



ریاست جمهوری
مرکز همکاری های تحول و پیشرفت



اقتصاد و الگوی صادرات ترکیه

الحمد لله
الرحمن الرحيم

فهرست مطالب

۱	خلاصه مدیریتی
۴	مقدمه
۵	۱- مزایای ترکیه
۹	۲- بخش‌های مهم اقتصادی
۲۵	۳- اصلاحات مقرراتی
۲۹	۴- نظام مالیات
۳۴	۵- زنجیره ارزش جهانی و جایگاه ترکیه در آن
۳۴	۵-۱ زنجیره ارزش جهانی
۳۷	۵-۲ وضعیت ترکیه در زنجیره‌های ارزش جهانی
۴۹	۵-۳ دستورالعمل‌های سیاست‌گذاری جهت ارتقا رقابت‌پذیری با تمرکز بر بهره‌وری

خلاصه مدیریتی

ترکیه هفدهمین اقتصاد بزرگ جهان است که به یک جمعیت ۹۴۴ میلیون نفری مصرف کننده دسترسی دارد، شامل ۵۱۰ میلیون نفر در اتحادیه اروپا (همراه با مصرف کننده های داخلی) و ۳۵۵ میلیون در ۲۷ کشور جهان که با آنها قرارداد تجارت آزاد دارد. از جمله مزایای ترکیه که عامل رشد سریع آن نسبت به دیگر اقتصادهای نوظهور است، می توان به مواردی مانند نیروی کار جوان، مجرب و رو به رشد؛ رتبه خوب در شرایط سرمایه گذاری خارجی (۰/۰۵۹) (بهتر از میانگین OECD) و تشویق جریان داخلی سرمایه گذاری اشاره کرد.

ترکیه به کمک بخش های اصلی اقتصاد خود که از مزیت رقابتی بالا برخوردارند، سعی دارد رشد خود را افزایش دهد و با رویکرد صادرات محور بیشترین بهره برداری را از این بخش ها نماید. تولید یکی از محرک های اصلی رشد ترکیه است که ۲۴/۲ درصد از کل تولید ناخالص داخلی این کشور را به خود اختصاص داده است. صنعت خودروسازی ترکیه از مهم ترین و پویاترین بخش های تولیدی آن است. در واقع، بین سال های ۲۰۰۰ و ۲۰۱۴ تولید کنندگان تجهیزات اصلی بیش از ۱۲ میلیارد دلار در ترکیه سرمایه گذاری کرده اند.

بخش انرژی یکی دیگر از محورهای اصلی رشد ترکیه در آینده است، زیرا ترکیه یکی از سریع ترین نرخ رندها را در بازار انرژی دارد که بخش اعظم آن حاصل اصلاحات دولت در قالب خصوصی سازی کامل شبکه توزیع برق و خصوصی سازی سرمایه های تولید برق (تا چند سال آینده تکمیل خواهد شد) است. بخش فناوری اطلاعات و ارتباطات نیز از سنگ بناهای اصلی اقتصاد ترکیه محسوب می شود. با افزایش

جمعیت جوان و گسترش تجارت آنلاین، انتظار می‌رود تا سال ۲۰۱۷ تعداد کل مشترکین تلفن همراه ترکیه به ۷۵ میلیون نفر برسد.

بخش مالی ترکیه به مدد اصلاحات وسیع مقرراتی (جهت هماهنگ‌شدن با اتحادیه اروپا و سازمان تجارت جهانی)، از بخش‌های قوی اقتصادی آن محسوب می‌شود. دارایی‌های بانکی ترکیه در طول سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۵، یعنی دوره بحران جهانی بازارهای مالی، تقریباً دو برابر شد. کارشناسان حوزه مالی عملکرد بهتر نظام مالی ترکیه را مرهون عوامل جغرافیایی، جمعیتی و اصلاحات مقرراتی می‌دانند.

سهامداران خارجی حضور قابل توجهی در نظام بانکداری ترکیه دارند. بانک‌های دولتی تنها ۳۲ درصد کل دارایی‌های بانکی را در اختیار دارند و بانک‌های خارجی طی سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۵، سهم خود را از ۴ درصد به ۲۰ درصد افزایش داده‌اند. ترک اگزیم بانک (بانک صادرات/واردات ترکیه) به عنوان یک نهاد اعتباری حامی صادرات، خدمات مالی تخصصی در قالب انواع اعتبارات مالی و غیرمالی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت، برنامه‌های بیمه و ضمانت به صادرکنندگان، تولیدکنندگان صادرات محور، سرمایه‌گذاران و پیمانکاران ترک در داخل و خارج از کشور اهدا می‌کند. این بانک متناسب با نیازهای مالی بخش صادرات و پیشرفت‌های اقتصاد ترکیه و جهان برنامه‌ها و تسهیلات خود را ارائه می‌نماید.

کشور ترکیه به منظور تسریع رشد اقتصادی خود، دست به یک مجموعه اصلاحات مقرراتی زده است که در سال ۲۰۱۳ و با تصویب دهمین برنامه ملی توسعه (۲۰۱۴-۱۸) مطرح شد. این برنامه روی افزایش قابلیت تولید و رقابت‌پذیری اقتصاد از طریق بهبود فضای کلی کسب و کار و چارچوب مقرراتی مرتبط با آن متمرکز است. با آنکه نرخ مالیات بر درآمد شرکت‌ها در ترکیه (۲۰ درصد) از بیشتر کشورهای اتحادیه اروپا کمتر است، آنکارا در پی اعطای امتیازها و مشوق‌های مالیاتی دیگری نیز به سرمایه‌گذاران خارجی است. در مناطق آزاد تجاری و پارک‌های فناوری مشوق‌های مالیاتی متنوعی به شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی

اعطا می‌شود. به طور کلی، نظام مالیاتی ترکیه بسیار شبیه اتحادیه اروپاست که با توجه به نامزدی این کشور جهت الحاق به اتحادیه اروپا از اهمیت بالایی برخوردار است.

امروزه ارتقا اقتصادی به معنی حرکت در طول زنجیره ارزش (زنجیره ارزش جهانی از فعالیت‌های دارای ارزش افزوده کم به فعالیت‌های دارای ارزش افزوده بالا حرکت می‌کند) و رسیدن به وظایف پیچیده‌تر و تخصصی‌تر است. در طول یک دهه گذشته، ترکیب سبد صادرات ترکیه بسیار تغییر کرده است و از تمرکز بر کالاهای نیروی کار محور (ارزش افزوده کم) به کالاهای سرمایه محور و فناوری محور (ارزش افزوده بالا) روی آورده است. در حال حاضر، ترکیه در مرکز زنجیره ارزش جهانی، به عبارتی در بخش‌های استاندارد شده مبتنی بر نیروی کار دارای تخصص است. چون مشارکت شرکت‌های ترکیه در زنجیره ارزش جهانی بیشتر بر فعالیت‌های مونتاژ متمرکز است، لذا برای حرکت به سوی فعالیت‌های دارای ارزش افزوده بالاتر، ارتقا کارکردی از اهمیت برخوردار است. مزایای ترکیه در زنجیره ارزش جهانی عبارتند از: روابط خوب سیاسی / تجاری با کشورهای اروپایی، هزینه تجارت نسبتاً پایین، برخورداری از ظرفیت حرکت در طول زنجیره ارزش به سمت فعالیت‌های دارای ارزش افزوده بالاتر.

اگرچه ترکیه در اغلب محصولات صادراتی کنونی خود از مزیت نسبی برخوردار است، اما به منظور دستیابی به مزیت نسبی در محصولات غیرصادراتی باید اقدامات وسیع و بنیادینی انجام دهد. بیشترین صادرات ترکیه در بخش‌هایی است که با رقابت فزاینده بین‌المللی مواجه هستند. لذا، ضمن افزایش رقابت‌پذیری در محصولات صادراتی کنونی، لازم است سبد صادرات به سوی محصولات پویاتر که محتوای فناوری و سرریز بهره‌وری بیشتری دارند، تغییر یابد. این امر مستلزم ارتقا دارایی‌های سرمایه‌ای، انسانی و فیزیکی ترکیه است.

مقدمه

در حال حاضر ترکیه هفدهمین اقتصاد بزرگ جهان است که رشد آن از آغاز قرن جدید بسیار چشمگیر بوده و توانسته است از دیگر کشورهای منطقه سبقت بگیرد. کشور ترکیه دوره کنونی یعنی ۲۰۲۰-۲۰۱۵ را فصل اصلاحات جدید می‌داند و پیش‌بینی می‌کند تولید ناخالص داخلی (بر حسب برابری قدرت خرید) تا ۵۴۸ میلیارد دلار افزایش یابد و به رقم ۲/۰۵۶ تریلیون دلار برسد.

این پیش‌بینی رشد مبتنی بر دو عامل افزایش مصرف داخلی و تجارت بین‌المللی است. مطابق داده‌های صندوق بین‌المللی پول، سرانه درآمد بر حسب برابری قدرت خرید از ۱۰,۳۲۵ دلار در سال ۲۰۰۲ به ۲۰,۴۵۰ دلار در سال ۲۰۱۵ افزایش یافته است. همچنین، بین سال‌های ۲۰۰۱ و ۲۰۱۱، حجم جمعیت کم درآمد کاهش یافته و از ۴۳/۶ میلیون نفر به ۳۳/۹ میلیون نفر رسیده است. این در حالی است که جمعیت دارای درآمد متوسط تقریباً دو برابر شده و از ۱۳/۴ میلیون نفر به ۲۵/۸ میلیون نفر رسیده است.

در واقع، رشد اقتصادی ترکیه زمینه را برای رشد طبقه دارای درآمد متوسط فراهم کرده است و در حال حاضر کشور ترکیه از جمعیت مصرف‌کننده قابل ملاحظه‌ای برخوردار است. ترکیه به یک جمعیت ۹۴۴ میلیون نفری مصرف‌کننده دسترسی دارد که شامل ۵۱۰ میلیون نفر در اتحادیه اروپا (همراه با مصرف‌کننده‌های داخلی) و ۳۵۵ میلیون نفر در ۲۷ کشور دیگر می‌شود که با آنها قرارداد تجارت آزاد دارد.

ترکیه به واسطه موقعیت استراتژیک سرزمین خود ارتباط خوبی با اتحادیه اروپا، خاورمیانه و آسیا دارد. این کشور یک مرکز تولیدی و صادرات برای برندهای برتر جهانی است: شرکت تیویوتا ۸۵ درصد از محصولات خود را از این کشور صادر می‌کند، شرکت فورد ۷۷ درصد از محصولات خود را از طریق ترکیه صادر می‌کند، نسله، ترکیه را مرکز تولید خود جهت صادرات به کشورهای منطقه منا (MENA)^۱ قرار داده است و هوگوباس

بزرگ‌ترین تأسیسات تولید خود را در این کشور مستقر کرده است. به علاوه، ترکیه شرکت‌های چندملیتی را دعوت به ایجاد دفتر منطقه‌ای در این کشور می‌کند. به عنوان نمونه، شرکت کوکاکولا محصولات و خدمات خود را از ترکیه به ۹۰ کشور دیگر و شرکت مایکروسافت به ۸۰ کشور دیگر ارائه می‌کند (۱).

۱- مزایای ترکیه

📌 **مهارت و نیروی کار:** شرایط جمعیتی ترکیه با همسایه‌های اروپایی آن کاملاً متفاوت است: نیمی از جمعیت این کشور زیر ۳۰ سال هستند. این امر تأثیر بلندمدتی روی بازار نیروی کار آن خواهد داشت. مطابق آمارهای یورواستات^۱، بین سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۳۵ جمعیت شاغل اروپا تقریباً ۱۰ درصد کاهش خواهد داشت، در حالی که در ترکیه بیش از ۱۵ درصد افزایش خواهد داشت. از این رو، ترکیه در بین اقتصادهای نوظهور اروپا از نظر نیروی کار و مهارت دارای مزیت می‌باشد. به عنوان مثال، مطابق گزارش کتاب سال رقابت‌پذیری جهانی مؤسسه بین‌المللی توسعه مدیریت (IMD)^۲ در مقایسه با جمهوری چک، رومانی، لهستان و مجارستان، ترکیه بالاترین نرخ دسترسی به مدیران ارشد با صلاحیت و مهندسین مجرب (۲۰۱۴) و بالاترین میزان افزایش سالانه میانگین قابلیت تولید نیروی کار (به طور مشترک با لهستان) (۲۰۱۳-۲۰۰۱) را دارد. همچنین، این کشور کم‌ترین هزینه نیروی کار در هر ساعت تولید را دارد (۲۰۱۲).

📌 **شرایط سرمایه‌گذاری:** در شاخص محدودیت سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، ترکیه رتبه ۰/۰۵۹ را دارد که از میانگین کشورهای عضو سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD)^۳ (۰/۰۶۹) بهتر است. ترکیه با ۷۵ کشور دنیا پیمان حفاظت دوجانبه از سرمایه‌گذاری و با ۸۰ کشور توافق‌نامه‌های مالیاتی دارد.

در حال حاضر، ترکیه پنجمین شریک بزرگ اتحادیه اروپاست و از آنجایی که مذاکرات الحاق به اتحادیه

1 Eurostat

2 International Institute for Management Development

3 Organization for Economic Cooperation and Development

اروپا در جریان است و این کشور در اتحادیه گمرک اروپا مشارکت دارد، انتظار می‌رود میزان تجارت ترکیه با اروپا همچنان روند افزایشی داشته باشد.

به نقل از سازمان حمایت و ارتقا سرمایه‌گذاری ترکیه (ISPAT)^۱ ارتباط با اروپا تأثیرات مثبتی روی فرهنگ تجارت ترکیه داشته است، به نحوی که تجارب و فعالیت‌های مدیریتی مدرن در این کشور افزایش یافته است، استفاده از زبان انگلیسی در کسب و کار بیشتر شده است و فعالان حوزه تجارت ذهنیت بین‌المللی‌تری پیدا کرده‌اند. همچنین، به دلیل احتمال پیوستن به اتحادیه اروپا، ترکیه استانداردها و مقررات اتحادیه را در حوزه سرمایه‌گذاری به کار می‌گیرد. ترکیه برای جذب سرمایه‌های خارجی جهت تقویت بنیان فناورانه کشور، انواع مختلفی از مشوق‌ها را به سرمایه‌گذاران پیشنهاد می‌کند. بین سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۵، ترکیه توانسته است ۱۵۶ میلیارد دلار را به داخل کشور جذب کند و تعداد کل شرکت‌های خارجی سرمایه‌گذار در این کشور را به رقم ۴۶,۸۰۰ شرکت برساند.

سرمایه‌گذاران اصلی در ترکیه کشورهای آلمان، بریتانیا و هلند بوده‌اند و بخش‌های اصلی که در آنها سرمایه‌گذاری شده است عبارتند از تولید، مالی و بیمه، فناوری اطلاعات و ارتباطات.

فعالیت‌های حوزه تحقیق و توسعه ترکیه روی ۹ بخش عمده تمرکز دارند: خودرو، تجهیزات الکتریکی، مواد شیمیایی، مواد غذایی و نوشیدنی، خدمات مالی، انرژی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، داروسازی و گردشگری. این فهرست تقریباً کم و بیش با بخش‌های اصلی صادرات ترکیه متناظر هستند: خودرو (۱۲/۱ درصد)، دیگ‌های بخار و ماشین‌آلات (۸/۶ درصد)، سنگ‌های قیمتی (۷/۸ درصد) و انواع پوشاک (۶/۲ درصد).

📌 **حمایت از جریان داخلی سرمایه‌گذاری:** فضای سرمایه‌گذاری ترکیه مدت ۱۳ سال است که به طور مداوم در حال بهبود است و یکی از نقاط اصلی تمرکز دولت در برنامه اصلاحات، حوزه سرمایه‌گذاری

1 Investment Support and Promotion Agency of Turkey

است. از جمله اقدامات اصلاحی انجام شده در این حوزه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: منعطف‌سازی قانون سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، اعمال اصل رفتار ملی^۱ و اجرای کامل قانون بازرگانی. عملیاتی کردن دو قانون سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و بازرگانی در ایجاد محیطی مناسب برای کسب و کار بسیار مؤثر بوده و توانسته است به سرمایه‌گذاران بین‌المللی امتیازات حائز اهمیت اعطا کند و استانداردهای بین‌المللی، شفافیت و پاسخ‌گویی را محقق سازد. سازمان حمایت و ارتقا سرمایه‌گذاری ترکیه در سال ۲۰۰۶ تشکیل شد که یکی از ارکان اصلی اصلاحات محسوب می‌شود و سازمان رسمی ارتقا فضای سرمایه‌گذاری و ایجاد فرصت برای جامعه کسب و کار جهانی و کمک به سرمایه‌گذاران در همه مراحل سرمایه‌گذاری می‌باشد. در سال ۲۰۱۴، این سازمان عضویت انجمن جهانی سازمان‌های ارتقا سرمایه‌گذاری (WAIPA)^۲ را پذیرفت.

در حال حاضر، ترکیه نمی‌تواند صرفاً به برخورداری از عوامل کلیدی نیروی کار ارزان و بازار وسیع جهت جذب سرمایه‌های خارجی اکتفا کند. زیرا علاوه بر این دو، داشتن تحقیق و توسعه کارآمد، قابلیت و ظرفیت طراحی، استعدادهای محلی در حوزه مهندسی و ظرفیت کلی در افزایش کارایی زنجیره ارزش نیز در تصمیم‌گیری‌های شرکت‌های چندملیتی جهت سرمایه‌گذاری بسیار اهمیت دارد.

همچنین، در حال حاضر سازمان حمایت و ارتقا سرمایه‌گذاری ترکیه هماهنگ با راهبردهای تجاری، توسعه‌ای و صنعتی ترکیه در جهت تقویت قابلیت تولید، افزایش رقابت‌پذیری بین‌المللی و هدایت نوآوری به سوی تبدیل ترکیه به یک مرکز تولید فناوری پیشرفته و مرکز تجارت و مدیریت اروپا، خاورمیانه و آفریقا فعالیت می‌کند (۱).

۱ داشتن برخورد مشابه با شرکت‌های داخلی و خارجی



هفدهمین اقتصاد بزرگ جهان

ارتباط با اتحادیه اروپا، خاورمیانه و آسیا به
دلیل موقعیت استراتژیک

مرکز تولیدی و صادرات برای برندهای برتر
جهانی

نیروی کار زیر ۳۰ سال و ارزان قیمت

پنجمین شریک بزرگ اتحادیه اروپا

بازار وسیع جهت جذب سرمایه‌های خارجی

دعوت از شرکت‌های چندملیتی به ایجاد دفتر
منطقه‌ای در ترکیه

دسترسی به یک جمعیت ۹۴۴ میلیون نفری
مصرف‌کننده

سرمایه‌گذاران اصلی در ترکیه: آلمان، بریتانیا
و هلند

تمرکز فعالیت‌های حوزه تحقیق و توسعه بر ۹ بخش عمده:
خودرو، تجهیزات الکتریکی، مواد شیمیایی، مواد غذایی و نوشیدنی، خدمات مالی، انرژی، فناوری
اطلاعات و ارتباطات، داروسازی و گردشگری

۲- بخش‌های مهم اقتصادی

تولید: مطابق سازمان آمار ترکیه، در ژانویه ۲۰۱۶ تولید صنعتی این کشور تا ۵/۹ درصد رشد داشته است. تولید یکی از محرک‌های اصلی رشد ترکیه است که ۲۴/۲ درصد از کل تولید ناخالص داخلی را به ارزش ۱۰۴ میلیارد دلار به خود اختصاص داده است. بخش تولید ترکیه بعد از رکود اقتصادی جهانی به سرعت احیا شد و نرخ رشد آن از سطح قبل از رکود گذشت و به رشد سالانه ۶/۸ درصد بین سال‌های ۲۰۰۹ و ۲۰۱۴ دست یافت. در نتیجه، ارتباط و مشارکت‌های تجاری ترکیه، بسیاری از شرکت‌های چندملیتی مقرهای منطقه‌ای یا پایگاه‌های تولید خود را در این کشور مستقر کرده‌اند.

یکی از بخش‌های اصلی تولید، صنعت خودروسازی است. بین سال‌های ۲۰۰۰ و ۲۰۱۴ تولیدکنندگان تجهیزات اصلی (OEM)^۱ بیش از ۱۲ میلیارد دلار در عملیات‌های خود در ترکیه سرمایه‌گذاری کردند. این امر ترکیه را به بخش مهمی از زنجیره ارزش جهانی تولیدکنندگان بین‌المللی تجهیزات اصلی تبدیل کرد. سرمایه‌گذاری‌های جدید نقش آفرینان بزرگ بین‌المللی در عرصه خودرو، نوید پویایی بیشتری را در صنعت خودرو ترکیه می‌دهد. به عنوان مثال، شرکت ژاپنی تویوتا قرار است ۴۵۰ میلیون دلار در پروژه خودرو ترکیه سرمایه‌گذاری کند.

انرژی: بخش انرژی یکی از محورهای اصلی رشد ترکیه در آینده است زیرا ترکیه یکی از سریع‌ترین نرخ‌های رشد را در بازار انرژی دارد که بخش اعظم آن حاصل اصلاحات دولت در قالب خصوصی‌سازی کامل شبکه توزیع برق و خصوصی‌سازی سرمایه‌های تولید برق (تا چند سال آینده تکمیل خواهد شد) است. بخش انرژی یکی از فعال‌ترین حوزه‌های ادغام و تملیک (M&A)^۲ بوده که ۳۸ قرارداد انتقال به ارزش

1 Original Equipment Manufacturer

2 Mergers and Acquisitions

۴/۹ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۴ داشته است.

فناوری اطلاعات و ارتباطات: مطابق اهداف تعیین شده وزارت علوم، صنعت و فناوری ترکیه جهت افزایش رقابت پذیری و تبدیل ترکیه به پایگاه فناوری برای تولید محصولات دارای فناوری متوسط و بالا، محرک های اصلی جهت تحقق این اهداف عبارتند از: قابلیت تولید با محوریت نوآوری، افزایش تولید محصولات دارای فناوری متوسط و بالا، افزایش سرمایه در بخش های دانش بنیان و پرورش نیروی کار آموزش دیده و بسیار مجرب. تحقق این عوامل می تواند به افزایش صادرات و رشد سرمایه گذاری مستقیم خارجی و در نهایت، تبدیل ترکیه به پایگاه فناوری اوراسیا کمک کند.

در واقع، بخش فناوری اطلاعات و ارتباطات یکی از سنگ بناهای اصلی اقتصاد ترکیه است. با افزایش جمعیت جوان و گسترش تجارت آنلاین، انتظار می رود تا سال ۲۰۱۷ تعداد کل مشترکین تلفن همراه به ۷۵ میلیون نفر برسد. همچنین، انتظار می رفت میزان صرف هزینه در سخت افزار، نرم افزار، خدمات فناوری اطلاعات و خدمات مخابرات در سال ۲۰۱۶ به ۲۵ میلیارد دلار افزایش یابد که حتی بیش از میانگین جهانی است.

صنعت مالی: دارایی های بانکی ترکیه در طول سال های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۵، یعنی دوره بحران جهانی بازارهای مالی، تقریباً دو برابر شد. کارشناسان حوزه مالی عملکرد بهتر نظام مالی ترکیه را مرهون عوامل جغرافیایی، جمعیتی و اصلاحات مقرراتی می دانند. واقعیت این است قوانین مالی ترکیه از بسیاری از بازارهای توسعه یافته دقیق تر هستند و طراحی سنجیده تری دارند و جمعیت پویا و جوان این کشور نیز عامل مهمی در توسعه اقتصادی سریع این کشور است.

به طور کلی، بخش مالی ترکیه طی سال های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۴ به نرخ رشد مرکب سالانه (CAGR)^۱ ۱۹ درصد دست یافته است که ارزش آن در پایان این دوره بالغ بر ۱/۴ تریلیون دلار بود. زیربنای توسعه بخش مالی،

1 Compound Annual Growth Rate

اقتصاد حجیم ترکیه است که توانسته است در ۱۳ سال گذشته به میانگین نرخ رشد واقعی تولید ناخالص داخلی تقریباً ۵ درصد دست یابد. در سال ۲۰۱۴، بخش مالی بعد از بخش تولید (۲۷ درصد)، دومین سهم بزرگ (۱۹ درصد) را از تولید ناخالص داخلی این کشور داشت.



بخش بانکداری ترکیه شامل ۳۴ بانک سپرده‌پذیر، ۱۳ بانک توسعه و سرمایه‌گذاری و نیز ۶ بانک مشارکت (بانک اسلامی) است. سهامداران خارجی نیز حضور قابل توجهی در ۲۵ بانک ترکیه دارند- ۲۱ بانک بازرگانی و ۴ بانک سرمایه‌گذاری. بانک‌های دولتی تنها ۳۲ درصد کل دارایی‌های بانکی را در اختیار دارند و بانک‌های خارجی طی سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۵، سهم خود را از ۴ درصد به ۲۰ درصد افزایش داده‌اند. بقیه دارایی بانکی ترکیه (۴۸ درصد) در اختیار بانک‌های خصوصی داخلی است.

بخش بانکداری ترکیه در مقایسه با کشورهایمانند بریتانیا و اسپانیا هنوز از انسجام کافی برخوردار نیست و نیاز به یکپارچه‌شدن دارد. با توجه به این که رشد ترازنامه بانکی ترکیه پایین است، در صورت محدودتر شدن رشد آن، برگشت دارایی تنزل خواهد داشت که در حال حاضر به زیر ۲ درصد رسیده است (گروه کسب و کار آکسفورد)^۱. در واقع، به منظور تقویت رشد ترازنامه یکپارچگی بخش بانکداری ضروری است. (۱)

ترک اگزیم بانک^۲ (بانک صادرات/واردات ترکیه) به دو دلیل از جایگاه ویژه‌ای در تأمین مالی صادرات برخوردار است. اول، حذف مشوق‌های صادراتی مستقیمی که در سال‌های قبل مطابق با تعهدات ترکیه در قبال مؤسسات بین‌المللی ناظر بر تجارت جهانی ترکیه پرداخت می‌شد. دوم، تعهد ترکیه برای هماهنگ‌شدن با سیاست‌های بازرگانی و رقابتی اتحادیه اروپا و اتحادیه گمرک (۱۹۹۶). در نتیجه این اقدامات، برنامه‌های ترک اگزیم بانک مهم‌ترین عامل و محرک افزایش رقابت‌پذیری صادرات ترکیه در بازارهای جهانی هستند. (۳)

*** برخی از برنامه‌ها و تسهیلات اعتباری این بانک جهت حمایت از صادرات ترکیه به شرح زیر است.**

ترک اگزیم بانک (بانک صادرات/واردات ترکیه)

ترک اگزیم بانک به عنوان نهاد رسمی اعتبارات صادرات در سال ۱۹۸۷ تأسیس و از ابتدای سال ۱۹۸۸ برنامه‌های آن عملیاتی شد. این بانک به عنوان یک نهاد اعتباری حامی صادرات، خدمات مالی تخصصی در قالب انواع اعتبارات مالی و غیرمالی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت، برنامه‌های بیمه و ضمانت به صادرکنندگان، تولیدکنندگان صادرات محور، سرمایه‌گذاران و پیمانکاران در خارج از کشور اهدا می‌کند. ترک اگزیم بانک متناسب با نیازهای مالی بخش صادرات و تغییرات و پیشرفت‌های اقتصاد ترکیه و دنیا برنامه‌های خود را ارائه می‌کند. علاوه بر این، اگزیم بانک سعی دارد با شناسایی و رفع مشکلات ساختاری موجود، خدمات خود به مشتریان را بهبود بخشد. همچنین، در راستای تأمین اهداف اقتصاد متوازن و غلبه بر

1 Oxford Business Group

2 Türk Exim Bank



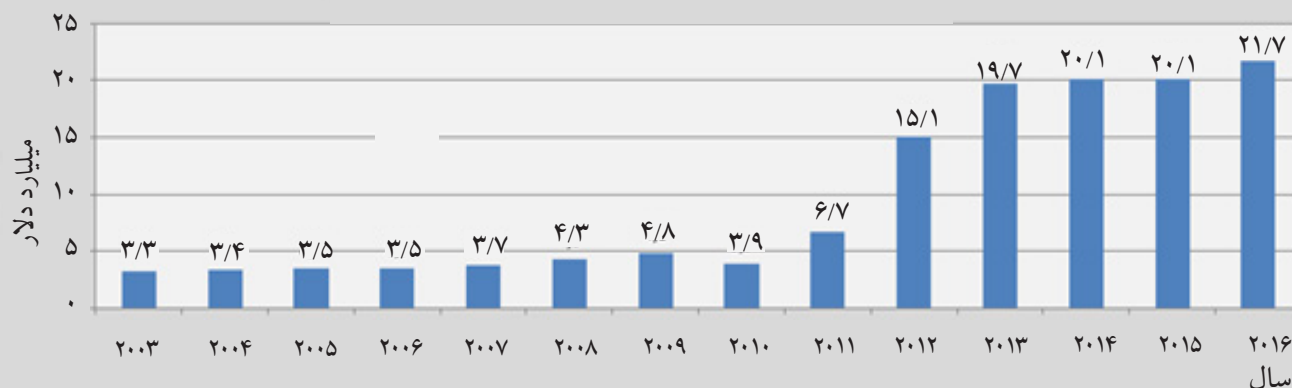
نابرابری‌های منطقه‌ای، این بانک توجه ویژه‌ای به سرمایه‌گذاری در شرکت‌های حوزه‌های اولویت‌دار توسعه دارد. در همین راستا، بانک‌های واسطه‌ای که اگزیم بانک با آنها کار می‌کند، موظفند حداقل ۵ درصد از اعتبار صادرات پیش از حمل و نقل خود را در قالب وام به شرکت‌های حوزه‌های اولویت‌دار توسعه تخصیص دهند و به آنها وام با نرخ بهره تخفیفی اعطا کنند.

انواع وام‌های ترک اگزیم بانک

ترک اگزیم بانک به صورت مستقیم یا از طریق بانک‌های واسطه، تسهیلات مالی کم‌هزینه، کوتاه‌مدت و پیش از حمل و نقل به شرکت‌ها اعطا می‌کند. این بانک به منظور کمک به توسعه صادرات از طریق تسهیل ورود صادرکنندگان به بازارهای جدید یا هدف و به منظور پیشنهاد شرایط بهتر به خریداران آنها، مطالبات (دریافتی‌های) صادرات^۱ را مشمول تخفیف می‌کند. در سال ۲۰۱۵، این بانک معادل ۱۷/۹ میلیارد دلار اعتبار ارزی-لیره کوتاه‌مدت در اختیار شرکت‌ها قرار داده است. بخش اعظم این اعتبارات به شرکت‌های حوزه نساجی، پوشاک آماده و کالاهای چرمی (۱۹ درصد) و شرکت‌های صادراتی فعال در اتحادیه اروپا (۵۱ درصد) تخصیص یافته است. البته، به طور کلی اولویت با شرکت‌های حوزه‌های اولویت‌دار و شرکت‌های کوچک و متوسط بوده است.

¹ Export Receivables

اعتبارات کوتاه / میان / بلندمدت (۲۰۰۳-۲۰۱۶)



اعتبارات صادراتی کوتاه‌مدت

اعتبارات صادراتی پیش از حمل و نقل: این نوع اعتبار ویژه همه بخش‌های صنعتی است و صادرکنندگان را از مراحل اولیه تولید تحت پوشش قرار می‌دهد. این اعتبارات در قالب لیره ترکیه یا ارزهای خارجی و توسط بانک‌های واسطه پرداخت می‌شود. بانک‌های واسطه خود مسئول خطر نوکول (عدم بازپرداخت) هستند و در نتیجه، اگریم بانک در مقابل خطر صادرکننده یا تولیدکننده مسئول نیست و صرفاً مسئولیت خطر بانک بر عهده آن می‌باشد.

اعتبارات صادراتی کوتاه‌مدت شرکت‌های تجاری خارجی: این تسهیلات جهت کمک به شرکت‌های بزرگ صادراتی در تأمین نیازهای مالی صادراتی آنهاست. همه شرکت‌های تجاری خارجی که مورد تأیید اداره کل تجارت خارجی ترکیه^۱ هستند، می‌توانند از این تسهیلات برخوردار شوند. این اعتبارات در قالب لیره ترکیه یا ارزهای خارجی (دلار آمریکا، ین ژاپن، پوند و یورو) و به صورت مستقیم تا ۱۰۰ درصد هزینه‌های

1 Undersecretariat of Foreign Trade

^۱ FOB صادرات اعطا می‌شوند.

اعتبارات پیش از صادرات: این تسهیلات مختص تولیدکنندگان صادرات محور، تولیدکننده/صادرکننده‌ها و صادرکننده‌ها به غیر از شرکت‌های سهامی صادرات خارجی و شرکت‌های صادرات بخشی خارجی می‌باشد. هدف این طرح، افزایش رقابت‌پذیری صادرکنندگان در بازارهای بین‌المللی و حمایت از پروژه‌های صادراتی آنها در مراحل آماده‌سازی است. این تسهیلات به صورت مستقیم و در قالب لیره ترکیه با دوره بازپرداخت ۳۶۰ روز یا ارز خارجی (دلار آمریکا، یورو، ین ژاپن، پوند) با دوره بازپرداخت ۷۲۰ روز تا ۱۰۰ درصد هزینه‌های FOB شرکت‌ها را شامل می‌شود. نرخ بهره آنها هم مشابه اعتبارات پیش از حمل و نقل می‌باشد.

اعتبارات پیش از صادرات برای شرکت‌های کوچک و متوسط: این تسهیلات جهت کمک به شرکت‌های کوچک و متوسط در مراحل آماده‌سازی برای صادرات ارائه می‌شود. تسهیلات به صورت مستقیم و در قالب لیره ترکیه با دوره بازپرداخت ۳۶۰ روز یا ارز خارجی (دلار آمریکا، یورو، ین ژاپن، پوند) با دوره بازپرداخت ۷۲۰ روز تا ۱۰۰ درصد هزینه‌های FOB شرکت‌ها را پوشش می‌دهند. خطر اعتبارات نمی‌تواند بیش از ۵ میلیون دلار باشد. نرخ بهره آنها از نرخ بهره در اعتبارات پیش از صادرات کمتر است.

اعتبارات تخفیف مجدد: مجوز اعطای این نوع تسهیلات پیش از حمل و نقل توسط بانک مرکزی به اگزیم بانک داده شده است تا تخفیف دیگری به سطح تخفیف پس از حمل و نقل اضافه شود. به موجب این طرح که مختص شرکت‌های فعال در صادرات است، تاریخ سررسید حداکثر ۲۴۰ روز به صادرکنندگان، تولیدکنندگان و صادرکننده/تولیدکننده‌ها اعطا می‌شود. سفته‌هایی که صادرکننده در اختیار بانک می‌گذارد و توسط بانکی که یک ضمانت‌نامه کوتاه‌مدت برای اگزیم بانک صادر می‌کند، ظهرنویسی شده‌اند، مشمول این تخفیف مجدد می‌شوند. این طرح شامل معاملات صادرات بر اساس پول نقد و اعتبارات اسنادی

برگشت‌ناپذیر است. معاملات صادراتی که مبتنی بر پول نقد و کالا هستند نیز می‌توانند مشمول این تخفیف شوند، البته در این مورد، اگزیم بانک بوسیله منابع خود اعتبارات را تأمین می‌کند. مطالبات صادرات نیز با سررسید حداکثر ۲۴۰ روز نیز مشمول تخفیف هستند. همچنین، مطالبات صادرات که بالغ بر ۲۵ میلیون دلار و با تاریخ سررسید ۳۶۰ روزه هستند، مشمول این طرح می‌شوند. بخش اول مطالبات (تا ۲۴۰ روز) توسط بانک مرکزی مشمول تخفیف می‌شود و تخفیف بخش دیگر (۱۲۰ روز باقیمانده) بر عهده اگزیم بانک می‌باشد.

اعتبارات تخفیف مجدد پس از حمل و نقل: هدف این نوع تأمین مالی افزایش رقابت‌پذیری صادرکنندگان در بازارهای بین‌المللی از طریق فراهم کردن فروش کالاها براساس شرایط پرداخت معوق و حذف خطرات خارج از کشور و در نتیجه، تشویق آنها به حضور یافتن در بازارهای جدید و هدف است. این طرح به کمک منابع مالی که بانک مرکزی تخصیص داده است، اجرا می‌شود. مطالبات صادراتی که منوط به تأیید بانک هستند و توسط بانک‌های بازرگانی ارائه می‌شوند و/یا اعتبارات اسنادی برگشت‌ناپذیر و/یا مطالبات صادراتی که تحت بیمه اعتبارات صادراتی کوتاه‌مدت اگزیم بانک هستند، مشمول تخفیف اگزیم بانک می‌شوند.

📌 اعتبارات ویژه

این نوع اعتبارات ویژه معاملات صادراتی از جمله برخی صنایع خدمات خاص هستند که مشمول طرح‌های تضمینی و اعتباری متعارف نمی‌شوند.

اعتبارات سرمایه‌ای فروشگاه‌های زنجیره‌ای خارج از کشور: هدف این طرح، حمایت از فروش مستقیم کالاهای مصرفی صاحب برند ترکیه در بازارهای بین‌المللی و تثبیت نام برندهای ترک و کالاهای دارای طراحی ترک در خارج از کشور است. به موجب این طرح، اگزیم بانک از سرمایه‌گذاری‌های خارج از کشور کارآفرینان ترک جهت ساخت مراکز خرید (mall) و فروشگاه‌های زنجیره‌ای برای عرضه انواع

کالاهای مصرفی حمایت می‌کند. کارآفرینانی که از این طرح برخوردار می‌شوند، می‌توانند از طرح‌های اعتبارات صادرات کوتاه‌مدت جهت فروش کالا در این فروشگاه‌ها نیز برخوردار شوند. دوره اعطای اعتبارات این طرح تا حداکثر ۷ سال است و نرخ بهره آنها متناسب با نوع پروژه متفاوت است. حداکثر میزان این اعتبارات تا ۸۵ درصد کل سرمایه‌گذاری می‌باشد.

اعتبارات صادراتی ویژه: این طرح یک نوع تأمین مالی میان‌مدت پیش از حمل و نقل است که در اختیار تولیدکننده/صادرکننده‌ها و پیمانکاران خارج از کشور برای پروژه‌هایی قرار می‌گیرد که ماهیت ارزآوری دارند. در این طرح، اگزیم بانک از شرکت‌هایی که در ساخت کارخانه مشارکت دارند یا تولیدکننده/صادرکننده‌هایی که کالاهای صنعتی صادراتی با ارزش افزوده بالا تولید می‌کنند، حمایت می‌کند. شرایط و نرخ بهره این تسهیلات توسط اگزیم بانک و متناسب با پروژه تعیین می‌شود.

تضمین و تأمین مالی کشتی‌سازی: هدف این طرح حمایت از کارگاه‌های کشتی‌سازی ترکیه جهت افزایش سهم کشور از این بازار است. به موجب این طرح، شرکت‌های فعال در کشتی‌سازی یا صادرات کشتی می‌توانند از وام‌های مستقیم یا ضمانت‌نامه‌های بانکی برخوردار شوند، به نحوی که در ابتدای پروژه به پیش‌تأمین مالی خریدار دسترسی پیدا کنند یا در حین نصب تأسیسات و یا امکان خرید مواد و مصالح با شرایط خاص را داشته باشند. تاریخ سررسید این وام‌ها یا تضمین‌ها توسط بانک و متناسب با هر پروژه تعیین می‌شود که البته در صورت مشمول معافیت‌های مالیاتی شدن، دوره آن حداکثر ۲۴ ماه خواهد بود. مبلغ این طرح توسط بانک و متناسب با هر پروژه تعیین می‌شود و نمی‌تواند بیشتر از ۸۵ درصد ارزش کل قرارداد باشد. نرخ بهره نیز توسط بانک و متناسب با هر پروژه تعیین می‌شود.

ضمانت‌نامه برای خدمات پیمانکاران خارج از کشور: هدف این نوع تسهیلات غیرنقدی کمک به پیمانکاران ترک برای حفظ سهم خود از بازارهای بین‌المللی و تشویق به حضور در بازارهای جدید می‌باشد. در این

طرح، پیمانکاران ترک که در مناقصه‌های خارج از کشور شرکت می‌کنند، می‌توانند از ضمانت‌نامه‌های اگزیم بانک برخوردار شوند. اگزیم بانک ضمانت اجرا و ضمانت مناقصه را صادر می‌کند و به صورت مستقیم یا از طریق یک بانک دیگر ضمانت‌نامه‌ها را جهت تضمین پیمانکار ترک ارائه می‌کند. نرخ کمیسیون و شرایط پرداخت توسط اگزیم بانک متناسب با هر پروژه تعیین می‌شود.

وام سرمایه‌گذاری بانک سرمایه‌گذاری اروپا (EIB):^۱ این نوع اعتبار میان‌مدت و بلندمدت توسط بانک سرمایه‌گذاری اروپا و با هدف افزایش سرمایه‌گذاری‌های جدید و پروژه‌های مدرن‌سازی و توسعه توسط شرکت‌های صادرات‌محور یا بخش خصوصی ارزش‌آور در بخش‌های تولید، گردشگری و لجستیک ارائه می‌شود. شرکت‌هایی که خالص دارایی ثابت آنها کمتر از ۷۵ میلیون یورو است و کمتر از ۵۰۰ کارمند دارند، واجد شرایط دریافت این وام می‌باشند. پروژه‌هایی که از این طرح استفاده می‌کنند باید از مقررات زیست‌محیطی اتحادیه اروپا تبعیت کنند. شرایط وام توسط اگزیم بانک و متناسب با هر پروژه تعیین می‌شود.

اعتبارات شرکت‌های ارزش‌آور

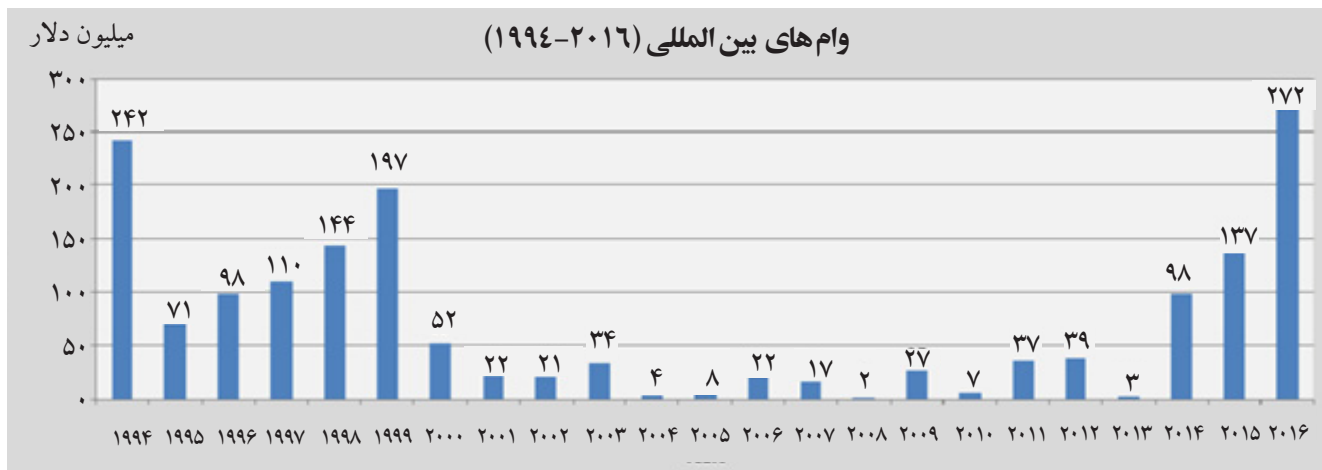
اعتبار بازاریابی حمل و نقل بین‌المللی: هدف این طرح کمک به شرکت‌های بین‌المللی حمل و نقل جهت افزایش رقابت‌پذیری آنها و در نتیجه افزایش ارزش‌آوری برای ترکیه است. این طرح شامل تسهیلات میان‌مدت و بلندمدتی است که توسط اگزیم بانک به صورت مستقیم و جهت کاهش هزینه‌های حمل و نقل شرکت‌ها ارائه می‌شود. مبلغ اعتبار معادل ۱۰۰ درصد محموله‌ای است که در طول دوره اعتبار تحویل می‌شود و نمی‌تواند بیشتر از محدودیت شرکت باشد. محدودیت شرکت معادل ۲۰ درصد درآمد حمل بار شرکت در سال قبل است. دوره بازپرداخت حداکثر ۱۸ ماه می‌باشد. خطر اعتبارات از ۲ میلیون دلار آمریکا نباید بیشتر باشد و نرخ بهره مستقیماً توسط اگزیم بانک تعیین می‌شود.

اعتبار بازاریابی گردشگری: هدف این طرح کمک به آژانس‌های مسافرتی و شرکت‌های هواپیمایی ترکیه جهت توسعه فعالیت‌ها و بازاریابی در خارج از کشور می‌باشد. آژانس‌های مسافرتی منتخب وزارت گردشگری و شرکت‌های هواپیمایی مورد تأیید وزارت حمل و نقل که میزان ارزآوری سالانه آنها برای ترکیه بیشتر از ۵۰۰,۰۰۰ دلار آمریکاست، می‌توانند از این طرح برخوردار شوند. حداکثر دوره بازپرداخت ۱۸ ماه است. مبلغ اعتبار معادل حداکثر ۱۰ درصد ارزی است که شرکت جذب می‌کند و ۸۵ درصد کل هزینه‌های پروژه که روی‌هم‌رفته، نمی‌تواند از ۲ میلیون دلار تجاوز کند. حداکثر دوره بازپرداخت برای شرکت‌های مسافرتی و هواپیمایی منتخب وزارت گردشگری می‌تواند بیشتر از ۱۸ ماه باشد و حداکثر مبلغ اعتبار نیز می‌تواند تا ۱۵ درصد ارز جذب‌شده باشد که در کل نباید از ۴ میلیون دلار بیشتر باشد.

اعتبارات خدمات ارزآور: هدف این طرح حمایت مالی در قالب اعتبارات کوتاه‌مدت و میان‌مدت از شرکت‌های ارائه‌کننده خدمات طراحی و توسعه نرم‌افزار، طراحی پروژه و خدمات مشاوره و خدمات مبتنی بر پروژه است. اعتبارات به صورت لیره یا ارزهای خارجی ارائه می‌شود. شرکت‌های مقیم ترکیه که به ارائه خدمات ارزآور یا صادرات خدماتی مانند طراحی نرم‌افزار و مشاوره اشتغال دارند، می‌توانند از این طرح برخوردار شوند. شرایط اعتبارات بر حسب پروژه تعیین می‌شود.

اعتبارات شرکت در نمایشگاه‌های تجاری خارج از کشور: هدف این طرح ارائه تأمین مالی به شرکت‌های مورد تأیید اداره کل تجارت خارجی جهت برگزاری نمایشگاه و حضور در این نمایشگاه‌ها به منظور افزایش سهم بازار شرکت‌ها و در نتیجه توسعه صادرات است. اعتبارات فقط به صورت لیره ارائه می‌شوند. سقف اعتبارات برای شرکت‌های سازمان‌دهنده نمایشگاه حداکثر ۳۰ درصد کل هزینه‌های پروژه پیشنهادی است که نباید از ۱ میلیون لیره تجاوز کند و برای شرکت‌های متقاضی شرکت در نمایشگاه حداکثر ۸۰ درصد هزینه‌های پروژه است و نمی‌تواند بیشتر از ۱۰۰ هزار لیره باشد. دوره بازپرداخت ۳۶۰ روز است و نرخ بهره نیز

بر حسب پروژه توسط اگزیم بانک تعیین می‌شود.



اعتبارات بین‌المللی

هدف این دسته از اعتبارات حمایت از صادرکننده‌ها و پیمانکاران ترک در صادرات کالاهای مصرفی با ارائه وام با حداکثر تاریخ سررسید ۲ ساله و پروژه‌ها و کالاهای سرمایه‌ای از طریق پرداخت اعتبارات با حداکثر تاریخ سررسید ۱۰ ساله می‌باشد. دو دسته اعتبارات در این طرح ارائه می‌شود: وام پروژه بین‌المللی (وام یا تضمین) و تأمین مالی تجاری بین‌المللی (تخفیف مطالبات صادرات، اعتبار خریدار توسط بانک‌های خارجی، اعتبار خریدار توسط کشورهای خارجی، اعتبار خریدار توسط بانک‌های داخلی)

وام پروژه بین‌المللی: در این طرح پروژه‌های پیمانکاران ترک در کشورهای خارجی از اعتبارات وام یا تضمین برخوردار خواهند بود. وام گیرنده‌ها که اغلب از نوع خریدار اعتبار هستند، می‌توانند بانک/شرکت/مؤسسه عمومی خارجی تحت تضمین دولتی، بانک‌های قابل قبول برای اگزیم بانک و یا بانک/خریدار تحت تضمین بانک‌های قابل قبول باشند. تا ۸۵ درصد کالا یا خدمات صادراتی از ترکیه می‌تواند مشمول این طرح شود ولی صادرات از کشور طرف سوم خارج از این طرح است. تا ۱۰۰ درصد صادرات کالا یا خدمات

ترکیه می‌تواند مشمول این طرح شود، مادامی که از ۸۵ درصد کل صادرات ترکیه و کشور طرف سوم بیشتر نباشد. شرایط تأمین مالی متناسب با هر پروژه و براساس مقررات^۱ OECD در مورد اعتبارات صادرات رسمی تعیین می‌شود.

در صورتی که پروژه‌هایی که پیمانکاران ترک در کشورهای خارجی انجام می‌دهند، توسط بانک‌های محلی یا خارجی تأمین مالی شوند، اگزیم بانک یک ضمانت‌نامه برای وام‌گیرنده جهت ارائه به بانک وام‌دهنده صادر می‌کند. تعهدات پیمانکاران ترک در این مورد مشابه وام پروژه بین‌المللی است.

تأمین مالی تجارت بین‌المللی: از طریق این طرح که در قالب اعتبارات خریدار/عرضه‌کننده ارائه می‌شود، خریداران خارجی کالاهای ترک از تسهیلات کوتاه/میان/بلندمدت برخوردار می‌شوند. برنامه‌های این طرح شامل ۴ دسته تسهیلات می‌شود:

تخفیف مطالبات صادرات، اعتبار خریدار از طریق بانک‌های خارجی، اعتبار خریدار از طریق کشورهای خارجی و اعتبار خریدار از طریق بانک‌های داخلی.

- تخفیف مطالبات صادرات: این طرح توسط اگزیم بانک جهت حمایت از صادرکنندگان، تولیدکنندگان صادرات محور و تولیدکننده/صادرکنندگان در مرحله قبل از حمل و نقل ارائه می‌شود. در این طرح مطالبات صادراتی که تحت پوشش بیمه ویژه اعتبار صادرات اگزیم بانک هستند، مشمول تخفیف می‌شوند. مطالبات حساب جاری، برات ارزی و اعتبار اسنادی نیز مشمول این طرح می‌شوند. مطالبات صادرات کالاهای سرمایه‌ای دارای سررسید ۱۲۰ ماهه نیز مشمول این تخفیف می‌شوند. این طرح مختص صادرکنندگان مقیم ترکیه است که صرفاً کالاهای ترک صادر می‌کنند.

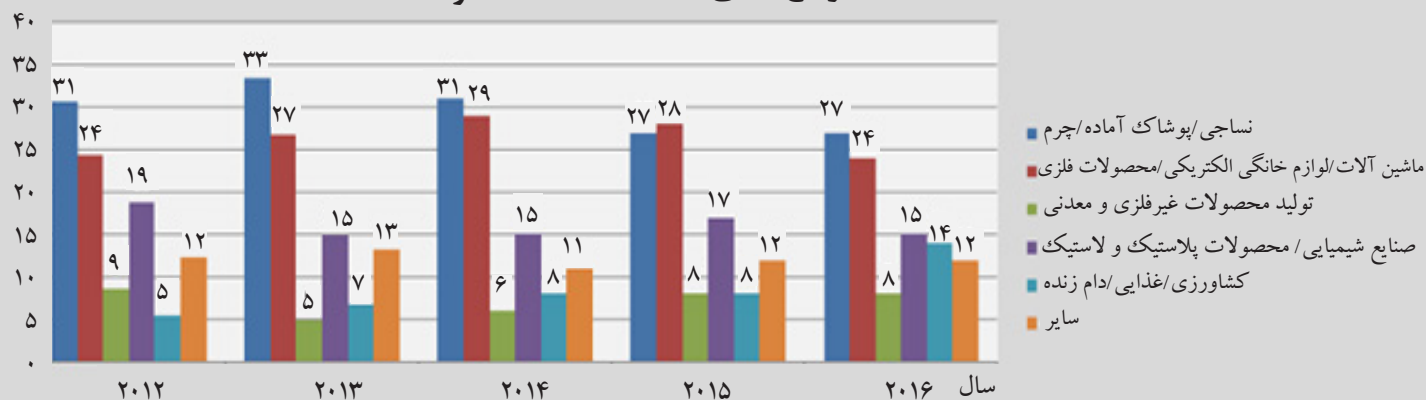
- اعتبار خریدار از طریق بانک‌های خارجی: هدف این طرح ارائه وام به بانک‌های خارجی جهت واردات

کالاهای ترک از مشتریان ترک (خریداران خارجی) است. برای وام‌های با سررسید کمتر از ۲۴ ماه، تأمین مالی اگزیم بانک به بانک‌های خارجی معادل ۱۰۰ درصد ارزش قراردادی صادرات کالاهای ترک است که از ترکیه صادر می‌شوند و در وام‌های با سررسید بیشتر از ۲۴ ماه، معادل ۸۵ درصد ارزش قراردادی صادرات کالاها خواهد بود. بازپرداخت وام به صورت اقساط حداکثر ۶ ماهه و در مدت ۲ سال برای واردات کالاهای مصرفی و ۱۰ سال برای کالاهای سرمایه‌ای می‌باشد.

- اعتبار خریدار از طریق کشورهای خارجی: هدف این طرح ارائه وام به کشورهای خارجی جهت واردات کالاهای ترک است. در نتیجه، وام‌گیرنده که یک خریدار اعتبار است، می‌تواند:
- بانک/مؤسسه دولتی در کشور وام‌گیرنده باشد که نماینده دولت و دارای تضمین دولتی است، یا
- بانک‌های تحت پروتکل‌های بین دولتی باشد.

صادرات از کشور ثالث مشمول تأمین مالی اگزیم بانک نمی‌شود و برای وام‌های با سررسید کمتر از ۲۴ ماه شامل ۱۰۰ درصد ارزش قراردادی صادرات کالاهای ترک و برای وام‌های با سررسید ۲۴ ماه یا بیشتر و مطابق با قوانین اعتبار صادرات رسمی OECD، ۸۵ درصد ارزش قراردادی صادرات کالاهای ترک می‌باشد. اولین قسط بازپرداخت بعد از ۶ ماه از میانگین تاریخ حمل و نقل پرداخت می‌شود و در صورتی که صادرکننده مسئولیت راه‌اندازی کالا را هم داشته باشد، اولین قسط بازپرداخت پس از ۶ ماه از تاریخ راه‌اندازی پرداخت می‌شود. بازپرداخت طی یک دوره ۲ ساله برای کالاهای مصرفی و در یک دوره ۱۰ ساله برای کالاهای سرمایه‌ای انجام می‌شود. نرخ بهره بر اساس هزینه تأمین مالی اگزیم بانک و سررسید وام تعیین می‌گردد.

توزیع بخشی بیمه اعتبار صادرات کوتاه مدت (%)



برنامه‌های بیمه

اگزیم بانک صادرکنندگان ترک را در برابر انواع خطرهای سیاسی و تجاری تحت پوشش بیمه قرار می‌دهد. همانند بسیاری از مؤسسات اعتباری صادرات فقط خطرهای سیاسی تحت ضمانت دولت هستند و خطرهای تجاری تحت منابع خود اگزیم بانک قرار می‌گیرند. اگزیم بانک قصد دارد بخش اعظم (۶۰ درصد) خطرهای تجاری کوتاه‌مدت را تحت یک پیمان سهمیه‌ای^۱ با شرکت‌های داخلی و خارجی بیمه اتکایی بیمه کند. طرح‌های بیمه اگزیم بانک دو دسته هستند:

- بیمه کوتاه‌مدت اعتبار صادرات کل گردش مالی
- بیمه میان/بلندمدت اعتبار صادرات

همچنین، در سال ۲۰۰۴ به منظور حمایت از بخش پیمانکاری ترکیه، یک طرح جدید بیمه برای پوشش خطر بازخرید غیرمنصفانه اوراق برای پیمانکاران ترک که در پروژه‌های خارج از کشور حضور دارند، ارائه

1 Quota share treaty

شد. این بیمه شامل تضمین‌های مناقصه، پیش‌پرداخت‌ها و تضمین‌های اجرا می‌باشد تا خطر بازخریدهای غیرمنصفانه تضمین‌ها را برای پیمانکاران ترک در خارج از کشور کاهش دهد. اوراق تضمین توسط یک بانک در وجه خریدار عمومی در کشور وام‌گیرنده برای پروژه‌هایی که پیمانکاران ترک بر عهده دارند، صادر می‌شود. به موجب این طرح، اگزیم بانک مسئول پرداخت غرامت پیمانکاران ترک مطابق شرایطی است که به موجب تضمین متعهد شده است.

بیمه اعتبار صادرات کوتاه‌مدت کل گردش مالی: بیمه اعتبار صادرات کوتاه‌مدت از سال ۱۹۸۹ آغاز شد که پوشش کامل (کل گردش مالی) یک ساله برای صادرات مبتنی بر اعتبارات کوتاه‌مدت به شرکت‌ها ارائه می‌کند. این طرح ۹۰ درصد خسارات ناشی از خطر سیاسی یا بازرگانی به حمل و نقل را تا حداکثر ۳۶۰ روز پوشش بیمه می‌دهد. در حال حاضر، اگزیم بانک در ۲۳۸ کشور پوشش بیمه دارد.

خطرات تجاری که تحت پوشش این طرح قرار می‌گیرند، عبارتند از: ورشکستگی بدهکار، نکول طولانی مدت (تا ۴ ماه)، عدم‌پذیرش کالاها (فسخ قرارداد) و خطرات سیاسی که تحت پوشش این بیمه هستند، عبارتند از: خطر انتقال، عدم پرداخت به دلیل بحران‌های اجتماعی از قبیل جنگ، شورش، جنگ داخلی و غیره، وضع قوانین و مقرراتی در کشور بدهکار که موجب ممانعت از تبادلات صادرات و/یا عدم پرداخت شود، مصادره اموال، توقیف اموال، ملی‌سازی و غیره، عدم پرداخت بدهکار عمومی.

زمان انتظار جهت تأیید خسارت در نکول طولانی مدت، عدم پذیرش کالا و همه خطرهای سیاسی ۴ ماه است. زمان انتظار جهت پرداخت خسارت ورشکستگی حداکثر ۱ ماه پس از تسلیم مدارک به اگزیم بانک می‌باشد.

بیمه اعتبار صادرات میان/بلندمدت: مطالبات صادرات کالا و خدمات ترک با سررسید بیش از ۱ سال در برابر خطرهای تجاری و سیاسی پس از حمل و نقل بیمه می‌شوند. شرایط این نوع بیمه بر اساس مقررات سازمان

OECD است. (۳)

۳- اصلاحات مقرراتی

اولویت اصلاحات مقرراتی با تصویب دهمین برنامه ملی توسعه (۱۸-۲۰۱۴) در سال ۲۰۱۳ مطرح شد. این برنامه روی افزایش قابلیت تولید و رقابت‌پذیری اقتصاد از طریق بهبود فضای کلی کسب و کار و چارچوب مقرراتی مرتبط با آن متمرکز است.

برنامه‌های اصلاحی ترکیه ۲۵ حوزه را هدف قرار داده‌اند که عبارتند از:

۱. رشد بهره‌وری در تولید
۲. کاهش وابستگی به واردات
۳. افزایش ذخایر داخلی در سطح ملی و اجتناب از اتلاف منابع
۴. تبدیل استانبول به مرکز مالی بین‌المللی
۵. تحقق صرف هزینه‌های دولتی
۶. افزایش کیفیت درآمد دولتی
۷. بهبود فضای کسب و کار و سرمایه‌گذاری
۸. بهبود کارایی بازار کار
۹. کاهش اقتصاد غیررسمی
۱۰. توسعه زیرساخت اطلاعات آماری
۱۱. تجاری‌سازی حوزه‌های حائز اولویت فناوری
۱۲. توسعه فناوری و تولید محلی از طریق سیاست‌های مؤثرتر تهیه و تدارک
۱۳. تولید انرژی بر اساس منابع داخلی

۱۴. بهبود کارآیی انرژی

۱۵. استفاده مؤثر از آب در کشاورزی

۱۶. اصلاحات ساختاری در صنایع بهداشت و سلامت

۱۷. بهبود گردشگری سلامت

۱۸. تبدیل حمل و نقل به لجستیک

۱۹. جذب منابع انسانی مجرب از خارج

۲۰. زندگی سالم و تحرک اجتماعی

۲۱. توسعه مهارت‌های اساسی حرفه‌ای

۲۲. حفظ خانواده و ساختار جمعیتی پویا

۲۳. بهبود ظرفیت سازمانی در سطح محلی

۲۴. توسعه شهری به منظور افزایش رقابت‌پذیری و انسجام اجتماعی

۲۵. بهبود زیرساخت همکاری‌های بین‌المللی برای توسعه

نمونه خوبی از اصلاحات مقرراتی ترکیه در بخش انرژی انجام شده است که در حال تجربه افزایشی قابل توجه در میزان تقاضاست. پیش‌بینی می‌شود مصرف برق تا ۹۱ درصد بین سال‌های ۲۰۱۱ و ۲۰۲۳ افزایش یابد. این برنامه نقش تنظیمی دولت را برای تقویت رقابت و تضمین امنیت عرضه انرژی ضروری می‌داند. مطابق برنامه، ضمن حفظ نقش دولت در تولید و انتقال، همه کانال‌های توزیع تحت مالکیت دولت خصوصی‌سازی می‌شود.

📌 **دولت مرکزی و محلی:** تغییر مقررات بر روابط بین دولت مرکزی و دولت‌های محلی تأثیر خواهد گذاشت. برنامه اصلاحات با پی‌ریزی مجدد روابط دولت مرکزی و دولت‌های محلی ظرفیت سازمانی

محلی را ارتقا می‌بخشد. سیاست‌های اصلاحی شامل متوازن‌سازی توزیع کارکنان مجرب و ماهر دولتی بین دولت مرکزی و محلی و تقویت ساختار مالی ادارات محلی است. در اینجا نیز همانند بخش انرژی، دولت مرکزی صرفاً نقش تنظیمی و نظارتی دارد و اجرای سیاست‌ها بر عهده دولت‌های محلی است. به منظور توانمندسازی ظرفیت سازمانی در سطح محلی، هماهنگی بهتر در ارائه خدمات محلی و تحقق اصل صرفه‌جویی به مقیاس، شهرستان‌های دارای ۷۵۰,۰۰۰ جمعیت و یا بیشتر بر مبنای مرزبندی شهری به شهر تغییر یافتند. همچنین، به منظور منسجم‌سازی سیاست‌ها و عملیات‌های اجرایی در سطح توسعه منطقه‌ای، شورای توسعه منطقه‌ای و کمیته توسعه منطقه‌ای تشکیل شد.

📌 **اصلاحات قضایی:** برنامه دهم، توسعه دادگستری را به معنای دستیابی به عملکرد سریع، منصفانه، مؤثر و قابل اعتماد و خطاناپذیر فرایندهای قضایی می‌داند که با الزامات استانداردهای بین‌المللی عدالت، حاکمیت قانون و ارجحیت قانون مطابقت دارد. در همین راستا، پروژه شبکه ملی قضایی به منظور راه‌اندازی دادگستری الکترونیک طراحی شده است که خدمات و فرایندهای قضایی را تغییر می‌دهد و در بستری الکترونیک آنها را ارائه می‌کند.

📌 **سرمایه‌گذاری بین‌المللی:** در دسامبر ۲۰۱۵، برنامه عمل ۲۰۱۶ با هدف بهبود شرایط سرمایه‌گذاری از طریق مجموعه‌ای از اصلاحات طراحی شد تا سرمایه‌گذاران بین‌المللی جذب کشور شوند. این برنامه شامل اقدامات جدیدی از کاهش قیمت‌ها در مناطق صنعتی گرفته تا تسهیل روند صدور مجوز برای سرمایه‌گذاران می‌شود. اهداف اصلی آن، کاهش بروکراسی اداری و اصطکاک سازمانی در سازمان‌های دولتی است که با انجام اقدامات و وضع مقرراتی جدید در پی بهبود بهره‌وری انرژی، آزادسازی حمل و نقل ریلی، تسهیل و بازیابی رویه‌های گمرکی و انجام اقداماتی جهت واداشتن همه شرکت‌های دولتی به اعمال اصلاحات شدید حاکمیتی به منظور افزایش شفافیت و پاسخ‌گویی است. همچنین، اصلاحاتی در

زمینه مقررات قضایی جهت کمک به رفع اختلافات شرکت‌ها و نیز ساده‌سازی قانون مالیات در دست اقدام است.

📌 **اصلاحات بازار مالی:** توسعه بازارهای سرمایه نیز مستلزم اصلاحات مقرراتی است. یک برنامه جامع اصلاح بازار سرمایه در دست اقدام است که در پی تبدیل بورس ترکیه به یک مرکز مالی منطقه‌ای شامل اروپای جنوب شرقی، شمال آفریقا و ترکیه است. بانک توسعه و بازسازی اروپا (EBRD)^۱ در حال همکاری با هیئت بازارهای سرمایه ترکیه^۲ است تا نظارت بر استانداردهای حاکمیت شرکت‌های فهرست‌شده در بورس استانبول^۳ (بازار اصلی بورس ترکیه) را افزایش دهد.

تغییر نظام بانکی ترکیه نیز جزء برنامه‌های اصلی اصلاحات این کشور است. در فوریه سال ۲۰۱۶، مرجع نظارت و مقررات بانکداری ترکیه (BRSA)^۴ به منظور ادغام قوانین بیانیه سرمایه‌ای بازل^۵ در نظام قانون و مقررات بانکداری این کشور، مقررات بانک‌های دارای اهمیت سیستمی را تصویب نمود تا برای بانک‌های فعال در ترکیه که عدم موفقیت آنها می‌تواند منجر به بحران مالی شود، الزامات شدیدتری وضع کند. به این ترتیب، مرجع نظارت با به کارگیری این مقررات از طریق نظارت محتاطانه کلان بر بازارهای مالی ترکیه، ثبات اقتصادی کلی کشور را تضمین می‌کند. به موجب این مقررات جدید، مرجع نظارت اندازه ارتباط متقابل، پیچیدگی و پایداری بانک‌ها را می‌سنجد. اهمیت سیستمی به صورت سالانه و بر اساس نسبت اهمیت سیستمی بانک به میانگین سنجیده رتبه اهمیت سیستمی بخش بانکداری ترکیه محاسبه می‌شود. همچنین، در ژانویه ۲۰۱۶ به منظور افزایش نظارت محتاطانه و کلان بر بانک‌ها، بانک مرکزی ترکیه برای صندوق‌های

1 European Bank for Reconstruction and Development

2 Turkey's Capital Markets Board

3 Borsa Istanbul

4 Banking Regulation and Supervision Agency

5 Basel III

سرمایه گذاری هولدینگ بانک‌ها و بانک‌های توسعه، الزامات جدیدی در حوزه ذخایر اعلام کرد و الزامات ذخایر را نیز برای سپرده‌های خارج از ترکیه افزایش داد. بخش دیگر برنامه‌های اصلاحی دولت شامل سیاست‌های پولی شدیدتری است و هدف آن دستیابی به بهبود پایدار در تورم ۸/۸ درصدی است که هنوز با هدف تعیین شده ۵ درصد فاصله دارد (۱).

۴- نظام مالیات

نرخ مالیات بر درآمد شرکت‌ها در ترکیه (۲۰ درصد) از بیشتر کشورهای اتحادیه اروپا کمتر است. با این حال، آنکارا در پی اعطای امتیازها و مشوق‌های مالیاتی دیگری به سرمایه‌گذاران خارجی است. به طور کلی، نظام مالیاتی ترکیه بسیار شبیه اروپاست و این کشور از مزیت نامزدی عضویت در اتحادیه اروپا نیز برخوردار است. ترکیه کشور نه چندان گرانی است که حداکثر نرخ مالیات بر درآمد آن ۳۵ درصد می‌باشد. همچنین، علاوه بر مالیات ۲۰ درصدی شرکت‌ها، یک نرخ ۱۵ درصدی برای مالیات تکلیفی سود سهام نیز وجود دارد که در مجموع، میزان مالیات شرکت تقریباً ۳۲ درصد خواهد بود. اما، در مورد شرکت‌هایی که دارای سهامداران خارجی هستند (از کشوری که با ترکیه معاهده مالیاتی دارد)، نرخ مالیات تکلیفی به ۱۰ تا ۵ درصد کاهش می‌یابد. لازم به ذکر است ترکیه با بیش از ۸۰ کشور دنیا دارای پیمان‌های مالیاتی است.

📌 **امتیازها و معافیت‌های مالیاتی:** علاوه بر نرخ پایین مالیاتی، ترکیه به دلایل مختلف معافیت‌ها و امتیازهای مالیاتی به سرمایه‌گذاران خارجی اعطا می‌کند که در جذب سرمایه گذاری مستقیم خارجی بسیار مؤثر است. به عنوان مثال، در صورتی که شرکت‌ها در یکی از مناطق ویژه یا پروژه‌های خاصی سرمایه گذاری کنند، می‌توانند از معافیت‌هایی برخوردار شوند که به میزان قابل توجهی بار مالیاتی آنها را کاهش می‌دهد. تصویر زیر بیانگر مجموعه طرح‌های مشوق سرمایه گذاری در ترکیه است.

طرح راهبردی مشوق سرمایه‌گذاری	طرح کلان مشوق سرمایه‌گذاری	طرح منطقه‌ای مشوق سرمایه‌گذاری	طرح عمومی مشوق سرمایه‌گذاری
- معافیت گمرکی - معافیت مالیات بر ارزش افزوده - کاهش مالیات - کمک‌هزینه حق بیمه تأمین اجتماعی (سهم کارمند) - تخصیص زمین - کمک‌هزینه سود - استرداد مالیات بر ارزش افزوده	- معافیت گمرکی - معافیت مالیات بر ارزش افزوده - کاهش مالیات - کمک‌هزینه حق بیمه تأمین اجتماعی (سهم کارمند) - تخصیص زمین	- معافیت گمرکی - معافیت مالیات بر ارزش افزوده - کاهش مالیات - کمک‌هزینه حق بیمه تأمین اجتماعی (سهم کارمند) - تخصیص زمین - کمک‌هزینه سود وام	- معافیت گمرکی - معافیت مالیات بر ارزش افزوده

به موجب طرح عمومی مشوق سرمایه‌گذاری، صرف نظر از منطقه سرمایه‌گذاری، همه پروژه‌هایی که از برنامه‌های مشوق‌های سرمایه‌گذاری مستثنی نیستند و الزامات حداقل میزان سرمایه‌گذاری ثابت را دارند، از مشوق‌های طرح عمومی برخوردار خواهند بود. مطابق طرح منطقه‌ای مشوق سرمایه‌گذاری نیز نرخ اقدامات حمایتی بر حسب سطح توسعه منطقه تعیین می‌شود و حداقل میزان سرمایه‌گذاری در هر منطقه به طور جداگانه تعیین می‌گردد. در صورتی که میزان آن از پیش مشخص نشده باشد، در مناطق ۱ و ۲ معادل یک میلیون لیتره ترکیه و در مناطق ۳، ۴، ۵ و ۶ معادل ۵۰۰ هزار لیتره ترکیه خواهد بود موضوعات و حداقل میزان سرمایه‌گذاری در طرح کلان مشوق سرمایه‌گذاری به شرح جدول (۱) می‌باشند.

جدول ۱: طرح کلان مشوق سرمایه گذاری

طرح های مشوق سرمایه گذاری	
بخش ها و زیربخش ها	حداقل سرمایه گذاری (میلیون لیره ترکیه)
تولید محصولات نفتی تصفیه شده	۱۰۰۰
تولید مواد شیمیایی و محصولات شیمیایی	۲۰۰
سرمایه گذاری در بنادر و خدمات بندر	۲۰۰
سرمایه گذاری در تولید تجهیزات اصلی خودرو	۲۰۰
سرمایه گذاری در صنایع تهیه خودرو	۵۰
راه آهن، لوکوموتیو یا واگن راه آهن	
خدمات انتقال خط لوله	۵۰
الکترونیک	۵۰
تجهیزات پزشکی، ابزار دقیق و نوری	۵۰
داروسازی	۵۰
هواپیما و وسیله ها و/یا قطعات فضایی	۵۰
ماشین آلات (از جمله تجهیزات و ماشین آلات الکتریکی)	۵۰
تولید مجتمع فلزات	۵۰

همچنین، مطابق طرح راهبردی مشوق سرمایه گذاری، صرف نظر از منطقه سرمایه گذاری و بخش اقتصادی و با هدف حمایت از محصولات میانه و نهایی دارای وابستگی بالا به واردات و نیز سرمایه گذاری در موضوعات فناوری پیشرفته و ارزش افزوده بالا، سرمایه گذاری های زیر از حمایت مالیاتی برخوردار خواهند بود:

■ حداقل میزان سرمایه گذاری باید ۵۰ میلیون لیره باشد.

- در مورد محصولات دارای وابستگی بالا به واردات، باید بیش از ۵۰ درصد کالاها وارداتی باشند.
- سرمایه گذاری باید حداقل ۴۰ درصد ارزش افزوده تولید کند (این مورد شامل تولید محصولات نفتی تصفیه شده و تولید مواد پتروشیمی نمی شود).
- کالاهایی که روی آنها سرمایه گذاری می شود، باید حداقل ۵۰ میلیون دلار واردات داشته باشند (این مورد شامل محصولات فاقد تولید داخلی نمی شود).

📌 **مناطق آزاد:** ترکیه ۱۹ منطقه آزاد در نزدیکی بازارهای اتحادیه اروپا و خاورمیانه دارد و به دلیل داشتن بنادر بزرگ در دریای مدیترانه، اژه و سیاه، دسترسی آسانی به مسیرهای تجارت بین المللی دارد. مناطق آزاد برای ارتقا صادرات کالا و خدمات، قوانین ویژه ای دارند و محیط مناسبی را برای کارآفرینان داخلی و خارجی جهت راه اندازی کسب و کار فراهم می کنند. شرکت های ثبت شده در این مناطق می توانند برای خود تأسیسات و ساختمان های لازم را بسازند و یا از مراکز صنعتی / بازرگانی اجاره ای این مناطق استفاده کنند. در این مناطق، شرکت ها از کلیه عوارض گمرکی و نیز بسیاری عوارض مرتبط دیگر و مالیات بر ارزش افزوده و مالیات ویژه مصرف معاف هستند. به علاوه، شرکت های تولیدی از مالیات بر درآمد شرکت معاف می شوند و شرکت هایی که حداقل ۸۵ درصد از ارزش کالاهای تولیدی خود را صادر می کنند، از مالیات بر درآمد حقوق کارمندان معاف هستند. کالاها به طور نامحدود می توانند در مناطق آزاد بمانند و شرکت ها می توانند سود خود را از مناطق آزاد و نیز ترکیه خارج کنند.

📌 **پارک های فناوری:** پارک های فناوری یا مناطق توسعه فناوری نوع دیگری از مناطق ویژه اقتصادی هستند که با هدف ارتقا تحقیق و توسعه و جذب سرمایه گذاری مستقیم خارجی ایجاد شده اند. با آنکه در دیگر کشورها پارک های فناوری اغلب در حومه شهر و یا در مناطق محصور قرار گرفته اند، پارک های فناوری ترکیه می تواند داخل مناطق شهری و یا در محوطه یک مؤسسه یا نهاد ایجاد شوند.

به عنوان مثال، پارک فناوری که به طور مشترک در فضای بورس استانبول ایجاد شده است و یا پارک فناوری دانشگاه بوغازیچی^۱ که درون مرکز بین‌المللی مالی استانبول ساخته شده است. به منظور کمک به تحقق اهداف تعیین شده تحقیق و توسعه، کشور ترکیه مشوق‌های زیر را به فعالان این حوزه از جمله پارک‌های فناوری اعطا می‌کند:

- درآمدهای حاصل از توسعه فناوری و فعالیت‌های تحقیق و توسعه از مالیات بر درآمد و مالیات شرکت معاف هستند.

- فروش نرم‌افزارهای کاربردی منحصراً تولیدشده در پارک‌های فناوری که شامل سیستم‌ها یا مدیریت داده و نیز کسب و کار، اینترنت، تلفن همراه یا کنترل فرماندهی نظامی می‌شود، از مالیات بر ارزش افزوده معاف هستند.

- حقوق‌های کارکنان پشتیبانی و تحقیق و توسعه شاغل در مناطق ویژه و پارک‌ها از همه مالیات‌ها معاف است.

- نیمی از سهم بیمه تأمین اجتماعی کارکنان به مدت پنج سال توسط دولت پرداخت می‌شود (تا ۳۱ دسامبر ۲۰۲۴).

شرکت‌هایی نیز که دارای بخش‌های تحقیق و توسعه و طراحی هستند، می‌توانند تا ۵۰ درصد از امتیازات مالیاتی فوق‌الذکر بهره‌مند شوند. حداقل تعداد کارکنان بخش تحقیق و توسعه برای برخورداری از عنوان مرکز تحقیق و توسعه و در نتیجه شمول معافیت‌ها و امتیازات مالیاتی، از ۳۰ نفر به ۱۵ نفر در رشته‌های تخصصی نرم‌افزار، پزشکی، فناوری زیستی و فناوری اطلاعات و ارتباطات کاهش یافته است. همچنین، شرکت‌هایی که فارغ‌التحصیلان رشته‌های ریاضی، فیزیک، شیمی و زیست‌شناسی را در مرکزهای تحقیق و توسعه استخدام

می کنند، می توانند تا ۲ سال حداقل دستمزد ناخالص آنها را از دولت دریافت کنند.

📌 **شهرک های صنعتی سازمان یافته:** این مناطق دارای زیرساخت های آماده و تأسیسات اجتماعی از جمله جاده، آب، گاز، برق، مخابرات، تصفیه فاضلاب و دیگر خدمات هستند. ۲۹۰ منطقه ویژه صنعتی در ۸۰ استان ترکیه وجود دارد که از این رقم ۲۱۱ منطقه در حال فعالیت و ۷۹ منطقه دیگر در دست ساخت و ساز هستند. علاوه بر مشوق هایی که در مورد مراکز تحقیق و توسعه ذکر شد، این مناطق مشوق های زیر را نیز به کاربران ارائه می کنند:

- عدم دریافت مالیات بر ارزش افزوده برای کسب زمین.
- معافیت از عوارض مستغلات به مدت ۵ سال که بعد از ساخت و ساز کارخانه شروع می شود.
- هزینه های کم برای آب، گاز و مخابرات.
- معافیت از مالیات شهرداری برای ساخت و ساز و استفاده از کارخانه (۱).

۵- زنجیره ارزش جهانی و جایگاه ترکیه در آن

۵-۱ زنجیره های ارزش جهانی

زنجیره های ارزش جهانی شکل تجارت بین المللی را تغییر داده اند و در نتیجه موجب افزایش رقابت پذیری و وابستگی کشورها به هم شده اند. در عین حال که کشورها برای جذب شغل و سرمایه گذاری با هم رقابت می کنند، از نظر تولید، سرمایه و تقاضا نیز به طرز فزاینده ای به هم وابسته هستند. با رشد چشمگیر فعالیت های برون سپاری، رقابت افقی بین شرکت ها یعنی رقابت در یک بخش برای مشتریان مشترک، به رقابت عمودی یعنی رقابت در یک زنجیره ارزش برای انجام وظایفی خاص و تخصصی یا ورود به فرایند تولید تغییر می یابد. در واقع، شرکت ها در عین رقیب بودن، منبع تخصص و ورودی های کلیدی برای هم هستند. میزان رقابت عمودی بر حسب روابط قدرت در زنجیره های ارزش مختلف با هم تفاوت دارد.

شرکت‌ها به منظور بهبود عملکرد خود در همه یا برخی از جنبه‌های چرخه‌های محصول، ترکیب‌های متفاوتی از راهبردهای تولید داخلی، برون‌سپاری و برون‌مرزسپاری^۱ را به کار می‌گیرند. انگیزه‌های برون‌سپاری و برون‌مرزسپاری می‌تواند از کسب انعطاف‌پذیری بیشتر (برون‌سپاری و برون‌مرزسپاری)، تنوع‌بخشی به محل استقرار شرکت (برون‌مرزسپاری)، کاهش خطر شرکت و عملیات در محیط کسب و کار راحت‌تر (برون‌سپاری) تا کاهش هزینه‌های تولید (بیشتر برون‌مرزسپاری) را شامل شود. این مزایا همگی می‌تواند منجر به سودآوری بیشتر، کاهش هزینه‌های تولید و افزایش منافع سهامداران شود. لذا، شرکت‌ها در پی استفاده از رقابتی‌ترین ورودی‌ها در هر یک از بخش‌های زنجیره ارزش و مؤثرترین روش برای ترکیب و سازماندهی ورودی‌های مختلف هستند. به واسطه فشار ناشی از تغییرات در تقاضا، شرکت‌ها به پیشرفت‌های فناورانه، نوآوری مدیریتی و عدم‌تجانس در نظام‌های اجتماعی-اقتصادی به منظور تطبیق تکیه می‌کنند.

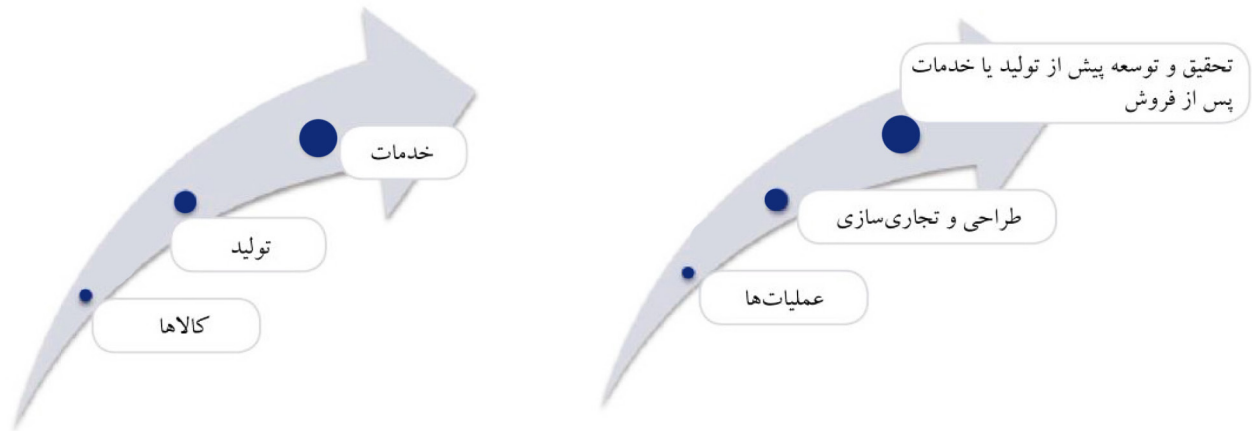
امروزه، تصمیمات مربوط به محل شرکت به نحو فزاینده‌ای مبتنی بر وظایف و بخش‌های اقتصادی هستند. در زنجیره‌های ارزش جهانی، شرکت‌ها در پی تخصص یافتن در مراحل مختلف تولید هستند. به عبارتی در زنجیره‌های ارزش به جای بخش‌های اقتصادی، وظایف منشأ تخصصی شدن کشورها هستند.

بنابراین، با توجه به وابستگی تصمیمات مربوط به محل شرکت به وظایف تخصصی، شرکت‌ها لازم است راهبردهای خود را نیز تطبیق دهند. در اینجا، هدف توسعه صنایع داخلی به منظور پوشش همه بخش‌های تولید در زنجیره ارزش نیست. بلکه، باید بهترین موقعیت برای کشور در زنجیره ارزش جهانی و رقابتی‌ترین نحوه عرضه خدمات یا توانمندی‌های کسب و کارها تعیین شود. به عبارتی، امروزه ارتقا اقتصادی به معنی حرکت در طول زنجیره ارزش و رسیدن به وظایف پیچیده‌تر و تخصصی‌تر است. تصویر زیر بیانگر رویکرد سنتی (از بخش‌های دارای ارزش افزوده کم به بخش‌های دارای ارزش افزوده بالا) و جدید (از فعالیت‌های

۱ برون‌مرزی سپاری یا off-shoring انتقال بخشی از فرایند تولید یا خدمات شرکت به خارج از کشور به منظور برخورداری از مزایای کشور دیگر از جمله هزینه کمتر است.

دارای ارزش افزوده کم به فعالیتهای دارای ارزش افزوده بالا (در ارتقا اقتصاد کشور است.

تصویر ۱: تغییر راهبردهای توسعه از تمرکز بر بخشهای اقتصادی به وظایف



سمت چپ: مدل قدیمی؛ از بخشهای دارای ارزش افزوده کم به بخشهای دارای ارزش افزوده بالا

سمت راست: مدل جدید؛ از فعالیتهای دارای ارزش افزوده کم به فعالیتهای دارای ارزش افزوده بالا درون

بخشهای اقتصادی

به طور کلی، ۴ نوع روش برای ارتقا اقتصادی وجود دارد که عبارتند از: ارتقا فرایند، ارتقا محصول، ارتقا کارکردی و ارتقا بین بخشی یا زنجیره. ارتقا فرایند عبارت است از رشد بهره‌وری فعالیتهای موجود در زنجیره ارزش. ارتقا محصول به ارتقا محصولات دارای ارزش افزوده بالا در زنجیره ارزش گفته می‌شود. ارتقا کارکردی به ارتقا جنبه‌های دارای تخصص یا پیچیدگی فناورانه بالا اطلاق می‌شود. در نهایت، ارتقا بین بخشی عبارت است از جستجوی زنجیره‌های عرضه جدید و دارای ارزش افزوده بالا.

در گزارش حاضر که مبتنی بر اهمیت توسعه و ارتقا کارکردی است، وضعیت ترکیه در زنجیره‌های ارزش جهانی به طور خلاصه معرفی می‌گردد (۲).

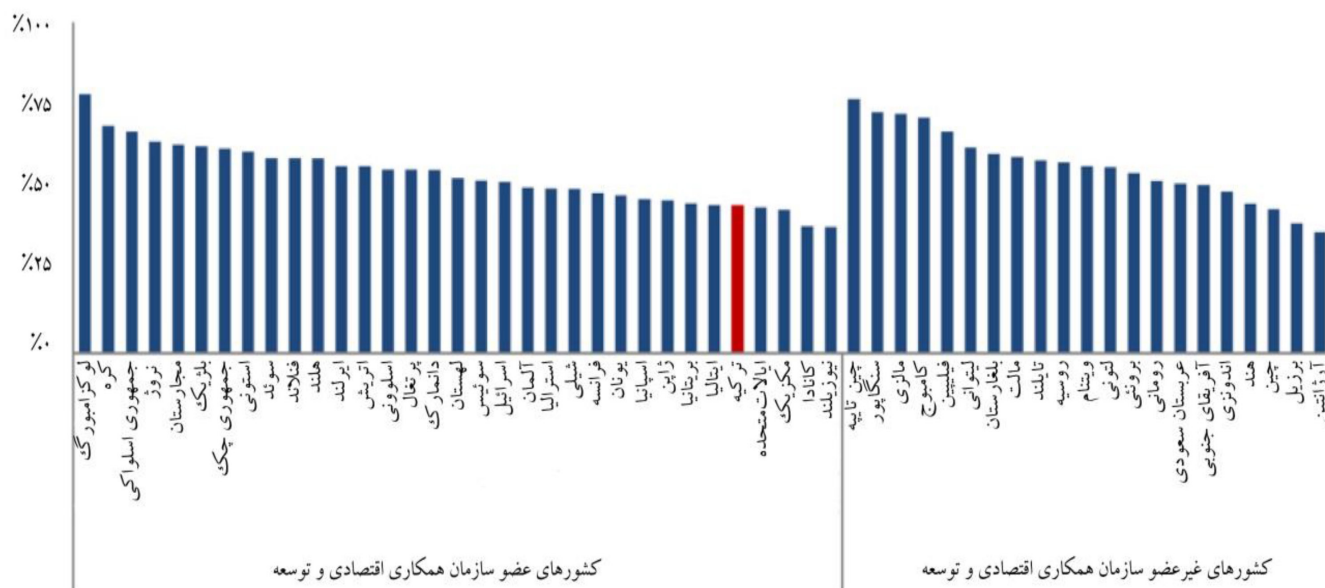
۵-۲ وضعیت ترکیه در زنجیره‌های ارزش جهانی

ترکیه بازار صادرات و ترکیب محصولات صادراتی خود را متنوع کرده است. از سال ۲۰۰۰ تاکنون، صادرکنندگان ترکیه توانسته‌اند دسترسی به بازارهای جهانی را از ۹۰ کشور به ۱۳۷ کشور افزایش دهند. از زمان بحران مالی جهانی به دلیل رکود تقاضا، صادرات ترکیه به منطقه یورو و منطقه انجمن تجارت آزاد کاهش یافت اما صادرات به کشورهای منطقه منا و دیگر بازارها با افزایش روبه‌رو شد. البته، منطقه یورو همچنان شریک اصلی تجاری و سرمایه‌گذاری ترکیه است. همچنین، در طول یک دهه گذشته، ترکیب سبد صادرات ترکیه بسیار تغییر کرده است و از تمرکز بر کالاهای نیروی کار محور به کالاهای سرمایه‌محور و فناوری محور روی آورده است. در طول دهه گذشته، صنعت پوشاک به تدریج اهمیت خود را از دست داد و به جای آن بخش خودرو رشد چشمگیری داشته است. در سال‌های اخیر محصولات فلزی، ماشین‌آلات و مواد شیمیایی و در سطح محدودتر، محصولات کشاورزی/غذایی جایگاه بالایی در سبد صادرات ترکیه به دست آورده‌اند.

مشارکت ترکیه در زنجیره‌های ارزش جهانی با دیگر کشورهای دارای درآمد متوسط قابل مقایسه است. هر چه ارزش افزوده خارجی در قالب صادرات ناخالص بالاتر باشد و هر چه ارزش ورودی‌های صادر شده به کشورهای ثالث و مورد استفاده در صادرات آنها بیشتر باشد، مشارکت کشور مورد نظر در زنجیره ارزش بیشتر خواهد بود. مطابق گزارش سال ۲۰۱۲ سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، نرخ مشارکت ترکیه اندکی زیر ۵۰ درصد است. به نظر می‌رسد اندازه این کشور به ویژه نسبت به دیگر کشورهای منطقه در این مسأله حائز اهمیت است. در اقتصادهای پیشرفته و نیز نوظهور، کشورهای کوچک‌تر مانند جمهوری چک، سنگاپور یا چین تایپه نرخ مشارکت بین ۶۰ تا ۸۰ درصد است.

تصویر ۲: شاخص مشارکت در زنجیره جهانی ارزش برای کشورهای عضو و غیر عضو سازمان همکاری اقتصادی و

توسعه (۲۰۰۸)

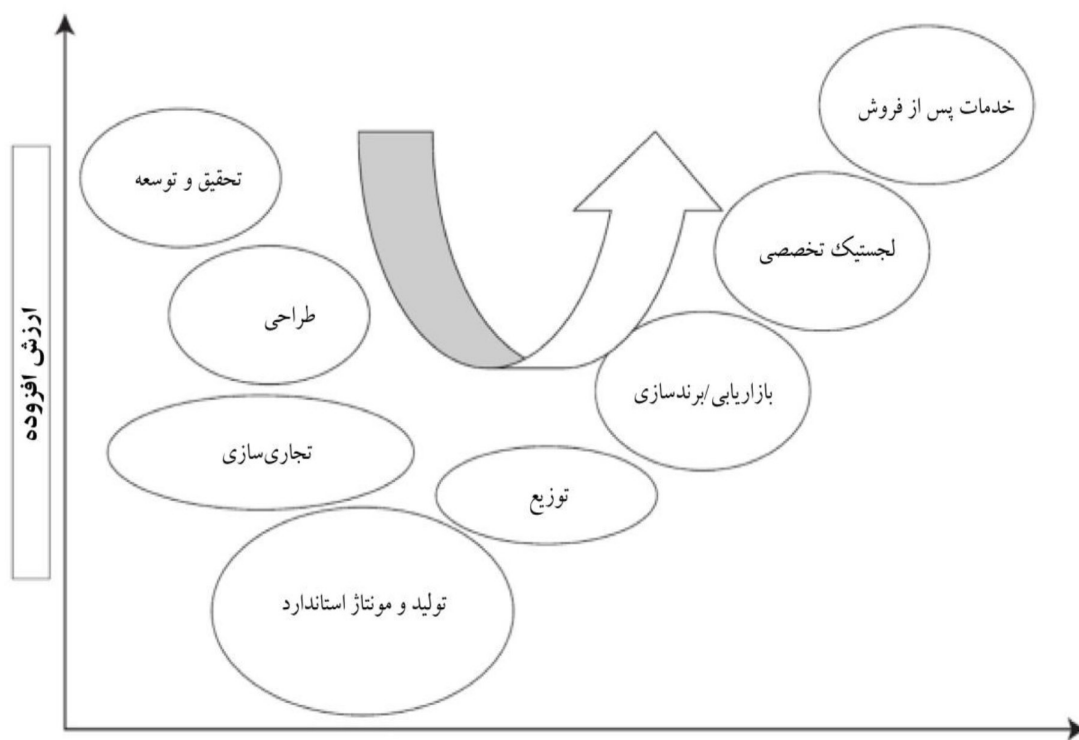


ترکیه در مرکز زنجیره ارزش جهانی، به عبارتی در بخش‌های استاندارد شده مبتنی بر نیروی کار دارای تخصص است. محل حضور یک کشور در زنجیره ارزش جهانی از میزان مشارکت آن با اهمیت تر است. کشورهای که در فعالیت‌های بالادستی زنجیره تخصص دارند، به تولید مواد خام یا عناصر ناملموس مرحله آغاز فرایند تولید می‌پردازند. کشورهای پایین‌دستی در موتور محصول نهایی یا خدمات مشتریان تخصص دارند. کشورهای که در مرکز زنجیره ارزش هستند به فعالیت‌های تولیدی استاندارد مبتنی بر نیروی کار می‌پردازند.

کشور ترکیه جزء این دسته از کشورهای زنجیره ارزش است. کشورهای دیگر حاضر در این بخش از زنجیره ارزش عبارتند از جمهوری دومینیکن، هندوراس و مکزیک در آمریکای لاتین، آلمان، اسلوواکی، مجارستان،

اسلوونی و تونس در اروپا و مدیترانه، چین، ویتنام، کامبوج و تایلند در آسیا. چون مشارکت شرکت‌های ترکیه در زنجیره ارزش جهانی بیشتر بر فعالیت‌های مونتاژ متمرکز است، لذا برای حرکت به سوی فعالیت‌های دارای ارزش افزوده بالاتر، ارتقا کارکردی از اهمیت برخوردار است. کشور ترکیه به خوبی در بخش نساجی توانسته است به ارتقا کارکردی دست یابد که تجربه آن می‌تواند در بخش‌های دیگر نیز تکرار شود (۲).

تصویر ۳: زنجیره ارزش U



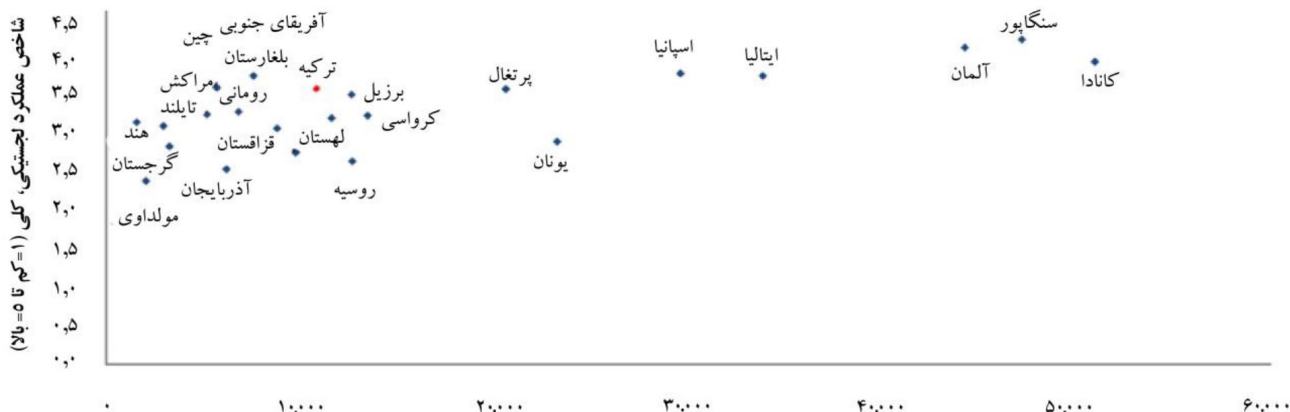
۵-۲-۱ مزایای ترکیه در زنجیره ارزش جهانی

- یکی از مزایای ترکیه به عنوان کشور منبع در بخش تولید، ارتباط خوب آن به ویژه با بازارهای اروپایی

است. اندازه و میزان برخورداری از مواهب طبیعی تنها دلیل تفاوت‌های موجود بین حجم تجارت کشورها، میزان پیچیدگی تجارت آنها از نظر میزان مشارکت صادرات و تنوع الگوهای تجارت نمی‌باشد. مسأله مسافت و محدودیت‌ها و ناکارآمدی‌های بخش عرضه نیز نقش مهمی دارد.

■ در مقایسه با دیگر رقبای منطقه، ترکیه هزینه تجارت نسبتاً کمی دارد. هزینه تجارت با بازارهای اروپایی به ویژه آلمان و فرانسه برای ترکیه کمتر است، اگرچه در مقایسه با بلغارستان، رومانی و یونان با آنها فاصله بیشتری دارد. ترکیه با کشورهای دورتر مانند ایالات متحده، چین، برزیل و ژاپن نیز بیشتر از کشورهای نزدیک مانند رومانی و یونان روابط تجاری دارد. البته در مقایسه با کشورهای بزرگ اتحادیه اروپا (آلمان، فرانسه، ایتالیا) هزینه‌های تجارت در ترکیه تقریباً دو برابر بیشتر است. توجه به این تفاوت‌ها برای ترکیه که مایل به ارتقا جایگاه خود در زنجیره ارزش جهانی است، برای این کشور بسیار حائز اهمیت است زیرا این امر به معنی ورود به رقابت با این کشورهاست.

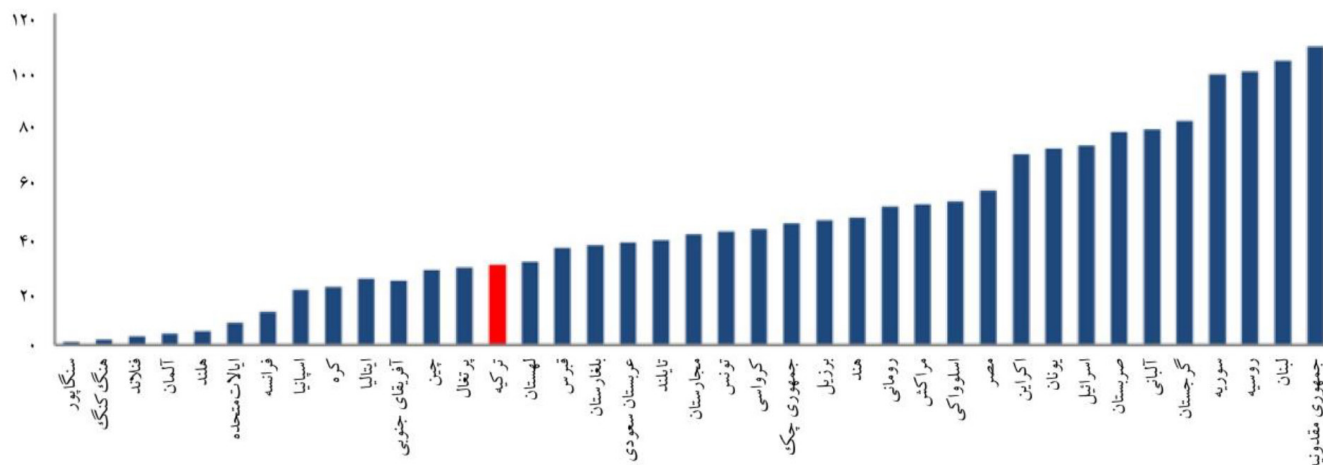
تصویر ۴: عملکرد لجستیکی بهتر ترکیه در مقایسه با کشورهای دارای درآمد سرانه مشابه (۲۰۱۲)



هزینه‌های کم تجارت در ترکیه ناشی از عملکرد خوب این کشور در حوزه لجستیک است. عملکرد زنجیره

بین‌المللی تأمین به وسیله شاخص عملکرد لجستیکی (LPI)^۱ سنجیده می‌شود. ترکیه در مقایسه با همسایگان و رقبای کنونی آن، عملکرد لجستیکی نسبتاً خوبی دارد. رتبه جهانی ترکیه در شاخص عملکرد لجستیکی ۲۷ می‌باشد که درست پس از چین و قبل از پرتغال قرار دارد. کشور ترکیه در مقایسه با دیگر کشورهای دارای سرانه درآمد مشابه، رتبه بهتری در عملکرد لجستیکی دارد که دال بر اصلاحات موفق این کشور در حوزه زنجیره ارزش و ارتباطات می‌باشد.

تصویر ۵: رتبه بالای عملکرد لجستیکی ترکیه در مقایسه با کشورهای همسایه (۲۰۱۲)



اگرچه در حال حاضر، ترکیه بیشتر در فعالیتهای مرکز زنجیره ارزش (فعالیت‌های تولید استاندارد مبتنی بر نیروی کار) تخصص دارد، در بخش‌های دارای زنجیره ارزش نسبتاً بلند نیز تخصص دارد. این امر فرصت‌های بهتری برای ارتقا جایگاه آن در زنجیره ارزش فراهم می‌کند. حضور ترکیه در زنجیره ارزش بیشتر در مرحله تولید/مونتاژ و در محدوده اتحادیه اروپاست اما این کشور در حال کسب بخش‌های دارای ارزش بالاتر در

1 Logistics Performance Index

زنجیره نساجی و پوشاک است.

۵-۲-۲ سبد محصولات صادراتی ترکیه

در حال حاضر سبد صادرات ترکیه تقاضای زیادی در واردات جهانی ندارد. ترکیب بخشی صادرات ترکیه تأثیر منفی روی رشد آن داشته است. ۲۰ محصول برتر سبد صادرات ترکیه و محصولاتی که رشد ترکیه در بازارهای جهانی مرهون آنهاست، طی سال‌های ۲۰۱۰-۲۰۰۶ رشدی کمتر از میانگین نرخ رشد جهانی داشته‌اند. در واقع، به نظر می‌رسد ترکیه نمی‌تواند از ساختار کنونی صادرات خود به منافع زیادی برسد. اگرچه ترکیه در محصولات صادراتی کنونی خود از مزیت نسبی برخوردار است، اما به منظور دستیابی به مزیت نسبی در محصولات دست‌نخورده (محصولاتی که تاکنون در سبد صادرات این کشور نبوده‌اند) باید اقدامات وسیع و بنیادینی انجام دهد.

البته، مسیر آینده در تقاضا برای صادرات ترکیه در هر جهتی که باشد، به تنهایی نمی‌تواند برای دستیابی به اهداف صادراتی ترکیه کافی باشد. بیشترین صادرات ترکیه در بخش‌هایی است که با رقابت فزاینده بین‌المللی مواجه هستند. لذا، ضمن افزایش رقابت‌پذیری در محصولات صادراتی کنونی، لازم است سبد صادرات به سوی محصولات پویاتر که محتوای فناوری و سرریز بهره‌وری بیشتری دارند، تغییر یابد. این امر مستلزم ارتقا دارایی‌های سرمایه‌ای، انسانی و فیزیکی ترکیه است.

ترکیب بخشی صادرات در شرکت‌ها: در طول سال‌های ۲۰۱۱-۲۰۰۲، تغییرات درون‌شرکتی بین بخش‌ها بسیار محدود و کمتر از ۱ درصد رشد سالانه صادرات بود. به نظر می‌رسد تغییرات در ترکیب ساختاری صادرات بیشتر نتیجه محرک‌های مختلف رشد شرکت در این بخش‌ها بوده است. اول، در بخش‌های نوظهور صادرکننده‌های کنونی (اغلب شرکت‌های بزرگ) از شرکت‌های بخش‌های سنتی رشد سریع‌تری دارند. دوم، ورود صادرکننده‌های جدید به بخش‌های جدید افزایش یافته است، اما ورود به بخش‌های قدیمی قوی

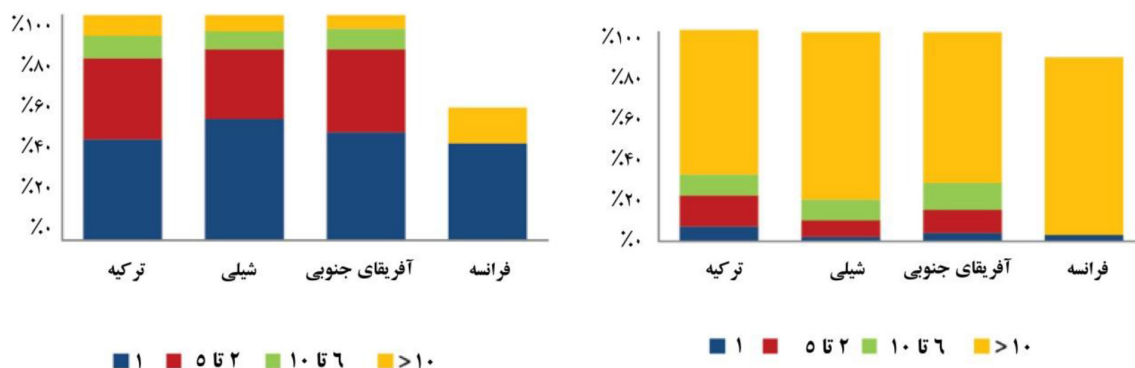
به کندی انجام می‌شود. به عنوان مثال، در سال‌های ۲۰۱۰-۲۰۰۳ ورود به بخش نساجی با ۲۰ درصد کاهش روبه‌رو بوده است، در حالی که ورود به بخش ماشین‌آلات الکتریکی ۱۸ درصد افزایش داشته است.

رابطه کیفیت و صادرات: رشد صادرات محصول محور از طریق کسب تخصص، کیفیت و ارزش افزوده ممکن می‌شود. اگرچه نوع محصولی که کشورها تولید می‌کنند، حائز اهمیت است اما کیفیت محصول تولیدی از اهمیت بیشتری برای رشد پایدار صادرات برخوردار است. مطابق نتایج مطالعات، در ترکیه صادرات با کیفیت بالا رابطه مثبتی با واردات با کیفیت بالا و مالکیت خارجی دارد. در واقع، در شرکت‌های بزرگ دارای مالکیت صد در صد خارجی که به ورودی‌های وارداتی و به ویژه با کیفیت وابسته هستند، احتمال صادرات کالاهای دارای ارزش واحد نسبتاً بالا بیشتر است. ارزش واحد بالا رابطه منفی با هزینه‌های تجارت دارد، به نحوی که کالاهای دارای ارزش واحد بالا می‌توانند به مقاصدی دست یابند که برای کالاهای دارای ارزش واحد کم دسترسی به آن بازارها بسیار پرهزینه خواهد بود. همچنین، صادرکننده‌های جدید و نیز شرکت‌هایی که محصولات جدیدی صادر می‌کنند، بیشتر احتمال دارد که ارزش واحد بالا داشته باشند. البته، با آنکه نرخ خروج شرکت‌های دارای ارزش واحد بالا از بقیه شرکت‌ها بیشتر است - احتمالاً به دلیل دشواری بقا در بازارهای برتر^۱ - اما همچنان اثر خالص ارزش واحد بالا بر صادرات مثبت است.

۵-۲-۳ تنوع‌بخشی به بازار صادرات

در ترکیه گسترش و تنوع‌بخشی به بازار توسط تعداد معدودی از صادرکنندگان بزرگ که به چندین بازار خارجی صادرات دارند، انجام می‌شود. تقریباً نیمی از شرکت‌های صادرکننده تنها به یک کشور صادرات دارند. در مقابل، کمتر از ۱۰ درصد صادرکنندگان به بیش از ۱۰ بازار صادرات دارند و در واقع حجم اصلی صادرات این کشور توسط این شرکت‌ها انجام می‌شود.

تصویر ۶: سهم شرکت‌ها بر حسب بازار مقصد



نمودار سمت چپ: سهم شرکت‌ها بر اساس تعداد مقصد صادرات

نمودار سمت راست: ارزش صادرات بر اساس تعداد مقصد صادرات

در طول یک دهه گذشته، تعداد صادرکنندگان ترکیه افزایش یافته است، اما تنها تعداد معدودی از آنها توانسته‌اند محصولات خود را به بیش از ۲ بازار صادر کنند. با توجه به هزینه‌های بالای ورود به بازارهای جدید برای شرکت‌های کوچک، تنوع بخشی صادرات بیشتر متوجه شرکت‌های بزرگ است که مقصد صادرات خود را از اروپا متوجه کشورهای منطقه منا (خاورمیانه و شمال آفریقا) می‌کنند. به عنوان مثال، از تمامی شرکت‌های صادرکننده در سال ۲۰۰۹، تنها ۴ درصد مقصد صادرات خود را در سال ۲۰۱۰ تغییر داده‌اند. از این میان، سهم حرکت به منطقه منا ۱ درصد بوده است. اما سهم صادرکنندگانی که دامنه بازار خود را گسترش دادند ۱۳ درصد بود که از این میان، ۳ درصد منطقه منا را نیز به حوزه صادرات خود افزودند. همچنین، مطابق آمارهای موجود، تنوع بازار صادرات، بقای صادرکنندگان را افزایش می‌دهد. شرکت‌هایی که دارای بازار متنوع هستند، بیشتر احتمال دارد بیش از یک سال در بازار صادرات دوام بیاورند. علاوه بر بازار

متنوع، سرریزهای صادرات، دامنه گسترده محصولات، صادرات محصولات دارای ارزش افزوده بالا نیز تأثیر مثبتی بر بقای شرکت‌های صادرکننده دارند.

دامنه تنوع بخشی صادرات ترکیه: شاخص نفوذ بازار صادرات ترکیه دال بر این است با آنکه ترکیه در مقایسه با همتایان خود در طول سال‌های گذشته عملکرد خوبی داشته است، اما صادرات آن هنوز تنها ۳۰ درصد بازارهای بالقوه را در اختیار دارد. این میزان تنها نصف سطح نفوذ چین است که در کنار آلمان بزرگ‌ترین شاخص نفوذ را در دنیا دارد. لذا، ترکیه همچنان فرصت‌های مغتنمی جهت توسعه صادرات در بسیاری از محصولات و بخش‌های اقتصادی خود دارد. توجه داشته باشید نفوذ ترکیه در منطقه منا بیشتر از منطقه یورو است. صادرات ترکیه به منطقه منا ۴/۳ کل واردات این منطقه را تشکیل می‌دهد، در حالی که تنها ۱/۱ درصد واردات منطقه یورو متعلق به صادرات ترکیه است. در واقع، در همه بخش‌های صادرات ترکیه به استثنای خودرو، حجم صادرات به منطقه منا بیشتر از منطقه یوروست.

جدول ۲: شاخص نفوذ بازار صادرات

۲۰۰۰	۲۰۱۰	۲۰۱۰-۲۰۰۰ (درصد رشد)
چین	۳۳/۸	۶۳/۵
هند	۱۹/۹	۳۳/۴
ترکیه	۱۷/۹	۲۹/۷
آفریقای جنوبی	۱۴/۴	۱۸/۳
برزیل	۱۲/۷	۱۶/۵
روسیه	۱۲	۱۲/۳
لهستان	۵/۷	۲۳/۲
جمهوری چک	۱۶/۱	۲۰/۵
		۲۸

مجارستان	۱۰/۹	۱۲	۱۰
رومانی	۵/۳	۱۰/۲	۹۱
بلغارستان	۵/۵	۸/۵	۵۵

منبع: بانک جهانی

حمایت دولت از تنوع بخشی صادرات: تنوع بخشی بازار صادرات بسیار تحت تأثیر سیاست های حمایتی دولت است. پس از بحران اقتصادی سال ۲۰۰۱، کاهش تقاضای داخلی و ارزش لیره موجب تغییر سیاست ها در جهت تقویت صادرات شد. سیاست های جدیدی برای گسترش صادرات به بازارهای منتخب، جذب بیشتر سرمایه گذاری مستقیم خارجی و ایجاد وجهه جهانی «ساخت ترکیه» تدوین شده است. برنامه های حمایتی دولت شامل مأموریت های تجاری به خارج از کشور و حضور در نمایشگاه های بین المللی بازرگانی بوده است. برنامه صادرات محور دولت در دهه حاضر نیز تداوم دارد و کشورهای هدف و حائز اولویت در هر سال تعیین می شوند. طبق بخش نامه های وزارت اقتصاد، صادرکنندگان به کشورهای هدف از کمک ها و حمایت های ویژه دولت بهره مند خواهند شد. انتخاب کشورهای هدف علاوه بر حجم بازار و باز بودن آن کشور، به وجود زیرساخت های مالی، تجاری و قضایی، وضعیت تجارت خدمات و ملاحظات راهبردی مانند پیوندهای انرژی در آن کشور نیز بستگی دارد.

اثرات تنوع بخشی صادرات

📌 **کاهش خطر:** در بحران اقتصادی اروپا، راهبرد موفق ترکیه در تنوع بخشی بازار صادرات ابزاری مناسب جهت کاهش خطر بود. با توجه به اینکه اتحادیه اروپا یکی از شرکای اصلی تجارت ترکیه محسوب می شود، ترکیه در برابر انقباض تولید ناخالص داخلی منطقه یورو بسیار آسیب پذیر است. همان طور که در جدول ۳ مشاهده می شود، قابلیت ارتجاع صادرات ترکیه در برابر تغییرات تولید ناخالص داخلی در منطقه منای بیشتر از منطقه یورو است (۰/۸۴ درصد در برابر ۰/۷۹ درصد). در واقع، اگر ترکیه سهم صادرات

به منطقه منا را به میزان سطح صادرات به منطقه یورو افزایش می‌داد، آسیب‌پذیری آن در برابر تغییرات تولید ناخالص داخلی منطقه منا افزایش می‌یافت. به علاوه، امروزه تقاضای واردات به شدت در بازارهای جهانی همبستگی پیدا کرده است که تا حد زیادی به دلیل گسترش زنجیره‌های ارزش منسجم است. در نتیجه، امروزه تنوع‌بخشی بازار به اندازه گذشته در کاهش خطر مؤثر نیست.

جدول ۳: میزان حساسیت صادرات ترکیه در بازارهای مختلف

مقصد صادرات	درصد صادرات از GDP ترکیه	ارتجاع	حساسیت
جهان	۱۴/۶۱	۰/۶۱	۰/۰۹
منطقه یورو	۷/۸۷	۰/۷۹	۰/۰۶
منطقه منا	۲/۰۹	۰/۸۴	۰/۰۲
ژاپن	۰/۰۵	۰/۷۸	۰/۰
ایالات متحده	۰/۵۹	۰/۷۹	۰/۰
برزیل	۰/۰۹	۰/۸۰	۰/۰
چین	۰/۴۳	۰/۷۸	۰/۰
هند	۰/۱۱	۰/۸۱	۰/۰
اندونزی	۰/۰۴	۰/۸۵	۰/۰
روسیه	۰/۶۶	۰/۷۷	۰/۰۱
کره جنوبی	۰/۰۷	۰/۷۸	۰/۰

منبع: بانک جهانی

برخورداری از بازارهای نوظهور: دیگر مزیت بالقوه تنوع‌بخشی، فراهم کردن امکان بهره‌مندی از فرصت‌های بازارهای نوظهور است. شواهد موجود دال بر این است در طول نیم قرن گذشته، صادرات ترکیه از ترکیب جغرافیایی خود اثر مثبتی گرفته است. اما در حالی که ظرفیت بالقوه‌ای برای رشد

صادرکنندگان ترکیه در بازارهای منطقه منا وجود دارد، ظرفیت بیشتری در بازارهای سنتی منطقه یورو و انجمن تجارت آزاد اروپا (EFTA)^۱ و بازارهای نوظهور آسیای شرقی در دسترس این کشور قرار دارد. به منظور بهره‌برداری از این فرصت‌ها، ترکیه به اقدامات گسترده‌تری در حوزه رقابت‌پذیری نیاز دارد.

مطابق داده‌های صندوق بین‌المللی پول، کل واردات منطقه منا در سال ۲۰۱۰، بالغ بر ۸۳۰ میلیارد دلار بود و واردات آلمان در همین سال برابر با ۱۱۰۰ میلیارد دلار بود. در واقع، بازار منطقه یورو ۶/۵ برابر از منطقه منا بزرگ‌تر است. همچنین، تنزل رشد در اروپا را نمی‌توان به معنی کاهش در تقاضای این منطقه برای صادرات ترکیه دانست، زیرا در زمان بحران، تقاضا برای کیفیت برتر تنزل می‌یابد. لذا، صادرکنندگان ترکیه می‌توانند در برخی از بخش‌ها، جایگزین تهیه‌کننده‌های اروپایی شوند.

همچنین، مطابق پیش‌بینی‌ها، رشد تقاضای واردات منطقه منا پس از آنکه در یک دهه گذشته رو به افزایش بود، در سال‌های آتی کاهش خواهد یافت و رشد تقاضای واردات منطقه یورو از آن بیشتر خواهد بود. حتی منطقه اروپا و آسیای میانه و به ویژه آسیای شرقی نیز رشد خوبی در تقاضا واردات خواهند داشت. لازم به ذکر است ترکیه در بازارهای اروپایی، علاوه بر چین با کشورهای دیگری از جمله ایالات متحده، هند و ژاپن که اتحادیه اروپا در حال مذاکره با آنها برای انعقاد قراردادهای تجارت آزاد است، نیز رقابت خواهد داشت. از نظر محصولات، منطقه منا امکان تنوع‌بخشی به سبد صادرات را برای ترکیه فراهم می‌کند. به طور کلی، صادرات ترکیه به ۲۷ کشور منطقه یورو بیشتر شامل محصولات نساجی و خودرو است. در حالی که صادرات به منطقه منا بیشتر شامل فلزات (از جمله آهن و فولاد) است و تا حدی هم محصولات نساجی و ماشین‌آلات را شامل می‌شود. حتی در سطح شرکت نیز بیشتر صادرکنندگان محصولات متفاوتی به منطقه منا می‌فروشند. در واقع، حدود نیمی از صادرکنندگانی که به تازگی وارد منطقه منا شده‌اند، محصولات انحصاری به منطقه

1 European Free Trade Association

منابع صادر می کنند.

۳-۵ دستورالعمل های سیاست گذاری جهت ارتقا رقابت پذیری با تمرکز بر بهره وری

آنچه در بخش ۵ گفته شد، خلاصه ای از گزارش بانک جهانی در مورد وضعیت صادرات ترکیه و جایگاه آن در زنجیره ارزش جهانی بود. این گزارش طبق بررسی های انجام شده، پیشنهاداتی برای انجام اصلاحات در حوزه های مختلف سیاست گذاری مطرح کرده است که در جدول زیر به طور خلاصه نمایش داده می شود.

پیشنهادهای (بر اساس مطالعات بانک جهانی)	حوزه سیاست ها
- تقویت همکاری های بخش خصوصی با دانشگاه در حوزه نوآوری و کسب فناوری و توانمندسازی انتشار فناوری درون بخش های اقتصادی - افزایش تجاری سازی تحقیق و توسعه از طریق افزایش ظرفیت دفاتر انتقال فناوری و بهبود چارچوب مقرراتی جهت ارائه مشوق های بهتر (از جمله قانون پتنت) - بهبود ساز و کار انتقال نتیجه تحقیقات دارای بودجه دولتی به بخش خصوصی - تضمین ثبات طرح های تشویقی و ساز و کارهای حمایتی جهت افزایش بازگشت سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه	نوآوری و تحقیق و توسعه
- ارتقا برنامه درسی دوره آموزشی ابتدایی و متوسطه جهت پوشش دادن همه مجموعه مهارت ها (از مهارت های شناختی سطح بالا تا مهارت های فنی و نوآورانه) - ارتقا نظام های تضمین کیفیت - بهبود روش های تدریس، تأمین مالی مدارس و ارائه خدمات - بهبود کیفیت آموزش عالی - ارتقا مهارت های کارگران از طریق آموزش ضمن خدمت و مؤسسه های آموزش فنی و حرفه ای (متناسب با تقاضای مهارت)	مهارت و آموزش

- بهبود چارچوب نهادی تأمین مالی از جمله بازارهای اعتباری برای شرکت‌های کوچک و متوسط و ارتقا نظام‌های اعسار (عدم توانایی پرداخت دیون) و معاملات ایمن - توسعه بخش مالی غیربانکی از جمله لیزینگ، مقاطعه، اعتبارات خرد، بازارهای سرمایه و سهام و سود سهام خصوصی - بهبود شفافیت شرکت‌های کوچک و متوسط جهت کمک به مؤسسات مالی در ارزیابی ارزش اعتبار آنها	دسترسی به تأمین مالی برای شرکت‌های کوچک و متوسط
- تسهیل صدور مجوز برای کارکنان بین‌المللی که برای عملیات‌های شرکت‌های چندملیتی بزرگ نقش حیاتی دارد - بهبود و تسهیل نظام‌های صدور مجوز و گواهی (از جمله روند تخصیص زمین) - بهبود اجرای مقررات حمایت از حقوق مالکیت معنوی - آزادسازی خدمات تخصصی (به ویژه خدمات حقوقی) - تقویت استقلال همه نهادهای تنظیمی	محیط کسب و کار
- اعمال موانع موقت تجارت و محدودیت واردات به صورت گزینشی جهت تضمین و حمایت از رقابت‌پذیری	سیاست تجارت
- راه‌اندازی پایگاه داده سیاست‌های ارتقا صادرات جهت ارائه نتیجه سنجش اثر سیاست‌های کنونی و آینده	ارتقا صادرات
- افزایش آزادسازی بخش خدمات - تعمیق همبستگی با منطقه یورو از طریق گسترش اتحادیه گمرک یا توافق‌نامه تجارت آزاد در حوزه خدمات و کشاورزی	بخش خدمات

1. GLOBAL INVESTOR/ISF Guide to Turkey 2016 April 2016. www.globalinvestormagazine.com
2. Trading up to High Income, Turkey Country Economic Memorandum, Poverty Reduction and Economic Management Unit, Europe and Central Asia Region, Document of the World Bank, May 2014 ,5. <http://www.worldbank.org.tr>
3. <https://www.eximbank.gov.tr/EN,1192/about-us.html>, and Annual Report 2015, Türk Exim Bank, pdf