس‌جمهور توسط مردم، به رای گذاشته شد. بنابراین در سیستم جدید، انتخابات با آرای مستقیم مردم برای انتخاب رییس‌جمهور، برای مدت پنج سال برگزار خواهد شد.

رییس‌جمهور، فرماندهی عالی نیروهای مسلح ترکیه را در دست دارد و انتصاب رییس‌ستاد مشترک ارتش از اختیارات اوست. وی رییس شورای امنیت ملی است و در صورت لزوم حق اعلام وضعیت اضطراری را دارد.

مصوبات پارلمان، با امضای رییس‌جمهور قانونی خواهند شد و وی حق دارد برخی از مصوبات را برای اصلاح به پارلمان بازگرداند. در این رابطه وی حق صدور فرمان انجام همه‌پرسی را نیز دارد. انتصاب برخی از پست‌های کلیدی، مانند اعضای شورای آموزش عالی و روسای دانشگاه‌ها، قضات دادگاه قانون اساسی، مقامات ارشد قضایی و اعضای شورای دولتی از اختیارات اوست.



رییس‌جمهور فعلی ترکیه، عبدالله گل<sup>۱</sup> است. وی در آگوست سال ۲۰۰۷ میلادی، پس از ماه‌ها کشمکش سیاسی از سوی مجلس اعلای ملی، به ریاست‌جمهوری ترکیه منصوب شد. از زمان آتاتورک، وی نخستین رییس‌جمهوری است که در عقاید سیاسی‌اش، گرایش‌های مذهبی به طرز آشکاری مشاهده می‌شود. اسلام‌گرایی عبدالله گل، باعث شد که جامعه سکولار ترکیه به رهبری ژنرال‌های ارتش، در جبهه مخالف او قرار گیرند.

فعالیت‌های سیاسی عبدالله گل، با تاسیس حزب اسلام‌گرای عدالت و توسعه آغاز شد. این حزب، در انتخابات سال ۲۰۰۲ میلادی، پیروز شد و این امر باعث شد که وی سال بعد، در دولت رجب طیب اردوغان<sup>۲</sup> به مقام وزارت امور خارجه دست یابد.

1. Abdullah GUL

طی این مدت، عبدالله گل از خود تصویر یک سیاستمدار میانه‌رو و طرفدار اصلاحات را در ذهن مردم بر جای گذاشت.

نخست‌وزیر ترکیه، از سوی رییس‌جمهور، از میان اعضای مجلس اعلای ملی انتخاب می‌شود. وی وظیفه تشکیل کابینه و انتخاب وزیران را برعهده دارد. مانند پارلمان‌های اروپایی، معمولاً نخست‌وزیر، رهبری حزب اکثریت مجلس را برعهده دارد.



رجب طیب اردوغان<sup>۱</sup>، نخست‌وزیر فعلی ترکیه، از مارس سال ۲۰۰۳ میلادی در این مقام بوده است. وی در انتخابات سال ۲۰۰۷ میلادی، بار دیگر حزب عدالت و توسعه را به پیروزی رساند و دوباره از سوی عبدالله گل به مقام نخست‌وزیری منصوب شد.

### ۱-۲-۳. قوه مقننه



پارلمان ترکیه یا مجلس اعلای ملی<sup>۲</sup>، بالاترین مرجع قانونی و سیاسی ترکیه به شمار می‌رود. نام این مجلس به زبان ترکی «مجلس بزرگ ملت ترکیه<sup>۳</sup>» است. پارلمان ترکیه ۵۵۰ کرسی دارد که اعضای آن با رای مردم برای یک دوره پنج‌ساله انتخاب می‌شوند.

مجلس ترکیه افزون بر وضع قوانین کشور، وظیفه انتخاب و یا عزل رییس‌جمهور را نیز بر عهده دارد. در آخرین انتخابات در جولای سال ۲۰۰۷ میلادی، حزب حاکم عدالت و توسعه ۴۶/۷۸ درصد و حزب رقیب جمهوری‌خواه خلق ۲۰/۸۸ درصد کرسی‌های مجلس را به دست آوردند.

1. Recep Tayyip Erdogan
2. Turkish Grand National Assembly
3. Turkey or Turkiye Buyuk Millet Meclisi

### ۱-۲-۴. قوه قضاییه

قوه قضاییه ترکیه، از دو قوه دیگر کاملاً مستقل است و از دو بخش دادگاه عالی فرجام‌خواهی (استیناف)<sup>۱</sup> و دادگاه قانون اساسی<sup>۲</sup> تشکیل شده است. دادگاه قانون اساسی، وظیفه نظارت بر انطباق قوانین و اقدامات اجرایی با قانون اساسی را داراست. ترکیه تاکنون صلاحیت دادگاه داوری بین‌المللی<sup>۳</sup> را نپذیرفته است، ولی به دادگاه اروپایی حقوق بشر<sup>۴</sup> پیوسته است. برخی دیگر از دادگاه‌هایی که در این کشور برگزار می‌شوند، عبارتند از:

❖ **دادگاه حسابرسی.**

❖ **دادگاه عالی فرجام‌خواهی (استیناف) نظامی<sup>۵</sup>.**

❖ **دادگاه عالی اداری نظامی<sup>۶</sup>.**

### ۱-۳. وضعیت ریسک سیاسی

بر اساس ارزیابی‌های انجام‌شده توسط مراجع بین‌المللی، ترکیه از ثبات نسبی متوسطی برخوردار است. برابر ارزیابی‌هایی که صندوق ضمانت صادرات ایران انجام داده، این کشور در طبقه‌بندی ریسک، رتبه‌ی چهار را داراست و **سقف اعتبارات کوتاه‌مدت (زیر دو سال) برای این کشور معادل شصت میلیون دلار و برای اعتبارات میان‌مدت و بلندمدت (بالای دو سال) معادل صد و بیست میلیون دلار است.**

هم‌چنین بر اساس گزارش موسسه بیمه اعتبار صادراتی اویلر هرمس آلمان در ماه آوریل سال ۲۰۰۷ میلادی، رتبه ریسک کشور ترکیه، نسبتاً بالا و برابر پنج است. هر چند در سال‌های گذشته، پیشرفت‌های فراوانی در اوضاع سیاسی و اقتصادی ترکیه رخ داده است، ولی میزان ریسک این کشور تغییری چندانی نکرده و هم‌چنان بالاست.

تقویت توان مالی دولت و به تبع آن ارتقای استاندارد زندگی و رفاه عمومی، نشانه‌ی به ثمر رسیدن نسبی اصلاحات انجام گرفته در اقتصاد ترکیه است که باعث کاهش کسری بودجه

1. National Court of Appeals

2. Constitutional Court

3. International Court Jurisdiction (ICJ)

4. European Court of Human Rights (ECHR)

5. Military High Court of Appeals

6. Military High Administrative Court

دولت نسبت به سال‌های گذشته است. با وجود این، دیدگاه سرمایه‌گذاران خارجی و داخلی، تغییر چندانی نکرده و آنها نگرانی‌هایی برای سرمایه‌گذاری به ویژه در زمینه‌های زیر دارند:

❖ **تنش‌های سیاسی و اجتماعی.**

❖ **نبودن پیشرفت در مذاکرات ترکیه و اتحادیه اروپا.**

❖ **مساله قبرس.**

❖ **کاهش ارزش لیره.**

❖ **افزایش تورم.**

❖ **بالا رفتن نرخ بهره بانکی.**

❖ **افزایش بدهی خارجی.**

#### **۴-۱. افراد و گروه‌های با نفوذ**

ترکیه دارای یک نیروی نظامی بسیار قدرتمند است. با گذر از خاک ترکیه، متوجه حضور گسترده نظامیان در کنار مردم می‌شویم. تاریخ ۷۵ ساله جمهوری ترکیه، بارها شاهد کودتا و به قدرت رسیدن ژنرال‌های ارتش بوده است. پس عجیب نیست که نظامیان ترک و فرماندهان ارتش، از قدرتمندترین گروه‌های حاضر در عرصه سیاست و اقتصاد ترکیه باشند. ژنرال‌های ارتش همواره به صورت محسوس و نامحسوس بر روابط سیاسی و تجاری این کشور با دیگر کشورها تاثیرگذار بوده‌اند. نظامیان به علت ماهیت سکولار خویش، در برابر دولت اسلام‌گرای کنونی ترکیه قرار دارند.

دو حزب رقیب «عدالت و توسعه» و «جمهوری‌خواه خلق» از دیگر بازیگران اصلی عرصه سیاست و تجارت ترکیه هستند. رهبران این دو حزب یعنی رجب طیب اردوغان و دنیز بایکال<sup>۱</sup> و نزدیکان آنها را بایستی از چهره‌های موثر و بانفوذ در ترکیه دانست.

سال‌هاست که ترکیه خواهان پیوستن به اتحادیه اروپا<sup>۲</sup> است. اتحادیه اروپا نیز خواهان اصلاحات اساسی در ساختار سیاسی و اقتصادی ترکیه است. از این رو، سیاست‌های اقتصادی اتحادیه اروپا و سازمان جهانی تجارت، نقش مهمی در مناسبات تجاری ترکیه ایفا می‌کند. از

1. Deniz Baykal  
2. European Union



دیگر افراد موثر در مناسبات تجاری و بازرگانی ترکیه می‌توان به نفرات زیر اشاره کرد:

- ❖ **عمر بولات<sup>۱</sup>: رئیس انجمن صنعت گران و تجار مستقل به نام MUSIAD.**
- ❖ **درویش گوندای<sup>۲</sup>: رئیس کنفدراسیون بازرگانان و پیشه‌وران به نام TESK.**
- ❖ **رفعت چیک اوغلو<sup>۳</sup>: رئیس صندوق تجارت و مبادله کالا به نام TOBB.**
- ❖ **عمر سابانسی<sup>۴</sup>: رئیس انجمن صنعت گران و تجار به نام TUSIAD.**

از سوی دیگر، نمی‌توان تاثیر فعالیتهای حزب کارگران کردستان یا پ.ک.ک.<sup>۵</sup> ترکیه را کم اهمیت تلقی کرد. اعضای این گروه جدایی‌خواه، در مناطق کردنشین جنوب شرقی ترکیه زندگی می‌کنند.

در این کشور نهادهای مدنی، اتحادیه‌های صنفی، انجمن‌ها و تشکل‌ها بسیار منظم و هماهنگ فعالیت می‌کنند. شاید بتوان گفت که این نهادها دولت را هدایت می‌کنند. در ترکیه سیستم حزبی برقرار است که هر چند باعث تنش‌ها و نوساناتی می‌شود، ولی راه را برای انتقاد و ارزیابی باز می‌کند، به گونه‌ای که هر روز بحث سیاسی گروه‌ها دیده می‌شود، ولی این تنش‌ها طوری نیست که روند معادلات اقتصادی را تضعیف کند.

سیاست در این کشور در خدمت اقتصاد و تجارت بوده و برای گسترش تولید و درآمدزایی بیشتر تلاش می‌کند. شاهد این ادعا، سخن وزیر مستشاری خارجی ترکیه است که برای کاهش اثرات منفی بحران اقتصادی در ماه‌های ژانویه و فوریه سال ۲۰۰۹ میلادی، هر هفته به همراه هیات‌های تجاری به یکی از کشورهای همسایه و منطقه سفر می‌کرد تا با رایزنی‌های سیاسی، ارتباطات تجاری را تقویت کند. کشوری که هنوز ارمنستان علیه آن شعار می‌دهد حاضر است هر اقدامی را برای برقراری روابط تجاری با آن انجام دهد. ترک‌ها به اهمیت اقتصاد و تجارت پی برده‌اند و شبانه‌روز در راستای کسب قدرت اقتصادی بیشتر می‌کوشند.

## ۲. محیط قانونی

در این بخش، قوانین مالکیت، مالکیت فکری، گمرکی، کنسولی، سرمایه‌گذاری، ثبت

1. Omer Bolat
2. Dervis Gunday
3. Rifat Hisar cik uoglu
4. Omer Sabanci
5. P.K.K

و راهاندازی شرکت‌ها، قوانین بانکی، ارزی و مالیاتی، معافیت‌ها و مشوق‌های قانونی سرمایه‌گذاری و عضویت در سازمان‌های بین‌المللی، پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری بیان می‌شود.

## ۱-۲. حقوق مالکیت

شهروندان خارجی (اشخاص حقیقی و حقوقی) نمی‌توانند مسکن، اماکن تجاری و صنعتی را به صورت صد درصد در این کشور به تملک درآورند. ترکیه صرفاً برای شهروندان کشورهایی که اجازه خرید ملک برای اتباع ترکیه‌ای در کشور خود را فراهم می‌کنند، اجازه خرید ملک در این کشور را می‌دهد.

به طور کلی در قوانین سرمایه‌گذاری این کشور، سرمایه‌گذار خارجی مجوز در اختیار داشتن ۴۹ درصد مالکیت شرکت ترکیه‌ای را داشته و ۵۱ درصد باقی‌مانده باید در مالکیت یک شریک محلی باشد.

به طور کلی در اقتصاد ترکیه، بخش خصوصی و دولتی در کنار هم قرار دارند و اقتصاد این کشور یک «اقتصاد مختلط» به شمار می‌رود. در سال‌های گذشته تلاش‌های بسیاری برای ترویج مالکیت خصوصی صورت گرفته و قوانین پشتیبان مالکیت خصوصی در این کشور بهبود یافته است.

## ۲-۲. قانون مالکیت فکری

قانون مالکیت فکری ترکیه از بسیاری از آثار معنوی و فکری حمایت می‌کند. این کشور به سازمان جهانی مالکیت فکری<sup>۱</sup> پیوسته است. ترکیه از کشورهایی است که بسیاری از معاهده‌ها و پیمان‌های این سازمان را پذیرفته است. در زیر به تاریخ عضویت آنها اشاره می‌کنیم:

❖ کنوانسیون پاریس<sup>۲</sup> در دهم اکتبر ۱۹۲۵.

❖ پیمان مادرید<sup>۳</sup> در ۲۱ آگوست ۱۹۳۰.

1. WIPO (World Intellectual Property Organization)

2. Paris Convention

3. Madrid Agreement (Indications of Source)

- ❖ کنوانسیون برن<sup>۱</sup> در یکم ژانویه ۱۹۵۲.
- ❖ پیمان لیسبون<sup>۲</sup> در ۲۴ آوریل ۱۹۵۹.
- ❖ پیمان استراسبورگ<sup>۳</sup> در یکم اکتبر ۱۹۹۶.
- ❖ پیمان نیس<sup>۴</sup>، پیمان وین<sup>۵</sup> و پیمان همکاری حق اختراع<sup>۶</sup> در یکم ژانویه ۱۹۹۶.
- ❖ پیمان لوکارنو<sup>۷</sup> در سی‌ام نوامبر ۱۹۹۸.
- ❖ معاهده‌ی بوداپست<sup>۸</sup> در سی‌ام نوامبر ۱۹۹۸.
- ❖ پروتکل مادرید<sup>۹</sup> در یکم ژانویه ۱۹۹۹.
- ❖ پیمان قانون حق اختراع<sup>۱۰</sup> در دوم ژوئن ۲۰۰۰.
- ❖ کنوانسیون رم<sup>۱۱</sup> در هشتم آوریل ۲۰۰۴.
- ❖ پیمان هاگ<sup>۱۲</sup> در یکم ژانویه ۲۰۰۵.
- ❖ پیمان قانون علائم تجاری<sup>۱۳</sup> در یکم ژانویه ۲۰۰۵.
- ❖ پیمان سنگاپور<sup>۱۴</sup> در ۲۸ مارس ۲۰۰۶.
- ❖ کنوانسیون اتحادیه بین‌المللی حفاظت از گونه‌های گیاهی جدید<sup>۱۵</sup> در هجدهم نوامبر ۲۰۰۷.
- ❖ پیمان کپی‌رایت سازمان جهانی مالکیت فکری<sup>۱۶</sup> در هجدهم نوامبر ۲۰۰۷.
- ❖ کنوانسیون سازمان جهانی مالکیت فکری<sup>۱۷</sup> در هجدهم نوامبر ۲۰۰۷.

1. Berne Convention
2. Lisbon Agreement
3. Strasburg Treaty
4. Nice Agreement
5. Vienna Agreement
6. Patent Cooperation Treaty
7. Locarno Agreement
8. Budapest Treaty
9. Madrir Protocol
10. Patent Law Treaty
11. Rome Convention
12. Hague Agreement
13. Trademark Law Treaty
14. Sigapore Treaty
15. UPOV Convention .
16. WIPO Copyright Treaty .
17. WIPO Convention.

❖ کنوانسیون عملکرد و فونوگرام<sup>۱</sup> در ۲۸ نوامبر ۲۰۰۸.

## ۲-۳. قانون سرمایه‌گذاری

قانون سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی ترکیه در هفت ماده تنظیم شده و دارای آیین‌نامه اجرایی است. آیین‌نامه‌ی این قانون، چهار بخش و سیزده ماده دارد. در ماده سوم این قانون، اصول سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ترکیه به شرح زیر برشمرده شده است:

### ❖ آزادی سرمایه‌گذاری و معاملات داخلی

سرمایه‌گذاران خارجی برای سرمایه‌گذاری مستقیم در خاک ترکیه یا انجام معامله با سرمایه‌گذاران داخلی این کشور آزاد هستند.

### ❖ سلب مالکیت<sup>۲</sup> و مصادره<sup>۳</sup>

اموال سرمایه‌گذاران خارجی سلب مالکیت یا مصادره نخواهد شد، مگر برای اهداف و مصالح عمومی که در این صورت نیز بر اساس فرآیندهای قانونی، زیان‌ها جبران خواهند شد.

### ❖ خروج اموال

سرمایه‌گذاران خارجی برای خروج اموال خود از ترکیه کاملاً آزاد هستند.

### ❖ مالکیت اموال غیر منقول

سرمایه‌گذاران خارجی برای مالکیت اموال غیرمنقول در خاک ترکیه محدودیتی ندارند.

### ❖ حل اختلاف

اگر در جریان سرمایه‌گذاری هر گونه اختلافی بروز کند، سرمایه‌گذار خارجی می‌تواند به دادگاه‌های محلی رجوع کند.

### ❖ ارزش‌گذاری سرمایه غیرنقدی

سرمایه‌های غیر نقدی سرمایه‌گذاران خارجی، بر اساس قانون تجارت ترکیه ارزش‌گذاری می‌شوند.

1. Phonograms Convention.

2. Expropriation

3. Confiscation

### ❖ استخدام کارکنان خارجی

شرکت‌های خارجی موضوع این قانون، می‌توانند شهروندان خارجی را که مجوز وزارت کار و امنیت اجتماعی ترکیه را دارند، به استخدام خود درآورند.

### ❖ گشایش دفتر نمایندگی

به شرکت‌های خارجی اجازه داده می‌شود که دفاتر نمایندگی خود را مطابق قانون افتتاح کنند.



در برابر این تسهیلات، دولت ترکیه انتظار دارد که سرمایه‌گذاران اطلاعات آماری عملکرد خود را در اختیار دولت قرار دهند. این اطلاعات تنها برای تهیه برنامه‌های کلان اقتصادی استفاده شده و به مصرف دیگری نخواهد رسید. مهم‌ترین اطلاعات درخواست شده عبارتند از:

### ❖ وضعیت سرمایه و عملکرد.

### ❖ وضعیت حساب‌ها و تراز پرداخت‌ها.

### ❖ وضعیت انتقال حساب‌ها و نقدینگی میان شرکای داخلی و خارجی.

## ۲-۴-۱. قانون مناطق آزاد تجاری و صنعتی

در ترکیه بیش از بیست منطقه آزاد تجاری و صنعتی وجود دارد. به دلیل وجود تسهیلات زیربنایی قوی و معافیت‌های قانونی، این مناطق جذابیت فراوانی برای سرمایه‌گذاران، بازرگانان و شرکت‌های تجاری دیگر کشورها دارند. از آنجا که این مناطق، دروازه حضور سرمایه‌گذاران خارجی (از جمله بازرگانان و صنعتگران ایرانی) در بازار ترکیه هستند، آگاهی از قوانین و مقررات حاکم بر این مناطق بخش بزرگی از نیازمندی‌های اطلاعاتی خارجی‌ها را به محیط قانونی ترکیه برطرف می‌کند.

مهم‌ترین بخش‌های قانون مناطق آزاد ترکیه که شامل مزایا و معافیت‌های موجود در این مناطق هستند، عبارتست از:

#### ❖ امکان حضور بلندمدت

واحدهای تجاری و اداری آماده شده در این مناطق، به مدت ده سال برای فعالیت‌های تجاری و بیست سال برای فعالیت‌های تولیدی اجازه داده می‌شوند. ولی اگر سرمایه‌گذار خود اقدام به ساخت بنا کند، قرارداد اجازه برای فعالیت‌های تجاری بیست‌ساله و برای فعالیت‌های تولیدی سی‌ساله خواهد بود. قراردادها تا ۹۹ سال قابل تمدید هستند.

#### ❖ آزادی سرمایه‌گذاری

در این مناطق، هیچ‌گونه محدودیتی برای سهم سرمایه خارجی در کل سرمایه‌گذاری وجود ندارد.

#### ❖ صادرات کالا به داخل

بر خلاف بسیاری از مناطق آزاد جهان، کالاهای موجود در مناطق آزاد بدون هیچ محدودیتی قابل انتقال به بازارهای داخلی ترکیه هستند و تنها ۵٪ درصد از ارزش معامله به عنوان کمیسیون دریافت می‌شود.

#### ❖ زیرساخت‌ها

زیرساخت‌های موجود در مناطق آزاد ترکیه بسیار پیشرفته بوده و با کمترین بوروکراسی، در اختیار درخواست‌کنندگان قرار می‌گیرد. بیشتر مناطق آزاد در کنار بنادر بزرگ ترکیه قرار گرفته‌اند و امکانات حمل و نقل دریایی فراهم است.

#### ❖ نبودن قوانین محدودکننده

در مناطق آزاد ترکیه، هیچ‌گونه قوانین و مقررات محدودکننده‌ای در زمینه قیمت، استاندارد و یا کیفیت کالا وجود ندارد.

#### ❖ آزادی عمل

در مناطق آزاد ترکیه، قوانینی مانند قانون شهرداری، قانون روادید، قانون سرمایه‌گذاری خارجی و دیگر قوانین جاری و محدودکننده قابل اجرا نیست.

## ۲-۴. مراحل راه‌اندازی کار تجاری (کسب و کار)

آغاز فعالیت یک شرکت در ترکیه نیازمند طی مراحل شش‌گانه و ارایه مستندات مورد نیاز به ادارات دولتی از جمله اداره رقابت، اداره ثبت تجاری و اداره مالیات این کشور است. مراحل ثبت شرکت جدید در ترکیه در جدول شماره ۱ ارایه شده است.

### جدول ۱: مراحل راه‌اندازی کار تجاری (کسب و کار)

شماره مرحله	عنوان مرحله	مدت زمان لازم	هزینه‌های لازم
اول	تایید اساس‌نامه شرکت، امضای اظهارنامه‌ی مدیران، رونوشت کارت شناسایی هر مدیر و یا گذرنامه‌ی وی و نیز دفاتر رسمی.	یک روز	پنج رونوشت از اساس‌نامه ۷۵ هزار لیره و امضای اظهارنامه پنج‌هزار لیره
دوم	واریز کردن درصدی از سرمایه به حساب اداره رقابت.	یک روز	۰/۰۴ درصد سرمایه
سوم	سپرده‌گذاری سرمایه اولیه و دریافت گواهی آن.	یک روز	بدون هزینه
چهارم	پر کردن فرم مشارکت، نامه‌ی تعهد و بیانیه ثبت اتاق بازرگانی در اداره ثبت تجاری.	دو روز	۱۵۰ لیره (بهای ثبت اولیه در اتاق بازرگانی) + ۵۳۰ لیره (ثبت تجاری با امضای مدیر اصلی) + ۱۸۰/۸ لیره (برای هر مدیر اضافی) + ۰/۳ لیره (هزینه هر واژه برای چاپ) + ۱۵۰ لیره (ثبت تجاری روزنامه رسمی)
پنجم	دریافت گواهی تایید دفاتر اسناد رسمی.	یک روز (هم‌زمان با مراحل بالا)	دفتر روزنامه دویست برگی پنج هزار لیره + دفتر معین یا کل یکصد برگی ۳.۹۰۰ لیره + دفتر دارایی یا موجودی چهل برگی سه هزار لیره
ششم	پیگیری امور اداره مالیات برای پایان دادن به ثبت تجاری.	یک روز	بدون هزینه

www.doingbusiness.org

## ۲-۵. قوانین گمرکی

ترکیه در سال ۱۹۹۰ میلادی، سیستم دریافت مجوز برای واردات را لغو کرده است. بنابراین

واردات همه‌ی کالاها به استثنای برخی کالاهای منتخب و کالاهای ممنوع، آزاد است. واردات برخی کالاها به دلایل زیست محیطی، بهداشتی، اخلاقی و یا مطابق الزامات بین‌المللی ممنوع است. این اقلام شامل جانشین‌های رنگی سرطان‌زا، مواد شیمیایی مورد استفاده در ساخت ابزار آلات و جنگ‌افزارهای شیمیایی، نشان‌های بازرگانی تقلبی، ابزار آلات و وسایل قمار، مواد مخدر، مواد و اشیای تهدیدکننده و از بین‌برنده لایه ازن است.

واردات دوازده گروه کالایی به ترکیه نیاز به دریافت مجوز دارد. از جمله این اقلام می‌توان به کالاهای کشاورزی، تجهیزات مخابراتی، برخی ماشین‌آلات و وسایل نقلیه موتوری و برخی مواد شیمیایی اشاره کرد. واردات کالاهای قدیمی، مستعمل، تعمیر شده و معیوب نیاز به مجوز مستشاری تجارت خارجی دارد، ولی کالاهایی را که عمر بالای ده سال ندارند را می‌توان آزادانه وارد کرد.

ترکیه، اقتصادی نزدیک به معیارهای سازمان همکاری و توسعه اقتصادی<sup>۱</sup> و اتحادیه اروپا دارد و با عضویت در هر دو نهاد در زمینه‌ی کاهش تعرفه‌ها، به پیشرفت‌های بسیاری دست یافته است. این کشور نرخ تعرفه‌ای متناسب با اتحادیه اروپا و منطقه تجارت آزاد اروپا<sup>۲</sup> وضع نموده است، که به ترتیب برای کالاهای صنعتی صفر درصد و برای محصولات کشاورزی ۵۳ درصد است.

تعرفه‌های گمرکی این کشور با کشورهای توسعه یافته‌ی عضو اتحادیه اروپا و منطقه تجارت آزاد اروپا، متفاوت از نرخ تعرفه‌های این کشور با کشورهای در حال توسعه است. نرخ تعرفه ترکیه برای کالاهای کشورهای در حال توسعه به مراتب بیشتر از نرخ تعرفه‌های گمرکی برای کالاهای وارداتی از کشورهای توسعه یافته است.

سه‌می‌ها به عنوان ابزاری برای هماهنگی سیاست‌های وارداتی ترکیه با اتحادیه اروپا اجرا می‌شوند. ترکیه سیاست‌های سه‌می‌های اتحادیه اروپا را برای واردات پارچه و پیراهن به کار می‌برد. هم‌چنین ترکیه برای واردات فرش، سرامیک، چینی، ظروف آشپزخانه و اسباب‌بازی از کشور چین سه‌می‌ها اعمال می‌کند.

## ۲-۶. قوانین بانکی

فعالیت‌های بانکی در ترکیه، قدمتی بسیار طولانی داشته و به زمان عثمانی بازمی‌گردد. در

1. OECD  
2. EFTA



آن زمان، به دلیل نیازهای مالی امپراتوری عثمانی، چندین نمایندگی بانک‌های خارجی با نرخ بهره بالا در استانبول گشایش یافت. نخستین بانک عثمانی در سال ۱۸۵۶ میلادی تاسیس شد و تا دهه ۱۹۳۰ میلادی به عنوان بانک مرکزی عمل می‌کرد. بانک مرکزی ترکیه<sup>۱</sup> در ابتدای دهه ۱۹۳۰ میلادی با هدف انتشار اسکناس، حمایت از پول ملی و تنظیم سیستم بانکداری و اعتبار، راه‌اندازی شد. سپس بانک‌های دولتی ترکیه به وجود آمدند. بیشتر این بانک‌ها، مانند بانک کشاورزی برای حمایت از یک بخش اقتصادی و یا یک صنعت خاص افتتاح شدند. با رونق گرفتن فعالیت‌های صنعتی در دهه‌های بعد، صنعت بانکداری ترکیه شاهد گشایش بانک‌های خصوصی بود که در ارتباط با گروه‌های بزرگ صنعتی و هولدینگ‌ها فعالیت می‌کردند.

در سال‌های گذشته یکی از هدف‌های اصلی بانک مرکزی ترکیه، ثابت نگه‌داشتن نرخ بهره بانکی بوده است. هر چند در این زمینه موفقیت‌هایی به دست آمده، ولی افزایش نرخ تورم در ترکیه یکی از مهم‌ترین معضلات اقتصادی این کشور به شمار می‌رود.

### ❖ گشایش بانک یا نهادهای پولی و مالی خارجی

در ترکیه گشایش بانک یا شعب بانک‌های خارجی، منوط به موافقت «هیات قانون‌گذاری و نظارت بر فعالیت‌های بانکی<sup>۲</sup>» است. گشایش بانک یا شعبه بانک، در قالب تاسیس یک شرکت سهامی<sup>۳</sup> امکان‌پذیر است. ایجاد یک بانک دست‌کم به بیست تریلیون لیره ترکیه سرمایه بانکی نیاز دارد که باید به صورت نقد و بدون هیچ‌گونه مشکلی، قابلیت انتقال به ترکیه را داشته باشد.

هر گونه نهاد مالی و اعتباری، از جمله موسسات واسطه‌ای، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، صندوق‌های تعاونی و یا دیگر موسسات مشابه با دریافت مجوز می‌توانند در ترکیه فعالیت کنند. کمترین سرمایه هر کدام از این موسسات را «هیات بازار سرمایه<sup>۴</sup>» تعیین می‌کند که بایستی همه‌ی آن به صورت نقد وارد کشور شده و ثبت شود. افتتاح موسسات مالی و اعتباری نیز، نیازمند تاسیس یک شرکت سهامی است.

1. Central Bank of the Republic of Turkey
2. Banking Regulation and Supervision Board
3. Joint-Stock Company
4. Capital Market Board

## ❖ دریافت و پرداخت‌های نقدی

بسیاری از بانک‌های ترکیه دارای خودپرداز هستند که از برخی از آنها افزون بر اسکناس‌های ترکیه، امکان برداشت پول‌های خارجی نیز وجود دارد. در بسیاری از شعب بانک‌ها، افرادی که به زبان انگلیسی مسلط باشند، کم هستند. از این رو پیشنهاد می‌شود به شعبی که دارای بخش ارزی هستند مراجعه شود. اگر تصمیم دارید در یکی از بانک‌های ترکیه حساب بانکی باز کنید، به نرخ‌های «کمسیون انتقال پول» دقت کنید.

## ❖ کارت‌های اعتباری

استفاده از کارت‌های اعتباری به ویژه در مناطق گردشگری ترکیه رواج فراوانی دارد. کارت اعتباری ویزا<sup>۱</sup> و مستر کارت<sup>۲</sup> به طور گسترده‌ای پذیرفته شده و پس از آنها از کارت آمریکن اکسپرس<sup>۳</sup> استفاده می‌شود.

در ترکیه بانک‌ها در گروه‌های زیر قرار می‌گیرند:

- ❖ بانک‌های سرمایه‌گذاری و توسعه‌ای دولتی.
- ❖ بانک‌های تحت مدیریت TMSF.
- ❖ بانک‌های سرمایه‌گذاری خصوصی.
- ❖ بانک‌های سپرده‌گذار دولتی.
- ❖ بانک‌های سرمایه‌گذاری خصوصی با مالکیت خارجی.
- ❖ بانک‌های سپرده‌گذاری خصوصی.
- ❖ بانک‌های خارجی دارای مجوز دریافت سپرده‌های بانکی.
- ❖ بانک‌های مختلط داخلی و خارجی.

برخی از مهم‌ترین بانک‌های ترکیه شامل موارد زیر می‌شود:

❖ İLLER BANKASI

❖ TÜRKİYE İHRACAT KREDİ BANKASI A.Ş.

1. Visa card
2. Master card
3. American Express

- ❖ TÜRKİYE KALKINMA BANKASI A.Ş.
- ❖ BİRLEŞİK FON BANKASI A.Ş.
- ❖ ÇALIK YATIRIM BANKASI A.Ş.
- ❖ DİLER YATIRIM BANKASI A.Ş.
- ❖ GSD YATIRIM BANKASI A.Ş.
- ❖ NUROL YATIRIM BANKASI A.Ş.
- ❖ TÜRKİYE SINAİ KALKINMA BANKASI A.Ş.
- ❖ T.C. ZİRAAT BANKASI A.Ş.
- ❖ TÜRKİYE HALK BANKASI A.Ş.
- ❖ TÜRKİYE VAKIFLAR BANKASI T.A.O.
- ❖ BANKPOZİTİF KREDİ VE KALKINMA BANKASI A.Ş.
- ❖ CALYON YATIRIM BANKASI TÜRK A.Ş.
- ❖ MERRILL LYNCH YATIRIM BANK A.Ş.
- ❖ TAİB YATIRIM BANKASI A.Ş.
- ❖ ADABANK A.Ş.
- ❖ AKBANK T.A.Ş.
- ❖ ALTERNATİFBANK A.Ş.
- ❖ ANADOLUBANK A.Ş.
- ❖ OYAKBANK A.Ş.
- ❖ ŞEKERBANK T.A.Ş.

## ۲-۷. قوانین ارزی

در همه شهرهای ترکیه، به ویژه در مناطق گردشگری و در کنار مراکز خرید و تجارت، باجه‌هایی برای تبدیل ارزهای خارجی وجود دارد که «دوویز»<sup>۱</sup> خوانده می‌شوند. در این

1. Döviz

باجه‌ها، دلار و یورو به قیمت روز به لیره ترکیه تبدیل می‌شود.

ترکیه کشوری است که تبدیل ارز در آن امری معمول است و این کار در بسیاری از فروشگاه‌ها و مغازه‌ها نیز انجام می‌شود. به دلیل رونق صنعت گردشگری در این کشور، خدمات تبدیل ارز نیز در آن گسترده است و در این زمینه مشکلات کمی دیده می‌شود. نقل و انتقال ارزهای خارجی نیز در ترکیه بر اساس قوانین آزاد است. همچنین انتقال نقدپسنگی درآمدهای حاصل از فعالیت در مناطق آزاد، به راحتی و با آزادی کامل قابل انتقال به داخل خاک ترکیه و یا کشورهای دیگر است و نیاز به داشتن مجوز خاصی نیست.

## ۲-۸. قوانین مالیاتی

سیستم مالیاتی ترکیه دارای دو بخش اصلی مالیات بر درآمد شرکت‌ها و مالیات بر درآمد اشخاص است. قانون مالیات بر درآمد شرکت‌ها از سال ۱۹۴۹ میلادی و قانون مالیات بر درآمد اشخاص از سال ۱۹۶۰ میلادی در این کشور اجرا می‌شود.

مالیات بر درآمد در ترکیه، شامل موارد زیر است:

- ❖ درآمد حاصل از تجارت.
  - ❖ درآمد حاصل از کشاورزی.
  - ❖ حقوق و دستمزدها.
  - ❖ درآمد خدمات شخصی.
  - ❖ درآمد حاصل از دارایی‌های غیرمنقول مانند اجاره‌ی زمین و ملک.
  - ❖ درآمد حاصل از دارایی‌های منقول مانند سرمایه و سهام.
  - ❖ دیگر درآمدها بدون داشتن منبع مشخص.
- نرخ مالیات بر درآمد اشخاص در ترکیه در سال ۲۰۱۰ میلادی به صورت زیر است:
- ❖ درآمد صفر تا ۸,۷۰۰ لیره: ۱۵ درصد.
  - ❖ درآمد ۸,۷۰۱ تا ۲۲,۰۰۰ لیره: ۲۰ درصد.
  - ❖ درآمد ۲۲,۰۰۱ تا ۵۰,۰۰۰ لیره: ۲۷ درصد.
  - ❖ درآمد ۵۰,۰۰۱ به بالا: ۳۵ درصد.

در سال ۲۰۱۰ میلادی، مالیات بر درآمد شرکت‌ها در ترکیه دارای نرخ بیست درصد بوده است. سیستم مالیاتی ترکیه دارای مشوق‌ها و سازوکارهای تشویقی فراوانی است که برخی از آنها مشمول سرمایه‌گذاری در بخش‌های مورد نیاز صنعت و برخی از آنها در ارتباط با پرداخت به موقع مالیات است.

**درآمدهای حاصل از فعالیت در مناطق آزاد تجاری ترکیه، از هر گونه مالیات شامل مالیات بر درآمد، مالیات بر ارزش افزوده، مالیات شرکت و مالیات تمبر معاف است.**

## ۹-۲. قوانین کنسولی

اتباع ایران برای ورود به خاک ترکیه نیازی به دریافت روادید ندارند. هر شخصی با داشتن گذرنامه معتبر در هر یک از مبادی ورودی رسمی این کشور، می‌تواند مجوز سه ماه اقامت در این کشور را دریافت کند.

روادید عادی و گردشگری برای ایرانیان در هنگام ورود در فرودگاه صادر می‌شود و اعتبار آن سه ماه است. برای تجدید روادید، متقاضیان باید هر سه ماه یک‌بار از ترکیه خارج و در هنگام ورود دوباره روادیدی سه ماهه دریافت کنند.

شرایط دریافت روادید بازرگانی تفاوت چندانی با روادید عادی ندارد.

درخواست‌کنندگان روادید تحصیلی نیز در سفارت ترکیه در تهران می‌توانند پس از موفقیت و دریافت نامه قبولی کنکور، روادید یک ساله بگیرند.

هزینه روادید کار ترکیه برای شهروندان ایرانی عبارت است از:

❖ روادید کار یک‌ساله: ده دلار آمریکا.

❖ روادید کار سه‌ماهه: سی دلار آمریکا.

❖ روادید کار بدون مدت: پنجاه دلار آمریکا.

❖ روادید کار مستقل: یک‌صد دلار آمریکا.

هزینه پرداخت شده برای دریافت روادید، غیرقابل برگشت است. برای هرگونه مسافرت به این کشور بهتر است، به نکات زیر توجه شود:

❖ اگر به انگلیسی و یا زبان بومی این کشور یعنی ترکی استانبولی آشنایی ندارید، از

امضای هرگونه اوراق و اسناد خودداری کنید. البته افراد در این کشور تحت حاکمیت قوانین محلی هستند و وظایف نمایندگی ایران مبنی بر ارایه‌ی خدمات کنسولی، به معنای نقض قوانین کشور میزبان نیست.

❖ چنانچه به هر دلیل توسط پلیس محلی بازداشت شدید، از مامورین بخواهید به استناد ماده‌ی ۳۶ کنوانسیون وین درباره‌ی امور کنسولی، سریعاً سفارت یا نزدیک‌ترین سرکنسولگری ایران را از موضوع آگاه سازند.

❖ با توجه به اینکه افرادی با جعل عنوان و در پوشش مامورین سازمان‌های مختلف به شما مراجعه نموده و از شما درخواست ارایه مدارک هویتی می‌کنند، بهتر است پیش از پاسخ‌گویی به هر پرسشی، از هرگونه برخورد فیزیکی خودداری کرده، از فرد بخواهید شما را به نزدیک‌ترین پاسگاه پلیس هدایت کند.

❖ سفر به این کشور از طریق وسایل نقلیه زمینی (اتوبوس و قطار) و هواپیما امکان‌پذیر است. در صورت مسافرت از راه زمینی، با تورها و اتوبوس‌های متعلق به شرکت‌های معتبر مسافرت نموده و به توصیه‌های امنیتی توجه کنید. حضور بیش از سه ماه در ترکیه نیازمند اجازه رسمی از مقامات و تمدید مدت اقامت است، از این رو اقامت بیش از حد مجاز جریمه و حتی اخراج را به همراه خواهد داشت.

❖ با توجه به لغو نیاز به روادید میان ایران و ترکیه، در صورت عزیمت به صورت عبوری (ترانزیت) از آن کشور، طبق کنوانسیون وین، مامورین مرزی ترکیه نباید به بهانه جعلی بودن روادید کشور مقصد، شهروندان ایرانی را بازداشت کرده و یا از آنها بازجویی کنند. در صورت برخورد با این گونه موارد، باید نزدیک‌ترین نمایندگی ایران را از موضوع آگاه کنید تا به آن رسیدگی شود.

❖ در صورت بروز مشکل یا بیماری جدی به یک مرکز درمانی معتبر مراجعه کنید. سطح دانش پزشکی و کیفیت داروها در این کشور مناسب است.

❖ برای رانندگی در ترکیه باید گواهینامه ملی این کشور یا گواهینامه بین‌المللی رانندگی (IDP) داشته باشید. این گواهی‌نامه یک مجوز بین‌المللی رانندگی است که دارندگان آن می‌توانند بدون نیاز به گذراندن دوره‌های آموزش رانندگی یا شرکت در امتحانات راهنمایی و رانندگی در بیش از ۱۶۰ کشور جهان رانندگی کنند. همچنین گواهینامه بین‌المللی رانندگی به عنوان یک سند معتبر بین‌المللی، می‌تواند تاییدکننده‌ی هویت دارنده‌ی آن باشد.

❖ پیشنهاد می‌شود هنگام سفر به این کشور از تسهیلات مربوط به بیمه مسافر استفاده کنید.

❖ برای خرید از فروشگاه‌های بزرگ این کشور باید تا هنگام خروج نهایی از فروشگاه،

رسید خرید را به همراه خود داشته باشید تا در صورت کنترل امنیتی و تقاضای رسید بتوانید آن را در اختیار مامورین فرودگاه قرار دهید.

❖ بهتر است در هنگام ورود به مبادی مرزی کشور ترکیه، دقت کنید تا گذرنامه ممهور به مهر ورود شود. حتی در صورت سهل انگاری پلیس مرزی ترکیه، صاحب گذرنامه از نظر مقامات ذیصلاح کشور ترکیه متهم به عبور غیر مجاز می شود.

❖ برای معاملات و قراردادهایی که نیاز به تایید و امضا در دفاتر رسمی و ترجمه رسمی دارد، بهتر است به نهادهای رسمی مراجعه کنید. همچنین می توانید با نمایندگی های جمهوری اسلامی ایران در این کشور مشورت کنید.

### ۳. عضویت در سازمان های بین المللی، پیمان های اقتصادی و موافقت نامه های تجاری

این کشور در سازمان های بین المللی، پیمان های اقتصادی و موافقت نامه های تجاری بسیاری عضویت دارد.

#### ۱-۳. عضویت در سازمان های مهم بین المللی

این کشور عضو یا ناظر سازمان های بین المللی بسیاری است. این سازمان ها عبارتند از:

- ❖ سازمان تجارت جهانی<sup>۱</sup>.
- ❖ سازمان ملل متحد.
- ❖ شورای امنیت سازمان ملل (عضو غیردایم).
- ❖ بانک جهانی.
- ❖ صندوق بین المللی پول.
- ❖ سازمان جهانی گمرک.
- ❖ آژانس تضمین سرمایه گذاری چندجانبه.
- ❖ سازمان جهانی مالکیت فکری<sup>۲</sup>.
- ❖ آژانس بین المللی انرژی اتمی.

1. World Trade Organization (WTO)

2. World Intellectual Property Organization (WIPO)

- ❖ سازمان همکاری‌های اقتصادی (ا.ک.و).
- ❖ اتحادیه اروپا (در مرحله درخواست پیوستن).
- ❖ سازمان خواروبار و کشاورزی ملل متحد (فائو).
- ❖ اتاق بازرگانی بین‌المللی.
- ❖ بانک بین‌المللی ترمیم و توسعه.
- ❖ موسسه بین‌المللی توسعه.
- ❖ کنفرانس تجارت و توسعه ملل متحد.
- ❖ سازمان بین‌المللی استاندارد.
- ❖ سازمان جهانی گردشگری.
- ❖ سازمان جهانی هواشناسی.
- ❖ صندوق بین‌المللی توسعه کشاورزی.
- ❖ بنگاه مالی بین‌المللی.
- ❖ سازمان توسعه صنعتی ملل متحد.
- ❖ اتحادیه ارتباطات راه دور بین‌المللی.
- ❖ سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد (یونسکو).
- ❖ کمیسیون حقوق بشر سازمان ملل متحد.
- ❖ سازمان بین‌المللی آب‌شناسی (هیدروگرافی)<sup>۱</sup>.
- ❖ سازمان بین‌المللی هواپیمایی کشوری (آیکائو).
- ❖ بانک توسعه اسلامی.
- ❖ سازمان جهانی ماهواره‌های مخابراتی.
- ❖ پلیس بین‌الملل.
- ❖ سازمان بین‌المللی مهاجرت.
- ❖ سازمان جهانی کار.



- ❖ کنفدراسیون جهانی اتحادیه‌های کارگری.
  - ❖ اتحادیه‌ی جهانی پست.
  - ❖ سازمان بهداشت جهانی.
  - ❖ سازمان جلوگیری از جنگ‌افزارهای کشتار جمعی.
  - ❖ کمیته بین‌المللی المپیک.
  - ❖ نیروهای حافظ صلح سازمان ملل در لبنان.
- این کشور هم‌چنین یکی از اعضای گروه G-۲۰ است.



### ❖ سازمان پیمان آتلانتیک شمالی (ناتو)<sup>۱</sup>

ترکیه یکی از اعضای خاص ناتو به شمار می‌رود. این کشور از اندک کشورهای مسلمان و آسیایی عضو این پیمان است. عضویت در ناتو برای ترکیه که خواهان پیوستن به اتحادیه اروپا است، دارای اهمیت است.

ناتو در سال ۱۹۴۹ میلادی، برای جلوگیری از نفوذ کمونیسم و بلوک شرق به وجود آمد و ترکیه در سال ۱۹۵۲ میلادی، به عضویت این پیمان درآمد که این امر به دلیل موقعیت راهبردی این کشور در برابر بلوک شرق بود. با فروپاشی شوروی، اهداف ناتو تغییر کرد و از یک سازمان نظامی به یک سازمان سیاسی تبدیل شد و دفاع از گرایش لیبرالیسم را هدف خود قرار داد. با پیوستن بسیاری از کشورهای تازه استقلال یافته، تعداد اعضای ناتو به ۲۶ کشور رسید. در ابتدای سال ۲۰۰۸ میلادی، افزون بر این تعداد، شش کشور دیگر نیز نامزد پیوستن به این پیمان هستند. آمریکا در این پیمان نقش اساسی ایفا می‌کند و یکی از دلایل نزدیکی سیاست‌های آمریکا و ترکیه در برخی از وقایع منطقه، عضویت مشترک در این سازمان است.

## ۲-۳. عضویت در پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری

امروزه عضویت در پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری، از اهمیت بسیار بالایی در تجارت بین‌الملل برخوردار است. یکی از اهداف موافقت‌نامه‌های تجاری بین کشورها، رساندن

1. North Atlantic Treaty Organization (NATO)

تعرفه‌های گمرکی به حد صفر است.

عدم عضویت در این پیمان‌ها و موافقت‌نامه‌ها، به معنای محروم شدن از منافع موافقت‌نامه‌های مذکور به ویژه در زمینه‌ی صادرات است.

ترکیه عضو پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری منطقه‌ای و بین‌المللی بسیاری است. این پیمان‌ها و موافقت‌نامه‌های تجاری که همگی در زمینه‌ی کالایی هستند، عبارتند از:

- ❖ موافقت‌نامه تجارت آزاد ترکیه با اتحادیه اروپا.
- ❖ موافقت‌نامه تجارت آزاد ترکیه با مصر.
- ❖ موافقت‌نامه تجارت آزاد ترکیه با آلبانی.
- ❖ موافقت‌نامه تجارت آزاد ترکیه با بوسنی و هرزگوین.
- ❖ موافقت‌نامه تجارت آزاد ترکیه با یوگسلاوی سابق یا جمهوری مقدونیه.
- ❖ موافقت‌نامه تجارت آزاد ترکیه با گرجستان.
- ❖ موافقت‌نامه تجارت آزاد ترکیه با رژیم صهیونیستی.
- ❖ موافقت‌نامه تجارت آزاد ترکیه با جمهوری مونتنگرو.
- ❖ موافقت‌نامه تجارت آزاد ترکیه با مراکش.
- ❖ موافقت‌نامه تجارت آزاد ترکیه با فلسطین.
- ❖ موافقت‌نامه تجارت آزاد ترکیه با سوریه.
- ❖ موافقت‌نامه تجارت آزاد ترکیه با تونس.
- ❖ سازمان همکاری‌های اقتصادی دریای سیاه<sup>۱</sup>
- ❖ موافقت‌نامه ترجیحات تعرفه‌ای سازمان همکاری‌های اقتصادی (اکو).<sup>۲</sup>
- ❖ موافقت‌نامه ترجیحات تعرفه‌ای پروتکل مذاکرات تجاری.<sup>۳</sup>

1. Black Sea Economic Cooperation organization (BSEC)

2. Economic Cooperation Organization (ECO)

3. Protocol on Trade Negotiations (PTN)





## فصل دوم

### محیط فرهنگی

در این فصل به مطالبی هم‌چون دین، زبان، علایق و الگوی زندگی و مصرف، نهادهای اجتماعی و دینی، رسانه‌ها، عادات خرید و مصرف، تعطیلات، اعیاد و جشن‌ها، دیدگاه کلی نسبت به ایران، فرهنگ مذاکره، نقش هدایا و سوغات، ارزش‌های غالب و آداب و رسوم خاص مردم ترکیه پرداخته می‌شود.

### ۱. ارکان فرهنگی و اجتماعی

در این قسمت، نخست با ارکان اصلی تشکیل دهنده‌ی فرهنگ کشور ترکیه، هم‌چون دین و زبان و سپس با آداب و رسوم کلی مردم این کشور آشنا می‌شویم.

#### ۱-۱. دین



دین رسمی کشور ترکیه اسلام است. از جمعیت ۷۳ میلیونی این کشور، ۹۹/۸ درصد مسلمان بوده و تنها ۰/۲ درصد مسیحی و یا یهودی هستند. این کشور همه ساله پذیرای بیش از سی میلیون گردشگر است که بیشتر آنها مسلمان یا مسیحی هستند.

مسلمانان ترکیه بیشتر تابع مذهب تسنن

هستند که از میان آنها حنفی‌ها و شافعی‌ها به ترتیب بزرگ‌ترین گروه‌ها هستند. حنفی‌ها بخش بزرگی از جمعیت ترکیه را تشکیل می‌دهند که عمدتاً در مرکز و غرب ترکیه ساکن هستند. شافعی‌ها بیشتر گرد بوده و ساکن مناطق شرقی ترکیه هستند. شیعیان، پیرو مذهب جعفری بوده و اقلیت ۱/۵ میلیون نفری را تشکیل می‌دهند. حدود سی هزار یهودی نیز در این کشور زندگی می‌کنند. علویان نیز از دیگر گروه‌های مذهبی ترکیه به شمار می‌روند.

## ۲-۱. زبان

ترکی، زبان رسمی و مادری مردم این کشور است. این زبان یکی از قدیمی‌ترین زبان‌های جهان است و هم اکنون نزدیک به ۱۱۰ میلیون نفر در سرتاسر جهان به این زبان سخن می‌گویند. افزون بر ترکیه، در بخش‌هایی از کشورهای قبرس، بلغارستان، ایران، یونان، رومانی، مقدونیه، کوزوو و ... این زبان، زبان مادری بسیاری از مردم به شمار می‌رود. البته زبان آذری که بسیار شبیه به زبان ترکی است، زبان اصلی آذری‌های ایران است و نباید آن را با زبان ترکی یکی دانست. همچنین چندین میلیون مهاجر در کشورهای اروپای غربی به ویژه آلمان، ترک زبان هستند.

زبان ترکی از گروه اورال آلتالیک است و زبان ترکی امروزی که «ترکی آناتولی» نام دارد، از ریشه عثمانی است که به وسیله سلجوقیان ایران در اواخر قرن یازدهم در ترکیه رواج داده شد. در این زبان واژگان فارسی و عربی بسیاری نیز وارد شده است. همان گونه که پیش‌تر گفته شد، در دوران آتاتورک، خط ترکی متحول شد و به جای الفبای دارای حروف فارسی، از الفبای لاتین استفاده شد.

در کنار ترکی، بسیاری از مردم جنوب شرقی این کشور که از اقوام کردتبار هستند، به زبان کردی صحبت می‌کنند. اقلیت‌هایی نیز به زبان عربی، ارمنی و یونانی تکلم می‌کنند. گروه‌های قومی کوچک‌تری مانند لازها، زازاها و چرکس‌ها به تنوع زبانی و فرهنگی این کشور افزوده‌اند. کردهای ترکیه بیشتر در جنوب شرقی و شرق کشور زندگی می‌کنند. گروه‌های قومی کوچک‌تر در ترکیه، ترک‌های آذربایجانی (در شمال شرق)، لازها (در شمال)، عرب‌ها (در جنوب) و ارمنی‌ها (در شهر استانبول) هستند. ترک‌های ترکیه از اقوام سلجوقی بودند که از آسیای میانه به فلات آناتولی کوچ کردند و پس از غلبه بر امپراتوری بیزانس (روم شرقی)، امپراتوری عثمانی را در آنجا بنا نهادند.

### ۳-۱. الگوی زندگی



مردم ترکیه به عنوان یکی از ملت‌های بزرگ و قدیمی، دارای الگوی زندگی و ویژگی‌های رفتاری خاص خود هستند، که زندگی سنتی و مذهبی یکی از ویژگی‌های بارز آن به شمار می‌رود.

❖ کشور ترکیه پل آسیا و اروپا به شمار می‌رود. از این رو، این کشور محل ترکیب فرهنگ‌هاست. همچنان که در این کشور با یک فرهنگ چند صد ساله آسیایی روبه‌رو هستیم، جلوه‌های تمدن و فرهنگ غربی مشاهده می‌شود. از دید جغرافیایی نیز هر چه از شرق ترکیه به غرب پیش رویم، تمایل به زندگی غربی نمود بیشتری پیدا می‌کند.

❖ با وجود گرایش به زندگی مدرن، «خانواده» نزد ترک‌ها همچنان مهم‌ترین رکن زندگی به شمار می‌رود. روابط خانوادگی پررنگ‌ترین الگویی است که می‌توان در زندگی اهالی ترکیه تشخیص داد. هر چند مانند بیشتر کشورهای پرجمعیت، خانواده‌ها در شهرها کوچک و کم‌جمعیت هستند، ولی وابستگی‌های خانوادگی همچنان بسیار پررنگ است.

❖ نقش زنان در فعالیت‌های اجتماعی امروز ترکیه رو به گسترش است. بر اساس آمار رسمی این کشور، بیش از میلیون زن شاغل در این کشور وجود دارد. تعداد زنان دارای تحصیلات عالی به سرعت رو به فزونی است.

❖ بخش عمده‌ای از درآمد ترکیه از صنعت گردشگری حاصل می‌شود. این کشور، همه ساله، پذیرای جهانگردان زیادی از کشورهای جهان و به ویژه اروپا است. از این رو، آشنایی و تعامل با فرهنگ‌های متفاوت، به یکی از عادت‌های مردم این کشور تبدیل شده است. ترکیه از کشورهایی است که بیشترین مهاجر را به اروپای غربی می‌فرستد. از این رو، ریشه‌های فرهنگی میان ترکیه و اروپا بسیار گسترده شده است.



❖ الگوی دوگانه‌ی فرهنگی، بر هنر و ادبیات امروز ترکیه نیز سایه انداخته است. امروزه در این کشور از یک سو، گسترش هنرهای اروپایی مانند باله، موسیقی، تئاتر مدرن و... دیده می‌شود و از سوی دیگر، صوفی‌گری،

- ❖ رقص سماع، معماری عثمانی، ادبیات و اشعار کهن همچنان پرطرفدار باقی مانده‌اند.
- ❖ بسیاری از نمادهای کهن فرهنگی مانند ادبیات ریشه‌ی ایرانی دارند. به عنوان نمونه، «سماع» را همگان با نام مولانا، شاعر بلندآوازه‌ی ایران می‌شناسند.
- ❖ اسلام و باورهای دینی، از دیگر ویژگی‌های اصلی زندگی ترک‌هاست. پیروی از آموزه‌های دینی، پایبندی به احکام اسلامی و ایجاد خانواده و کسب‌وکار بر اساس نزدیکی به خداوند و رضایت او، کامل‌کننده تصویر است که از الگوی زندگی شهروندان ترکیه می‌توان نشان داد.

#### ۴-۱. نهادهای اجتماعی و دینی



ترکیه مانند بسیاری از کشورهای در حال توسعه، دارای مجموعه‌ای منسجم و ریشه‌دار از نهادهای اجتماعی امروزی نیست. مهم‌ترین علت این امر، نبود بخش خصوصی قوی در این زمینه است. از این رو، بیشتر نهادهای اجتماعی، نهادهای رسمی دولتی هستند.

گروه‌ها و دسته‌جات سیاسی را می‌توان یکی از مهم‌ترین نهادهای اجتماعی این کشور به شمار آورد. تعداد و تنوع آنها شکل‌دهنده بسیاری از ساختارها و روابط اجتماعی است. در آخرین انتخابات رسمی این کشور نزدیک به پنجاه حزب سیاسی فعال بوده‌اند. بیشتر آنها پیشینه فعالیت طولانی ندارند، ولی ادامه فعالیت آنها موجب شکل‌گیری نهادهای اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و مذهبی می‌شود.

بیشتر نهادهای اجتماعی بین‌المللی در ترکیه فعال بوده و دفتر نمایندگی دارند. بسیاری از سازمان‌ها، نهادها و صندوق‌های سازمان ملل مانند یونسکو و یونیسف در ترکیه دفتر نمایندگی داشته و در سطح گسترده‌ای فعالیت می‌کنند.

ترکیه دارای یک جامعه گسترده دانشگاهی است که از آن می‌توان به عنوان یکی از قوی‌ترین و تاثیرگذارترین طیف‌های اجتماعی در جامعه ترکیه یاد کرد. در این کشور بیش از هجده دانشگاه اصلی وجود دارد که بزرگ‌ترین آنها شامل دانشگاه استانبول، دانشگاه گالاتاسرای، دانشگاه مرمره، دانشگاه آنکارا، دانشگاه آتاتورک، دانشگاه قونیه و دانشگاه دیارالبکر می‌شوند. بیشتر دانشگاه‌ها در شهرهای استانبول و آنکارا ساخته شده است. در این دانشگاه‌ها، شمار

فراوانی دانشجوی خارجی از جمله دانشجویان ایرانی حضور دارند. جامعه دانشگاهی ترکیه تاثیر زیادی در روابط سیاسی و اجتماعی حاکم بر ترکیه دارد.

همان‌گونه که گفته شد، بیش از ۹۹ درصد از جمعیت ترکیه را مسلمانان تشکیل می‌دهند که در میان آنها نیز مذاهب اسلامی حنفی، شافعی، علوی و شیعه دیده می‌شوند. ولی با این وجود، به دلیل ماهیت سکولار حکومت ترکیه، یافتن نهادهای سازمان یافته و فعال در سطح جامعه این کشور چندان ساده نیست.

مساجد ترکیه به دلیل معماری بسیار زیبایی آنها، در جهان اسلام بسیار مشهور هستند. ولی این مساجد بیشتر محل جذب گردشگر و انجام فرایض فردی دینی هستند. نماز جمعه در سطح شهرهای ترکیه برگزار می‌شود، ولی در آنها نیز مسایل و روابط اجتماعی پیگیری چندان نمی‌شود. آتاتورک پس از بستن مساجد، خانقاه‌ها، طریقت‌ها و دایره مشایخ عثمانی، برای زیر نظر داشتن دین اسلام در ترکیه، در سال ۱۹۲۴ میلادی «دیانت ترکیه» را تاسیس کرده که تا به حال نیز تداوم یافته است. دیانت بزرگ‌ترین یار دولت لاییک است و دولت به وسیله دیانت، مسلمانان را زیر نظر می‌گیرد و کنترل می‌کند. بعضی از مواد قانون اساسی ترکیه در این خصوص چنین است:

❖ **خارج شدن دیانت از ارزش‌ها و اهداف آتاتورک، جرم است.**

❖ **دیانت حق ندارد در بعد سیاسی اسلام کاری انجام دهد و در غیر این صورت پیگرد قانونی دارد.**

❖ **دیانت تنها می‌تواند احکام نماز، روزه، حج و مانند آن را به مردم بیاموزد.**

❖ **دیانت یک موسسه منصوب به دولت لاییک است.**

بیش از ۱۵۰ مسجد در ترکیه خالی است و عبادت در آن انجام نمی‌شود. در این کشور بیش از هفتاد هزار مسجد وجود دارد که به جز مساجد شیعه، همگی زیر نظر دیانت است. دیانت هر هفته خطبه‌های جمعه مساجد را مشخص می‌کند و هر هفته در همه مساجد، تنها یک خطبه خوانده می‌شود.

در ترکیه شبکه گسترده‌ای از خانقاه‌ها و تمایلات درویشی وجود دارد، شاید این نهاد را بتوان مهم‌ترین نهاد دینی موجود در این کشور دانست. صوفی‌گری و نظام درویشی در میان ترک‌ها طرفداران زیادی داشته و در بافت اجتماعی این کشور جایگاه و منزلت خاصی دارد. شهر «قونیه» که آرامگاه مولانا است، مرکز فعالیت‌های خانقاهی در ترکیه است.



استانبول شهر مهم تاریخی، فرهنگی و اقتصادی ترکیه است که بخش مهم آن در قسمت اروپایی قرار گرفته و یکی از پرجاذبه‌ترین شهرهای ترکیه برای گردشگری و جهانگردی به شمار می‌آید. این شهر طی هزاران سال پایتخت سه امپراتوری روم، بیزانس و عثمانی بوده است.

### ❖ کلیساهای مسیحیان ترکیه



هفت کلیسای Philadelphia, Sardis, Thyatira, Pergamum, Smyrna, Ephesus و Laodicea که از آنها در کتاب وحی نام برده شده، در ترکیه واقع شده‌اند. کلیسای سنت پیتر در آنتالیا در جنوب ترکیه، به عنوان اولین محل عبادت مسیحیان، غاری بوده است که پیتر روحانی در آنجا موعظه می‌کرده است.

در سال ۱۹۶۳ میلادی، پاپ این محل را به عنوان نخستین کلیسای جامع به جهان معرفی کرد. هر ساله در ۲۹ ژوئن، بسیاری از مسیحیان از دیگر کشورهای جهان برای زیارت به این کلیسا سفر می‌کنند.

### ۱-۵. رسانه‌ها

ترکیه دارای زیرساخت‌های مناسبی در زمینه‌ی رسانه و تجهیزات ارتباطات راه دور است. در این کشور شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی و نیز روزنامه‌ها و مجلات پرشماری وجود دارند، که بازگوکننده‌ی دیدگاه‌ها و گرایش‌های گوناگون گروه‌های مختلف مردم هستند.

### ❖ تلویزیون



پوشش تلویزیونی در ترکیه بسیار قوی است. به جز رادیو و تلویزیون دولتی ترکیه<sup>۱۱</sup> که هشت شبکه‌ی رسمی دارد، نزدیک به سیصد ایستگاه تلویزیونی ماهواره‌ای خصوصی در ترکیه فعال هستند، که از این میان بیست ایستگاه

1. Turkish Radio and Television (TRT)



پوشش ملی داشته و بقیه محلی هستند. بسیاری از شبکه‌ها در کشورهای همسایه نیز قابل دریافت هستند.

برخی از این شبکه‌ها برنامه‌هایی به زبان انگلیسی و کردی نیز پخش می‌کنند.

برخی از شبکه‌های تلویزیونی ترکیه عبارتند از:

- |                  |                           |
|------------------|---------------------------|
| ❖ ATV            | ❖ Flash TV                |
| ❖ Aypa TV        | ❖ Güneş TV                |
| ❖ Bati TV        | ❖ Kanal ۵                 |
| ❖ Best Tv        | ❖ Kanal ۷                 |
| ❖ Cine ۵         | ❖ Kanal A                 |
| ❖ CNBS-e         | ❖ Kanal D                 |
| ❖ CNN-Turk       | ❖ Karesi TV               |
| ❖ Ege Tv         | ❖ Kral TV                 |
| ❖ Erciyes TV     | ❖ NTV                     |
| ❖ ExpoChannel TV | ❖ Olay TV                 |
| ❖ EY TV          | ❖ Sivas Yerel Televizyonu |
| ❖ Ulusal Kanal   | ❖ TRT                     |

### ❖ رادیو

پوشش رادیویی در ترکیه بسیار گسترده است. امروزه تعداد ایستگاه‌های خصوصی رادیویی به بیش از هزار ایستگاه رسیده است. نام برخی از شبکه‌های رادیویی ترکیه در زیر آمده است:

- ❖ Açık Radyo
- ❖ Adana Radyo Ses ۷/۹۸
- ❖ AKRA FM

- ❖ **Alem Fm**
- ❖ **Anadolu'nun Sesi Radyosu**
- ❖ **Ankara Üniversitesi İLEF Radyosu**
- ❖ **Best Fm**
- ❖ **Boğaziçi Üniversitesi Radyosu**
- ❖ **Burc FM online**
- ❖ **Capital Radio**
- ❖ **İstanbul FM**
- ❖ **Dünya Radyo**
- ❖ **Radyo İmparator**
- ❖ **Radyo Deniz**
- ❖ **Radyo Dokuz Eylül**

### ❖ خبرگزاری‌ها

در ترکیه آژانس‌های خبرگزاری رسمی بسیاری نیز مشغول به فعالیت هستند که برخی از مهم‌ترین آنها عبارتند از: طوبا، آنادولو، آنکاخبر، آنسنت و بسین.

### ❖ روزنامه‌ها

در ترکیه روزنامه‌های فراوانی چاپ می‌شود که برخی از آنها در سطح محلی و برخی در سطح ملی توزیع می‌شوند. حریت<sup>۱</sup>، جمهوریت<sup>۲</sup> و ملیت<sup>۳</sup> معروف‌ترین روزنامه‌های ترکیه هستند. روزنامه‌های دیلی نیوز<sup>۴</sup>، زمان امروز<sup>۵</sup> و آناتولی جدید<sup>۶</sup> به زبان انگلیسی چاپ می‌شوند. نام برخی دیگر از روزنامه‌های این کشور عبارتند از:

1. *Hurriyet*
2. *Cumhuriyet*
3. *Milliyet*
4. *Turkish Daily News*
5. *Today's Zaman*
6. *New Anatolian*



- ❖ Zaman
- ❖ Yeni Şafak
- ❖ Yeni Asır
- ❖ Vatan
- ❖ Türkiye
- ❖ Tüketici Gazetesi
- ❖ Star Gazetesi
- ❖ Sabah
- ❖ Radikal
- ❖ Milli Gazete
- ❖ Kapsam
- ❖ Milliyet
- ❖ Ekonomik Çözüm Gazetesi
- ❖ Akşam



## ۹-۱. عادات خرید و مصرف

ترک‌ها از لحاظ فرهنگی مشترکات زیادی با ایرانی‌ها دارند. از این رو عادات‌های مصرفی آنها تا حدود زیادی به ما شباهت دارد. برخی از ویژگی‌های مردم ترکیه به هنگام خرید و مصرف شامل موارد زیر می‌شود:

- ❖ چانه‌زنی و درخواست تخفیف به هنگام خرید بسیار مرسوم است و معمولاً نتیجه هم می‌دهد. گاه می‌توان از طریق چانه‌زنی کالایی را به نصف قیمت اولیه نیز خریداری کرد.
- ❖ خرید قسطی کالا در ترکیه بسیار مرسوم است و حتی کالاهای مصرفی مانند کفش

- ❖ و پیراهن را نیز می‌توان به صورت قسطی خریداری کرد. فروشگاه‌ها نیز برای فروش قسطی تبلیغ فراوانی می‌کنند.
- ❖ معمولاً فروشگاه‌های بزرگ در هنگام تغییرات فصلی و پیش از اعیاد و جشن‌ها، اقدام به حراج کلی کالاهای خود می‌کنند.
- ❖ ترک‌ها به غذا اهمیت می‌دهند و برای صرف غذا در رستوران و خرید شیرینی و چای، قهوه و قلیان بسیار از خود علاقه نشان می‌دهند.
- ❖ تعارف کردن برای پرداخت در میان ترک‌ها بسیار مرسوم است.
- ❖ خرید هدیه و چشم روشنی به مناسبت‌های مختلف، در میان مردم ترکیه بسیار مرسوم است.

## ۱-۷. تعطیلات رسمی

در ترکیه تعطیلات رسمی ملی و مذهبی مختلفی وجود دارد. تعطیلات رسمی این کشور عبارتند از:

- ❖ جشن سال نوی میلادی: یکم ژانویه.
- ❖ روز حاکمیت ملی و روز کودکان: ۲۳ آوریل.
- ❖ جشن عمومی روز می: یکم می (تنها در شهر استانبول).
- ❖ جشن یادبود آتاتورک و روز جوان و ورزش: نوزدهم می.
- ❖ روز پیروزی: سی‌ام آگوست.
- ❖ عید فطر: نهم تا یازدهم سپتامبر.
- ❖ روز جمهوری: ۲۸ و ۲۹ اکتبر (تعطیلی بیست و هشتم اکتبر نیم‌روز است).
- ❖ عید قربان: شانزدهم تا نوزدهم نوامبر.

آغاز سال نوی اسلامی، ماه محرم نخستین ماه هجری قمری است که بر این اساس، تعداد روزهای سال بین ۳۴۵ و ۳۵۵ روز متغیر است و ده روز با تقویم میلادی و هجری شمسی تفاوت دارد. از آنجا که تصمیم‌گیری در این رابطه وابسته به رویت ماه در آسمان بوده، گاهی برخی از تعطیلات مانند عید فطر یا عید قربان یک یا دو روز جابجا می‌شوند. لذا تاریخ دقیق این تعطیلات بر اساس تاریخ میلادی متغیر است.

مناسبت‌های مذهبی مسلمانان ترکیه عبارت‌اند از:



❖ عید قربان.

❖ عید فطر.

❖ سوگواری عاشورا.

❖ زادروز پیامبر اسلام.

با وجود مسلمان بودن مردم این کشور، تقویم ترکیه، تقویم میلادی است و اول ژانویه آغاز سال نو است. مهم‌ترین تعطیلات

رسمی ترکیه مربوط به اعیاد مذهبی قربان و فطر است. عید قربان چهار روز و عید فطر سه روز تعطیل عمومی است. همچنین تعطیلات آخر هفته‌ی اداره‌ها، روزهای شنبه و یکشنبه است که هر دو روز تعطیل است.

## ۲. فرهنگ مذاکره

در این بخش دیدگاه کلی ترک‌ها نسبت به ایران، آداب مذاکره، نقش هدایا و سوغات و ارزش‌های غالب و رسوم خاص در ترکیه بیان می‌شود.

### ۱-۲. دیدگاه کلی نسبت به ایران

در کل ایران و ترکیه به حکم قدمت و همسایگی، از گذشته‌های دور روابط تجاری، سیاسی، فرهنگی و مذهبی بسیاری نزدیکی با یکدیگر داشته‌اند.

روابط دو جانبه ایران و ترکیه در طی سال‌های گذشته به ویژه در زمینه‌های بازرگانی، سیاسی و فرهنگی روند مثبتی را طی کرده است. مشترکات فراوان فرهنگی، سیاسی و اقتصادی دو کشور تا اندازه‌ای قوی است که هر گاه دو طرف تلاشی برای برقراری ارتباط، با یکدیگر داشته‌اند، این تلاش‌ها به سرعت به ثمر نشسته و ارتباط خوبی برقرار شده است. یکی از زمینه‌های اصلی پیوند میان ایرانی‌ها و ترک‌ها دین اسلام و فرهنگ نزدیک مردم دو کشور است. از دیگر زمینه‌های نزدیک شدن دو ملت، تجارت و بازرگانی است. در حال حاضر شرکت‌ها و بازرگانان بسیاری از ایران و ترکیه دارای روابط نزدیک و همکاری‌های اقتصادی هستند. همچنین امروزه دولت دو کشور نیز بیش از پیش با یکدیگر هماهنگ شده و در

مسایل منطقه‌ای و جهانی به نوعی هم‌پیمان به شمار می‌روند.

## ۲-۲. آداب مذاکره

فرهنگ عمومی ترکیه مشترکات فراوانی با آداب و رسوم ایران دارد. همین وضعیت در زمینه‌ی رفتارهای تجاری نیز صدق می‌کند. از این رو، عادات‌های مردم ترکیه به هنگام مذاکرات تجاری چندان برای ما ناآشنا و غریب نیست. مذاکره در کشور ترکیه با آرامش و بدون شتاب در رسیدن به نتیجه انجام می‌شود. برخی از دانستنی‌ها درباره‌ی فرهنگ مذاکره در این کشور عبارتند از:

- ❖ ترک‌ها به روابط بلند مدت و پایبندی به تعهدات اهمیت فراوانی می‌دهند.
- ❖ ملاقات و جلسات تجاری ابتدایی، بیشتر به منظور ایجاد شناخت و آشنایی اولیه بازرگانان است.
- ❖ استفاده از یک مترجم یا فرد آشنا به زبان ترکی و انگلیسی به همراه تیم در هنگام مذاکرات تجاری ضروری است.
- ❖ در زمان گفتگو صبر و حوصله داشته باشید و از بی‌حوصلگی و عجله خودداری کنید. بحث با بازرگانان ترکیه نیازمند گذر زمان است.
- ❖ با ترک‌ها محکم دست بدهید، چرا که نشانه صمیمیت و رضایت است.
- ❖ ترک‌ها در حین صحبت مستقیماً به شما نگاه می‌کنند، شما هم باید به آنها نگاه کنید. این کار نشانه اهمیت و ادب است.
- ❖ در هنگام صحبت کردن، هرگز به طرف گفتگو پشت نکنید. این کار، عملی غیردوستانه است.
- ❖ تکان دادن سر به طرفین و بالا بردن ابرو، نشانه نفهمیدن، ناراحت بودن و مخالفت است.
- ❖ ترک‌ها به هنگام موافقت، با سر گفته‌های شما را همراهی می‌کنند و گاهی نیز مرحبا و احسنت می‌گویند.

برخی از ویژگی‌های مهم در زمینه آداب مذاکره ترک‌ها، شامل موارد زیر می‌شود:

## ❖ تجارت خانوادگی

خانواده نقش مهمی در زندگی و کار ترک‌ها ایفا می‌کند. بسیاری از فعالیت‌های تجاری در ترکیه، خانوادگی است و یا تاثیر روابط خانوادگی بر آن بسیار قوی است. از این رو، هیچ بعید نیست که میان نفرات مذاکره کننده طرف ترک، روابط خانوادگی برقرار باشد. دانستن این موضوع می‌تواند در هدایت مذاکرات، بسیار مهم باشد.

## ❖ آشنایی

ترک‌ها با کسی که با وی سابقه آشنایی دارند، بسیار راحت‌تر رابطه تجاری برقرار می‌کنند. از این رو، می‌کوشند تا در آغاز مذاکرات، مدتی را صرف آشنایی با خصوصیات، علایق و دیدگاه‌های عمومی طرف مقابل کنند.

## ❖ آغاز نشست

ترک‌ها هر مذاکره‌ای را با احوال‌پرسی‌های عمومی و پرداختن به مسایلی که رابطه مستقیمی با مذاکرات ندارند، آغاز می‌کنند و گاه این صحبت‌ها را به مدت طولانی ادامه می‌دهند. آنها علاقه مفراطی به فوتبال و کشتی دارند و ممکن است مدتی در این باره صحبت کنند. تیم‌های فوتبال مورد علاقه بیشتر آنها گالاتاسرای، فنرباغچه و بشیکتاش است.

## ❖ نشست‌های غیررسمی

در حین مذاکرات، ترک‌ها برای شما نشست‌هایی ترتیب می‌دهند. آنها شاید شما را به رستوران، دیدار از مناطق دیدنی و حتی خانه خویش دعوت کنند. این ملاقات‌ها بسیار مهم است. تجربه نشان می‌دهد که بسیاری از توافقات تجاری نه در پشت میز مذاکره که در طول این ملاقات‌ها به ثمر می‌نشیند.

## ❖ نظم جلسات

تاجر ترک تمایل به انجام چند کار به صورت هم‌زمان دارد. در طول یک جلسه کاری، وی ممکن است به تلفن جواب دهد یا نفرات دیگری را به حضور بپذیرد. جلسات کاری ساختار مشخص و سیستماتیکی ندارند و ممکن است بسیار بیشتر از زمان پیش‌بینی شده به درازا



بیانجامند. بنابراین تاخیر در زمان آغاز جلسات نیز چندان عجیب نیست. از این رو، شما باید آماده صرف انرژی اضافی در این رابطه باشید.

### ❖ سن

سن نقش مهمی در روابط بازی می‌کند. از نظر ترک‌ها هر چه طرف مقابل مسن‌تر باشد، بیشتر قابل اعتماد است.

### ❖ تشریح منافع

در هنگام مذاکره با ترک‌ها، تنها روی منافع مالی حاصل از معامله تمرکز نکنید. گاه تشریح تاثیراتی که این معامله در تقویت قدرت، غرور، نفوذ و دیگر ابعاد غیرمالی برای طرف ترک دارد، بسیار کارساز خواهد بود.

### ❖ روند تصمیم‌گیری

روند تصمیم‌گیری ترک‌ها بسیار کند است، چرا که نفرات مختلفی در این تصمیم‌گیری تاثیرگذار هستند. ولی در هر حال تصمیم نهایی را نفر اصلی می‌گیرد.

### ❖ اعلام مهلت

تا آنجا که ممکن است در هنگام مذاکره با ترک‌ها برای گرفتن نظر ایشان، مهلت نهایی اعلام نکنید. برای تصمیم‌گیری، آنها را تحت فشار نگذاشته و شرط‌های قاطع وضع نکنید. این رفتار احتمال برهم خوردن مذاکرات از سوی طرف ترک را افزایش می‌دهد.

### ❖ رفتار دیپلماتیک

ترک‌ها در طول مذاکره، بسیار دیپلماتیک رفتار کرده و ظرایف مذاکرات بین‌المللی را رعایت می‌کنند. رفتار آنها بسیار دوستانه است، ولی چنانچه مذاکرات مطابق میل آنها پیش نرود و کنترل جلسات از دست آنان خارج شود، ممکن است رفتارهای پیش‌بینی نشده‌ای از آنها سرزند و مرتکب اشتباهات فراوانی در آداب مذاکره شوند. پرخاشگری، تهدید طرف مقابل، ترک جلسه، ارسال نفرات غیرکلیدی بعد از بروز اختلاف و بلوف‌زنی از جمله اشتباهاتی

است که ممکن است در چنین مواقعی از برخی افراد غیرحرفه‌ای ترک سرزند.

## ۲-۲-۱. هدایا و سوغات

هدیه دادن و گرفتن در میان ترک‌ها بسیار مرسوم و پسندیده است. برخی از کالاهای لوکس، وسایل زینتی، صنایع دستی، پیراهن‌های خاص از جمله مواردی هستند که مردم ترکیه به عنوان کادو به یکدیگر هدیه می‌دهند. همچنین در فرهنگ مردم ترکیه دادن هدیه و آوردن سوغات برای نزدیکان در هنگام بازگشت از سفر مرسوم است. از این دید، میان مردم ایران و ترکیه شباهت بسیاری وجود دارد و ترک‌ها نیز گاهی در نشست‌های رسمی و ملاقات‌های تجاری از هدیه استفاده می‌کنند.



## ۲-۲-۲. ارزش‌های غالب و رسوم خاص

ترکیه کشوری با آداب و آیین‌های کهن است و سنت‌های اسلامی یکی از مهم‌ترین بخش‌هاورها و علائق مردم را تشکیل می‌دهد.

### ❖ میهن‌دوستی

ترک‌ها از ملیت خود احساس غرور می‌کنند و از پاسخ دادن به پرسش‌هایی درباره فرهنگ و تاریخ خویش لذت می‌برند. توجه به این مساله و همراهی با آن در پیشبرد مذاکرات بسیار مهم است.

### ❖ زبان ترکی

امروزه زبان ترکی در سرتاسر این کشور کاربرد دارد و بسیاری از گردشگرانی که به ترکیه می‌روند نیز با برخی از واژگان ترکی آشنایی دارند تا در صورت لزوم بتوانند با مردم این کشور ارتباط بهتری برقرار کنند.

### ❖ مهم نبودن القاب

ترک‌ها چندان در قید و بند بیان کامل القاب یکدیگر مانند مهندس، دکتر، وکیل و ...

نیستند. در صورت صمیمی شدن، ممکن است به «آقا» و «خانم» بسنده کنند و شاید شما را با نام کوچک صدا کنند، که نشانه‌ی دوستی و احترام بیشتر است.

### ❖ اسلام

ترک‌ها به دستورات دینی خود بسیار پایبند هستند. اسلام به ویژه در مناطق مرکزی و شرقی ترکیه بر روابط تجاری تاثیرگذار است. محرّمات دینی و اصول دینی در انجام معاملات رعایت می‌شود. اگر طرف مقابل نیز مسلمان بوده و از مناسک دینی و آیین تجارت اسلامی آگاهی داشته باشد، تاثیر مثبتی بر روابط خواهد گذاشت.

### ❖ چانه‌زنی

درباره‌ی مسایل مالی، ترک‌ها بسیار اهل چانه‌زنی هستند. در واقع یکی از خرده‌فرهنگ‌های مردم ترکیه همین چانه‌زنی است که بسیار شبیه به ایران است. در میان ترک‌ها چانه‌زنی در هر نوع خرید از خریدهای کوچک مغازه‌ای گرفته تا معاملات کلان و بین‌المللی جریان دارد.



# فصل سوم

## محیط اقتصادی

در این فصل سیستم اقتصادی، شاخص‌های مهم اقتصادی، جمعیت، تولید ناخالص داخلی، وضعیت بخش‌های مختلف اقتصادی، میزان ذخایر ارزی، تراز حساب جاری، دستمزد نیروی کار، نرخ بیکاری، نرخ تورم، شبکه‌های توزیع، بازاریابی و تبلیغات و منابع طبیعی کشور ترکیه بررسی می‌شود.

### ۱. سیستم اقتصادی و نقش دولت

ترکیه با جمعیت بیش از ۷۷/۸ میلیون نفر، از لحاظ اقتصادی در رده هجدهمین اقتصاد بزرگ جهان بر اساس GDP<sup>۱</sup> قرار دارد.

اقتصاد در حال رشد ترکیه از ترکیب صنایع و بنگاه‌های تجاری مدرن، در کنار کشاورزی سنتی، تشکیل شده است. با وجود رشد سریع بخش خصوصی، دولت همچنان در بخش‌های بانکداری، صنایع، حمل و نقل و ارتباطات نقش اساسی را ایفا می‌کند. صنایع نساجی و پوشاک، بزرگ‌ترین بخش صنعتی این کشور است و یک سوم اشتغال صنعتی را به خود اختصاص داده است. تولیدات این بخش، قدرت رقابت در بازارهای جهانی را دارند و توانسته‌اند در چرخه‌های توزیع بین‌المللی وارد شوند. افزون بر این، در دیگر بخش‌ها به ویژه صنایع خودروسازی و الکترونیک نیز جهش‌های چشمگیری دیده می‌شود.

ترکیه در سه دهه‌ی گذشته، سریع‌ترین رشد اقتصادی را در میان کشورهای اروپایی داشته است و در بسیاری از سال‌ها تا شش درصد رشد درآمد ناخالص ملی داشته است.

از سال ۲۰۰۰ میلادی، دولت یک برنامه اقتصادی منسجم، با هدف کاهش تورم و ارتقای

۱. GDP بر اساس برابری قدرت خرید (PPP) مبنای مقایسه قرار گرفته است.

استانداردهای زندگی برای همه‌ی اقشار جامعه را بنا نهاد. این برنامه با حمایت صندوق بین‌المللی پول با سه محور اساسی زیر آغاز شد:

❖ **تعدیل مالی.**

❖ **اصلاحات ساختاری.**

❖ **سیاست‌های نرخ ارز هماهنگ و سازگار با سیاست‌های درآمدی.**

در سال‌های گذشته نیز به‌رغم رویارویی با چالش‌های اقتصادی مانند بدهی، تورم، مشکلات بخش بانکی و دخالت گسترده دولت در بخش اقتصاد، این کشور توانسته با به‌کارگیری برنامه اصطلاحات ساختاری، اقتصاد خود را سر و سامان دهد.

با تغییرات کلی در ساختار اقتصادی، این کشور به یک کشور در حال رشد صادراتی تبدیل شده است. ترکیه نیز مانند بسیاری از کشورها، برنامه خصوصی‌سازی را در سرلوحه برنامه‌های خود قرار داده است. هدف از خصوصی‌سازی نه تنها کاهش تصدی دولت در فعالیت‌های اقتصادی و کاهش بار مالی موسسات اقتصادی دولتی بر بودجه ملی، بلکه توسعه بازارهای مالی و هدایت منابع مالی به سمت سرمایه‌گذاری است.

در سال ۲۰۰۹ میلادی تولید ناخالص داخلی این کشور بر اساس برابری قدرت خرید ۸۶۳/۳ میلیارد دلار بوده است.

درآمد سرانه ترکیه بر اساس برابری قدرت خرید، از ۱۲.۱۰۰ دلار در سال ۲۰۰۷ میلادی به ۱۱.۲۰۰ دلار در سال ۲۰۰۹ میلادی کاهش یافته است. در پایان سال ۲۰۰۹ میلادی بدهی‌های خارجی ترکیه ۲۷۴ میلیارد دلار بوده است.

وضعیت بخش‌های صنعت و معدن، کشاورزی و خدمات ترکیه در ادامه بیان شده است.

## ۱-۱. بخش صنعت و معدن

**بخش صنعت و معدن ترکیه، ۲۵/۶ درصد از تولید ناخالص داخلی این کشور را تشکیل داده و دومین بخش اقتصادی این کشور در سال ۲۰۰۹ میلادی است. تقریباً ۲۴/۷ درصد نیروی کار ترکیه در بخش صنعت و معدن مشغول به کار هستند. می‌توان گفت که بخش صنعت و معدن ترکیه، یک چهارم از اقتصاد این کشور را تشکیل می‌دهد.**



صنعت در کشور ترکیه رشد فزاینده‌ای داشته و به سمت خودکارسازی و مدرنیزاسیون حرکت کرده است. با وجود تولیدات فراوان کشاورزی در این کشور، صنعت یکی از بخش‌های اصلی اقتصاد ترکیه به شمار می‌رود که سرعت رشد آن نیز بالاست.

محصولات عمده صنعتی کشور ترکیه شامل موارد زیر است:

- ❖ نساجی.
- ❖ مواد غذایی.
- ❖ خودرو.
- ❖ الکترونیک.
- ❖ فولاد.
- ❖ نفت.
- ❖ کاغذ.
- ❖ مصالح ساختمانی.
- ❖ مصنوعات چوبی.

معادن عمده ترکیه شامل موارد زیر است:

- ❖ مس.
- ❖ کرومیت.
- ❖ زغال سنگ.
- ❖ طلا.
- ❖ سنگ آهن.
- ❖ مصالح ساختمانی.
- ❖ سرب.
- ❖ نفت خام.
- ❖ اورانیم.
- ❖ گاز.

وضعیت برخی از صنایع عمده ترکیه، در ادامه بیان شده است:

### ❖ صنایع نساجی و پوشاک

تولید انواع پارچه، لباس و کفش از مهم‌ترین بخش‌های صنعتی ترکیه هستند. این صنایع، نزدیک به یک سوم اشتغال صنعتی را به خود جذب کرده‌اند. ترکیه ششمین کشور جهان در زمینه صادرات پوشاک و منسوجات است.

### ❖ صنایع خودرو و قطعات یدکی

امروزه پانزده شرکت تولیدکننده انواع خودرو شامل سواری، اتوبوس، مینی‌بوس، یدک‌کش و کامیون در ترکیه فعالیت می‌کنند.

نزدیک به ۷۱ درصد از تولید خودروی این کشور به بازارهای ایتالیا، فرانسه، انگلستان، آلمان، اسپانیا، رومانی، روسیه، اسلوانی و هلند صادر شده است. در کنار صنعت خودروسازی، صنایع ساخت قطعات یدکی خودرو در ترکیه نیز از رشد چشمگیری برخوردار شده است. عمده بازارهای وارداتی این کالاها کشورهای آلمان، ایتالیا، فرانسه، انگلستان، ایران، مصر و عراق بوده است.

### ❖ صنایع آهن و فولاد

این بخش نقش مهمی را در صنعتی‌سازی و توسعه ترکیه به عهده دارد و هر چند در ابتدا دولتی بود، ولی اکنون کاملاً به بخش خصوصی واگذار شده است.

ترکیه با تولید بالای ۲۴/۴ میلیون تن فولاد خام در سال، یازدهمین کشور بزرگ تولیدکننده فولاد در جهان است.

### ❖ ماشین‌آلات

بخش ماشین‌آلات ترکیه توانایی تولید ماشین‌آلات صنعتی و قطعات و ملزومات آنها را با قیمت رقابتی و کیفیت بالا دارد. این بخش به علت توان بالقوه صادراتی از اهمیت خاصی برخوردار است. آلمان اصلی‌ترین خریدار تولیدات این بخش است و انگلستان، ایتالیا، فرانسه، آمریکا، اسپانیا، روسیه، عراق، رومانی، هلند، بلغارستان، ایران و یونان در رده‌های بعدی قرار دارند.



ماشین‌های نساجی در کنار تامین نیاز بازار داخلی، ظرفیت صادراتی بالایی نیز دارند. ماشین‌آلات نساجی ترکیه به ۱۳۰ کشور صادر می‌شوند. هم‌اکنون، ماشین‌آلات فرآوری صنایع غذایی ترکیه، از مدرن‌ترین نوع خود در منطقه خاورمیانه، آفریقای شمالی، بالکان، منطقه بالتیک و آسیای میانه به شمار می‌رود.

### ❖ صنعت چرم

صنعت چرم از صنایع پیشروی صادراتی کشور ترکیه است که ارزش صادراتی سالانه آن بیش از ششصد میلیون دلار است. بسیاری از بازدیدکنندگان از کشور ترکیه از چرم‌های ساخت این کشور خریداری می‌کنند. بزرگ‌ترین بازارهای فروش این محصولات، کشورهای اروپایی و روسیه هستند.

### ❖ صنعت سرامیک

پیشینه‌ی صنعت سرامیک ترکیه به قرن سیزدهم میلادی باز می‌گردد که در خدمت هنر معماری بوده است. ترکیه برای چندین سال دارای رتبه پنجم جهانی و رتبه سوم در میان کشورهای اروپایی در زمینه تولید کاشی سرامیکی بوده است. در زمینه تولید لوازم بهداشتی نیز رتبه سوم را در میان کشورهای اروپایی و رتبه چهارم را در میان کشورهای جهان دارد. صادرات این بخش از اقتصاد ترکیه روند افزایشی داشته است.

### ❖ صنعت شیشه

این صنعت با داشتن سابقه دیرینه تاریخی، یکی از پیشرفته‌ترین و معروف‌ترین صنایع ترکیه است. تولیدات این بخش شامل تولیدات دستی و کارخانه‌ای است. تولیدات شیشه‌ای خانگی، عمده‌ترین کالاهای صادراتی به شمار می‌روند که به ۱۸۰ کشور جهان از جمله ایران صادر می‌شوند.

### ❖ معدن و صنایع معدنی

بخش معدن از سهم نسبتاً مناسبی در اقتصاد ترکیه برخوردار است. ترکیه یکی از غنی‌ترین کشورها در زمینه منابع معدنی و کانی‌ها در سطح جهان است. ۸۵ درصد از تولید بخش معدن ترکیه دولتی است و پانزده درصد آن توسط بخش خصوصی انجام می‌شود. با به‌کارگیری فناوری مدرن، بخش سنگ نیز از رونق فراوانی برخوردار است.



## ۲-۱. بخش کشاورزی



در سال ۲۰۰۹ میلادی، سهم بخش کشاورزی ترکیه از تولید ناخالص داخلی ۹/۳ درصد بوده است. نزدیک به سی درصد زمین‌های ترکیه برای کشاورزی و کشت میوه و سبزیجات مناسب و ۳/۵ درصد زمین‌ها نیز کشتزارها و زمین‌های سبز دائمی است. ۲۹/۵ درصد نیروی کار ترکیه در بخش کشاورزی فعالیت می‌کنند.

بخش عمده‌ای از نرخ رشد بالای تولید ناخالص داخلی ترکیه، مرهون توسعه کشاورزی این کشور بوده است. این توسعه حاصل اصلاحاتی اساسی است که دولت ترکیه با حمایت بانک جهانی از سال ۲۰۰۱ میلادی آغاز کرده است.

خصوصی کردن بسیاری از سازمان‌های دولتی در بخش کشاورزی، از جمله مهم‌ترین این اصلاحات بود. فعالیت‌های کشاورزی ترکیه در چند منطقه متمرکز شده است که عبارتند از:

❖ کناره‌های دریای مرمره.

❖ اورتپه در سواحل غربی.

❖ مثلث آدنا.

❖ مرسین و اسکندرون در طول مدیترانه.

❖ نواحی اطراف آنکارا.

عمده‌ترین محصولات کشاورزی ترکیه عبارتند از:

❖ توتون و تنباکو.

❖ پنبه.

❖ غلات و گندم.

❖ زیتون.

❖ فندق.

❖ چغندر قند.



- ❖ **حبوبات.**
- ❖ **مرکبات.**
- ❖ **دام و طیور.**

### ۱-۳. بخش خدمات

**بخش خدمات با ۶۵/۱ درصد، بزرگ‌ترین بخش اقتصاد ترکیه را تشکیل می‌دهد. ۴۵/۸ درصد نیروی کار ترکیه در بخش خدمات مشغول به کار هستند.**

برخی از بخش‌های اصلی خدمات در ترکیه عبارتند از:

#### ❖ **پیمانکاری**

امروزه شرکت‌های پیمانکاری ترکیه توان رقابت با شرکت‌های بزرگ پیمانکاری در سطح جهان را دارند. شرکت‌های ترک در چهار قاره آسیا، اروپا، آفریقا و آمریکا و در بیش از ۵۶ کشور جهان با استفاده از استانداردهای جهانی، مدیریتی، مالی و فناوری پروژه‌های مهمی را در دست اجرا دارند.

سه‌م فعالیت‌های پیمانکاری ترکیه به طور میانگین دو درصد از کل خدمات پیمانکاری جهان است. طی سی سال گذشته ارزش فعالیت‌های خدماتی این کشور در حدود پنجاه میلیارد دلار بوده است.

#### ❖ **گردشگری**

قرار گرفتن ترکیه در مسیر اتصال قاره‌های آسیا، اروپا و آفریقا و برخورداری از گنجینه‌های طبیعی و فرهنگی غنی، گردشگران بسیاری را از کشورهای جهان به سوی این کشور جلب کرده است.

آناتولی مهد تمدن‌های بسیاری بوده و نقش بارزی در تاریخ بشر ایفا کرده است. تاریخچه تمدن در این منطقه به هشت هزار سال پیش از میلاد باز





می‌گردد. افزون بر داشتن گنجینه‌های تاریخی و فرهنگی، این کشور از تنوع آب و هوایی و طبیعی برخوردار است و هر چهار فصل سال را می‌توان طی یک روز در نقاط کشور یافت.

زیبایی‌های طبیعت، جنگل‌ها و دریاچه‌های زیبا، سازه‌ها و بناهای تاریخی به جا مانده از تمدن‌های باستانی مانند ایران از جاذبه‌های گردشگری این کشور هستند. از دهه ۱۹۷۰ میلادی، دولت توجه خاصی به گردشگری داشته و با انجام پروژه‌های زیربنایی توانسته است از این منبع درآمدی بهره‌مند شود.

## ۲. جمعیت



ترکیه دارای گروه‌های قومی نسبتاً همگنی است. جمعیت این کشور در سال ۲۰۱۰ میلادی ۷۷/۸ میلیون نفر بوده است که رتبه هفدهم را در جهان دارد. میانگین سنی در این کشور برابر با ۲۸/۱ سال است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که مردم ترکیه از دو تیره‌ی اصلی جمعیتی تشکیل شده‌اند، که شامل ترک و کرد هستند. در جدول شماره‌ی ۲ به سهم تیره‌های جمعیتی مردم این کشور اشاره شده است.

### جدول ۲: تیره‌های جمعیتی مردم ترکیه

درصد	نام تیره	ردیف
۷۵ تا ۷۰	ترک	۱
۱۸	کرد	۲
۱۲ تا ۷	دیگر تیره‌ها	۳

[www.cia.gov](http://www.cia.gov)



ویژگی‌ها و نسبت‌های جمعیتی مردم این کشور نیز در جدول شماره‌ی ۳ بیان شده است.

### جدول ۳: ویژگی‌ها و نسبت‌های جمعیتی ترکیه

ردیف	نسبت یا ویژگی	میزان
۱	نسبت جمعیت زیر ۱۴ سال	۲۶/۹ درصد
۲	نسبت جمعیت ۱۵ تا ۶۴ سال	۶۶/۹ درصد
۳	نسبت جمعیت ۶۵ سال و بالاتر	۶/۲ درصد
۴	نرخ رشد جمعیت	۱/۲۷۲ درصد
۵	نرخ زاد و ولد در هر هزار نفر	۱۸/۲۸
۶	نرخ مرگ و میر در هر هزار نفر	۶/۱
۷	نرخ شهرنشینی (نسبت به جمعیت)	۶۹ درصد
۸	نرخ خالص مهاجرت در هر هزار نفر	۰/۵۳
۹	نرخ مرگ و میر نوزادها (تا یک‌ساله) در هر هزار نفر	۲۴/۸۴
۱۰	نسبت جمعیت مردان به زنان	۱/۰۲
۱۲	نرخ باروری زنان (تعداد موالید به ازای هر زن)	۲/۱۸
۱۳	امید به زندگی در آغاز تولد (مردان)	۷۰/۳۷ سال
۱۴	امید به زندگی در آغاز تولد (زنان)	۷۴/۱۹ سال
۱۵	نرخ باسوادی در کل جمعیت بالای ۱۵ سال	۸۷/۴ درصد
۱۶	نرخ باسوادی در مردان بالای ۱۵ سال	۹۵/۳ درصد
۱۷	نرخ باسوادی در زنان بالای ۱۵ سال	۷۹/۶ درصد

www.cia.gov

### ۳. تولید ناخالص داخلی

در سال ۲۰۰۹ میلادی میزان تولید ناخالص داخلی ترکیه بر اساس نرخ رسمی مبادله ۶۰۸ میلیارد دلار و نرخ رشد تولید ناخالص داخلی برابر با ۵/۶- درصد بوده است

تولید ناخالص داخلی (GDP) به تفکیک سهم بخش‌های عمده‌ی اقتصادی و درآمد سرانه، در جدول شماره‌ی ۴ آمده است.

#### جدول ۴: تولید ناخالص داخلی (GDP) کشور ترکیه به تفکیک سهم بخش‌های عمده اقتصادی در سال ۲۰۰۹ میلادی

شاخص	میزان
تولید ناخالص داخلی (GDP)	۸۶۳/۳ میلیارد دلار (بر اساس برابری قدرت خرید PPP)
تولید ناخالص داخلی (GDP)	۶۰۸ میلیارد دلار (بر اساس نرخ رسمی مبادله)
درآمد سرانه	۱۱,۲۰۰ دلار (بر اساس PPP)
نرخ تغییرات تولید ناخالص داخلی	۵/۶- درصد
سهم بخش صنعت از GDP	۲۵/۶ درصد
سهم بخش کشاورزی از GDP	۹/۳ درصد
سهم بخش خدمات از GDP	۶۵/۱ درصد

www.cia.gov

### ۴. شاخص‌های مهم اقتصادی

سیستم اقتصادی ترکیه تابع بازار آزاد است. در سال ۲۰۰۹ میلادی میزان درآمدهای این کشور برابر با ۱۴۵/۳ میلیارد دلار و هزینه‌ها نیز برابر با ۱۸۰/۶ میلیارد دلار بوده است.

در ادامه به مهم‌ترین شاخص‌های اقتصادی ترکیه بر اساس آخرین آمار و اطلاعات اشاره شده است.

#### ۴-۱. نرخ تورم

نرخ تورم این کشور در سال‌های گذشته با نوسانات متعادلی همراه بوده است. با این حال، نرخ تورم این کشور از سال ۲۰۰۳ میلادی تا کنون روند افزایشی داشته است. البته در سال ۲۰۰۹ میلادی، هم‌زمان با بحران مالی در جهان، این نرخ به یک‌باره تا بیش از ده درصد نیز افزایش یافت. در جدول شماره‌ی ۵ نرخ تورم کشور ترکیه در سال‌های ۲۰۱۰-۲۰۰۳



میلادی آمده است.

### جدول ۵: نرخ تورم ترکیه طی دوره زمانی ۲۰۱۰-۲۰۰۳ میلادی

سال	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	۲۰۱۰
نرخ تورم (درصد)	۴۵/۲	۲۵/۳	۹/۳	۸/۲	۹/۸	۸/۷	۱۰/۴	۶/۵

www.indexmundi.com

### ۲-۴. نرخ بیکاری

بر اساس آمار رسمی، نرخ بیکاری کشور ترکیه در سال ۲۰۱۰ میلادی ۱۴/۵ درصد بوده است که در رده‌ی ۱۴۳ جهان قرار می‌گیرد. نرخ بیکاری در این کشور، در سال ۲۰۰۹ میلادی برابر با ۱۰/۷ درصد و در سال ۲۰۰۸ میلادی برابر با ۹/۹ درصد بوده است. این ارقام نشان می‌دهد که نرخ بیکاری در ترکیه طی سال‌های گذشته افزایش یافته است. در جدول شماره‌ی ۶، نرخ بیکاری طی سال‌های ۲۰۱۰-۲۰۰۳ میلادی آمده است.

### جدول ۶: نرخ بیکاری ترکیه طی دوره زمانی ۲۰۱۰-۲۰۰۳ میلادی

سال	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	۲۰۱۰
نرخ بیکاری (درصد)	۱۰/۸	۱۰/۵	۹/۳	۱۰/۲	۱۰/۲	۹/۹	۱۰/۷	۱۴/۵

www.indexmundi.com

### ۳-۴. دستمزد نیروی کار

در سال ۲۰۰۹ میلادی تعداد نیروی کار ترکیه برابر با ۲۴/۷۴ میلیون نفر بوده است. در سال‌های گذشته، به طور میانگین از این میزان نیروی کاری، ۲۹/۵ درصد در بخش کشاورزی، ۲۴/۷ درصد در بخش صنعت و ۴۵/۸ درصد در بخش خدمات مشغول به کار بوده‌اند.

بر اساس آمار ارایه شده توسط دولت ترکیه، حداقل دستمزدها در نیمه اول سال ۲۰۱۰ میلادی، برای افراد زیر ۱۶ سال برابر با ۶۲۱ لیره ترکیه و برای افراد بالای ۱۶ سال برابر با ۷۲۹ لیره ترکیه بوده است. نرخ افزایش حداقل دستمزدها در نیمه دوم سال ۲۰۱۰ میلادی،

برای افراد زیر ۱۶ سال برابر با ۴/۳ درصد و برای افراد بالای ۱۶ سال برابر با ۵/۲ درصد است.

در بازار نیروی کار این کشور وجود اتحادیه‌ها، تشکل‌های کارگری و سندیکاهای کارفرمایی قدرت انحصاری طرفین بازار را تا حد قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد. بنابراین می‌توان گفت که سطح دستمزدها به نسبت عادلانه و در حد مناسبی قرار دارد.

#### ۴-۴. تراز حساب جاری

بر اساس اطلاعات ارایه شده در سال ۲۰۰۹ میلادی میزان تراز حساب جاری ترکیه برابر با ۱۳,۹۶- میلیارد دلار بوده است.

#### ۴-۵. میزان ذخایر ارزی و طلا

میزان ذخایر ارزی و طلای ترکیه، در پایان سال ۲۰۰۹ میلادی، برابر با ۷۵ میلیارد دلار بوده است.

#### ۵. شبکه‌های توزیع

بر اساس آمار سال ۲۰۰۹ میلادی، وجود ۱۰۲ فرودگاه، برخورداری از حدود ۴۲۷ هزار کیلومتر جاده، ۹ هزار کیلومتر خطوط ریلی، ۶۱۲ کشتی تجاری، شش پایانه بندری و ۷.۲۰۰ هزار کیلومتر خط ساحلی باعث شده که سیستم حمل و نقل کالا در این کشور از وضعیت مناسبی برخوردار باشد. بنابراین می‌توان از سرعت و مدت زمان حمل کالا در تجارت با کشورهای دیگر و همچنین از بنادر و شهرهای این کشور به دیگر شهرهای آن، اطمینان نسبی حاصل کرد. در این کشور شهرهای زیر به عنوان پایانه‌ها و گمرک‌های بازرگانی شناخته می‌شوند:

- ❖ Aliaga
- ❖ Diliskelesi
- ❖ Izmir
- ❖ Kocaeli (Izmit)



### ❖ Mercin Limani

### ❖ Nemrut Limani

در بازار ترکیه هرچند شمار فراوانی عرضه‌کننده وجود دارد، ولی هر تولیدکننده می‌کوشد تا از راه انواع رقابت‌های قیمتی و غیرقیمتی کالای خود را متمایز جلوه دهد.

سیستم توزیع کالا در ترکیه بیش از آن‌که به خرده‌فروشی متکی باشد، بر عمده‌فروشی و فروشگاه‌های بزرگ استوار است. در این کشور فروشگاه‌های بزرگ که بیشتر متعلق به صاحبان صنایع و تولیدکنندگان است، بر اساس اصل بازدهی نسبت به مقیاس، با کاهش هزینه‌های سربار از یک‌سو و مدیریت منسجم از سوی دیگر، اعتماد مشتریان را جلب کرده و بخش عمده‌ای از شبکه توزیع کشور را تشکیل می‌دهند. در این کشور با توجه به گران بودن خدمات به ویژه حمل و نقل، خرده‌فروشی مقرون به صرفه نیست. با این حال سیستم فروشگاه‌های بزرگ این کشور رقابتی بوده و این فروشگاه‌ها با تبلیغات فراوان و دادن تخفیف‌ها و تسهیلات در جذب مشتری تلاش می‌کنند.

موقعیت جغرافیایی و گستردگی این کشور، قرار گرفتن در حد فاصل میان دو قاره آسیا و اروپا و همسایگی آن با دریای مدیترانه و دریای سیاه، ترکیه را از جایگاه ویژه‌ای در سیستم حمل و نقل و ترانزیت دریایی برخوردار ساخته است.

## ۵-۱. بازاریابی و تبلیغات

ترکیه به عنوان یک بازار تجاری رو به رشد، از بازاریابی و تبلیغات به عنوان یکی از ابزارهای توسعه اقتصادی بهره می‌برد. برخی روش‌های تبلیغاتی مناسب در این کشور عبارتند از:

- ❖ بهره‌گیری از ظرفیت فروشگاه‌های زنجیره‌ای و محلی در این کشور.
- ❖ حضور در نمایشگاه‌ها و بازارهای تجاری ویژه‌ی ترکیه.
- ❖ ایجاد ارتباط با توزیع‌کنندگان کلیدی کالا در ترکیه.
- ❖ برقراری ارتباط با شرکت‌های اصلی تجاری و بازرگانان این کشور.
- ❖ حضور در مناطق آزاد تجاری ترکیه و ایجاد پیوند با فعالان اقتصادی در این بخش.
- ❖ طراحی و ارائه‌ی کارت ویزیت به زبان‌های انگلیسی و ترکی استانبولی.
- ❖ نمایش تبلیغات و آگهی‌های بازرگانی کالاها و خدمات در شبکه‌های تلویزیونی این کشور.



❖ تدوین مکاتبات، کاتالوگ‌ها و در کل تبلیغات به زبان‌های انگلیسی و ترکی استانبولی.

❖ چاپ آگهی کالا و خدمات در مجلات بازرگانی ترکیه.

تولیدکنندگان و صادرکنندگان کالاها و خدمات ایرانی از بسیاری از نیازهای موجود در بازار کشور ترکیه، آگاهی کامل ندارند و همین امر موجب شده تا ایران با وجود توانمندی‌های فراوان در زمینه‌های گوناگون، نتواند ارزش صادرات غیرنفتی مناسبی به این کشور داشته باشد.

## ۵-۲. راهکارهای بازاریابی و فروش

در ترکیه همانند دیگر کشورهای جهان راهکارهای ویژه‌ای برای بازاریابی و فروش محصولات وجود دارد. از نظر جغرافیایی اقتصادی، ترکیه یک بازار گسترده است و از تنوع مصرفی، اجتماعی و سیاسی بالایی برخوردار است.

برای بازاریابی و فروش محصولات در این کشور توجه به نکات زیر، ضروری به نظر می‌رسد:

❖ اعتمادسازی و دادن اطمینان به خریداران و تجار در بازار ترکیه اهمیت بالایی دارد.

❖ پیشنهاد می‌شود با توجه به دقت خریداران در زمینه‌ی کیفیت و استاندارد کالاها، برای دریافت گواهی‌های جهانی مرتبط با استاندارد محصول، اقدام شود. مشخصات استاندارد یادشده باید در کاتالوگ‌ها، بروشورها و ابزارهای تبلیغاتی درج شوند.

❖ معرفی محصولات و خدمات در نمایشگاه‌های تخصصی و عمومی، یکی از بهترین راهکارهای جذب مشتریان بالقوه در ترکیه است.

❖ بهره‌برداری از دانش و تجربه‌ی بازرگانان محلی بسیار مفید است.

❖ استفاده از بسته‌بندی‌های مناسب و زیبا همراه با برخی از توضیحات لازم، می‌تواند تا اندازه‌ی بسیاری به جلب خریداران کمک کند.

❖ مطالعه‌ی گزارش‌های بازاریابی و بازاریابی، پیش از ورود به بازار این کشور راهگشاست.

❖ ایجاد شرایط آسان پرداخت و تسهیلات اعتباری مورد نیاز خریداران، می‌تواند کمک فراوانی به مصرف‌کنندگان کالا در مناطق کم‌درآمد کند.



## ۹. منابع طبیعی

منابع طبیعی و معدنی کشور ترکیه شامل زغال سنگ، سنگ آهن، مس، کروم، آنتیموان، جیوه، طلا، سولفات باریوم، بورات، سمباده، سنگ آهک، منیزیم، سنگ مرمر، سنگ مروارید، سنگ پا (سنگ خارا)، سنگ چخماق یا سنگ آتش زنه (سولفور طبیعی آهن) و خاک رس می شود.

در سال ۲۰۰۹ میلادی میزان تولید نفت این کشور ۵۳ هزار بشکه در روز و مصرف برابر با ۵۸۰ هزار بشکه در روز بوده است. میزان ذخایر اثبات شده نفت ترکیه تا آغاز سال ۲۰۰۹ میلادی، برابر با ۲۸۵ میلیون بشکه بوده است.



در سال ۲۰۰۹ میلادی، میزان تولید گاز طبیعی این کشور یک میلیارد متر مکعب در روز و مصرف برابر ۳۵ میلیارد متر مکعب در روز بوده است. میزان ذخایر اثبات شده گاز ترکیه تا آغاز سال ۲۰۰۹ میلادی برابر با ۸/۵ میلیارد متر مکعب بوده است.

ترکیه از دید تنوع زیستی، آب و هوایی و جغرافیایی دارای مناطق گوناگونی است. در این کشور هر چهار فصل سال وجود دارد و گاهی زمستان‌هایی با هوای بسیار سرد رخ می‌دهد.

پست‌ترین نقطه در ترکیه در ساحل دریای مدیترانه با صفر متر بلندی و مرتفع‌ترین نقطه‌ی آن نیز کوه آرارات با ۵.۱۶۶ متر بلندی است. بر اساس نوشته‌های انجیل و نیز نظر باستان‌شناسان، کشتی نوح بر فراز کوه آغری یا همان آرارات در شهر ترکیه فرود آمده است.



# فصل چهارم

## زیرساختها

این فصل از گزارش به بررسی سیستم حمل و نقل، بنادر و راهها، نظام بانکی، نظام بیمه‌ای و زیرساخت‌های ارتباطاتی ترکیه می‌پردازد.

### ۱. حمل و نقل

این کشور از لحاظ زیرساخت‌های حمل و نقل جاده‌ای، ریلی، دریایی و هوایی از امکانات مناسبی برخوردار است. مشخصات سیستم حمل و نقل ترکیه، در ادامه گفته شده است.

#### ۱-۱. جاده‌ای



ترکیه دارای ۴۲۷ هزار کیلومتر جاده است، که نزدیک به دو هزار کیلومتر آن را آزادراهها تشکیل می‌دهند.

ترکیه دارای شبکه‌ای متراکم از راه‌های زمینی است که همه‌ی شهرها، روستاها و مناطق گردشگری این کشور را به هم مرتبط می‌کند. دو جاده اصلی به نام‌های E۸۰ و E۹۰،

ترکیه را به مرزهای اروپایی متصل می‌کند. ایران و عراق نیز از طریق بزرگراه‌های ترکیه امکان دسترسی به اروپا را دارند.

جاده‌های اصلی به خوبی پشتیبانی می‌شوند و به صورت ادواری بازسازی و تعمیر می‌شوند. در جاده‌ها، تجهیزات ایمنی و نشانه‌های استاندارد بین‌المللی وجود دارد و رفت و آمد در

آنها زیر نظر پلیس راه انجام می‌شود. جایگاه‌های سوخت‌گیری، تعمیرگاه‌ها، رستوران‌ها، مکان‌های اقامتی و مساجد در کنارهای جاده‌ها وجود دارند و به خوبی توزیع شده‌اند.

در ترکیه شرکت‌های مسافربری فراوانی وجود دارد که حمل و نقل مسافر را در داخل خاک ترکیه بر عهده دارند. سفرهای بین شهری با استفاده از اتوبوس و سفرهای محلی و روستایی با استفاده از خودروهای ون کوچک به نام «دلموش<sup>۱</sup>» انجام می‌شود. تعدادی از شرکت‌های مسافربری معروف و با سابقه ترکیه عبارتند از:

- ❖ آسیاتور<sup>۲</sup>: در سواحل دریای اژه و مدیترانه و شهر آنکارا فعالیت می‌کند.
- ❖ حکیکی<sup>۳</sup>: شرکت با سابقه مسافربری که در سواحل مدیترانه، اژه و تراجه<sup>۴</sup> فعالیت می‌کند.
- ❖ هدایت گردشگری<sup>۵</sup>: به بخش بزرگی از کشور ترکیه به استثنای تراجه و شرق سرویس می‌دهد.
- ❖ استانبول سیاحت<sup>۶</sup>: به سواحل تراجه، اژه و مدیترانه سرویس می‌دهد و چند شهر در منطقه بالکان را نیز پوشش می‌دهد.
- ❖ کمیل<sup>۷</sup>: یکی از قدیمی‌ترین شرکت‌های مسافربری ترکیه که به بیشتر مناطق ترکیه، به ویژه اژه و نواحی غربی آناتولی سرویس می‌دهد.
- ❖ گردشگری مترو<sup>۸</sup>: یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های مسافربری ترکیه که بیشتر به کشورهای غربی سفر می‌کند.
- ❖ پاموک کال سیاحت<sup>۹</sup>: اصلی‌ترین شرکت فعال در منطقه اژه و آناتولی مرکزی است که به همه‌ی نقاط و شهرهای کوچک این منطقه سرویس می‌دهد.
- ❖ اولوسوی<sup>۱۰</sup>: یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های مسافربری ترکیه که در غرب آناتولی، سواحل دریای سیاه، مدیترانه و اژه فعالیت می‌کند و اروپا و یونان را پوشش می‌دهد.

1. Dolmuse
2. Asya Tur
3. Hakiki Koc
4. Thrace
5. Hidayet Turizm
6. Istanbul Seyahat
7. Kamil Koc
8. Metro Turizm
9. Pamukkale Seyahat
10. Ulusoy

## ❖ واران! نخستین شرکت اتوبوس‌رانی ترکیه است که سرویس‌های بسیار مناسبی برای شهرهای بزرگ این کشور دارد.

افزون بر این، شرکت‌های محلی کوچک‌تری نیز در مسیرهای محلی و منطقه‌ای فعال هستند که گاه سفر با آنها بسیار ارزان‌تر تمام می‌شود. صرف نظر از اتوبوس، امکان کرایه اتومبیل برای سفرهای بین شهری و گردش در شهرها نیز وجود دارد. نرخ تصادفات جاده‌ای در ترکیه سه تا شش برابر میانگین اتحادیه اروپا است و سالانه هفت هزار نفر در جاده‌های ترکیه جان خود را از دست می‌دهند.

## ۲-۱- ریلی



راه‌آهن ملی ترکیه، دارای ۱۰,۸۹۴ کیلومتر خط‌آهن می‌باشد، که ۲,۳۳۶ کیلومتر آن برقی است. هم‌اکنون راه‌آهن، سهم عمده‌ای از کل حمل و نقل ترکیه را برعهده دارد. همگی شهرهای مهم این کشور با قطار به یکدیگر مرتبط هستند.

راه‌آهن ترکیه در سال ۱۹۲۷ میلادی، تاسیس شده است. حمل و نقل ریلی در ترکیه پیشینه‌ای طولانی دارد و به زمان امپراتوری عثمانی بازمی‌گردد. پایانه حیدر پاشای در طرف آسیایی شهر استانبول عمری صد ساله داشته و ارزش تاریخی دارد. این پایانه هم‌اکنون نیز فعال بوده و در کنار خدمات حمل و نقل، کاربردهای فرهنگی نیز دارد.

ترکیه از طریق راه‌آهن با همه‌ی کشورهای همسایه از جمله ایران مرتبط است. از طرف غرب، خط‌آهن ترکیه به یونان و بلغارستان رفته و از شرق به ارمنستان، گرجستان و ایران مرتبط است. از جنوب نیز ترکیه با سوریه و سپس عراق از طریق راه‌آهن ارتباط دارد. خط‌آهن ترکیه-ارمنستان به جهت برخی اختلافات دو کشور در حال حاضر بسته است. بدیهی است که از طریق این خطوط ریلی، امکان تردد کالا و مسافر به سادگی میان کشورهای همسایه وجود دارد.

دیگر پروژه‌های در دست ساخت ترکیه در زمینه حمل و نقل ریلی به شرح زیر است:

- ❖ پروژه تونل زیر «تنگه بسفر» برای اتصال خطوط راه‌آهن طرف آسیایی و اروپایی استانبول، که شبکه راه‌آهن آسیا و خاورمیانه را به اروپا متصل می‌کند. این پروژه در سال ۲۰۰۴ میلادی، آغاز شده است.
- ❖ پروژه خط تندروی استانبول - آنکارا که فاصله زمانی این دو شهر را از ۶/۵ ساعت به ۳ ساعت کاهش می‌دهد.
- ❖ پروژه خط تندروی آنکارا - قونیه که فاصله زمانی این دو شهر را از سه ساعت به یک ساعت کاهش می‌دهد.
- ❖ پروژه خط آهن کارس - تفلیس - باکو که موافقت‌نامه آن در سال ۲۰۰۷ میلادی، میان سه کشور ترکیه، گرجستان و آذربایجان امضا شد. این پروژه نقش مهمی در مبادلات اقتصادی میان کشورهای همسایه با ترکیه ایفا خواهد کرد.

در زمینه خطوط ریل سبک<sup>۱</sup>، ترکیه دارای امکانات مناسبی است. شهرهای استانبول، آنکارا، بورسا، آنتالیا و قونیه تراموا دارند و شهرهای آنکارا، استانبول، ازمیر و بورسا دارای قطار زیرزمینی نیز هستند. در شهر آدانا نیز قطار زیرزمینی در حال راه‌اندازی است.

### ۳-۱. دریایی



ترکیه دارای ۷,۲۰۰ کیلومتر مرز آبی با دریاهای سیاه و مدیترانه است.

ناوگان کشتی‌رانی ترکیه از ۵۴۵ کشتی هزار تنی و بزرگ‌تر تشکیل شده است. از این تعداد، ۳۲ کشتی

خاص حمل نفت، ۵۸ کشتی خاص حمل و نقل مواد شیمیایی، هفت کشتی خاص حمل گاز مایع و یک کشتی دارای سردخانه است و باقی ناوگان، انواع کالا و مسافر را جابجا می‌کنند. افزون بر این تعداد، هشت کشتی متعلق به دیگر کشورها نیز این ناوگان را همراهی

1. Light Rail

می‌کنند. هم‌چنین ۴۷۰ کشتی دیگر نیز در بنادر ترکیه رفت و آمد می‌کنند، که توسط دیگر کشورهای جهان ثبت شده‌اند. مالت با ۱۴۳ کشتی، روسیه با هفتاد کشتی و پاناما با ۵۳ کشتی بیشترین ثبت‌کنندگان کشتی در خاک ترکیه هستند.

### ۱-۳-۱. بنادر

معروف‌ترین بنادر ترکیه عبارتند از:

- ❖ **هوپا، سامسون<sup>۲</sup>، ترابوزان<sup>۳</sup> و زونگولداک<sup>۴</sup> در کنار دریای سیاه.**
- ❖ **اسکندرون<sup>۵</sup>، مرسین<sup>۶</sup> و آنتالیا<sup>۷</sup> در کنار مدیترانه.**
- ❖ **ازمیر<sup>۸</sup> در کنار دریای اژه.**
- ❖ **جملیک<sup>۹</sup>، استانبول<sup>۱۰</sup> و ازمیت<sup>۱۱</sup> در کنار دریای مرمره.**



ترکیه به دلیل داشتن مرزهای طولانی دریایی، دارای بنادر فراوانی است که هر یک کارکرد خود را داشته و برای تخلیه و بارگیری کالا یا مسافران به کار گرفته می‌شوند. بنادر ترکیه به سه دسته بنادر دولتی، بنادر شهرداری و بنادر خصوصی تقسیم می‌شوند.

همگی بنادر مهم، دولتی بوده و توسط موسسات اقتصادی دولتی اداره می‌شوند.

بیشتر آنها به شبکه راه‌آهن ترکیه متصل هستند و هجده بندر نیز امکانات فرود هوایی دارند.

1. Hopa
2. Samsun
3. Trabzon
4. Zonguldak
5. Iskenderon
6. Mercin
7. Antalya
8. Izmir
9. Gemlik
10. Istanbul
11. Izmit



در بسیاری از بنادر ترکیه، امکان تخلیه و بارگیری کالاهای متنوع در حجم بالا وجود دارد. بنادر شهرداری به نسبت کوچک بوده و نیازهای حمل و نقل محلی را تامین می‌کنند. بیشتر بنادر خصوصی نیز متعلق به کارخانه‌های صنعتی هستند.

## ۴-۱. هوایی



ترکیه دارای ۱۱۷ فرودگاه است که از این تعداد ۱۴ فرودگاه بین‌المللی است. فرودگاه بین‌المللی «استانبول» و فرودگاه «اسن بوغای آنکارا» مجهزترین فرودگاه‌های ترکیه هستند.

فرودگاه استانبول دروازه ارتباط هوایی شرق و غرب به شمار می‌رود و هم‌روزه پذیرای صدها پرواز ترانزیت است. در همه‌ی فرودگاه‌های بین‌المللی ترکیه امکانات کامل بارگیری و تخلیه کالا وجود دارد.

شرکت هواپیمایی ملی ترکیه<sup>۱</sup>، به بیشتر شهرهای مهم جهان از جمله تهران، پروازهای روزانه دارد. این شرکت هوایی، از جمله خطوط هوایی معتبر جهان است که خدمات هوایی مناسبی به مسافران ارائه می‌کند. پروازهای داخلی این شرکت، همه‌ی شهرهای ترکیه را پوشش می‌دهد. در کنار شرکت هواپیمایی ترکیه، چندین شرکت هواپیمایی دیگر نیز به نام‌های اونور<sup>۲</sup>، اتلس جت<sup>۳</sup>، ایزایر<sup>۴</sup> و پگاسوس<sup>۵</sup> در خطوط داخلی ترکیه فعالیت می‌کنند که در برخی از آنها پروازهای ارزان‌تری ارائه می‌شود. شرکت هواپیمایی ترکیه در بیشتر شهرهای مهم جهان از جمله تهران، دفتر هواپیمایی دارد.

چند شرکت هوایی چندملیتی مانند سان اکسپرس<sup>۶</sup> و ایزی جت<sup>۷</sup> نیز در ترکیه فعال هستند

1. Turkish Airline
2. Onur Air
3. Atlas jet
4. Iz Air
5. Pegasus Air line
6. Sun Express
7. Easy jet

و پروازهای اختصاصی میان کشورها را دایر کرده‌اند. سان اکسپرس یک شرکت آلمانی-ترکی است که پروازهای ویژه‌ای را از ترکیه به مقصد آلمان، اتریش و سوییس ارائه می‌کند. ایزی جت نیز یک شرکت انگلیسی-ترکی است.

## ۲. نظام بانکی



صنعت بانکداری نقش عمده‌ای در اقتصاد ترکیه ایفا می‌کند. بخش بزرگی از تراکنش‌های مالی، گردش‌های پولی و تشکیل بازارهای سرمایه، توسط بانک‌ها و یا با کمک آنها انجام می‌شود.

تا پیش از سال ۱۹۸۰ میلادی، تنها چهار بانک خارجی در ترکیه وجود داشت. در دهه ۱۹۸۰ میلادی با آزادسازی که در دولت تورگوت اوزال صورت گرفت، شمار

بانک‌های خارجی افزایش یافت و هم‌اکنون بیش از پنجاه بانک خارجی در این کشور شعبه‌های فعال دارند. همه‌ی بانک‌ها در ترکیه بر اساس قانون بانک‌های این کشور و دیگر مقررات بانکی فعالیت می‌کنند. این قانون، «اداره نظارت و تنظیم مقررات بانکی<sup>۱</sup>» را به وجود آورد که از حقوق و منافع سپرده‌گذاران حفاظت می‌کند. انجمن بانک‌های ترکیه<sup>۲</sup>، هیات نمایندگی بخش بانکداری در ترکیه است که برای پیشبرد منافع حرفه‌ای اعضا تاسیس شده است.

بانک‌های ترکیه بر اساس اصول بازار آزاد مالی فعالیت می‌کنند. نرخ‌های بهره توسط بازار تعیین می‌شود و بانک مرکزی در این امر دخالت نمی‌کند، ولی نرخ وام بانک مرکزی به بانک‌های تجاری، بر نرخ بازار تاثیرگذار است. بانک‌های ترکیه مانند دیگر بانک‌های خارجی با یکدیگر رقابت دارند و برای دادن وام به مشتریان‌شان به رقابت می‌پردازند. معمولاً نرخ بهره‌ی بانکی با توجه به نرخ تورم در تغییر است. در حال حاضر نرخ بهره واقعی ترکیه در رتبه دوم جهان قرار دارد. یعنی بیشترین بهره در جهان پس از نیوزلند در ترکیه پرداخت می‌شود.

سپرده‌گذاری در بانک‌های دولتی با ضمانت صد درصدی دولت ترکیه بوده و سپرده‌ها در بانک‌های خصوصی تا سقف ده هزار لیره ترکیه دارای تضمین دولتی است.

1. Banking Regulation and supervision Agency  
2. The Banking Association of Turkey

### ۳. نظام بیمه‌ای

در ترکیه ده شرکت بیمه‌ای در بخش‌های زندگی و غیرزندگی<sup>۱</sup> فعال هستند. پرفروش‌ترین بیمه‌نامه‌ها در این کشور شامل موارد زیر است:

- ❖ بیمه خانه.
- ❖ بیمه درمان و پزشکی.
- ❖ بیمه خودرو.
- ❖ بیمه مسافرت.

همه‌ی این بیمه‌نامه‌ها، با نرخ ثابتی که درصد معینی از ریسک را پوشش می‌دهند، قابل خریداری هستند. برای کسانی که به قصد تجارت و اقامت‌های چند ماهه به ترکیه سفر می‌کنند، آگاهی از وضعیت بیمه در این کشور بسیار مهم است. از آنجا که هزینه‌های درمانی در این کشور بالا است، داشتن بیمه درمان و سلامتی مهم است.

انواع بیمه‌های تجاری نظیر بیمه مسوولیت و بیمه مشاغل نیز در ترکیه وجود دارد که قراردادهای آنها پیچیده‌تر است و بسته به نوع فعالیت تجاری، میزان ریسک حساب شده و حق بیمه دریافت می‌شود. در این نوع بیمه‌ها، ترکیه چندان پیشرفته به شمار نمی‌رود.

بیشتر آژانس‌های ایران که تورهای گردشگری به مقصد ترکیه تنظیم می‌کنند، مسافران را بیمه درمانی می‌کنند، ولی کسانی که بیرون از چارچوب آژانس به ترکیه سفر می‌کنند، بایستی اقدام به خرید بیمه‌نامه مسافرت یا سلامتی کنند. از آنجا که میان شرکت بیمه ایران و برخی از شرکت‌های بیمه‌ای ترک روابط متقابلی وجود دارد، می‌توان در ایران بیمه‌نامه درمان را خریداری کرد و از خدمات آن در ترکیه بهره برد.

برای کسانی که در ترکیه قصد رانندگی دارند، خرید بیمه‌نامه خودرو ضروری است. البته آژانس‌هایی که اتومبیل کرایه می‌دهند، خود اقدام به خرید این بیمه می‌کنند.

### ۴. زیرساخت‌های ارتباطاتی

زیرساخت‌های ارتباطات و فناوری اطلاعات در ترکیه از وضعیت مناسبی برخوردار است. این

1. Life and nonlife Insurance

کشور در سال‌های گذشته سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی فراوانی در این بخش انجام داده است. برخی از موارد درخور توجه در این زمینه عبارتند از:

### ❖ مخابرات

طی دهه‌ی گذشته، بخش مخابرات در ترکیه با تحولات اساسی، سطح فناوری خود را بالا برده است. فعالیت‌های مخابراتی و پستی برای بیش از یک و نیم قرن، از سوی یک سازمان دولتی اداره می‌شد. در سال ۱۹۹۵ میلادی، بخش مخابرات از بخش پست جدا شده و به شرکت دولتی ترک تله‌کام<sup>۱</sup> واگذار شد. این شرکت ارائه‌کننده‌ی هرگونه خدمات مخابراتی به غیر از سیستم GSM (موبایل) در سرتاسر ترکیه است. خطوط اجاره‌ای داخلی<sup>۲</sup> و بین‌المللی<sup>۳</sup>، ماهواره<sup>۴</sup>، تلکس و تله‌تکس<sup>۵</sup>، ارتباطات نقطه به نقطه<sup>۶</sup>، اینترنت پرسرعت<sup>۷</sup>، فیبر نوری و ... از جمله خدماتی است که از سوی این شرکت فراهم می‌شود. سرمایه‌گذاری‌های گسترده، ترکیه را به بزرگ‌ترین قطب مخابراتی در منطقه تبدیل کرده است. ترکیه در مسیر تبدیل شدن به پل مخابراتی جنوب (خاورمیانه و آفریقا)، شمال (کشورهای مشترک منافع)، شرق (خاورمیانه و جمهوری‌های آسیای میانه) و غرب (اروپا) است.

### ❖ تلفن ثابت

همه واحدهای تجاری و مسکونی این کشور دارای یک خط تلفن ثابت هستند. افزون بر این، در همه‌ی شهرها تعداد فراوانی تلفن عمومی وجود دارد و استفاده از کارت تلفن نیز بسیار رایج است. تمامی خطوط تلفن در ترکیه، هفت شماره‌ای هستند و کد ویژه‌ی هر شهر سه شماره دارد.

### ❖ تلفن همراه

پوشش تلفن همراه در ترکیه بسیار گسترده است. از سال ۲۰۰۱ میلادی، شبکه‌های

1. Turk Telekom provider
2. Domestic Leased lines
3. International Leased lines
4. Satellite
5. Telex and teletex
6. Point to point
7. ADSL

خصوصی تلفن همراه به بازار ترکیه وارد شدند. شرکت ترک سل<sup>۱</sup> بزرگ‌ترین اپراتور تلفن همراه در ترکیه است که ۳۵ میلیون مشترک داشته و ارزش بازار آن دوازده میلیارد دلار برآورد می‌شود. پس از آن وُدا فون<sup>۲</sup> با ۱۵/۷ میلیون نفر مشترک و شرکت آوئا<sup>۳</sup> با بیش از ده میلیون نفر مشترک در جایگاه بعدی قرار دارند. این سه شرکت به فناوری‌های GSM، EDGL، GPRS مجهز هستند. خط تلفن همراه در کشور ترکیه ارزان قیمت است و مسافران ترکیه به راحتی می‌توانند در طول سفر یک خط تلفن خریداری کنند. هر چند که امکانات رومینگ تلفن میان ترکیه با بسیاری از کشورها از جمله ایران برقرار است.

### ❖ فیبر نوری

با توجه به این که ترکیه از سه طرف به دریا متصل است، تله کام سرمایه‌گذاری گسترده‌ای در زمینه سیستم‌های کابل دریایی انجام داده است. در حال حاضر، ترکیه دومین عضو بزرگ نخستین سیستم کابل دریایی فیبر نوری در منطقه مدیترانه شرقی است. در بسیاری از شهرهای ترکیه، امکان بهره‌مندی از خدمات فیبر نوری وجود دارد.

### ❖ ماهواره

ترکیه عضو سازمان ماهواره مخابراتی اروپا است و در زمینه فناوری ماهواره‌ای، دستاوردهای فراوانی داشته است. یرتاب چندین ماهواره مخابراتی به فضا و دستیابی به دانش فنی از جمله‌ی این دستاوردها است.

### ❖ اینترنت

ترکیه جزو ده کشور اول اتحادیه اروپا در زمینه تعداد مشترکان اینترنت است. تعداد کاربران اینترنت در ترکیه در سال ۲۰۰۹ میلادی به بیش از ۲۴/۵ میلیون نفر رسیده است. بر اساس آمارهای رسمی، ۸/۵ میلیون نفر به طور مرتب از اینترنت استفاده می‌کنند و حدود پنج میلیون نفر، از طریق فناوری ADSL به اینترنت متصل می‌شوند. هم‌اکنون ۲۵۰ شرکت در زمینه ارایه اینترنت پرسرعت فعالیت می‌کنند.

1. Turk CELL
2. Voda fone
3. Avea

در سال ۲۰۱۰ میلادی در حدود ۱۷/۵ میلیون خط تلفن ثابت در این کشور وجود داشته است. میزان نفوذ تلفن همراه با ۶۵/۸ میلیون خط در سال ۲۰۱۰ میلادی به بیش از ۸۴ درصد رسیده است.

دامنه‌ی نشانی‌های اینترنتی و یا وبسایت‌های ترکیه .tr است همان‌گونه که در ایران .ir است.

جدول شماره‌ی ۷، زیرساخت‌ها و شاخص‌های ارتباطاتی کشور ترکیه در سال ۲۰۱۰ میلادی را نشان می‌دهد.

### جدول ۷: زیرساخت‌ها و شاخص‌های ارتباطاتی ترکیه در سال ۲۰۱۰ میلادی

میزان	شاخص
۱۷/۵ میلیون خط	تعداد خطوط تلفن ثابت
۶۵/۸ میلیون خط	تعداد خطوط تلفن همراه
۲۴/۵ میلیون کاربر	کاربران اینترنتی
۲,۹۶۱ میزبان	تعداد میزبان‌های اینترنتی
۲۵۱ ایستگاه	تعداد ایستگاه‌های تلویزیونی
۱,۰۹۰ ایستگاه	تعداد ایستگاه‌های رادیویی

[www.cia.gov](http://www.cia.gov)





# بخش دوم تجارت خارجی









# فصل پنجم

## اطلاعات کلی

در این فصل، وضعیت تجارت خارجی مشتمل بر وضعیت صادرات و واردات، انواع و میزان گروه‌های کالایی وارد و صادر شده به/ از ترکیه و کشورهای عمده واردکننده و صادرکننده کالا/ از/ به ترکیه بررسی می‌شود. در پایان، سرمایه‌گذاری‌های خارجی انجام شده در این کشور تشریح می‌شود.

### ۱. تراز تجاری

ترکیه در سال ۲۰۰۹ میلادی ۱۰۳/۴۲۱ میلیارد دلار صادرات و ۱۳۲/۹۶۸ میلیارد دلار واردات داشته است این ارقام نشان می‌دهد که تراز تجاری این کشور در سال ۲۰۰۹ میلادی به میزان ۲۹/۵۴۷ میلیارد دلار منفی بوده است

جدول شماره ۸ ارزش صادرات، واردات و تراز تجاری ترکیه طی سال‌های ۲۰۰۵-۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۸: ارزش صادرات، واردات و تراز تجاری ترکیه طی سال‌های ۲۰۰۵-۲۰۰۹ میلادی (میلیارد دلار)

ردیف	شرح	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹
۱	ارزش صادرات	۷۳/۴۷۶	۸۵/۵۳۵	۱۰۷/۲۷۲	۱۳۲/۰۰۲	۱۰۳/۴۲۱
۲	ارزش واردات	۱۱۶/۷۷۴	۱۳۹/۵۷۶	۱۷۰/۰۶۳	۲۰۱/۹۶۱	۱۳۲/۹۶۸
۳	تراز تجاری	-۴۳/۲۹۸	-۵۴/۰۴۱	-۶۲/۷۹۱	-۶۹/۹۵۹	-۲۹/۵۴۷
۴	ارزش مبادلات تجاری	۱۹۰/۲۵۰	۲۲۵/۱۱۱	۲۷۷/۳۳۵	۳۳۳/۹۶۳	۲۳۶/۳۸۹
۵	نسبت صادرات به واردات (درصد)	۶۳	۶۱	۶۳	۶۵	۷۸

www.trademap.org

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، تراز تجاری ترکیه طی دوره پنج‌ساله‌ی ۲۰۰۵-۲۰۰۹ میلادی همواره منفی بوده است.

## ۲. صادرات

ترکیه در سال ۲۰۰۹ میلادی ۱۰۳/۴۲۱ میلیارد دلار صادرات داشته است. اقلام عمده صادراتی این کشور شامل وسایل نقلیه زمینی، دیگ‌های بخار و آبگرم چدن، آهن و فولاد، لباس و متفرعات لباس، کشباف یا قلاب باف ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها و مروارید طبیعی یا پرورده، سنگ‌های گرانبها یا نیمه‌گرانبها می‌شود صادرات این کشور در سال ۲۰۰۹ میلادی با ۲۲ درصد کاهش نسبت به سال پیش از آن، همراه بوده است.

فهرست اقلام مهم صادراتی این کشور به جهان و روند رشد آن، طی دوره ۲۰۰۵-۲۰۰۹ میلادی در جدول شماره‌ی ۹ آمده است.

جدول ۹: اقلام مهم صادراتی و ارزش صادراتی هر یک طی دوره زمانی ۲۰۰۵-۲۰۰۹ میلادی (میلیون دلار)

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند صادرات
	کل محصولات	-	۷۳.۴۷۶	۸۵.۵۳۵	۱۰۷.۲۷۲	۱۳۲.۰۰۲	۱۰۳.۴۲۱	نامنظم
۱	وسایل نقلیه زمینی غیر از نوافل روی خط راه‌آهن یا تراموا	۸۷	۹.۵۶۶	۱۱.۸۸۶	۱۵.۹۰۴	۱۸.۳۲۷	۱۲.۲۵۸	نامنظم
۲	دیگ‌های بخار و آبگرم	۸۴	۵.۲۴۶	۶.۵۱۷	۸.۷۸۱	۱۰.۲۵۸	۸.۱۳۲	نامنظم
۳	چدن، آهن و فولاد	۷۲	۴.۹۷۳	۶.۲۷۳	۸.۳۷۲	۱۴.۹۴۶	۷.۶۴۲	نامنظم
۴	لباس و متفرعات لباس، کشباف یا قلاب باف	۶۱	۶.۵۹۰	۶.۹۳۸	۸.۰۲۲	۷.۸۲۸	۶.۹۳۱	نامنظم
۵	ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها	۸۵	۵.۴۲۳	۶.۳۲۸	۷.۴۲۳	۷.۹۷۰	۶.۶۵۸	نامنظم



ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند صادرات
۶	مروارید طبیعی یا پرورده، سنگ‌های گرانبها یا نیمه‌گرانبها	۷۱	۱.۳۲۶	۱.۸۲۴	۲.۶۲۴	۵.۳۸۳	۵.۹۲۹	افزایشی
۷	سوخت‌های معدنی و نفت خام	۲۷	۲.۶۴۱	۳.۵۶۷	۵.۱۴۸	۷.۵۳۱	۵.۰۳۰	نامنظم
۸	مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد	۷۳	۲.۷۳۱	۳.۳۳۶	۴.۱۳۰	۵.۷۴۲	۴.۵۵۱	نامنظم
۹	لباس و متفرعات لباس، غیرکشیاف یا غیرقلاب‌باف	۶۲	۴.۸۶۲	۴.۷۱۱	۵.۴۴۵	۵.۳۲۷	۴.۲۹۵	نامنظم
۱۰	مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد	۳۹	۱.۷۲۲	۲.۲۱۴	۲.۸۲۲	۳.۵۶۳	۳.۰۹۳	نامنظم
۱۱	میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند	۰۸	۲.۵۰۱	۲.۳۸۸	۲.۶۷۱	۲.۸۵۵	۳.۰۰۲	افزایشی
۱۲	نمک، گوگرد، خاک و سنگ، گچ، آهک و سیمان	۲۵	۱.۱۲۴	۱.۱۵۵	۱.۴۵۴	۲.۲۸۰	۲.۱۶۳	نامنظم
۱۳	کشتی‌ها، قایق‌ها و شناورها	۸۹	۱.۲۵۲	۱.۳۹۹	۱.۸۱۹	۲.۶۴۸	۱.۸۲۶	نامنظم
۱۴	سایر اشیای نسجی دوخته و مهیا	۶۳	۱.۹۷۰	۱.۹۲۰	۲.۱۱۰	۲.۰۹۸	۱.۶۴۸	نامنظم
۱۵	میل؛ میل‌های طبی - جراحی؛ اسباب تخت خواب و همانند	۹۴	۹۵۸	۱.۱۰۲	۱.۴۸۴	۱.۸۹۱	۱.۵۸۹	نامنظم
۱۶	کائوچو و اشیای ساخته شده از کائوچو	۴۰	۱.۰۰۹	۱.۱۹۲	۱.۵۸۹	۱.۸۰۸	۱.۴۶۹	نامنظم
۱۷	آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم	۷۶	۸۷۶	۱.۲۳۴	۱.۶۲۰	۱.۷۷۷	۱.۴۰۰	نامنظم
۱۸	پنبه	۵۲	۱.۱۸۰	۱.۳۳۸	۱.۶۱۱	۱.۶۳۴	۱.۲۷۸	نامنظم

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	رشد صادرات
۱۹	فرآورده‌ها از سبزیجات، میوه‌ها یا از دیگر اجزای نباتات	۲۰	۱.۲۸۱	۱.۱۲۰	۱.۳۱۴	۱.۴۴۱	۱.۲۷۶	نامنظم
۲۰	فرش و دیگر کفیوش‌ها از مواد نسجی	۵۷	۶۷۰	۷۴۳	۹۹۲	۱.۱۵۸	۱.۰۷۶	نامنظم

www.trademap.org

با نگاهی به ارقام جدول بالا درمی‌یابیم که میزان صادرات ترکیه به ویژه در ده گروه کالایی عمده صادراتی، در سال‌های گذشته روند نامنظم داشته است. میزان صادرات این کشور در سال ۲۰۰۹ نسبت به سال ۲۰۰۵ میلادی، ۴۱ درصد رشد داشته است.

کشورهای اروپایی به همراه عراق و آمریکا عمده‌ترین کشورهای واردکننده کالا از ترکیه را تشکیل می‌دهند. آلمان، فرانسه، انگلیس، ایتالیا، عراق، سوئیس و آمریکا هفت کشور عمده‌ی واردکننده‌ی کالا از ترکیه هستند که در مجموع ۳۸/۸ درصد از کالاهای صادراتی ترکیه را وارد می‌کنند. ایران با واردات ۲/۰۴۱ میلیارد دلار کالا از ترکیه در سال ۲۰۰۹ میلادی، در رتبه‌ی چهاردهم قرار دارد.

جدول شماره‌ی ۱۰ مهم‌ترین کشورهای واردکننده کالا از ترکیه و سهم آنها از صادرات این کشور در سال ۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.

### جدول ۱۰: مهم‌ترین کشورهای واردکننده کالا از ترکیه در سال ۲۰۰۹ میلادی (میلیون دلار)

رتبه	نام کشور	ارزش واردات	سهم از کل صادرات (درصد)
۱	آلمان	۹.۸۰۲	۹/۵
۲	فرانسه	۶.۲۱۵	۶
۳	انگلیس	۵.۹۲۳	۵/۷
۴	ایتالیا	۵.۸۹۹	۵/۷
۵	عراق	۵.۱۴۲	۵
۶	سوئیس	۳.۹۳۷	۳/۸



رتبه	نام کشور	ارزش واردات	سهم از کل صادرات (درصد)
۷	آمریکا	۳.۲۴۶	۳/۱
۸	روسیه	۳.۲۰۵	۳/۱
۹	امارات	۳.۰۶۱	۳
۱۰	اسپانیا	۲.۸۲۶	۲/۷
۱۱	مصر	۲.۷۲۷	۲/۶
۱۲	رومانی	۲.۲۱۶	۲/۱
۱۳	هلند	۲.۱۲۴	۲/۱
۱۴	ایران	۲.۰۴۱	۲
۱۵	مناطق آزاد	۱.۹۶۱	۱/۹
۱۶	عربستان	۱.۸۷۴	۱/۸
۱۷	لیبی	۱.۸۲۱	۱/۸
۱۸	بلژیک	۱.۷۹۶	۱/۷
۱۹	الجزایر	۱.۷۸۴	۱/۷
۲۰	چین	۱.۵۹۹	۱/۵

www.trademap.org

### ۳. واردات

ترکیه در سال ۲۰۰۹ میلادی ۱۳۲,۹۶۸ میلیارد دلار واردات داشته است. اقلام عمده وارداتی ترکیه شامل سوخت‌های معدنی و نفت خام، دیگ‌های بخار و آبگرم، ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و قطعات آنها، چدن، آهن و فولاد، وسایل نقلیه زمینی، مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از آن، محصولات دارویی، محصولات شیمیایی آلی و آلات و دستگاه‌های اپتیک، عکاسی و سینماتوگراف می‌شود. واردات این کشور در سال ۲۰۰۹ میلادی با ۳۴ درصد کاهش نسبت به سال پیش از آن، همراه بوده است.

جدول شماره‌ی ۱۱ اقلام مهم وارداتی ترکیه از جهان و ارزش وارداتی هر یک طی دوره زمانی ۲۰۰۹-۲۰۰۵ میلادی را نشان می‌دهد.

## جدول ۱۱: اقلام مهم وارداتی و ارزش هر یک طی دوره زمانی ۲۰۰۵-۲۰۰۹ میلادی (میلیون دلار)

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند واردات
	کل محصولات	-	۱۱۶.۷۷۴	۱۳۹.۵۷۶	۱۷۰.۰۶۳	۲۰۱.۹۶۱	۱۳۲.۹۶۸	نامنظم
۱	سوختهای معدنی و نفت خام	۲۷	۲۱.۲۵۶	۲۸.۸۵۹	۳۳.۸۸۳	۴۸.۲۸۱	۲۱.۷۰۴	نامنظم
۲	دیگهای بخار و آبگرم	۸۴	۱۶.۴۰۰	۱۸.۹۹۹	۲۲.۵۷۰	۲۲.۵۳۹	۱۷.۱۰۵	نامنظم
۳	ماشین آلات و دستگاههای برقی و اجزا و قطعات آنها	۸۵	۹.۶۶۴	۱۰.۸۸۱	۱۳.۲۹۵	۱۳.۸۹۲	۱۲.۲۳۲	نامنظم
۴	چدن، آهن و فولاد	۷۲	۹.۴۵۸	۱۱.۵۲۵	۱۶.۱۸۲	۲۳.۱۵۸	۱۱.۳۳۱	نامنظم
۵	وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه آهن یا تراموا	۸۷	۱۰.۵۵۳	۱۱.۴۰۸	۱۲.۳۹۷	۱۲.۷۹۰	۸.۹۶۰	نامنظم
۶	مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد	۳۹	۵.۷۹۶	۶.۹۱۸	۸.۶۸۸	۹.۳۸۶	۶.۹۳۵	نامنظم
۷	محصولات دارویی	۳۰	۲.۸۴۹	۳.۰۳۶	۳.۵۲۴	۴.۳۶۱	۴.۰۷۶	نامنظم
۸	محصولات شیمیایی آلی	۲۹	۳.۵۳۲	۳.۶۴۲	۳.۹۹۶	۴.۴۲۱	۳.۳۳۸	نامنظم
۹	آلات و دستگاههای اپتیک، عکاسی و سینماتوگرافی	۹۰	۲.۴۷۳	۲.۷۲۳	۳.۰۱۲	۳.۴۴۵	۲.۸۲۸	نامنظم
۱۰	کاغذ و مقوا؛ اشیای ساخته شده از خمیر کاغذ، از کاغذ یا از مقوا	۴۸	۱.۷۶۷	۲.۰۴۳	۲.۴۷۰	۲.۶۰۵	۲.۲۱۱	نامنظم
۱۱	پنبه	۵۲	۲.۰۷۹	۲.۰۹۰	۲.۸۳۰	۲.۳۳۲	۲.۰۹۶	نامنظم
۱۲	مروارید طبیعی یا پرورده، سنگهای گرانبها یا نیمه گرانبها	۷۱	۴.۲۲۷	۴.۴۰۶	۵.۹۰۶	۵.۶۵۴	۲.۰۰۴	نامنظم
۱۳	مس و مصنوعات از مس	۷۴	۱.۴۵۸	۲.۴۶۹	۳.۱۵۲	۳.۲۷۶	۱.۹۸۵	نامنظم
۱۴	آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم	۷۶	۱.۲۳۲	۱.۷۹۷	۲.۳۵۳	۲.۵۴۴	۱.۶۰۲	نامنظم



ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند واردات
۱۵	کائوچو و اشیای ساخته شده از کائوچو	۴۰	۱.۲۰۵	۱.۵۵۵	۱.۸۷۲	۲.۲۱۹	۱.۵۵۳	نامنظم
۱۶	مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد	۷۳	۱.۱۸۵	۱.۴۸۹	۱.۸۳۷	۲.۲۲۷	۱.۵۲۸	نامنظم
۱۷	الیاف سنتتیک یا مصنوعی غیر یکسره	۵۵	۱.۱۳۸	۱.۳۴۹	۱.۸۷۹	۱.۶۹۶	۱.۵۱۸	نامنظم
۱۸	محصولات گوناگون شیمیایی	۳۸	۱.۱۳۱	۱.۲۹۹	۱.۵۳۷	۱.۷۳۳	۱.۴۷۱	نامنظم
۱۹	عصاره‌های دباغی یا رنگرزی، تانرها و مشتقات آنها	۳۲	۱.۱۲۵	۱.۲۸۸	۱.۵۲۹	۱.۵۷۹	۱.۲۷۴	نامنظم
۲۰	رشته‌های سنتتیک یا مصنوعی	۵۴	۱.۱۲۰	۱.۲۰۶	۱.۵۷۶	۱.۴۹۴	۱.۲۴۲	نامنظم
۲۱	کشتی‌ها، قایق‌ها و شناورها	۸۹	۱.۱۶۶	۳۱۷	۷۱۲	۸۷۴	۱.۲۰۲	نامنظم
۲۲	غلات	۱۰	۱۹۰	۱۶۷	۹۷۳	۲.۱۳۷	۱.۲۰۲	نامنظم
۲۳	لباس و متفرعات لباس، غیر کتشفاف یا غیر قلاب‌باف	۶۲	۴۳۳	۵۸۰	۸۵۸	۱.۲۳۱	۱.۱۵۸	نامنظم
۲۴	چوب و اشیای چوبی؛ زغال چوب	۴۴	۷۹۵	۹۳۵	۱.۱۵۹	۱.۱۵۹	۱.۰۹۹	نامنظم
۲۵	محصولات شیمیایی غیر آلی، ترکیبات آلی یا غیر آلی فلزات گرانبها	۲۸	۷۸۰	۸۸۱	۱.۱۰۵	۱.۶۸۵	۱.۰۹۷	نامنظم
۲۶	چربی‌ها و روغن‌های حیوانی یا نباتی	۱۵	۷۲۴	۹۰۷	۷۹۶	۱.۶۵۸	۱.۰۹۴	نامنظم
۲۷	کودهای شیمیایی	۳۱	۷۵۵	۷۸۴	۹۹۷	۱.۴۸۲	۱.۰۵۷	نامنظم
۲۸	دانه و میوه‌های روغن‌دار، دانه و بذر و میوه‌های گوناگون	۱۲	۶۹۸	۶۱۶	۱.۰۲۰	۱.۴۶۵	۱.۰۵۴	نامنظم
۲۹	وسایل نقلیه هوایی، فضایی و اجزا و قطعات آنها	۸۸	۳۱۴	۱.۴۸۹	۱.۱۴۵	۱.۵۸۳	۱.۰۵۰	نامنظم



ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند واردات
۳۰	سنگ فلز، جوش و خاکستر	۲۶	۳۹۵	۶۱۸	۷۲۰	۸۴۴	۹۶۲	افزایشی
۳۱	روغن‌های اسانسی و شبه‌رزین‌ها (رزینوئیدها)	۳۳	۵۳۱	۶۲۹	۷۵۵	۸۴۵	۸۳۹	نامنظم
۳۲	مبل؛ مبل‌های طبی - جراحی؛ اسباب تخت‌خواب و همانند	۹۴	۵۳۰	۷۳۴	۹۹۱	۱.۱۱۴	۷۸۸	نامنظم
۳۳	لباس و متفرعات لباس، کشباف یا قلاب باف	۶۱	۲۵۳	۳۷۵	۵۳۹	۷۶۱	۷۵۳	نامنظم
۳۴	لکوموتیوهای راه آهن یا تراموا، نواقل روی خط راه آهن و اجزا و قطعات آنها	۸۶	۸۳	۱۱۳	۱۷۰	۳۴۶	۷۴۳	افزایشی
۳۵	آخال و تغاله صنایع خوراک سازی، خوراکی‌های آماده برای حیوانات	۲۳	۳۴۱	۳۱۶	۵۴۸	۷۷۳	۵۵۶	نامنظم
۳۶	کفش، گتر و اشیای همانند، اجزای این اشیا	۶۴	۴۱۳	۵۱۵	۵۷۰	۶۷۳	۵۳۹	نامنظم
۳۷	صابون، فرآورده‌ها برای شستشو و فرآورده‌های روان کننده	۳۴	۳۴۲	۴۰۲	۵۱۲	۶۴۱	۵۲۰	نامنظم
۳۸	مصنوعات گوناگون از فلزات معمولی	۸۳	۴۰۹	۴۹۴	۶۴۲	۷۰۹	۴۹۹	نامنظم
۳۹	شیشه و مصنوعات شیشه‌ای	۷۰	۴۴۲	۵۳۶	۶۱۸	۵۹۴	۴۷۳	نامنظم
۴۰	کالاهای دسته‌بندی نشده (سایر کالاها)	۹۹	۱۴۲	۲۸۶	۳۴۷	۳۹۲	۴۲۹	افزایشی
۴۱	توتون و تنباکو و بدل توتون و تنباکوی ساخته شده	۲۴	۲۷۶	۲۵۶	۳۰۲	۳۹۲	۴۰۰	نامنظم



ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند واردات
۴۲	ابزارها، ابزار آلات، مصنوعات چاقوسازی، قاشق و چنگال	۸۲	۳۴۲	۴۶۸	۴۹۴	۵۸۵	۳۹۷	نامنظم
۴۳	نمد و پارچه‌های نبافته؛ نخ‌های ویژه؛ ریسمن و طناب	۵۶	۲۶۴	۲۹۷	۳۷۹	۴۱۷	۳۷۳	نامنظم
۴۴	محصولات حاصل از نشاسته یا فکول تغییر یافته، چسب‌ها، آنزیم‌ها	۳۵	۲۳۷	۲۶۱	۳۲۷	۳۷۲	۳۶۶	نامنظم
۴۵	اشیای ساخته شده از چرم؛ مصنوعات زین و برگ‌سازی و لوازم سفر	۴۲	۲۷۷	۳۶۵	۴۷۱	۵۳۷	۳۶۵	نامنظم
۴۶	خمیر چوب یا سایر مواد الیافی سلولزی؛ کاغذ یا مقوا برای بازیافت	۴۷	۲۷۸	۳۴۶	۴۱۱	۴۷۳	۳۴۲	نامنظم
۴۷	بازیچه، اسباب بازی و لوازم ورزش، اجزا و قطعات و متفرعات آنها	۹۵	۲۳۸	۳۰۰	۳۷۵	۴۰۵	۳۳۵	نامنظم
۴۸	فرآورده‌های خوراکی گوناگون	۲۱	۲۷۸	۳۳۲	۳۶۷	۳۸۷	۳۲۹	نامنظم
۴۹	مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان، پنبه‌نسوز (Asbestos)، میکا یا از مواد همانند	۶۸	۲۴۸	۳۲۸	۳۶۳	۴۰۲	۳۲۶	نامنظم
۵۰	میوه‌های خوراکی، پوست م مرکبات یا پوست خربزه و همانند	۰۸	۱۵۴	۱۹۰	۲۵۳	۳۱۹	۳۱۲	نامنظم
۵۱	پشم، موی نرم (کرک)	۵۱	۴۱۰	۴۲۰	۴۷۳	۴۵۶	۳۰۸	نامنظم
۵۲	کاکائو و فرآورده‌های آن	۱۸	۱۸۳	۱۸۶	۲۳۶	۲۸۴	۳۰۶	
۵۳	مصنوعات گوناگون	۹۶	۲۹۴	۳۲۲	۳۷۲	۳۸۱	۲۹۹	نامنظم

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند واردات
۵۴	پوست خام (غیر از پوست‌های نرم) و چرم	۴۱	۴۷۳	۵۶۶	۶۱۰	۵۱۸	۲۹۶	نامنظم
۵۵	محصولات سرامیکی	۶۹	۲۳۴	۳۷۰	۳۸۹	۴۰۷	۲۷۳	نامنظم
۵۶	نمک، گوگرد، خاک و سنگ، گچ، آهک و سیمان	۲۵	۲۶۶	۳۸۲	۳۸۸	۵۰۴	۲۶۰	نامنظم
۵۷	روی و مصنوعات از روی	۷۹	۲۲۹	۴۸۵	۵۱۹	۳۴۳	۲۵۲	نامنظم
۵۸	سبزیجات، نباتات، ریشه و غده‌های زیرخاکی خوراکی	۰۷	۷۹	۶۹	۱۲۴	۴۰۰	۲۴۶	نامنظم
۵۹	پارچه‌های کشاف یا قلاب باف	۶۰	۱۷۱	۱۷۸	۲۲۳	۲۳۹	۲۳۰	نامنظم
۶۰	پارچه‌های نسجی آغشته، اندوده، پوشانده یا مطبق شده	۵۹	۲۰۶	۱۸۵	۲۲۲	۲۵۴	۲۱۹	نامنظم

www.trademap.org

همان‌گونه که جدول بالا نشان می‌دهد، میزان واردات کالا در بیشتر گروه‌های کالایی، به ویژه در ده گروه کالایی عمده وارداتی، نامنظم بوده است. میزان واردات این کشور در سال ۲۰۰۹ نسبت به سال ۲۰۰۵ میلادی، تنها ۱۴ درصد رشد داشته است.

کشورهای آلمان، روسیه، چین، آمریکا، ایتالیا، فرانسه، اسپانیا و انگلستان هشت شریک عمده‌ی وارداتی ترکیه (صادرکنندگان به ترکیه) هستند. این کشورها بیش از ۵۳ درصد از ارزش صادرات کالا به ترکیه در سال ۲۰۰۹ میلادی را در اختیار داشته‌اند.

حضور آلمان، ایتالیا، فرانسه، اسپانیا و انگلستان در میان کشورهای عمده‌ی صادرکننده به ترکیه، به دلیل عضویت این کشورها در موافقت‌نامه تجارت آزاد ترکیه با اتحادیه اروپاست. بنابراین اهمیت عضویت در موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد با دیگر کشورها، در زمینه صادرات کشورهای یاد شده به ترکیه مشهود است.

مهم‌ترین صادرکنندگان کالا به ترکیه و ارزش صادرات آن‌ها در سال ۲۰۰۹ میلادی در جدول شماره‌ی ۱۲ آمده است.



## جدول ۱۲: مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به ترکیه در سال ۲۰۰۹ میلادی (میلیون دلار)

رتبه	نام کشور	ارزش صادرات	سهم از کل واردات (درصد)
۱	آلمان	۱۴,۰۹۰	۱۰/۶
۲	روسیه	۱۳,۶۵۸	۱۰/۳
۳	چین	۱۲,۶۶۱	۹/۵
۴	آمریکا	۸,۵۷۷	۶/۵
۵	ایتالیا	۷,۶۸۶	۵/۸
۶	فرانسه	۷,۰۹۰	۵/۳
۷	اسپانیا	۳,۷۷۵	۲/۸
۸	انگلستان	۳,۴۷۰	۲/۶
۹	اوکراین	۳,۲۴۱	۲/۴
۱۰	کره جنوبی	۳,۱۱۶	۲/۳
۱۱	ژاپن	۲,۷۷۹	۲/۱
۱۲	هلند	۲,۵۶۰	۱/۹
۱۳	بلژیک	۲,۳۷۱	۱/۸
۱۴	رومانی	۲,۳۶۱	۱/۸
۱۵	الجزایر	۲,۰۳۱	۱/۵
۱۶	سوئیس	۲,۰۰۰	۱/۵
۱۷	هند	۱,۸۹۴	۱/۴
۱۸	سوئد	۱,۸۸۸	۱/۴
۱۹	لهستان	۱,۸۱۸	۱/۴
۲۰	ایران	۱,۸۰۲	۱/۴
۲۱	عربستان	۱,۶۹۲	۱/۳
۲۲	تایوان	۱,۳۳۹	۱
۲۳	اتریش	۱,۲۰۵	۰/۹
۲۴	بلغارستان	۱,۱۵۴	۰/۹
۲۵	یونان	۱,۱۳۷	۰/۹

رتبه	نام کشور	ارزش صادرات	سهم از کل واردات (درصد)
۲۶	برزیل	۱,۱۲۱	۰/۸
۲۷	آفریقای جنوبی	۱,۱۰۲	۰/۸
۲۸	رژیم اشغالگر قدس	۱,۰۸۶	۰/۸
۲۹	قزاقستان	۱,۰۷۷	۰/۸
۳۰	جمهوری چک	۱,۰۲۷	۰/۸

www.trademap.org

#### ۴. کشورهای عمده صادرکننده

در این بخش، کشورهای عمده‌ی صادرکننده به ترکیه معرفی می‌شوند. این اطلاعات می‌تواند تصویر روشنی از رقبای بالقوه و رقبای کنونی در گروه‌های کالایی اصلی صادراتی به ترکیه برای بازرگانان ایرانی فراهم کند. برابر آمار، شش کشور نخست در هر گروه کالایی به طور میانگین بیش از شصت درصد کالاها را وارد کرده‌اند. در جداول ۱۳ تا ۳۲، شش کشور نخست صادرکننده و سهم هر کدام در بیست گروه کالایی اول ارایه شده در جدول شماره ۱۱ آمده است.

#### جدول ۱۳: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین سوخت‌های معدنی و نفت خام در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	روسیه	۸,۸۲۴	۴۰/۷
۲	الجزایر	۱,۸۵۶	۸/۶
۳	ایران	۱,۴۵۰	۶/۷
۴	عربستان	۱,۰۴۸	۴/۸
۵	عراق	۹۲۹	۴/۳
۶	آمریکا	۷۴۰	۳/۴
جمع کل واردات ترکیه: ۲۱,۷۰۴ میلیون دلار			

www.trademap.org



### جدول ۱۴: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین دیگ‌های بخار و آبگرم در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	چین	۳,۳۰۲	۱۹/۳
۲	آلمان	۲,۹۰۰	۱۷
۳	ایتالیا	۱,۸۵۷	۱۰/۹
۴	فرانسه	۱,۳۵۴	۷/۹
۵	آمریکا	۹۶۴	۵/۶
۶	ژاپن	۹۱۰	۵/۳
جمع کل واردات ترکیه: ۱۷,۱۰۵ میلیون دلار			

www.trademap.org

### جدول ۱۵: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	چین	۳,۳۴۲	۲۷/۳
۲	آلمان	۱,۵۶۴	۱۲/۸
۳	فرانسه	۶۰۵	۴/۹
۴	ایتالیا	۵۶۳	۴/۶
۵	مجارستان	۵۴۷	۴/۵
۶	کره جنوبی	۵۳۴	۴/۴
جمع کل واردات ترکیه: ۱۲,۲۳۲ میلیون دلار			

www.trademap.org

### جدول ۱۶: مهم ترین رقبای موجود در تامین چدن، آهن و فولاد در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	روسیه	۱,۸۶۶	۱۶/۵
۲	اوکراین	۱,۵۷۰	۱۳/۹
۳	آمریکا	۱,۰۹۴	۹/۷
۴	رومانی	۹۳۹	۸/۳
۵	بلژیک	۶۰۶	۵/۳
۶	آلمان	۵۷۷	۵/۱
جمع کل واردات ترکیه: ۱۱,۳۳۱ میلیون دلار			

www.trademap.org

### جدول ۱۷: مهم ترین رقبای موجود در تامین وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه آهن یا تراموا در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	آلمان	۲,۵۳۴	۲۸/۳
۲	فرانسه	۱,۲۴۶	۱۳/۹
۳	اسپانیا	۹۴۸	۱۰/۶
۴	ایتالیا	۵۵۲	۶/۲
۵	کره جنوبی	۴۸۸	۵/۴
۶	ژاپن	۴۴۵	۵
جمع کل واردات ترکیه: ۸,۹۷۰ میلیون دلار			

www.trademap.org



**جدول ۱۸: مهم ترین رقبای موجود در تامین مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)**

ردیف	مهم ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	آلمان	۹۹۳	۱۴/۳
۲	بلژیک	۵۱۹	۷/۵
۳	ایتالیا	۴۶۶	۶/۷
۴	عربستان	۴۶۱	۶/۷
۵	فرانسه	۴۵۲	۶/۵
۶	هلند	۳۶۳	۵/۲
جمع کل واردات ترکیه: ۶,۹۳۵ میلیون دلار			

www.trademap.org

**جدول ۱۹: مهم ترین رقبای موجود در تامین محصولات دارویی در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)**

ردیف	مهم ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	آلمان	۷۱۴	۱۷/۵
۲	آمریکا	۵۲۲	۱۲/۸
۳	سوئیس	۴۲۳	۱۰/۴
۴	فرانسه	۴۰۲	۹/۹
۵	انگلستان	۳۷۱	۹/۱
۶	ایرلند	۳۰۳	۷/۴
جمع کل واردات ترکیه: ۴,۰۷۶ میلیون دلار			

www.trademap.org



### جدول ۲۰: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین محصولات شیمیایی آلی در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	آلمان	۳۵۶	۱۰/۷
۲	آمریکا	۳۴۰	۱۰/۲
۳	هند	۳۱۹	۹/۶
۴	چین	۲۸۸	۸/۶
۵	اسپانیا	۱۸۲	۵/۵
۶	فرانسه	۱۶۲	۴/۹
جمع کل واردات ترکیه: ۳,۳۳۸ میلیون دلار			

www.trademap.org

### جدول ۲۱: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین آلات و دستگاه‌های اپتیک، عکاسی، سینماتوگرافی در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	آمریکا	۵۸۲	۲۰/۶
۲	آلمان	۵۴۱	۱۹/۱
۳	چین	۲۵۰	۸/۸
۴	ایتالیا	۲۱۶	۷/۶
۵	فرانسه	۲۰۱	۷/۱
۶	ژاپن	۱۷۹	۶/۳
جمع کل واردات ترکیه: ۲,۸۲۸ میلیون دلار			

www.trademap.org



**جدول ۲۲: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین کاغذ و مقوا؛ اشیای ساخته‌شده از خمیر کاغذ، از کاغذ یا از مقوا در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)**

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	آلمان	۴۱۰	۱۸/۵
۲	سوئد	۲۱۴	۹/۷
۳	فنلاند	۱۹۱	۸/۶
۴	آمریکا	۱۷۲	۷/۸
۵	روسیه	۱۴۱	۶/۴
۶	ایتالیا	۱۳۱	۵/۹
جمع کل واردات ترکیه: ۲,۲۱۱ میلیون دلار			

www.trademap.org

**جدول ۲۳: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین پنبه در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)**

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	آمریکا	۵۲۷	۲۵/۱
۲	پاکستان	۳۰۳	۱۴/۴
۳	یونان	۲۵۷	۱۲/۳
۴	چین	۱۵۸	۷/۵
۵	ترکمنستان	۱۴۸	۷
۶	هند	۱۳۲	۶/۳
جمع کل واردات ترکیه: ۲,۰۹۶ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۴: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین مروارید طبیعی یا پرورده، سنگ‌های گرانبها یا نیمه گرانبها در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	سوئیس	۵۷۶	۲۸/۸
۲	امارات	۵۲۱	۲۶
۳	آفریقای جنوبی	۴۵۸	۲۲/۸
۴	ایتالیا	۱۳۴	۶/۷
۵	چین	۶۳	۳/۲
۶	آمریکا	۴۰	۲

جمع کل واردات ترکیه: ۲,۰۰۴ میلیون دلار

www.trademap.org

جدول ۲۵: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین مس و مصنوعات از مس در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	قزاقستان	۴۸۲	۲۴/۳
۲	روسیه	۳۳۷	۱۷
۳	بلغارستان	۲۳۹	۱۲/۱
۴	ازبکستان	۲۳۷	۱۲
۵	شیلی	۱۵۲	۷/۶
۶	اسپانیا	۱۴۴	۷/۳

جمع کل واردات ترکیه: ۱,۹۸۵ میلیون دلار

www.trademap.org



### جدول ۲۶: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	روسیه	۴۳۳	۲۷
۲	نروژ	۱۴۰	۸/۷
۳	آلمان	۱۰۹	۶/۸
۴	تاجیکستان	۹۶	۶
۵	اوکراین	۷۹	۴/۹
۶	امارات	۶۹	۴/۳
جمع کل واردات ترکیه: ۱,۶۰۲ میلیون دلار			

www.trademap.org

### جدول ۲۷: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین کائوچو و اشیای ساخته شده از کائوچو در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	آلمان	۱۸۱	۱۱/۶
۲	ایتالیا	۱۳۴	۸/۶
۳	فرانسه	۱۳۰	۸/۳
۴	نایلند	۱۰۵	۶/۸
۵	کره جنوبی	۱۰۳	۶/۷
۶	ژاپن	۹۸	۶/۳
جمع کل واردات ترکیه: ۱,۵۵۳ میلیون دلار			

www.trademap.org

**جدول ۲۸: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)**

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	چین	۳۰۹	۲۰/۲
۲	ایتالیا	۲۴۶	۱۶/۱
۳	آلمان	۲۲۴	۱۴/۷
۴	فرانسه	۱۲۹	۸/۴
۵	آمریکا	۵۳	۳/۵
۶	اتریش	۵۱	۳/۴
جمع کل واردات ترکیه: ۱,۵۲۸ میلیون دلار			

www.trademap.org

**جدول ۲۹: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین الیاف سنتتیک یا مصنوعی غیر یکسره در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)**

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	چین	۲۲۹	۱۵/۱
۲	اندونزی	۲۰۰	۱۳/۲
۳	هند	۱۷۸	۱۱/۷
۴	آلمان	۱۳۳	۸/۸
۵	اتریش	۱۲۱	۷/۹
۶	تایلند	۱۱۶	۷/۶
جمع کل واردات ترکیه: ۱,۵۱۸ میلیون دلار			

www.trademap.org



### جدول ۳۰: مهم ترین رقبای موجود در تامین محصولات گوناگون شیمیایی در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	آلمان	۳۱۸	۲۱/۶
۲	ایتالیا	۱۶۹	۱۱/۵
۳	فرانسه	۱۴۵	۹/۸
۴	آمریکا	۱۱۶	۷/۹
۵	انگلستان	۸۱	۵/۵
۶	ایرلند	۷۷	۵/۲
جمع کل واردات ترکیه: ۱,۴۷۱ میلیون دلار			

www.trademap.org

### جدول ۳۱: مهم ترین رقبای موجود در تامین عصاره های دباغی یا رنگریزی، تانن ها و مشتقات آنها در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	آلمان	۲۶۱	۲۰/۵
۲	ایتالیا	۱۲۲	۹/۶
۳	چین	۱۱۰	۸/۷
۴	فرانسه	۸۴	۶/۶
۵	هند	۷۸	۶/۱
۶	انگلیس	۶۹	۵/۴
جمع کل واردات ترکیه: ۱,۲۷۴ میلیون دلار			

www.trademap.org

## جدول ۳۲: مهم ترین رقبای موجود در تامین رشته‌های سنتتیک یا مصنوعی در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	مهم ترین رقبای موجود	ردیف
۲۱/۹	۲۷۲	چین	۱
۱۰/۹	۱۳۵	اندونزی	۲
۹/۷	۱۲۰	کره جنوبی	۳
۷/۸	۹۷	ویتنام	۴
۷/۴	۹۲	مالزی	۵
۵/۲	۶۵	هند	۶

جمع کل واردات ترکیه: ۱,۲۴۲ میلیون دلار

www.trademap.org

### ۴-۱. تحلیل مزیت‌های ایران در تامین کالاهای عمده وارداتی ترکیه

بررسی کشورهای اصلی تامین کننده کالاهای مهم وارداتی ترکیه (بیست فصل اول) نشان می‌دهد که ایران با وجود توانمندی صادرات کالاهای مورد بررسی، فقط جزو تامین کنندگان اصلی کالاهای ذیل فصل ۲۷ کتاب تعرفه (سوخت‌های معدنی و نفت خام) در بازار ترکیه است. بررسی توانمندی‌های ایران در تامین کالاهای مهم وارداتی ترکیه، نشان می‌دهد که شرکت‌های ایرانی از ظرفیت گسترده‌ای در تامین نیازهای بازار این کشور برخوردار هستند.

شرکت‌های ایرانی تولیدکننده کالاهای ذیل فصول ۸۴ کتاب تعرفه (دیگ‌های بخار و آب گرم) و ۸۷ کتاب تعرفه (وسایل نقلیه زمینی)، از توانمندی صادراتی گسترده‌ای برخوردارند. شرکت‌های ایرانی در سال ۲۰۰۹ میلادی، نوزده میلیون دلار وسایل نقلیه زمینی به ترکیه صادر کرده‌اند. از این رو با برنامه‌ریزی برای حضور بلندمدت در بازار ترکیه، سهم صادرات ایران به این کشور در این گروه کالایی، تا اندازه‌ی زیادی می‌تواند افزایش یابد.

ایران در گروه‌های کالایی ۷۲ (چدن، آهن و فولاد) و ۲۹ (محصولات شیمیایی آلی) نیز از پتانسیل و ظرفیت بالایی برخوردار است و می‌تواند سهم بازار خود را تا حدود زیادی در این گروه کالایی افزایش دهد.

بررسی مزیت‌های ایران در صادرات کالاهای ذیل فصول ۳۹ (مواد پلاستیکی)، ۳۸ (محصولات



گوناگون شیمیایی)، ۷۴ (مس و مصنوعات آن) و ۷۶ (آلومینیوم و مصنوعات آن) نشان از ظرفیت‌های گسترده‌ی ایران، برای توسعه‌ی صادرات به بازار این کشور است.

بررسی برتری‌های صادراتی ایران در بیست فصل اول وارداتی ترکیه نشان می‌دهد که شرکت‌های ایرانی، توانایی تامین بخش بزرگی از کالاهای ذیل ۹ فصل شامل فصول ۲۷، ۲۹، ۳۸، ۳۹، ۷۲، ۷۴، ۷۶، ۸۴ و ۸۷ را دارند.

## ۵. سرمایه‌گذاری خارجی

فرصت‌های سرمایه‌گذاری در ترکیه به علت روند گسترده خصوصی‌سازی، بسیار مورد توجه سرمایه‌گذاران قرار گرفته و در این زمینه شرکت سرمایه‌گذاران خارجی را نیز افزایش داده است. بخش‌های اصلی اقتصادی ترکیه جهت جذب سرمایه‌های خارجی، شامل کشاورزی، صنعت (نساجی و پوشاک، خودرو و قطعات، آهن و فولاد، ماشین‌آلات، چرم، سرامیک، صنعت شیشه) بخش معدن و خدمات (پیمانکاری، گردشگری) است.

دولت ترکیه با تسهیل فضای رقابتی، هم از تولیدکنندگان خرد و هم از صاحبان سرمایه خرد حمایت می‌کند. هرچند در این کشور می‌توان صاحبان سرمایه‌های کلان را یافت، ولی این به معنای عدم فعالیت سرمایه‌گذاران خرد نیست و این سرمایه‌گذاران نیز با همه‌ی توان خود با هولدینگ‌ها و شرکت‌های بزرگ رقابت می‌کنند. در این راستا، در ترکیه سازمانی به نام سازمان رقابت وجود دارد، که هدف اصلی آن افزایش رقابت‌پذیری در بازارهای اقتصادی ترکیه و جلوگیری از انحصارها است.

کل سرمایه‌گذاری خارجی انجام شده در ترکیه تا پایان سال ۲۰۰۸ میلادی، برابر با ۶۹/۷۸۱ میلیارد دلار بوده است. جدول شماره‌ی ۳۳ میزان سرمایه‌گذاری خارجی انجام شده در ترکیه در سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۸ میلادی را نشان می‌دهد.

### جدول ۳۳: میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی انجام شده در ترکیه طی سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۸ میلادی

سال	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸
میزان سرمایه‌گذاری خارجی (میلیارد دلار)	۲۰/۱۸۵	۲۲/۰۴۶	۱۸/۱۹۸

World Investment Report 2009



میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی انجام شده توسط ترکیه در دیگر کشورها، از سال ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۸ میلادی در جدول شماره‌ی ۳۴ آمده است.

**جدول ۳۴: میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی انجام شده توسط ترکیه طی سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۸ میلادی**

سال	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸
میزان سرمایه‌گذاری خارجی (میلیارد دلار)	۰/۹۲۴	۲/۱۰۶	۲/۵۸۵

World Investment Report 2009



## فصل ششم

### وضعیت مبادلات بازرگانی با ایران

مناسبات اقتصادی و بازرگانی ایران با ترکیه سابقه دیرینه دارد. در این فصل پیشینه روابط بازرگانی، آخرین وضعیت مبادلات بازرگانی و تراز تجاری دو کشور در سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۰۹ میلادی بررسی می‌شود.

#### ۱. پیشینه‌ی روابط بازرگانی ایران و ترکیه



با وجود این که کشورهای ایران و ترکیه از پرقدرت‌ترین کشورهای منطقه خاورمیانه به شمار می‌روند و در همسایگی یکدیگر هستند، ولی ارزش مبادلات تجاری میان دو کشور از میزان بالایی برخوردار نیست.

با این حال، در دهه‌ی کنونی، روابط تجاری دو کشور روند مثبت و رو به افزایش داشته است و شکل‌گیری دولت جدید ترکیه، فضای مناسبی را برای توسعه روابط اقتصادی فی‌مابین فراهم نموده است.

در پی اتخاذ سیاست گسترش روابط تجاری و سیاسی ایران با کشورهای همسایه در سال‌های گذشته و همزمانی آن با سیاست‌های تنش‌زدایی ترکیه با همسایگان خویش، روابط دو کشور در دهه گذشته در مقایسه با دوره‌های قبل از آن گرم‌تر شده است. هر دو کشور تلاش کرده‌اند که از فراز و نشیب‌های گذشته دوری جسته و دیگری را به عنوان دروازه ورودی خویش به بازارهای هدف ارزیابی کنند. در واقع ترکیه دروازه ورود ایران به اروپا است.

هم‌اکنون ترکیه در سیاست خارجی ایران جایگاه ویژه‌ای دارد و یکی از مهم‌ترین

شرکای تجاری ایران به شمار می‌رود. ترک‌ها نیز طی چند سال گذشته به بازار ایران هم از دید تجاری و هم از دید سرمایه‌گذاری توجه زیادی نشان داده‌اند. با وجود مشکلاتی که بر سر راه سرمایه‌گذاری شرکت‌های ترک (مانند تاو، ترک‌سل و کردسا) در ایران وجود داشته است، ترکیه دومین کشور بزرگ سرمایه‌گذار در ایران به شمار می‌رود. رویکرد مناسب ایران به بازسازی اقتصادی، فرصت‌های مناسبی برای این شرکت‌ها در کشورمان ایجاد کرده است. بنابراین با توجه به زمینه‌های موجود جهت همکاری دو جانبه، امکان گسترش و تعمیق روابط دو کشور فراهم است.

## ۲. آخرین وضعیت مبادلات بازرگانی و تراز تجاری

تراز تجاری ایران با ترکیه در سال‌های گذشته با روند مثبت همراه بوده که این امر ناشی از حجم و ارزش بالای صادرات نفت خام ایران به ترکیه بوده است. در سال ۲۰۰۷ میلادی تراز تجاری ایران با ترکیه به میزان ۵/۱۷۴ میلیارد دلار مثبت بوده است. با افزایش صادرات ایران در سال ۲۰۰۸ میلادی، میزان تراز تجاری به مثبت ۶/۱۷۰ میلیارد دلار بهبود یافته است. ولی در سال ۲۰۰۹ میلادی به یک‌باره با کاهش چشمگیر صادرات ایران به ترکیه، تراز تجاری به ۲۳۹ میلیون دلار منفی رسیده است. جدول شماره ۳۵ روند تراز تجاری ایران با ترکیه طی سال‌های ۲۰۰۹-۲۰۰۷ میلادی را نشان می‌دهد.

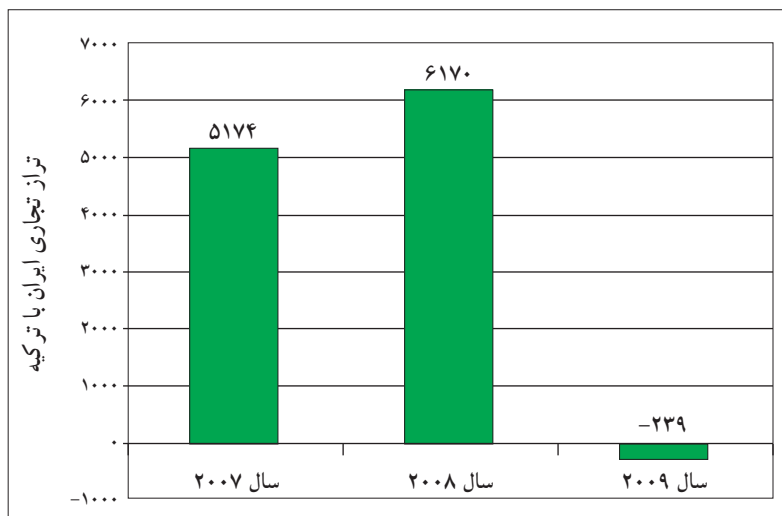
جدول ۳۵: روند تراز تجاری ایران با ترکیه طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی (میلیون دلار)

سال	ارزش صادرات	ارزش واردات	تراز تجاری	روند تغییر تراز تجاری
۲۰۰۷	۶,۶۱۵	۱,۴۴۱	۵,۱۷۴	به سود ایران
۲۰۰۸	۸,۲۰۰	۲,۰۳۰	۶,۱۷۰	به سود ایران
۲۰۰۹	۱,۸۰۲	۲,۰۴۱	-۲۳۹	به زیان ایران

www.trademap.org



نمودار شماره ۱ روند تراز تجاری ایران با ترکیه طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.



نمودار ۱: روند تراز تجاری ایران با ترکیه طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی (میلیون دلار)

### ۳. صادرات ایران به ترکیه

در سال ۲۰۰۷ میلادی ارزش صادرات ایران به ترکیه برابر با ۶/۶۱۵ میلیارد دلار بوده، که در سال ۲۰۰۸ میلادی با بیش از ۲۴ درصد رشد به ۸/۲ میلیارد دلار افزایش یافته است. ارزش صادرات ایران در سال ۲۰۰۹ میلادی، با کاهش شدید ۷۸ درصدی به ۱/۸۰۲ میلیارد دلار رسیده است. بنابراین ارزش صادرات ایران به ترکیه در طول دوره سه ساله ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی در حدود ۷۳ درصد کاهش داشته است.

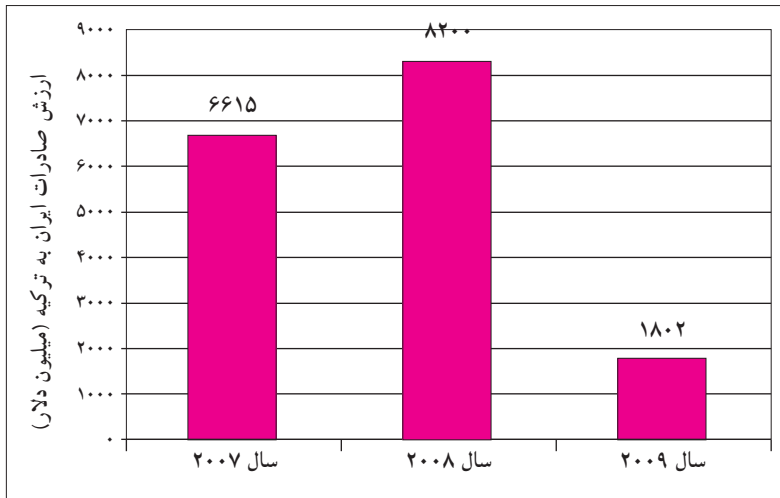
جدول شماره ۳۶ ارزش صادرات ایران به ترکیه طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.

### جدول ۳۶: ارزش صادرات ایران به ترکیه طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی (میلیارد دلار)

سال	ارزش صادرات	نرخ رشد (درصد)
۲۰۰۷	۶/۶۱۵	-
۲۰۰۸	۸/۲۰۰	+۲۴
۲۰۰۹	۱/۸۰۲	-۷۸

www.trademap.org

نمودار شماره ۲ ارزش صادرات ایران به ترکیه در سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.



### نمودار ۲: ارزش صادرات ایران به ترکیه طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی (میلیون دلار)

کل صادرات ایران به ترکیه در سال ۲۰۰۹ میلادی، شامل هفتاد گروه کالایی و در سه سال گذشته دربرگیرنده ۷۸ گروه کالایی مندرج در جدول شماره ۳۷ می‌شود. **اقدام عمده**



صادراتی ایران به ترکیه در سه سال گذشته شامل سوخت‌های معدنی و نفت خام، مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از آن، مس و مصنوعات از مس و وسایل نقلیه زمینی، محصولات شیمیایی آلی، آلومینیوم و مصنوعات آن، چدن، آهن و فولاد، محصولات شیمیایی غیر آلی، ترکیبات آلی یا غیر آلی فلزات گرانبه<sup>۱</sup> و روی و مصنوعات آن می‌شود.

جدول ۳۷: ترکیب صادرات ایران به ترکیه طی دوره ۲۰۰۹-۲۰۰۷ میلادی  
(میلیون دلار)

ردیف	نام محصول	فصل تعارفه	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند صادرات
	کل محصولات	-	۶.۶۱۵	۸.۲۰۰	۱.۸۰۲	نامنظم
۱	سوخت‌های معدنی و نفت خام	۲۷	۶.۰۱۱	۷.۵۵۱	۱.۴۵۰	نامنظم
۲	مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد	۳۹	۱۶۶	۱۲۶	۱۲۷	نامنظم
۳	مس و مصنوعات از مس	۷۴	۲۵۸	۳۰۳	۶۶	نامنظم
۴	وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه آهن یا تراموا	۸۷	۱۵	۱۷	۱۹	افزایشی
۵	محصولات شیمیایی آلی	۲۹	۱۶	۲۲	۱۶	نامنظم
۶	آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم	۷۶	۳	۱۰	۱۲	افزایشی
۷	چدن، آهن و فولاد	۷۲	۲۵	۳۲	۱۱	نامنظم
۸	محصولات شیمیایی غیر آلی، ترکیبات آلی یا غیر آلی فلزات گرانبه <sup>۱</sup>	۲۸	۱۵	۸	۹	نامنظم
۹	روی و مصنوعات از روی	۷۹	۸	۱۰	۸	نامنظم
۱۰	ماشین آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها	۸۵	۲	۲	۷	افزایشی
۱۱	نمک، گوگرد، خاک و سنگ، گچ، آهک و سیمان	۲۵	۶	۱۶	۶	نامنظم
۱۲	نمد و پارچه‌های نبافته؛ نخ‌های ویژه؛ ریسمان، طناب	۵۶	۸	۹	۶	نامنظم
۱۳	سرب و مصنوعات از سرب	۷۸	۶	۶	۶	ثابت
۱۴	دیگ‌های بخار و آبگرم	۸۴	۸	۸	۵	کاهشی
۱۵	پوست خام (غیر از پوست‌های نرم) و چرم	۴۱	۹	۸	۵	کاهشی

ردیف	نام محصول	فصل تعارفه	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند صادرات
۱۶	شیشه و مصنوعات شیشه‌ای	۷۰	۷	۶	۵	کاهشی
۱۷	میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند	۰۸	۵	۵	۵	ثابت
۱۸	محصولات گوناگون شیمیایی	۳۸	۲	۴	۵	افزایشی
۱۹	محصولات سرامیکی	۶۹	۶	۳	۳	کاهشی
۲۰	رشته‌های سنتتیک یا مصنوعی	۵۴	۲	۲	۳	افزایشی
۲۱	پارچه‌های کش‌باف یا قلاب‌باف	۶۰	۰/۲۰	۰/۰۶	۳	نامنظم
۲۲	مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد	۷۳	۳	۵	۳	نامنظم
۲۳	سایر اشیای نسجی دوخته و مهیا	۶۳	۵	۴	۳	کاهشی
۲۴	فرش و دیگر کفپوش‌ها از مواد نسجی	۵۷	۵	۴	۲	کاهشی
۲۵	سنگ فلز، جوش و خاکستر	۲۶	۸	۵	۲	کاهشی
۲۶	صابون، فرآورده‌ها برای شستشو و فرآورده‌های روان‌کننده	۳۴	۰/۴۶	۲	۱	نامنظم
۲۷	کاغذ و مقوا؛ اشیای ساخته‌شده از خمیر کاغذ، از کاغذ یا از مقوا	۴۸	۱	۰/۲۰	۱	نامنظم
۲۸	کائوچو و اشیای ساخته‌شده از کائوچو	۴۰	۲	۸	۱	نامنظم
۲۹	عصاره‌های دباغی یا رنگرزی، تان‌ها و مشتقات آنها	۳۲	۰/۵۵	۰/۸۱	۰/۸۳	افزایشی
۳۰	آلات و دستگاه‌های اپتیک، عکاسی و سینماتوگرافی	۹۰	۰/۳۶	۰/۷۴	۰/۷۳	نامنظم
۳۱	الیاف سنتتیک یا مصنوعی غیر یکسره	۵۵	۰/۴۰	۰/۳۰	۰/۶۶	نامنظم
۳۲	پشم، موی نرم (کرک)	۵۱	۱	۰/۸۲	۰/۶۱	کاهشی
۳۳	ابزارها، ابزار آلات، مصنوعات چاقوسازی، قاشق و چنگال	۸۲	۰/۲۱	۰/۱۳	۰/۵۶	نامنظم
۳۴	محصولات دارویی	۳۰	۰/۰۲	۰	۰/۵۵	نامنظم
۳۵	پنبه	۵۲	۰/۵۸	۰/۶۵	۰/۵۵	نامنظم
۳۶	فرآورده‌ها از سبزیجات، میوه‌ها یا از دیگر اجزای گیاهان	۲۰	۲	۱	۰/۵۴	کاهشی



ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند صادرات
۳۷	مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان، پنبه نسوز (Asbestos)، میکا یا از مواد همانند	۶۸	۰/۹۸	۱	۰/۵۱	نامنظم
۳۸	محصولات تهیه شده از حیوانات	۰۵	۰/۲۶	۰/۲۲	۰/۴۴	نامنظم
۳۹	لباس و متفرعات لباس، غیرکش باف یا غیرقلاب باف	۶۲	۰/۲۱	۰/۴۸	۰/۴۰	نامنظم
۴۰	سبزیجات، نباتات، ریشه و غده‌های زیر خاکی خوراکی	۰۷	۰/۳۸	۰/۸۳	۰/۳۸	نامنظم
۴۱	مواد قابل بافت، دیگر محصولات نباتی	۱۴	۰/۶۲	۱	۰/۳۷	نامنظم
۴۲	چوب و اشیای چوبی و زغال چوب	۴۴	۰/۷۹	۰/۲۴	۰/۳۵	نامنظم
۴۳	مرورید طبیعی یا پرورده، سنگ‌های گرانبها یا نیمه گرانبها	۷۱	۰/۰۲	۰	۰/۳۲	نامنظم
۴۴	پارچه‌های تار و بودباف مخصوص، پارچه‌های نسجی منگوله بافت	۵۸	۰/۳۰	۰/۵۲	۰/۳۱	نامنظم
۴۵	دانه و میوه‌های روغن‌دار، دانه و بذر و میوه‌های گوناگون	۱۲	۰/۹۷	۲	۰/۲۳	نامنظم
۴۶	اشیای صنعت ساعت‌سازی	۹۱	۱	۰/۶۰	۰/۲۰	کاهش
۴۷	مصنوعات گوناگون	۹۶	۰/۶۸	۰/۷۶	۰/۱۸	نامنظم
۴۸	مبل؛ مبل‌های طبی - جراحی؛ اسباب تخت خواب و همانند	۹۴	۰/۴۱	۰/۵۶	۰/۱۳	نامنظم
۴۹	محصولات حاصل از نشاسته یا فکول تغییر یافته، چسب‌ها، آزیم‌ها	۳۵	۰/۱۳	۰/۰۵	۰/۱۲	نامنظم
۵۰	مصنوعات گوناگون از فلزات معمولی	۸۳	۰/۰۷	۰/۰۵	۰/۱۲	نامنظم
۵۱	فرآورده‌های غلات، آرد، نشاسته، فکول یا شیر، نان‌های شیرینی	۱۹	۰	۰	۰/۱۲	افزایشی
۵۲	روغن‌های اسانسی و شبه رزین‌ها (رزینویدها)	۳۳	۰/۰۱	۰/۱۰	۰/۱۰	افزایشی
۵۳	پارچه‌های نسجی آغشته، اندوده، پوشانده یا مطبق شده	۵۹	۰/۰۲	۰/۰۷	۰/۰۷	افزایشی
۵۴	کودهای شیمیایی	۳۱	۰	۲	۰/۰۶	نامنظم



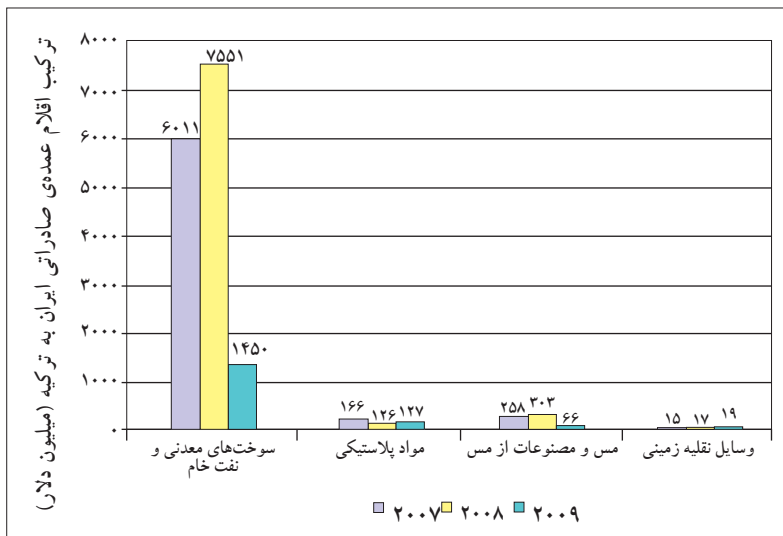
ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند صادرات
۵۵	فرآورده‌های خوراکی گوناگون	۲۱	۰	۰	۰/۰۶	افزایشی
۵۶	اشیای ساخته شده از چرم؛ مصنوعات زین و برگ‌سازی؛ لوازم سفر	۴۲	۰/۰۳	۰/۰۲	۰/۰۵	نامنظم
۵۷	لکومتیوهای راه‌آهن یا تراموا، نواقل روی خط راه‌آهن و اجزا و قطعات آنها	۸۶	۰	۰	۰/۰۵	افزایشی
۵۸	باروت و مواد منفجره، اشیای آتش‌بازی، کبریت، آلیاژهای آتش‌زا	۳۶	۰/۲۴	۰/۱۵	۰/۰۵	کاهشی
۵۹	ماهی‌ها و قشرداران، صدف‌داران و سایر آبزیان بدون ستون فقرات	۰۳	۰/۰۳	۰/۰۰۴	۰/۰۵	نامنظم
۶۰	غلات	۱۰	۰/۴۵	۰/۷۵	۰/۰۴	نامنظم
۶۱	بازیچه، اسباب بازی و لوازم ورزش، اجزا و قطعات و متفرعات آنها	۹۵	۰/۵۳	۰/۳۴	۰/۰۴	کاهشی
۶۲	کتاب، روزنامه و تصویر	۴۹	۰/۰۰۵	۰/۰۰۳	۰/۰۳	نامنظم
۶۳	جربی‌ها و روغن‌های حیوانی یا نباتی	۱۵	۰	۰	۰/۰۳	افزایشی
۶۴	لباس و متفرعات لباس، کش‌باف یا قلاب‌باف	۶۱	۰/۰۵	۰	۰/۰۲	نامنظم
۶۵	محصولات صنعت آرد سازی، مالت و نشاسته	۱۱	۰	۰	۰/۰۲	افزایشی
۶۶	انگم‌ها، صمغ‌ها، رزین‌ها و سایر شیره‌ها و عصاره نباتی	۱۳	۰/۰۵	۰/۰۰۹	۰/۰۰۸	کاهشی
۶۷	مصنوعات حصیربافی یا سبذبافی	۴۶	۰	۰/۰۰۲	۰/۰۰۸	افزایشی
۶۸	اشیای هنری، اشیای کلکسیون یا عتیقه	۹۷	۰/۰۰۱	۰/۰۲	۰/۰۰۶	نامنظم
۶۹	کاکائو و فرآورده‌های آن	۱۸	۰	۰/۰۰۶	۰/۰۰۴	نامنظم
۷۰	قهوه، چای ماته و ادویه	۰۹	۰/۰۴	۰/۰۶	۰/۰۰۲	نامنظم
۷۱	نباتات زنده و محصولات گلکاری	۰۶	۰/۰۲	۰	۰	کاهشی
۷۲	قند و شکر و شیرینی	۱۷	۰	۰/۰۰۱	۰	نامنظم
۷۳	نوشابه‌ها، آبگون‌های الکلی و سرکه	۲۲	۰/۴۴	۳	۰	نامنظم
۷۴	آخال و تفاله صنایع خوراک‌سازی، خوراکی‌های آماده برای حیوانات	۲۳	۰	۰/۰۰۸	۰	نامنظم



ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند صادرات
۷۵	خمیر چوب یا سایر مواد البافی سلولزی؛ کاغذ یا مقوا برای بازیافت	۴۷	۰/۰۰۹	۰	۰	کاهشی
۷۶	پر و پر نرم آماده و اشیای ساخته شده از پر یا از پر نرم	۶۷	۰/۰۲	۰	۰	کاهشی
۷۷	کالاهای دسته بندی نشده (سایر کالاها)	۹۹	۰	۰/۰۲	۰	نامنظم
۷۸	نیکل و مصنوعات از نیکل	۷۵	۰	۰/۰۰۱	۰	نامنظم

www.trademap.org

نمودار شماره ۳ ترکیب اقلام مهم صادراتی ایران به ترکیه طی سال های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی را به صورت مقایسه ای نشان می دهد.



نمودار ۳: ترکیب صادرات ایران به ترکیه طی سال های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی (میلیون دلار)

## ۴. تحلیل صادرات محصولات ایران به ترکیه

در ادامه جایگاه و سهم ایران در صادرات هر یک از گروه‌های کالایی فوق به بازار ترکیه تجزیه و تحلیل، و رقبای بالفعل و سهم آنها در هر یک از این گروه‌ها بررسی می‌شود.

### ۴-۱. سوخت‌های معدنی و نفت خام

سوخت‌های معدنی و نفت خام، اولین گروه کالایی عمده صادراتی ایران به ترکیه در سال ۲۰۰۹ میلادی است. کشورهای روسیه، الجزایر، ایران، عربستان، عراق و آمریکا بیشترین ارزش صادرات این گروه کالایی به ترکیه را در اختیار دارند. این شش کشور ۶۸/۵ درصد از بازار این گروه کالایی در بازار ترکیه را به خود اختصاص داده‌اند.

ایران با صادرات ۱/۴۵ میلیارد دلاری سوخت‌های معدنی و نفت خام به ترکیه در سال ۲۰۰۹ میلادی، جایگاه سوم و سهم بازار ۶/۷ درصدی را در اختیار دارد.

با توجه به جایگاه مناسب کشور ایران در زمینه تولید و صدور سوخت‌های معدنی و نفت خام، امکان آرایه بیشتر این گروه کالایی مورد نیاز کشور ترکیه به عنوان یک فرصت بالقوه در افق زمانی میان‌مدت وجود دارد.

جدول شماره‌ی ۳۸ مهم‌ترین رقبای موجود در تامین سوخت‌های معدنی و نفت خام در بازار ترکیه در سال ۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.

### جدول ۳۸: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین سوخت‌های معدنی و نفت خام در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	روسیه	۸,۸۲۴	۴۰/۷
۲	الجزایر	۱,۸۵۶	۸/۶
۳	ایران	۱,۴۵۰	۶/۷
۴	عربستان	۱,۰۴۸	۴/۸
۵	عراق	۹۲۹	۴/۳
۶	آمریکا	۷۴۰	۳/۴
جمع کل واردات ترکیه: ۲۱,۷۰۴ میلیون دلار			

## ۴-۲. مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده آن

مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از آن، دومین گروه کالایی صادراتی ایران به ترکیه در سال ۲۰۰۹ میلادی است. آلمان، بلژیک، ایتالیا، عربستان، فرانسه و هلند شش کشور عمده‌ی صادرکننده‌ی این گروه کالایی به ترکیه هستند. این کشورها نزدیک به ۴۷ درصد از این بازار را به خود اختصاص داده‌اند.

ایران با صادرات ۱۲۷/۲ میلیون دلاری به ترکیه در سال ۲۰۰۹ میلادی در این گروه کالایی، جایگاه هفدهم و سهم بازار ۱/۸ درصدی را در اختیار دارد.

با توجه به وجود پتانسیل‌های فراوان ایران در زمینه صنایع پتروشیمی و تولید مواد پلاستیکی، فرصت مناسبی جهت حضور پررنگ‌تر ایران در بازار مواد پلاستیکی ترکیه وجود دارد.

جدول شماره‌ی ۳۹ مهم‌ترین رقبای موجود در تامین مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از آن در بازار ترکیه، در سال ۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۳۹: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده آن در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	آلمان	۹۹۳	۱۴/۳
۲	بلژیک	۵۱۹	۷/۵
۳	ایتالیا	۴۶۶	۶/۷
۴	عربستان	۴۶۱	۶/۷
۵	فرانسه	۴۵۲	۶/۵
۶	هلند	۳۶۳	۵/۲

جمع کل واردات ترکیه: ۶,۹۳۵ میلیون دلار

www.trademap.org

## ۴-۳. مس و مصنوعات آن

مس و مصنوعات آن، سومین گروه کالایی صادراتی ایران به ترکیه است. چهار کشور قزاقستان، روسیه، بلغارستان و ازبکستان، ۶۵/۴ درصد از صادرات مس و مصنوعات آن، به

ترکیه در سال ۲۰۰۹ میلادی را به خود اختصاص داده‌اند. شیلی و اسپانیا در رده‌های بعدی صادرات این گروه کالایی به ترکیه قرار دارند.

ایران با صادرات ۶۶ میلیون دلار مس و مصنوعات مسی به ترکیه، رتبه‌ی هفتم و سهم بازار ۴/۸ درصدی را در اختیار دارد.

جدول شماره‌ی ۴۰ مهم‌ترین رقبای موجود در تامین مس و مصنوعات آن، در بازار ترکیه در سال ۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.

### جدول ۴۰: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین مس و مصنوعات از مس در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	قزاقستان	۴۸۲	۲۴/۳
۲	روسیه	۳۳۷	۱۷
۳	بلغارستان	۲۳۹	۱۲/۱
۴	ازبکستان	۲۳۷	۱۲
۵	شیلی	۱۵۲	۷/۶
۶	اسپانیا	۱۴۴	۷/۳
جمع کل واردات ترکیه: ۱,۹۸۵ میلیون دلار			

www.trademap.org

## ۴-۴. وسایل نقلیه زمینی

وسایل نقلیه زمینی، چهارمین گروه کالایی صادراتی ایران به ترکیه در سال ۲۰۰۹ میلادی است. کشورهای آلمان، فرانسه، اسپانیا، ایتالیا، کره جنوبی و ژاپن به ترتیب جایگاه‌های اول تا ششم را در صادرات وسایل نقلیه زمینی به ترکیه در اختیار دارند. این شش کشور در مجموع ۶۹/۴ درصد از صادرات این گروه کالایی به بازار ترکیه را به خود اختصاص داده‌اند.

سهم صادرات ایران به ترکیه در این گروه کالایی، ۰/۲ درصد و ارزش صادرات آن در حدود

نوزده میلیون دلار است که رتبه بیست و هشتم را در این گروه کالایی به خود اختصاص داده است.

جدول شماره ۴۱ مهم‌ترین رقبای موجود در تامین وسایل نقلیه زمینی در بازار ترکیه در سال ۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.

### جدول ۴۱: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه‌آهن یا تراموا در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	آلمان	۲,۵۳۴	۲۸/۳
۲	فرانسه	۱,۲۴۶	۱۳/۹
۳	اسپانیا	۹۴۸	۱۰/۶
۴	ایتالیا	۵۵۲	۶/۲
۵	کره جنوبی	۴۸۸	۵/۴
۶	ژاپن	۴۴۵	۵
جمع کل واردات ترکیه: ۸,۹۷۰ میلیون دلار			

www.trademap.org

## ۴-۵. سایر محصولات

با این حال صادرات ایران به ترکیه در دیگر گروه‌های کالایی، به ویژه بیست گروه کالایی اول از ارزش بالا و قابل توجهی برخوردار نیست. ولی ایران در بیشتر این گروه‌های کالایی، برتری‌های نسبی، پتانسیل‌ها و قابلیت‌های مناسب برای صادرات در سال‌های آینده را داراست. ایران با تدوین برنامه صادراتی مدون و اجرایی مناسب، می‌تواند سهم صادرات خود در کالاهایی مانند محصولات شیمیایی آل، آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم محصولات سرامیکی، روی و مصنوعات از روی و میوه‌های خوراکی را به ترکیه بهبود بخشد.

جدول شماره ۴۲ تا ۵۷ مهم‌ترین رقبای در تامین دیگر گروه‌های کالایی صادراتی ایران به ترکیه در سال ۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهند.

### جدول ۴۲: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین محصولات شیمیایی آلی در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	آلمان	۳۵۶	۱۰/۷
۲	آمریکا	۳۴۰	۱۰/۲
۳	هند	۳۱۹	۹/۶
۴	چین	۲۸۸	۸/۶
۵	اسپانیا	۱۸۲	۵/۵
۶	فرانسه	۱۶۲	۴/۹
جمع کل واردات ترکیه: ۳,۳۳۸ میلیون دلار			

www.trademap.org

### جدول ۴۳: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	روسیه	۴۳۳	۲۷
۲	نروژ	۱۴۰	۸/۷
۳	آلمان	۱۰۹	۶/۸
۴	تاجیکستان	۹۶	۶
۵	اوکراین	۷۹	۴/۹
۶	امارات	۶۹	۴/۳
جمع کل واردات ترکیه: ۱,۶۰۲ میلیون دلار			

www.trademap.org



### جدول ۴۴: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین چدن، آهن و فولاد در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	روسیه	۱,۸۶۶	۱۶/۵
۲	اوکراین	۱,۵۷۰	۱۳/۹
۳	آمریکا	۱,۰۹۴	۹/۷
۴	رومانی	۹۳۹	۸/۳
۵	بلژیک	۶۰۶	۵/۳
۶	آلمان	۵۷۷	۵/۱
جمع کل واردات ترکیه: ۱۱,۳۳۱ میلیون دلار			

www.trademap.org

### جدول ۴۵: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین محصولات شیمیایی غیرآلی، ترکیبات آلی یا غیرآلی فلزات گرانبها در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	روسیه	۱۵۳	۱۳/۹
۲	آلمان	۱۰۰	۹/۱
۳	چین	۹۴	۸/۶
۴	مراکش	۸۶	۷/۸
۵	اوکراین	۷۵	۶/۹
۶	چین	۶۵	۵/۹
جمع کل واردات ترکیه: ۱,۰۹۷ میلیون دلار			

www.trademap.org



### جدول ۴۶: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین روی و مصنوعات از روی در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	قزاقستان	۸۹	۳۵/۳
۲	بلغارستان	۵۷	۲۲/۵
۳	روسیه	۳۱	۱۲/۱
۴	اسپانیا	۲۹	۱۱/۳
۵	هند	۱۳	۵/۱
۶	ایران	۸	۳/۲
جمع کل واردات ترکیه: ۲۵۲ میلیون دلار			

### جدول ۴۷: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	چین	۳,۳۴۲	۲۷/۳
۲	آلمان	۱,۵۶۴	۱۲/۸
۳	فرانسه	۶۰۵	۴/۹
۴	ایتالیا	۵۶۳	۴/۶
۵	مجارستان	۵۴۷	۴/۵
۶	کره جنوبی	۵۳۴	۴/۴
جمع کل واردات ترکیه: ۱۲,۲۳۲ میلیون دلار			

www.trademap.org



**جدول ۴۸: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین نمک، گوگرد، خاک و سنگ، گچ، آهک و سیمان در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)**

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	سوریه	۴۳	۱۶/۵
۲	چین	۲۷	۱۰/۲
۳	مصر	۲۱	۸/۱
۴	مراکش	۱۹	۷/۲
۵	اوکراین	۱۷	۶/۷
۶	ایتالیا	۱۷	۶/۶
جمع کل واردات ترکیه: ۲۶۰ میلیون دلار			

www.trademap.org

**جدول ۴۹: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین نمد و پارچه‌های نبافته؛ نخ‌های ویژه؛ ریسمان، طناب در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)**

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	ایتالیا	۱۱۰	۲۹/۶
۲	آلمان	۷۰	۱۸/۸
۳	رژیم اشغالگر قدس	۳۰	۷/۹
۴	چین	۲۷	۷/۲
۵	انگلستان	۲۱	۵/۷
۶	فرانسه	۱۶	۴/۲
جمع کل واردات ترکیه: ۳۷۳ میلیون دلار			

www.trademap.org

### جدول ۵۰: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین سرب و مصنوعات از سرب در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	بلغارستان	۷۷	۵۳
۲	روسیه	۱۹	۱۳/۲
۳	مراکش	۱۳	۹/۱
۴	اوکراین	۷	۵/۱
۵	ایتالیا	۶	۴/۲
۶	قزاقستان	۶	۴/۲

جمع کل واردات ترکیه: ۱۴۵ میلیون دلار

www.trademap.org

### جدول ۵۱: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین دیگ‌های بخار و آبگرم در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	چین	۳,۲۰۲	۱۹/۳
۲	آلمان	۲,۹۰۰	۱۷
۳	ایتالیا	۱,۸۵۷	۱۰/۹
۴	فرانسه	۱,۳۵۴	۷/۹
۵	آمریکا	۹۶۴	۵/۶
۶	ژاپن	۹۱۰	۵/۳

جمع کل واردات ترکیه: ۱۷,۱۰۵ میلیون دلار

www.trademap.org



### جدول ۵۲: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین پوست خام (غیر از پوست‌های نرم) و چرم در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	ایتالیا	۶۱	۲۰/۶
۲	مناطق آزاد	۵۰	۱۶/۸
۳	اسپانیا	۲۸	۹/۵
۴	فرانسه	۱۴	۴/۸
۵	یونان	۱۳	۴/۳
۶	هند	۱۱	۳/۹
جمع کل واردات ترکیه: ۲۹۶ میلیون دلار			

www.trademap.org

### جدول ۵۳: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین شیشه و مصنوعات شیشه‌ای در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	چین	۱۱۳	۲۳/۹
۲	آلمان	۵۲	۱۱/۱
۳	فرانسه	۴۹	۱۰/۳
۴	ایتالیا	۳۴	۷/۲
۵	بلژیک	۲۲	۴/۷
۶	بلغارستان	۲۰	۴/۳
جمع کل واردات ترکیه: ۴۷۳ میلیون دلار			

www.trademap.org

**جدول ۵۴: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)**

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	آمریکا	۸۴	۲۷
۲	اکوادور	۷۲	۲۲/۹
۳	شیلی	۱۵	۴/۸
۴	بوسنی و هرزگوین	۱۴	۴/۵
۵	قبرس	۱۲	۳/۹
۶	کاستاریکا	۱۱	۳/۵
جمع کل واردات ترکیه: ۳۱۲ میلیون دلار			

www.trademap.org

**جدول ۵۵: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین محصولات گوناگون شیمیایی در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)**

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	آلمان	۳۱۸	۲۱/۶
۲	ایتالیا	۱۶۹	۱۱/۵
۳	فرانسه	۱۴۵	۹/۸
۴	آمریکا	۱۱۶	۷/۹
۵	انگلستان	۸۱	۵/۵
۶	ایرلند	۷۷	۵/۲
جمع کل واردات ترکیه: ۴۷۱ میلیون دلار			

www.trademap.org



### جدول ۵۶: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین محصولات سرمایه‌ی در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	چین	۱۲۴	۴۵/۲
۲	آلمان	۳۵	۱۲/۸
۳	ایتالیا	۲۴	۸/۹
۴	اسپانیا	۱۰	۳/۷
۵	هند	۸	۳
۶	اتریش	۷	۲/۵
جمع کل واردات ترکیه: ۲۷۳ میلیون دلار			

www.trademap.org

### جدول ۵۷: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین رشته‌های سنتتیک یا مصنوعی در بازار ترکیه (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به ترکیه (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در ترکیه (درصد)
۱	چین	۲۷۲	۲۱/۹
۲	اندونزی	۱۳۵	۱۰/۹
۳	کره جنوبی	۱۲۰	۹/۷
۴	ویتنام	۹۷	۷/۸
۵	مالزی	۹۲	۷/۴
۶	هند	۶۵	۵/۲
جمع کل واردات ترکیه: ۱,۲۴۲ میلیون دلار			

www.trademap.org

## ۵. واردات ایران از ترکیه

واردات ایران از ترکیه در سال ۲۰۰۷ میلادی برابر با ۱,۴۴۱ میلیون دلار بوده است. این میزان واردات در سال ۲۰۰۸ میلادی به ۲,۰۳۰ میلیون دلار و در سال ۲۰۰۹ میلادی به

بیش از ۲۰۴۱ میلیون دلار افزایش یافته است. ارزش واردات ایران از ترکیه در سال ۲۰۰۹ میلادی در مقایسه با سال پیش از آن تقریباً ثابت بوده است.

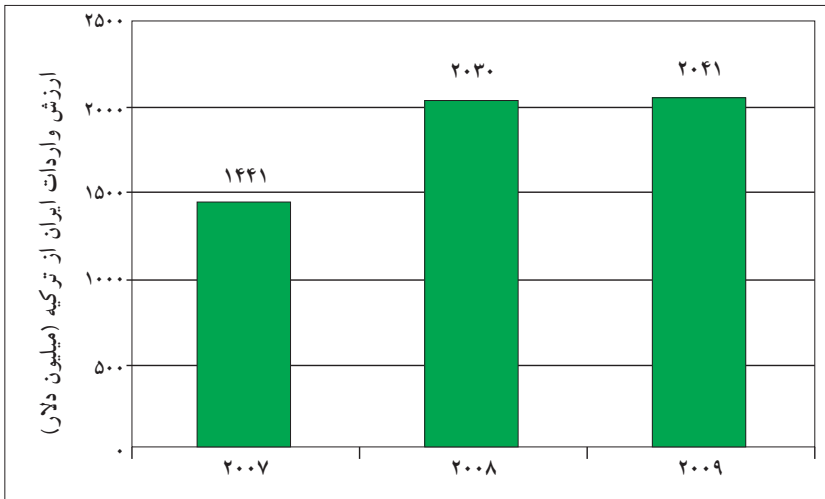
جدول شماره ۵۸ ارزش واردات ایران از ترکیه طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.

### جدول ۵۸: ارزش واردات ایران از ترکیه طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی (میلیون دلار)

سال	ارزش واردات	نرخ رشد (درصد)
۲۰۰۷	۱,۴۴۱	-
۲۰۰۸	۲,۰۳۰	+۴۱
۲۰۰۹	۲,۰۴۱	+۰/۵

www.trademap.org

نمودار شماره ۴ ارزش واردات ایران از ترکیه طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.



نمودار ۴: ارزش واردات ایران از ترکیه طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی (میلیون دلار)



اقلام وارداتی ایران از ترکیه در سال ۲۰۰۹ میلادی شامل ۹۳ گروه کالایی و در مجموع سه سال گذشته شامل ۹۵ گروه کالایی می‌شود. جدول شماره ۵۹ ترکیب اقلام وارداتی ایران از ترکیه طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.

### جدول ۵۹: ترکیب اقلام وارداتی ایران از ترکیه طی دوره ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی (میلیون دلار)

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند واردات
	کل محصولات	-	۱.۴۴۱	۲.۰۳۰	۲.۰۴۱	افزایشی
۱	دیگ‌های بخار و آبگرم	۸۴	۲۱۱	۳۰۳	۳۵۱	افزایشی
۲	چدن، آهن و فولاد	۷۲	۱۵۳	۲۰۶	۲۲۸	افزایشی
۳	چوب و اشیای چوبی؛ زغال چوب	۴۴	۱۰۸	۱۱۲	۱۶۱	افزایشی
۴	مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد	۳۹	۸۱	۱۰۴	۱۲۲	افزایشی
۵	ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزای و قطعات آنها	۸۵	۹۳	۱۲۱	۱۱۵	نامنظم
۶	وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه‌آهن یا تراموا	۸۷	۷۹	۱۵۶	۹۵	نامنظم
۷	رشته‌های سنتتیک یا مصنوعی	۵۴	۳۵	۶۱	۷۹	افزایشی
۸	مبل؛ مبل‌های طبی - جراحی؛ اسباب تخت‌خواب و همانند	۹۴	۷۰	۷۹	۷۷	نامنظم
۹	مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد	۷۳	۶۳	۶۱	۷۷	نامنظم
۱۰	توتون و تنباکو و بدل توتون و تنباکوی ساخته شده	۲۴	۸۹	۸۹	۷۴	کاهشی
۱۱	الیاف سنتتیک یا مصنوعی غیریکسره	۵۵	۴۹	۶۲	۶۶	افزایشی
۱۲	شیشه و مصنوعات شیشه‌ای	۷۰	۴۳	۴۹	۵۴	افزایشی
۱۳	میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند	۰۸	۴	۱۵	۴۵	افزایشی
۱۴	کاغذ و مقوا؛ اشیای ساخته‌شده از خمیر کاغذ، از کاغذ یا از مقوا	۴۸	۲۷	۳۴	۳۵	افزایشی



ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند واردات
۱۵	پارچه‌های تار و پودباف مخصوص و پارچه‌های نسجی منگوله بافت	۵۸	۴۶	۴۸	۳۰	نامنظم
۱۶	عصاره‌های دباغی یا رنگرزی، تان‌ها و مشتقات آنها	۳۲	۱۵	۲۱	۲۸	افزایشی
۱۷	مصنوعات گوناگون از فلزات معمولی	۸۳	۱۹	۲۶	۲۶	افزایشی
۱۸	آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم	۷۶	۱۵	۲۲	۲۵	افزایشی
۱۹	روغن‌های اسانسی و شبه رزین‌ها (رزینوبیدها)	۳۳	۱۸	۲۴	۲۵	افزایشی
۲۰	پنبه	۵۲	۴	۱۶	۲۲	افزایشی
۲۱	فرآورده‌های خوراکی گوناگون	۲۱	۹	۱۵	۲۰	افزایشی
۲۲	سایر اشیای نسجی دوخته و مهیا	۶۳	۱۵	۱۲	۲۰	نامنظم
۲۳	کائوچو و اشیای ساخته شده از کائوچو	۴۰	۱۲	۱۶	۲۰	افزایشی
۲۴	لباس و متفرعات لباس، غیرکشاف یا غیرقلاب‌باف	۶۲	۳	۷	۱۷	افزایشی
۲۵	فرش و دیگر کفپوش‌ها از مواد نسجی	۵۷	۱۲	۱۸	۱۶	نامنظم
۲۶	محصولات گوناگون شیمیایی	۳۸	۱۱	۱۲	۱۵	افزایشی
۲۷	محصولات حاصل از نشاسته یا فکول تغییر یافته، چسب‌ها و آنزیم‌ها	۳۵	۶	۷	۱۴	افزایشی
۲۸	کاکائو و فرآورده‌های آن	۱۸	۱۰	۹	۱۳	نامنظم
۲۹	کودهای شیمیایی	۳۱	۰/۱۷	۰/۱۰	۱۳	نامنظم
۳۰	آلات و دستگاه‌های اپتیک، عکاسی و سینماتوگرافی	۹۰	۸	۱۰	۱۲	افزایشی
۳۱	صابون، فرآورده‌ها برای شستشو و فرآورده‌های روان‌کننده	۳۴	۷	۸	۱۱	افزایشی
۳۲	محصولات سرامیکی	۶۹	۳	۶	۱۰	افزایشی
۳۳	پارچه‌های نسجی آغشته، اندوده، پوشانده یا مطبق‌شده	۵۹	۱۲	۱۱	۱۰	کاهشی
۳۴	لباس و متفرعات لباس، کشاف یا قلاب‌باف	۶۱	۰/۳۰	۳	۹	افزایشی
۳۵	محصولات شیمیایی غیرآلی، ترکیبات آلی یا غیرآلی فلزات گرانبها	۲۸	۱۳	۱۳	۹	کاهشی

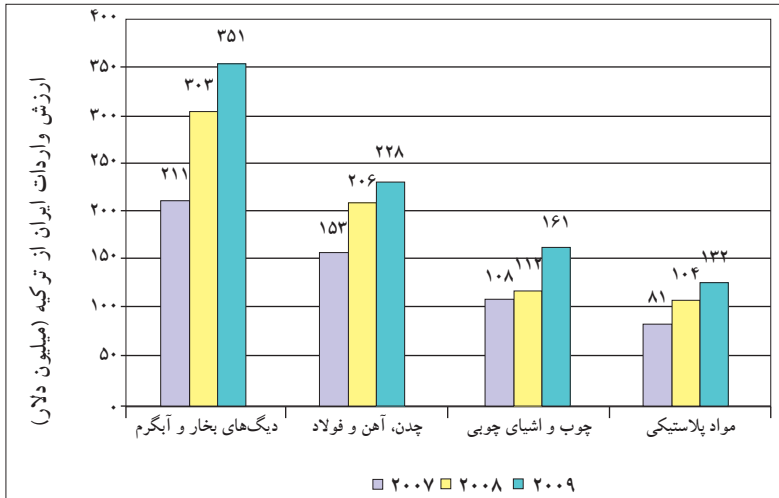


ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند واردات
۳۶	مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان، پنبه نسوز (Asbestos)، میکا یا از مواد همانند	۶۸	۷	۸	۸	افزایشی
۳۷	نمد و پارچه‌های نپافته؛ نخ‌های ویژه؛ ریسمان و طناب	۵۶	۵	۵	۷	افزایشی
۳۸.	چربی‌ها و روغن‌های حیوانی یا نباتی	۱۵	۳	۴	۷	افزایشی
۳۹	مصنوعات گوناگون	۹۶	۵	۶	۶	افزایشی
۴۰	محصولات شیمیایی آلی	۲۹	۱۶	۱۰	۵	کاهشی
۴۱	فرآورده‌ها از سبزیجات، میوه‌ها یا از دیگر اجزای گیاهان	۲۰	۲	۱	۵	نامنظم
۴۲	پشم، موی نرم (کرک)	۵۱	۳	۸	۵	نامنظم
۴۳	قند و شکر و شیرینی	۱۷	۴	۳	۵	نامنظم
۴۴	مس و مصنوعات از مس	۷۴	۱	۲	۴	افزایشی
۴۵	لکوموتیوهای راه آهن یا تراموا، نواقل روی خط راه آهن و اجزا و قطعات آنها	۸۶	۰/۰۴	۰/۲۴	۴	افزایشی
۴۶	پارچه‌های کش باف یا قلاب باف	۶۰	۰/۸۰	۲	۴	افزایشی
۴۷	ابزارها، ابزار آلات، مصنوعات چاقوسازی، قاشق و چنگال	۸۲	۴	۴	۴	ثابت
۴۸	محصولات دارویی	۳۰	۳	۳	۴	افزایشی
۴۹	سوخت‌های معدنی و نفت خام	۲۷	۳	۱۵۴	۴	نامنظم
۵۰	نمک، گوگرد، خاک و سنگ، گچ، آهک و سیمان	۲۵	۳	۹	۳	نامنظم
۵۱	فرآورده‌های غلات، آرد، نشاسته، فکول یا شیر، نان‌های شیرینی	۱۹	۲	۴	۲	نامنظم
۵۲	اسلحه و مهمات، اجزای قطعات و متفرعات آنها	۹۳	۰/۰۳	۰/۰۴	۲	افزایشی
۵۳	دانه و میوه‌های روغن دار، دانه و بذر و میوه‌های گوناگون	۱۲	۰/۰۷	۰/۳۷	۲	افزایشی
۵۴	اشیای ساخته شده از جرم؛ مصنوعات زین و برگ‌سازی؛ لوازم سفر	۴۲	۰/۱۸	۰/۸۶	۱	افزایشی
۵۵	نیکل و مصنوعات از نیکل	۷۵	۷	۵	۱	کاهشی

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند واردات
۵۶	بازیجه، اسباب بازی و لوازم ورزش، اجزا و قطعات و متفرعات آنها	۹۵	۱	۱	۱	ثابت
۵۷	سبزیجات، نباتات، ریشه و غده‌های زیرخاکی خوراکی	۰۷	۱۰	۱۰	۱	کاهشی
۵۸	پوست خام (غیر از پوست‌های نرم) و چرم	۴۱	۲	۳	۱	نامنظم
۵۹	کفش، گتر و اشیای همانند، اجزای این اشیا	۶۴	۰/۴۲	۰/۵۵	۱	افزایشی
۶۰	محصولات عکاسی و سینماتوگرافی	۳۷	۱	۰/۸۹	۰/۸۶	کاهشی
۶۱	مروارید طبیعی یا پرورده، سنگ‌های گرانبها یا نیمه‌گرانبها	۷۱	۰/۹۰	۰/۳۰	۰/۷۸	نامنظم
۶۲	محصولات صنعت آردسازی، مالت و نشاسته	۱۱	۰/۰۸	۰/۰۹	۰/۵۵	افزایشی
۶۳	وسایل نقلیه هوایی، فضایی و اجزا و قطعات آنها	۸۸	۱۰	۱۹	۰/۵۳	نامنظم
۶۴	آخال و تفاله صنایع خوراک‌سازی و خوراکی‌های آماده برای حیوانات	۲۳	۰/۲۸	۰/۲۷	۰/۴۳	نامنظم
۶۵	باروت و مواد منفجره، اشیای آتش‌بازی، کبریت و آلباژهای آتش‌زا	۳۶	۰/۹۴	۰/۲۸	۰/۳۷	نامنظم
۶۶	کتاب، روزنامه و تصویر	۴۹	۰/۲۰	۰/۱۹	۰/۳۵	نامنظم
۶۷	نوشابه‌ها، آبگون‌های الکلی و سرکه	۲۲	۱	۰/۸۰	۰/۳۳	کاهشی
۶۸	سایر فلزات معمولی؛ سرمته‌ها؛ مصنوعات از این مواد	۸۱	۰/۱۹	۰/۰۴	۰/۳۱	نامنظم
۶۹	شیر و محصولات لبنی؛ تخم پرندگان؛ عسل طبیعی	۰۴	۰/۷۰	۰/۴۲	۰/۲۴	کاهشی
۷۰	سنگ فلز، جوش و خاکستر	۲۶	۰/۱۱	۰/۰۳	۰/۲۰	نامنظم
۷۱	سرب و مصنوعات از سرب	۷۸	۰/۴۷	۰/۰۱	۰/۱۷	نامنظم
۷۲	غلات	۱۰	۱	۱	۰/۱۶	کاهشی
۷۳	نباتات زنده و محصولات گل‌کاری	۰۶	۰	۰/۰۱	۰/۱۵	افزایشی
۷۴	قلع و مصنوعات از قلع	۸۰	۲	۱	۰/۱۱	کاهشی

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند واردات
۷۵	خمیر چوب یا سایر مواد البافی سلولزی؛ کاغذ یا مقوا برای بازیافت	۴۷	۰	۰/۰۵	۰/۱۱	افزایشی
۷۶	قهوه، چای ماته و ادویه	۰۹	۰/۰۳	۰/۰۵	۰/۰۹	افزایشی
۷۷	مواد قابل بافت و سایر محصولات نباتی	۱۴	۰/۲۱	۰/۰۸	۰/۰۸	کاهشی
۷۸	اشیای صنعت ساعت سازی	۹۱	۰/۰۴	۰/۰۶	۰/۰۷	افزایشی
۷۹	سایر الیاف نسجی نباتی؛ نخ کاغذی و پارچه های تار و پود باف از نخ کاغذی	۵۳	۰/۱۱	۰/۲۳	۰/۰۷	نامنظم
۸۰	روی و مصنوعات از روی	۷۹	۰/۰۰۸	۰/۰۳	۰/۰۵	افزایشی
۸۱	انگم ها، صمغ ها، رزین ها و سایر شیره ها و عصاره نباتی	۱۳	۰	۰/۰۳	۰/۰۳	افزایشی
۸۲	کالاهای دسته بندی نشده (سایر کالاها)	۹۹	۰/۲۷	۰/۰۵	۰/۰۳	کاهشی
۸۳	آلات موسیقی؛ اجزا و قطعات و متفرعات این آلات	۹۲	۰/۰۱	۰/۰۵	۰/۰۳	نامنظم
۸۴	چتر بارانی، چتر آفتابی، عصا و عصای صندلی شو	۶۶	۰/۰۰۸	۰/۰۰۶	۰/۰۲	نامنظم
۸۵	محصولات تهیه شده از حیوانات	۰۵	۰	۰	۰/۰۲	افزایشی
۸۶	کلاه و اجزای کلاه	۶۵	۰/۰۰۵	۰/۰۳	۰/۰۲	نامنظم
۸۷	ابریشم	۵۰	۰/۰۴	۰/۰۹	۰/۰۲	نامنظم
۸۸	مصنوعات حصیربافی یا سبدبافی	۴۶	۰/۰۳	۰/۰۲	۰/۰۱	کاهشی
۸۹	اشیای هنری، اشیای کلکسیون یا عتیقه	۹۷	۰/۰۳	۰/۰۰۶	۰/۰۱	نامنظم
۹۰	پر و پر نرم آماده و اشیای ساخته شده از پر یا از پر نرم	۶۷	۰/۰۰۷	۰/۰۱	۰/۰۰۷	نامنظم
۹۱	چوب پنبه و اشیای ساخته شده از چوب پنبه	۴۵	۰/۰۰۹	۰/۰۰۲	۰/۰۰۵	نامنظم
۹۲	پوست های نرم طبیعی و پوست های نرم بدلی	۴۳	۰	۰/۰۰۷	۰/۰۰۴	نامنظم
۹۳	کشتی ها، قایق ها و شناورها	۸۹	۰/۰۲	۰/۴۹	۰/۰۰۲	نامنظم
۹۴	حیوانات زنده	۰۱	۰/۰۴	۰	۰	کاهشی
۹۵	گوشت و احشای خوراکی	۰۲	۰	۱	۰	نامنظم

نمودار شماره ۵ ترکیب اقلام مهم وارداتی ایران از ترکیه طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.



نمودار ۵: ترکیب اقلام وارداتی ایران از ترکیه طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی (میلیون دلار)

## ۶. اجلاس‌های اقتصادی و تجاری مشترک

اجلاس کمیسیون مشترک همکاری‌های اقتصادی بین ایران و ترکیه، بالاترین نشست مشترک اقتصادی دو کشور است. بررسی موانع و مشکلات و ترسیم روند گسترش مناسبات، از مهم‌ترین وظایف این نشست است.

اجلاس کمیسیون مشترک همکاری‌های اقتصادی و بازرگانی ایران و ترکیه با مسوولیت وزارت امور خارجه، به صورت مرتب و هر چند سال یک بار در پایتخت‌های دو کشور برگزار می‌شود. تا کنون ۲۱ اجلاس کمیسیون مشترک اقتصادی در شهرهای تهران و آنکارا برگزار شده است. بیست و یکمین اجلاس در بهمن‌ماه ۱۳۸۸ شمسی در آنکارا برگزار شد.

جدول شماره ۶۰ تاریخ و محل برگزاری آخرین اجلاس‌های کمیسیون مشترک اقتصادی دو کشور را نشان می‌دهد.



## جدول ۶۰: تاریخ و محل برگزاری آخرین اجلاس‌های کمیسیون مشترک اقتصادی ایران و ترکیه

ردیف	نام اجلاس	برگزارکننده	تاریخ	محل
۱	هجدهمین اجلاس کمیسیون مشترک	وزارت امور خارجه	مردادماه ۱۳۸۳	تهران
۲	نوزدهمین اجلاس کمیسیون مشترک	وزارت امور خارجه	اسفندماه ۱۳۸۵	آنکارا
۳	بیستمین اجلاس کمیسیون مشترک	وزارت امور خارجه	آذرماه ۱۳۸۷	تهران
۴	بیستمین و یکمین اجلاس کمیسیون مشترک	وزارت امور خارجه	بهمن‌ماه ۱۳۸۸	آنکارا

www.tpo.ir

هم‌چنین چهار اجلاس کمیته مشترک تجاری، دو نشست نظام ترجیحات تجاری و پنج کمیته مشترک تجارت مرزی تاکنون میان دو کشور برگزار شده است. پنجمین اجلاس کمیته مشترک تجاری دو کشور در آبان‌ماه سال ۱۳۸۹ شمسی در تهران برگزار می‌شود.

جدول شماره‌ی ۶۱ تاریخ و محل برگزاری اجلاس‌های کمیته مشترک تجاری، نشست‌های نظام ترجیحات تجاری و نشست‌های کمیته مشترک تجارت مرزی دو کشور را نشان می‌دهد.

## جدول ۶۱: تاریخ و محل برگزاری اجلاس‌های کمیته مشترک تجاری، نشست‌های نظام ترجیحات تجاری و نشست‌های کمیته مشترک تجارت مرزی دو کشور

ردیف	نام اجلاس	برگزارکننده	تاریخ	محل
۱	اولین اجلاس کمیته مشترک تجاری	وزارت بازرگانی	خردادماه ۱۳۸۱	استانبول
۲	دومین اجلاس کمیته مشترک تجاری	وزارت بازرگانی	مهرماه ۱۳۸۲	تهران
۳	سومین اجلاس کمیته مشترک تجاری	وزارت بازرگانی	آذرماه ۱۳۸۶	آنکارا
۴	چهارمین اجلاس کمیته مشترک تجاری	وزارت بازرگانی	اردیبهشت‌ماه ۱۳۸۷	تهران
۵	اولین نشست نظام ترجیحات تجاری	وزارت بازرگانی	مردادماه ۱۳۸۲	تهران

ردیف	نام اجلاس	برگزارکننده	تاریخ	محل
۶	دومین نشست نظام ترجیحات تجاری	وزارت بازرگانی	آذرماه ۱۳۸۲	آنکارا
۷	اولین کمیته مشترک تجارت مرزی	وزارت بازرگانی	خردادماه ۱۳۷۹	تهران
۸	دومین کمیته مشترک تجارت مرزی	وزارت بازرگانی	مردادماه ۱۳۸۲	آنکارا
۹	سومین کمیته مشترک تجارت مرزی	وزارت بازرگانی	مهرماه ۱۳۸۳	آنکارا
۱۰	چهارمین کمیته مشترک تجارت مرزی	وزارت بازرگانی	تیرماه ۱۳۸۴	ارومیه - حکاری
۱۱	پنجمین کمیته مشترک تجارت مرزی	وزارت بازرگانی	آبان ماه ۱۳۸۷	ارومیه

www.tpo.ir

## ۷. موافقت نامه های تجاری و یادداشت تفاهم های همکاری

مهم ترین موافقت نامه های تجاری و یادداشت تفاهم های همکاری امضا شده بین دو کشور ایران و ترکیه عبارتند از:

- ❖ موافقت نامه بازرگانی.
- ❖ موافقت نامه همکاری های گمرکی.
- ❖ موافقت نامه پرهیز از دریافت مالیات مضاعف.
- ❖ موافقت نامه تشویق و حمایت متقابل از سرمایه گذاری ها.
- ❖ موافقت نامه حمل و نقل جاده ای.
- ❖ موافقت نامه حمل و نقل هوایی.
- ❖ موافقت نامه حمل و نقل دریایی.

## ۸. دیدارهای متقابل مقامات بلندپایه



مهم ترین دیدارهای متقابل مقامات بلندپایه دو کشور ایران و ترکیه شامل موارد زیر می شود:

- ❖ سفر رییس جمهور ایران، آقای دکتر محمود احمدی نژاد به ترکیه در خردادماه ۱۳۸۹ شمسی.
- ❖ سفر رییس جمهور ترکیه، آقای عبدالله گل به

ایران جهت شرکت در نشست سران کشورهای عضو اگو در اسفندماه سال ۱۳۸۷ شمسی.

❖ سفر نخست‌وزیر و وزیر امور خارجه ترکیه به ایران در اردیبهشت‌ماه سال ۱۳۸۹ شمسی به ایران جهت شرکت در نشست سران کشورهای گروه ۱۵.

❖ پذیرش هیات‌های تجاری و صنعتی ترکیه طی سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۹ شمسی.

❖ اعزام هیات‌های تجاری و صنعتی متعدد ایران به ترکیه طی سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۸۹ شمسی و مذاکره با بازرگانان و تجار ترک.

## ۹. فعالیت‌های نمایندگانی و هیات‌های تجاری

حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی، ابزار موثری برای معرفی و بازاریابی محصولات ایرانی در بازارهای جهانی است. این اقدام می‌تواند راهکار مطلوبی برای بازاریابی کالاهای ایرانی در بازار ترکیه باشد. با توجه به اهمیت آگاهی‌رسانی و تبلیغات درباره‌ی کالاها، توانمندی‌ها و پتانسیل‌های ایران، هیات‌های تجاری مختلفی بین دو کشور مبادله شده است.

بر اساس برنامه‌ریزی‌هایی که سازمان توسعه تجارت و سازمان‌های بازرگانی استان‌ها انجام داده‌اند، شرکت‌ها و تجار ایرانی در چندین نمایشگاه بین‌المللی در سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۸۸ شمسی شرکت نموده‌اند. جدول شماره‌ی ۶۲، جزییات نمایشگاه‌های کشور ترکیه در سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۸۸ شمسی، که شرکت‌ها و بازرگانان ایرانی در آن حضور داشته‌اند، را نشان می‌دهد.

جدول ۶۲: نمایشگاه‌های کشور ترکیه که شرکت‌ها و تجار ایرانی در آن حضور داشته‌اند (۱۳۸۷-۱۳۸۸ شمسی)

ردیف	عنوان نمایشگاه	محل برگزاری	تاریخ برگزاری	مجری
۱	نمایشگاه بین‌المللی بازرگانی ازمیر	ازمیر	۹ تا ۱۸ شهریور ماه ۱۳۸۷	سازمان بازرگانی آذربایجان غربی
۲	نمایشگاه بین‌المللی خودرو و قطعات استانبول	استانبول	آبان ماه ۱۳۸۷	شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی تبریز



ردیف	عنوان نمایشگاه	محل برگزاری	تاریخ برگزاری	مجری
۳	نمایشگاه بین‌المللی پلاستیک	استانبول	آبان ماه ۱۳۸۸	شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران
۴	نمایشگاه اختصاصی جمهوری اسلامی ایران	استانبول	بهمن ماه ۱۳۸۸	سازمان توسعه تجارت ایران

www.tpo.ir

بر اساس اطلاعات سازمان توسعه تجارت و شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران و بر اساس برنامه‌ریزی‌هایی که این مجموعه‌ها و سازمان‌های بازرگانی استان‌ها انجام داده‌اند، چندین هیات تجاری ایران طی سال‌های ۱۳۸۸-۱۳۸۶ شمسی از کشور ترکیه بازدید کرده‌اند. جدول شماره ۶۳ مشخصات و تاریخ اعزام هیات‌های تجاری ایران به ترکیه را نشان می‌دهد.

### جدول ۶۳: هیات‌های تجاری اعزام شده به ترکیه طی سال‌های ۱۳۸۸-۱۳۸۶ شمسی

ردیف	محل اعزام	تاریخ اعزام	مجری
۱	ترکیه	آذرماه ۱۳۸۶	اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران
۲	ترکیه	اردیبهشت ۱۳۸۷	سازمان بازرگانی استان آذربایجان غربی و سازمان توسعه تجارت ایران
۳	ترکیه	مردادماه ۱۳۸۷	استان همدان
۴	ترکیه	آبان‌ماه ۱۳۸۷	اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران
۵	ترکیه	آذرماه ۱۳۸۷	سازمان بازرگانی استان اردبیل
۶	ترکیه	اردیبهشت ماه ۱۳۸۸	خوشه نساجی یزد
۷	ترکیه	اردیبهشت ماه ۱۳۸۸	معاونت بازاریابی و تنظیم روابط تجاری سازمان توسعه تجارت (دفتر ترویج تجارت)
۸	ترکیه	مردادماه ۱۳۸۸	اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران
۹	ترکیه	آبان ماه ۱۳۸۸	صندوق غیردولتی توسعه صادرات نساجی

ردیف	محل اعزام	تاریخ اعزام	مجری
۱۰	ترکیه	آذرماه ۱۳۸۸	معاونت بازاریابی و تنظیم روابط تجاری سازمان توسعه تجارت (دفتر ترویج تجارت)
۱۱	ترکیه	بهمن ماه ۱۳۸۸	خوشه سنگ محلات

www.tpo.ir

## ۸-۱. پیشنهاد مشارکت شرکت‌های ایرانی در نمایشگاه‌های ترکیه

بر اساس تجارب حضور ایران در نمایشگاه‌های تخصصی و بین‌المللی، کالاهای صادراتی ایران به ترکیه و توانمندی‌های موجود در کشورمان، پیشنهاد می‌شود که در سال‌های آینده، افزون بر برگزاری همایش‌ها و سمینارهای مشترک اقتصادی و بازرگانی میان دو کشور، برنامه‌ریزی مناسبی برای حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی و برگزاری نمایشگاه‌های اختصاصی زیر در کشور ترکیه فراهم شود.

- ❖ نمایشگاه اختصاصی کالاهای ایرانی.
- ❖ نمایشگاه بین‌المللی پلاستیک در استانبول.
- ❖ نمایشگاه فناوری‌های صنایع غذایی در استانبول.
- ❖ نمایشگاه نفت و گاز در استانبول.
- ❖ نمایشگاه بین‌المللی آموزش در آنکارا.

## ۸-۲. زمان‌های مناسب برای اعزام هیات تجاری به ترکیه

آب و هوای ترکیه متنوع است و هر چهار فصل در این کشور وجود دارد. فصل بهار آب و هوای معتدلی دارد و گاهی باران‌های تند در این هنگام از سال دیده می‌شود. در تابستان هوا عموماً گرم و داغ است و کمتر بارش باران دیده می‌شود. در پاییز از دمای هوا کاسته می‌شود و هوا کم‌کم رو به سردی می‌گذارد. در زمستان افت دما چشمگیر است و گاهی برف‌های سنگین همه را غافلگیر می‌کند و از این رو، گردشگران نیز کمتر در این فصل از سال به ترکیه سفر می‌کنند.

بنابراین بهترین زمان برای اعزام هیات‌های تجاری و بازاریابی به ترکیه، با توجه به تنوع بسیار گسترده مناطق مختلف این کشور متفاوت است. به ترتیب فصل‌های بهار، پاییز و تابستان

با توجه به معتدل بودن هوا، زمان‌های مناسب‌تری جهت اعزام هیات تجاری به این کشور است. ماه مبارک رمضان و ماه‌های میلادی جولای و آگوست که فصل تعطیلات هستند، زمان مناسبی برای سفرهای تجاری به مقصد ترکیه نیستند.



## فصل هفتم

### زیرساخت‌های صادراتی و راهکارهای بازاریابی

در این فصل زیرساخت‌ها و ظرفیت‌های موجود در کشور برای صادرات محصولات به ترکیه و راهکارهای بازاریابی ایران برای حضور در این کشور بررسی می‌شود. بررسی وضعیت خطوط جاده‌ای، ریلی، دریایی و هوایی، روابط و مبادلات بانکی، نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای پیش رو در بازار ترکیه و پیشنهادهای راهکارهای اجرایی برای بازاریابی در این کشور، مهم‌ترین موضوعات مورد بررسی هستند.

#### ۱. زیرساخت‌های حمل و نقل

در این بخش وضعیت خطوط جاده‌ای، ریلی، دریایی و هوایی موجود میان دو کشور، به عنوان زیرساخت‌های کلیدی جهت ارسال کالا و محموله‌های تجاری مورد بررسی قرار می‌گیرد.

##### ۱-۱. جاده‌ای

هم‌اکنون راه زمینی میان ایران و ترکیه باز است و بخش عمده‌ی تجارت میان دو کشور، از این طریق انجام می‌شود. استان آذربایجان غربی هم‌مرز با ترکیه بوده و از راه مرز بازرگان، حمل و نقل ترانزیتی میان دو کشور انجام می‌شود.

##### ۱-۲. ریلی

ایران و ترکیه از طریق راه‌آهن نیز به یکدیگر متصل هستند و بخشی از ترانزیت کالایی میان دو کشور از این طریق انجام می‌شود. خط آهنی که ایران و ترکیه را به هم وصل می‌کند، ایران را به پاکستان و ترکیه را به سوریه و کشورهای اروپایی متصل می‌کند. بدین ترتیب ایران و ترکیه ارتباط ریلی میان آسیا و اروپا را ممکن می‌سازند.

### ۳-۱. دریایی

با توجه به آسانی ارتباط زمینی و نیز نبود راه دریایی نزدیک میان دو کشور، ارتباط دریایی برای مبادله کالا بین دو کشور کارایی ندارد.

### ۳-۱. هوایی

در حال حاضر پروازهای مستقیم بین ایران و ترکیه برقرار است. هم‌اکنون شرکت‌های هواپیمایی ایران ایر، تابان، ماهان و کیش‌ایر ایران و شرکت‌های هواپیمایی ترکیش‌ایرلاین و پگاسوس ترکیه در روزهای مختلف هفته پروازهای متعددی از شهرهای تهران، اصفهان، شیراز، مشهد، تبریز، ارومیه و ... به شهرهای استانبول، آنکارا، اسپارتا، قونیه و ... دارند.

### ۲. روابط بانکی

در سال‌های گذشته روابط بانکی مستقیمی میان بانک‌های ایران و ترکیه وجود داشته است. بر اساس اطلاعاتی که صندوق ضمانت صادرات ایران ارائه کرده، ۲۱ بانک موجود در جدول شماره ۶۴، بانک‌های مورد پذیرش ایران برای فعالیت‌های اقتصادی و مبادلات مالی در ترکیه هستند. بدیهی است که بانک‌های نام برده شده در جدول ۶۴، بانک‌هایی هستند که برای پوشش ریسک معاملات تا سقف معین، مورد پذیرش صندوق هستند و این امر ارتباط کارگزاری و بین بانکی بانک‌های ایرانی با دیگر بانک‌های ترکیه را محدود نخواهد کرد.

#### جدول ۶۴: بانک‌های ترکیه‌ای مورد پذیرش صندوق ضمانت صادرات ایران

ردیف	نام بانک	رتبه
۱	Denizbank A.S.	C
۲	Finansbank A.S.	C
۳	Kuveyt Turk Katilim Bnakasi A.S.	C
۴	Turkland Bank A.S.	C
۵	Oyak Bank A.S.	C



رتبه	نام بانک	ردیف
C	Turk Ekonomi Bankasi A.S.	۶
C	Turkiye Is Bankasi A.S. - ISBANK	۷
D	Akbank T.A.S.	۸
D	Export Credit Bank of Turkey-TurkEximbank	۹
D	HSBC Bank A.S.	۱۰
D	Yapi Ve Kredi Bankasi A.S.	۱۱
D	Sekerbank T. A.S.	۱۲
D	T.C. Ziraat Bankasi	۱۳
D	Tekfenbank	۱۴
D	Tekstil Bankasi A.S.	۱۵
D	Fortis Bank A.S.	۱۶
D	Turkiye Garanti Bankasi A.S.	۱۷
D	Turkiye Halk Bankasi A.S.	۱۸
D	Turkiye Kalkinma Bankasi A.S. (Develop. Bank of Turkey)	۱۹
D	Turkiye Sinai Kalkinma Bankasi A.S. (Industrial Development Bank of Turkey)	۲۰
D	Turkiye Vakiflar Bankasi T.A.O	۲۱

[www.egfi.org](http://www.egfi.org)

### ۳. تحلیل راهبردی

یکی از مدل‌های اصلی برای تحلیل، ارزیابی و انتخاب راهبرد، مدل تجزیه و تحلیل SWOT است. در این مدل بر اساس یک الگوی منطقی، ابتدا نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی توسعه روابط تجاری ایران و ترکیه شناسایی شده و سپس متناسب با موقعیت کنونی راهبردهایی برای تعامل با وضعیت موجود با هدف رشد مبادلات تجاری، به ویژه صادرات ایران به ترکیه پیشنهاد می‌شود.

### ۳-۱. زمینه‌ها و دلایل انتخاب راهبردها

راهبردهای پیشنهادی برای توسعه صادرات محصولات ایران به ترکیه بر اساس زمینه‌ها و دلایل زیر انتخاب و معرفی شده‌اند:

- ❖ سند چشم‌انداز بیست‌ساله و برنامه‌ی پنج‌ساله چهارم توسعه کشور.
  - ❖ رسالت یا ماموریت‌های سازمان توسعه تجارت.
  - ❖ چشم‌انداز توسعه صادرات غیرنفتی کشور.
  - ❖ اهداف راهبردی توسعه صادرات ایران به کشورهای منطقه.
  - ❖ پیشینه‌ی روابط اقتصادی و بازرگانی ایران و ترکیه در سال‌های گذشته.
  - ❖ نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای فراوری توسعه‌ی صادرات ایران به ترکیه.
- جدول شماره‌ی ۶۵، نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها، تهدیدها و راهبردهای پیشنهادی برای توسعه‌ی صادرات ایران به ترکیه را با استفاده از مدل تحلیل SWOT نشان می‌دهد.

#### جدول ۶۵: نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها، تهدیدها و راهبردهای پیشنهادی برای توسعه‌ی صادرات ایران به ترکیه

<p>O۱: وجود روابط بلندمدت تجاری و اقتصادی دوستانه میان دو کشور.</p> <p>O۲: امکان الگوبرداری از موفقیت ترکیه در توسعه بازرگانی و برخی از صنایع خدماتی مانند گردشگری، نساجی و ...</p> <p>O۳: تقویت و ارتقای روابط سیاسی و اقتصادی ایران با ترکیه.</p> <p>O۴: همسایگی ایران و ترکیه و آسانی ترانزیت زمینی.</p> <p>O۵: نقش راهبردی ایران برای صدور کالاهای ترک به کشورهای آسیایی.</p> <p>O۶: ظرفیت‌های بالقوه معدنی، کشاورزی و صنعتی ترکیه</p> <p>O۷: توان ترکیه در تولید انرژی گرمایی.</p> <p>O۸: تمایل دو کشور برای تسهیل مقررات تجارت.</p> <p>O۹: عضویت دو کشور در پیمان‌های همکاری منطقه‌ای مانند D۸ و اگو.</p>	فرصت‌ها (O)
<p>T۱: تاثیر شدید اتحادیه اروپا بر روابط تجاری ترکیه.</p> <p>T۲: عدم وجود موافقت‌نامه تجارت آزاد میان دو کشور.</p> <p>T۳: عدم وجود موافقت‌نامه تجارت ترجیحی میان دو کشور.</p> <p>T۴: شناخت ناکافی نسبت به امکانات و ظرفیت‌های همکاری مشترک.</p> <p>T۵: روابط نزدیک دولت ترکیه با رژیم اشغالگر قدس.</p> <p>T۶: تاثیر ایالات متحده آمریکا بر روابط خارجی ترکیه.</p> <p>T۷: نبود شعب بانک‌های ترکیه در ایران.</p>	تهدیدها (T)

<p>S1: توجه ویژه‌ی دولت به گسترش صادرات غیرنفتی در تدوین چشم‌انداز بیست‌ساله و برنامه‌ی چهارم توسعه کشور.</p> <p>S2: وجود پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های مناسب در تولید نفت خام، مس، مواد پلاستیکی، وسایل نقلیه زمینی و محصولات شیمیایی آلی مورد نیاز بازار ترکیه.</p> <p>S3: حضور رایزن بازرگانی ایران در ترکیه.</p> <p>S4: ارایه سیاست‌های حمایتی از صادرکنندگان از طریق پرداخت یارانه و جوایز صادراتی.</p> <p>S5: ارزانی صادرات زمینی کالا.</p> <p>S6: وجود خطوط ریلی به هم پیوسته‌ی دو کشور.</p> <p>S7: مسلمان بودن دو کشور و دولت‌های اسلام‌گرا.</p> <p>S8: وجود سه بازارچه مرزی.</p> <p>S9: وجود مناطق آزاد و ویژه تجاری در هر دو کشور.</p> <p>S10: امکان انتقال برخی از فناوری‌ها با قیمت پایین میان دو کشور.</p> <p>S11: رشد روزافزون مبادلات بازرگانی میان دو کشور در سال‌های گذشته.</p> <p>S12: پتانسیل‌های قوی گردشگری میان دو کشور.</p> <p>S13: بازار بزرگ و پرجاذبه ایران برای ترک‌ها.</p>	<p><b>نقاط قوت (S)</b></p>
<p>W1: عدم تنوع در مبادلات تجاری دو کشور.</p> <p>W2: عدم وجود مرکز تجاری ایران در ترکیه جهت راهنمایی و ارایه‌ی خدمات اطلاعاتی و بازرگانی به تجار و سرمایه‌گذاران ایرانی.</p> <p>W3: عدم آگاهی و شناخت کامل به کلیه نیازها و سلاقی بازار ترکیه.</p> <p>W4: برگزاری محدود نمایشگاه‌های اختصاصی کالاهای ایرانی در ترکیه.</p> <p>W5: فعال نبودن اتاق مشترک بازرگانی میان دو کشور.</p> <p>W6: نارضایتی طرفین درباره‌ی برخی از روابط تجاری پیشین.</p> <p>W7: مشکلات فراوان در ساختار مالی و بانکی ایران.</p> <p>W8: حمایت ناچیز دولت ترکیه از بازرگانان ایرانی.</p> <p>W9: کیفیت پایین جاده‌ها و کمبود راه‌های ترانزیتی مناسب در ایران.</p> <p>W10: کوچک بودن اندازه بنگاه‌های صادراتی ایران در برابر رقبا.</p> <p>W11: کمبود شعب بانک‌های ایرانی در ترکیه.</p>	<p><b>نقاط ضعف (W)</b></p>
<p>بهره‌گیری از توانمندی‌های صادراتی کشور برای صادرات محصولات مورد نیاز کشور ترکیه مانند نفت خام، مس، مواد پلاستیکی، وسایل نقلیه زمینی و محصولات شیمیایی آلی.</p> <p>تلاش برای افزایش سهم بازار کالاهای ایرانی با توجه به روابط تجاری دوستانه و ردیف‌های اعتباری میان دو کشور.</p> <p>انعقاد موافقت‌نامه‌ی تجارت آزاد و تجارت ترجیحی میان ایران و ترکیه.</p>	<p><b>راهبردهای SO</b></p>



<p>تلاش برای بهره‌گیری و گسترش موافقت‌نامه‌های تجاری میان دو کشور. تقویت جایگاه کالاهای ایرانی در ذهن مشتریان ترک از راه تبلیغات. برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی کالاهای ایرانی در ترکیه برای افزایش نگاه مثبت به محصولات ایرانی. شناسایی کالاهای مزیت‌دار داخلی مورد نیاز بازار ترکیه برای گسترش بازار و تنوع بخشیدن به محصولات صادراتی ایران.</p>	<p><b>راهبردهای ST</b></p>
<p>تدوین برنامه‌ی فراگیر بازاریابی و تبلیغات در رسانه‌های جمعی ترکیه برای افزایش شناخت کالاهای ایرانی در میان مصرف‌کنندگان ترک. تلاش برای ارایه‌ی محصولات باکیفیت به بازار ترکیه به منظور تقویت جایگاه و سهم بازار ایران با توجه به تقاضای روبه‌رشد مصرف در این کشور. ایجاد مرکز تجاری ایران در یکی از شهرهای تجاری ترکیه.</p>	<p><b>راهبردهای WO</b></p>
<p>توسعه و ایجاد جاده‌های ترانزیتی استاندارد در داخل کشور. ارایه‌ی تسهیلات به بازرگانان ترک برای حضور در بازارها و نمایشگاه‌های ایران. تقویت خطوط جاده‌ای و ریلی میان دو کشور برای افزایش مبادلات تجاری دو جانبه. فعال کردن اتاق بازرگانی مشترک دو کشور برای آگاهی‌رسانی بهتر به بازرگانان.</p>	<p><b>راهبردهای WT</b></p>
<p>انعقاد موافقت‌نامه‌ی تجارت آزاد و تجارت ترجیحی میان ایران و ترکیه. تقویت خطوط جاده‌ای و ریلی میان دو کشور. توسعه و ایجاد جاده‌های ترانزیتی استاندارد در داخل کشور. افزایش تبلیغات کالاهای ایرانی در رسانه‌های جمعی به‌ویژه تلویزیون و مطبوعات ترکیه. راه‌اندازی مرکز تجاری ایران در ترکیه.</p>	<p><b>راهبردهای ترکیبی SWOT</b></p>

### ۲-۳. راهبردهای پیشنهادی جهت توسعه صادرات

با بررسی جدول شماره‌ی ۶۷ راهبردها به‌طور خلاصه، در دو بخش راهبردهای ترکیبی و راهبردهای مرتبط با هر موقعیت، به شرح زیر پیشنهاد می‌شود:

#### ۱-۲-۳. راهبردهای ترکیبی

راهبردهای ترکیبی توسعه‌ی صادرات ایران به ترکیه عبارتند از:

- ❖ انعقاد موافقت‌نامه‌ی تجارت آزاد و تجارت ترجیحی میان ایران و ترکیه.
- ❖ تقویت خطوط جاده‌ای و ریلی میان دو کشور.



- ❖ توسعه و ایجاد جاده‌های ترانزیتی استاندارد در داخل کشور.
- ❖ افزایش تبلیغات کالاهاى ایرانی در رسانه‌های جمعی به‌ویژه تلویزیون و مطبوعات ترکیه.
- ❖ راه‌اندازی مرکز تجاری ایران در ترکیه.

### ۳-۲-۲. راهبردهای مرتبط با هر موقعیت

راهبردهای موقعیتی توسعه‌ی صادرات ایران به ترکیه عبارتند از:

#### ❖ راهبردهای SO

- ❖ بهره‌گیری از توانمندی‌های صادراتی کشور برای صادرات محصولات مورد نیاز کشور ترکیه مانند نفت خام، مس، مواد پلاستیکی، وسایل نقلیه زمینی و محصولات شیمیایی آلی.
- ❖ تلاش برای افزایش سهم بازار کالاهاى ایرانی با توجه به روابط تجاری دوستانه و ردیف‌های اعتباری میان دو کشور.
- ❖ انعقاد موافقت‌نامه‌ی تجارت آزاد و تجارت ترجیحی میان ایران و ترکیه.

#### ❖ راهبردهای ST

- ❖ تلاش برای بهره‌گیری و گسترش موافقت‌نامه‌های تجاری میان دو کشور.
- ❖ تقویت جایگاه کالاهاى ایرانی در ذهن مشتریان ترک از راه تبلیغات.
- ❖ برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی کالاهاى ایرانی در ترکیه برای افزایش نگاه مثبت به محصولات ایرانی.
- ❖ شناسایی کالاهاى مزیت‌دار داخلی مورد نیاز بازار ترکیه برای گسترش بازار و تنوع بخشیدن به محصولات صادراتی ایران.

#### ❖ راهبردهای WO

- ❖ تدوین برنامه‌ی فراگیر بازاریابی و تبلیغات در رسانه‌های جمعی ترکیه برای افزایش شناخت کالاهاى ایرانی در میان مصرف‌کنندگان ترک.
- ❖ تلاش برای ارایه‌ی محصولات باکیفیت به بازار ترکیه به منظور تقویت جایگاه و سهم

- بازار ایران با توجه به تقاضای روبه‌رشد مصرف در این کشور.
- ❖ ایجاد مرکز تجاری ایران در یکی از شهرهای تجاری ترکیه.

#### ❖ راهبردهای WT

- ❖ توسعه و ایجاد جاده‌های ترانزیتی استاندارد در داخل کشور.
- ❖ ارایه‌ی تسهیلات به بازرگانان ترک برای حضور در بازارها و نمایشگاه‌های ایران.
- ❖ تقویت خطوط جاده‌ای و ریلی میان دو کشور برای افزایش مبادلات تجاری دوجانبه.
- ❖ فعال کردن اتاق بازرگانی مشترک دو کشور برای آگاهی‌رسانی بهتر به بازرگانان.

### ۴. راهکارهای پیشنهادی برای بازاریابی و توسعه‌ی بازار

ایران و ترکیه دو کشور با پیشینه و دارای روابط بازرگانی، سیاسی، فرهنگی و مزیت‌های جغرافیایی، زمینه‌ی گسترش هرچه بیشتر روابط بازرگانی را دارند. روابط تجاری ایران و ترکیه در سال‌های گذشته دارای نوسان‌های فراوانی بوده است. بیش از هشتاد درصد صادرات ایران به ترکیه را نفت خام و سوخت‌های معدنی تشکیل می‌دهد. میزان صادرات این کشور به ایران در سال ۲۰۰۹ میلادی، برابر با ۲/۰۴۱ میلیارد دلار بوده است. صادرات ایران به ترکیه در سال ۲۰۰۹ میلادی، در حدود ۱/۸۰۲ میلیارد دلار بوده است. این وضعیت مبادلات تجاری میان دو کشور، تراز تجاری منفی ۲۳۹ میلیون دلاری را برای ایران به همراه داشته است.

ارایه‌ی اطلاعات مناسب از بخش‌های مختلف بازار کشور ترکیه به تجار ایرانی، معرفی کالاهای جدید و مزیت‌دار داخلی و تنوع مبادلات تجاری، زمینه توسعه مناسبات اقتصادی و تجاری دو طرف و افزایش سهم صادرات محصولات غیرنفتی ایران به ترکیه را فراهم می‌سازد.

به‌طور کلی از میان گروه‌های کالایی صادراتی ایران به ترکیه، پنج گروه کالایی سوخت‌های معدنی و نفت خام، مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از آن مس و مصنوعات آن وسایل نقلیه زمینی و محصولات شیمیایی آل بیش از ۹۳ درصد صادرات را تشکیل می‌دهند. در واقع این پنج گروه کالایی، مزیت‌های صادراتی ایران به ترکیه هستند. بنابراین لزوم توجه و برنامه‌ریزی برای افزایش کمی و کیفی صادرات این گروه‌های کالایی بیش از پیش نمایان می‌شود. از سوی دیگر سیاست تنوع‌گرایی و تقویت صادرات محصولات مستعد و دارای مزیت‌های رقابتی، از جمله میوه‌های خوراکی، محصولات پلاستیکی و آلومینیوم و

### مصنوعات از آلومینیوم به این کشور نیز، باید پیگیری شود.

با توجه به اهمیت عضویت در پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری در تسهیل صادرات و کاهش تعرفه‌های ورود به بازارهای هدف صادراتی، پیشنهاد می‌شود ایران با ترکیه موافقت‌نامه تجارت آزاد و تجارت ترجیحی امضا کند. این امر می‌تواند باعث افزایش رقابت در بازار داخلی و افزایش توان صادراتی کشور شود. ترکیه در حال حاضر با بسیاری از کشورهای جهان، موافقت‌نامه تجارت آزاد و موافقت‌نامه تجارت ترجیحی دارد.

کشورهای جهان، با انعقاد موافقت‌نامه‌های تجاری با دیگر کشورها، کالاهای صادراتی را با تعرفه گمرکی نزدیک به صفر به بازار هدف صادر می‌کنند. عدم عضویت در پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری موثر، موجب شده تا امکان ورود آسان‌تر به بازارهای هدف صادراتی و استفاده از تعرفه‌های ترجیحی برای صادرکنندگان ایرانی فراهم نباشد.

در ادامه به برخی از پیشنهادها و راهکارهای اجرایی برای افزایش میزان مبادلات تجاری و اقتصادی دو کشور ایران و ترکیه اشاره می‌شود:

- ❖ انجام تحقیقات بازاریابی و دستیابی به شناخت کافی نسبت به شرایط سیاسی و اجتماعی، وضعیت بازار، رقبای داخلی و خارجی، قیمت و ویژگی‌های کالاهای مشابه، مقررات صادرات و واردات و هزینه‌های گمرکی و مالیاتی.
- ❖ بررسی دقیق و کسب شناخت کافی از شرکا و طرف‌های تجاری ترک.
- ❖ گسترش و ارتقای سطح همکاری اتاق‌های بازرگانی دو کشور.
- ❖ امضای موافقت‌نامه‌ی تجارت آزاد دوجانبه با ترکیه.
- ❖ امضای موافقت‌نامه‌ی تجارت ترجیحی با ترکیه.
- ❖ تقویت روابط میان بانک‌ها و نهادهای مالی دو کشور.
- ❖ گسترش زیرساخت‌های حمل‌ونقل جاده‌ای و ریلی به منظور افزایش تبادلات تجاری و اقتصادی.
- ❖ کمک به بخش خصوصی برای ایجاد یک مرکز تجاری در کشور ترکیه.
- ❖ گسترش همکاری‌های میان دو کشور در بخش سرمایه‌گذاری و توسعه‌ی صندوق‌های مالی مشترک جهت انجام سرمایه‌گذاری‌های مشترک.
- ❖ برگزاری همایش‌های فرصت‌های تجاری.

- ❖ آشنا نمودن بازرگانان ترک با تولیدات صنعتی و پتانسیل‌های خدمات فنی و مهندسی ایران از طریق مشارکت مستمر و فعال در نمایشگاه‌های بین‌المللی ترکیه و برگزاری نمایشگاه‌های اختصاصی ایران در ترکیه.
- ❖ آسان‌سازی صدور روادید برای تاجران و فعالان اقتصادی دو کشور.
- ❖ افزایش شمار بانک‌های عامل مورد تایید و حمایت دو کشور.
- ❖ توسعه شرکت‌های بیمه جهت بیمه کردن سرمایه طرح‌های مشترک.
- ❖ توسعه گمرکات مرزی.
- ❖ ایجاد کنسول‌گری در استان‌های مرزی دو کشور برای آسان‌سازی فرآیند صدور اسناد و مدارک دولتی.
- ❖ ایجاد منطقه آزاد تجاری در استان‌های آذربایجان غربی و شرقی.
- ❖ انعقاد تفاهم‌نامه‌ها در زمینه‌های مناسب جهت سرمایه‌گذاری مشترک.
- ❖ تشکیل کارگروه‌های تخصصی در وزارت‌خانه‌های امور خارجه، بازرگانی، صنایع و معادن، کشاورزی و فرهنگ به منظور بررسی تخصصی موضوعات مربوط به تفاهم‌نامه‌ها.
- ❖ تقویت و حضور مستمر نمایندگان بخش خصوصی در کارگروه‌های تخصصی.
- ❖ استفاده از حقوق‌دانان مجرب برای بررسی و اعمال نظر حقوقی در متن کلیه تفاهم‌نامه‌ها.
- ❖ رفع موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای به ویژه در تجارت مرزی و پیله‌وری.
- ❖ استفاده از تجربه‌های طرف ترک در ساخت، نگهداری و توسعه‌ی هتل‌داری در ایران.
- ❖ ترغیب سرمایه‌گذاری مشترک بخش خصوصی در زمینه‌هایی مانند ساختمان و مهندسی، برای حضور در کشورهای آسیای میانه و قفقاز با توجه به اشتراکات مذهبی.
- ❖ استفاده از فناوری و دانش فنی طرف ترک در بخش کشاورزی.
- ❖ صدور خدمات فنی و مهندسی در بخش نفت و گاز.
- ❖ استفاده از تجربیات شرکت‌های ترک در زمینه ارایه روش‌های نوین بسته‌بندی محصولات و بازاریابی نوین.



- ❖ ایجاد گروه تخصصی بازاریابی در سفارتخانه ایران در ترکیه.
- ❖ برگزاری همایش‌های تخصصی با حضور بازرگانان و اساتید دانشگاهی.
- ❖ برگزاری نمایشگاه‌های عمومی و تخصصی در نقاط مرزی.
- ❖ تهیه اطلس راه‌های ایران و ترکیه برای رانندگان ترانزیتی دو طرف.





# بخش سوم پیوست‌ها









## جدول ۶۶: وزارت‌خانه‌ها و سازمان‌های مهم

سایت اینترنتی	نام وزارت یا سازمان
<a href="http://www.tccb.gov.tr">www.tccb.gov.tr</a>	ریاست جمهوری
<a href="http://www.basbakanlik.gov.tr">www.basbakanlik.gov.tr</a>	نخست‌وزیری
<a href="http://www.mfa.gov.tr">www.mfa.gov.tr</a>	وزارت امور خارجه ترکیه
<a href="http://www.icisleri.gov.tr">www.icisleri.gov.tr</a>	وزارت کشور
<a href="http://www.meb.gov.tr">www.meb.gov.tr</a>	وزارت آموزش
<a href="http://www.saglik.gov.tr">www.saglik.gov.tr</a>	وزارت بهداشت و درمان
<a href="http://www.maliye.gov.tr">www.maliye.gov.tr</a>	وزارت دارایی و امور مالی
<a href="http://www.treasury.gov.tr">www.treasury.gov.tr</a>	وزارت خزانهداری
<a href="http://www.adalet.gov.tr">www.adalet.gov.tr</a>	وزارت دادگستری
<a href="http://www.tourismturkey.org">www.tourismturkey.org</a>	وزارت گردشگری
<a href="http://www.tcmb.gov.tr">www.tcmb.gov.tr</a>	بانک مرکزی
<a href="http://www.foreigntrade.gov.tr">www.foreigntrade.gov.tr</a>	سازمان تجارت خارجی ترکیه
<a href="http://www.igeme.org.tr">www.igeme.org.tr</a>	سازمان توسعه صادرات ترکیه
<a href="http://www.dtm.gov.tr">www.dtm.gov.tr</a>	وزارت مستشاری تجارت خارجی ترکیه
<a href="http://www.turkstat.gov.tr">www.turkstat.gov.tr</a>	مرکز آمار دولتی ترکیه

سایت اینترنتی	نام وزارت یا سازمان
www.oib.gov.tr	سازمان خصوصی سازی ترکیه
www.tobb.org.tr	اتحادیه اتاق‌ها و بورس ترکیه
www.sanayi.gov.tr	وزارت بازرگانی و صنایع
www.gumruk.gov.tr	گمرک ترکیه
www.tusiad.org	انجمن صاحبان صنایع و تجار ترکیه
www.turkeycentral.com	

### جدول ۶۷: بانک‌های مهم

پایگاه اینترنتی	نام بانک	گروه	ردیف
www.ilbank.gov.tr	İLLER BANKASI	بانک‌های سرمایه‌گذاری و توسعه‌ای دولتی	۱
www.takasbank.com.tr	İMKB TAKAS VE SAKLAMA BANKASI		۲
www.eximbank.gov.tr	TÜRKİYE İHRACAT KREDİ BANKASI A.Ş.		۳
www.kalkinma.com.tr	TÜRKİYE KALKINMA BANKASI A.Ş.		۴
www.bayindirbank.com.tr	BİRLEŞİK FON BANKASI A.Ş.	بانک‌های تحت مدیریت TMSF	۵
-	ÇALIK YATIRIM BANKASI A.Ş.	بانک‌های سرمایه‌گذاری خصوصی	۶
www.dilerbank.com.tr	DİLER YATIRIM BANKASI A.Ş.		۷
www.gsdbank.com.tr	GSD YATIRIM BANKASI A.Ş.		۸
www.nurolbank.com.tr	NUROL YATIRIM BANKASI A.Ş.		۹
www.tskb.com.tr	TÜRKİYE SİNAİ KALKINMA BANKASI A.Ş.		۱۰



پایگاه اینترنتی	نام بانک	گروه	ردیف
www.ziraat.com.tr	T.C. ZİRAAT BANKASI A.Ş.	بانک‌های سپرده‌گذار دولتی	۱۱
www.halkbank.com.tr	TÜRKİYE HALK BANKASI A.Ş.		۱۲
www.vakifbank.com.tr	TÜRKİYE VAKIFLAR BANKASI T.A.O.		۱۳
www.bankpozitif.com.tr	BANKPOZİTİF KREDİ VE KALKINMA BANKASI A.Ş.	بانک‌های سرمایه‌گذاری خصوصی با مالکیت خارجی	۱۴
www.ca-cib.com	CALYON YATIRIM BANKASI TÜRK A.Ş.		۱۵
www.ml.com.tr	MERRILL LYNCH YATIRIM BANK A.Ş.		۱۶
www.taib.com.tr	TAİB YATIRIM BANKASI A.Ş.		۱۷
www.adabank.com.tr	ADABANK A.Ş.	بانک‌های سپرده‌گذار خصوصی	۱۸
www.akbank.com	AKBANK T.A.Ş.		۱۹
www.abank.com.tr	ALTERNATİFBANK A.Ş.		۲۰
www.anadolubank.com.t	ANADOLUBANK A.Ş.		۲۱
www.oyakbank.com.tr	OYAKBANK A.Ş.		۲۲
www.sekerbank.com.tr	ŞEKERBANK T.A.Ş.		۲۳
www.tekstilbank.com.tr	TEKSTİL BANKASI A.Ş.		۲۴
www.turkishbank.com	TURKISH BANK A.Ş.		۲۵
www.teb.com.tr	TÜRK EKONOMİ BANKASI A.Ş.		۲۶
www.garanti.com.tr	TÜRKİYE GARANTİ BANKASI A.Ş.		۲۷
www.isbank.com.tr	TÜRKİYE İŞ BANKASI A.Ş.		۲۸
www.ykb.com.tr	YAPI VE KREDİ BANKASI A.Ş.		۲۹

پایگاه اینترنتی	نام بانک	گروه	ردیف
www.arabturkbank.com	ARAP TÜRK BANKASI A.Ş.	بانک‌های سپرده‌گذاری خصوصی با مالکیت خارجی	۳۰
www.citibank.com.tr	CITIBANK A.Ş.		۳۱
www.denizbank.com/TR	DENİZBANK A.Ş.		۳۲
www.deutschebank.com.tr	DEUTSCHE BANK A.Ş.		۳۳
www.eurobanktefen.com	EUROBANK TEKFEN A.Ş.		۳۴
www.finansbank.com.tr	FİNANSBANK A.Ş.		۳۵
www.fortis.com.tr	FORTİS BANK A.Ş.		۳۶
www.hsbc.com.tr/tr	HSBC BANK A.Ş.		۳۷
www.millenniumbank.com.tr	MILLENNIUM BANK A.Ş.		۳۸
www.tbank.com.tr	TURKLAND BANK A.Ş.		۳۹
www.mellatbank.com	BANK MELLAT	بانک‌های خارجی دارای مجوز دریافت سپرده‌های بانکی	۴۰
www.corporates.abnamro.com	ABN AMRO BANK N.V.		۴۱
www.habibbank.com.tr	HABİB BANK LİMİTED		۴۲
www.jpmorganchase.com	JP MORGAN CHASE BANK NATIONAL ASSOCIATION		۴۳
www.societegenerale.com	SOCIETE GENERALE S.A.		۴۴
www.bancaroma.it/it/banca	UNICREDIT BANCA Dİ ROMA		۴۵
www.westlb.de	WESTLB A.G.	۴۶	
www.albarakaturk.com.tr	AL BARAKA TÜRK KATILIM BANKASI A.Ş.	بانک‌های مختلط داخلی و خارجی	۴۷
www.asyafinans.com.tr	ASYA KATILIM BANKASI A.Ş.		۴۸
www.kuveytturk.com.tr	KUVEYT TÜRK KATILIM BANKASI A.Ş.		۴۹
www.turkiyefinans.com.tr	TÜRKİYE FİNANS KATILIM BANKASI A.Ş.		۵۰

www.torkiye.com



## جدول ۶۸: چند شرکت ایرانی فعال در ترکیه

پایگاه اینترنتی	زمینه فعالیت	نام شرکت	ردیف
?www.torkiye.com/redirect.php www.ronaghicommerce.com	ماشین آلات صنعتی نو و دست دوم	بازرگانی رونقی	۱
/www.parstravelco.com	گردشگری	پارس تراول	۲
bijantorism.com	خدمات روادید، گردشگری و کارت سبز	بیژن توریسم	۳
www.torkiye.com/redirect.php?http://www.arc-int.com.tr	خدمات شبکه و اینترنت و تهیه برنامه‌های اختصاصی و حرفه‌ای	مشاوره و آموزش بین‌المللی ARC	۴
?www.torkiye.com/redirect.php www.khorshidvanak.com	تورهای ترکیه و گردشگری	آژانس خورشیدونک	۵
maulanahouse.ir	تورهای قونیه - مولانا	خانه مولانا	۶
?www.torkiye.com/redirect.php www.tabaelm.com	تحصیل در ترکیه	طبا علم	۷
-	توریزم و خدمات ویزایی	همراه (آنکارا)	۸
www.peymantravel.com	توریزم و خدمات ویزایی	آژانس مسافرتی پیمان در آنکارا- ترکیه	۹

www.torkiye.com

## جدول ۶۹: هتل‌های مهم

نشانی	درجه	نام هتل	ردیف
DEDEMAN HOTEL AKAY CADDESI BM SOK. 1 06660 ANKARA	۵ ستاره	Dedeman Hotel	۱
SHERATON VOYAGER HOTEL 100 YIL BULVARI 07050 ANTALYA	۵ ستاره	Sheraton Voyager Hotel	۲

نشانی	درجه	نام هتل	ردیف
SWISSOTEL HOTEL ISTANBUL BAYILDIM CADDESI 2 MACKA BESIKTAS 80680 ISTANBUL	۵ ستاره	Swissotel Hotel Istanbul	۳
Istanbul Marriott Hotel Asia Kayisdagi cad. No:1 Kozyatagi	۵ ستاره	ISTANBUL MARRIOTT HOTEL ASIA	۴
Saniye Ermutlu Str. No:3 Kozyatağı Istanbul	۵ ستاره	BYOTELL HOTEL TURKEY	۵
Istanbul	۵ ستاره	CEYLAN INTERCONTINENTAL	۶
Cumhuriyet Caddesi - Harbiye - 802 00 Istanbul Hotel	۵ ستاره	HILTON HOTEL ISTANBUL	۷
Taskisla Caddesi - Taksim - 800 90 Istanbul	۵ ستاره	HYATT REGENCY HOTEL	۸
Bayildim Caddesi, No 12, Macka, Istanbul, Turkey	۵ ستاره	HILTON PARKSA HOTEL	۹
FETHIBEY STREET NO:10 ISTAN- BUL	۵ ستاره	CROWN PLAZA HOTEL OLD CITY	۱۰
ALANYA	۵ ستاره	HOTEL BOTANIK ALANYA TURKEY	۱۱
Çiragan Caddesi 32 Besiktas, 34349 Istanbul	۵ ستاره	CIRAGAN PALACE HOTEL KEMPINSKI ISTANBUL	۱۲
Ebusuud Cad. No:2 Sirkeci / Istanbul	۵ ستاره	AMISOS HOTEL THE BOUTIQUE TURKEY	۱۳
Istanbul	۵ ستاره	CEYLAN INTERCONTINENTAL TURKEY	۱۴
Topcu Caddesi 10 Taksim 800 90 Istanbul	۴ ستاره	NIPPON HOTEL	۱۵



نشانی	درجه	نام هتل	ردیف
Istanbul	۴ ستاره	ZURICH HOTEL TURKEY	۱۶
Istanbul	۴ ستاره	THE MARMARA PERA HOTEL TURKEY	۱۷
Sehit Muhtar Cad No 58   Taksim, Istanbul 34037	۴ ستاره	HOTEL ELITE ISTANBUL TURKEY	۱۸
GRAND CETTIA HOTEL SEHIT AHMET BENLER CAD. NO: 97 48700 ARMUTALAN MARMARIS	۴ ستاره	Grand Cettia Hotel	۱۹
OGULTURK HOTEL RUZGARLI ESDOST SOKAK NO:6 06030 ULUS/ANKARA	۳ ستاره	Ogulturk Hotel	۲۰
ALP PASA HOTEL BARBAROS MAHALLESİ HESAPCI SOKAK NO:30 KALEICI - ANTALYA	۳ ستاره	Alp Pasa Hotel	۲۱
KOCAMAN HOTEL GAZILER CAD 1195 SOK NO 2, YENISEHIR IZMIR 3512	۳ ستاره	Kocaman Hotel	۲۲
PAMAY HOTEL BAYRAKLI DEDE MAHALLESİ CEVREYOLU UZERI NO: 6 KUSADASI 9400	۳ ستاره	Pamay Hotel	۲۳
ALBANO HOTEL CESME ANFI THEATRE KARSISI DENIZY ST NO. 35 CESME	۲ ستاره	Albano Hotel Cesme	۲۴
OLIMPIYAT HOTEL ISTANBUL EBUSUUD CAD. ERDOGAN SOK NO.6 34410 SIRKECI-ISTANBUL	۲ ستاره	Olimpiyat Hotel Istanbul	۲۵

[www.turkeyhotellist.com](http://www.turkeyhotellist.com)



## جدول ۷۰: برخی از اتاق‌های بازرگانی و صنایع

پایگاه اینترنتی	نام فارسی	نام اتاق	ردیف
www.adaso.org.tr	اتاق صنایع آدانا	ADANA SO	۱
www.adanatb.org.tr	اتحادیه بازرگانی آدانا	ADANA TB	۲
www.adana-to.org.tr	اتاق بازرگانی آدانا	ADANA TO	۳
www.atb.org.tr	اتحادیه بازرگانی آداپازاری	ADAPAZARI TB	۴
www.adptso.org.tr	اتاق بازرگانی و صنایع آداپازاری	ADAPAZARI TSO	۵
www.adiyamantb.gov.tr	اتحادیه بازرگانی آدی یامان	ADIYAMAN TB	۶
www.adiyamantso.org.tr	اتاق بازرگانی و صنایع آدی یامان	ADIYAMAN TSO	۷
www.afyontso.org	اتاق بازرگانی و صنایع آفیون	AFYON TSO	۸
www.afyonborsa.org.tr	اتحادیه بازرگانی آفیون کاراهیسار	AFYONKARAHİSAR TB	۹
www.afyontso.org.tr	اتاق بازرگانی و صنایع آفیون کاراهیسار	AFYONKARAHİSAR TSO	۱۰
www.agritso.org.tr	اتاق بازرگانی و صنایع آغری	AĞRI TSO	۱۱
www.akcakocatso.org.tr	اتاق بازرگانی و صنایع آکچاکوچا	AKÇAKOCA TSO	۱۲
www.akhisartb.org.tr	اتحادیه بازرگانی آک هیسار	AKHİSAR TB	۱۳
www.atso.org	اتاق بازرگانی و صنایع آک هیسار	AKHİSAR TSO	۱۴
www.aksaraytb.org.tr	اتحادیه بازرگانی آکسارای	AKSARAY TB	۱۵
www.aksaraytso.org.tr	اتاق بازرگانی و صنایع آکسارای	AKSARAY TSO	۱۶



ردیف	نام اتاق	نام فارسی	پایگاه اینترنتی
۱۷	AKŞEHİR TB	اتحادیه بازرگانی آک شهیر	www.aksehirborsa.gov.tr
۱۸	AKŞEHİR TSO	اتاق بازرگانی و صنایع آک شهیر	www.aktso.org.tr
۱۹	AKYAZI TB	اتحادیه بازرگانی آک یازی	www.akyazitb.org.tr
۲۰	ALANYA TSO	اتاق بازرگانی و صنایع آلانیا	www.altso.org.tr
۲۱	ALAPLI TSO	اتاق بازرگانی و صنایع آلاپلی	www.alaplitso.tobb.org.tr
۲۲	ALAŞEHİR TB	اتحادیه بازرگانی آلا شهیر	www.alasehirtso.com
۲۳	ALİAĞA TO	اتاق بازرگانی علی آغا	www.alto.org.tr www.aliagato2.tobb.org.tr
۲۴	ALİAĞA TSO	اتاق بازرگانی و صنایع علی آغا	www.alto.org.tr
۲۵	AMASYA TSO	اتاق بازرگانی و صنایع آماسیا	www.amasyatso.tobb.org.tr
۲۶	ANAMUR TSO	اتاق بازرگانی و صنایع آنامور	www.anamurtsso.org
۲۷	ANKARA SO	اتاق صنایع آنکارا	www.aso.org.tr
۲۸	ANKARA TB	اتحادیه بازرگانی آنکارا	www.atb.gov.tr
۲۹	ANKARA TO	اتاق بازرگانی آنکارا	www.atonet.org.tr
۳۰	ANTAKYA TB	اتحادیه بازرگانی آنتاکیا	www.antakyatb.gov.tr
۳۱	ANTAKYA TSO	اتاق بازرگانی و صنایع آنتاکیا	www.antakyatso.org.tr
۳۲	ANTALYA TB	اتحادیه بازرگانی آنتالیا	www.antalyaborsa.org.tr
۳۳	ANTALYA TSO	اتاق بازرگانی و صنایع آنتالیا	www.atso.org.tr
۳۴	ARDAHAN TSO	اتاق بازرگانی و صنایع ارداهان	www.ardahantso.org.tr/
۳۵	ARDEŞEN TSO	اتاق بازرگانی و صنایع اردش	www.ardesentso.org

پایگاه اینترنتی	نام فارسی	نام اتاق	ردیف
www.arhavitso.org	اتاق بازرگانی و صنایع آردهاوی	ARHAVİ TSO	۳۶
www.artvintso.tr	اتاق بازرگانی و صنایع آرتوین	ARTVİN TSO	۳۷
www.aydintb.gov.tr	اتحادیه بازرگانی آیدین	AYDIN TB	۳۸
www.atob.org.tr	اتاق بازرگانی آیدین	AYDIN TO	۳۹
www.afsintso.org.tr	اتاق بازرگانی و صنایع افشین	AFŞİN TSO	۴۰
www.igeme.org.tr			

### جدول ۷۱: برخی از دفاتر مسافرتی و خدمات گردشگری

تلفن / فاکس / پست الکترونیک	نشانی	شهر	ردیف
تلفن: ۰۳۲۲۴۵۷۰۲۲۲ فاکس: ۰۳۲۲۴۵۴۳۰۸۸	Prpf.Dr.Nurset fisek Caddesi No:22 01120 Seyhan/Adana	آدانا	۱
تلفن: ۰۳۱۲۴۲۸۰۲۰۰ (خط ۵) فاکس: ۰۳۱۲۴۲۸۱۶۸۱ abayka@thy.com	Ataturk Bulvan No:154 Kavaklidere/Ankara	آنکارا	۲
تلفن: ۰۳۱۲۳۹۸۰۱۰۰ (خط ۵) فاکس: ۰۳۱۲۳۹۸۰۳۳۶	Esenboga Hava Limani Ankara	آنکارا	۳
تلفن: ۰۳۱۲۳۱۰۳۵۵۵ فاکس: ۰۳۱۲۳۱۰۳۵۷۵	Havas Burosu Ankara	آنکارا	۴
تلفن: ۰۲۴۲۲۴۴۳۴۳۸۳ (خط ۷) فاکس: ۰۲۴۲۲۴۸۴۷۶۱ mcavusoglu@thy.com	Gulluk Caddesi Telekom Bitisigi Fatih Apartman-Daire:8 Antalya	آنتالیا	۵
تلفن: ۰۲۴۲۲۳۰۳۲۲۴ ۰۲۴۲۳۰۳۲۳۰ فاکس: ۰۲۴۲۲۳۰۳۶۰	Hava Limani Antalya	آنتالیا	۶



ردیف	شهر	نشانی	تلفن / فاکس / پست الکترونیک
۷	دالامان	Hava Limani Dalaman	تلفن: ۰۲۵۲۷۹۲۵۳۹۵ فاکس: ۰۲۵۲۷۹۲۵۳۹۶ Doztirpan@thy.com
۸	گاری آنتپ	Ataturk Buvan No: 30/B Gaziantep	تلفن: ۰۳۴۲۲۳۰۱۵۶۳ فاکس: ۰۳۴۲۲۳۰۱۵۶۷
۹	گاری آنتپ	Hava Limani Gaziantep	تلفن: ۰۳۴۲۵۸۲۱۰۱۱ ۰۳۴۵۸۲۱۱۱۱
۱۰	استانبول	Cumhuriyet Caddesi No: 199/201 kat:3 Elmadag/Istanbul	تلفن: ۰۲۱۲۲۲۵۰۵۵۶ فاکس: ۰۲۱۲۲۴۰۲۹۸۴
۱۱	استانبول	Kadikoy recep Peker Caddesi No: 27 81040 Kzitoprak/Istanbul	تلفن: ۰۲۱۶۴۱۸۴۴۸۶ فاکس: ۰۲۱۶۳۳۰۶۸۷۴
۱۲	استانبول	Cumhuriyet Caddesi Gezi Dukkanlan No: 7 80090 Taksim//Istanbul	تلفن: ۰۲۱۲۲۵۲۱۱۰۶ فاکس: ۰۲۱۲۲۴۹۴۴۴۶
۱۳	استانبول	Ataturk Hava Limani Yesilkoy/Istanbul	تلفن: ۰۲۱۲۶۶۳۴۷۴۴ فاکس: ۰۲۱۲۶۶۳۴۷۴۴
۱۴	استانبول	Sabihan Gokcen Istanbul	تلفن: ۰۲۱۶۵۸۸۰۲۰۰ فاکس: ۰۲۱۶۵۸۸۰۲۰۱
۱۵	ازمیر	Gaziosmanpasa Bulvari No: 1/F Izmir	تلفن: ۰۲۳۲۴۸۴۱۲۲ (۵ خط) فاکس: ۰۲۳۲۴۸۳۶۲۸۱
۱۶	ازمیر	Adnan Menderes Hava Limani Izmir	تلفن: ۰۲۳۲۲۷۴۲۰۳۱ ۰۲۳۲۷۴۲۴۲۴ فاکس: ۰۲۳۲۲۷۴۲۰۳۳
۱۷	ترابوزان	Trabzon Hava Limani Trabzon	تلفن: ۰۴۶۲۳۲۵۹۹۵۲ فاکس: ۰۴۶۲۳۳۵۶۷۳۹

www.turkeytravelplanner.com

## جدول ۷۲: پایانه‌های داخلی اتوبوس

ردیف	شهر	تلفن / دورنگار
۱	آنکارا	تلفن: ۰۳۱۲۲۲۴۱۰۰۰
۲	آنتالیا	تلفن: ۰۲۴۲۳۳۱۱۲۵۰ ۵۱۳۲۶۵۰ دورنگار: ۰۲۴۲۳۳۱۱۱۸۱
۳	استانبول	تلفن: ۰۲۱۲۶۵۸۰۵۰۵ (خط ۹) ۶۵۸۰۰۳۶ دورنگار: ۰۲۱۲۶۵۸۲۸۵۸
۴	استانبول	تلفن: ۰۲۱۶۳۳۳۲۷۶۳ ۳۱۰۶۳۶
۵	ازمیر	تلفن: ۰۲۳۲۴۷۲۱۰۰ دورنگار: ۰۲۳۲۴۷۲۰۴۱۸

www.turkeytravelplanner.com

## جدول ۷۳: دفاتر کشتی‌رانی

ردیف	شهر	نشانی	تلفن / دورنگار
۱	آنکارا	Sehit Adem Yavuz Sokak No:3/2 Kizilay/Ankara	تلفن: ۰۳۱۲۴۱۷۱۱۶۱ فاکس: ۰۳۱۲۴۱۸۲۳۷۴
۲	آنتالیا	Konyaalti Deniz Mahallesi Antmarin Is Merkezi No: 24 Kat:6 07050 Antalya	تلفن: ۰۲۴۲۲۴۱۲۶۳۰ فاکس: ۰۲۴۲۲۴۷۵۰۹۵
۳	چشمه	Yeni limani Cesme	تلفن: ۰۲۳۲۷۱۳۱۰۹۱ فاکس: ۰۲۳۲۷۱۲۰۴۸۲



ردیف	شهر	نشانی	تلفن / دورنگار
۴	استانبول	Rihtim Caddesi Merkez Han No: 4 34425 Karakoy/Istanbul	تلفن: ۰۲۱۲۲۵۱۵۰۰۰ ۰۲۱۲۲۴۴۰۲۰۷ فاکس: ۰۲۱۲۲۵۱۹۰۲۵
۵	ازمیر	Ataturk Caddesi95/B Yeniliman/Alsancak Izmir	تلفن: ۰۲۳۲۴۶۴۸۸۶۴ فاکس: ۰۲۳۲۴۶۴۷۸۳۴
۶	مارماریس	TDI Marmaris Liman Sefligi Yeni Yolcu Salonu Yani Marmaris	تلفن: ۰۲۵۲۴۱۳۰۲۳۰ ۰۲۵۴۱۳۰۲۳۱ فاکس: ۰۲۵۲۴۱۲۲۳۶۶

www.altiusdirectory.com

### جدول ۷۴: برخی از دانشگاه‌ها

ردیف	نام دانشگاه	ردیف	نام دانشگاه	ردیف	نام دانشگاه
۱	دانشگاه آبان‌تغز تبا‌یسا	۲۱	دانشگاه بالیکسیر	۴۱	دانشگاه جلال بایار
۲	دانشگاه آک دنیز	۲۲	دانشگاه باشکنت	۴۲	دانشگاه ۱۸ مارس چاناک قلعه
۳	دانشگاه آنکارا	۲۳	دانشگاه بیکنت	۴۳	دانشگاه چوکور‌اوا
۴	دانشگاه غازی‌انتپ	۲۴	دانشگاه بیلگی استانبول	۴۴	دانشگاه جمهوری‌ت سیواس
۵	دانشگاه آتاترک	۲۵	دانشگاه ببیلکنت	۴۵	دانشگاه سلیمان دمیرل
۶	دانشگاه آتیلیم	۲۶	دانشگاه بغازیچی	۴۶	دانشگاه دجله
۷	دانشگاه باغچه شهر	۲۷	دانشگاه چاغ	۴۷	دانشگاه دوغوش
۸	دانشگاه استانبول	۲۸	دانشگاه قفقاز قارص	۴۸	دانشگاه قارا آلماس زونگولداک
۹	دانشگاه قوجا‌ایلی	۲۹	دانشگاه فرهنگ استانبول	۴۹	دانشگاه مال تپه
۱۰	دانشگاه موغلا	۳۰	دانشگاه مصطفی کمال خنای	۵۰	دانشگاه نیغده

ردیف	نام دانشگاه	ردیف	نام دانشگاه	ردیف	نام دانشگاه
۱۱	دانشگاه پاموک قلعه	۳۱	دانشگاه سابانجی	۵۱	دانشگاه ساکاریا
۱۲	دانشگاه اولوداغ	۳۲	دانشگاه یوزونجوبیل	۵۲	دانشگاه بدی تپه
۱۳	دانشگاه دوکوز ایلول	۳۳	دانشگاه غازی	۵۳	دانشگاه غازی عثمان پاشا
۱۴	دانشگاه دوملوپینار کوتاهیا	۳۴	دانشگاه حاجت تپه	۵۴	دانشگاه فنی استانبول
۱۵	دانشگاه اژه	۳۵	دانشگاه خلیج	۵۵	دانشگاه غازی
۱۶	دانشگاه ارجیس	۳۶	دانشگاه حران شانلی اورفا	۵۶	دانشگاه خاورمیانه
۱۷	دانشگاه فاتح	۳۷	دانشگاه کادیرخاص	۵۷	دانشگاه سلجوق
۱۸	دانشگاه فرات	۳۸	دانشگاه اینونومالاتیا	۵۸	دانشگاه دوکوز ایلول
۱۹	دانشگاه گالاتاسرای	۳۹	دانشگاه ایشیک	۵۹	دانشگاه معمار سینان
۲۰	دانشگاه فنی کارادنیز	۴۰	دانشگاه قوچ	۶۰	دانشگاه مرمره استانبول

www.torkiye.com

## جدول ۷۵: انجمن تجار و صاحبان صنایع ایرانی در ترکیه

### انجمن تجار و صاحبان صنایع ایرانی در ترکیه

نام انجمن:

Uluslararası İranlı Sanayiciler ve İş Adamlar Derneği

نشانی:

Ivedik O.S.B Dericiler Sitesi ۲۹. Cad. ۵۱۳. Sok. No:۱۰

Ostim Ankara/Turkey

تلفن: ۰۰۹۰ - ۳۱۲ ۴۲۸۳۸۶۸ -

پست الکترونیک:

info@uisiad.org, masoud@uisiad.org

پایگاه اینترنتی:

www.uisiad.org

www.igeme.org.tr



## جدول ۷۶: اطلاعات سفارت‌خانه ترکیه در ایران

### سفارت ترکیه در ایران

نشانی: تهران، خیابان فردوسی، شماره ۳۳۷.  
تلفن: ۰۰۹۸-۲۱-۳۵۹۵۱۱۰۰  
۰۰۹۸-۲۱-۳۳۱۱۱۲۰۲  
۰۰۹۸-۲۱-۳۳۱۱۵۳۵۱  
دورنگار: ۰۰۹۸-۲۱-۳۳۱۱۷۹۲۸  
۰۰۹۸-۲۱-۳۳۹۵۱۱۳۶  
آقای اومیت یاردیم، سفیر کنونی ترکیه در ایران است.  
روزهای کاری سفارت، یکشنبه تا پنجشنبه از ساعت ۹ تا ۱۶ می‌باشد.

[www.mfa.gov.ir](http://www.mfa.gov.ir)

## جدول ۷۶: اطلاعات سفارت‌خانه ایران در ترکیه

### سفارت ایران در ترکیه

نشانی:  
TEHRAN ST.NO.۱۰ KAVAKLIDERE  
ANKARA, TURKEY  
تلفن: ۰۰۹۰-۲۱۲-۴۶۸۲۸۲۰  
۰۰۹۰-۲۱۲-۴۶۸۲۸۲۱  
۰۰۹۰-۲۱۲-۴۶۸۳۳۵۷  
۰۰۹۰-۲۱۲-۴۶۸۳۷۵۶  
دورنگار: ۰۰۹۰-۲۱۲-۴۲۶۴۳۵۶  
پست الکترونیک:  
[sefaratiran@hotmail.com](mailto:sefaratiran@hotmail.com)  
آقای بهمن حسین پور دشتگلی، سفیر کنونی ایران در ترکیه است.

[www.mfa.gov.ir](http://www.mfa.gov.ir)



## جدول ۷۷: اطلاعات سرکنسولگری ایران در استانبول

### سرکنسولگری ایران در استانبول

آدرس:

ANKARA CAD.CAGALOGLOU ۲/No.۱  
ISTANBUL

تلفن: ۲-۵۱۳۸۲۳۰-۲۱۲ (۰۰۹۰)

۵۲۶۷۴۹۲-۲۱۲ (۰۰۹۰)

۵۱۳۸۲۳۳-۴-۲۱۲ (۰۰۹۰)

دورنگار: ۵۱۱۵۲۱۹-۲۱۲ (۰۰۹۰)

آقای محمود حیدری، سرکنسول کنونی ایران در استانبول است.

[www.mfa.gov.ir](http://www.mfa.gov.ir)

## جدول ۷۸: اطلاعات سرکنسولگری ایران در ارزروم

### سرکنسولگری ایران در ارزروم

نشانی:

IRAN ISLAM CUMHURİYETİ BASKONSOLOSLUGU YENISEHIR  
GIRISI ATATURK BULVARI APT. NO. ۲۸

تلفن: ۳۱۵۶۶۹۸-۴۴۲ (۰۰۹۰)

۳۱۵۹۹۸۳-۴۴۲ (۰۰۹۰)

۳۱۶۲۲۸۵-۴۴۲ (۰۰۹۰)

دورنگار: ۳۱۶۱۱۸۲-۴۴۲ (۰۰۹۰)

پست الکترونیک:

[iraniscbkon@ttnet.tr](mailto:iraniscbkon@ttnet.tr)

آقای غلامرضا علی محمد قلیچ خان، سرکنسول کنونی ایران در ارزروم ترکیه است.

[www.mfa.gov.ir](http://www.mfa.gov.ir)



## جدول ۷۹: اطلاعات رایزنی بازرگانی ترکیه در ایران

### رایزن بازرگانی ترکیه در ایران

نشانی: در محل سفارت: تهران، خیابان فردوسی، شماره ۳۳۷.  
تلفن: ۲۱ ۳۳۹۱۳۵۹۲ - (۰۰۹۸)  
دورنگار: ۲۱ ۳۳۹۲۴۹۵۲ - (۰۰۹۸)  
آقای ع. فاییک کورال، رایزن اول بازرگانی سفارت ترکیه در ایران است.  
پست الکترونیک:  
[dttah@parsonline.net](mailto:dttah@parsonline.net)

[www.tpo.ir](http://www.tpo.ir)

## جدول ۸۰: اطلاعات رایزنی بازرگانی ایران در ترکیه

### رایزن بازرگانی ایران در ترکیه

نشانی:  
Iran Ialam, Cumhuriyeti, B. Elciligi, No. ۱۰, Tehran Caddesi, Kavaklidere, Ankara  
تلفن و دورنگار: ۳۱۲-۴۶۸۰۵۷۳ - (۰۰۹۰)  
آقای فراز چمنی رایزن بازرگانی ایران در ترکیه است.

[www.tpo.ir](http://www.tpo.ir)





## منابع و ماخذ

۱. سایت آگاهی‌رسانی دولت ترکیه: [www.turkeycentral.com](http://www.turkeycentral.com)
۲. سایت اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران: [www.iccim.org](http://www.iccim.org)
۳. سایت اطلاعات جامع کشورها: [www.indexmundi.com](http://www.indexmundi.com)
۴. سایت اطلاعات جغرافیایی کشورها: [www.worldatlas.com](http://www.worldatlas.com)
۵. سایت اطلاع‌رسانی در خصوص مبادلات جهانی: [www.trademap.org](http://www.trademap.org)
۶. سایت اطلاع‌رسانی در خصوص وضعیت اقتصادی کشورهای جهان: [www.traveldocumentsystems.com](http://www.traveldocumentsystems.com)
۷. سایت اطلاع‌رسانی در زمینه بهره‌برداری از اینترنت در جهان: [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)
۸. سایت اطلاع‌رسانی در زمینه دستمزدها: [www.payscale.com](http://www.payscale.com)
۹. سایت اطلاع‌رسانی در زمینه شرکت‌های خارجی فعال در جهان: [www.businessmonitor.com](http://www.businessmonitor.com)
۱۰. سایت اطلاع‌رسانی در زمینه کمک‌های مالی آمریکا به دیگر کشورها: [www.usig.org](http://www.usig.org)
۱۱. سایت اطلاع‌رسانی در زمینه مالیات و تبدیل ارزها: [www.oanda.com](http://www.oanda.com)
۱۲. سایت اطلاع‌رسانی سازمان جهانی تجارت: [www.wto.org](http://www.wto.org)
۱۳. سایت اطلاع‌رسانی نحوه پراکندگی جمعیت در کشورها: [www.citypopulation.de](http://www.citypopulation.de)
۱۴. سایت اطلاع‌رسانی نحوه راه‌اندازی کسب و کار جدید: [www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org)
۱۵. سایت بانک مرکزی ترکیه: [www.tcmb.gov.tr](http://www.tcmb.gov.tr)
۱۶. سایت جامع اطلاعات ترکیه: [www.torkiye.com](http://www.torkiye.com)
۱۷. سایت سازمان توسعه تجارت ایران: [www.tpo.ir](http://www.tpo.ir)
۱۸. سایت صندوق ضمانت صادرات وزارت بازرگانی: [www.egfi.org](http://www.egfi.org)
۱۹. سایت کتاب زرد کشورهای جهان: [www.yellowpagesworld.com](http://www.yellowpagesworld.com)
۲۰. سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران: [www.irica.gov.ir](http://www.irica.gov.ir)
۲۱. سایت مرکز تجارت بین‌المللی: [www.intracen.org](http://www.intracen.org)
۲۲. سایت موسسه‌ی بررسی‌کننده قوانین مالی بین‌الملل: [www.iflr.com](http://www.iflr.com)

[www.forbes.com](http://www.forbes.com)

۲۳. سایت موسسه‌ی فوربس:

[www.kishtpc.com](http://www.kishtpc.com)

۲۴. سایت نقطه‌ی تجاری کیش:

[www.state.gov](http://www.state.gov)

۲۵. سایت وزارت خارجه آمریکا:

[www.mfa.gov.ir](http://www.mfa.gov.ir)

۲۶. سایت وزارت خارجه جمهوری اسلامی ایران:

۲۷. مجموعه گزارش‌های اداره کل بازرگانی کشورهای آسیا و اقیانوسیه سازمان توسعه تجارت

[www.imf.org](http://www.imf.org)

۲۸. مجموعه گزارش‌های صندوق بین‌المللی پول، دولت ترکیه، سال ۲۰۰۹:



## فهرست کتب منتشره از سری کتاب‌های راهنمای تجارت با کشورها

۱. راهنمای تجارت با ترکیه
۲. راهنمای تجارت با هنگ کنگ
۳. راهنمای تجارت با اندونزی
۴. راهنمای تجارت با قرقیزستان
۵. راهنمای تجارت با غنا
۶. راهنمای تجارت با برزیل
۷. راهنمای تجارت با اوکراین
۸. راهنمای تجارت با قزاقستان
۹. راهنمای تجارت با پاکستان
۱۰. راهنمای تجارت با چین
۱۱. راهنمای تجارت با کنیا
۱۲. راهنمای تجارت با کره جنوبی
۱۳. راهنمای تجارت با مکزیک
۱۴. راهنمای تجارت با عراق
۱۵. راهنمای تجارت با گرجستان
۱۶. راهنمای تجارت با سوریه
۱۷. راهنمای تجارت با عربستان سعودی
۱۸. راهنمای تجارت با ارمنستان
۱۹. راهنمای تجارت با ترکمنستان
۲۰. راهنمای تجارت با ازبکستان
۲۱. راهنمای تجارت با روسیه
۲۲. راهنمای تجارت با امارات متحده عربی
۲۳. راهنمای تجارت با ژاپن
۲۴. راهنمای تجارت با ونزوئلا



۲۵. راهنمای تجارت با تونس

۲۶. راهنمای تجارت با تاجیکستان

۲۷. راهنمای تجارت با مالزی

۲۸. راهنمای تجارت با آذربایجان

۲۹. راهنمای تجارت با هند

۳۰. راهنمای تجارت با عمان

۳۱. راهنمای تجارت با قطر

۳۲. راهنمای تجارت با آفریقای جنوبی

۳۳. راهنمای تجارت با سنگال

۳۴. راهنمای تجارت با لبنان

۳۵. راهنمای تجارت با کویت

۳۶. راهنمای تجارت با بلاروس

۳۷. راهنمای تجارت با الجزایر