

مقدمه

ژئوپلیتیک کشور ترکیه و قرار گرفتن این کشور در در مجاورت نقاط حساس جهان، یعنی: دریای سیاه در شمال، اوراسیا در شرق و شمال شرقی، خاورمیانه در جنوب و جنوب شرقی و حوزه اروپا و مدیترانه در غرب و جنوب غربی، آن را به منزله یک پل ارتباطی استراتژیک، کانون توجه کشورهای جهان بویژه بلوک های قدرت قرار داده است. این موقعیت جغرافیایی همواره ترکیه را از سال های پس از جنگ جهانی اول تا کنون نگران تهدیدهای امنیتی منطقه ای از جانب قدرت های جهانی نموده است و بخصوص در دوران جنگ سرد، به دلیل رقابت های دو بلوک شرق و غرب، ترکیه برای محافظت خود در برابر قدرت همسایه، یعنی اتحاد شوروی رویکرد امنیتی را در دو حوزه سیاست های داخلی و خارجی مد نظر قرار داد و از این رو سیاست خارجی مبتنی بر حفظ توازن قدرت را با پیوستن به سازمان ناتو و در عین حال تنش زدایی از روابط با شوروی و کشورهای بلوک شرق، در پیش گرفت. بنابراین، در این دوران، ترکیه کشوری فعال در عرصه روابط اقتصادی و تجارت جهانی نیست و رفع دغدغه های امنیتی، اولویت این کشور تا پیش از اصلاحات و سپس فروپاشی شوروی بود.

اصلاحات سیاسی و اقتصادی در شوروی سابق که در دوران زمامداری میخائیل گورباچف آغاز شد تقریباً هم زمان با نخست وزیری و سپس ریاست جمهوری تورگوت اوزال در ترکیه بود. اوزال با الهام از موج جدید لیبرالیسم اقتصادی (نئولیبرالیسم) در جهان، رویکرد اقتصادی در سیاست خارجی ترکیه را در پیش گرفت و از آن پس اولویت ترکیه در روابط خارجی نه تنها امنیت بلکه اقتصاد و تجارت هم بود. جالب اینکه، همین روسیه که در گذشته تهدید جدی برای ترکیه به شمار می رفت از سال های ابتدای دهه 1990 به یکی از واردکنندگان عمده محصولات ترکیه بدل شد. جریانی که همچنان نیز ادامه دارد و روابط ترکیه و روسیه را به تدریج از صرف یک رابطه تجاری فراتر برده و وارد حوزه های راهبردی نیز شده است. عضویت ترکیه در سازمان تجارت جهانی و سپس انعقاد موافقتنامه اتحاد گمرکی با اتحادیه اروپا، ترکیه را بیشتر مشغول به امور بازارهای بین المللی نمود به طوری که با توسعه صادرات بیشتر، بهبود وضعیت اقتصادی در داخل نیز بهتر می شد. بانک ها و سرمایه گذاران خارجی به حضور در ترکیه تمایل پیدا کردند و گویا موج جدید جهانی سازی (Globalization) ترکیه را مجذوب منافع اقتصادی کرده بود. این گرایش به ادغام در اقتصاد جهانی و توسعه سهم بازار، تا پایان دهه 1990 ادامه داشت و دولت های تحت زمامداری تانسو چیلر، مسعود ییلماز و بولنت اجویت، برنامه توسعه اقتصادی را با محوریت الگوی اروپایی و حتی پیشبرد مذاکرات الحاق به اتحادیه اروپا را بر هر اقدام دیگر ترجیح دادند. سیاست کلی ترکیه چنان پایدار به نظر می رسید که حتی نخست وزیری کوتاه مدت نجم الدین اربکان، رهبر حزب اسلامگرای رفاه نیز خللی در روند سیاست های اقتصادی پیش بینی شده در دوران اوزال وارد نکرد و حتی اربکان در اقدام مهمی، با سفر به ایران بر خرید گاز از ایران و احداث خط لوله گاز ایران به ترکیه توافق نمود. شاید این تنها کارکرد مستقل یک حزب اسلامگرا در ترکیه سکولار بود که آن هم به نفع اقتصاد و رفاه اقتصادی ترکیه شد. به این ترتیب، ترکیه نشان می داد که در حوزه منافع اقتصادی، الزاما محدود به هویت

سیاسی (Political Identity) نیست، اصلی که علی رغم تحولات در اندیشه زمامداران جدید ترکیه در دهه های آغازین قرن بیست و یکم همچنان در سیاست خارجی ترکیه ثابت مانده است.

فصل نخست- اقتصاد ترکیه

با حضور رجب طیب اردوغان از حزب عدالت و توسعه در صحنه سیاسی ترکیه و قریب به 18 سال زمامداری دولت با عناوین نخست وزیر و سپس رییس جمهور که تاکنون هم ادامه دارد. نه تنها شاهد تغییراتی در هویت سیاسی این کشور هستیم بلکه سیاست های اقتصادی نیز ضمن حفظ گرایش نئولیبرال، فارغ از نظارت های اتحادیه اروپایی پیش می رود. در حال حاضر، شخصیت سیاسی اردوغان بر روابط استراتژیک ترکیه با غرب سایه افکنده و در واقع ترک ها با فراگیری معیارهای توسعه ای اروپا و بدور از نظارت اتحادیه اروپا و کاهش تمایل به طی فرآیند الحاق به این اتحادیه، رویه مستقل خود را در پیش گرفته اند.

در خلال سال های 2010 تا 2014 و سپس 2014 تا امروز، سیاست خارجی دولت اردوغان دو دوره را طی کرده است: (Hale, 2012)

دوره اول (تنش صفر)- دوره همکاری بین المللی با همسایگان و سایر کشورهای جهان، رفع هر گونه تنش و تمرکز بر ترویج شعار "ترکیه پل تجارت جهانی" بود. در این راستا، ترکیه به انعقاد موافقتنامه های تجارت آزاد یا ترجیحی با کشورها، برای توسعه سهم از بازارهای بین المللی و منطقه ای متمرکز شد و موافقتنامه تجارت ترجیحی با ایران هم در انتهای همین دوره امضا شد. همچنین ترکیه با جدیت گذشته مذاکرات پیوستن به اتحادیه اروپایی را علی رغم چالش های ناشی از مخالفت برخی دولت های اروپایی ادامه داد که از دستاوردهای آن، لغو روادید تردد در اتحادیه اروپا برای بازرگانان ترک است. مغز متفکر این دوره، احمد داووداوغلو بود که در پایان این دوره، سمت نخست وزیری ترکیه را داشت.

دوره دوم- سیاست های این دوره، بر مدار اندیشه اردوغان می گردد و وی از آن به عنوان رویکرد رئالیسم اخلاقی در سیاست نام می برد، این دیدگاه سه بعد دارد: همکاری های تجاری با جهان، همکاری های استراتژیک با "دوستان" و کمک های انساندوستانه به ملت های نیازمند که در واقع به معنای توسعه نفوذ سیاسی و اقتصادی در کشورهای ضعیف تر بویژه حوزه های خاورمیانه، آفریقا و برخی کشورهای آسیایی تلقی می شود. در این دوره اردوغان بر رفع تنش و به تبع آن ارتقای روابط با کشورهای دوست تاکید می کند اما میان دوستان اولویت ها و تمایزاتی قائل است. همچنین ضمن تداوم سیاست "دولت تجاری" به موضوع امنیت نگاه ویژه ای دارد. به نظر می رسد که ترکیه نگرانی های امنیتی دارد که یکی از مهمترین دلایل آن، نگرانی از خدشه به توسعه صادرات این کشور است. بروز مناقشه در خاورمیانه و همسویی کمتر با سیاست های غرب و ناتو در منطقه، منجر به مسائلی در اقتصاد این کشور از جمله، تداوم تراز تجاری منفی، افزایش نرخ های تورم و بیکاری، افزایش نرخ مسکن، افزایش بدهی به بانک ها و سرمایه گذاران خارجی بخصوص در طول سال های 2016 تا ابتدای 2019 گردید. اگر چه، رقابت های صحنه سیاست داخلی ترکیه و موفقیت های غیرمنتظره احزاب سکولار از جمله در انتخابات پایتخت (آنکارا) و شهرهای مهم اقتصادی نظیر استانبول و ازمیر، بر تلاش ها برای مدیریت مسائل اقتصادی پیش آمده افزوده است و روند کنونی برخی مشخصه های اقتصادی گویای همین تلاش هاست. سیر

روند تغییر شاخص های اقتصادی ترکیه در سال های اخیر، در پی می آید. آنچه مشهود است، سیاست های اقتصادی ترکیه با جهت گیری سیاسی زمامداران آن پیوند خورده است. سیاستمداران و همچنین موسسات مطالعات سیاسی و محافل دانشگاهی ترکیه بر اهمیت عامل "Identity" (هویت) در روابط خارجی تاکید دارند که الهام گرفته از سیاستگذاری خارجی در اندیشه "سازنده گرایی" (Constructivism) است که معتقد است، گفتمان سازنده (اعم از اقتصادی، تجاری، سیاسی و فرهنگی) آنگاه شکل می گیرد که پیش از آن "هویت سیاسی مشترکی" ایجاد شود (Chamani, 2022). اصولاً منافع متقابل بر مبنای این معیار تعیین می شود. نمود هویت مشترک ترک ها با سایر کشورها (دوستان) در توافق های استراتژیک اقتصادی روسیه و ترکیه در احداث خط لوله گاز ترک استریم روسیه از خاک ترکیه به اروپا و تاسیس نیروگاه هسته ای برای این کشور توسط روس ها، گشت های مشترک نیروهای روسی و ترک در مناطق سرزمین سوریه، ماندن ترکیه در پیمان ناتو، اجرای پروژه های ساخت و ساز در آفریقا و پذیرش و بورس شمار زیادی از دانشجویان کشورهای عربی، آفریقای و آمریکای لاتین نشانه های همین نزدیکی هویت سیاسی است. به طور قطع، سایر کشورها در "گروه رقا" قرار می گیرند که امید چندانی برای توسعه روابط و همکاری های اقتصادی و تجاری ایجاد نمی کند. در واقع نزدیکی هویت، می تواند از توافق بر رویکرد سیاسی یا اقتصادی حاصل شود. برای مثال، به نظر می رسد که رهبران روسیه و ترکیه از مدل فکری سیاسی مشابهی برخوردار هستند، ترکیه بر راحتی به توافق های تجارت آزاد دو جانبه یا منطقه ای می پیوندد و به همین ترتیب روسیه در تشکیل اتحادیه اقتصادی اوراسیا ایفای نقش می کند و به پیمان تجارت آزاد آن می پیوندد و در عین حال هر دو کشور عضو سازمان تجارت جهانی هستند. در جای دیگر، سطح بالای همکاری های اقتصادی آلمان و ایتالیا با ترکیه قابل ذکر هستند تا جایی که بر خلاف عرف تجاری مرسوم در ترکیه، اتاق های مشترک ترکیه با آلمان و ایتالیا شکل می گیرند. در حالی که، سایر کشورها با ترکیه شورای مشترک بازرگانی دارند.

از نقطه نظر تجاری، کشورهای دارای هویت مشترک با ترکیه آنهایی هستند که به انعقاد موافقتنامه های تجارت آزاد اقبال نشان می دهند و آزادسازی اقتصادی را در حوزه های اقتصاد داخلی و خارجی پذیرفته باشند و اجرا نمایند. این زمینه ای است که مذاکره از نوع برد-برد انجام می شود. در غیر این صورت، موضع ترک ها در قبال رقا، برد-بخت خواهد بود.

روند تغییرات شاخص های اقتصادی ترکیه

همانطور که گفته شد، تغییر در سیاست های یک دهه اخیر ترکیه خود به خود، اقتصاد این کشور را تحت تاثیر قرار داد و حتی ترکیه از چشم اندازهای پیش بینی شده در برنامه ها خود عقب مانده است. برای نمونه، ترک ها گمان می کردند که تا سال 2023 به صادرات 500 میلیارد دلاری دست خواهند یافت و تا سال 2025 ترکیه به کشوری توسعه یافته بدل خواهد

شد. اما آمارها نشان می دهند که ترکیه از چشم انداز مورد نظر عقب مانده است. با این وجود، برخی پیش بینی ها حکایت از آن دارد که روند رشد اقتصادی ترکیه در سال های آینده بخصوص تا سال 2027، صعودی خواهد شد (Statista, 2022).

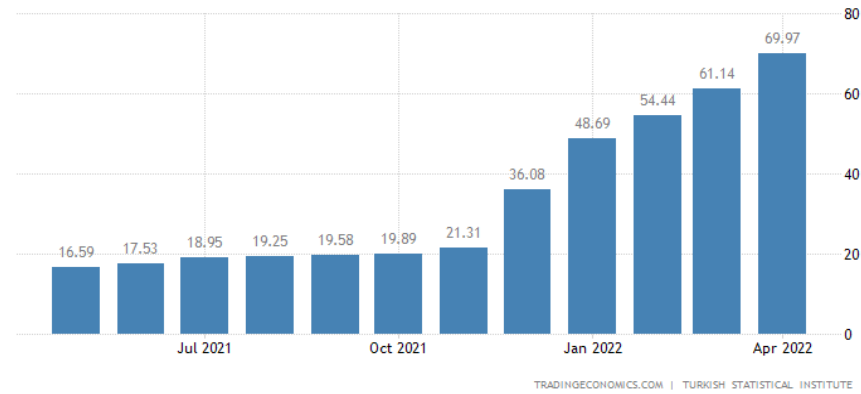
اقتصاد ترکیه مدیریت می شود و از این رو نمودارها بجز در برخی موارد حکایت از روند نسبی صعودی دارند که گذشته از درگیری ترکیه در موضوعات سیاسی و امنیتی در سطوح ملی و منطقه ای، این کشور در بسیاری از بخش های صنعت و فناوری همچنان وابسته به قدرت های صنعتی جهان نظیر، آمریکا، آلمان و ایتالیاست و در سال های اخیر به فناوری های روسی و چینی هم گرایش یافته است. بنابراین، ترکیه همچنان در وضعیت یک کشور در حال توسعه قرار دارد که البته توانسته کشور را از بحران های جدی اقتصادی دور نگه دارد. برای درک بهتر روند اقتصاد ترکیه بویژه در محدوده زمانی زمامداری حزب عدالت و توسعه، توضیحات و منحنی هایی که در پی می آیند گویا هستند:

نرخ تورم

نرخ تورم در ترکیه در طول سال های 2005 تا کنون بین 8 تا 10 درصد متغیر بوده است، ولی در سال 2018 تا حد 20 درصد افزایش یافت که دوباره در اوایل سال 2019، در یک کاهش سریع تا 8.5 درصد پایین آمد. در طول سال های 2019 و 2021 هم نرخ تورم در یک محدوده 12 تا 13 درصد نوسان داشت. نرخ تورم سالانه در ترکیه از سال 2021 تا آوریل 2022 (طی 11 ماه) به 69.97 درصد افزایش یافت که بالاترین میزان از فوریه 2002 بوده به طوری که از تخمین های بازار که 68 درصد بود، پیشی گرفت. این در مقایسه با نرخ بسیار پایین تر 17.14 درصدی در سال گذشته است که علت آن در درجه نخست از ضعف لیر ترکیه ناشی می شود و سپس فشار ناشی از افزایش قیمت: غذا و نوشیدنی های غیر الکلی (89.1 درصد آوریل 2022 در مقابل 70.33 درصد در ماه مارس)، حمل و نقل (105.86 درصد در مقابل 99.12 درصد) و افزایش قیمت انرژی (118.2 درصد) در بحبوحه جنگ در اوکراین است. ضمن اینکه، هزینه ها برای مسکن، آب و برق (61.14 درصد در مقابل 51.43 درصد)، لوازم خانگی (77.64 درصد در مقابل 69.29 درصد) و هتل ها، کافه ها و رستوران ها (69.26 درصد در مقابل 60.4 درصد) به طور قابل توجهی افزایش یافت و به طور ماهانه قیمت مصرف کننده نیز 7.25 درصد افزایش داشت (Statista, 2022).



1



2

با وجود افزایش نرخ تورم ترکیه در طول سال 2021 و 2022، پیش بینی می شود که از سال 2023 روند تغییرات نرخ تورم سیر نزولی در پیش گیرد و تا سال 2027 به پایین تر از 15 درصد برسد. این تغییر نزولی نرخ تورم و در مقابل افزایش رشد اقتصادی می تواند تا حد زیادی ناشی از رویکرد سیاست خارجی اردوغان در همسویی با دولت های غربی و همچنین انتخابات ریاست جمهوری ترکیه در سال 2023 تلقی شود.

تولید ناخالص داخلی

تولید ناخالص داخلی ترکیه از سال 2014 که در عین حال شروع دوره دوم سیاست خارجی است روند نزولی داشته و در سال 2019 به پایین ترین حد، به 740 میلیارد دلار می رسد. پیش می شود این روند نزولی اصلاح گردد و تا سال 2027 روند ذیل را طی نماید.

Turkey: Gross domestic product (GDP) in current prices from 1987 to 2027
(in billion U.S. dollars)

Characteristic	GDP in billion U.S. dollars
2027*	1,135.92
2026*	1,017.8
2025*	913.22
2024*	814.48
2023*	714.31
2022*	692.38
2021	806.8
2020	719.92
2019	760.52
2018	779.69
2017	858.93
2016	869.28
2015	864.07

3

بیکاری

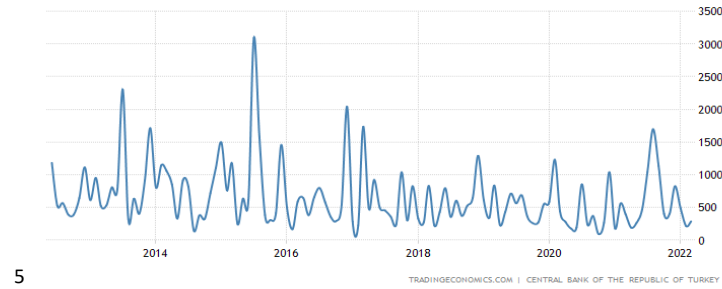
گفته می شود که مشخصه توسعه یافتگی یک کشور، رشد 10 درصدی تولید ناخالص داخلی، و نرخ 5 درصدی بیکاری و تورم باشد، ترکیه همچنان با توسعه یافتگی فاصله دارد. اما به نظر می رسد، بیکاری در ترکیه در طول سال های از 2020 تا 2021 سیر نزولی داشته است و نرخ بیکاری در آوریل 2022 حدود 11.5 درصد بوده است.



4

سرمایه گذاری خارجی

با توجه به روند نمودار ذیل، جذب سرمایه گذاری خارجی در ترکیه در مقایسه با سال های آغازین قرن بیست و یکم کاهش نشان می دهد که می تواند نشانه ای از تمرکز دولت بر مسائل سیاست خارجی و امنیتی و توجه کمتر به جذب سرمایه گذاری خارجی باشد. با این وجود در هر سال نوسان ها و جهش های در این نمودار دیده می شود که به طور عمده می تواند ناشی از سرمایه گذاری اتباع خارجی در بخش مسکن ترکیه باشد.

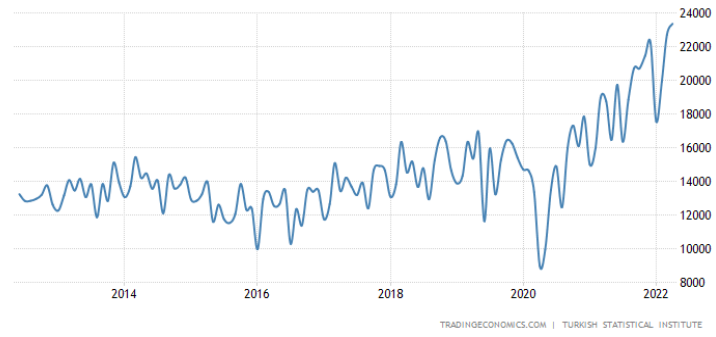


5

صادرات

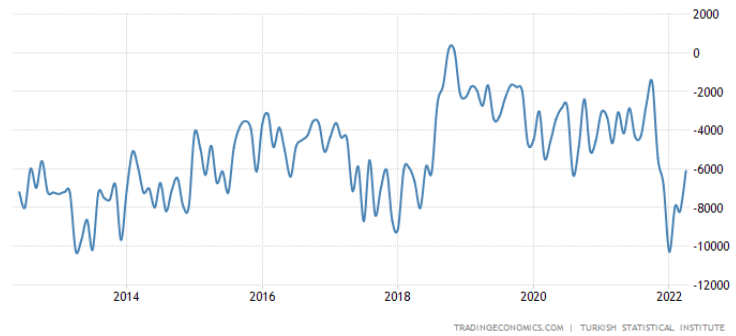
صادرات ترکیه همواره سیر افزایشی داشته است ولی مساله اصلی، افزایش واردات با ارزش بیشتر در مقایسه با صادرات است که نتیجه آن یک تراز تجاری همیشه منفی بوده است. اگر چه ترکیه برای کاهش فاصله این تراز تجاری بسیار تلاش می کند، اما این عارضه همچنان باقی است.

Turkey Export



6

Turkey Balance of trade



7

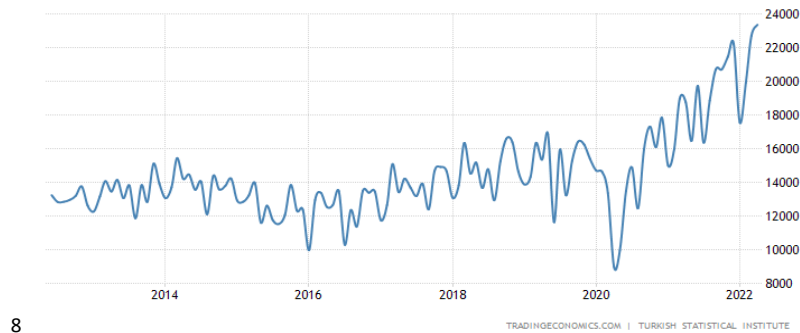
Trading Economics/Turkey Export-2022 ⁶
Trading Economics/ Turkey Balance of trade-2022 ⁷

گردشگری

بجز سال 2016 که به دلیل وقوع کودتایی نافرجام در ترکیه تعداد گردشگران و درآمد حاصل از گردشگری کاهش یافت در طول سال های پیش و پس از آن، صنعت گردشگری ترکیه روند رو به رشدی را نشان می دهد.



Turkey Tourism Revenue

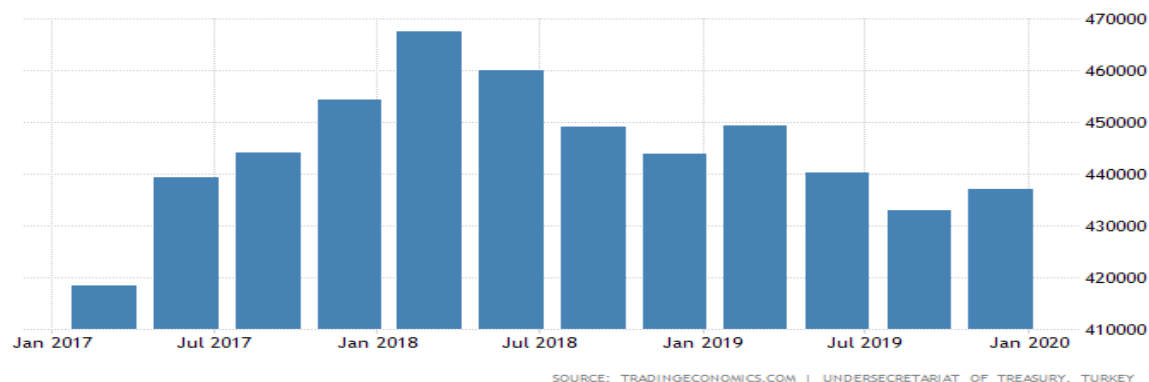


8

بدهی خارجی

بدهی خارجی ترکیه به طور عمده ناشی از پرداخت وام ها و صدور کارت های اعتباری از سوی شعب بانک های خارجی مستقر در این کشور برای شهروندان ترک است. در واقع، عدم تسویه یا بازپرداخت این تسهیلات توسط شهروندان موجب بدهی هایی شده است که مسئولیت آن متوجه دولت می شود که نرخ بهره بانکی را تا سال 2018 در حد 10 درصد نگه داشته بود و در عین حال ضمانت بسیاری از این تسهیلات که در قالب کارت های اعتباری به شهروندان ترک اعطا شده است. با این وجود، ترکیه تا حدی توانسته است این مساله را مدیریت کند و به نظر می رسد این بدهی ها در طول سال های اخیر روند نزولی را طی نموده است.

Turkey External debts



9

اقتصاد ترکیه در سال ۲۰۰۵ رتبه هفتم جهان را به دست آورد و در سال ۲۰۰۶ برای ۱۱/۲٪ از مردم ترکیه اشتغال ایجاد کرد. بخش خصوصی در ترکیه بسیار فعال و توانمند است و نقش مهمی در بانکداری، حمل و نقل و ارتباطات کشور دارد. در سال‌های اخیر اقتصاد ترکیه رشد خوبی داشته و رشد ۸/۹٪ و ۷/۴٪ را در سال‌های ۲۰۰۴ و ۲۰۰۵ بدست آورده است.

از سال ۲۰۰۲ به بعد با روی کار آمدن حزب عدالت و توسعه، دولت ترکیه توانسته است با برنامه‌ریزی مناسب در سیاست‌گذاری کلان اقتصادی بر مشکلات اقتصادی فائق آید و گفته می‌شود که این سیاست‌گذاری‌های اقتصادی باعث ایجاد ثبات سیاسی در این کشور شده است. بر این اساس دولت در سطح کلان با بهره‌گیری از گسترش بخش خصوصی و افزایش رقابت، کاهش تقاضای داخلی و توسعه صادرات، ایجاد ساز و کار و تشویق برای جذب سرمایه خارجی، افزایش بهره‌وری و استفاده از تکنولوژی توانسته است برنامه توسعه و رشد اقتصادی را تداوم بخشد. در بخش سیاست‌گذاری پولی نیز توانسته نرخ تورم را به زیر ۵ درصد کاهش دهد. در بخش ارزی نیز با

تغییر از نظام ارزی ثابت به نظام ارزی شناور توانسته به احیای ارزش پول داخلی کمک کند. این امر باعث رضایت مندی شهروندان و ایجاد ثبات سیاسی در این کشور شده است.

جمهوری ترکیه بر میراث اجتماعی و اقتصادی امپراتوری عثمانی بنا گردیده است. امپراتوری عثمانی در اواخر عمر خویش دچار مشکلات و مصائب اقتصادی و اجتماعی فراوانی شده بود و زمانی که جمهوری ترکیه شکل گرفت ذخایر اقتصادی و با ارزش این امپراتوری از قلمرو حکومت ترکیه خارج شد و تنها مشکلات عدیده اقتصادی آن برای این کشور به ارث رسید. از آغاز تشکیل جمهوری ترکیه، این کشور به دلیلی دیون و بدهی سنگین امپراتوری عثمانی دچار مشکلات عدیده اقتصادی بود و تلاش سیاستمداران و دولتمردان این کشور برای کاهش مشکلات اقتصادی معطوف به برنامه‌ریزی اقتصادی شد. در این راستا از سال 1934 دو برنامه اقتصادی پنج ساله در این کشور اجرا شد که تا حدودی موجب افزایش تولیدات صنعتی این کشور شد. در سال 1962 با تأسیس سازمان برنامه دولتی در ترکیه، اولین برنامه جامع پنج ساله توسعه اقتصادی این کشور با هدف افزایش رشد اقتصادی تنظیم شد، اما نتوانست مشکل تورم را حل کند. در سال 1980، زمان اوج بی‌ثباتی کشور، تورم به سطح ۱۱۰ درصد به قیمت‌های خرده‌فروشی بالغ گردید. طی دهه ۱۹۸۰، به رغم خروج ترکیه از سیاست‌های جایگزینی واردات و گشودن درهای اقتصادی آن کشور، تورم بالا همچنان ادامه یافت. دهه ۱۹۹۰ که دوران جنگ خلیج فارس و نوسانات اقتصاد جهانی بود، تورم باز هم در ترکیه افزایش یافت، به طوری که در سال ۱۹۹۶ به سطح ۱۰۸ درصد به قیمت‌های عمده‌فروشی و ۱۲۵ درصد به قیمت‌های خرده‌فروشی بالغ شد. این شرایط اقتصادی باعث بی‌ثباتی شدید ترکیه از زمان تأسیس این جمهوری شده بود تا آنجا که این کشور با ثبت رکورد ۸ کودتا در شمار کشورهای بی‌ثبات قرار گرفت.

ثبات سیاسی

محفوظ بودن یک رژیم از تهدید براندازی داخلی از طریق انقلاب یا شورش را ثبات سیاسی نامیده‌اند. ثبات سیاسی به چهار عاملی بستگی دارد: ۱- شرایط اقتصادی، مانند بیکاری، تورم، سقوط ارزش پول کشور؛ ۲-

وقایع سیاسی که می‌تواند موجب تغییر دولت شوند، مانند اعتصابات عمومی و ترورهای سیاسی؛ ۳- ساختارهای سیاسی، مانند سیستم انتخاباتی؛ 4- شرایط بین‌المللی

استراتژی اصلی ترکیه در اقتصاد کلان برای دستیابی رشد اقتصادی بالا، گسترش بخش خصوصی و ایجاد سازوکار برای رقابت بیشتر بوده است. خصوصی‌سازی به طور مشخصی از میانه دهه ۸۰ میلادی در دستور کار سیاست‌های اقتصادی ترکیه قرار گرفت. خصوصی‌سازی در ترکیه از یکسو به کاهش هر چه بیشتر مداخله دولت در فعالیت‌های اقتصادی و کاهش بار پولی بنگاه‌های اقتصادی دولتی بر بودجه ملی کمک کرده و از سوی دیگر به توسعه بازارهای سرمایه و هدایت مجدد منابع به سوی سرمایه‌گذاری‌های جدید معطوف بوده است. ترکیه در به ثمر رساندن سیاست‌های خصوصی‌سازی خود با به‌کارگیری جلب حمایت مردمی، شفافیت در سیاست‌گذاری و اجرا، ثبات اقتصادی و سیاسی و حمایت قوی دولت از بخش خصوصی توانسته تا حد قابل‌توجهی در این مسیر توفیق کسب کند. علاوه بر خصوصی‌سازی، با سیاست‌گذاری اقتصادی در کشور همسایه به جذب سرمایه خارجی نیز اهتمام ویژه‌ای داشته است. ترکیه به دلیل دارا بودن بستر مناسب برای سرمایه‌گذاری و نزدیکی به بازار مصرفی آسیا یکی از مهمترین کشورها در جذب سرمایه خارجی بوده است. بر اساس آمارها از سال ۱۹۴۵ تا ۱۹۸۰ کل سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی معادل ۲۸۸ میلیون دلار بوده است. در انتهای دهه ۸۰ میلادی دولت محدودیت‌ها را در مورد جابه‌جایی سرمایه و اخذ وام خارجی لغو کرد، در نتیجه یک نظام حساب سرمایه باز، حتی آزادتر از کشورهای توسعه یافته، ایجاد شد. این روند باعث شد در ابتدای دهه ۹۰ جریان ورودی سرمایه‌گذاری در کشور تقویت شود؛ همچنین تصویب قانون حمایت از سرمایه‌گذار خارجی در سال ۲۰۰۳ میلادی و به دنبال آن اصلاح زیرساخت‌های اقتصادی و سرمایه‌گذاری در این کشور سبب شد تا میزان سرمایه‌گذاری خارجی در سال ۲۰۰۵ به ۹ میلیارد و ۶۶۷ میلیون دلار آمریکا برسد و سرمایه‌گذاری نسبت به سال قبل ۳ برابر رشد کرد. این روند در سال‌های بعد نیز تداوم داشت به نحوی که در سال ۲۰۰۷ میزان سرمایه‌گذاری خارجی در ترکیه حدود ۲۰ میلیارد دلار اعلام شد، اگر چه اخیراً به دلیل بحران جهانی در سال ۲۰۰۸ کمی از این سهم کاسته شد. «کاهش تقاضای داخلی و تلاش در توسعه صادرات» یکی دیگر از اهداف اقتصاد ترکیه در مسیر توسعه است. مجموع این

سیاست‌ها در اوایل دهه ۱۹۸۰ به منظور تأثیر در بازار داخلی برای ایجاد انگیزه صادرات طراحی شده بود. در این زمان دولت برای قطعیت بخشیدن بیشتر به این روند، طرح سوبسید صادرات مشتمل بر تخفیف‌های اعتبارات صادرات را به اجرا در آورد. براساس آخرین داده‌ها میزان صادرات این کشور در سال ۲۰۱۴ معادل ۱۵۷ / ۶ میلیارد دلار بوده که از این سهم صادرات خودرو و محصولات یدکی با حجم ۲۲/۳ میلیارد دلار بیشترین میزان صادرات ترکیه را به خود اختصاص داده است. در گام بعدی نیز دولت ترکیه توجه قابل توجهی به افزایش بهره‌وری و استفاده از تکنولوژی برای آموزش نیروی کار اختصاص داده است.

آمریکایی‌ها به طور کلی ترکیه را در رده کشورهای توسعه یافته دسته‌بندی کرده‌اند. اقتصاددانان و سیاستمداران اغلب ترکیه را به عنوان کشور تازه صنعتی شده طبقه‌بندی می‌کنند و آن را از جمله 20 کشور صنعتی جهان می‌دانند. ترکیه در طول چند سال اخیر یکی از کشورهای با بیشترین رشد اقتصادی بوده و رتبه ششم اقتصادهای قدرتمند کشورهای اروپایی را داراست. بر اساس اعلام مجله فوربس از نظر تعداد میلیاردرها شهر استانبول در سال ۲۰۰۸ با ۳۵ نفر میلیاردر پس از مسکو (۷۴ میلیاردر)، نیویورک (۷۱ میلیاردر)، لندن (۳۶ میلیاردر) در رده چهارم جهان قرار دارد و از این لحاظ از شهرهایی مانند: توکیو، هنگ کنگ، لس آنجلس و دالاس پیش است.

کشاورزی

در سال ۲۰۰۵ ترکیه در تولید محصولات کشاورزی در رده هفتم جهان قرار گرفت. ترکیه همچنین در تولید فندق، انجیر، زردآلو و گیلاس در جهان اول است، در تولید نخود، دوم، در تولید خیار، سیب زمینی، بادمجان، فلفل سبز، پسته و عدس، سوم، در تولید پیاز و زیتون چهارم، در تولید چغندر قند پنجم، در تولید

تنباکو، سیب و چای رتبه ششم جهان، در تولید جو و کتان رتبه هفتم، در تولید بادام رتبه هشتم، در تولید گندم، چاودار و گریپ فروت رتبه دهم جهان و در تولید لیمو یا زدهمین کشور جهان است.

صنایع

ترکیه در سال ۲۰۱۵ یکی از ۲۰ کشور برتر جهان از لحاظ تولیدات صنعتی جای گرفت و هر ساله بر میزان آن افزوده شده و سهم بخش صنعت در اشتغال ۱۹٪، در تولید ملی ۲۹٪ و در صادرات ۹۴٪ را به خود اختصاص داد. بزرگترین صنعت ترکیه نساجی است که ۱۶/۳٪ کل صنایع ترکیه را شامل می‌شود.

پس از نساجی پالایش نفت (۱۴/۵٪)، صنایع غذایی (۱۰/۶٪)، صنایع شیمیایی (۱۰/۳٪)، صنایع فولاد و ذوب آهن (۸/۹٪)، خودروسازی (۶/۳٪) و تولید ماشین آلات (۵/۸٪) بیشترین سهم در صنعت ترکیه را دارند.

از لحاظ صادرات صنایع نساجی با ۱۹٪، صنایع خودروسازی با ۱۸٪، صنایع فولاد و ذوب آهن با ۱۳٪، لوازم خانگی با ۱۰٪، صنایع شیمیایی و داروسازی با ۹٪ و ماشین‌سازی با ۷٪، عمده صادرات صنعتی ترکیه را تشکیل می‌دهند. صنعت نساجی ترکیه در سال ۲۰۰۶ با صادراتی به ارزش ۹۸/۱۳ میلیارد دلار که بخش اعظم آن (۷۶٪) به کشورهای عضو اتحادیه اروپا صادر شده بیشترین درآمد صادراتی را برای ترکیه داشته است. صنایع الکترونیکی وستل ترکیه بزرگترین تولیدکننده تلویزیون در اروپا بود یک چهارم تلویزیون های خریداری شده توسط مشتریان اروپایی توسط وستل تولید می‌شد. مجموع تولید تلویزیون شرکت وستل و بکو بیشتر از نصف تولید تلویزیون اروپا بود. در همان سال، شرکت ترکیه ای پروفیلو-تلار نیز سومین تولیدکننده تلویزیون در اروپا محسوب می‌شد. سهم ترکیه در فروش محصول تلویزیون در اروپا از ۵٪ در سال ۱۹۹۵ به ۴۵٪ در سال ۲۰۰۵ رسید. در همین مدت سهم ترکیه از بازار دستگاه های دیجیتالی در اروپا از ۳٪ به ۱۵٪ رسیده و لوازم خانگی تولید ترکیه ۱۸٪ بازارهای اروپا را به تسخیر درآورد. صنایع اتومبیل سازی ترکیه در سال ۲۰۰۶ با تولید ۱۰۲۴۹۸۷ دستگاه خودرو، پس از آلمان، فرانسه، اسپانیا، انگلیس و ایتالیا در رده ششم اروپا جای

گرفت. در همین سال ترکیه در خودرو سازی جهان به رتبه هفدهم ارتقا یافت و ارزش صادرات خودرو و قطعات یدکی خودرو را به ۱۴ میلیارد دلار رساند.

اتوبوس تمسا ساخت کشور ترکیه که به کشور آلمان صادر می شود



تلویزیون های تولیدی کشور ترکیه



پیمانکاری و ساخت و ساز

بخش پیمانکاری و ساخت و ساز ترکیه یکی از فعالترین و پویاترین پیمانکاران جهان است. در سال ۲۰۰۷ بیست و دو شرکت پیمانکاری و ساختمانسازی از ترکیه در فهرست بهترین های مهندسی عمران جهان جای گرفت که از این لحاظ پس از آمریکا و چین دررتبه سوم جهان قرار می گیرد. مرکز اصلی اتحادیه پیمانکاران ترکیه در شهر آنکارا، پایتخت این کشور مستقر است.

ارتباطات

پس از سال ۲۰۰۴ ارتباطات در ترکیه گسترش زیادی یافته و با آزادی عملی که بدست آورده و از کشورهای موفق در این زمینه می باشد. ترکیه از ماه آگوست 2008 از اینترنت VDSL با سرعت ۳۲ مگابیت/ثانیه بهره می برد. در اروپا سیستم VDSL تنها در آلمان، فرانسه و ترکیه راه اندازی شده است. بر اساس آمار ماه آگوست 2005 ، بیش از ۱۹ میلیون خط تلفن ثابت، ۳۶ میلیون خط تلفن همراه و ۱۲ میلیون کاربر اینترنت در ترکیه از خدمات ارتباطی استفاده می کرده اند. در سال ۱۹۹۹ مجموعاً ۳۸۲'۳۹۷ کیلومتر جاده ، ۸'۶۸۲ کیلومتر راه آهن (۲'۱۳۳ کیلومتر برقی)، ۱۱۸ فرودگاه (۶ فرودگاه بین المللی)، ۱'۲۰۰ کیلومتر راه آبی در ترکیه کار حمل و نقل را بر عهده داشتند.

خدمات بانکی و مالی

بانک مرکزی ترکیه در سال ۱۹۳۰ تشکیل شد و شعبه های در نیویورک ، لندن ، فرانکفورت و زوریخ دارد. در سال ۱۹۹۸ ۷۲ بانک در ترکیه فعالیت می کردند. بورس اوراق بهادار استانبول در سال ۱۹۸۵ و بورس طلای

استانبول در سال ۱۹۹۵ فعالیت خود را آغاز کردند البته سابقه فعالیت بورس در ترکیه به سال ۱۸۶۶ میلادی بازمی‌گردد. در آن سال بورس معاملات دارالسعادت توسط عثمانی‌ها تشکیل گردید.

کاهش ارزش پول ملی در برابر دلار

بر اساس تحلیلی از نشریه المانیتور به تاریخ ۱۷ می ۲۰۲۲، ترکیه در خلال سال ۲۰۲۱ که ادامه آن در سال ۲۰۲۲ نیز ادامه دارد، دچار یک بحران اقتصادی ضعیف شده است. لیر در سال ۲۰۲۱ با برکناری رئیس بانک مرکزی ترکیه و سپس کاهش نرخ بهره، ارزش لیر به شدت شروع به کاهش کرد. در ماه دسامبر به پایین ترین سطح تاریخی ۱۶.۶۸ لیر در برابر دلار رسید و لذا بانک مرکزی برای تقویت لیر بخشی از ذخایر ارزی را وارد بازار کرد و در نتیجه این ارز در اواخر دسامبر به ۱۰.۶۸ لیر به ازای هر دلار تقویت شد. اما در ادامه روند تغییرات نرخ ارز دوباره از ماه آوریل ۲۰۲۲ هم زمان با افزایش نرخ تورم، ارزش لیر دوباره در برابر ارزهای خارجی سقوط نمود و در ماه های جون و جولای این سال به حدود ۱۷ لیر در برابر هر دلار و یورو رسید.

غالب صاحب نظران اقتصادی بر این موضوع اتفاق نظر دارند که افزایش نرخ بهره، تورم را کاهش می دهد و به افزایش ارزش پول کمک می کند. با این حال، رجب طیب اردوغان، رئیس جمهور ترکیه همواره خلاف این را استدلال می‌کرد و به این دلیل بود که بانک مرکزی سال گذشته چندین بار نرخ‌ها را مطابق با دیدگاه‌های او کاهش داد.

روند اقتصاد ملی ترکیه

از پایان سال ۲۰۱۷ تا کنون، ارزش پول ملی ترکیه کاهش چشمگیری داشته است و این رقم که در سال ۲۰۱۰ حدود ۱.۶ لیر ترک به ازای هر دلار بود، در سال آوریل ۲۰۲۰ به ۶.۹ لیر ترک افزایش یافته است که حکایت از یک رشد ۷۷ درصدی در این دوره ده ساله دارد. اگرچه کاهش ارزش پول ملی یک کشور از نشانه های نابسامانی اقتصادی است اما تداوم

سیر صعودی صادرات ترکیه، افزایش تعداد گردشگران و درآمد حاصل از گردشگری، اقبال بسیاری از اتباع کشورهای همسایه به خرید ملک در این کشور، همه به این معناست که ترکیه همچنان از ابزارهای مقابله با عوامل بحران ساز اقتصادی برخوردار است. حتی بر اساس داده های وب سایت Trading Economics میزان ورشکستگی ها که تا سال های 2013 و 2014 سیر افزایشی داشت، از سال 2015 با آهنگ ملایمی در حال کاهش است. این نکات به همراه مشاهدات از روند شاخص های یاد شده ما را به این نتیجه می رساند که ترکیه علی رغم مواجهه با مسائل متعدد، توانسته است اقتصاد کشور را در وضعیت نسبتاً متعادلی قرار دهد. گرایش نظام بین الملل به چند قطبی شدن و ضعف جایگاه اتحادیه اروپا و ایالات متحده نسبت به گذشته در هدایت تجارت جهانی، سبب شده است که ترکیه همچون برخی حوزه های امنیتی و سیاسی وارد تعاملات اقتصادی و تجاری مستقل از غرب گردد و حتی در پی آن است که به ابتکار عمل هایی در برابر اروپا دست یابد که از جمله همکاری های استراتژیک با روسیه برای بدل نمودن ترکیه به هاب انرژی منطقه ای و تاسیس نیروگاه های هسته ای در این کشور، نگاه به شرق و بکارگیری ظرفیت های تجاری و حمل و نقل این کشور برای توسعه سهم بازار در حوزه های شرق و جنوب شرقی آسیا، قابل ذکر هستند. لازم به ذکر است که فرآیند مذاکرات الحاق ترکیه به اتحادیه اروپا نیز دچار وقفه نسبتاً طولانی شده که این موضوع در کنار اختلافات ترکیه با اروپا در مورد پذیرش آوارگان، فاصله بیشتری میان ترکیه و این بخش از دولت های غربی ایجاد کرده است. تنها زمینه پابرجا از همکاری با غرب، همان پیوندهای دیرینه با برخی کشورهای صنعتی اروپا بخصوص آلمان و ایتالیا و همچنین تداوم عضویت در سازمان ناتو است، که مورد اخیر حکایت از دغدغه های امنیتی ترکیه دارد. با توجه با چالش های بزرگ منطقه ای و جهانی و ظرفیت های ترکیه، دیپلماسی این کشور حداکثر بر موضوع امنیت و حفظ توازن قدرت در منطقه پیرامون متمرکز خواهد بود نه فراتر از آن، بلکه از این گذر بتواند به تجارت بپردازد و برند "ترکیه دولت تجاری" (Trading State) را حفظ نماید.

یکی از نقاط قوت ترکیه در مدیریت اقتصادی، گذشته از قابلیت های تجاری این کشور، برخورداری از زیرساخت های لازم برای اقدام در هر شرایط محیط بین المللی است. ترکیه با پذیرش بانک ها و موسسات مالی، سرمایه گذاران، بنگاه های بازرگانی و صنعتی خارجی، تجارت بین المللی را در سرزمین خود نهادینه کرده و علاوه بر تجارت رسمی از نهاد تجارت تهاتری (مرکز تهاتر استانبول) هم برخوردار است که تجارتی فارغ از مبادلات پولی و بانکی است. بازار رقابتی ترکیه که ماحصل عضویت در سازمان تجارت جهانی و اتحادیه گمرکی با اروپاست جذابیت لازم برای بنگاه های اقتصادی گوناگون و بخصوص سرمایه گذاران خارجی را فراهم کرده است. یکی از این جذابیت ها، بورس استانبول است که در سه ماهه نخست سال 2020، در مقایسه با سال گذشته، غالب ارزش سهام آن حدود 15 درصد کاهش نشان داد. اما از آوریل 2020 روند رو به رشدی در ارزش سهام اکثر بنگاه های عضو مشاهده می شود.

فصل دوم- ترکیه، بازار و شریک تجاری مناسب

ترکیه کشوری بزرگ و به سرعت در حال توسعه با بازار مصرف داخلی 83 میلیون نفری است. طی دهه گذشته، ترکیه مقررات خود را با پیش بینی عضویت نهایی در اتحادیه اروپا و اتحادیه گمرکی فعلی با اروپا، سازگار نمود. در حال حاضر فرصت های قابل توجهی را برای شرکت های خارجی وجود دارد. ترکیه کشور بزرگی است - با مساحت 300950 مایل مربع که با یونان، بلغارستان، ارمنستان، گرجستان، ایران، عراق و سوریه همسایه است و دسترسی آسان زمینی و دریایی به کشورهای خاور نزدیک و شمال آفریقا دارد. همکاری با شرکت های ترکیه ای در عین حال فرصت هایی را برای تجارت در بازارهای حوزه اروپا (شرقی و غربی)، حوزه دریای سیاه، روسیه و قفقاز فراهم می کند.

جغرافیای ترکیه

ترکیه کشوری بین قاره ای است که بین عرض جغرافیایی 35 درجه و 43 درجه شمالی و طول جغرافیایی 25 درجه و 45 درجه شرقی واقع شده است. دارای فرهنگی است. ارتباط با امپراتوری های یونان باستان، ایران، روم، بیزانس و عثمانی و با موقعیت جغرافیایی متمایز اروپا و آسیا و ایجاد یک هاب برای دسترسی به بازارهای منطقه ای در خاورمیانه، آسیای مرکزی و جنوب قفقاز، یک مقصد کلیدی برای تجارت و سرمایه گذاری بریتانیا و اروپا است. ترکیه در کرانه دریای اژه قرار دارد، در غرب، یونان و بلغارستان در شمال غربی، دریای سیاه، در شمال، گرجستان، ارمنستان، در شرق با ایران و در جنوب شرقی با عراق و سوریه همسایه است و از جنوب غربی با دریای مدیترانه ارتباط دارد. دریای مرمرة در شمال غربی ترکیه قرار

دارد که از طریق تنگه بسفر به دریای سیاه و از طریق تنگه داردانل به دریای اژه و مدیترانه می پیوندد.



97 درصد از این کشور در آسیا و 3 درصد در اروپا قرار دارد که توسط تنگه بسفر از هم جدا شده اند اما در واقع به دلیل عضویت این کشور در شورای اروپا می توان گفت مانند تمام کشورهای عضو این شورا، تمام سرزمین ترکیه در اروپا قرار می گیرد. به نظر می رسد گسترش اروپا (Europe Enlargement) از مرزهای سابق

این قاره فراتر رفته و به دلیل عضویت کشورهای ترکیه، ارمنستان و آذربایجان در شورای اروپا، کشور ما در مناطق شمال غربی در همسایگی اروپا قرار گرفته است.

کشورهای عضو شورای اروپا (محدوده جغرافیایی اروپا)



کشور ترکیه از سه بخش تشکیل می گردد: **آناتولی شرقی** که مجاور مرزهای ایران، ارمنستان، گرجستان و عراق قرار دارد و از شهرهای مهم آن ترابزون، وان، ایغدیر، دیاربکر، ارزروم، آغری و حکاری قابل ذکرند. **آناتولی مرکزی** که از شهرهای مهم آن می توان به آنکارا (پایتخت)، قیصریه (کایسری) و قونیه (کونیا) اشاره کرد و بالاخره **آناتولی غربی** که منتهی به دریاهاى اژه، مرمره و مدیترانه می شود و از شهرهای مهم

آن استانبول، ازمیر، بوسا، آنتالیا و مرسین بخصوص از نقطه نظر فعالیت های اقتصادی و تجاری شناخته شده هستند. همچنین کوه آرارات، بلندترین کوه ترکیه با ارتفاع 5137 متر (16854 فوت) است، ضمن اینکه، این کشور سرچشمه رودخانه های مهمی در خاورمیانه چون دجله، فرات، جیحان و سیحان است.

شرحی اجمالی بر سیاست داخلی ترکیه و تاثیر آن بر اقتصاد

ترکیه یک دموکراسی سکولار با اکثریت جمعیت مسلمان است. رئیس دولت رجب طیب اردوغان به عنوان رئیس جمهور ترکیه است که در اولین انتخابات مستقیم ریاست جمهوری ترکیه در ماه آگوست سال 2014، حدود 52 درصد آرا را به دست آورد. اردوغان قبل از انتخاب به عنوان رئیس جمهور، نخست وزیر و رهبر عدالت و توسعه بود.

حزب عدالت و توسعه (AKP)، یک حزب راست میانه با ریشه های اسلام گرایی است. این حزب که از سال 2002 در قدرت است، در نوامبر 2015 اکثر کرسی های پارلمان را به دست آورد و پس از آن به ترتیب سایر احزاب رقیب عبارتند از: حزب جمهوریخواه خلق (CHP) با مشی چپ میانه که نخستین با توسط مصطفی کمال پاشا (آتاتورک) تاسیس شد و در واقع قوی ترین حزب متمایل به غرب محسوب می گردد. پس از این دو حزب، احزاب دموکراتیک خلق ها (HDP) به عنوان حامی حقوق اقلیت ها و اقوام و حزب رادیکال ملی گرای خلق (MHP) کرسی های پارلمان را تصاحب کرده اند. البته احزاب ملی گرای خلق و عدالت و توسعه در ائتلاف با یکدیگر قرار دارند که گفته می شود حزب MHP نقش مهمی در رشد ناسیونالیسم ترکی و گرایش به توسعه طلبی سرزمینی در سیاست خارجی ترکیه و به تبع آن عملیات نظامی در عراق و سوریه دارد. با این وجود، دولت ترکیه به رهبری اردوغان استراتژی توسعه زیرساخت ها، اصلاحات و تغییر قانون اساسی را دنبال می کند. گرایش

های سیاسی ترکیه بر جامعه تجاری و صاحبان صنایع این کشور هم تاثیر گذشته و ماحصل آن شکل گیری اتحادیه ها و تشکل هایی است که ضمن اعمال نفوذ در مدیریت اقتصادی کشور در حوزه سیاسی نیز اندیشه خود را آشکار می نمایند و به منزله گروه های ذینفوذی بر تصمیمات سیاسی دولت نیز اثر می گذارند. از جمله مهمترین این تشکل ها می توان به اتحادیه صحن صنایع و بازرگانان ترکیه (TUSIAD) با گرایش به همکاری با کشورهای غربی و اتحادیه صاحبان صنایع و بازرگانان مستقل (MUSIAD) متمایل به دولت اردوغان اشاره کرد (Risk, Turkey, 2021).

اهمیت تمرکز بر توسعه سهم از بازار ترکیه:

جمهوری ترکیه یک بازار پیچیده و چالش برانگیز است که به سازگاری و پایداری نیاز دارد. صادرکنندگان با بسیاری از چالشهای مشابه در سایر کشورهای در حال توسعه مواجه هستند، که از جمله: مواردی از سیاستهای متناقض، مقررات و الزامات در ارائه برخی اسناد، عدم شفافیت در مناقصه ها و سایر تصمیمات تدارکاتی، و زمانبر و غیرقابل پیشبینی بودن رویه های قضایی و حقوقی و چارچوب های نظارتی است. دولت ترکیه در سال های اخیر در حین انجام مناقصات دولتی به تولیدات محلی اهمیت بیشتری می دهد، با این وجود، برنامه ریزی دقیق و صبر، کلید موفقیت در ترکیه است. در ضمن، باید در نظر داشته باشیم که مأموریت هر کشور در ترکیه این است که به تجارت خود کمک کند نه اینکه الزاماً در جهت خواست محیط تجاری ترکیه حرکت کند.

ضرورت حضور در بازار ترکیه

حرکت آهسته اما مستمر جمهوری ترکیه به سمت عضویت در اتحادیه اروپا، شتابی را برای اتخاذ مقررات و استانداردهای تجاری اروپایی در ترکیه ایجاد کرده است و در نهایت فروش و انجام تجارت در این بازار را برای کشورهایی که تجارت آزاد را پذیرفته اند آسانتر می‌کند. به نظر می‌رسد، اصلاحات از سال 2001، اقتصاد قوی‌تر و باثبات‌تری ایجاد کرده است که توانسته است سرمایه‌گذاری خارجی را جذب نماید که منجر به ایجاد تقاضا برای محصولات و خدمات جدید شده است.

ترکیه شانزدهمین اقتصاد بزرگ جهان و ششمین اقتصاد اروپا است و پیش‌بینی می‌شود که تا سال 2023 در میان ده اقتصاد برتر جهان قرار گیرد. ضمن اینکه، تولید ناخالص داخلی آمریکا حدود 25 تریلیون دلار آمریکاست که عمده آن ناشی از دو شهر استانبول و آنکارا است. رشد جمعیت در ترکیه بسیار سریع است و گرایش به جوانتر شدن در آن مشهود است، با توجه به اینکه سالانه 700 هزار نفر از دانشگاه‌های این کشور فارغ التحصیل می‌شوند.

جالب اینکه تنها اقتصاد شهر استانبول از اقتصاد مجموع 12 کشور عضو اتحادیه بزرگتر است. در بخش پیمانکاری و صادرات خدمات فنی و مهندسی، ترکیه با دسترسی به 1.5 میلیارد مشتری در اروپا، اوراسیا، خاورمیانه و شمال آفریقا پس از چین در رتبه دوم جهان قرار دارد. همچنین بر اساس اعلام بانک جهانی در سال 2018 بازار ترکیه از نظر رقابت‌پذیری و شفافیت در بین 190 کشور جهان در رتبه 60 قرار داشته است.

ترکیه در مسیر تجارت آینده

ترکیه با رشدی بیش از حد انتظار که در سال 2017 داشت، در موقعیتی قرار گرفت که در برابر طرح راه ابریشم جدید چینی ها خود را به نوعی در مسیر این طرح معرفی کرد و با بیان اینکه با هم پیشرفت کنیم، توانست توجه بسیاری از سرمایه گذاران آسیایی را به سوی پروژه های کلیدی این کشور جلب نماید. همانطور که پیشتر هم اشاره شد ترکیه خود را یک دولت تجاری می داند و تا آنجا بر تجاری بودن دولت تاکید دارد، که یک اصل و یک خط قرمز برای این کشور تلقی می گردد. همین خصیصه است که سیاست های توسعه طلبانه ترکیه بواسطه آن توجیه می شود و در واقع خط سیری است به سوی ارتقای منافع ملی این کشور. "تجاری بودن" در کنار "ناسیونالیسم" موتور محرکه رفتار دولت ترکیه در حوزه های اقتصادی و سیاست خارجی است. ترکیه مسیر جاده ابریشم را بسیار تبلیغ می کند و سالانه همایش های بزرگی در خصوص موضوع راه ابریشم تجاری در شهرهای ترکیه برپا می گردد. موضوع راه ابریشم در پیوند تنگاتنگ با قابلیت های ترانزیتی و حمل و نقلی هم از حیث راه ها و هم از نظر تجهیزات و امکانات حمل و نقلی است. کاملاً بدیهی است، دولت هایی که بر موضوعات حمل و نقلی تاکید دارند از نقطه نظر ژئواستراتژیکی نیز در پی گشودن راه های متعدد پیش روی خود هستند که هم از بعد اقتصادی (تجارت و گردشگری) و هم از بعد دفاعی حائز اهمیت هستند و شکی نیست که دولت محصور چاره ای جز وابستگی ندارد. در چنین منطقی امروزه، گذشته از خروج از وضعیت دولت محصور، نزدیک ترین و کم هزینه ترین مسیر برای رسیدن به هدف بهتر است و این امکان بخصوص در بازارهای بین المللی بر قدرت رقابتی کشور می افزاید.

اخیراً کشورهای همسایه، چین و روسیه کریدورهای حمل و نقلی ریلی گسترده ای مورد توافق و اجرا قرار داده اند که در این کریدورها، ایران به عنوان یک مسیر اصلی ترانزیتی دیده نشده است. بخصوص اقدام سه کشور: ترکیه، گرجستان و آذربایجان در احداث راه آهن جنوب قفقاز زمینه کریدور ترانس کاسپین را برای

اتصال راه آهن چین به اروپا و حوزه دریای سیاه فراهم کرده است که مسیر ترانزیتی ایران را دور می زند. تصاویر ذیل این خطوط حمل و نقلی را بخوبی نشان داده و سهم ایران را از این مسیر نشان می دهد. این تصاویر در عین حال جلوه ای از رقابت منطقه ای ترکیه با ایران را منعکس می کند.

تصویر خط آهن مشترک قفقاز میان سه کشور ترکیه، گرجستان و آذربایجان



تصویری از خط آهن ترانس کاسپین با توجه به موقعیت ایران



ترکیه در نظر دارد که به یک هاب ترانزیتی و حمل و نقلی بدل شود که ارتباط شرق و غرب را برقرار نماید و همانطور که ملاحظه می شود، این مسیر که شاید بهترین وضعیت آن عبور از خاک ایران است عملاً ایران را دور زده است و نکته دیگر اینکه سهم ایران از این شبکه خطوط آهن یگانه مسیر ریلی کوتاهی است که به دریاچه وان ختم می شود و لذا هیچ ارزش بزرگ تجاری برای ایران نخواهد داشت. همچنین در پی مناقشات میان آذربایجان و ارمنستان، یکی از راه های ارتباطی ایران که می تواند ارتباط بدون نیاز به تردد از سرزمین کشورهای "رقیب" را فراهم کند مسیر کشور ارمنستان است که علی رغم مناقشات پیش آمده میان جمهوری آذربایجان و ارمنستان . در تصویر ذیل نکات یاد شده بخوبی نشان داده شده اند:



فصل سوم - برنامه توسعه و آموزش در ترکیه

در ساختار منطقه ای ترکیه از لحاظ جمعیت، سطح درآمد، و فعالیت های اجتماعی و اقتصادی برخی تفاوتها به چشم می خورد. در ترکیه شاهد آن هستیم که مهاجرت گسترده ای از مناطق دارای سطح درآمد پایین به سمت مناطق توسعه یافته بخصوص شهرهای بزرگ در جریان است.

رشد شهرنشینی در منطقه دریای سیاه، آناتولی مرکزی و آناتولی شرقی در مقایسه با دیگر مناطق پایین است. حوزه های مرمره و اژه مهمترین مراکزی هستند که در آن فعالیتهای باارزش اقتصادی صورت می گیرد و سازمانهای صنعتی بزرگی در آنها شکل گرفته اند. در طول زمان امتیازات جغرافیایی و تاریخی این منطقه افزایش یافته و به شکل روز افزونی در حال تبدیل شدن به یک قطب است. آناتولی شرقی و آناتولی جنوب شرقی، مناطق در حال توسعه ترکیه محسوب می شوند و این امر ناشی از ساختارهای اقتصادی آنهاست که به ترکیب جغرافیایی آب و خاک منطقه مربوط می شود.

برنامه توسعه ملی ترکیه

پس از 1960 در ترکیه دوره ای از توسعه هدفمند و برنامه ریزی شده آغاز شد. بدنبال این دوره، برنامه ریزی منطقه ای دو عملکرد عمده را دنبال نموده است: نخست آنکه برنامه ریزی منطقه ای از تاثیر خاصی بر توسعه اقتصاد کشور برخوردار است. دوم اینکه برنامه ریزی منطقه ای شیوه مهمی برای حذف تفاوت های منطقه ای است.

در برنامه اول پنج ساله (1963-1968)، اولویت نخست به مناطق کمتر توسعه یافته ای داده شد که از پراکندگی جغرافیایی کافی برخوردار نبودند. این برنامه تشکیل شده بود از آغاز مطالعات ارزیابی در

چارچوب منطقه ای با منطقه آناتولی شرقی و منطقه آناتولی جنوب شرقی که به شکل گرفتن کمیته ای درون سازمانی جهت به اجراء گذاشتن برنامه هایی منجر گردید و به شکلی هدفمند تدوین شده و پرسنل لازم را به تعداد کافی و کیفیت مطلوب به این مناطق اعزام داشته و به امر آموزش کارشناسان توسعه منطقه ای مبادرت می ورزند. در این دوره، مناطق توسعه یافته در درون هر کشور تعیین شده اند به طوری که توسعه صنایع مرمره شرقی، کشاورزی و صنعت در چوکوروا، کشاورزی و جهانگردی در آنتالیا و صنایع در منطقه زنگولداک که جزء برنامه های پیش بینی شده بودند.

در برنامه دوم پنج ساله (1968-1972) ضمن تاکید ویژه بر اهمیت توسعه منطقه ای نوعی سیاست برنامه ریزی منطقه ای که منطبق با سیاستهای توسعه ای، شهرسازی و مسکن منطقه ای بود به اجراء درآمد. در این دوره با هدف پشتیبانی از توسعه سازمان یافته تاسیسات و امکانات اقتصادی و اجتماعی مناطق، برخی توصیه ها در خصوص سیاستهای مسکن و شهرسازی منطقه صورت گرفت که هدایتگر فعالیتهای بخشی گردید.

در برنامه سوم پنج ساله توسعه (1973-1977)، رویکردهای توسعه و برنامه ریزی منطقه ای نسبت به موارد مشابه با سرعت بیشتری صورت گرفتند. ایده اصلی این بود تا هرچه سریعتر به هدف رفع نابرابریهای توسعه بین مناطق دست یابند.

در برنامه چهارم پنج ساله توسعه (1978-1983) پیشنهادهای مطرح گردید مبنی بر تقسیم بندی نیروی کار جهت دستیابی به توسعه اقتصادی، توزیع متوازن خدمات، صنعت و زیرساخت در سراسر کشور. علاوه بر این درخصوص مناطق دارای اولویت از لحاظ توسعه توجه ویژه ای به منطقه آناتولی شرقی و منطقه آناتولی جنوب شرقی معطوف گردید.

در برنامه پنجم 5 ساله توسعه (1985-1989) مجدداً تصریح گردید که هدف از برنامه های منطقه ای شتاب بخشیدن به توسعه اقتصادی و بکارگیری منابع به شیوه کارآمد است. از سوی دیگر هدف از این برنامه رفع نابرابریهای بین مناطق نیز بود.

برنامه ششم 5 ساله توسعه (1994-1990) نیز با آغوش باز به استقبال توسعه پایدار بین مناطق رفت. علاوه بر این برنامه تاکید داشت که ضمن استقرار و پذیرش سیاست‌های توسعه ای منطقه ای، سیاست منطقه ای اتحادیه اروپا نیز باید مد نظر قرار گیرد.

در برنامه هفتم 5 ساله توسعه پایدار (1996-2000) بنا بود تا تفاوت های منطقه ای را با هدف افزایش سطح اتحاد و همبستگی ارتقاء بخشید.

در برنامه هشتم 5 ساله توسعه (2001-2005) پروژه های برنامه ریزی منطقه ای به اجرا درآمده و شرح داده شده اند. طبق این برنامه اصول اساسی سیاست‌های توسعه ای منطقه ای عبارت بودند از پایداری و تداوم پذیری، انسجام و همبستگی، توازن و برابری بین توسعه اجتماعی و اقتصادی و افزایش سطح کیفی زندگی. این برنامه همچنین تصریح داشت که موفقیت برنامه ریزی منطقه ای وابسته به هماهنگی و تطابق بین برنامه های توسعه ای اجتماعی و اقتصادی در کل کشور و همچنین برنامه‌های محلی خواهد بود. علاوه بر این اولویت های ملی میبایست در برنامه های محلی انعکاس یابند.

برنامه نهم 5 ساله توسعه اهمیت خاصی را برای توسعه منطقه ای قائل شد. در این برنامه، توسعه منطقه ای به عنوان هدفی مبهم لحاظ گردید. پیشنهادهای اصلی عبارت بودند از: تجدید حیات سیاست های توسعه ای در سطح منطقه ای، حداکثر میزان توسعه ممکن بر مبنای شرایط و پویایی محلی و امکانات بالقوه داخلی، ساخت ظرفیت سازمانی در سطح محلی و بهبود شرایط مناطق شهری. این برنامه در تلاش بود تا میزان رقابت پذیری و اشتغال را افزایش داده، موجب تقویت توسعه انسانی و برادری و اتحاد اجتماعی شود. همچنین تضمینی باشد بر توسعه منطقه ای و افزایش کیفیت و کارآمدی خدمات. (دلیر، 1392)

نهاد برنامه ریزی منطقه ای

مجوز تدوین برنامه ریزی منطقه ای به عهده سازمان برنامه ریزی دولتی گذاشته شد که در 1960 به کمک قانون 91 تاسیس گردید. هدف اصلی از تشکیل این نهاد حل مشکلات ناشی از نابرابریهای منطقه ای و به ویژه در جهت توسعه بخشیدن به منطقه آناتولی شرقی است. مهمترین وظیفه این سازمان عبارت بود از تامین منابع و تاسیسات کشور، کمک به دولت، تدوین سیاستهای اقتصادی و اجتماعی، پشتیبانی از هماهنگی بین وزارتخانه ها، برنامه ریزی جهت دستیابی به اهدافی درخصوص توسعه منطقه ای، پایش (مانیتورینگ) نحوه اجرای برنامه ها و ارائه راهکارهایی که به انطباق هرچه بیشتر فعالیت های خصوصی با اهداف اتحادیه.

در سال 2011 با تاسیس وزارت توسعه، سازمان برنامه ریزی دولتی تعطیل گردید و به جای آن هیات توسعه منطقه ای و کمیته توسعه منطقه ای وابسته به وزارتخانه مربوطه تاسیس گردید. هیات توسعه منطقه ای تعیین کننده سیاستهای کلی درخصوص توسعه منطقه ای و استراتژی ملی است. کمیته توسعه منطقه ای به مسائل فنی درخصوص توسعه منطقه و ارائه راهکار می پردازد.

در ترکیه مطالعات اصلی برنامه ریزی منطقه ای بین سالهای 1957-1958 آغاز گردید. این تلاشها در راستای برنامه ریزی منطقه ای به اجرا گذاشته شد که تا حد زیادی قادر به حل و فصل مشکلات مختلفی بود اما کل کشور را تحت پوشش قرار نمی داد. مطالعات اصلی برنامه ریزی منطقه ای در برخی مناطق به صورت آزمایشی (پایلوت) به اجرا در آمدند. این مناطق عبارت بودند از مرمره، آناتولی شرقی و مناطق آناتولی جنوب شرقی. هدف اصلی از اجرای این برنامه ها حل و فصل مشکلات اقتصادی و فرهنگی، بررسی مشکلات ناشی از صنعتی شدن و توسعه مناطق توسعه نیافته بود (دلیر، 1392).

اولین برنامه توسعه منطقه ای در ترکیه برنامه ای بود که برای توسعه منطقه مرمره شرقی آماده شد. محدوده جغرافیایی پروژه نواحی بالک سیر، بوسا، چاناک قله، ادیرنه، کرک لارایی، کوچا ایلی، ساکاریا و تیکیرداغ را تحت پوشش قرار می داد. این برنامه محصول مستقیم تلاشهایی بود که در حوزه برنامه ریزی

شهری صورت می گرفت. ایده اصلی این برنامه این بود که رشد شهر استانبول اجتناب ناپذیر بود و می بایست از آن حمایت بعمل می آمد. اصلی ترین توصیه هایی که در این برنامه صورت گرفته است حاکی از نیاز برای رشد انبوه مسکن و مناطق شهری در این محدوده بود و بیشترین اولویت را برای بخش آناتولی منطقه لحاظ می کرد که قرار بود در نهایت به تشکیل منطقه ای صنعتی میان ایزمیت و آداپازری بیانجامد. علاوه بر این برخی توصیه های خاص در برنامه وجود داشت از جمله حمایت از ارزشهای طبیعی، تاریخی و فرهنگی، حمایت از منابع آب شیرین و ایجاد مناطق شهری جدید.

پروژه آناتولی جنوب شرقی یک برنامه توسعه منطقه ای یکپارچه و چند بخشی است که تاسیسات نیروگاهی هیدرولیک، سدها و آبرسانی در دجله و فرات و همچنین سرمایه گذاری ها و خدمات در زیر ساخت های شهری و روستایی، حمل و نقل، صنعت، آموزش، بهداشت، جهانگردی (توریسم) و بخشهای مختلف دیگر را تحت پوشش قرار می دهد. اهداف اصلی آن عبارتند از: بهبود شرایط زندگی و سطح درآمد مردم به منظور از میان برداشتن اختلافات توسعه منطقه ای و حمایت از اهداف ملی همچون ثبات اجتماعی و رشد اقتصادی از طریق تقویت بهره وری و فرصتهای شغلی در بخش شهری. محدوده جغرافیایی پروژه نه ناحیه اداری را در بر می گیرد: آدیامان، باتمان، دیاربکر، قاضی آنتپ، کلیس، ماردین، سیرت، شان لی اورفا و شیرناک.

منطقه آناتولی شرقی بزرگترین منطقه جغرافیایی ترکیه محسوب می شود. سه دلیل عمده برای توسعه نیافتگی این منطقه مطرح است. اول، تفاوت بهره وری نیروی کار در بخش کشاورزی؛ دوم، رشد ناکافی صنعت و در نهایت، تفاوت های موجود در بهره وری نیروی کار بین بخشهای ثانوی و مناطق در صنعت و بخشهای دیگر.

با هفتمین برنامه توسعه تلاشی صورت گرفت تا یک برنامه توسعه منطقه ای نیز برای منطقه آناتولی شرقی تدوین شود. هدف اصلی از این تلاشها توسعه آناتولی شرقی، تقویت فعالیت های اقتصادی به ویژه در کشاورزی و دامداری، برجسته ساختن ابعاد چند وجهی برنامه توسعه منطقه ای و ایجاد زیر ساختهای لازم برای سرمایه گذاری بخش خصوصی بود. در برنامه کلان، سه گروه هدف شناسایی شدند. اینها عبارت بودند از اهداف اقتصادی اجتماعی و زیست محیطی. علاوه بر این در چارچوب این اهداف هفت منطقه اولویت دار در برنامه کلان مورد

شناسایی قرار گرفتند که عبارت بودند از بهبود منابع انسانی، گسترش سازمان ها، ایجاد زیر ساختها، بهبود و مدیریت مراتع، ارتقاء کیفیت زیست محیطی، مبارزه با فقر و جلب سرمایه.

حوزه دریای سیاه سومین منطقه توسعه نیافته ترکیه پس از آناتولی شرقی و آناتولی جنوب شرقی محسوب می شود. به همین خاطر نیاز به تدوین برنامه ای احساس می شد که نواحی شرقی این منطقه را تحت پوشش قرار دهد. منطقه تحت مطالعه این برنامه هفت ناحیه آرتوین، بایبرت، گیرسون، گوموشخانه، اردو، ریزه و ترابزون را پوشش می دهد. اهداف اصلی این برنامه تدوین طرح توسعه ای برای منطقه بود تا از تفاوت ها و عقب افتادگی های این منطقه در مقایسه با مناطق دیگر بکاهد و بخش های اولویت دار منطقه را مورد شناسایی قرار دهد.

استراتژی توسعه منطقه ای از چهار عنصر تقویت زیربافت های حمل و نقل، ارتباطات توسعه، مدیریت منابع آبی چند منظوره، بهبود شرایط مدیریت اراضی و تقویت دولت های محلی تشکیل شده بود.

با آغاز دوباره برنامه ریزی شده علاوه بر طرح های توسعه اهمیت خود برنامه ریزی منطقه ای نیز افزایش یافته و نهادها به تدریج اولویت های خاصی را برای امکانات پژوهشی خود قائل شدند. پروژه های برنامه ریزی در ترکیه به تدریج راه حل هایی را برای نابرابری های موجود بین مناطق به دست دادند. اما به دلیل عدم استمرار و پیگیری بین نهادهای فعال در برنامه ریزی منطقه ای در ترکیه و فقدان هماهنگی لازم این برنامه ها به اجرا درنیامدند.

آن دسته از ویژگی های اصلی این پروژه ها که پیش از تشکیل سازمان برنامه ریزی دولتی شکل گرفتند این بود که نگاه خاصی به مشکلات جغرافیایی منطقه مربوطه داشتند و ویژگی های اقتصادی و اجتماعی مناطق مورد بحث قرار نگرفته بود. علاوه بر این به این برنامه ها به پروژه های آزمایشی (پایلوت) نگاه می شود که وظیفه اصلی شان تنها آموزش پرسنل آن نهاد درباره برنامه ریزی منطقه ای بود.

ترکیه و اتحادیه اروپا

همانطور که پیشتر گفته شد از دید آمریکایی ها ترکیه کشوری توسعه یافته محسوب می شود در حالی که دیدگاه اتحادیه اروپا که در حال مذاکره با ترکیه برای الحاق به این اتحادیه است متفاوت به نظر می رسد و ترکیه راه طولانی تا توسعه یافتگی در پیش دارد. در این راستا، لازمه پذیرش عضویت ترکیه در اتحادیه اروپا، اصلاح ساختار قانونی و رسمی ترکیه می باشد. در این مسیر شش خط مشی اصلی وجود دارد که عبارتند از: چارچوب حقوق، چارچوب سازمانی، ظرفیت های اداری، برنامه ریزی، پایش عملکرد و ارزیابی، نظارت مالی و حسابرسی.

در ترکیه جهت مطابقت کشور با این شرایط یک تغییر سیاستگذاری رخ داد. طبق این تغییر در سال 1971 نوعی اولویت بندی منطقه ای برای توسعه صورت گرفت تا از نابرابریهای منطقه ای کاسته و به توسعه مناطق توسعه نیافته افزوده شود. از سوی دیگر بین سالهای 2006-2009 نهاد توسعه منطقه ای نیز شکل گرفت. این نهادها نمونه ای از تغییر سیاستگذاری در ترکیه می باشد. زیرا با تامین این نهادها ساختار سیاست های منطقه ای "از سیاست توسعه بالا به پایین به سیاست توسعه ای پایین به بالا" تغییر نمود. نقشهای اصلی این نهادها توسعه ای عبارتند از: افزایش میزان سرمایه گذاری، توسعه زیرساختها، افزایش تحرک پذیری، افزایش ظرفیت های سازمانی و انسانی و مشارکت و همکاری.

نابرابریها و تفاوت های منطقه ای در اتحادیه اروپا و همچنین ترکیه در زمره مهمترین موانع موجود در مسیر توسعه اقتصادی و اجتماعی در سطح ملی به شمار می آیند. نکته مهم در اینجا تفاوت های اقتصادی و اجتماعی مابین ترکیه و دیگر دولتهای عضو اتحادیه اروپا از لحاظ سطح ناکافی آموزش، انباشت ناکافی سرمایه، بازارهای توسعه نیافته محلی، شرایط جغرافیایی و کمبود زیر ساخت است. لذا در ترکیه ویژگیهای اصلی مناطق و محورهای توسعه به شکل کارآمدی مشخص نشده اند (دلیر، 1392).

حل نابرابری های توسعه در ترکیه از طریق ساختار اداری حقوقی فعلی با مشکلات بسیاری همراه است. در نتیجه این ساختار نیازمند بازسازی است. برای امور مربوط به برنامه ریزی و توسعه منطقه ای، سازمانها و ارگان های مسئول بسیاری وجود دارند. اما در ترکیه با فقدان هماهنگی لازم بین این دستگاه ها مواجه هستند. بهتر بود که یک شورای عالی تاسیس می گردید که وظیفه اصلی اش ایجاد هماهنگی لازم بین نهادهای فوق، نظارت بر تحقق اهداف برنامه ها و تدوین سیاست های لازم در خصوص توسعه منطقه ای باشد. این شورا می تواند به عنوان یک سازمان واسطه ای بین دولت مرکزی و نهاد های منطقه ای نیز عمل کند، زیرا ساختار اداری و تشکیلات دولت در ترکیه به شدت متمرکز است. این نهاد نه تنها می بایست اختیار موضوعاتی همچون گرد آوری اطلاعات، پژوهش و برنامه ریزی را به عهده گیرد بلکه باید بر اجرای برنامه ها نیز نظارت داشته باشد. علاوه بر این لازم است برخی نهادهای پژوهشی و مشاوره ای در سطح مناطق نیز ایجاد گردد. خلاصه آنکه صرف نظراز الگوی سازمانی مورد بحث، موفقیت برنامه های منطقه ای بستگی به هماهنگی لازم بین نهادهای توانمند دارد.

برنامه های توسعه ای منطقه ای می بایست با برنامه های توسعه ملی که بیانگر اولویت های ملی و منطقه ای هستند مطابقت داشته باشد. این برنامه ها باید جامع و منسجم بوده و قادر به تدوین چشم اندازهای استراتژیک درباره منطقه مربوطه باشند. همچنین این برنامه ها بایستی آینه ای جهت انعکاس اولویت های ملی و تقاضای های محلی باشد و به هنگام تدوین و اجرای یک برنامه منطقه ای، حمایت و مشارکت عمومی از ملزومات کار محسوب می شود.

دولت ترکیه به ویژه به منظور بهره مند شدن از ابزارهای سیاستگذاری منطقه ای اتحادیه اروپا می بایست تمامی پیش شرط های لازم جهت دستیابی به انطباق با برنامه ملی و برنامه اقتصادی پیش از رشد و ارتقاء را محقق سازد. همچنین اسناد گزارش پیشرفت کار و مشارکت رشد و ارتقاء از اهمیت بسیاری برای نشان دادن میزان موفقیت ترکیه در توسعه منطقه ای و سیاستگذاری های آن برخوردار است.

تامین نهادهای توسعه ای، ایجاد واحدهای آماری محلی و انجام اولویت بندی های منطقه ای جهت توسعه از جمله گام های مهم به سمت کسب عضویت اروپا به حساب می آید. افزون بر تمامی این تحولات، ترکیه در فرایند رشد و ارتقاء می بایست نابرابریهای منطقه ای را ریشه کن سازد. آناتولی شرقی و جنوب شرقی همچنان به عنوان توسعه نیافته ترین مناطق ترکیه مطرح هستند. مطالعات منطقه ای برای این مناطق می-بایست افزایش یابد. در همین چارچوب منابع طبیعی امکانات بالقوه حمل و نقل، ظرفیت های کارآفرینانه مناطق می بایست افزایش یابد.

در نهایت برنامه های منطقه ای ترکیه می بایست شرایط اقتصادی و اجتماعی منطقه را در دستور کار خویش لحاظ نماید. این برنامه ها می بایست امکان مشارکت نهادهای محلی و دولتی را فراهم سازند که مهمترین پیش نیاز این مشارکت آموزش است.

نظام آموزشی ترکیه:

نظام آموزشی ترکیه بر مبنای برنامه توسعه کشور شکل یافته است و سرفصل دروس و آموزش ها بخصوص در دوران مدرسه گویای این مطلب است که ترکیه می کوشد تا حد امکان دانش آموزان از دانش و بخصوص کاربرد عملی آن در کار و زندگی بهره مند شوند بلکه بدانند که چگونه در مسئولیت های محوله ایفای نقش نمایند. این روشی است که بواسطه آن ظرفیت های نهفته و استعداد های افراد در راستای توسعه کشور آزاد و شکوفا می شوند. بخصوص آموزش ها در حوزه اقتصاد و تجارت که در پی می آیند، اولویت اقتصاد را در سیاستگزاری های دولت ترکیه بخوبی نشان می دهند. علاوه بر این، نظام آموزش عالی ترکیه نیز با تعدد و تنوع دانشگاه ها راه های ورود به دانشگاه را باز کرده است ضمن اینکه، با پذیرش گسترده دانشجویان خارجی به نوعی به "صادرات خدمات آموزشی" و تبدیل دانشگاه به یک کانون تولید درآمد اقدام نموده است.

سیستم آموزشی مدارس ترکیه طبق مصوبه سازمان ÖSYM شامل ۱۲ سال تحصیلی می باشد و از ۳ مرحله تشکیل شده است. دوره اول دوره ۴ ساله ابتدایی، دوره دوم دوره ۴ ساله راهنمایی و دوره سوم دوره ۴ ساله متوسطه است (آموزشی، ۱۴۰۰).

مقطع پیش دبستانی:

طبق سیستم آموزشی در مدارس ترکیه مقطع پیش دبستانی (Okul Öncesi) دوره ای برای آمادگی کودکان به مدرسه است. مدارس پیش دبستانی ترکیه (Ana okulu) برای کودکان ۳ تا ۵ سال (۳۷-۷۲ ماهه) است و در این دوره مهارت های یادگیری کودکان برای آمادگی به مدرسه شکوفا می گردد. اجباری برای شرکت کردن کودکان در دوره پیش دبستانی وجود ندارد.

▪ دوره دبستان (İlköğretim)

دوره دبستان (İlkokul) برای کودکان ۵/۵ ساله (۶۶ ماهه) و بیشتر شامل می شود، اولیاء برای اطمینان از آمادگی فرزندان خویش می توانند به پزشک مراجعه کرده و برگه صلاحیت تحصیلی بگیرند. کودکان واجد شرایط بر اساس موقعیت محل اقامت به صورت اینترنتی و اتوماتیک در نزدیک ترین مدرسه محل اقامت شروع به تحصیل می کنند.

طبق سیستم آموزشی در مدارس ترکیه دوره دبستان دوره ای ۴ ساله برای شکوفا سازی و بکارگیری مهارت های آموزشی و یادگیری با بکارگیری روش های آموزشی و پرورشی ساده و موضوع محور در راستای چهارچوب های آموزشی است. پیش از شروع دوره دبستان دوره ای ۳ ماهه برای آمادگی دانش آموزان به دبستان تشکیل می شود. دانش آموزان در سال دوم تحصیلی فراگیری زبان انگلیسی، در سال سوم تحصیلی فراگیری علوم فنی و در سال چهارم فراگیری علوم دینی را به صورت اجباری شروع می کنند.

برنامه هفتگی برای آموزش در دوره دبستان ۳۰ ساعت در هفته بوده و به صورت ذیل است (آموزشی، ۱۴۰۰) :

دروس آموزشی	سال اول	سال دوم	سال سوم	سال چهارم
زبان ترکی	۱۰	۱۰	۸	۸
ریاضیات	۵	۵	۵	۵
دانش زندگی	۴	۴	۳	-

۳	۳	-	-	دانش فنی
۳	-	-	-	علوم اجتماعی
۲	۲	۲	-	زبان های خارجی
۲	-	-	-	علوم دینی و اخلاقی
۱	۱	۱	۱	هنرهای بصری
۱	۱	۱	۱	موسیقی
۲	۵	۵	۵	فعالیت های بدنی و بازی
۱	-	-	-	امنیت ترافیکی
۲	-	-	-	دموکراسی و حقوق انسان
-	۲	۲	۴	فعالیت های آزاد

▪ راهنمایی (Ortaokul)

در نظام آموزشی مدارس ترکیه ورود و تحصیل در دوره راهنمایی همانند دوره ابتدایی به صورت اتوماتیک و از طریق اینترنت بر اساس محل اقامت صورت می پذیرد. در دوره راهنمایی برای آماده کردن دانش آموزان به عنوان افرادی مستقل به دانش آموزان حق انتخاب داده می شود و دانش آموزان علاوه بر دروس اجباری می توانند از مجموع ۳۵ ساعت تحصیلی ۶ ساعت را به دروس اختیاری اختصاص داده و در شکل گیری شغل و هویت فردی نقش به سزایی داشته باشند، این انتخاب ها نشانگر علاقه و آینده شغلی دانش آموز هستند. در دوره راهنمایی به زبان های خارجی و علوم فنی هفته ای ۴ ساعت اختصاص داده می شود.

سال چهارم	سال سوم	سال دوم	سال اول	دروس آموزش هفتگی
۵	۵	۶	۶	زبان ترکی
۵	۵	۵	۵	ریاضیات
۴	۴	۴	۴	دانش فنی
-	۳	۳	۳	علوم اجتماعی
۲	-	-	-	تاریخ انقلاب جمهوریت ترکیه و آتاتورک شناسی
۴	۴	۳	۳	زبان های خارجی
۲	۲	۲	۲	علوم دینی و اخلاق
۱	۱	۱	۱	

				هنرهای بصری
۱	۱	۱	۱	موسیقی
۲	۲	۲	۲	آمادگی جسمانی و ورزش
۲	۲	-	-	تکنولوژی و طراحی
-	-	۲	۲	فناوری اطلاعات و برنامه نویسی
۱	-	-	-	هدایت و برنامه ریزی شغلی
۶	۶	۶	۶	دروس اختیاری

مواد درسی در نظر گرفته شده در مقاطع دبستان و راهنمایی که دوره شکل گیری شخصیت کودکان است، نشان می دهد که استانداردهای زندگی فردی و اجتماعی متناسب با فرهنگ جوامع توسعه یافته اروپایی در ترکیه مورد ملاحظه قرار گرفته است و این خود نشان دهنده تمایل ترک ها برای تعامل و معاشرت با

اروپایی هاست. توان اقتصادی اروپا و بازار مرفه و جذاب اروپا، هدفی است که دولت اقتصادگرای ترکیه با جدیت آن را پیگیری می نماید.

▪ دبیرستان (Lise)

طبق سیستم آموزشی در مدارس ترکیه، دانش آموزان ۱۴ الی ۱۸ ساله ای که ۸ سال آموزشی ابتدایی و راهنمایی را به اتمام رسانده اند وارد دبیرستان می شوند، دوره دبیرستان از سال های تحصیلی ۲۰۱۲-۲۰۱۳ به صورت اجباری است.

دوره تحصیلی دبیرستان ۴ ساله است و دبیرستان های مختلفی برای تحصیل دانش آموزان وجود دارد. دانش آموزان بر اساس علایق و توانایی هایی که دارند در یکی از دبیرستان ها ثبت نام نمایند. شرط ورود به دبیرستان های ترکیه شرکت در آزمون TEOG (Temel Eğitimden Ortaöğretime Geçiş) است.

▪ دبیرستان فنی (Fen Lisesi)

دانش آموزانی در رشته های ریاضیات و فنی توانایی های قابل توجهی دارند آماده تحصیل در دبیرستان های فنی هستند، دبیرستان های فنی مکانی برای پرورش دانش آموزان به عنوان دانشمندان آینده هستند. در دبیرستان های فنی دانش آموزان به واسطه تحقیق در رشته های علمی و تکنولوژی می توانند با استفاده از اطلاعات جدید و مطالعه مقالات و پروژه ها دست به اختراعات جدیدی بزنند. مدت زمان تحصیل در دوره

دبیرستان ۴ سال تحصیلی است و به دو صورت مدارس روزانه و مدارس اقامتی (دارای خوابگاه) هستند، زبان خارجی آموزشی در دبیرستان های فنی زبان انگلیسی است.

▪ دبیرستان علوم اجتماعی (Sosyal Bilimler Lisesi)

دبیرستان های علوم اجتماعی با هدف پرورش علاقه مندان به رشته های علوم اجتماعی و ادبیات در رشته های مربوطه به واسطه آموزش مهارت های مورد نیاز در حال فعالیت آموزشی هستند. دروس آموزشی با هدف پرورش دانشمندان برگزیده و شکفتن توانایی نهفته دانش آموزان به صورت تخصصی بررسی و انتخاب گردیده است. همچنین دانش آموزان به واسطه دروس آموزشی در حال شناخت ویژگی های اجتماعی و سیاسی جامعه بوده و با فرهنگ اداری و سیاسی جامعه آشنا می شوند. دوره تحصیلی به همراه ۱ سال دوره پیش نیاز ۵ سال است و مجموع دانش آموزان در هر کلاس حداکثر ۳۰ نفر می باشد. دبیرستان های علوم اجتماعی دارای بیشترین آمار قبولی دانشگاهی در بین دیگر دبیرستان هستند.

▪ دبیرستان آناتولی (Anadolu Lisesi)

دبیرستان های آناتولی همانند دبیرستان های ایران در حال آموزش مهارت های کلی برای دانش آموزان در حال تحصیل در رشته های مختلف برای آمادگی به ورود دانش آموزان به رشته های دانشگاهی هستند.

اهداف دبیرستان های آناتولی آماده کردن دانش آموزان برای تحصیل در رشته های دانشگاهی بر اساس علاقه، توانایی و موفقیت های فردی به واسطه آموزش زبان های خارجی و علوم و تکنولوژی های نوین جهان در سطح دانشگاهی می باشد. مدت زمان تحصیل در دبیرستان آناتولی ۴ سال می باشد. دانش آموزانی در دبیرستان های آناتولی تحصیل کرده اند موفق به کسب میانگین معدل ۴۵۰-۵۰۰ امتیازی می شوند که رتبه قابل قبولی برای ورود به دانشگاه های مورد علاقه است.

دبیرستان مشاغل و تکنیک (Meslek ve Teknik Lisesi)

دبیرستان های مشاغل و تکنیک در واقع دبیرستان های کار و دانش هستند، بر اساس مصوبه آموزش و پرورش کشور ترکیه ۲۲ دبیرستان در حال فعالیت و آموزش دانش آموزان در رشته های تحصیلی مختلف هستند. اهداف آموزشی این مدارس ارائه آموزش های شغلی برای آشنایی با فرهنگ کاری و شغلی موجود در جامعه و حداقل یک زبان خارجی برای دانش آموزان در حال تحصیل است.

مدت زمان تحصیل در دبیرستان های مشاغل و تکنیک ۴ سال است. مدارس مشاغل و تکنیک بر اساس قانون مصوبه به عنوان مدارس چند برنامه ای نیز یاد می شوند. فارغ التحصیلان از این دبیرستان ها فوق دیپلم محسوب می شوند و می توانند بدون آزمون ورودی شروع به تحصیل در رشته های کاردانی کنند. فارغ التحصیلان از

این مدارس گواهی مهارت و برگه شروع به کار در حرفه خود می گیرند و می توانند به عنوان تکنیسین در واحد های صنفی شروع به فعالیت کنند.

لیست زیر شامل رشته ها و مشاغل تحصیلی در این دبیرستان ها است:

▪ دبیرستان مشاغل پزشکی (Sağlık Meslek Lisesi)

دبیرستان های مشاغل پزشکی مدارس هستند که با هدف آموزش دانش آموختگان رشته های وابسته به علوم پزشکی در سازمان های دولتی و خصوصی تاسیس گردیده اند. وزارت آموزش و پرورش کشور ترکیه با هدف آموزش افراد دارای مهارت و توانایی در رشته های مختلف وابسته به علوم پزشکی با آموزش مهارت های علوم مختلف و زبان انگلیسی اقدام به تاسیس این مدارس کرده است. فارغ التحصیلان از این مدارس به عنوان دستیار پرستار، دستیار ماما و تکنیسین بهداشت تلقی می شوند.

▪ دبیرستان مشاغل تجاری (Ticaret Meslek Lisesi) :

دبیرستان های مشاغل تجاری در حال آموزش حسابداران و تاجرین عرصه های دولتی و خصوصی، بازاریابان و صاحبین مشاغل، مدیران شرکت و مسئولین دفتری و ماهرین تکنیک های شغلی با دانستن حداقل یک زبان

خارجی هستند. طبق سیستم آموزشی در مدارس ترکیه مدت زمان تحصیل ۴ سال است و فارغ التحصیلان از این رشته ها بدون آزمون ورودی می توانند وارد دانشگاه شوند.

• **رشته های حسابداری و تجارت:**

- حسابداری
- حسابداری کامپیوتری
- بانکداری
- تجارت خارجی
- بورس
- تعاونی

• **رشته های بیمه و مدیریت بحران :**

- بیمه گری
- نمایندگی بیمه

• **رشته های بازاریابی**

- مدیریت فروش
- بازاریابی و روابط عمومی
- مغازه داری و عمده فروشی
- مشاوره املاک

• **مدیریت شرکت و مسئول دفتری**

- مدیریت و مسئول دفتری اماکن تجاری
- مسئول دفتری حقوقی
- مسئول دفتری اماکن پزشکی
- مسئول دفتری مدیریت

- مسئول دفتری شرکت
- مسئول دفتری اداره جات
- **رشته های کامپیوتر**
- برنامه ریزی کامپیوتر
- سخت افزار کامپیوتر
- کامپیوترهای رومیزی

▪ دبیرستان مشاغل ارتباطی (İletişim Meslek Lisesi)

دبیرستان مشاغل ارتباطی مدارس هستند که با توجه پیشرفت کشورها نیاز به ارتباطات بین المللی افزایش یافته و ایجاد ارتباط دارای اهمیت ویژه ای شده است، از این رو برای ایجاد مشاغل برای افراد دارای مهارت و توانایی در این رشته ها با آموزش زبان های خارجی و علوم وابسته به رشته در حال آموزش به زبان آموزان هستند.

مدت زمان تحصیل در این مدارس ۴ سال می باشد و فارغ التحصیلان می توانند در مشاغل خبر نگاری، رادیو و تلویزیون، روابط عمومی و معرفی مشاغل ارتباطی در سازمان های دولتی و خصوصی شروع به فعالیت کنند.

▪ دبیرستان مشاغل هتلداری، توریسم و گردشگری (Turizm Meslek Lisesi)

در دبیرستان مشاغل هتلداری، توریسم و گردشگری به دانش آموزان علوم پایه و زبان های خارجی مورد نیاز برای فعالیت در این مشاغل آموزش داده می شوند. مدت زمان آموزش در این مدارس ۴ سال تحصیلی است. دانش آموزان در حال تحصیل در این مدارس در فصول پاییز و زمستان در حال تعلیم علوم مورد نیاز به صورت تئوریک بوده و در فصول بهار و تابستان نیز در حال تعلیم علوم آموزشی به صورت عملی در مکان های توریستی می باشند. فارغ التحصیلان از این مدارس می توانند بدون آزمون وارد دانشگاه شوند. دانش آموزان در این دبیرستان ها میتوانند در رشته های پذیرش، خدمات، آشپزخانه، مسیولین طبقات و آژانس های مسافرتی فعالیت کنند.

▪ دبیرستان مشاغل فنی دخترانه (Kız Meslek Lisesi)

دبیرستان مشاغل فنی دخترانه مدارسی هستند که مخصوص آموزش برای دختران است و آموزش در این مدارس همانند مدارس مشاغل و تکنیک است با این فرق که آموزش بعضی از علوم با زبان های خارجی است و به همراه ۱ سال آموزش پیش نیاز ۵ سال است. آموزش در ۲۱ رشته مختلف به همراه یکی از زبان های انگلیسی و آلمانی است. فارغ التحصیلان از این دبیرستان ها می توانند وارد عرصه کار شده و یا برای ادامه تحصیل وارد دانشگاه بشوند.

▪ دبیرستان مشاغل کشاورزی (Tarım Meslek Lisesi)

دبیرستان های مشاغل کشاورزی با هدف پیشرفت اقتصاد و کشاورزی کشور، مدیریت و برنامه ریزی کشاورزی با یادگیری علوم گیاهی و حیوانی، زیباسازی محیط، شیلات، تجهیزات و صنایع کشاورزی، آنالیز مواد غذایی و تکنیک های کشاورزی در حال آموزش تکنیسین های دارای علوم فنی و علمی هستند.

در این مدارس آموزش علوم بهداشت حیوانی، تجهیزات کشاورزی و تکنولوژی کشاورزی به دو صورت مدارس روزانه و اقامتی انجام می شود. فارغ التحصیلان از این مدارس می توانند در سازمان های خصوصی و با آزمون ورودی در سازمان های دولتی فعالیت داشته باشند.

▪ دبیرستان هنرهای زیبا (Anadolu Güzel Sanatlar Lisesi)

دبیرستان هنرهای زیبا با هدف پرورش دانش آموزان با استعداد به واسطه ایده های خلاقانه، هنرهای ذاتی و توانایی های فردی در حال آموزش هستند. در دبیرستان هنر های زیبا علوم آواشناسی و موسیقی، هنرهای دستی مانند مجسمه سازی و نقاشی، بازیگری و هنرهای اجرایی آموزش داده می شوند. تعداد حداکثر افراد در هر کلاس ۲۴ نفر است. برای ورود به این دبیرستان ها باید در آزمون ورودی دبیرستان شرکت کرد.

▪ دبیرستان ورزش (Spor Lisesi)

دبیرستان های ورزش شامل مدارسی می شوند که آموزش تربیت بدنی و علوم وابسته به ورزش با توجه به زیر ساخت های ورزشی که شامل سالن های ورزشی سربسته، زمین فوتبال و سایر زمین بازی های ورزشی برای تقویت مهارت های فیزیکی دانش آموزان در حال فعالیت هستند.

ارائه خدمات آموزشی در این مدارس به دو صورت روزانه و اقامتی هستند. تعداد حداکثر افراد در هر کلاس ۲۴ نفر می باشد. فارغ التحصیلان با توجه به رتبه مهارت کسب شده از دبیرستان می توانند وارد رشته مورد علاقه در دانشگاه شوند. برای ورود به این دانشگاه ها باید در آزمون ورودی دبیرستان شرکت کرد.

▪ دبیرستان اسلامی (İmam Hatip Lisesi)

بر اساس ماده ۳۲ قانون ۱۷۳۹ قانون آموزش ملی داوطلبان تحصیل در رشته های طلبگی، حافظی قرآن و آموزش قرآن باید در دبیرستان های اسلامی تحصیل نمایند. این مدارس با هدف تربیت افراد علاقه مند به علوم و رشته اسلامی تاسیس گردیده و در حال فعالیت هستند.

مدت زمان آموزشی در این مدارس ۴ سال است. فارغ التحصیلان از این دبیرستان ها می توانند با شرکت در آزمون های YGS (Yükseköğretime Geçiş Sınavı) و یا LYS (Lisans Yerleştirme Sınavı) وارد دانشگاه شده و در رشته های مربوطه به رشته تحصیلی خود و دیگر رشته های تحصیلی شروع به تحصیل نمایند. دانشجویانی که خواهان

تحصیل در رشته های الهیات، علوم دینی و آموزش علوم اخلاقی هستند دارای رتبه و ارجحیت بیشتری نسبت به دیگران خواهند بود. به طور کلی این سبک آموزش در مدارس ترکیه، آنگونه که در دروس هر مقطع تحصیلی از ابتدایی تا متوسطه می بینیم، دانش آموزان را برای انجام عملی دروس و قابلیت کسب و کار پس از پایان دوران متوسطه آماده می نماید (آموزشی، 1400).

آموزش عالی ترکیه:

رویکرد آموزش عالی ترکیه، تعدد و تنوع دانشگاه ها و رشته های تحصیلی در سراسر ترکیه بخصوص شهرهای آنکارا، استانبول و ازمیر است. نکته مهم اینکه ترکیه دانشگاه های خود را اعم از دولتی و خصوصی، بین المللی اعلام کرده و هر ساله شمار زیادی از دانشجویان خارجی جذب مقاطع مختلف تحصیلی در کشور ترکیه می گردند. همچنین دانشگاه های ترکیه علاوه بر زبان ترکی به زبان انگلیسی و حتی سایر زبان های اروپایی نیز دروس را ارائه می کنند و اساتید خارجی زیادی را هم استخدام کرده اند. این سیاست آموزشی نیز نوعی تجاری کردن آموزش است و منجر به ارتقای درآمدها در کشور گردیده است. آموزش عالی ترکیه نیز متأثر از سیاست خارجی و تجاری این کشور است و جهت گیری جذب دانشجویان به طور عمده بر پذیرش دانشجو از کشورهای آفریقایی، ترک زبانان و بعضی اتباع کشورهای فلسطین و اردن متمرکز است و اعطای بورس های کامل تحصیلی، صدور پذیرش آسان و سهل گیری در دادن نمرات قبولی و گذراندن راحت تر واحدهای درسی از جمله امتیازاتی

است که برای دانشجویان خارجی یاد شده در مقایسه با دیگر ملیت ها قائل می شوند. شاید، ترک ها افقی را در آینده تصور می کنند که بواسطه همین دانش آموختگان آفریقایی بتوانند سهم خود را در این بازارها گسترش دهند.

فصل چهارم- بنیان تجاری و اقتصادی سیاست خارجی ترکیه

در دهه های اخیر که گرایش به توسعه صادرات افزایش یافته، تمایل به سیاست خارجی مسالمت جو و بی حاشیه پررنگ شده است. بر همین اساس است که برخی محققان لیبرال روابط بین الملل بر این باورند که توسعه تجارت آزاد و سیر فزاینده وابستگی متقابل میان دولت ها با پرهزینه جلوه دادن تنش و جنگ موجب همگرایی، صلح و امنیت بین المللی می شود. نورمن آنجل عقیده دارد که وابستگی متقابل در جهان مدرن صنعتی باعث شده جنگ کارکرد خود را از دست بدهد و در چنین شرایطی و به حکم عقلانیت، یک دولت باید بتواند به بهترین نحو ممکن بر رفاه و ثروت خویش بیافزاید و تا حد امکان از نظامی گری پرهیزد. همچنین ریچارد روزکرانس در اواسط دهه 1980 به طرح ایده ای با عنوان دولت تجاری (Trading State) پرداخت و معتقد بود که جهان تجاری نوینی در حال ظهور است که به طور فزاینده ای جایگزین جهان سیاسی-نظامی سرزمین محور می شود. ویژگی غالب جهان تجاری امروز، وابستگی متقابل است و در این جهان، دولت ها به خاطر منافع تجاری خود تمایل زیادی به گفتگو و همکاری دارند تا جبهه گیری و صف آرایی نظامی. در چنین جهانی، انرژی دولت ها در سیاست خارجی صرف یافتن بازارهای خارجی و تولید محصولات جدید برای حفظ بازارها خواهد شد.

دیپلماسی اقتصادی ترکیه:

می توان گفت که ترکیه توانسته است پیوند میان اقتصاد و سیاست خارجی را برقرار کند و همواره دیپلماسی سیاست خارجی ترکیه متکی بر سیاست های اقتصادی و تجاری آن کشور بوده است. این رویکرد از اواخر دوره عثمانی و پس از آن در دوره زمامداری مصطفی کمال پاشا (آتاتورک) آغاز شد و همچنان در سیاست خارجی ترکیه باقی مانده است. نکته اینکه، از همان دوران آتاتورک، با وجود اینکه شخص آتاتورک شاهد رفتارهای تجاوزگرانه غربی ها در منطقه از جمله علیه ترکیه بود، اما برای پیشرفت ها و دستاوردهای مدرن غرب ارزش بسیاری قائل بود و دولت ترکیه را موظف به زمینه سازی برای رسیدن به همان پیشرفت ها و دستاوردهای غرب می دانست. به همین دلیل عقیده داشت که سیاست خارجی نباید مانع مدرنیزاسیون و توسعه کشور شود. از ابعاد مهم سیاست خارجی ترکیه در دوران مصطفی کمال، عبارت بودند از: 1- دیپلماسی فعال اما بدون ریسک، 2- دوستی با کلیه قدرت ها علی رغم تفاوت داخلی آنان، 3- دوستی با ممالک استعمارزده و 4- تلاش برای صلح بین المللی.

جالب اینکه همین رویکرد در بازنگری اصول سیاست خارجی ترکیه در سال 2014 نیز مورد توجه قرار گرفت و ترکیه با تحرک بیشتری، اندیشه سیاست خارجی به جا مانده از دوران آتاتورک را همچنان حفظ نموده است.

با این وجود، اگر چه غربی ها با طرح موضوع جهانی سازی (Globalization)، اندیشه نئولیبرالیسم در روابط بین الملل را برای تعمیق همکاری ها مورد توجه قرار می دهند اما ترک ها به نظر می رسد که موضوع همکاری ها را نه در چارچوب اندیشه لیبرالی بلکه مبتنی بر نوعی مصلحت اندیشی واقع گرایانه دنبال می کنند. شاید چنین رویکردی برآمده از خصیصه ناسیونالیسم ترک باشد که ضمن پیگیری اهداف قدرت طلبانه، تداوم و موجودیت خود را در گروتجارتی فعال با جهان می بیند. این اندیشه در روابط خارجی توانسته است ترکیه را در بسیاری از حوزه های همکاری های اقتصادی و تجاری آزاد وارد کند اما رئالیسم و ناسیونالیسم در سیاست خارجی ترکیه خود به خود ذهنیتی از احتمال تقلب رقبا یا شرکای اقتصادی ایجاد می کند که سبب شده که ترک ها بخصوص در مذاکرات اقتصادی و تجاری دوجانبه خود موضع برد-باخت را در آغاز گفتگوها در پیش گیرند. به همین دلیل، غربی ها در مذاکره با ترک ها سعی می کنند آنها را متقاعد کنند که بهتر است طرفین مذاکره با موضع برد-برد پیش بروند و لذا توانسته اند ترک ها را جهت همکاری سوق دهند. به طور بدیهی، ترک ها نیز به وزن و سطح قدرت طرف های مذاکره خود نگاه می کنند و در چنین شرایطی است که به آن موضع برد-برد قانع می شوند. لازم به ذکر است که یکی از دلایل عدم موفقیت مذاکرات ایران و ترکیه در زمینه های اقتصادی و تجاری اصرار طرفین بر موضع برد-باخت است و در نتیجه همکاری شکل نمی گیرد و سودی نیز در پی نخواهد بود و به عبارتی، طرفیت با-باخت میز مذاکره را ترک

می کنند و مذاکرات موکول به آینده می گردد. هر کشوری که با ترک ها مذاکره می کند باید در قبال امتیازی که می دهد، امتیازی بگیرد و از نتایج برد-باخت یا باخت-باخت جلوگیری نماید.

پس از جنگ جهانی دوم و آغاز جنگ سرد، شرایط جدیدی بر خط مشی اقتصادی و سیاست خارجی ترکیه حاکم شد. ترکیه که پیش از این به روابط با همه قدرت ها گرایش داشت، پس از جنگ فقط به سوی ائتلاف با دولت های غربی روی آورد. ترکیه ناگزیر به چنین سیاستی بود و سیاست بی طرفی نیز پرهزینه به نظر می رسید. در سال های دهه 1960، تنش زدایی در روابط غرب و شرق باعث شد که اهمیت استراتژیک ترکیه برای غرب کاهش یابد. ناامیدی مقامات ترکیه از سیاست و عملکرد دولت های غربی سبب شد که ترکیه به دیپلماسی مستقل تری در عرصه روابط بین الملل بیانیدشد و از این رو، ترکیه به بهبود مناسبات با کشورهای عرب خاورمیانه و بلوک شوروی گرایش پیدا کرد.

استراتژی اقتصادی (بخصوص جایگزینی واردات) موجب چندجانبه گرایی در سیاست خارجی ترکیه در خلال سال های 1960-1970 شد و بخصوص هدف این بود که شرایط بحرانی اواخر دهه 1950 به شیوه جدیدی درمان شود. دولت همچنین تلاش کرد برای بازسازی و رونق اقتصاد کشور بویژه تسریع در فرآیند صنعتی شدن از ظرفیت خارجی بهره برداری نماید. در این راستا، دولت ترکیه در دهه 1960 به تلاش برای ادغام در جامعه اقتصادی اروپا گرایش یافت. در 1963 یک موافقتنامه مشارکت و همکاری با جامعه اقتصادی اروپا امضا کرد که تا ابتدای دهه

1970 فعال بود. این موافقتنامه در طول سال های 1963 تا 1972 بر رشد اقتصادی ترکیه افزود و دو برنامه پنج ساله به اجرا گذاشته شد. در این مدت سهم بخش صنعت در تولید ناخالص داخلی از 2.16 درصد به 6.22 درصد افزایش یافت و صادرات ترکیه به یکباره جهش یافت. همچنین در طول سال های یاد شده حساب جاری کشور مزاد داشت. در سال 1978، موانع تجاری را در برابر ترکیه حذف نمود و در سال 1980 آمریکا و ترکیه موافقتنامه همکاری دفاعی و اقتصادی منعقد نمودند. پس از آن موج جدیدی از حمایت های اقتصادی و امنیتی آمریکا از ترکیه آغاز شد. از این زمان ترکیه استراتژی جایگزینی واردات را با استراتژی توسعه صادرات جایگزین نمود، موانع جذب سرمایه گذاری مستقیم کاهش یافت، آزادسازی قیمت ها با واقع بینی صورت پذیرفت، نرخ ارز و نرخ بهره با انعطاف پذیری تعیین شدند، کنترل های سختگیرانه پولی برای محدودسازی تقاضای داخلی و کاهش نرخ تورم اعمال شد، مدیریت بدهی خارجی بهبود یافت و رتبه اعتباری کشور ارتقا یافت. در مجموع، اقتصاد ترکیه طی دهه 1980 به رغم برخی ناکامی ها، دستاوردهای مهمی را تجربه کرد (قنبرلو, 1392).

به دنبال عادی شدن مناسبات ترکیه و جامعه اقتصادی اروپا در سال 1986، تورگوت اوزال، رئیس دولت وقت ترکیه، به منظور پیشبرد موثرتر آزادسازی، طرح عضویت کامل در جامعه اقتصادی اروپا را مطرح نمود و در آوریل 1987 تقاضای رسمی خود را تسلیم شورای وزیران کرد. در آغاز دهه 1990، اقتصاد ترکیه با بیثباتی

هایی مواجه شد، ارزش لیر کاهش یافت و نرخ تورم سه رقمی شد. در سال 1994، دولت تانسو چیلر طبق توصیه صندوق بین المللی پول و بانک جهانی اقدام کرد و اوضاع اقتصادی تا حدی بهبود یافت. در این زمان، ترکیه وارد اتحادیه گمرکی اروپا شد و عضویت در اتحادیه اروپا را نیز پیگیری می کرد، در همین دوره بود که ترکیه به عضویت سازمان تجارت جهانی که در واقع ساختار تحول یافته جایگزین موافقتنامه عمومی تعرفه و تجارت (GATT) بود، در آمد و این تلاش ها حکایت از آن داشت که ترکیه راه رشد و توسعه اقتصادی را در توسعه صادرات و رفع موانع گمرکی و تعرفه ای پیش روی کالاهای صادراتی ترکیه می دانست. بر اساس شنیده ها در آن دوره، ورود ترکیه به موافقتنامه های تجارت آزاد در آغاز نگرانی هایی را در میان جامعه تجار و صاحبان صنایع این کشور به همراه داشت و این نگرانی، اعتراض هایی را نیز در پی داشته است، تا جایی که آن را یکی از دلایل پایان دولت تانسو چیلر ذکر می کنند. اما در ظرف مدت کوتاهی به دلیل کاهش یا حذف موانع گمرکی صادرات ترکیه بخصوص به بازارهای اروپایی دچار جهش می شود تا جایی که حجم تجارت ترکیه با اروپا به 40 درصد کل تجارت خارجی این کشور می رسد. با این وجود، در سال های پایانی دهه 1990 و هم زمان با روی کار آمدن دولت بولنت اجویت دوباره اقتصاد ترکیه دچار نابسامانی هایی شد که به نظر می رسید رهبران احزاب لائیک ترکیه قادر به اصلاح آن نیستند و لذا در چنین اوضاعی حزب عدالت و توسعه (AK Party) در صحنه سیاسی ترکیه ظاهر می شود. حزب عدالت و توسعه در واقع ریشه در طبقه تاجر پیشه کشور ترکیه داشت و به همین دلیل از سیاست آزادسازی اقتصادی پیروی می کرد و خواهان

ادغام در اقتصاد جهانی بودند. یکی از نکات مهم در موفقیت حزب عدالت و توسعه این بود که پیش از به قدرت رسیدن، مبانی سیاست خارجی آن توسط نخبگان حزب پایه ریزی شده بود. در میان نقش احمد داوود اوغلو بسیار مهم و بخصوص کتابی را در سال 2001 تحت عنوان "عمق استراتژیک" منتشر نمود که در آن ضمن توجه به اهمیت مناسبات منطقه ای ترکیه، نقش وابستگی متقابل اقتصادی در قوام دهی سیاست خارجی را بسیار موثر دانسته است. وی به طور مشخص اشاره می کند که کشورهایی که در حال گذار از استراتژی جانشینی واردات به توسعه صادرات هستند، ناگزیر از تعقیب منافع اقتصادی در عرصه سیاست خارجی خواهند بود (قنبرلو، 1392).

در عمل نیز دغدغه تجارت و توسعه یکی از عوامل مهم گرایش دولت اردوغان به بازسازی مناسبات با همسایگان و کشورهای منطقه بوده است. یکی از مهمترین گرایش های دولت رجب طیب اردوغان حفظ ثبات در منطقه پیرامونی و جلوگیری از تشدید تنش هاست. ترکیه همواره برای میانجی گری و حل و فصل میان دولت های منطقه می کوشد اگر چه در جایی نیز برای دور کردن تهدید های منطقه ای یا داخلی از سرزمین ترکیه وارد منازعات نظامی هم شده است. آنچه در سال های اواخر دهه دوم و اوایل دهه سوم قرن بیست و یکم در سیاست خارجی ترکیه به چشم می خورد، روابط حسنه ترکیه با کشورها و بخصوص همسایگان منوط به استقرار همکاری های اقتصادی سودمند است و در غیر این صورت روابط به سوی اعمال فشار بیشتر بر طرق مقابل خواهد بود. این حقیقتی انکارناپذیر در ماهیت سیاست های اقتصادی و خارجی ترکیه است. شاید بهترین رفتار در

قبال ترکیه همکاری در ضمن توازن قدرت است که می تواند توسعه طلبی اقتصادی، امنیتی و سیاسی ترکیه را به طور مطلوبی مهار نماید و این کشور را به سوی یک مذاکره برد-برد سوق دهد.

همکاری های اقتصادی انساندوستانه:

ترکیه پیروی خود از تئوری رئالیسم در روابط بین الملل را با عنوان **رئالیسم اخلاقی** جلوه می دهد. این رئالیسم اخلاقی در کنار اصل **اقدامات بشردوستانه** در سیاست خارجی و اقتصادی ترکیه در واقع به طور عمده، نگاه به نفوذ در بازارها و بهره مندی اقتصادی و تجاری و حتی سیاسی در دیگر نقاط جهان بخصوص سرزمین های آفریقایی دارد. هر ساله شمار کثیری از اتباع جوان کشورهای آفریقایی، عربی و حتی آمریکای لاتین به برای تحصیل به ترکیه می آیند، از بورس های کامل دانشگاهی برخوردار می شوند، بدون هیچ سخت گیری تحصیل خود را تمام می کنند و بخوبی هم در بخش های دولتی و خصوصی ترکیه جذب کار می شوند. همچنین ترکیه در مواردی سخاوتمندانه آوارگان را پناه می دهد و اعتباری را در صحنه بین المللی کسب می کند (Keyman, 2017).

همه موارد یاد شده، مثال هایی از اقدامات انساندوستانه یا به عبارتی رئالیسم اخلاقی در روابط بین المللی کشور ترکیه است. این موضوع، زمینه ساز توسعه صادرات و سرمایه گذاری ترکیه در بخش وسیعی از

بازارهای جهانی است، ضمن اینکه به نظر می رسد که هدف فراتر از یک توسعه ساده سهم بازار در بازارهای خارجی و در واقع توسعه نفوذ است. "نفوذ" همان عاملی است که به ریشه دار شدن و پایداری و ماندگاری حضور اقتصادی و تجاری ترکیه در بازار خارجی مساعدت می کند.

فصل پنجم - کسب و کار در ترکیه

بر اساس بررسی های به عمل آمده در سال 2017، ترکیه از حیث سهولت کسب و کار در میان 190 کشور جهان رتبه 60 را کسب نمود. با توجه به بازار سهام ترکیه و رونق نسبی شرکت ها و بنگاه های شناخته شده ترکیه شاید بتوان به مدل همکاری مشترک با آنها دست یافت.

مجموعه هولدینگ KOC، TUPRAS، ASELSAN، Garanti Bank، سوپرمارکت های زنجیره ای BIM، صنایع خودروسازی مورد، Yapi Kredi Bank، شرکت فرودگاهی TAV، هولدینگ Tekfen و غیره از جمله بنگاه ها و تشکل های معتبری هستند که می توان وارد کسب و کارهای مشترکی با آنها شد.

ثبت و تاسیس شرکت در ترکیه:

بنگاه ها و موسسات خارجی می توانند در مدت زمان کوتاهی دفاتر یا فروشگاه های خود را در شهرها یا مناطق آزاد ترکیه تاسیس نمایند. طبق مقررات جمهوری ترکیه، ثبت شرکت و همچنین رسیدگی و تنظیم حساب ها و امور مالی آنها با کمک دفاتر موسوم به «مالی مشاور» یا «محاسبه چی» میسر است. رایزنی بازرگانی ایران در ترکیه می تواند در معرفی مالی مشاور مساعدت کند.

هر گونه عقد قرار داد همکاری با طرف ترک باید در دفاتر اسناد رسمی ترکیه موسوم به **Noter** به ثبت برسد. همچنین در صورت بروز اختلافات یا طرح دعاوی حقوقی، برخورداری از وکیل (**AVUKAT**) دارای پروانه وکالت یک ضرورت است.

صادرات یا فروش هر کالا در بازار ترکیه باید از استانداردهای اروپا یا ترکیه برخوردار باشد و در مورد کالاهای خاص نظیر مواد غذایی، دارویی، لوازم و تجهیزات پزشکی، لوازم آرایشی و بهداشتی و مواد شیمیایی تاییدیه وزارت بهداشت ترکیه و مهر برجسته بخش کنسولی سفارت ایران یا سرکنسولگری های ایران در ترکیه مورد نیاز است. کالاهای نوآوری شده و دانش بنیان باید در موسسه **Patent** ترکیه نیز به ثبت برسند.

چالش های بازار

ترکیه بازاری امیدوارکننده اما اغلب پیچیده و چالش برانگیز است که ورود به آن به سازگاری، پشتکار و صبر نیاز دارد. صادرکنندگان ممکن است با بسیاری از چالش‌های مشابه در سایر بازارهای نیمه‌توسعه یافته مانند: سیاست‌ها، مقررات و الزامات اسنادی متناقض مواجه شوند. افزایش تعرفه برای طیف گسترده ای از محصولات؛ الزامات بومی سازی در صنایع مختلف؛ عدم شفافیت در مناقصه ها و همچنین مشکلات در فرآیند تدارکات عمومی، از جمله اولویت قیمت برای شرکت های ترکیه و یک چارچوب قضایی، قانونی و نظارتی وقت گیر و غیرقابل پیش بینی از جمله این موارد هستند. علاوه بر این، ترکیه از سال 2018 دچار رکود اقتصادی

شده است که با بحران کووید-19 شروع شده است و امروز به دلیل چالش‌هایی در بازارهای خارجی و همچنین کاهش تقاضا برای شرکت‌ها اندک شده است.

تضعیف لیر ترکیه و بیکاری بی‌ثبات، همگی بر توانایی شرکت‌های خارجی یا داخلی برای حفظ و رشد کمتر، فعالیت‌های خود در کشور تاثیر بسزایی دارد. علاوه بر این، ترکیه دارای کسری حساب جاری و حساب سرمایه است. بخش اعظم استقراض بخش خصوصی در ترکیه از طریق وام‌های ارز خارجی صورت گرفته است که در صورت کاهش ارزش لیر، خدمات دهی به آن سخت‌تر می‌شود. از دید بسیاری از شرکت‌های خارجی در ترکیه، شاید موثرترین روش برای رفع این موانع، همکاری با یک شریک ترکیه‌ای برای به دست آوردن بینش محلی و تعیین راه‌حل‌های بالقوه باشد، اما بسته به نوع کسب و کار ممکن است در شرایطی شراکت با ترک‌ها لازم باشد و در مواردی هم بهتر است شرکت‌ها بدو هیچ شراکتی کسب و کار خود را در ترکیه بنیان نهند. آنچه مسلم است، برنامه ریزی دقیق و صبر کلید موفقیت در ترکیه است.

فرصت‌های بازار ترکیه:

دولت ترکیه پروژه‌های زیربنایی متعددی را انجام داده است و در چند سال گذشته، فرصت‌های قابل توجهی را برای شرکت‌های خارجی اروپایی و آمریکایی ایجاد کرده است. با این حال، به دلیل رکود قابل توجه در اقتصاد ترکیه، چندین پروژه زیرساختی است که پیشتر برنامه ریزی شده بود اما اکنون متوقف شده‌اند. با این حال، فرصت‌ها برای معرفی و فروش کالاها و خدمات به دولت و مصرف‌کنندگان محدود می‌شوند. بخش هوافضای غیرنظامی در دهه گذشته بیش از 200 درصد رشد کرده است. فرصت‌های پروژه عمده در تأسیسات تعمیر

و نگهداری و تعمیرات (MRO)، سیستم‌های کنترل ترافیک هوایی و پروژه‌های فضای تجاری است. در بخش انرژی، صادرات LNG به ترکیه فرصت‌های عمده‌ای را ارائه می‌دهد زیرا ترکیه قصد دارد تامین‌کنندگان خود را متنوع کند. اکتشاف نفت و گاز فراساحلی در دریای مدیترانه و دریای سیاه ادامه خواهد یافت اگر چه تا این زمان دیتاوردی نداشته است. تورم 74 درصدی ترکیه در سال 2022 و افزایش نرخ سوخت و هم‌زمان کاهش صادرات گاز روسیه، گزینه‌ای بهتر از ایران را پیش روی ترکیه قرار نمی‌دهد. ترک‌ها در طول سال‌های اخیر با کاهش واردات گاز ایران با تحریم‌های اقتصادی علیه ایران همگام شدند و در عین حال جامعه خود را از بهره‌مندی از منابع متنوع گاز محروم گذاشتند. البته ترکیه به منظور کاهش وابستگی به واردات نفت و گاز، مجوزهایی هم برای مناقصه‌های مربوط به انرژی‌های تجدیدپذیر، به ویژه انرژی خورشیدی، صادر می‌کند. سایر زمینه‌های کسب و کار یا سرمایه‌گذاری در ترکیه که در هر دو بخش دولتی و خصوصی از شانس موفقیت برخوردارند عبارتند از: تولیدات متنوع صنعتی، فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و مراقبت‌های بهداشتی.

حرکت ترکیه به سمت عضویت در اتحادیه اروپا، اگرچه متوقف شد، اما با این وجود، شتابی را برای اتخاذ بسیاری از مقررات و استانداردهای تجاری اروپایی در این کشور ایجاد کرد و این اقدام از نقطه نظر حفظ سلامت بازار و احساس امنیت و اطمینان شرکت‌های خارجی بسیار موثر به نظر می‌رسد.

شورای رقابت ترکیه

نهاد حکومتی ترکیه در حفظ بازار رقابتی سالم در کشور و جلوگیری از تخلفات شرکت ها از حیث تبلیغات مخرب، قیمت گذاری غیر منصفانه، تبانی ها و شکل گیری مافیای بازار، «شورای رقابت ترکیه» مستقر در شهر آنکارا است.

شورای رقابت، تشکیلاتی است که معمولا ریاست آن از میان اعضای برجسته هیات علمی دانشگاه و توسط فدراسیون اتاق های بازرگانی ترکیه معرفی می گردد و سپس با حکم رییس جمهور ترکیه منصوب می گردد. این نهاد در قبال اعمال خلاف در بازار نظیر: گرانفروشی، دامپینگ، تبانی ها و رفتار مافیایی، نقض حقوق مالکیت معنوی و رقابت های مخرب در بازار و تضییع شرکت های خارجی یا بنگاه های کوچک و متوسط واکنش نشان می دهد و احکام مجازاتی که معادل حکم قضایی است صادر می کند که بفوریت نیز اجرا می گردد. این ساختار متشکل از تعداد زیادی کارشناس است که بسیاری از آنها به زبان های خارجی مختلفی آشنا هستند.

استراتژی ورود به بازار ترکیه

اگر چه ایران از حیث تولید انواع کالا و خدمات از ظرفیت بالایی برخوردار است اما برنند محصولات ایرانی هنوز آن طور که باید در بازارهای بین المللی شناخته شده نیست و لازم است که بنگاه های ایران با استراتژی مشخصی گام بردارند. مهمترین امتیاز شرکت های ایرانی در بازار ترکیه شباهت های زیادی در ذائقه و فرهنگ با مردم ترکیه است اما در ورود به بازار و ایجاد زمینه مذاکره با طرف های تجاری ناگزیر از پشتیبانی دولت از طریق ایفای نقش سفارت، سرکنسولگری ها و بخصوص رایزن بازرگانی است. به

نظر می‌رسد که طرف‌های ترک بر توانمندی شرکت‌های ایرانی واقفند ولی ترجیح می‌دهند که با واسطه سفارت و رایزنی بازرگانی و به عبارتی، با حضور دولت‌ها به همکاری بپردازند.

بنابراین، بهترین حالت آن است که تجار و شرکت‌های ارزیابی شده از حیث توانایی کار تجاری یا سرمایه‌گذاری با هماهنگی رایزن بازرگانی مستقر در سفارت یا سرکنسولگری اقدام به ارتباط با شرکای تجاری خود در بازار ترکیه نمایند.

علاوه بر این، شرکت‌های ایرانی باید تکنیک‌هایی را برای ورود به بازار ترکیه و کسب و کار در این کشور مد نظر قرار دهند. از جمله این تکنیک‌ها عبارتند از:

- به‌هنگام حضور در نمایشگاه‌ها از یک ماه جلوتر تبلیغات خود را در رسانه‌های ترکیه بخصوص نشریات ترکیه آغاز نمایند.

- اتاق‌های بازرگانی و اتحادیه‌ها و تشکل‌های صادراتی، در استقرار پائوین ایران در نمایشگاه‌های هدف فعال باشند و علاوه بر پائوین هیات‌های تجاری را هم‌زمان با رخداد نمایشگاهی به ترکیه اعزام کنند یا از اعضا بخواهند که در رخداد، در قالب غرفه‌دار یا بازدیدکننده حضور یابند.

- دفاتر نمایندگی شرکت‌های ایرانی با بهره‌مندی از کارمندان ترک ثبت شده و استقرار یابند و این دفاتر در اوقاتی از سال به تبلیغات شرکت و محصول بپردازند.

- با توجه به روانشناسی بازار ترکیه ابزارهای تبلیغاتی به ترتیب اهمیت عبارتند از: تبلیغات خیابانی، برپایی جشنواره و فستیوال محصول در هتل‌ها و سالن‌های همایش معروف شهر، تبلیغات و معرفی شرکت و محصول در نشریات معتبر اقتصادی و تبلیغات در رادیو و تلویزیون. دیجیتال مارکتینگ نیز اخیراً در ترکیه مورد توجه قرار گرفته است.

-تاسیس فروشگاه ها و رستوران های زنجیره ای ایرانی که حتی الامکان با سرمایه گذاری کامل طرف ایرانی باشد. شروع این اقدام از مناطق شرقی ترکیه توصیه می شود و در این خصوص شهرهای وان، ایغدیر، ارزروم، دیابکر، کارس و ترابزون بر استانبول، ازمیر و آنکارا ارجحیت دارند.

-فروشگاه های صنایع دستی ایرانی در شهرهای با جاذبه گردشگری ترکیه نظیر: استانبول، ازمیر و آنتالیا توصیه می گردد. در این خصوص برپایی سالانه نمایشگاه های فرهنگی ایران در شهرهای مختلف ترکیه پیشنهاد می گردد.

-مراکز پخت و تهیه کلوچه ها و شیرینی های محلی مناطق مختلف ایران در شهرهای ترکیه تاسیس و مراکز تجمع های تفریحی و گردشگری شهرها عرضه شوند.

-شرکت های فنی و مهندسی ایران ابتدا شرکت های خود را در ترکیه به ثبت برسانند و سپس با ورود به تشکل های شناخته شده نظیر اتحادیه پیمانکاران ترک یا اتاق های بازرگانی به کسب و کار و تعامل های مورد نیاز بپردازند.

-توانمندی ایران در انواع فناوری ها بخصوص صنایع هوایی، خودرویی، لوازم خانگی و فناوری اطلاعات، زمینه دیگری است که با پشتیبانی دولت می تواند منجر به همکاری و سرمایه گذاری های مشترک سودمندی میان دو کشور گردد.

همچنین شرکت های ایرانی می توانند از فرصت های موجود در مناطق آزاد ترکیه بهره مند شوند و بواسطه آنها نه تنها با ترکیه بلکه با دیگر کشورهای حوزه اروپا نیز به کار تجاری بپردازند.

هیچ وقت نباید فراموش کنیم که بازار رقابتی ترکیه فرصت خوبی برای کار با بازار ترکیه و دیگر بازارهای پیرامونی ترکیه است و بهترین حالت، استقرار کسب و کار با برند خویش است.

در زیر به چند حوزه مهم کسب و کار در ترکیه که چه بسا می تواند برای شرکت های ایرانی قابل بهره برداری باشد می پردازیم:

الف-خدمات و فناوری هوایی:

ترکیه یک مرکز هوافضا در حال ظهور برای بازارهای اروپا، خاورمیانه، قفقاز و شمال آفریقا است. ترکها با توجه به نزدیکی به بازارهای توسعه یافته و نوظهور (بیش از 50 کشور در سه ساعت پرواز از استانبول هستند)، اقتصاد و جمعیت رو به رشد آن، طی دهه گذشته به طور فزاینده ای به خدمات هوایی داخلی و بین المللی متکی شده اند. با توجه به گسترش خطوط هوایی خصوصی، تعداد پروازهای داخلی و خارجی در سالهای اخیر افزایش چشمگیری داشته است که منجر به جهش کل ترافیک مسافری و باری شده است.

بخش هوانوردی غیرنظامی ترکیه در سال 2019 نیز به رشد ثابت خود ادامه داد و مجموع مسافران به 209 میلیون نفر رسید. 100 میلیون مسافر در داخل کشور پرواز کردند و 109 میلیون باقیمانده به مقاصد بین المللی پرواز کردند. مجموع ترافیک محموله حدود 2.3 میلیون تن بود. همچنین یک نقطه عطف مهم برای بخش هوانوردی، افتتاح فرودگاه جدید استانبول در آوریل 2019 و بسته شدن فرودگاه آتاتورک پس از چندین دهه خدمت بود. مجموع ترافیک ترکیبی مسافران در فرودگاه آتاتورک و متعاقباً فرودگاه استانبول در سال 2019 به 68.5 میلیون نفر رسید و همچنان به عنوان پنجمین فرودگاه پرتراфик و پر ازدحام اروپا از نظر مسافران پروازهای مستقیم و غیرمستقیم به عنوان یک هاب باقی مانده است. از نظر اتصالات هاب، فرودگاه استانبول در رتبه نهم جهانی قرار دارد. سابیها گوکچن، فرودگاه دیگر استانبول، در سال 2019 به 35.4 میلیون مسافر خدمات رسانی کرد و تعداد کل مسافران شهر را به بیش از 100 میلیون رساند. با تکمیل باند دوم در Sabiha Gokcen در اوایل سال 2021، انتظار می رود این فرودگاه به ظرفیت سالانه 66 میلیون مسافر برسد. فرودگاه

استانبول، پس از تکمیل تمام مراحل، ظرفیت 90 میلیون مسافر خواهد داشت و انتظار می رود بزرگترین فرودگاه جهان باشد. با وجود سه باند پرواز، این فرودگاه دارای قابلیت نشست و برخاست همزمان سه گانه است که تنها تعداد کمی از فرودگاه ها در سطح جهان از آن برخوردار هستند. انتظار می رود تا سال 2033 استانبول میزبان بیش از 50000 مسافر مسافت طولانی در روز باشد.

خطوط هوایی خصوصی جدید، از جمله خطوط هوایی کم هزینه، در ترکیه ظهور و رشد کرده اند. بر اساس گزارش مجمع صادرکنندگان ترکیه، ترکیه پس از ایالات متحده و امارات متحده عربی با تولید 11.2 میلیارد دلار خدمات در سال 2018، سومین صادرکننده بزرگ خدمات در هوانوردی بود. علاوه بر این، در سال 2019، از ده صادرکننده برتر خدمات در ترکیه، پنج شرکت هواپیمایی بودند. همچنین با ایجاد مراکز جدید MRO در استانبول، فعالیتهای نگهداری و تعمیرات اساسی (MRO) رشد داشته است. HABOM ترکیه، مستقر در استانبول در فرودگاه سابیها گوکچن، یک مرکز بزرگ MRO متشکل از یک سرمایه گذاری مشترک THY Technic برای تعمیر و نگهداری هواپیماهای پهن و باریک بدن است. Sabiha Gokcen همچنین دارای یک تعمیرگاه موتور و سایر امکانات MRO با اندازه و مقیاس متفاوت است. رشد در بخش هوانوردی ترکیه، افزایش قابل توجهی در تعداد مقاصد پروازی به همراه داشته است و توانسته است به 56 مقصد داخلی از هفت مرکز و 328 مقصد بین‌المللی در 126 کشور در سال 2019 برسد. خطوط هوایی ترکیه (THY) از یک فرودگاه به مقاصد متعددی پرواز می‌کند. THY در حال حاضر 360 هواپیما دارد و 2 درصد از بازار جهانی را در اختیار دارد. در مارس 2018، شرکت بوئینگ قراردادی با THY برای 25 هواپیمای دریم لاینر (787) با اختیار خرید پنج فروند دیگر امضا کرد.

شرکت های MRO ترکیه مانند THY Technic، Pegasus Technic و دیگران نیز برای افزایش سهم خود از بازار MRO و گسترش سبد مشتریان خود با یکدیگر رقابت می کنند. به گفته کارشناسان صنعت هوانوردی، 12 درصد از هزینه

های صنعت هواپیمایی مربوط به تعمیر و نگهداری هواپیما است که فرصت های قابل توجهی را برای شرکت های MRO فراهم می کند (Commercial, 2021).

فناوری های نوین

نسل جدید مردم ترکیه همچنان به خرید رایانه های شخصی، تبلت ها، تلفن های همراه، لوازم الکترونیکی مصرفی و خدمات صوتی و داده های تلفن همراه علاقه نشان می دهند. همچنین انتظار می رود بازار سمعی و بصری گسترش یابد بخصوص اینکه ساختمان های هوشمند با نصب اتاق های کنترل سمعی و بصری ساخته می شوند و مشتریان از کالاها و خدمات مصرفی سرگرمی مانند IPTV استقبال می کنند. استفاده از فناوری های نوظهور جدید مانند اتصالات ماشین به ماشین (M2M)، هوش مصنوعی، بلاک چین و رباتیک نیز با توسعه اینترنت و صنعت به رشد خود ادامه خواهد داد.

از جمله شکل هایی که کانون حضور شرکت ها و موسسات فناوری های ارتباطات و اطلاعات در ترکیه هستند سه مورد به شرح زیر معرفی می شوند:

- TUBISAD (انجمن تولیدکنندگان انفورماتیک ترکیه): www.tubisad.org.tr

- BTK (مرجع فناوری اطلاعات و ارتباطات): www.btk.gov.tr

- TBD (انجمن انفورماتیک ترکیه): www.tbd.org.tr

فناوری های پزشکی و فناوری اطلاعات سلامت

این بهترین بخش صنعت آینده برای این کشور است. ترکیه با جمعیت 83 میلیون نفری، بازار رو به رشدی برای فناوری های پزشکی و خدمات مراقبت های بهداشتی است. وزارت بهداشت مسئول برنامه ریزی و اجرای سیاست های بهداشتی و درمانی کشور است و همچنین بزرگترین ارائه دهنده خدمات بهداشتی و درمانی است. ترکیه 4.5 درصد از تولید ناخالص داخلی خود (حدود 30 میلیارد دلار در سال 2018) را صرف مراقبت های بهداشتی می کند. این نرخ در مقایسه با میانگین 8.8 درصدی کشورهای OECD نسبتاً پایین است. ترکیه یکی از واردکنندگان عمده فناوری های پزشکی است طوری که 85 درصد از تجهیزات پزشکی وارداتی کشور را شامل می شود. بخش تجهیزات پزشکی زمینه مناسبی برای فعالیت شرکت های ایرانی و حتی سرمایه گذاری مشترک فراهم می کند و بهتر است که در نمایشگاه های ترکیه یا در ترکیب هیات های تجاری اعزامی مورد ملاحظه قرار گیرد.

هدف دولت ترکیه افزایش مجموعه مهارت و دانش کشور برای تولید تجهیزات پزشکی در داخل کشور است. برای تحقق این امر، پارلمان این کشور قانونی را تصویب کرد که به محصولات خریداری شده از شرکت های تجهیزات پزشکی که به طور جزئی یا کامل در ترکیه اقدام به تولید می کنند، تضمین می دهد. اولین گروه از محصولات مشمول این قانون خرید MRI، سی تی اسکن، اشعه ایکس دیجیتال، دستگاه های اولتراسوند و مانیتورهای کنترل بیمار بودند. با این وجود، تامین این تجهیزات یا قطعات مورد نیاز آنها در کارخانه ها مستلزم شرکت در مناقصه است که البته بنا بر گزارش های بازرگانی دیگر کشورها شرکت در این مناقصه ها پیچیدگی های خاص خود را دارند و فرآیندی سهل و شفاف به نظر نمی رسد.

وزارت بهداشت ترکیه بزرگترین سرمایه گذار و مجری ایجاد امکانات و خدمات مراقبت های بهداشتی است. با این حال، گرایش به حضور سرمایه گذاران از بخش خصوصی هم نسبتاً قوی است. این گرایش بخصوص در احداث بیمارستان های خصوصی بیشتر دیده می شود. ضمن اینکه، فرآیند کار در احداث بیمارستان های خصوصی پیچیدگی کمتری دارد و پرداخت ها هم در کوتاه مدت انجام می پذیرند.

گردشگری پزشکی یک بخش به سرعت در حال توسعه در ترکیه است. بیمارانی از اروپا و خاورمیانه به طور فزاینده ای برای درمان پزشکی به ترکیه سفر می کنند زیرا خدمات مراقبت های بهداشتی با کیفیت بالا با قیمت های اقتصادی ارائه می شود. در سال 2018، 750,000 بیمار بین المللی از ترکیه بازدید کردند و وزارت بهداشت انتظار دارد این تعداد تا سال 2023 به 1,500,000 برسد. در حال حاضر، ترکیه دارای رتبه سوم بیمارستان های دارای گواهی کمیسیون مشترک بین المللی (JCI) است. پرطرفدارترین روش ها، روش های زیبایی، دندانپزشکی و چشم پزشکی است. ترکیه می کوشد تا در زمینه قلب و عروق، غدد درون ریز، گوارش، روماتولوژی، نفرولوژی، انکولوژی، مغز و اعصاب، پوست، زنان و زایمان، ارتوپدی، پیوند اعضا و گوش و حلق و بینی (گوش، حلق و بینی) هم خدمات پزشکی ارائه دهد. از آنجایی که برخی از این روش های جراحی در کشورهای اروپایی لیست انتظار طولانی دارند، ترک ها سعی می کنند تا از این وضعیت بهره برداری کرده و پذیرای بیمارانی از دیگر کشورها باشند. با این وجود در کیفیت طبابت و درمان بیماران بیشتر متکی بر فرآیندهای آموخته شده و فناوری پزشکی هستند، به عبارتی، اگر عارضه و بیماری خارج از رویه معمول درمان یک بیماری رخ دهد یا یک وضعیت ویژه جدید بروز کند، تشخیص و معالجه با اشکال مواجه خواهد شد.

ترکیه رویکرد جدیدی را برای استفاده از راه حل های فناوری اطلاعات سلامت در ساختار مراقبت های بهداشتی کشور اتخاذ کرده است. وزارت بهداشت از متخصصان نرم افزار برای تولید بسیاری ابزارهای IT سلامتی استفاده می کند و در این خصوص قراردادهایی را با شرکت های نرم افزاری منعقد نموده است. اطلاعات مراقبت های بهداشتی هر شهروند (ویزیت پزشک، تشخیص، درمان، نسخه ها و غیره) در پرونده الکترونیک سلامت (EHR) ثبت می شود. این سیستم نسخه های الکترونیکی را برای ارائه در داروخانه ها تولید می کند و همچنین این امکان را برای داروخانه ها فراهم می کند که مطالبات دریافتنی از موسسه تامین اجتماعی را به صورت آنلاین درخواست کنند. داده های جمع آوری شده در سراسر کشور به طور متمرکز در سرورهای وزارت بهداشت ذخیره می شود. برنامه "e-pulse" وزارت بهداشت به شهروندان امکان دسترسی به سوابق مراقبت های بهداشتی خود را می دهد، به متخصصان مراقبت های بهداشتی این امکان را می دهد تا به EHR بیمار دسترسی داشته

باشند و برخی از دستگاه های نظارت می توانند از راه دور به آن متصل شوند. وزارت بهداشت ترکیه از این داده ها برای پیش بینی وضعیت سلامت جمعیت و تجزیه و تحلیل الگوهای بیماری و مدیریت آن استفاده می کند (Commercial, 2021).

تجهیزات و فناوری حمل و نقل

بخش حمل و نقل و لجستیک ترکیه یکی از صنایع در حال رشد ترکیه بوده است که از سال 2002 ارزش آن سه برابر شده است و میانگین نرخ رشد سالانه آن 20 درصد است. این رشد، همراه با موقعیت استراتژیک ترکیه به عنوان پلی بین شرق و غرب، فرصت های جدیدی را برای صادرکنندگان تجهیزات و فناوری حمل و نقل بخصوص فناوری های هوشمند حمل و نقل ایجاد می کند. ترکیه نه تنها یک کشور ترانزیت بزرگ، بلکه یک مقصد کلیدی حمل و نقل است. با توجه به جمعیت فزاینده ترکیه (در حال حاضر بیش از 80 میلیون نفر) و مهاجرت داخلی از مناطق روستایی به شهرهای بزرگتر، ترافیک به یک موضوع مهم تبدیل شده است و شهرداری های محلی را وادار به سرمایه گذاری هنگفت در سیستم های حمل و نقل هوشمند (ITS) می کند. در نتیجه، ترکیه بودجه سرمایه گذاری در صنعت حمل و نقل خود را از 20 درصد به 40 درصد افزایش داده و در دهه گذشته بیش از 60 میلیارد دلار در این حوزه سرمایه گذاری کرده است.

اتحادیه گمرکی ترکیه با اتحادیه اروپا و تغلیق درخواست ترکیه برای عضویت کامل در اتحادیه اروپا، صنعت حمل و نقل را به بررسی سرمایه گذاری های جدید در ترکیه سوق داده است. شبکه حمل و نقل فعلی ترکیه کمتر هنوز در حد استانداردهای اتحادیه اروپا نیست اما با این وجود، در صورت عدم پیوستن به اتحادیه اروپا در کوتاه مدت، ترکیه دستیابی به یک هدف بلندپروازانه برای پیروی از تمام قوانین و مقررات اتحادیه اروپا را در نظر دارد که در واقع ناشی از سطح بالای تجارت با اروپاست.

دولت معمولاً از منابع سرمایه گذاری به روش BOT برای پروژه های حمل و نقل پیشین یا در حال اجرا استفاده می کند و به نظر می رسد با محدودیت منابع مالی خارجی برای کشور، BOT تنها راه تحقق پروژه های حمل و نقل بزرگ آینده باشد. در زیر به چند مورد از آنها اشاره می شود: (Commercial, 2021)

-پل 1915 چاناکاله: این پل که تا سال 2023 بر اساس BOT با بودجه 2.8 میلیارد دلار تکمیل می شود، طولانی ترین پل جهان (3623 متر) خواهد بود که از پل ماشین رو و ریلی آکاشیو ژاپن هم طولانی تر خواهد شد.

-تونل بزرگ استانبول: پروژه به ارزش 3.5 میلیارد دلار است. 110 متر (361 فوت) آن زیر سطح دریا؛ 6.5 کیلومتر (3.7 مایل) طول و سه طبقه دارد که در برگیرنده دو جاده و یک خط مترو است. در نظر است این پروژه در سال 2022 تکمیل شود.

-کانال استانبول: برای اتصال دریای مرمره به دریای سیاه برنامه ریزی شده است و یک مسیر جایگزین برای تنگه بسفر است که به کاهش تراکم ترافیک کمک خواهد کرد. ارزش آن 15 میلیارد دلار با 45 کیلومتر (نزدیک به 28 مایل) طول و 145-150 متر (492 فوت) عرض در سطح و 125 متر (410 فوت) عرض در کف. 25 متر (82 فوت) عمق برای دسترسی کشتی های بزرگ به دریا. با اجرای این پروژه در استانبول به دو شبه جزیره و یک جزیره تبدیل خواهد شد. این پروژه بحث برانگیز است و هیچ جدول زمانی مشخصی برای زمان یا شروع ساخت و ساز آن وجود ندارد.

خطوط ریلی ترکیه

دولت ترکیه بهبود بخش ریلی را به شرح زیر در اولویت قرار داده است:

آزادسازی کسب و کار در سیستم ریلی با حفظ مالکیت دولت، ضمن اینکه، شرکت های حمل و نقل قادر به حمل بار در واگن های خصوصی هستند. چند شرکت خصوصی در سیستم ریلی فعالیت خود را آغاز کرده اند و انتظار می رود تعداد بیشتری از این شرکتها فعالیت کنند.

حمل و نقل ریلی مسافری به 10 درصد و حمل و نقل ریلی باری به 15 درصد افزایش یافته است و انتظار می رود طول کل خطوط ریلی در سال 2023 به 25208 کیلومتر برسد که شامل 11700 کیلومتر راه آهن پرسرعت، 8500 کیلومتر ریل سریع و 1000 کیلومتر راه آهن معمولی می شود. همچنین در نظر است 8000 کیلومتر از راه آهن موجود با روش های جدید بازسازی و نوسازی شود (Commercial, 2021).

وضعیت جاده ها و بزرگراه ها

طول کنونی جاده های کشور ترکیه 26647 کیلومتر است که در نظر است به 29514 کیلومتر افزایش یابند. 9000 پل با طول 600 کیلومتر تکمیل شده است و قرار است ساخت بزرگراه به طول 3779 کیلومتر تا سال 2023 تکمیل شود (Commercial, 2021).

حمل و نقل دریایی

پروژه "سه بندر بزرگ در امتداد سه دریای بزرگ" اطراف کشور در دریای اژه، دریای سیاه و مدیترانه:

غرب در دریای اژه - بندر چاندارلی در ازمیر

شمال در دریای سیاه - بندر فیلیوس

جنوب در دریای مدیترانه - توسعه و گسترش بندر مرسین

انتظار می رود که در آینده، ترکیه در میان ده کشور برتری باشد که از حمل و نقل دریایی کسب درآمد می کنند.

آدرس های اینترنتی دستگاه های مربوط به حمل و نقل ترکیه عبارتند از:

وزارت حمل و نقل، امور دریایی و ارتباطات جمهوری ترکیه: www.ubak.gov.tr

اداره کل راهداری ترکیه (www.kgm.gov.tr)

اداره کل راه آهن دولتی ترکیه www.tcdd.gov.tr

نفت و گاز

ترکیه یک واردکننده خالص نفت و گاز با چشم انداز بالقوه در حوزه تراکیه، دریای مدیترانه و دریای سیاه است. ترکیه سالانه بیش از 40 میلیارد دلار برای واردات منابع انرژی مانند نفت، گاز طبیعی و زغال سنگ هزینه می کند. تولید نفت محلی تنها 7 درصد تقاضا را برآورده می کند، بنابراین ترکیه سالانه تقریباً 260 میلیون بشکه نفت وارد می کند. اگرچه ترکیه با جمعیتی بالغ بر 80 میلیون نفر و تولید ناخالص داخلی

حدود 800 میلیارد دلاری، مصرف کننده اصلی نفت و گاز است، اما می تواند کانون ترانزیت گاز طبیعی از ایران، آذربایجان و روسیه تلقی شود. حتی سایر منابعی هم که در سالهای اخیر در مدیترانه شرقی کشف شده اند (در صورت یافتن راه حل سیاسی) می توانند از طریق خطوط لوله از ترکیه به اروپا منتقل شوند.

شرکت ملی اکتشاف و تولید نفت و گاز ترکیش پترولיום (TP) اکثر اکتشافات نفت و گاز را در ترکیه انجام می دهد. TP همچنین در سایر کشورها به صورت مستقل یا در سرمایه گذاری مشترک با شرکت های ملی و بین المللی فعال است. TP خریدار عمده تجهیزات بالادستی برای اکتشافات خشکی و فراساحلی است. سایر تولیدکنندگان بخش خصوصی فعال در ترکیه نیز تجهیزات خود را معمولاً از شرکت های آمریکایی، چینی یا اروپایی تهیه می کنند. شرکت دولتی خطوط لوله نفت بوتاش برای LNG و گاز لوله کشی و عقد هر گونه قرارداد گازی پاسخگو خواهد بود.

تولید گاز داخلی در بخش اروپایی ترکیه (Thrace) متمرکز است، در حالی که چشم انداز نفت در جنوب شرقی ترکیه و شرق مدیترانه است، ضمن اینکه، اکتشاف در دریای سیاه تاکنون موفقیت چندانی نداشته است.

ترکیه همواره کوشیده است که از کشورهای مختلفی گاز یا نفت وارد کند و همواره با در نظر گرفتن ملاحظات سیاسی از کشورهای ایران، روسیه، جمهوری آذربایجان، ایالات متحده آمریکا، نیجریه، الجزایر و قطر واردات خود را انجام داده است.

جهت اطلاع، واردات محصولات پتروشیمی ترکیه از جهان به طور متوسط 1/9 میلیارد دلار و صادرات محصولات پتروشیمی ترکیه به جهان حدود 610 میلیون دلار بوده است. همچنین واردات محصولات پتروشیمی از ایران تا پیش از شیوع کرونا حدود 150 تا 160 میلیون دلار (حدود 8 درصد واردات ترکیه) بوده است، اما در حال حاضر عمده واردات محصولات پتروشیمی ترکیه از کشورهای توسعه یافته انجام می پذیرد (چمنی، 1400).

بازار انرژی ترکیه

در سال های اخیر دولت ترکیه محدودیت هایی را بر واردات محصولات نفتی و گازی اعمال نموده است اگر چه در مواردی به واردات این محصولات از برخی کشورها سخت گیری ندارد اما در دو سه سال گذشته واردات این محصولات از ایران را تا حد زیادی محدود کرده است. دلیل این امر اداره ای در وزارت انرژی ترکیه موسوم به اداره کنترل بازار انرژی ترکیه با نام مخفف EMRA (معادل ترکی آن EPDK) است که کشورهای صادرکننده در حوزه انرژی را مقید به اخذ مجوز صادرات به ترکیه کرده است. به نظر می رسد این اداره تابع سیاستگزاری های نهاد اتحادیه منطقه ای تنظیم بازار انرژی (ERRA) باشد که مرکز آن در بوداپست پایتخت مجارستان واقع شده و تا سال ها از منابع مالی آژانس کمک های آمریکا (USAID) بهره مند بوده است. بهتر صادرکنندگان ایرانی با EMRA که در شهر آنکارا واقع شده است در تعامل باشند و با جلب حمایت شرکا یا نمایندگان خود در ترکیه مجوزهای لازم را برای صادرات محصولاتشان به ترکیه دریافت نمایند. برای کسب اطلاعات بیشتر به آدرس اینترنتی EMRA مراجعه کنید:

www.epdk.gov.tr

بازار محصولات کشاورزی و مواد غذایی

این بهترین بخش صنعت از حیث بازار و آمار تجاری است. اقتصاد کشاورزی ترکیه در میان ده کشور برتر جهان قرار دارد، به طوری که نیمی از کشور را زمین های کشاورزی تشکیل می دهد و نزدیک به یک چهارم از جمعیت آن در بخش کشاورزی مشغول به کار هستند. ترکیه تولید کننده عمده گندم، چغندر قند، شیر، مرغ، پنبه،

گوجه فرنگی و سایر میوه ها و سبزیجات است و بزرگترین تولید کننده زردآلو و فندق در جهان است. ترکیه دانه های روغنی، از جمله سویا و کنجاله، و همچنین محصولات غلات را به عنوان نهاده خوراک دام برای گوشت و بخش مرغداری که به سرعت در حال رشد است، وارد می کند. ترکیه همچنین پنبه اضافی را به عنوان ماده اولیه بخش نساجی پیشرفته خود استفاده می کند.

بخش خرده فروشی مواد غذایی ترکیه نیز در سال 2019 به رشد خود ادامه داد. عملیات خرده فروشی به طور سازمان یافته ای توسط فروشگاه های خواربار فروشی کوچک سنتی و زنجیره ای مدرن انجام می شود. همچنین ترکیه بخش فرآوری مواد غذایی توسعه یافته ای دارد که برای بازار ترکیه تولید می کند و به صورت منطقه ای صادرات دارد. در شهرهای ترکیه شبکه های توزیع و فروش محصولات غذایی دامی و زراعی اعم از سنتی و فرآوری شده هست که در عین حال برای شرکت های صادراتی ایرانی می توانند قابل ملاحظه باشند. از جمله در شهرهای آنکارا و استانبول مراکز عمده فروشی و شبکه توزیع این شهرها به طور سازمان یافته در محل خاصی متمرکز شده اند که شرکت های ایرانی می توانند با این شبکه های توزیع وارد مذاکره شوند و سفارش کالا را دریافت کنند. منتهی مکانیسم عمل این شبکه ها به این صورت است که کالای دریافتی در سطح سوپرمارکت ها و خرده فروشان توزیع می شود و پس از فروش پرداخت های به تدریج صورت می گیرد. از جمله مراکز یاد شده: **Gimat** در آنکارا و **Istoc** در استانبول قابل ذکرند.

ترکیه یکی از مصرف کنندگان بزرگ آجیل درختی است و به بادام و گردو از دیگر کشورها و از جمله آمریکا وارد می کند. آجیل و خشکبار معمولاً به عنوان تنقلات در ترکیه مصرف می شود، اما حجم زیادی از آجیل نیز در محصولات قنادی و شیرینی برای تولید محصولات با ارزش افزوده داخلی استفاده می شود. گفته می شود که آمریکا به تنهایی چیزی حدود 300 تا 400 میلیون دلار آجیل و خشکبار به ترکیه صادر می کند (Commercial, 2021).

همچنین فرصت‌هایی برای عرضه برنج، حبوبات وجود دارد. ترکیه یکی از واردکنندگان عمده مواد اولیه تولید خوراک دام، مانند سویا است. اگر چه قانون ایمنی زیستی این کشور، واردات این محصولات را در سال‌های اخیر محدود کرده است.

صنایع دستی ایران

صنایع دستی ایران از قابلیت رقابت بالایی برخوردارند و می‌توانند وارد بازار ترکیه شوند. اقتصاد گردشگری ترکیه برای محصولات ایرانی هم فرصت‌ساز است. اما هدف صنایع دستی ایران باید گردشگران خارجی که از ترکیه بازدید می‌کنند باشد. شهرهای و مناطق گردشگری ترکیه نظیر: استانبول، آنتالیا، کوش آداسی و بودروم می‌توانند بازار محصولات صنایع دستی ایران باشند. در این راستا، نحوه فعالیت به دو صورت امکان‌پذیر است:

1- ثبت و تاسیس مغازه همراه با تولید دستی در بازار ترکیه و فروش مستقیم به خریداران (بهترین وضعیت)

2- فروش از طریق فروشندگان و مغازه‌های صنایع دستی ترک

در عین حال می‌توان روش توسعه تجارت صنایع دستی را برای هر گونه سوغات ایران از جمله: کلوچه‌ها، انواع شیرینی و رستوران‌ها و و تنقلات سنتی ایرانی هم به کار برد.

ترویج گردشگری ایران در ترکیه

شهرهای توریستی ترکیه با حضوران گردشگران خارجی فرصتی برای تبلیغ و ترویج گردشگری ایران است. بخصوص گردشگرانی که خواهان بازدید از جاذبه های تاریخی، مذهبی (اعم از مسلمان و غیرمسلمان) و طبیعی ایران هستند می توانند با سازماندهی تورهای چند روزه از ترکیه به شهرهای ایران سفر کنند و در این راستا زمینه های لازم از حیث امکانات اقامتی، حمل مسافری (اتوبوس و هواپیما) و اماکن مورد بازدید برنامه ریزی و هماهنگ شده باشند. برای این منظور استقرار کانترهای تبلیغاتی در اماکن پرتردد و تماس مستقیم با گردشگران خارجی بخصوص در جوار مراکز اقامتی و سیاحتی شهرهای استانبول، آنتالیا، آلانیا و ازمیر روشی موثر است که با نظارت وزارت گردشگری و میراث فرهنگی ایران و موسسات مسافرتی و توریستی ایرانی یا در همکاری با آژانس ها و موسسات گردشگری ترکیه می تواند قابل اجرا باشد.

استانداردها

TSE، تنها نهاد مجاز برای استانداردسازی در ترکیه، یک مؤسسه عمومی است که در سال 1960 تأسیس شد. برای اجرای وظایف مقرر در قانون، تمام واحدهای TSE به گونه ای ساختار یافته اند که استقلال مالی و اداری را تضمین کند.

TSE یکی از اعضای فعال جامعه استانداردسازی جهانی است که عضویت کامل در سازمان بین المللی استاندارد (ISO) و کمیسیون بین المللی الکتروتکنیک (IEC) از سال 1956، در موسسه استاندارد و اندازه شناسی کشورهای اسلامی (SMIIC) از سال 2010، در کمیته استانداردسازی اروپا (CEN) و در کمیته اروپایی استانداردسازی الکتروتکنیکی (CENELEC) از سال 2012 دارد.

TSE استانداردهایی را با هدف توانمند ساختن شرکت ها برای تولید کالا و ارائه خدمات مطابق با قوانین، کدها و استانداردهای قابل اجرا در بازارهای جهانی ارائه می دهد. به عنوان یک نهاد آگاه، TSE مشتریان را قادر می سازد تا با اطمینان از اینکه محصولاتشان تمام الزامات علامت CE را مطابق دستورالعملها/مقررات اتحادیه اروپا و تمام الزامات علامت G مطابق با مقررات سازمان جهانی استاندارد (GSO) دارند، به بازارهای اروپا و خلیج فارس دسترسی پیدا کنند. خدمات بازرسی و نظارت، تست، صدور گواهینامه، کالیبراسیون، نشان CE و خدمات استاندارد از جمله خدمات ارائه شده توسط TSE است (Commercial, 2021).

تست، بازرسی و صدور گواهینامه

ارزیابی انطباق یک گام اجباری برای یک سازنده است تا از قوانین هماهنگ اتحادیه اروپا پیروی کند. هدف از ارزیابی انطباق، اطمینان از سازگاری انطباق در تمام مراحل، از طراحی تا تولید، و تسهیل پذیرش محصول نهایی است. محصولات مطابق با تعریف دستورالعملی که ترکیه برای انطباق یک محصول با مقررات فنی اتحادیه اروپا اجرا کرده است، باید مدرکی دال بر رعایت الزامات از طریق آزمایش آزمایشگاهی تأیید شده توسط یک سازمان تایید شده توسط اتحادیه اروپا یا با اظهارنامه خود سازنده (در صورتی که دستورالعمل حکم می کند) داشته باشند. شرکتهایی که کالا به بازار ترکیه می فروشند باید شواهد انطباق (مارک CE) را با ارائه یک گواهی انطباق محضری از یک سازمان اطلاع رسانی شده یا گواهی انطباق صادر شده توسط سازنده، که انطباق با تمام دستورالعملهای مربوطه را اعلام می کند، ارائه دهند.

TSE مرجع مربوطه برای بازرسی واردات است. در این چارچوب، بازرسی محصولاتی که تحت اطلاعیه های خاصی قرار می گیرند، به صورت الکترونیکی از طریق سیستم کنترل مبتنی بر ریسک در تجارت خارجی، که با نام «TAREKS» نیز شناخته می شود، انجام می شود. این سیستم نظارت الکترونیکی، امکان اشتراک گذاری فوری اطلاعات در مورد

نتیجه بازرسی‌ها را فراهم می‌کند و محصولات/تولیدکنندگانی را که آستانه‌های ایمنی لازم را برآورده نمی‌کنند، ردیابی می‌کند (Commercial, 2021).

مقررات فنی تجارت خارجی

حکم رژیم مقررات فنی و استانداردسازی تجارت خارجی با الهام از مقررات سازمان تجارت جهانی، تبعیض میان شرکای تجاری را ممنوع می‌کند و تضمین می‌کند که واردات محصولات خارجی با الزامات حفاظت از سلامت و ایمنی انسان، حیات یا سلامت حیوانات یا گیاهان یا محیط زیست مجاز است. این رژیم از سال 2004 به طور مرتب اصلاح شده است تا با قوانین فنی اتحادیه اروپا هماهنگ شود. مقررات فنی تجاری این امکان را با کشورهای سازمان تجارت جهانی فراهم می‌آورد که بدون موانع تعرفه ای و غیرتعرفه ای وارد بازار ترکیه شوند. به طور بدیهی کشورهایایی که در موافقتنامه تجارت آزاد اعم از دو جانبه یا چندجانبه با ترکیه نباشند مشکلاتی از حیث رقابت در بازار ترکیه خواهند داشت.

موافقتنامه های تجاری

ترکیه به‌عنوان یکی از طرفهای موافقتنامه عمومی تعرفه‌ها و تجارت (GATT) و سپس WTO موافقتنامه‌های تجارت آزاد را مطابق با ماده بیست و چهارم گات 1947 انجام می‌دهد. طبق این ماده، ترکیه می‌تواند با شرکای تجاری خود در یک اتحادیه گمرکی، رفتار تجاری مساعدی داشته باشد.

بدون لطمه به مفاد WTO، اتحادیه گمرکی ترکیه و اتحادیه اروپا مبنای حقوقی عمده موافقتنامه های تجارت آزاد ترکیه (FTA) را تشکیل می دهد. بر اساس اتحادیه گمرکی، ترکیه سیاست تجاری خود را با سیاست تجاری مشترک اتحادیه اروپا هماهنگ می کند. این همسویی هم به رژیم های خودمختار و هم به توافقات ترجیحی با کشورهای ثالث مربوط می شود. ترکیه به موازات اتحادیه اروپا با کشورهای ثالث موافقتنامه های تجارت آزاد مذاکره و منعقد می کند و همراه با تعرفه گمرکی مشترک با اتحادیه اروپا، رژیم های تجاری ترجیحی مهمترین بخش سیاست تجاری اعمال شده در قبال کشورهای ثالث را تشکیل می دهند. این هماهنگی با اتحادیه گمرکی است که به ترکیه امکان اعطای امتیازات تعرفه های بیشتر به ایران در موافقتنامه تجارت ترجیحی دو کشور را نمی دهد. بخصوص ترکیه امکان تخفیفات تعرفه ای در حوزه کالاهای صنعتی به طرف ایرانی را ندارد. ایران که در عین حال عضو دائم سازمان تجارت جهانی هم نیست نمی تواند بیش از کالاهای حوزه محصولات غذایی و کشاورزی و احياناً تعداد کمی محصول صنعتی یا معدنی تخفیفات بیشتری را در موافقتنامه تجارت ترجیحی با ترکیه دریافت نماید. متأسفانه بسیاری از اتاق ها و تشکل های بخش خصوصی ایران بی اطلاع از چنین واقعیت هایی موافقتنامه تجارت ترجیحی را با قرارداد ترکمنچای عهد قاجار مقایسه می کنند، غافل از اینکه برای کشوری که عضو سازمان تجارت جهانی نیست و هیچ توافق تجاری با اتحادیه اروپایی ندارد امکان بهره مندی از امتیازات گمرکی بازار ترکیه بیش از این امکانپذیر نیست و لذا، بودن موافقتنامه تجارت ترجیحی امضا شده در سال 1392 (نه آنچه در مذاکرات بعدی مختصرتر شد) از نبودن آن بهتر است. در سال 1384 (2005 میلادی) ایران مذاکرات موافقتنامه تجارت و همکاری با اتحادیه اروپا (TCA) را آغاز کرد که در سال های بعد متوقف شد و چه بسا می توانست ایران را در یک وضعیت مشابه اتحادیه گمرکی قرار دهد و طبعاً چیزی شبیه این می توانست ایران را در موضع بهتری در مذاکرات تجاری با دیگر کشورها و از جمله ترکیه قرار دهد.

ترکیه با 45 کشور قرارداد آزاد تجاری (FTA) منعقد کرده است. 20 قرارداد آزاد تجاری مربوط به EFTA، اسرائیل، مقدونیه، بوسنی و هرزگوین، فلسطین، تونس، کوزوو، مراکش، مصر، آلبانی، گرجستان، مونته نگرو،

صربستان، شیلی، موریس، کره جنوبی، مالزی، مولداوی، جزایر فارو، سنگاپور، کوزوو، لبنان، سودان، قطر، غنا و ونزوئلا هنوز به تصویب نرسیده است. ترکیه همچنین دامنه FTA های موجود خود را با EFTA، صربستان، بوسنی و هرزگوین و مونته نگرو به روز کرده و عمیق تر کرده است.

اتحادیه گمرکی ترکیه و اتحادیه اروپا، عوارض گمرکی، محدودیت‌های کمی و اقداماتی را که اثری کاهنده بر تجارت کالاهای صنعتی داشتند، حذف کرد تا جابجایی آزاد کالا با سهولت انجام شود. بواسطه این اتحادیه گمرکی، ترکیه بازار داخلی خود را به روی رقابت های بازار اتحادیه اروپا باز کرد و در عین حال دسترسی آزاد صادرکنندگان خود را به بازار اتحادیه اروپا تضمین نمود. علاوه بر این، ترکیه متعهد شده است که خود را با رژیم های ترجیحی که اتحادیه اروپا بر کشورهای ثالث اعمال می کند هماهنگ کند و قوانین خود را با قوانین اتحادیه اروپا در طیف وسیعی از زمینه ها، از جمله استانداردها و قوانین فنی و همچنین سیاست های رقابت، هماهنگ کند. با این حال، تجارت محصولات کشاورزی از انعطاف بیشتری برخوردار است و ترکیه می تواند تا حدی در این حوزه امتیازات تعرفه ای بدهد. همچنین تجارت محصولات آهن و فولاد در چارچوب موافقتنامه تجارت آزاد بین ترکیه و جامعه زغال سنگ و فولاد اروپا انجام می شود (Commercial, 2021).

نکات راهبردی مهم در کار با بازار ترکیه:

علاوه بر اقدامات بررسی بازار، بازاریابی و تبلیغات که به طور معمول توسط بنگاه ها و شرکت ها انجام می پذیرد، اقداماتی راهبردی برای نفوذ و برد قوی تر در بازار لازم است که از جمله توجه به نکات زیر پیشنهاد می شود:

1- ارتباط با تشکل های ترکیه نکته بسیار مهمی است که کانون های مذاکره موثر و گسترده ای را برای

مذاکره می‌گشاید. اما هر تشکلی توصیه نمی‌گردد بلکه آن گروه‌های ذینفوذ و اتحادیه‌ها و هولدینگ‌هایی مد نظر هستند که علاوه بر کارکرد اقتصادی مهم‌ترین شکل‌ها و اتحادیه‌های صاحب قدرت در اقتصاد ترکیه که بر تصمیمات سیاسی دولت ترکیه نیز موثر هستند، عبارتند از: TUSIAD، MUSIAD، هولدینگ‌های بزرگ، بخصوص کوچ (KOÇ) و سابانجی (Sabanci).

2- توجه به اهمیت استراتژیک برخی شهرها برای تجارت ایرانی، تماس با اتاق‌های بازرگانی یا صنعت در این شهرها توصیه می‌شود: استانبول، ازمیر، آنکارا، وان، مرسین، غازی‌آنتپ، ترابزون و سامسون

3- بازرگانان و مصرف‌کنندگان ترک‌کالای خارجی را دوست دارند ولی کالای مشابه خود را علی‌رغم کاستی‌های آن ترجیح می‌دهند. در این خصوص، پیشنهاد می‌گردد، شرکت خود را در ترکیه ثبت کنید و برچسب و نوشته بسته بندی‌ها به زبان ترکیه تهیه گردد.

آشنایی با هولدینگ کوچ (KOÇ)

هولدینگ کوچ (KOÇ)، از بزرگترین موسسات اقتصادی بخش خصوصی ترکیه است با درآمد بیش از 143 میلیارد لیرترک در سال 2018، که در سطح وسیع و متنوعی از فعالیت‌های صنعتی، انرژی، تجاری، بانکی، فاینانس، سرمایه‌گذاری، دانشگاهی و... عمل می‌کند. در ذیل به بخشی از فعالیتهای عمده آن اشاره می‌شود:

Arcelik، در زمینه لوازم الکتریکی و خانگی

Ark Insaat، فعالیت‌های ساخت و ساز

AYGAZ، صنعت گاز

Beko ، لوازم صوتی و تصویری
Ditas ، در زمینه صنایع و تکنولوژی های دریایی فعال است
Demir Export ، صادرات آهن و فولاد
divan ، در زمینه گردشگری فعال است
دانشگاه بین المللی کوچ (Koc) در استانبول
ENTEK و Elektra Bregenz ، در زمینه صنایع الکتریکی و الکترونیکی
Ford Otosan ، تولید خودروهای فورد
Grundig ، در زمینه لوازم الکتریکی
Koc Finansman ، در زمینه فاینانس و سرمایه گذاری
Yapi Kredi Bank ، امور مالی و بانکی
Koctas ، فروشگاه های زنجیره ای فروش لوازم خانگی، محصولات دکوراسیون داخلی و مصالح ساختمانی
Opet ، در زمینه تولید روغن خودرو و بنزین
Tupras ، صنایع نفت و گاز و صنایع پالایش نفت
Koc Group ، سرمایه گذاری
Koc System Bilgi ve iletisim Hizm. A.S ، در زمینه خدمات و تکنولوژی های اطلاعات و ارتباطات
همانطور که مشاهده می شود هولدینگ کچ و دامنه وسیع فعالیت های اقتصادی آن گویای فرصت ها و زمینه های متنوع مذاکرات تجاری و صنعتی است و حتی زمینه هایی برای مذاکره با دیگر کمپانی های خارجی که هولدینگ کچ نمایندگی آنها را داراست، وجود دارد.

آشنایی با هولدینگ سابانجی

هولدینگ سابانجی (Sabanci)، از جمله موسسات اقتصادی قدرتمند ترکیه است که با درآمد 88 میلیارد لیر ترک در سال 2018 در حوزه های انرژی، گردشگری، صنایع شیمیایی، فروشگاه های زنجیره ای، تولید کامیون، تولید لاستیک خودرو، بانکی، دانشگاهی، مصالح ساختمانی و سرمایه گذاری فعالیت می کند. از جمله موسسات مهم در مجموعه هولدینگ سابانجی عبارتند از:

- سوپرمارکت های زنجیره ای Carrefour فرانسه در ترکیه

- هتل های هیلتون و شرایتون در ترکیه

- لاستیک Bridgestone

- آک بانک

- نماینده سیمان هایدلبرگ آلمان

- نماینده شرکت سرمایه گذاری Marubeni ژاپن

- نماینده کمپانی Philip Morris آمریکا در زمینه تولید و فروش تنباکو

- دانشگاه بین المللی سابانجی در استانبول

آشنایی با شرکت تولید کودهای کشاورزی ترکیه (Gubretaş)

شرکت تولید کود ترکیه (گوبره تاش) (Gubretaş) در اساس، تولید کننده کودهای شیمیایی به منظور کشاورزی، باغداری و جنگل است. اما به مرور زمان در بسیاری از حوزه های مرتبط با کار کشاورزی پروژه هایی را به انجام رسانده است و این روند توسعه ای همچنان ادامه دارد. امروزه، سهام گوبره تاش در بورس استانبول نیز به فروش می رسد. از مهمترین فعالیت های گوبره تاش، موارد ذیل قابل ذکر هستند:

تولید کودهای شیمیایی

اجرای طرح کشاورزی هوشمند

ارائه طرح بهره وری خاک در کشور ترکیه

اجرای طرح های افزایش کیفیت و بهره وری در کشاورزی کشور ترکیه

ارائه خدمات مشاوره حضوری و آنلاین و مطالعات در زمینه های کشاورزی، آبیاری، آنالیز خاک و اجرای دوره های آموزشی مرتبط برای کشاورزان و مزرعه داران

انجام مطالعات بازار و تحقیق و توسعه در حوزه کشاورزی

شرکت های مهم حوزه نفت و پتروشیمی در ترکیه

مهمترین شرکت ها که نقش محوری را در هدایت بازار محصولات نفتی و پتروشیمی ترکیه به عهده دارند، عبارتند از:

الف- پتکیم (Petrochemical Holding Company (PETKIM) :

-پتکیم در سال 1965 تاسیس شده است و تا سالها متکی بر سرمایه داخلی بود. در سال 2008، سوکار (شرکت ملی نفت جمهوری آذربایجان) و شرکت تورکاس (سهامدار پیشین پتکیم)، 51 درصد سهام پتکیم را در فرآیند خصوصی سازی آن خریدند. در دسامبر 2011، تورکاس سهام خود را به شرکت نفت آذربایجان (سوکار) می فروشد و به این ترتیب جمهوری آذربایجان با خرید سهام چند شرکت اکنون حدود 51 درصد سهام پتکیم را داراست. در حال حاضر، درآمد پتکیم حدود 10.84 میلیارد لیر ترک (حدود 678 میلیون دلار) برآورد می گردد. همچنین پتکیم زمینه مناسبی را برای جذب سرمایه گذاری خارجی در پروژه های این شرکت فراهم آورده است، طوری که، ترکیه خود به یک تولید کننده این محصولات بدل شده است. از جمله سرمایه گذاری کشورهای خارجی در پروژه های پتکیم عبارتند از (چمنی, 1400) :

1-ژاپن: تولید کلرین و کاستیک، اتیلن، پلی پروپیلن، کلرین آلکالی

2-آلمان: انتقال تکنولوژی و ایجاد خط تولید خط و تامین تجهیزات

3-فرانسه: توسعه تولید اتیلن

4-سوئد و ایتالیا: انتقال تکنولوژی و توسعه خطوط تولید محصولات پتروشیمی

5-انگلیس و هلند: توسعه تولید اتیلن

لازم به ذکر است که در جذب سرمایه خارجی، شرکت هایی از ترکیه ایفای نقش کرده اند که از جمله، شرکت های ذیل قابل ذکرند (چمنی, 1400) :

AKFEN- (هولدينگی که در زمينه های مختلفي سرمايه گذاري و کسب و کار انجام مي دهد: ساخت و ساز، انرژی، معدن، حمل و نقل و املاک و...فعاليت مي کند)

ALKE- (شرکت سرمايه گذاري و پيمانکاري در حوزه ساخت و ساز که البته در زمينه موضوعات انرژی و پتروشيمي هم فعاليت دارد)

MARSIS- (یک شرکت صنعتی است که به طور عمده بر صنعت کشتی سازی متمرکز است)

EMTA- (از تامین کنندگان نیاز بازار انرژی است)

ب-توپراش (Tupraş) :

در کجائلی استانبول مستقر است و از جمله شرکت های زیر مجموعه هولدينگ کوچ (KOC) محسوب مي شود. درآمد ناخالص توپراش چیزی در حدود 41/3 ميليارد دلار و درآمد خالص آن 1/2 ميليارد دلار است. محصولات توپراش به طور عمده: نفت، گاز طبیعی، LPG ، محصولات پتروشيمي و سوخت هواپیما هستند. در حال حاضر توپراش از سياست های تحريمی آمريکا عليه صادرات محصولات نفتی و پتروشيمي ايران تبعيت مي کند. اگر چه در مدت زمانی سال های 2011 تا 2016 در مرآوده با ايران بوده است.

مناطق آزاد ترکیه:

مناطق آزاد ترکیه یکی از فرصت های استقرار و توسعه کسب و کار محسوب مي شوند، ضمن اینکه، ثبت و تاسيس شرکت در مناطق آزاد ترکیه موجب مي شود که کالاهای صادراتی با بسته بندی ترک با تعرفه گمرکی صفر قابل

صدور به بازارهای اروپایی هستند. مهمترین مناطق آزاد ترکیه در شهرهای استانبول، ازمیر و مرسین واقع شده اند و شهر ازمیر به تنهایی دارای پنج منطقه آزاد است. از جمله امتیازات مناطق آزاد در ترکیه می توان به موارد ذیل اشاره کرد:

-خدمات برق و گاز طبیعی

-خدمات ایمنی و بهداشتی

-معافیت از مالیات بر درآمد برای شرکت های تولیدی مستقر در مناطق آزاد و صادرکنندگان

-امکان انتقال آزاد درآمدها در محدوده ترکیه و اتحادیه اروپا

-معافیت از عوارض گمرکی در ورود به ترکیه و اتحادیه اروپا

-بهره مندی از مزایای تجارت اروپایی

-عدم محدودیت زمانی برای حفظ کالا در منطقه آزاد

-پرداخت ها با ارزهای خارجی انجام می شود

-عدم محدودیت تجاری میان منطقه آزاد و خارج از ترکیه

-خدمات انبار به شرکت ها

-خدمات کیتینگ به کارکنان شرکت های مستقر در منطقه آزاد

با عنایت به اهمیت اقتصادی ازمیر استقرار در این شهر و بخصوص منطقه آزاد آن توصیه می گردد. برای کسب اطلاع از شرایط کسب و کار در منطقه آزاد ازمیر به آدرس اینترنتی منطقه آزاد زیر مراجعه کنید:

www.izbas.net

سخن پایانی

کشور و بازار ترکیه علاوه بر جمعیتی بالغ بر 83 میلیون نفر که با بزرگی با ذائقه و سلیقه مشابه در جوار مرزهای ایران محسوب می شود، به منزله پلی ارتباط ایران را با بازارهای غنی و سودآوری در حوزه مدیترانه اعم از اروپا و آفریقا متصل می نماید. ضمن اینکه، رویکرد تجارت آزاد در ترکیه، در طول سال های اخیر، زیرساخت مناسبی را از حیث انجام ملاقات های تجاری، تنوع تجارت، سهولت استقرار و تاسیس کسب و کار و انجام فعالیت های تبلیغی و ترویجی تجارت خارجی فراهم آورده است. اینها ویژگی هایی است که در میان سایر همسایگان کمتر دیده می شود و از این رو باید ترکیه جایگاه ممتازی در تجارت خارجی ایران و بخصوص تسهیل توسعه صادرات داشته باشد. این ویژگی کشور ترکیه توسط سیاستمداران آن بخوبی درک شده و به همین دلیل، سیاست خارجی ترکیه با سیاست تجاری این کشور پیوند خورده است تا جایی که **دولت تجاری** یک اصل مهم در سیاست خارجی ترکیه است.

البته در طول سال های گذشته و در تاریخ روابط خارجی ایران و ترکیه، فراز و نشیب هایی مشاهده می شود و به نظر می رسد، دو کشور آنگونه باید در توسعه روابط اقتصادی و تجاری پیشرفت قابل ملاحظه ای نداشته اند و بجز چند مقطع زمانی محدود نتوانسته اند به یک نظام همکاری تجاری دو جانبه پایدار دست یابند. یکی از دلایل عدم شکل گیری همکاری مطلوب در تفاوت نوع نگاه سیاستمداران دو کشور به موضوع تجارت خارجی است. در شرایطی که ترک ها در پی توسعه سهم از بازار ایران هستند، طرف ایران بر موضوع مقابله با تحریم های تجاری متمرکز است و لذا نمی تواند با توجه به اولویت موجود، برخی توقعات طرف ترک را مورد توجه قرار دهد و در مقابل، ترک ها نیز نتوانسته اند پیشنهادی یا ابتکاری برای رفع برخی موانع توسعه تجارت دوجانبه و انجام مذاکره ای با منطق برد-برد ارائه دهند.

با این وجود، یک نکته مثبت همچنان وجود دارد که ظرفیت هایی در هر دو کشور هست که جوامع صنعتی و تجاری دو کشور را همچنان مشتاق انجام کار اقتصادی نموده است و بخصوص برای ایران، مسیر ترکیه، بهترین مسیر حمل و نقل و ترانزیت کالاهای صادراتی و در مقابل، تامین برخی نیازهای داخلی از دیگر کشورهاست.

آنچه در این کتاب به عنوان یک راهنمای عمل هم برای بازرگانان و هم سیاستمداران، بیان شده حقایقی در بازار ترکیه است که ما را برمی انگیزد که در برابر ترکیه، ایران نیز دولتی تجاری شود. این نزدیکی اندیشه اقتصادی می تواند زمینه ساز همسویی بیشتری در روابط سیاسی باشد و به عبارت دیگر، روابط با ترکیه باید یکی از استثنائات سیاست خارجی ایران قرار گیرد. همکاری های اقتصادی، توسعه زیرساخت عمل و نقل، روابط بانکی، تجارت و گردشگری باید موضوعات محوری مذاکره دو کشور باشند و از این رو باید پیش از ورود جداگانه به هر مقوله اقتصادی، ابتدا برنامه ای جامع برای همکاری های اقتصادی و تجاری ایران و ترکیه تدوین گردد. در این برنامه چند محور به شرح ذیل مورد تاکید است:

محور یکم-توسعه صادرات:

اعم از نفتی و غیر نفتی، با هدفگذاری 15 میلیارد دلار در یک دوره 10 ساله. برای این منظور اقدامات ذیل توسط رایزنان بازرگانی کشور باید مدنظر قرار گیرند:

1-افزایش ملاقات های تجاری: از طریق مبادله مستمر هیات های تجاری که در اندازه های مختلف از سطح یک تا چند شرکت قابل اجراست. در این راستا تماس و تعامل مستمر با هولدینگ ها، تشکل های متنفذ تجاری و صنعتی و اتاق های بازرگانی و صنعت ترکیه در شهرهای مختلف این کشور قابل اجراست.

2- تقویت حضور صنعت فرانچایزینگ: در این راستا تقویت حضور فروشگاه های زنجیره ای (به عنوان یک کانال صادرات محصولات ایرانی) و رستوران های زنجیره ای ایرانی با مرکزیت ایران گام مهمی در صادرات مزیت های خدماتی کشور محسوب می گردد. لازم به ذکر است که بنا بر اعلام یونسکو در سال 2012، ایران در زمینه

توریسم غذایی مقام نخست جهان را داراست و شهروندان ترک نسبت به غذای ایرانی گرایش خوبی نشان می دهند.

3- همکاری برای تجارت تهاتری: در این خصوص انجام ملاقات هایی در وزارت تجارت ترکیه، اتاق های بازرگانی استانبول، ازمیر، مرسین، ترابزون و سامسون و مرکز تهاتر استانبول (Istanbul Barter Center) قویاً مورد پیگیری و اجرا قرار گیرند.

4- حضور هدفمند شرکت های ایرانی در نمایشگاه های سراسر ترکیه: به این معنی که شرکت های ایرانی بخصوص در قالب پانویون ملی باید از یک ماه پیش از حضور در نمایشگاه، خود و قابلیت های شرکتشان را در رسانه ها و نشریات ترکیه معرفی نمایند و آمادگی خود را برای مذاکره با طرف ترک اعلام کنند. یکی از اقدامات رایجی بازرگانی، ارائه مشاوره لازم به شرکت های ایرانی در این خصوص خواهد بود، ضمن اینکه استقرار پانویون ایران در یک موقعیت استراتژیک در نمایشگاه، نکته مهمی در جلب مخاطبین خواهد بود..

5- برپایی جشنواره های معرفی محصولات ایران در شهرهای ترکیه با همکاری اتاق های بازرگانی و اتحادیه های صادراتی ایران

6- حضور محصولات دانش بنیان و فناوری های صنعتی ایران در بازار ترکیه: در این راستا چند اقدام ضروری است:

-برپایی کنفرانس ها یا همایش های معرفی محصولات و فناوری های ایران

-شروع مذاکرات ایران و ترکیه برای استقرار صنایع خودرویی و هوایی و دانش بنیان ایران به روش های حضور مستقیم یا همکاری مشترک. اگر چه چنین مذاکراتی پیشتر هم انجام شده است و نیاز به پیگیری با رویکرد و ابتکار جدیدی دارد.

محور دوم- اقدامات زیرساختی توسعه تجارت:

در این خصوص چند اقدام ضروری به نظر می رسد:

1-تاسیس شرکت مشترک حمل و نقل زمینی

2-همکاری های مشترک در حوزه پست و بویژه پست مالی یا پست بانک

3- بررسی امکان تاسیس بانک مشترک ایران-ترکیه با هدف پشتیبانی پرداخت های تجاری دو کشور

4-مساعدت شرکت های ترکیه به تامین برخی کالاهای مورد نیاز شرکت های ایرانی

5-سرمایه گذاری صنعتی مشترک ایران و ترکیه در سرزمین های هر دو کشور با هدف صادرات مشترک به بازارهای اروپایی و آسیایی

6-تشکیل فروشگاه های زنجیره ای مشترک با قابلیت تاسیس در هر دو کشور و استقرار در دیگر کشورهای پیرامون ایران و ترکیه

7- متقاعد نمودن طرف ترک به مبادله ارزهای ملی در روابط تجاری

8- فعال نمودن بازارچه های مرزی و توسعه و تجهیز آنها به شیوه مدرن و پیش بینی راه های مبادلات پولی در بازارچه های مرزی

9-انعقاد موافقتنامه تجارت آزاد مرزی (میان استان های مرزی دو کشور)

محور سوم-توسعه و تقویت تاسیسات و جاده های مرزی و تسهیل همکاری های گمرکی:

- 1-توسعه و تقویت زیرساخت های مرزی: در این خصوص توسعه و تجهیز ساختمان های ادارات مستقر در مرز و جاده های منتهی به مرز در دستور کار قرار خواهد گرفت و مرزهای تردد تجاری علاوه بر مرز بازرگان، مرز سرو (ارومیه) نیز خواهد شد. در این مورد مذاکرات وزارت صمت با وزارت راه و شهرسازی و گمرک ج.ا.ایران و سپس مذاکرات دو کشور در چارچوب کمیسیون مشترک اقتصادی و حتی جدای از کمیسیون می تواند موثر باشد.
- 2-انعقاد موافقتنامه تاسیس پنجره واحد گمرکی (Single Window) که از سال ها پیش مورد نظر هر دو کشور بوده است.

محور چهارم-اتصال خط آهن ایران به شبکه راه آهن سراسری ترکیه:

راه آهن ایران در حال حاضر در شهر وان ترکیه متوقف می شود و چنین خط آهنی نمی تواند برای تجارت ایران موثر باشد. این در حالی است که ناوگان بزرگ حمل و نقل جاده ای ترکیه از طریق همین خط آهن به شبکه راه آهن سراسری داخل ایران متصل است.

بنابراین، اتصال خطوط آهن دو کشور در وضعیت فعلی برای طرف ایرانی چندان موثر نیست. باید طرف ترک متقاعد گردد که خط آهن ایران یا دریاچه وان را دور زده و به شبکه راه آهن ترکیه مرتبط شود یا خط آن جدیدی از ایران به شهر کارس در ترکیه متصل شود که به این ترتیب راه آهن ایران را نه تنها به شبکه سراسری ترکیه بلکه به خطوط آهن قفقاز و همچنین از طریق استانبول به اروپا وصل نماید. این موضوع مهمی است و امروزه راه آهن مهمترین و ایمن ترین وسیله حمل و نقل تجاری شناخته شده است که کشورهای جهان در پی گسترش آن به کریدورهای پیرامونی خود هستند.

با عنایت به دو جانبه بودن مذاکرات و منافع، به احتمال زیاد طرف ترک اتصال ریلی به بندر چابهار ایران را مطالبه خواهد کرد که می توان یک صندوق مشترک برای پشتیبانی مالی پروژه اتصال خطوط آهن دو کشور را تاسیس نمود. ضمن اینکه، این صندوق می تواند کشورهای ذینفع در کریدور شمال به جنوب نظیر: هند، پاکستان، چین، روسیه، کشورهای حوزه خلیج فارس، ارمنستان و آذربایجان را هم در برگیرد.

محور پنجم- جذب شرکت های تجاری، صنعتی و سرمایه گذاران ترک در مناطق آزاد ایران:

با هدف جذب سرمایه گذاری خارجی و با عنایت به زیرساخت مناسب مناطق آزاد ایران بویژه در چهار منطقه: کیش، قشم، بندر انزلی و چابهار برای رقابت با مناطق تجاری کشورهای همسایه بخصوص در کشورهای امارات و قطر، می توان مذاکراتی را با طرف های ترک یا دیگر شرکت های خارجی علاقه مند مستقر در ترکیه و احتمالاً سرمایه دارانی در ناحیه ترک نشین قبرس آغاز کرد. در این خصوص ملاقات ها و نشست های هماهنگی با مسئولان شورای عالی مناطق آزاد ضروری به نظر می رسد.

به طور بدیهی، ایران و ترکیه می توانند به دستاوردهای خوبی در روابط دوجانبه برسند اما در این مسیر نقش بازدارنده برخی موافقتنامه های چندجانبه را بر روابط دو کشور نمی توان نادیده گرفت. موافقتنامه ترکیه با اتحادیه گمرکی اروپا از این دست توافق هاست که مانع بزرگی در توسعه دامنه اقلام مشمول تجارت ترجیحی میان دو کشور است که باید راه های ابتکاری برای رفع آن یافت و در غیر این صورت باید تجارت دو کشور را با مکانیسم یک برنامه جامع همکاری ها که در بالا به اجمال ذکر شد، پیش برد و تا حد امکان از موانع غیرتعرفه ای میان دو کشور کاست و فرآیندهای بانکی، گمرکی، حمل و نقلی، سرمایه گذاری و تاسیس کسب و کار را به پایین ترین حد ممکن رساند.

در صورت برقراری چنین نظامی از همکاری ها، تجارت دو کشور در سطح قابل قبولی ارتقا خواهد یافت و بخصوص تجارت آزاد مرزی می تواند بسیاری از خलाهاى تجارت دوجانبه را رفع نماید. بنابراین، می توان گفت: اشتیاق و علاقه دو ملت به کار می تواند به گسترش تجارت بیانجامد.

فهرست منابع

-سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی، نظام آموزشی در ترکیه، 1400، نظام -آموزشی- در-

ترکیه/4856/international/oerp.ir

-قنبرلو، عبدالله. بنیادهای اقتصادی سیاست خارجی ترکیه، زمستان 1392، فصلنامه روابط خارجی

-چمنی، فراز. گزارش آشنایی با بازار محصولات پتروشیمی ترکیه، 1400

-Chamani, Faraz. Regional Organizations in International Relations Theories (PhD Thesis), 2022, Ankara Yildirim Beyazit University, Ankara

- FCO Overseas Business Risk/gov.uk, 2021

-Hale, William. Turkish Foreign Policy since 1774. October 2012. 3rd edition, Routledge

-Keyman, Fuat. A New Turkish Foreign Policy: Towards Proactive "Moral Realism". 2017. Insight Turkey

-Trading Economics/Turkey Economy, 2022

-www.statista.com/Turkey, 2022

-Lucente, Adam. Turkish lira continues to fall (Report), 17 May 2022, Al-Manitor