



سال اول | شماره اول | اردیبهشت ۱۴۰۲



69

مجله موافقیت ایرانیان در ترکیه

قیمت نسخه چاپی مجله 79.90 tl

داستان مصطفی کوچوک؛
مالک ال سی واپیکی، کارآفرینی که از فقر به ثروت رسید!

LC WAIKIKI

| | | |
|---|--|---|
| <p>مورات، ثروتمندترین در ترکیه داستان مالک برنده اول کر صفحه ۲۹</p> | <p>جاه طلبی آنلاین در ترکیه پیشنهاد چند فرصت کسب و کار صفحه ۲۷</p> | <p>سرمایه گذاری در ترکیه مقایسه اقتصادی ایران و ترکیه صفحه ۱۹</p> |
|---|--|---|



مجموعه مشاوره کسب و کار

با هدف دستیابی به
موفقیت ایرانیان در ترکیه
راه اندازی شده است

- مشاوره در راه اندازی کسب و کار در ترکیه
- مشاوره در یافتن تخصصی مورد نیاز بازار هدف در ترکیه
- مشاوره در یافتن و آمندی های شخصی یا مجموعه های مقاضی راه اندازی کسب و کار در ترکیه
- اعتبار سنجی ایده های کسب و کار
- تحقیقات بازار ترکیه به صورت سفارشی و تخصصی
- طراحی هویت بین‌المللی جدید از استراتژی تا هویت بصری، انتخاب اسم، شعار، لوگو و برندهای
- طراحی بیزنس مدل برای مقاضیان راه اندازی کسب و کار در ترکیه
- مشاوره استخدام منابع انسانی
- مشاوره مالی و سرمایه‌گذاری در ترکیه
- کوچینگ شخصی و سازمانی



ViMagTr@gmail.com



+90 (552) 155 6960 +90 (232) 278 0303



6076/4 sokak-park mandalin- No 4- D.6
İmbatlı mah- Medical Point önünde-
Karşıyaka, İzmir, Türkiye

توران تجارت

- صادرات و واردات ایران- ترکیه
- متخصص در مواد شیمیایی (آلی و معدنی)
- انجام کلیه امور حمل و نقل تجاری (زمینی و دریایی)
- اخذ نمایندگی از برندهای ترکیه و بین المللی برای ایران
- بازاریابی محصولات ایران در ترکیه

+90 (538) 899 1831 | +90 (552) 386 4410





سال اول | شماره اول | اردیبهشت ۱۴۰۲

مجله موفقیت ایرانیان در ترکیه

قیمت نسخه چاپی مجله 79.90 tl



داستان مجله وی در جایی رقم خورد که احساس کردیم هموطنان ما چه کسانی که اکنون در ترکیه سکنی دارند و چه عزیزانی که هنوز ساکن ایران هستند اطلاعات دقیق و شفافی درخصوص راهاندازی بیزنس در ترکیه و کسب موفقیت در این کشور ندارند.

پس براین شدیم تا هر ماه اطلاعات دقیق و جامعی درخصوص کسب و کارهای موفق یا حتی شکست خورده ترکیه جمع آوری کنیم و بتوانیم مدارک و منابعی درست و صحیح را در اختیار شما عزیزان قرار دهیم.

برخی دیگر از اهداف ما در مجموعه وی (موفقیت ایرانیان در ترکیه) این موارد بوده است:

- کسب اطلاعات کاربردی درخصوص کسب و کارهای ترکیه
- نحوه دقیق راهاندازی کسب و کار در ترکیه
- درک تفاوت‌های کسب و کار در ایران و ترکیه
- درک شباهت‌های کسب و کار در ایران و ترکیه
- از کجا شروع کنم؟
- اصلاً راهاندازی کسب و کار در ترکیه مناسب من هست؟ به درد من می‌خورد؟
- روش یا روش‌های درست پول درآوردن در ترکیه چیست؟
- فرصت‌های کاری در ترکیه چه هستند؟
- آشنایی با برندهای ترکیه‌ای
- درک دلایل موفقیت اقتصادی برندهای ترکیه‌ای
- شناخت ایرانیان موفق در ترکیه
- چطور در ترکیه پول دریابویم؟
- چطور در ترکیه موفق شوم و موفق بمانم؟

| صاحب امتیاز | مجموعه کسب و کاری (موفقیت ایرانیان در ترکیه) |
|-------------------|---|
| مدیر مسئول | احسان مهدی نژاد |
| سردیلر | مجید مجیدی |
| مدیر گرافیک | مهلاعتمنادی آزانس توسعه کسب و کار پل |
| همکاران این شماره | دکتر شروین اردلان، دکتر محمد سیرافزار، پیام بهرامپور، سبحان رئوفی، علی هان، منیر چگینی و |



+90 (522) 1556960
+90 (232) 2780303



sokak-park mandalin- No 4- 6076/4 D.6 İmbatlı mah- Medical Point önünde- Karşıyaka, İzmir, Türkiye

« استفاده از مطالب ماهنامه با ذکر مأخذ مانع ندارد.
» نشریه در قبیل یا رد مطالب ارسالی مختار است.

فهرست

۰۱

یادداشت مدیر مسئول
کسب موفقیت ایرانیان در ترکیه

۰۲

یادداشت سردبیر
مهاجرات، تغییر، چالش

۱۱

سفر قهرمانی و مهاجرت

۱۳

انواع اقامت در ترکیه در نیمه اول
سال ۲۰۲۳

۱۰

آیا ترکیه محل مناسبی برای
سرمایه‌گذاری و زندگی است

۲۱

عبور از پیچ و خم‌های زندگی در
ترکیه با کمک کوچینگی

۲۵

چطور چند قدم از رقبا جلوتر باشیم؟

۲۹

مورات ثروتمندترین مرد ترکیه!

۳۳

مقاله انترپریور(کارآفرینی) ایندیا درباره
 فرصت‌های کسب و کاری در ترکیه
entrepreneurindia.co

مصطفی کوچک یا به قول خودمان
همان مصطفی کوچک
ثروتمندی که بر خلاف بسیاری از
ثروتمندان ترکیه‌ای، ثروتمندزاده نیست
و حتی می‌توان گفت فقیر بوده است!



۱۹

سرمایه‌گذاری در ترکیه

نکته قابل توجهی که وجود دارد
این است که ما اگه می‌خواهیم
مهاجرت کنیم و احیاناً پول و
منابعی را وارد کشور ترکیه کنیم
این قیاسی اشتباه خواهد بود
که هر لحظه بخواهیم آن را با
اقتصاد ایران مقایسه کنیم.



به نظر من بزرگترین خلاء در کسب
وکارهای متوسط و کوچک در ترکیه یک
کلمه است: ((کمبود یا نبود جاهطلبی!))



۲۷

جاهطلبی آنلاین در ترکیه

کسب موفقیت ایرانیان در ترکیه

ولی این بار موضوع کمی متفاوت شده بود.

کسب موفقیت ایرانیان در ترکیه....

پس تمام مراحل اولیه از اعتبارسنجی

ایده گرفته تا بیزنس مدل نشریه را به

همراه دوستان همراه، طراحی کردیم و

نهایتا ((مجله ۷ وی)) موفقیت ایرانیان

در ترکیه در کنار دپارتمان تخصصی گروه

کسب و کار ۷ شکل گرفت.

اکنون بسیار خوشحالم که به همراه تیم

قدرتمند همراههم، سردبیر محترم دکتر

مجید مجیدی، مدیر گرافیک و طراحی دکتر

مهلا اعتمادی و نویسنده‌گان همراه این

شماره دکتر شریعین ارلان، دکتر سریرافراز،

جناب پیام بهرامپور، علی هان گرامی، بانو

منیر چگینی و دوست توانمندم سبحان

رؤوفی عزیز موفق شدیم اولین شماره از این

مجله را که با مطالب روز و کاربردی دنیا و

البته تخصصی ترکیه تکمیل شده است را

تقدیم شما عزیزان کنیم.

قصد ما این است فعلا و در چند شماره

ابتدا بی PDF مجله به صورت رایگان در دست

عالقه‌مندان قرار بگیرد. امید است هموطنان

بیشتری بتوانند این مطالب را با تمام وجود

مطالعه کرده و از آن برای موفقیت کسب

و کارهای شان در ترکیه و حتی ایران بهره ببرند.

احسان مهدی نژاد

هفت سال پیش از این، ایده انتشار

یک مجله در حوزه بренд در ایران سراسر

ذهنم را مشغول خود کرده بود.

در آن روزگار به شدت کمبود یک مجله

برند بومی را حس می‌کردم و این در حالی

بود که مجلات بренд قدرتمندی در دنیا

فعال بودند.

در همان دوران با کارشناسان عرصه نشریات

و متخصصان حوزه بренд و بازاریابی مشورت

کردم و نهایتا این اتفاق در ایران نیفتاد!

هر چند که بیکار نیشستم و طی این سال‌ها

به همراه دوستانی چون دکتر شریعین ارلان

و مهندس محمد متانث چهار کتاب در

حوزه بردسازی تالیف کردیم در کنار صدها

مقاله که در وسایت هزار مدیر دات کام و

البته مجلاتی چون موفقیت نوشتم.

بگذریم دست سرنوشت حدود دو سال

پیش مرا به ترکیه آورد، ماههای اول به

شدت در حال ساختن بستر زندگی جدید در

این کشور بودم و کم کم که زندگی شخصی

روی روال افتاد بسیار با دقت، آهسته و با

مطالعه قوانین و شناخت اتمسفر کسب

و کارهای ترکیه، مشاوره راه اندازی و تقویت

بیزنس در ترکیه را آغاز کردیم.

هشت ماه پیش از این دوباره آن ندای

قدیمی مبتنی بر انتشار مجله سراغم آمد



مهاجرت تغییر چالش

شنیدن واژه مهاجرت همیشه ترکیبی

غريب از بيم و اميد است

این کشور مهاجرت کرده‌اند یا تصمیم به مهاجرت دارند و یا حتی به فکر تجارت با کشور ترکیه هستند، کمک کنیم تا بهتر تصمیم بگیرند، بهتر ارتباط بگیرند و بتوانند نتایج بهتری کسب کند مجله Vi با این رویکرد کار خود را آغاز کرده است که بتواند زمینه ساز رشد روز افزون ایرانیان در ترکیه باشد و تلاش کند تا شبکه‌ای فعال و مؤلد از ایرانیان ترکیه تشکیل دهد که منجر به اشتراک فرصت های تجاری و عامل رشد روزافزون شود امیدواریم که این قدم کوچک آغاز یک حرکت بزرگ در بهبود زندگی و تجارت ایرانیان در ترکیه باشد

حسن ختم این یادداشت در اولین شماره از مجله Vi را با این بیت کوتاه از حافظ به پایان می‌رسانم:

خُسنت به اتفاقِ ملاحت جهان گرفت آری به اتفاق، جهان می‌توان گرفت

امید به یک شروع جدید، در یک محیط جدید و فرصت‌های جدید و بیم دل کنند از آنچه سالها ساخته‌ایم، جدا شدن از روابطی قدیمی، از دست دادن جایگاه اجتماعی و حتی بسیاری از ترس‌هایی که تجربه نکرده‌ایم اما اگر قدم در مسیر مهاجرت گذاشته‌ایم، پس امید ما بر ترس‌های ما غلبه کرده است و هر روز و هر روز باید تلاش کنیم تا در سایه همین امید با برنامه ریزی و تلاش دوچندان نتایج ارزشمندی خلق کنیم

ایده شکل‌گیری نشریه Vi به عنوان مرجع محتوایی برای موفقیت ایرانیان در ترکیه از همین امید شکل گرفت؛ زمانی که فکر کردیم به عنوان یک ایرانی در کشور ترکیه چگونه می‌توانیم به هموطنان و همراهان خودمان که به



ال سی وایکی

داستان از فقر به ثروت یک ترکیه‌ای

مصطفی کوچک یا به قول خودمان همان مصطفی کوچک

ثروتمندی که بر خلاف بسیاری از ثروتمندان ترکیه‌ای، ثروتمندزاده

نیست و حتی می‌توان گفت فقیر بوده است!

بخوانیم داستان این میلیارد ترکیه‌ای و برندهٔ ال سی وایکی را ...

گفته می‌شود او یکی از دو نفری بودند که در سال ۱۹۸۱ از کل ناحیه‌شان،
دوعانشهیر مالاتیا در مرکز ترکیه موفق شدند به دانشگاه بروند!

او که متولد ۱۹۶۳ یا همان ۱۳۴۲ خودمان و اکنون ۴۷ ساله است کل دوران تحصیلات دبستان و دبیرستان را در همان شهر محل تولدش سپری کرد.
مصطفی در سال ۱۹۸۴ از گروه مهندسی مکانیک دانشگاه قونیه سلوکی
فارغ‌التحصیل شد و پس از آن مدرک کارشناسی ارشد مهندسی مکانیک
خود را از دانشگاه فنی استانبول گرفت.

پس از اتمام تحصیلات در سال ۱۳۶۶ او که باید به نحوی پول در می‌آورد و خرج زندگی می‌داد کارگاه نساجی ابتدایی و اولیه خود را با شرکت چندتا از همکلاسی‌های دانشگاهی اش در زیرزمین ۱۵۰ متری یک آپارتمان راه‌اندازی کرد. او با توجه به فضای رو به رشد نساجی در استانبول و البته کل ترکیه یکی از بخش‌های تکمیلی آماده‌سازی لباس را برای شروع انتخاب کرد و آن گلدوزی، چاپ و نگریزی روی لباس‌های تولیدکننده‌های مختلف بود.

کارگاه او تنها با یک چرخ خیاطی و میز برش شروع به کار کرد و نامی که برای مجموعه بسیار کوچکش انتخاب کرد Tema Tekstil یعنی منسوجات تما نام‌گرفت.

به دلیل فرصت‌های ناب‌کسب‌وکار در این حوزه، شرکت کوچک او به سرعت رشد کرده و به زودی یک ساختار اداری برای آن ایجاد شد و مصطفی در سال ۱۹۸۸ مدیر عامل تما تکستیل شد.
امروز که درباره مصطفی کوچک صحبت می‌کنیم ثروت شخصی‌اش یک میلیارد و چهارصد میلیون دلار است معادل درآمد سالیانه کشورهایی مانند چاد یا کوزوو!

او شانزدهمین ثروتمند ترکیه‌ای بوده و در لیست میلیاردهای فوربس قرار دارد.



Taha Tekstil و LC Waikiki همکاری

این برنده در مدت کوتاهی در فرانسه نامی برای خود دست و پا کرد و به فروش قابل توجهی دست یافت، ال‌سی وایکیکی فرانسه در سال ۱۹۸۸ توسط یک بازاریاب واسطه‌ای با شرکت بسیار کوچک ترکیه‌ای Taha Tekstil (به معنای منسوجات تاها) برای رفع نیازهای روزافزون تولیدی خودش شروع به همکاری کرد.

در این سال‌ها ترکیه در صنعت نساجی و پوشاک آماده یعنی محصول نهایی، به سرعت در حال توسعه بود و به دلیل وجود مواد اولیه و ساخت بسترهای تولید خود در بازار جهانی نامی برای خود دست و پا می‌کرد.

در همین دوران همکاری، تاها تکستیل، بیش از حد، انتظارات ال‌سی وایکیکی را برآورده کرده و همکاری خود را تقویت کرد. از آن سوی، تاها تکستیل نیز با افزایش سرمایه‌گذاری روی کسب و کارش با موفقیتی که در شرکت با ال‌سی وایکیکی به دست آورده بود شروع به رشد کرد و نتیجتاً چندی بعد هلдинگ تاها که قراردادهای مهم تولید برندهای دنیا را می‌بست با چندین و چند شرکت اقماری شکل گرفت.

Tema Tekstil و نزدیک به ۷۰۰ فروشنده

LC Waikiki

گروه تاها حدود سه سال پس از شروع همکاری با ال‌سی وایکیکی در سال ۱۹۹۱ Tema Tekstil را در راستای اهداف عمدۀ فروشی

تجاری خود الگوی بسیاری از برندها شده است و به نوعی نماینده بخشی از مد سریع ارزان است، درست به مانند برندهایی جهانی و موفق مثل زارا و اچ اند ام اما در یک کلاس قیمتی پایین‌تر!

این برنده جهانی ۲۶ سال است که زیر چتر LC Waikiki Mağazacılık به LC Waikiki رسید خود به عنوان یک برندهای ادامه می‌دهد.

از دیروز تا امروز ۱۹۹۶-۱۹۸۵

LC Waikiki تولد

George Amouyal جرج آموئال طراح پوشاک فرانسوی و شریکش تصمیم گرفتند با ایجاد یک برنده جدید شوخ طبع و جوانپسند وارد بازار پوشاک آماده فرانسه شوند. او و شریکش در سفری با هوایپیما، زمانی که تصمیم گرفتند این پروژه را استارت بزنند، نام برنده خود را به صورت کاملاً اتفاقی پیدا کردند. این دو شریک که از تبلیغ ساحل معروف هاوایی با نام Waikiki در مجله‌ای که در طول سفر هوایپیما خوانده بودند بسیار هیجان زده بودند، فکر کردند که نام وایکیکی برای طرح‌های مختلفی که تهیه کرده‌اند بسیار مناسب است.

نام نهایی برنده LC Waikiki هم زمانی ایجاد شد که آنها مخفف "LC" را به آن اضافه کردند که از حروف اول کلمات «Les Copains» تشکیل شده است که در زبان فرانسوی به معنای «دوستان» است.

بخشی از برندهایی که تحت مالکیت او قرار دارند شامل لیست زیر است:

LC Waikiki, South Blue., LC HOME, LC DREAM, X-Side

LC Waikiki

یا به اختصار LCW اکنون برنده با ۵۴/۰۰۰ کارمند و ۱۰۴۷ فروشگاه در ۵۸ کشور است.

در ۱۰ جولای ۲۰۲۱، این شرکت اولین فروشگاه آمریکای جنوبی خود را در پرو افتتاح کرد و به این صورت در چهار قاره جهان صاحب فروشگاه شد.

آن‌ها در ۸۰ استان ترکیه بیش از ۴۰۰ فروشگاه دارند. برخلاف بسیاری از برندهای ترک که بیشتر شعباتشان در مرکز و غرب ثروتمندتر این کشور است، ال‌سی وایکیکی به دلیل قیمت‌های به نسبت مناسبی که دارد در کل این کشور پخش است.

درآمد اعلامی این شرکت در آخرین سالی که اعلام شده یعنی در ۲۰۲۱ مبلغی معادل ۳۴/۱ میلیارد دلار بوده است! یعنی حتی بالاتر از درآمد یک ساله کشوری مثل قزاقستان و حدود دو برابر کشور بلغارستان!

LC Waikiki که در سال ۱۹۸۵ معادل با ۱۳۶۴ شسمی در پاریس فرانسه متولد شد، توسط هلдинگ تاها ترکیه در سال ۱۹۹۷ خریداری شد.

LC Waikiki طی این سال‌ها با محصولات متفاوت، برندها و روش‌های

را داریم و در پسته رفسنجان و قالی تبریز، قم و کاشان و ترکیه نیز بستری مناسب برای برنده‌سازی پوشک محسوب می‌شده و می‌شود.

در حالی که تمام طرح‌های LC Waikiki در اصل از فرانسه آمده بود، اولین Tema Tekstil واحد طراحی این گروه نیز در ترکیه در سال ۱۹۹۳ انجام شد.

اگرچه هدف از تاسیس تما تکستیل فعالیت در عمدۀ فروشی یا بازار B2B بود، اما با تولید مجموعه‌های موفق و روش‌های بازاریابی موثر برای بازار پوشک جوانان و کودکان توانست در مدت کوتاهی تحسین کارآفرینان و حتی مصرف کنندگان نهایی را به خود جلب کند.

اینجا یاد موضوعی افتادیم با نام **The Corridor Principle** یا اصل راهرو که توسط پروفسور رونستاد مطرح شد.

این اصل می‌گوید:

صرف شروع یک سرمایه‌گذاری، کارآفرینان را قادر می‌سازد تا فرصت‌های مخاطره‌آمیز دیگری را طی مسیر بینندگانه از در ابتدای کارنه می‌توانستند ببینند و نه از آن‌ها استفاده کنند تا زمانی که سرمایه‌گذاری اولیه خود را شروع نکرده بودند!

درست به مانند زمانی که در ابتدای یک راهرو یا کوریدور ایستاده‌ایم و تصمیم می‌گیریم به سمت جلو حرکت کنیم اما هرگز تا پای در مسیر نگذاریم نمی‌توانیم از فرصت‌هایی که ممکن است به صورت درهایی در راهرو باز شوند آگاه شویم!

تاهای تکستیل در طول زمان به سرمایه گذاری حداکثری در تولید روی آورده است تا نیازهای روزافزون سفارش، چاپ، گلدوزی، لیبل، کیفیت و تولید کوتاه مدت LC Waikiki را برآورده کند. این سرمایه‌گذاری‌ها با شرکت‌های استارت‌تاپی که مصطفی کوچوک تاسیس کرده بود انجام شدند.

مصطفی کوچوک شرکت‌های استارت‌تاپی کوچکی را تاسیس کرده بود و بین سال ۱۹۹۰ تا ۱۹۹۴ در کارگاه‌های گلدوزی، لیبل زنی روی لباس، تولید پارچه کشباf و زنگرزی لباس‌های بافتی فعالیت می‌کرد. همه آن‌ها در سال ۱۹۹۴ زیر سقف هلدینگ تاه‌اگرد آمدند.

استفاده از مزیت جغرافیا در برنده‌سازی

کسب و کار

همینجا برای ما یک نکته مهم وجود دارد! سال‌ها پیش در کتاب برنده ضدگلوله نوشتیم که استفاده از مزیت‌های جغرافیایی برای ایجاد جایگاه‌سازی در ساخت برنده را نباید هرگز دست کم بگیریم. ترکیه نیز به دلیل این که بدل به یک قطب قدرتمند صنعت نساجی و پوشک شده بود محل بسیار مناسبی برای رشد این برنده بود، شاید در بسیاری دیگر از نقاط جهان این برنده امکان رشد تا به این حد را نداشت. چرا که مزایای جغرافیایی و سرزمینی ترکیه در بسیاری مناطق جهان وجود ندارند.

همانطور که ما در ایران زعفران خراسان

و برنده‌سازی خود به این امر تخصیص داد. تما تکستیل ابتدا ماجوز ترکیه ال‌سی‌وایکیکی، مهمترین مشتری صادراتی گروه تاهای را اخذ کرد و فروش محصولات ال‌سی‌وایکیکی را در ترکیه از طریق نمایندگی‌ها، بر اساس روش عمدۀ فروشی آغاز کرد.

پله پرش!

یکی از پله‌های پرش مجموعه مصطفی کوچوک دریافت یک سفارش ده هزار تایی تی‌شرت‌های معروف می‌می‌مونی ال‌سی‌وایکیکی در همان زمان‌های شروع کار است! آن‌ها با گرفتن سفارش این تی‌شرت‌ها که در آن زمان بسیار پر طرفدار بودند و بیشتر در کشورهایی مانند هند، کره و یونان تولید می‌شدند، شروع به سازماندهی ساخت قراردادی این برنده کردند خروجی این سفارش چرب و نرم باعث ورود جریان نقدینگی به این کسب و کار نوپا شده و آن‌ها را برای ادامه مسیر بیش از پیش آماده کرد.



**گاهی تنها یک مشتری گردن کلت
می‌تواند کسب و کار شما را دگرگون کند!**



گروچه ال‌سی وایکیکی در پاریس زاده شد اما اوج قدرت و معروفیتش در استانبول بدست آمد!

به گفته مالکان کنونی ال‌سی، ماجراجویی اصلی برنده ما با تما تکستیل آغاز شد، استارت آپی که مصطفی کوچک پایه گذاری کرد و با سرمایه‌گذاری شرکای Taha Diş Ticaret که فعال در بخش آهن و فولاد بودند بزرگ و جهانی شد. به دنبال این پیشرفت، گروه تاها تصمیم گرفت LC Waikiki را برای مدتی از بازار فرانسه خارج کند تا این برنده را هم به عنوان یک مجموعه و هم به عنوان یک مفهوم خردمند فروشی بازسازی کند.

در همین دوره با تصمیمی استراتژیک و مهم، فعالیت عمده فروشی برنده با کم کردن تعداد نمایندگی‌ها به میزان قابل توجهی کاهش یافته و سرمایه‌گذاری در حوزه خردمند فروشی سرعت گرفت.

در ادامه تعداد فروشگاه‌های اختصاصی ال‌سی وایکیکی که در آن زمان تنها بیست و یک فروشگاه بودند، شروع به افزایشی سریع کرد.

حمله تجاری و گروه Tema

از سال ۲۰۰۰، Tema Mağazacılık بر روی باز کردن فروشگاه‌های اختصاصی و طراحی شده خود با به نمایش گذاشتن هویت خردمند فروش برنده تمرکز کرده است. این برنده پروره اصلی خود برای افتتاح فروشگاه‌های نسل جدید که در آن مجموعه‌های LC Waikiki می‌توانند با

و البته ما اضافه می‌کنیم شاید برخی از این درها خطرات مسیر باشند.

بدین ترتیب حتی تعداد اسطله‌های غیرعمده این مجموعه روز به روز افزایش می‌یابد. با قدرت گرفتن از این موفقیت، Tema Tekstil یک واحد طراحی مجزا برای بازار پوشاسک آماده بزرگ‌سالان خود در سال ۱۹۹۵ تأسیس کرد.

تا زمانی که این گروه در سال ۲۰۰۰ و بعد از آن اقدام به ورود مستقیم به بازار خردمند فروشی کرد، اکنون LC Waikiki نزدیک به ۷۰۰ نمایندگی فروش کوچک و بزرگ در سراسر ترکیه داشت.

۱۹۹۶-۲۰۰۰

ال‌سی وایکیکی به برنده‌ترکیه‌ای تبدیل شد!

در سال ۱۹۹۶، در راستای استراتژی گروه تاها برای ورود به بخش خردمند فروشی، Tema Mağazacılık A.Ş. تاسیس شد.

فرصت در خانه شما را می‌زنند، چقدر آماده هستید تا آن را بقاپید؟

در سال ۱۹۹۷، زمانی که تحقیقات و اعتبارسنجی ایده برای ایجاد یک هدینگ در راستای برنامه‌های استراتژیک گروه تاها در حال افزایش بود، مالکان شرکت فرانسوی LC Waikiki تصمیم به فروش این برنده گرفتند.

این دقیقاً دوره‌ای بود که فروش ال‌سی وایکیکی در ترکیه به سرعت در حال افزایش بود و گروه تاها با تمام وجود می‌خواست صاحب این برنده شود که شد!

مشتریان خود، فضایی به شدت تعاملی بوجود آورند را رقم زده است.

در پی این تصمیم استراتژیک، هلдинگ تها تصمیم‌گرفت که شرکت‌های تولیدی و خرده فروشی در دو گروه مجزا فعالیت کنند. بنابراین، شرکت‌های **تولیدی** تحت گروه تها شروع به فعالیت کردند و شرکت‌هایی که در بخش **خرده فروشی** پوشک آماده، فعالیت می‌کردند، زیرنظر گروه تما شروع به فعالیت کردند.

برادر بزرگتر مصطفی، وهاب کوچوک به عنوان شریک شرکت Tema Tekstil منصب شد که توسط هلдинگ تها برای مدیریت سازمان عمده فروشی LC Waikiki در بازار داخلی تاسیس شده بود. سپس اولین فروشگاه مدرن خرده فروشی LC Waikiki در خیابان شیشلی هالاسکارگازی استانبول افتتاح شد.

یک سرازیری خطرناک!

همیشه هر سربالی و موفقیتی قطعاً با توقف‌ها و سرازیری‌هایی مواجه خواهد شد! ال‌سی‌وایکیکی با تاسی از تاسیس اولین فروشگاه، خرده فروشی‌های برنده را در شهرهای مختلف ترکیه افتتاح کرد، اما بحران مالی سال ۲۰۰۰ فرا رسید و آن‌ها نتوانستند به سودآوری و رشد مورد نظر دست یابند.

همیشه عوامل پیش‌بینی نشده در مسیر کسب و کار وجود خواهند داشت! در جریان بحران مالی سال ۲۰۰۰ و مشکلات ناشی از آن شرکت‌های گروه

مدیر عامل هلдинگ، مصطفی کوچوک و زیرمجموعه‌های آن که شرکت‌های Tema Mağazacılık روی بخش خرده فروشی تمرکز کنند.

۲۰۱۱-۲۰۰۰

LC Waikiki و برندهای جدید

گروه Tema تصمیم‌گرفت مجموعه‌هایی را راه اندازی کند که برای عموم مردم با سبک‌های زندگی متفاوت جذاب باشد، به همین دلیل در فروشگاه‌های LC Waikiki ساب برنده، XSIDE را به مصرف کنندگان ترکیه‌ای در سال ۲۰۰۰ ارائه کرد. XSIDE برای جوانان بالای ۱۵ سال که مد را دنبال می‌کنند جذاب است.

وقتی به این روزها رسیدیم گروه Tema LC Waikiki نام خود را به Waikiki Mağazacılık تغییر داد. هم تولیدات عرضه شده برای فروش در فروشگاه‌های خود را با زنجیره تامین جهانی انجام می‌دهد.

تولید از گروه Taha و موفقیت‌هایش در صنعت خرده فروشی پوشک آماده با برنده LC Waikiki یکی از گروه‌های پیشرو در صنعت پوشک آماده ترکیه است.

رشد موفق و مسیر طی شده ۲۰ ساله

LC Waikiki Retailing با فروشگاه‌های خود ۲۵۵ میلیون لیر در پایان سال ۲۰۰۴، ۳۴۶ میلیون لیر در پایان سال ۲۰۰۵، ۴۹۵ میلیون لیر در پایان سال ۲۰۰۶

تاهای در حفظ تراز نقدینگی با مشکل مواجه شدند. آن‌ها مجبور شدند برخی از شرکت‌های تولیدی را برای رفع نیازهای نقدی خود بفروشند.

Downsizing strategy

داون سایزینگ استراتژی یا استراتژی

کوچک‌سازی چیزیست که دهها سال است برندهای جهان از قبیل جنرال الکترونیک و... سختی انجامش را پذیرفته و با جرأت تمام آن را انجام می‌دهند در حالیکه صاحبان کسب و کارهای کوچک و متوسط، از ترسهایی مثل بدنامی و جواب مردم را دادن از این کار سرباز می‌زنند و گاه‌ها کل برنده را نابود می‌کنند! حتی یک دست عفونی باشد برای نجات

کل بدن!

تمام این موارد، مدیریت شرکت را به اجراء برای اخذ یک تصمیم‌گیری استراتژیک و انجام یک معماری برنده جدید واداشت.

تصمیم براین شد که گروه تولیدی و گروه خرده فروشی به طور کامل از هم جدا شوند.

در این تصمیمات ریشه‌ای، شرکت‌های تولیدی زیر سقف هلдинگ تها تحت مدیریت اسماعیل کیساجیک درآمدند که خود زیر نظر هماهنگ کننده گروه یعنی هلдинگ تما بود، جایی که ریاست مدیره بر عهده آن وهاب کوچوک است. از آن سوی تصمیم گرفته شد

بسیاری از شرکت‌هایی که ما در ایران دیدیم واقع‌بینانه است، چرا که آن‌ها در سطح اکونومی پوشاک حرکت کرده و تقریباً برای هرکسی این امکان را فراهم می‌کنند که بتواند لباس‌هایشان را خریده و لباس خوب بیوشد! (قابل احترام است) سهامداران برنده شرح زیر هستند:

| | |
|----------------|---------|
| خانواده کوچوک | % ۴۷/۳۴ |
| خانواده دیزدار | % ۳۵/۴۲ |
| خانواده کیساچک | % ۷/۱۸ |
| خانواده آمویال | % ۶/۴۸ |
| دیگر | % ۳/۵۸ |

و همچنین گردش مالی ۳/۵ میلیارد لیر در سال ۲۰۱۲ رسید. این فروش در سال ۲۰۲۰ به ۲۲/۶ میلیارد لیر افزایش یافته و در انتهای ۲۰۲۲ این رقم به ۶۶ میلیارد لیر افزایش یافت.

LC Waikiki از تابستان ۲۰۰۴ در گزارش شاخص مصرف آماده برای پوشیدن که توسط سازمان KMG تهیه شده و هر شش ماه یکبار منتشر می‌شود، برای سالیان سال رهبری خود را در بازار حفظ کرده است.

هدف کسب رتبه بین سه برنده برتراورپا

LC Waikiki Mağazacılık سرمایه‌گذاری‌های خارجی خود را در سال ۲۰۰۹ آغاز کرد، اولین فروشگاه LC Waikiki خود را در اروپا در رومانی افتتاح کرد.

در وبسایت این شرکت ماموریت برنده این گونه بیان شده است: **everyone deserves to dress well**

همه حق دارند خوب لباس بیوشند!

به عنوان یک مشاور کسب و کار این بیانیه ماموریت جالبی به نظر می‌رسد و برخلاف

**اخذ فرانچایز ال‌سی وایکیکی در شرایط
کنونی به هیچ وجه به اشخاص یا
شرکت‌های ثالث واگذار نمی‌شود و به
دلیل کنترل ایجاد تجربه برنده یکسان تمام
تحت نظارت خود شرکت مادر است**

LC WAIKIKI

۱۹۸۵

ولد !LC WAIKIKI

در سال ۱۹۸۵ توسط طراح
فرانسوی LC WAIKIKI
جرج آموئال و شریکش در
فرانسه تاسیس شد

۱۹۸۸

مصطفی کوچک همکاری با
السی وایکیکی را شروع کرد

۱۹۹۷

در این سال برنده ال
سی وایکیکی فرانسوی توسط
ترکیه‌ای‌ها خریداری شد

۲۰۰۰

فروشگاه‌های اختصاصی آن‌ها
شروع به کار کردند

۲۰۱۱

برندهای جدیدی در دل
السی وایکیکی شکل گرفتند

۲۰۱۴

صدمین فروشگاه خارج از کشور
السی وایکیکی راه اندازی شد

۲۰۱۶

برند ال‌سی‌هموم
برند لوازم خانگی کوچک
رونمایی شد

۲۰۱۷

السی وایکیکی وارد
به قاره‌های جدید

۲۰۱۹

السی وایکیکی مالک ۵۰۰ فروشگاه
خارج از ترکیه شده است

۲۰۱۸

السی وایکیکی راحتی را وارد
زندگی افراد کم بینا می‌کند

۲۰۲۰

هزارمین فروشگاه ال‌سی‌وایکیکی
در جهان راه اندازی می‌شود

کتاب بِرند با شخصیت

سال اول اشتماه اول اردیبهشت ۱۴۰۰

آرش باید در این مسیر بر اساس شخصیت، ویژگی‌ها، نقاط قدرت و اشتیاق خودش برای برنده‌سازی برنامه‌بیزی کند. در ادامه کتاب می‌خوانیم که گام‌های هشت‌گانه آرش در این سفر ساخت برنده‌شخصی چگونه خواهند بود؟

چالش‌های فکری و شغلی
چالش‌های مالی و اجرایی
و راهکارها ...
خواندن این کتاب جمع و جور به تمام زنان و مردانی که دغدغه موفقیت در کسب و کار دارند؛ پیشنهاد می‌شود.
برای تهیه کتاب می‌توانید به وبسایت هزار مدیر دات کام مراجعه نمایید:

www.1000modir.com

قابل قبولی نمی‌گیرد. سال‌ها قبل در سمینارهای انگیزشی و حتی هدف‌گذاری شرکت کرده ولی به دلیل رخ دادن اتفاقات غیرمنتظره که او پیش‌بینی نمی‌کرده تمام برنامه هایش به هم ریخته است او سرگشته و حیران شده و ناامید از ادامه مسیر...

تا این که با فرشید دوست قدیمی پدرش که یک برنده شخصی معتبر و قدرتمند است روبرو می‌شود. سراغ فرشید می‌رود تا به اونسخه موفقیت خودش را بدهد اما در کمال تعجب فرشید او را به مسیر دیگری که همان برنده‌سازی شخصی است رهنمون می‌شود.

گاهی قصد داریم کسب‌وکاری برای خودمان راه‌اندازی کنیم گاهی هم کسب وکاری داریم اما از روند کلی آن، فروش و درآمد، راضی نیستیم. کتاب «برند با شخصیت» براساس یک مدل عملیاتی هشت مرحله‌ای برنده‌سازی شخصی که در هشت هفته اجرا می‌شود شما را ریاضی می‌کند تا بتوانید نقاط قوت خودتان را در کسب و کار کشف کرده و بر اساس توانمندی‌هایتان، برنده جدیدی را گام به گام خلق کنید.

در این کتاب می‌خوانیم که آرش جوانی بیست و چند ساله است که شغلش را از سر اجبار انتخاب کرده مدت‌هاست که هرچه دست و پا می‌زند نتیجه



سفر قهرمانی و مهاجرت

برگرفته از کتاب قهرمان هزارچهره

جوزف کمپل

در این بخش ماجرای بسیار مهم سفر قهرمانی را که به نظر می‌رسد به فرآیند مهاجرت از هر نوعش (کاری، تحصیلی، سرمایه‌گذاری و ...) بسیار مرتبط باشد را برای شما عزیزان آورده‌ایم.

سفر قهرمان یک الگوی کلی است که جوزف کمپل تاریخ‌دان و باستان‌شناس آمریکایی بعد از چندین دهه تحقیق و بررسی تمدن‌های مختلف باستانی تمام دنیا از سرخپوستان آمریکایی گرفته تا شمنهای سیبری و بوشمنهای استرالیا و ملت‌های دیگری از اروپا و آفریقا در کتاب معروفش قهرمان هزارچهره آورده است.

مفهوم سفر قهرمانی یا Journey که بعداً بسیار معروف شد، دستمایه ساخت دهها و چه بسا صدها فیلم سینمایی جهانی و صدها کتاب توسط نویسندهای جهانی و حتی ایرانی شده است.

کمپل برای این الگو هفده مرحله مختلف را نقل می‌کند هر چند بیشتر اسطوره‌های جهان دقیقاً تمام این هفده مرحله را طی نمی‌کنند اما کلیت آن‌ها به سه بخش اصلی تقسیم می‌شود که تقریباً در تمام فرهنگ‌ها و اسطوره‌ای ملل‌ها وجود داشته‌اند.

ما در این مطلب یک به یک این بخش‌ها و مراحل را برای شما به دلیل اهمیت بالای آن خصوصاً برای کسانی که مهاجرت کرده یا به فکر مهاجرت هستند آورده‌ایم.

- جدایی
- استادی

نمی‌کند و آن را رد می‌کند، معمولاً یکی از اصلی‌ترین دلایل رد دعوت این است که قهرمان نمی‌خواهد امنیت نسبی خودش را ازدست بدهد و راهی سرزمین ناشناخته‌ها شود اما موضوع اصلی این است که اگر واقعاً قهرمان باشید این رد دعوت نمی‌تواند زیاد ادامه پیدا کند.

۳. امداد غیبی، وقتی که بالاخره قهرمان دعوت را پذیرفت، امدادی معجزه‌گونه بر او ظاهر می‌شود که اغلب به شکل یک مرشد و استاد است که به قهرمان، راز و رمزها و احیاناً ابزارهایی می‌دهد که در سفر به او یاری برساند.

۴. تصمیم نهایی، قهرمان برای آغاز مهاجرت دلش را یکی می‌کند و اقدام آغاز می‌شود.

۵. عبور از نخستین آستانه، در این مرحله شخص برای شروع ماجراجویی‌اش از مرزهای زندگی شناخته‌شده گذشته و راهی سفر و سرزمین ناشناخته‌ها می‌شود.

۶. شکم نهنگ، این مرحله آخرین قسمت از بخش جدایی است. اینجا زمان و مکانی است که قهرمان جسارت‌ش براي ورود به سرزمین جدید را از خود نشان داده است و به دنبال دگردیسی به درون

- بازگشت
- در بخش جدایی قهرمان داستان (که می‌توانیم هرکدام از ما باشیم) از دنیای عادی به دنیای ناشناخته‌ها سفر می‌کند.
- بخش استادی که اصطلاحاً تشریف هم نامیده می‌شود شرح ماجرای قهرمان در دنیای ناشناخته‌ها، جنگ با اژدها و نهایتاً یافتن گنج و اصطلاحاً رسیدن به استادی است.
- اما سومین بخش یا بازگشت به موضوعی می‌پردازد که قهرمان برای کمک به مردمان سرزمین مادری‌اش باید به موطن خود بازگشته و علم و توان خود را در راه بهبود آن به کار بیندد.

در ادامه و به صورت خلاصه این هفده مرحله را برایتان توضیح می‌دهیم.

۱. دعوت به ماجراجویی، قهرمان داستان که در حال زندگی روزمره خود است به سمت یک ماجراجویی یا نوعی سفر و حرکت به سمت دنیای ناشناخته دعوت می‌شود.

۲. رد دعوت، قهرمان داستان ما در این مرحله به دعوت انجام شده اعتمای زیادی



دم را دریافت نمی‌گویند. جایی که فرد نه حسرت گذشته را می‌خورد و نه نگران آینده است.

۱۷. صعود به پله‌ای بالاتر، اینجا شاید قهرمان چند صباحی که ممکن است چندین و چند سال باشد در جای خود می‌ماند تا سفر جدیدی را آغاز کند و

جمع‌بندی مبحث سفر قهرمانی و مهاجرت

دوست عزیزم به نظر می‌رسد که مسیر مهاجرت، حال از هر نوعی شاست شباهت زیادی به سفر قهرمانی دارد. انسان‌هایی که خود یا به همراه خانواده‌هایشان ظاهرا هزاران سال است که در سراسر جهانی این سفر قهرمانی را طی کرده‌اند.

برخی از آن‌ها پیش از آغاز سفر خود بارها و بارها به آن نه گفته بودند، برخی هم اصلاً سفرشان را آغاز نکرده‌اند و نخواهند کرد چون نگران هستند که از دایره امن خود خارج شوند.

هدف از خلاصه این کتاب در مجله‌ی (موفقیت ایرانیان در ترکیه) این بود که بدانیم وقتی قدم در راه مهاجرت می‌گذاریم باید با چندین آزمون و چالش خطرناک یا به روایت اسطوره‌ها، ازدها روپرو شویم و این اصلاً راحت نیست! ضمناً در این مسیر همیشه وسوسه گرانی داریم که بارها و بارها می‌توانند ما را از ادامه مسیر منصرف کنند!

در انتهای شما یک سفر قهرمانی تان را ادامه می‌دهید ارباب دوجهان می‌شوید حال این که به صورت فیزیکی یا معنوی به سرزمین مادری خود برگردید یا نه، نیز بخشی از این سفر خواهد بود.

۱۰. خدای گون شدن، در این مرحله، قهرمان به مرگ روحانی دچار می‌شود به ماورای دوگانگی رسیده و به آرامش می‌رسد. اینجا همان جایی است که او دانش والایی را کسب کرده و اکنون برای سخت‌ترین مرحله آماده می‌شود.

۱۱. برکت نهایی، این مرحله رسیدن به مقصد نهایی سفری است که قهرمان آغاز کرده بود. تا پیش از این قهرمان هرچه کرده بود برای رسیدن به این نقطه بوده است. اینجا دقیقاً مرحله استادی است و در بیشتر اسطوره‌ها از آن به رسیدن به جام مقدس یا آب زندگانی نام بده می‌شود.

۱۲. بازگشت و اجتناب از آن، قهرمان که در جهان مقصد به موفقیت دست یافته است دیگر تمایلی برای بازگشت به زندگی قبلی و عادی خود ندارد و نمی‌خواهد تخصص یافته را در اختیار سرزمین مادرش اش قرار دهد.

۱۳. فرار جادویی، گاهی اگر پاداش نهایی چیزی بسیار چشمگیر و خداگونه باشد قهرمان باید از آن فرار کند و اینجا دقیقاً جایی شبیه آغاز سفر است که کاری بس سخت است.

۱۴. گذشتن از آستانه بازگشت، در این مرحله قهرمان می‌آموزد که چطور حکمتی را که طی سفر آموخته با باقی جهان به اشتراک بگذارد. قهرمان باید در این قسمت واقعیت و سختی جهان را بپذیرد.

۱۵. ارباب دوجهان، قهرمان‌های عادی و انسانی شبیه اکثر ما در این مرحله به بلوغی می‌رسند که آن‌ها را ارباب دوجهان خودشان می‌کند و در قهرمان‌های اسطوره‌ها مایسی ناصری و بودا را در این مرحله داریم.

۱۶. زندگی آزاد، رهایی از ترس مرگ حس درونی قهرمان در این مرحله از سفر است، آزادی برای زندگی کردن، گاهی به این مرحله

جهان ناشناخته بلعیده می‌شود و حتی به نظر می‌رسد که مرده است!

اینجا دقیقاً همان شکم نهنگی است که ما در کتب مذهبی خوانده‌ایم و حتی در داستان پینوکیو هم با آن برخورد داشته‌ایم.

۷. جاده آزمون‌ها، مجموعه‌ای از امتحانات بعضاً سخت است که قهرمان داستان باید بتواند از پس آن هابزیایدتا آماده دگریسی شود و باید بگوییم که قهرمان معمولاً در چند آزمون شکست می‌خورد!

قهرمان مخفیانه توسط نیروهای ماورایی و ابزارهایی که مرشد پیش از سفر به او داده بارها کمک می‌شود و در میانه شکست‌ها و پیروزی‌ها در می‌باید که یک نیروی خیرخواه می‌خواهد او سفرش را با موفقیت به انجام برساند.

در این مسیر ازدهایانی را باید کشت، از مواعن غیرمنتظره گذشت، راههای طولانی و گاهای تاریک جزئی از این سفر هستند درست به مانند هفت‌خان رستم و ...

۸. زن وسوسه‌گر، اینجا زمانیست که قهرمان با وسوسه‌هایی جسمانی ولذت‌بخش برای ول کردن مسیرش مواجه می‌شود! سفرت را ول کن، برگرد به همان جایی که بودی و چون مسیر دقیقاً در جای سخت خودش است متاسفانه برخی افراد سفرشان را در این مرحله ترک می‌کنند! وسوسه‌گر الزاماً یک زن نیست و زن بودن صرفاً یک استعاره است

۹. روپریوی با غول نام مرحله بعدی است، اینجا جایی است که قهرمان باید با چیزی که بیشترین قدرت را در زندگی اش دارد روپریو شود، این قدرت معمولاً ظالم و بی‌رحم است و در بسیاری از اسطوره‌ها آن را پدری قدرتمند می‌نامند که می‌تواند زنده‌کند و بمیراند! قهرمان واقعی نهايتها بر او فائق می‌آید یا با او یکی می‌شود.

انواع اقامت در ترکیه در نیمه اول سال ۲۰۲۳

اکثر موارد رد می‌شود چون متأسفانه بسیاری از ملیت‌ها از جمله برخی هموطنان ما با این بهانه به دنبال زندگی و کار دائمی در ترکیه بوده اما علت را سفر توریستی اعلام کرده بودند.

مورد هفتم اقامت از طریق درمان بیماری است. کسانی که متأسفانه بیماری جدی دارند و نیاز به درمان در ترکیه داشته برای این منظور می‌توانند با دریافت ندارک لازم از بیمارستان و ارگان‌های مربوطه مدنظرشان اقامت طولانی‌مدت‌تر خود در ترکیه را کسب کنند.

مورد هشتم اقامت حقوقی شامل افرادی است که در دادگاه‌های کشور ترکیه پرونده‌هایی مفتوح دارند چه به عنوان شاکی یا متشاکی و به دلیل حضور در دادگاه و نیاز به ارائه مدارک باید اقامت طولانی‌مدت‌تری داشته باشند.



مورد سوم افرادی هستند که برای انجام کارهای تجاری به ترکیه می‌آیند. این اشخاص باید دعوتنامه از افراد یا شرکت‌های تجاری ترکیه‌ای داشته باشند و هدف‌شان کاملاً از این اقامت مشخص باشد.

این از همان جمله مواردی است که سو استفاده زیادی از آن شده است، به همین دلیلی به راحتی در این مورد اقامت داده نمی‌شود.

مورد چهارم اقامت از طریق آموزش دادن است. کسانی که به این روش قصد گرفتن اقامت دارند باید مدارک لازم را از ارگان‌های مختلف ترکیه کسب کنند.

مورد ششم اقامت توریستی است. افرادی که قصد دارند شهرها و مناطق مختلف ترکیه را بگردند و نیاز دارند که طی شش ماه تا یک سال در ترکیه اقامت داشته باشند.

برای اخذ این نوع اقامت باید مدارک لازم را ارائه نمایند، به طور مثال خانه‌ای را به صورت رسمی اجاره کنند و پول کافی در حساب بانکی ترکیه خود داشته باشند. این روش اقامتی هم اکنون در

انواع اقامتی که در ترکیه داریم

- . اقامت کوتاه مدت
- . اقامت بلند مدت
- . اقامت دائمی

اقامت کوتاه مدت

سایت اداره مهاجرت ترکیه یا گوج این موارد را به چهارده مورد تقسیم کرده است، که البته در شرایط کنونی بخش زیادی از پرونده‌های این چهارده گزینه با توجه به سو استفاده‌های مکرری که از طرف درخواست‌کنندگان آن‌ها شده است قبول نمی‌شوند مگر این که مدارک به حدی قوی و مستدل باشند و اداره مهاجرت ترکیه کاملاً مطمئن شود فردی که برای این اقامت مراجعه کرده است حتماً شرایطش را داشته باشد.

مورد اول اقامت جهت تحقیقات علمی از وزارت فرهنگ، توریست، نیرو یا دانشگاه‌های ترکیه است.

مورد دوم خرید ملک

شرایط سایت اداره مهاجرت در این باره این است که شما باید در ملک خریداری شده ساکن باشید و حتماً در آن آدرس زندگی کنید. این مورد یک بخشناهه هم دارد و آن این است که در شهرهای کوچک قیمت ملک خریداری شده شما باید بالای ۵۰۰۰۰ دلار و در شهرهای بزرگ بالای ۷۵۰۰۰ دلار آمریکا باشد. این بخشناهه بخطی به قانون کشور بطبی نداشته و هر زمانی قابل تغییر است.



ملک بخزند. این ملک می‌تواند یک یا چندین ملک حتی در شهرهای مختلف ترکیه باشد، تجاری یا مسکونی تفاوتی ندارد. نکته مهم این است که مجموع این املاک که حتماً باید به نام یک نفر باشند (زن یا شوهر) از چهارصد هزار دلار بالاتر باشد. زمانی که خرید شما نهایی می‌شود از دولت ترکیه درخواست می‌کنیم روى این ملک یا املاک یک رهن یا شرح سه ساله گذاشته و پس از بررسی مدارک و فیش‌های واریزی و برگه‌های تبدیل پول و ... به ما برگه‌ای می‌دهد به نام اویگونلوک که یعنی ما شرایط اخذ تابعیت ترکیه را با توجه به سرمایه‌گذاری چهارصد هزار دلاری خود داریم.

با این برگه مدارکی مثل ترجمه پاسپورت و سند ازدواج را به اداره اقامت ترکیه می‌دهیم و همسر سرمایه‌گذار به همراه فرزندان زیر هجده سالش شامل این اقامت دائمی می‌شوند.

با اخذ این نوع اقامت شما کارت ملی ترکیه یا همان کیمیلیک آبی ترکیه و پاسپورت دائمی ترکیه را گرفته و حتی می‌توانید اسم و فامیل ترکیه‌ای برای خود انتخاب نمایید.

این روش اقامتی اکنون محکم‌ترین راهکار اقامتی است که شما از تمام حقوق یک شهروند ترکیه‌ای حتی حق رای دادن نیز بهره‌مند می‌شوید.

مورد چهاردهم کسانی که تابعیت کشور قبرس را دارند که خب شامل هموطنان ما نمی‌شود.

اقامت‌های بلند مدت

کسانی که هشت سال بدون وقفه و بدون مشکل در کشور ترکیه زندگی کرده باشند می‌توانند درخواست اقامت بلندمدت ترکیه را داشته باشند. زمان حضور این افراد به عنوان دوران دانشجویی نصف محاسبه می‌شود. حال شاید این سوال پیش بیاید که مزیت این روش چیست؟ چرا اقامت نامحدود بگیریم و تابعیت یا پاسپورت ترکیه را نگیریم؟

ممکن است به هر علتی تابعیت شما تایید نشود یا به دلیل تابعیت سایر کشورها ممکن است نخواهید تابعیت ترکیه را بگیرید. این افراد به این صورت می‌توانند اقامت نامحدود بگیرند که البته درست به مانند تابعیت بر اساس سالهای حضور زیاد در ترکیه نیاز به تست‌های بیماری، داشتن درآمد و شرایط خدمات درمانی دارد.

اقامت بند ژیا اقامت دائمی سرمایه‌گذاری یا شهروندی ترکیه این اقامت به کسانی تعلق می‌گیرد که بخواهند در ترکیه معادل ۴۰۰/۰۰۰ دلار

مورد نهم افرادی هستند که سه سال اقامت خانواده در ترکیه گرفته باشند. به طور مثال خانمی که با مرد ترک ازدواج کرده و سه سال با او زندگی کرده باشد می‌تواند بعد از آن درخواست اقامت خانواده کرده و سپس اقامت شخصی خودش را دریافت کند.

مورد دهم شامل کسانی می‌شود که در حال یادگیری زبان ترکی در موسسات رسمی کشور ترکیه هستند که این مورد هم از جمله مواردی است که از آن سو استفاده زیادی شده است و به همین دلیل به راحتی تمدید نمی‌شوند.

مورد یازدهم شامل کسانی است که توسط ارگان‌ها و ادارات دولتی ترکیه مورد نیاز بوده تا کار آموزشی کنند. به طور مثال وزارت توریست ترکیه افرادی را نیاز دارد که به کارمندانش در خصوص یک زمینه خاص آموزش بدهد.

مورد دوازدهم کسانی هستند که فوق لیسانس را در ترکیه تمام کرده اند، طی شش ماه حق مراجعته داشته و حداقل می‌توانند برای یک سال اقامت ترکیه را بگیرند.

مورد سیزدهم اقامت خانواده برای کسانی است که در ترکیه اجازه کار دارند و می‌توانند همسر و فرزندان زیر ۱۸ سال خود را نیز مقیم کنند.

آیا ترکیه محل مناسبی برای سرمایه‌گذاری و زندگی است

اگر برایتان فرش قرمز پهنه نکنند حداقل فرش را نیز از زیرپایتان نمی‌کشن!

امروز قصد دارم درباره کشور ترکیه، شرایط و فرصت‌هایی که در آن وجود دارد کمی صحبت کنم. به عنوان کسی که سالهای زیادی از عمرم را در کشور عزیزمان ایران به عنوان کارآفرین و صنعتگر سپری کرده‌ام، بیست و شش سال سابقه مدیریت کسب و کار دارم، تا مقطع دکترا تحصیل کردم و سپس به تاسیس دانشگاه و تدریس در آن مشغول شدم این سخنان را برای شما می‌نویسم. من پس از سال‌ها انجام کار عملی و راهاندازی شرکت‌های متفاوت و با پشتونه تجربه‌های موفقیت و بعض‌ا شکست متعدد این سالیان، برای اولین بار در عمرم طی دو سال گذشته تحقیقات میدانی خودم را به صورت جدی در جستجوی مقصدی برای سرمایه‌گذاری آغاز کردم.

این کار نه برای خروج از کشور و ترک وطن، بلکه برای یافتن پایگاهی برای دور زدن تحریم‌های موجود و ایجاد شرکتی که بتواند کسب وکارهای داخل ایران را پشتیبانی کند بود.

در این مدت از کشور امارات و شهرهای دبی و ابوظبی بازدید کردم، به عمان رفتم و مسقط را دیدم، در ارمنستان از ایروان بازدید کردم، در گرجستان از تفلیس و شهر با تومی بازدیدی داشتم، در مجالی دیگر در آذربایجان، باکو را دیدم، به عشق آباد ترکمنستان رفتم و اطلاعات کاربردی خوبی کسب کردم، در رابطه با آلمانی و آکنائو در قرقیزستان از دوستان بسیار نزدیکم تحقیقات جامعی کردم. در چندین شهر دیگر در کشورهای متفاوت و غیر هم‌جوار هم تحقیقاتی انجام دادم که در کجا می‌توان پایگاهی مناسب برای بیزنس تاسیس کرد؟

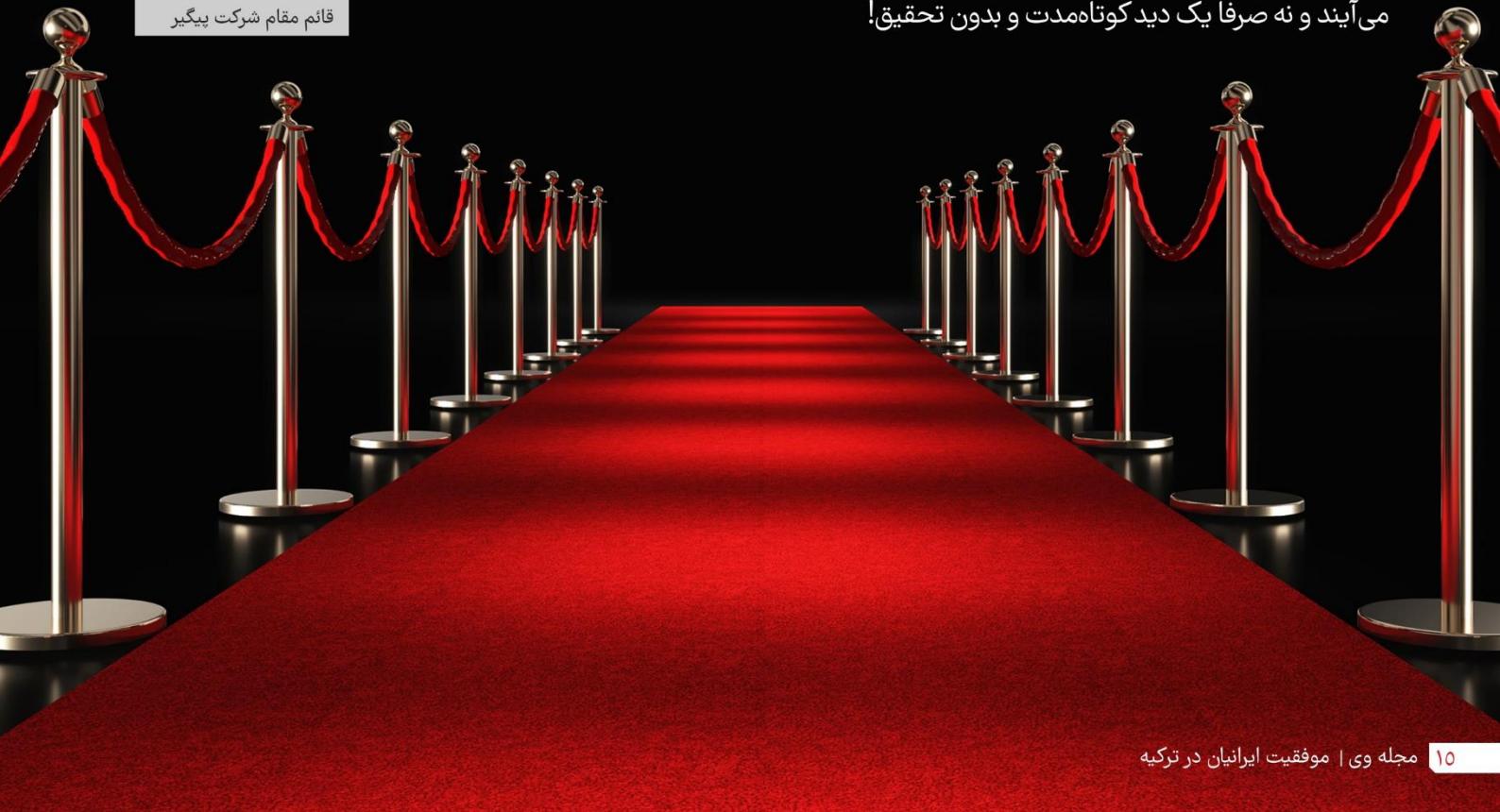
پیش از این هم گفتم که هدف اصلی ایجاد کسب وکاری بود تا برای بیزنس‌های موجود خودم در ایران بتوانم یک پایگاه و پشتیبان خارج از کشور ایجاد کنم. همچنین دنبال این بودم که بتوانم یک تیرو دونشان بزنم یعنی در آنجا مدتی در سال را به همراه خانواده از امکانات کشور مقصد استفاده کنم.

در نهایت به این جمع‌بندی رسیدم که کشور مورد نظر من می‌تواند ترکیه و شهر ازمیر باشد.

یادآوری: تمام توضیحات بالا از این جهت دادم که بدانید صحبت‌های من از سرتجربه‌های ملموس می‌آیند و نه صرفاً یک دیدکوتاه‌مدت و بدون تحقیق!



شروین اردلان
قائم مقام شرکت پیگیر



حالا چرا ترکیه را انتخاب کردم؟

در ابتدای قصد دارم به شما توضیح دهم که چه شاخصه‌هایی برای انتخاب مقصد سرمایه‌گذاری من اهمیت بالاتری داشته است و کدامها را مدنظر قرار داده‌ام.

ترکیه و ایران چه نقاط مشترکی دارد؟

می‌دانید که ترکیه جمعیتی با تعداد مشابه ایران دارد و این در حالیست که مساحت ترکیه نصف ایران است با منابع و ذخایر زیرزمینی بسیار کمتر اما دسترسی به دریای سیاه در شمال و دریای مدیترانه در جنوب آن را نیز نباید فراموش کرد.

ضمناً ترکیه صادراتی چندین برابر ایران دارد در عین حالی که ارتباط بسیار خوبی با کشورهای مختلف دنیا ایجاد کرده است، همچنین امکان تاسیس و راه‌اندازی شرکت و کسب و کار در ترکیه بسیار آسان تر از ایران است و البته نباید فراموش کنیم که هم‌مرز بودن و عدم نیاز به ویزا وجود پروازهای هر روزه همه و همه از دیگر مزیت‌های انتخاب ترکیه به عنوان یک پایلوت کسب و کاری هستند.

نکته بسیار مهم دیگر برای من، وجود صنعت پیشرو مرغ در این کشور است خصوصاً وجود زنجیره‌های تامین قدرتمند ترکیه باعث شده برندهای زیادی در خصوص داروها و ریزمندی‌ها در این کشور حضور فعال داشته باشند و این برای کسب و کار من بسیار ارزشمند و کاربردی است.

نکته بعدی امکان خرید خانه و املاک

تجاری با شرط گرفتن اقامت و پاسپورت در ترکیه است که در شرایط کنونی برای خارجیان بسیار آسان و به صورت قطعی است هرچند ممکن است با تغییر دولت این شرایط تغییر کند.

تمام موارد بالا را که در نظر بگیریم نباید از یک نکته بسیار مهم نیز غافل شویم:

این که احترام عمومی ترکیه‌ای‌ها

نسبت به ایرانیان بسیار خوب است.

این در حالیست که در کل کشورهای منطقه که به همه آن‌ها سفر داشته‌ام فقط و فقط در کشور عمان و شهر مسقط تا حدی این موضوع را تجربه کرده بودم و متناسفانه در سایر کشورها احترام زیادی برای ما ایرانیان قائل نبودند!

طی چند سال اخیر ایرانیان زیادی در ترکیه ساکن شده‌اند، طبق آماری که مشاهده کردم فقط در سال ۲۰۲۱ تعداد ۸۰/۰۰۰ ایرانی به صورت قانونی به ترکیه مهاجرت کرده‌اند.

این در حالیست که به جز ایرانیان طی دهه گذشته مهاجران زیادی از روسیه، اوکراین، کشورهای حوزه خلیج فارس، سوریه‌ایها، عراقی‌ها، به همین صورت کشورهای آسیای میانه مثل ترکمنستان و قزاقستان و البته آذربایجان راهی ترکیه شده‌اند.

جالب است که آلمانی‌ها نیز جزو کسانی هستند که در لیست مهاجران این سالهای ترکیه قرار دارند که بخشی به دلیل هزینه زندگی پایین‌تر نسبت به اروپا با کیفیتی

مشابه و البته آب و هوای مطلوب مدیترانه‌ای آن بوده است.

همچنین در ترکیه طی سالیان گذشته بسترها بسیار خوبی برای سرمایه‌گذاری ایجاد شده است که این کشور را به یک قطب صنعتی منطقه‌ای بدل کرده است. ترک‌ها در صنایعی به مانند پوشاسک و نساجی، لوازم خانگی، کشاورزی و دام و طیور، گلخانه، لوازم یدکی خودرو، صنعت مبلمان و به شدت موفق بوده‌اند.

تمام موارد بالا را به این دلیل به عرض رساندم که بگوییم در حال صحبت درباره کشوری هستم که قابلیت‌های زیادی برای ایجاد کسب و کار در آن تجمیع شده است. بنابراین تصور من این است که برای یک ایرانی جویای نام و کار در ترکیه، فضای خوبی وجود دارد و البته موردی مثل حسن بسیار مهم امنیت که در برخی شهرهای ترکیه به مانند ازمیر وجود دارد و من آن را با پوست خودم حس کردم را نباید اصلاً دست کم گرفت.

اجتماعات ایرانیانی که به هموطنان در ساختن یک زندگی یا کسب و کار جدید کمک می‌کنند نیز از جمله گزینه‌هایی هستند که نباید آن‌ها را به هیچ وجه نادیده گرفت. این‌ها برای من بسیار جذاب بودند و شاید همین‌ها باعث شدند ازمیر ترکیه را برای سرمایه‌گذاری ملکی و کسب و کاری انتخاب کنم.

در اینجا لازم می‌بینم که توجه شما را به نکته بسیار مهم دیگری جلب کنم. موردی که در بسیاری از دوستان و اقوامی که به

سرزمین‌های متفاوت مهاجرت کرده‌اند مثل کانادا، آمریکا، اروپا، استرالیا و ... دیده‌ام.

موضوع، موارد عاطفی در سرمیں مقصود و البته دیدگاه مردمان آن مرزو بوم نسب به ما است. خواه ناخواه ما در کشور مقصد برنده که در سرمیں خودمان داشته‌ایم را دیگر نداریم، حداقل تا مدت‌های مديدی وضعیت به این صورت خواهد بود.

کسی در کوچه، خیابان، ادارات و سازمان‌ها برای ما دولا راست نشده چرا که اصلاً ما و موفقیت‌های پیشین احتمالی ما در این سرمیں برای کسی اهمیتی ندارد. همه این‌ها ممکن است به ما فشارهایی را وارد کنند که شاید افراد در زمان بررسی آیتم‌های مهاجرت آن‌ها را به درستی در نظر نگیرند!

همین‌طور بحث احترامی که توقع دارید مردمان سرمیں مقصده شما بگذارندیا... این‌ها نکاتی هستند که در ترکیه شما را کمتر دچار مشکل خواهند کرد، شاید دلیلش هم مواردی مثل قرابت‌های زبانی و لغوی، شباهت‌های ظاهری و تئیکی بین ما و ترکیه‌ای‌ها باشد که باعث می‌شود شما نگرانی چندانی حداقل از جهت برخوردهای عمومی مردم و همسایگان نداشته باشید.

به این‌ها رژیم غذایی مشابه، لذیذ و جذاب ترکیه برای ما ایرانیان را بیفزایید که اگر تجربه زندگی در کشورهای دوردست را داشته باشید می‌دانید که بسیار مهم هستند.

و ضریب نهایی از نظر من، وجود جامعه ایرانی خونگرم و مورد اعتماد در شهرهای

امکان فروش ملک به خارجیان، اخذ اقامت و شهروندی و باعث شده و خواهد شد طی چند سال پیش رو یک جامعه چند فرهنگی توانمند از خارجیان در این کشور ایجاد شود.

یکی از فرصت‌هایی که به نظر من وجود دارد ارائه خدمات هرچه با کیفیت‌تر و بهتر به مهاجرانی است که همچنان به سمت ترکیه سرازیر هستند. بخشی از این خدمات شامل اقدامات اولیه مهاجرتی، ملکی و اقامتی بوده تا خدمات نگهداری منزل و ثبت‌نام در مدارس و موسسات و هرآنچه که یک مهاجر نیاز دارد.

ضمناً مواردی مثل اخذ بلیط و ترانسفر فرودگاهی، برگزاری جشن‌های محلی ایرانیان در ترکیه، اجاره موقت یا دائمی منزل، خرید وسایل منزل، نصب و تعمیرات وسایل خانه و بازکردن حساب‌های بانکی و

همه ما ایرانیان در ابتدای ورود به کشور جدید به شدت نگران هستیم، حتی برای چیزهایی که شاید به ظاهر ساده و غیر مهم بیایند. پس ایجاد شغل و ارائه خدمات در این زمینه‌ها را باید بسیار جدی بگیرید.

فقط و فقط موضوع بسیار مهم دیگر در این گونه مشاغل مساله اعتماد است، خصوصاً که مباحث مالی و جابجاگی ارقام سنگین پول همیشه و در هرجای دنیا نگران‌کننده است.

البته مشخص است که راه‌اندازی کسب و کار و ارائه خدمات در این موارد باید کمی پس از کسب تجربه و اخذ مجوزهای لازم

مثل ازمیر ترکیه (که من تجربه‌اش را دارم) است که اصلاً اجازه نمی‌دهد شما در اینجا حس غربت داشته باشید.

فرش قرمز در ترکیه!

تمام این صحبت‌ها را کردم که بگوییم از لحاظ علم کشاورزی، زمانی که قرار است بذری کاشته شود شما به امکانات اولیه‌ای مثل خاک مناسب، آب سالم و میزان نور کافی نیاز دارید. وقتی که این بستر آماده است زراعت شما هم البته با نگهداری دائمی از محصولتان نتیجتاً موفق خواهد بود.

استعاره بالا را گفتم تا بگوییم در شرایط فعلی، کشور ترکیه جایی است که این بسترها را برای ساختن یک زندگی و البته راه‌اندازی کسب و کار جدید فراهم کرده است. چیزی که من با چشمان خودم دیدم این است که **اگر بریتان**

را نیاز از زیرپایتان نمی‌کشند!

ضمن این که جامعه ایرانیان مورد اعتمادی که در ترکیه شکل گرفته‌اند نقش زیادی در کاهش نگرانی‌های سرمایه‌گذاران در این کشور دارند، هرچند که باید در انتخاب مشاوران خود دقت کنید تا خدای ناکرده دچار مشکل نشوید.

فرصت ایجاد کسب و کار در ترکیه

برداشت فعلی من این است که مسیر چند ساله گذشته ترکیه در خصوص

در ترکیه صورت بگیرد و به نظر من به شرط متخصص و معتمد بودن، فرصت‌های شغلی بزرگی برای ایرانیان ایجاد می‌کند.

دور زدن تحريم‌ها

دومین بخش انتخاب ترکیه به عنوان مقصد برای من بحث سرمایه‌گذاری و ایجاد کسب وکار بوده است که بالاتر هم اشاره کردم، ثبت و فعالیت شرکت در ترکیه برای دور زدن تحريم‌های فعلی ایران و ایجاد کسب وکارهای واسطه که بتوانند به بیزنس‌های فعلی مان در ایران کمک کنند. در نهایت با توجه به وضعیت کنونی و ملت‌های اقتصادی ایران، شدت تورم بالا و ناشفاف بودن سیاست‌های اقتصادی اگر توان سرمایه‌گذاری خارجی داشته باشد به پیشنهاد من ترکیه می‌تواند فعلاً سبد مناسیب برای قراردادن تخم مرغ‌های جدید شما باشد، خصوصاً که شما با بازگردان حساب‌های بین‌المللی می‌توانید ذخیره ارزهای خارجی داشته و نگران کمارزش شدن دارایی خودتان نباشید.

بی‌گدار به آب نزنید...

به هر روى، اين‌ها بخشي از تجربيات و نظرات من بودند که گرم و داغ بوده و تازه از تنور ترکیه بپرون آمدند.

در نهایت شماي مخاطب عزيز باید شرياط مالي و توانيات‌های کنونی خودتان را مدنظر داشته باشيد و با علم و آگاهی و تحقیقات، هرگونه تصميم مالي در خصوص مهاجرت يا ایجاد کسب وکار در ترکیه را اخذ کنيد.

کتاب برنده باز نويسنده‌گان احسان مهدوي نژاد، دکتر شروین اردلان

مطالعه کتاب برنده باز به شما کمک می‌کند تا بتوانید نقطه شروع برنده‌سازی شخصی یا سازمانی‌تان را بیابید؛ آینده آن را از زاویه بهتری ببینید؛ برای عبور از چالش‌ها و موانع پیش رو آماده شوید؛ اجزای برنده‌تان را بسازید؛ نقشه راه حرفه‌ای برای افزایش شهرت و اثربخشی برنده طراحی و اجرا کنید؛ و در نهایت بتوانید با یک رهبری هوشمندانه از آن چه ساختید محافظت کرده و برنده‌تان را رشد دهید





سرمایه‌گذاری در ترکیه

هدف از نوشتن این مطلب این است که اگر هر کدام از هموطنان ما قصد سرمایه‌گذاری در ترکیه را داشتند بتوانند تعاملات اقتصادی موفقیت‌آمیزی را داشته باشند.

به عنوان پیش فرض باید عرض کنیم که وقتی صحبت از سرمایه‌گذاری می‌کنیم منظورمان صرفاً سرمایه‌گذاری مالی نیست چراکه مواردی مثل زمان‌مان، دانش و مهارت‌مان، تمرکزو تخصص‌مان، شبکه و ارتباط‌مان، همه و همه جزو منابع سرمایه‌گذاری مامحسوب می‌شوند. پس سرمایه‌گذاری در ترکیه صرفاً به معنای انتقال پول به این کشور نیست!

که ما اگه می‌خواهیم مهاجرت کنیم و احیاناً پول و منابعی را وارد کشور ترکیه کنیم این قیاسی اشتباه خواهد بود که هر لحظه بخواهیم آن را با اقتصاد ایران مقایسه کنیم.

چون متاسفانه و در کمال تاسف اقتصاد فعلی ایران بسیار ضعیف، بیمار و کلا ناکارآمد است!

با شرایط کنونی، هر قیاسی با اقتصاد ایران یک قیاس مع‌الفارغ خواهد بود، این در حالیست که قیاس ما باید در اسکیلی یا سطوح بین‌المللی باشد. یعنی من که منابعی از انواع ذکر شده بالا را دارم اگر

اقتصادی خیلی خوبی بود و رشد های قابل توجهی را چه به لحاظ اقتصادی، چه کاهش بیکاری، چه رشد تراز تجاري و بازرگانی در حال تجربه بود تا اتفاقات سیاسی که طی چند سال اخیر به وقوع پیوست و البته مساله کووید ۱۹ باعث شدند که اقتصاد ترکیه هم دستخوش تغییرات و تحولات بزرگی شود!

طبعتاً این تغییرات بر اقتصاد خانواده و اقتصاد مردمانی که در آنجا زندگی می‌کنند تاثیرات خودش را می‌گذارد.

نکته قابل توجهی که وجود دارد این است

اولین نکته این است که تراز اقتصادی کشوری که برای سرمایه‌گذاری انتخاب کردہ‌ایم در قیاس با جی‌دی‌پی (تولید ناخالص داخلی) جهانی یا اقتصادبین المللی چقدر است؟

همچنین باید اتفاقات سیاسی‌ای که در کشور مقصد رقم خورده یا احتمال رقم خوردنش هست را بررسی کنیم و البته مناسبات بین‌المللی کشور مقصد و در این مورد خاص ترکیه را باید بررسی کنیم. در کل باید گفت ترکیه کشوری است که طی چند سال گذشته در حال طی کردن شرایط



محمد سریارافراز

مدرس و مشاور
اقتصادی و سرمایه‌گذاری

یا... و حالا به عنوان تکمیل سبدت ملکی تنان سومین گزینه رادر ترکیه می خرید.

■ نکته بعدی این که آورده های پنهان باید برای شما عامل جذب کننده باشند، مثلاً این که شما بگویید من یک جای پا در خارج از کشور به دست می آورم یا به واسطه این سرمایه گذاری ملکی می توانم اقامت یا شهروندی و پاسپورت ترکیه را اخذ کنم. اما نکته نهایی ما برای دوستانی که به دنبال راه اندازی بیزنس در ترکیه هستند این موضوع است:

باید حتماً وقت کنیم که ما با اقلیم ترک زبانان در ارتباط هستیم و اهالی این بازار، مزايا و معایب خاص خودشان را دارند. تجربه ای که من در این خصوص دارم این است که در کل، کار کردن با ترکیه ایها آسان نیست، البته سخت و پیچیده هم نیست لیکن قلق های خاص خودش را دارد؛ شما باید با این دانش وارد بازار کسب و کار ترکیه بشوید.

و نکته طلای آخر ما:

تمام پلهای پشت سرتان در ایران را خراب نکنید، اگر کسب و کاری در ایران دارید اول مطمئن شوید که در ترکیه می توانید کار سودآوری را رقم بزنید، سپس در صدد تعطیلی یا انتقال کسب و کار ایران تان اقدام کنید. در نهایت پیشنهاد می براي راه اندازی کسب و کار در کشور ترکیه انجام کارهای خدماتی است.

اگر بتوانیم پشتیبانی نیروهای خدماتی شغلمن را از ایران ساپورت کنیم که هزینه تمام شده پایین تری برای ما داشته باشد این موضوع برای ما مزیت عملکری و رقابتی بالایی خواهد داشت.

يعني به نظر من اگر هدف شما از سرمایه گذاری در ترکیه بازار ایران باشد بهتر است گزارشات اتفاق های بازار گانی به صورت دقیق خوانده شوند و ببینیم که طی مدت زمان گذشته چه محصولات جذابی در این خصوص وجود داشته اند؟ اما به صورت کلی پیشنهاد من این است کسب و کاری را راه بیندازید که در هایش صرفا درهای تبادلات با ایران نباشد و بهتر است به تبادلات بین المللی فکر کنید.

به پیشنهاد من شما بهتر است کالا یا خدمتی را ارائه بدهید که برای خود شهروندان ترکیه ای مورد استفاده داشته باشد و نه صرفا بازار هدف ایران!

حوزه سرمایه گذاری مسکن

در حوزه سرمایه گذاری مسکن اگر بخواهیم نکاتی را به عرض برسانیم باید بگوییم چندین و چندبار پیش آمده که ما به دوستان علاقه مند به سرمایه گذاری ملکی در ترکیه گفته ایم که این کار برای شما مناسب نیست!

چرا؟ در ادامه توضیح خواهیم داد:

■ هدفتان از خرید ملک در ترکیه چیست؟
■ اگر هدفتان صرفا کسب سود باشد به نظر ما سرمایه گذاری ملکی در ایران شاید سود بیشتری نسبت به ترکیه به شما بدهد اما اگر اهداف دیگری داشته باشید شاید سرمایه گذاری ملکی را برای شما جذاب کند حتی جذاب تر از ایران!

■ پیشنهاد من این است اگر می خواهید ملکی را در ترکیه بخرید حتما به عنوان ملک دوم و سوم تان باشد، یعنی یک ملک اصلی در ایران دارید حتی یک آلترناتیو هم دارید مثلا زمینی در شمال

بخواهم آنها را به اسپانیا، پرتغال، آلمان، یونان، امارات، کانادا یا استرالیا و البته ترکیه انتقال دهم، چه اتفاقی می افتد؟ تراز ما باید ترازی بین المللی باشد!

با این اوصاف باید بپذیریم که حداقل در شرایط کنونی، ترکیه وضعیت اقتصادی چندان قدرتمندی ندارد اما باید توجه کنیم این کشور به جهت زیرساخت هایی که طی چند سال قبل به وجود آورده وضعیت بد و نابسامانی ندارد!

زیرساخت های ایجاد شده این کشور به حدی قوی بوده اند که علی رغم اتفاقاتی که طی دو سه سال گذشته به اقتصاد این کشور آسیب وارد کرده است هنوز آن شاکله قوی را از بین نبرده و ستون های قدرتمند آن همچنان بر جای خودشان هستند.

نکته مهم دیگری که باید به آن توجه کنیم انواع و اقسام تبادلات بین المللی هستند که در اقتصاد ترکیه کمافی سابق و همچنان به وقوع می پیوندد.

به طور مثال من نوعی که می خواهم منابع، تخصص یا دانشم را بیاورم و در تراز صادرات و واردات جهانی وارد شوم، دقیقاً چه نقش آفرینی را می توانم در آن اقتصاد داشته باشم؟

ممکن است در این مسیر برخی از شما عزیزان بازار هدفتان بازار ایران باشد. چه از جنس صادرات چه از جنس واردات!

خب در شرایط کنونی می توان گفت فعالیت در بازار پوشانک ترکیه داغ است همچنین تحولات در بازار محصولات پتروشیمی صادراتی از ایران به ترکیه نیز بسیار پر رونق هستند. ضمناً فعالیت صادراتی از ترکیه به ایران در یک سری محصولات و اقلام ورزشی داغ است.

عبور از پیچ و خم‌های زندگی در ترکیه با کمک کوچینگ

هر چه قدر هم که سال گذشته را موفق گذرانده باشیم (على رغم تمام اتفاقات غم‌انگیزی که در کشورمان ایران و البته ترکیه افتاد)، جاهايی بوده است که خسته شده‌ایم، در چاله‌چوله افتاده‌ایم، نگران شده‌ایم، در میانه راه ایستاده‌ایم، یا شاید حتی تسليیم شده باشیم. داستان اینجاست که وقتی ما اول هر سال، با ذوق و شوق برنامه‌های بلند و بالا و اهداف ایده‌آل برای سال بعد می‌ریزیم به چند نکته توجه نمی‌کنیم. امروز در این مطلب درمورد نکاتی صحبت می‌کنیم که برای ارزیابی یک سال گذشته و برنامه‌ریزی برای سال پیش رو در کشور ترکیه می‌توانند به ما کمک کنند.

خودمان شاید متوجه نیستیم که چقدر سریع ماه پشت ماه آمد و رفت گاهی آنقدر سریع که حتی وقت نکردیم برایش برنامه‌ریزی کنیم، گاهی حتی فراموش کردیم که هدف‌هایمان چه بوده است، گاهی که نه، بیشتر از گاهی به وظایفی که برای خودمان مقرر کرده‌ایم عمل نمی‌کنیم، شاید حس تنبییست یا شاید کمالگرایی، شاید آنقدر مشغولیم که وقتی برای آرزوها یمان نماده، شاید هم آرزوها یمان در سرزمین مقصود آنقدری قوی نبوده‌اند که بتوانند ما را با خودشان همراه‌کنند.

سال جدید هم از راه رسید، کم‌کم آدم‌ها به درون خودشان برمی‌گردند، قول‌هایی که یک سال پیش به خودشان دادند به خاطر می‌آورند، داستان‌ها و اتفاقات یک سال گذشته را در سرزمینی که به آن مهاجرت کرده‌اند مرور می‌کنند و خواه ناخواه آخرین مرور، یک سال گذشته را ارزیابی می‌کنند، سال خوبی بود، سال بدی بود، سال شما چطور گذشت؟



منیر چگینی
کوچ بین‌المللی

لازم است که درمود این موضوع بسیار

مهم اینجا توضیح بدھیم که: زندگی

یک حرکت با شتاب متغیر است. این

یعنی چه؟

شتاب به معنای تغییرات سرعت است،
تصور کنید که شما در یک جاده در حال
رانندگی هستید، در صورتی که جاده صاف
و بی‌مانع باشد، ماشین دیگری در جاده
نباشد، هوا صاف و آفتابی باشد، ماشین
شما هیچ مشکلی نداشته باشد و شما در
پرازیزی ترین حالت ممکن باشید، ممکن
است بتوانید با یک سرعت ثابت این
مسیر را شروع کنید و تا آخر مسیر با
همین سرعت پیش بروید!

در صورتی که بر فرض محال چنین
حرکتی ممکن باشد، شتاب شما صفر
است. چون همانطور که گفتیم سرعت
شما هیچ تغییری نکرده است و شتاب به
معنای تغییرات سرعت در یک زمان
مشخص است.

اما هم ما و هم شما می‌دانید که این اتفاق
تقریباً غیر ممکن است. از زمانی که شما
ماشین را روشن می‌کنید تا زمانی که به
مقصد برسید، چندین و چند بار پدال گازرا
می‌فشارید و پایتان را برمی‌دارید و به جای
آن ترمز را فشار می‌دهید. پیچ‌ها، ماشین
های دیگر، موائع، چراغ قرمزها، تغییرات
آب و هوایی و یا حتی سلامت ماشین و
حال و حوصله شما، همه و همه بر روی
سرعت شما تاثیرگذار هستند.

پس با این همه تغییر سرعت، شما یک
حرکت شتابدار دارید و زندگی دقیقاً به
همین شکل است، یک حرکت شتابدار.

حالا چرا این داستان ماشین و قوانین

فیزیکی را تعریف کردیم؟

کجای زندگی و برنامه‌ریزی‌هایمان می‌توانیم
از این قوانین فیزیک استفاده کنیم؟

روزهایی که به گذشته‌مان فکر می‌کنیم و
حسرت می‌خوریم که چرا منظم نبودم؟
چرا چند ماه در سال پیش را بی‌انگیزه
گذراندم؟

اگر در این روزها کار کرده بودم (مثلاً به

فراگیری زبان ترکی یا قوانین کسب و کار

در ترکیه پرداخته بودم) و با یک روتین

ثبت و مشخص جلو رفته بودم الان

کجای مسیر بودم؟

چرا روزها و ماههای اول سال را با این
همه انگیزه و انرژی شروع کردم و ناگهان
از پا نشستم؟

همه این فکرها، سرزنش‌ها و توبیخ‌های
خودمان، درواقع نشان می‌دهند که ما از
زندگی (خصوصاً پس از مهاجرت) انتظار
داریم که یک حرکت با شتاب ثابت باشد،
انتظار داریم که همیشه و هر روز با
بالاترین راندمان و بازدهی، بدون خستگی
و ناامیدی حرکت کنیم و هیچ‌گونه خللی
در این حرکت به وجود نیاید.

در حالی که زندگی واقعی همین بالا و
پایین‌شدن‌های است، همین که خسته
شویم، از حرکت با یستیم و آنقدر این روند
تکرار شود که یاد بگیریم چگونه پس از هر
شکست دوباره بلند شویم و مسیر را
ادامه دهیم.

صد درصد کار آسانی نیست اما یکی از
ویژگی‌های انسان‌های موفق و قدرتمند
این است که درک صحیح و معقولی از

شرایط خودشان دارند. انتظارات عجیب
و غریب از خودشان ندارند و در صورتی که
حال خوبی نداشته باشند می‌دانند که باید
این حال را بپذیرند و با تکنیک‌هایی که
برای آنها جواب‌گوست حال خودشان را
خوب کنند و باز هم به بازدهی بالا برسند.
پس فراموش نکنیم لحظاتی که خودمان
را بابت گذشته‌مان توبیخ می‌کنیم و یا
حتی صرفاً به دلیل فراز و نشیب‌های
طبیعی به سالی که گذشته برچسب "سال
بد" می‌زنیم فراموش نکنیم که زندگی یک
حرکت با شتاب متغیر است.

تغییرات پایدار با تصمیم ساخته

نمی‌شوند با تمرین ساخته می‌شوند!

حالا که نگاه واقع‌بین‌تر و صحیح‌تری
نسبت به مسیر پیدا کرده‌ایم، می‌توانیم به
شكل صحیح‌تری به آینده نگاه کنیم.
انتظارات بیش از اندازه بزرگ که یک شبه
ما را به یک قهرمان تبدیل می‌کنند را کنار
بگذارید. شما یک شبه تغییرنامی‌کنید. اگر
هر شب ساعت دو شب می‌خوابید و
ساعت ده صبح از خواب بیدار می‌شوید،
نمی‌توان انتظار داشت که از فردا صبح
سحر خیز شوید و تا آخر عمرتان صرفاً به
خاطر تصمیمی که الان گرفته‌اید ساعت
پنج صبح از خواب بیدار شوید.

تغییرات پایدار با تصمیم ساخته نمی‌شوند
با تمرین ساخته می‌شوند!

اگر قصد دارید که در سال جدید به زبان
ترکی مسلط شوید، تمرینات یادگیری زبان را
باید از همین الان شروع کنید. توب سال
تحویل، معجزه‌گر نیست، شما همان

آدمی که بودید باقی می‌ماند، پس اینکه تصمیم بگیرید که تغییر کنید کافی نیست،
مگر اینکه آهسته و پیوسته برای تغییر تمرين و تلاش کرده باشد.

فراموش نکنید که برای برنامه‌های پیش رویه این نکته دقت لازم را داشته باشید که باید با صبر و آرامش عادت‌های خوب را در خود نهادینه کنید و تغییرات پایداری را برای سال پیش رو ایجاد کنید. از هر نوع تصمیم هیجانی و غیرواقعی خودداری کنید و از این سوال کمک بگیرید:

کوچک‌ترین کاری که می‌تواند همین حالا به رشد شخصی یا رشد کسب و کار من در ترکیه کمک کند چیست؟

برای برنامه‌های سال آینده این دو اصل بسیار مهم را مد نظر قرار دهید:

۱. زندگی یک حرکت با شتاب متغیر است: پس اگر بعضی جاهای سرعت کم می‌شود به خودتان حق بدھید.
۲. تغییرات بزرگ و پایدار مانند خانه هایی هستند که آجرهای آنها عادت‌ها و اقدام‌های کوچک هستند.

کمی درباره کوچینگ

مهم‌ترین اصل و هدف کوچینگ، بازگشت به درون خود است، با خودمان خلوت کنیم، خودمان را بهتر بشناسیم، و روز به روز بیشتر و بیشتر به اهداف و آرزوهایمان نزدیک و نزدیک‌تر شویم.





این فیلم براساس روند ایجاد و موفقیت برنده فست فود مک دونالد، موسسان اولیه برنده، برادران مک دونالد و بیوگرافی یک تاجر خردپا به نام ری کراک Ray Kroc شکل گرفته است.

این برنده همیگر فروشی در یک فروشگاه کوچک خانوادگی در سن برناردینو کالیفرنیا پایه گذاری شد و طی چندین و چند سال آنها موفق شده بودند تنها یک شعبه اصلی به همراه دو شعبه فرعی کوچک راه اندازی کنند تا این که ری کراک که یک فروشنده دوره گرد دستگاه های میکسر بود با کسب و کار آنها آشناشد.

او پتانسیل بالایی را در مک دونالد دید و همانطور که خودش می گوید حتی در اسم برنده مک دونالد! در جایی از فیلم ری کراک می گوید مک دونالد نامیست که می تواند همه چیز باشد درست مثل آمریکا و شمارا محدود به چیز خاصی نمی کند! به هر روی پس از مدتی شرکت با برادران مک دونالد و ایجاد فرانچایزو فروشگاه های زنجیره ای ری کراک سهام دو برادر را از آنها می خرد، به عبارتی از چنگ آنها در می آورد...

فیلم، روایتی جذاب از داستان این بزرگترین برنده زنجیره ای دنیاست که در سال ۲۰۱۶ ساخته شده است و آمیزه ای از خلاقیت، اشتیاق، اصرار، سماجت و البته بی رحمی است.

دیدن این فیلم به علاقه مندان راه اندازی کسب و کار شدیدا پیشنهاد می شود.



در این مقاله به سوالات زیر پاسخ
می‌دهیم:

- بازاریابی با تولید محتوا چیست؟
- چه رسانه‌هایی در حال حاضر در ترکیه و در جهان وجود دارند؟
- محتوای مناسب رسانه‌های امروزی چیست؟
- انواع محتوا چیست؟
- چطور تقویم تولید محتوا بنویسیم؟

بازاریابی با تولید محتوا چیست؟

همانطور که می‌دانید بازاریابی یعنی پیدا کردن راهی برای رساندن محصول خود به مشتری.

بازاریابی یا مارکتینگ با روش‌های متفاوتی



سیحان رُوفی

کارشناس دیجیتال مارکتینگ

چطور چند قدم از رقبا جلوتر باشیم؟

این دغدغه همیشگی صاحبان و مدیران کسب و کارها بوده است که چطور می‌توانیم از رقبا و شرکای تجاری خود در بازار سبقت بگیریم؟

چطور می‌توانیم آینده بهتری را برای کسب و کارمان رقم بزنیم؟
چطور جایگاه بهتری برای خودمان در جامعه کسب و کار سازیم؟

به نظر من بهترین راه برای موفقیت در کسب و کار این است که برای آینده برنامه‌ریزی کنیم، نه حال و گذشته!

بهترین راه برای موفقیت در بیزنس این است که تاحدی آینده‌پژوهی کنیم و فضای احتمالی که کسب و کار ما در آن قرار خواهد گرفت را بررسی کنیم و آماده آن شویم.

موافق هستید کسب و کارهایی که تاحدی آینده‌نگری می‌کنند بدون شک از رقبای خود جلوتر هستند؟

ابزار تولید محتوا

حالا چطور آینده‌نگری باشیم؟

برای پاسخ به این سوال از شما می‌خواهم نگاهی به جمله زیر بیاندازید:

بهترین راه پیش‌بینی آینده ساختن آن است.

چه دیدگاه بی‌نظیری، کاملاً درست است آینده بهتر ساختنی است، شناسی و اتفاقی نیست!

۴. ترکیبی از سه مورد بالا: مثلاً وقتی که یک ویدئو به این مقاله اضافه شود سوال: کدامیک از این انواع محتوا بهتر است؟

جواب: بستگی به حیطه کاری شما متفاوت است. مثلاً اگر در حوزه املاک فعالیت می‌کنید حتماً نوع اول و سوم مناسب شماست.

چطور تقویم تولید محتوا بنویسیم؟

به نظر شما موفق‌ترین کسب و کارهای در رسانه‌های اجتماعی چطور رفتار می‌کنند؟ چطور موفق شده‌اند؟

فقط و فقط با برنامه‌ریزی، نظم و استفاده از دانش روز... این مهم‌ترین فرمول موفقیت در رسانه‌های امروزی است.

بنابراین شما هم دست به کار شوید و همین حالا با توجه به محتوا این مقاله برای یک ماه آینده کسب و کار خود تقویم تولید محتوا بنویسید.

تقویم تولید محتوا یعنی پاسخ به سوالات زیر:

۱. مخاطب من چه سوالاتی دارد؟

۲. مخاطب من چه دغدغه‌هایی دارد؟

۳. برای پاسخ به مخاطبم چه محتوایی باید تولید کنم؟

۴. چه زمان‌هایی؟ چه نوع از محتوا را؟ در چه پلتفرمی؟ منتشر می‌کنم؟

۵. آیا محتوا من شروط سريع، جالب و ساده را دارد؟

یادتان باشد آینده را شما می‌سازید، همین حالا آینده تکرار نشدنی برای کسب و کار خود بسازید.

ترکیبی باشد یا ایران وقتی اهل دیدن محتوا فارسی باشد باید به پلتفرم‌هایی که فارسی زبانان مراجعه می‌کنند مراجعه کنید.

بهترین و پر بازدیدترین رسانه‌های اجتماعی بین فارسی زبانان دنیا هنوز که هنوز است اینستاگرام و تلگرام است و همچنین در راس رسانه‌ها هنوز سایت گوگل حرف اول را می‌زند.

بنابراین برای بازاریابی محتوا باید در هر سه این رسانه‌ها فعالیت داشته باشیم.

محتوا مناسب رسانه‌های امروزی چیست؟

در سه کلمه محتوا مناسب امروزی را خلاصه می‌کنیم: **سریع جالب ساده** محتوایی که بتواند سه شرط بالا را داشته باشد بدون شک پادشاه محتواهای موجود خواهد بود.

سریع: محتوا شما باید در سریع‌ترین حالت ممکن پاسخگوی مخاطب باشد. **جالب:** این رسانه‌ها پر از سرگرمی و جذابیت هستند و محتوا شما نباید تکراری و حوصله سر بر باشد.

ساده: جوری محتوا تولید کنید که کودک پنج ساله متوجه منظور شما شود.

من در پاسخ به این سوال تلاش کردم هر سه شرط را رعایت کنم، قضاوت با شما!

انواع محتوا چیست؟

۱. متن: مانند همین مقاله

۲. صوت: مانند پادکست‌ها و وویس‌ها

۳. ویدئو: مانند تمام ویدئوهایی که هر روز می‌بینیم

اجام می‌شود اما پیشنهاد من پیدا کردن مشتری با ارائه محتوا آموزشی و تولید محتوا جذاب است، یعنی بازاریابی با تولید محتوا.

فرض کنید می‌خواهید یک چمدان مسافرتی بخرید و طبیعتاً می‌خواهید خریدی پرسود و بدون دغدغه انجام دهید. اولین کاری که می‌کنید چیست؟ درست است سرج در گوگل یا شبکه‌های اجتماعی، حالا با دو دسته از انواع محتوا روبرومی‌شوید.

دسته‌اول سایتها که عکس و توضیحات و قیمت محصول را نوشته‌اند و تمام دسته‌دوم افرادی که جلوی دوربین آمدند و محصول خود را خلاقانه تحلیل و بررسی و معرفی کرده‌اند

حالا شما از کدام دسته خرید می‌کنید؟ آن دسته‌ای که به شما یاد داده است چطور یک چمدان خوب برای خود انتخاب کنید، از کسی خرید می‌کنید که معلم شما بوده و شما را با دنیای چمدان‌ها آشنایی کرده است. **بازاریابی محتوا همین است.** شما محتوا آموزشی و خلاقانه تولید می‌کنید و مشتری را با محصول خود آشنا می‌کنید و به او آموزش می‌دهید اما در واقع در حال بازاریابی و تبلیغ محصول خود هستید.

چه رسانه‌هایی در حال حاضر در ترکیه

و در جهان وجود دارند؟

به نظرم بهتر این سوال اینطور مطرح شود، در حال حاضر فارسی زبانان دنیا از چه رسانه‌هایی استفاده می‌کنند؟ می‌دانید چرا چون تفاوتی نمی‌کند شما در

جاه طلبی آنلاین در ترکیه

تقریبا هرجای دنیا که می رم دنبال این هستم که ببینم چه ایده های کسب وکاری وجود دارد و چطور میشه کسب درآمد کرد، چطور میشه کسب وکاری راه انداخت و رونقی در بیزنس ها ایجاد کرد و البته یه تغییری تو دنیا ایجاد کرد؟ دو سالی میشه در استانبول ترکیه زندگی می کنم، ط این مدت راجع به کسب وکارهای اینجا اطلاعاتی کسب کردم و طرز فکری دارم و در همین راستا، جالب ترین نکته برای من این بود که:

به نظر من بزرگترین
خلاء در کسب وکارهای
متوسط و کوچک در
ترکیه یک کلمه است:
(کمیود یا نبود جاه طلبی!)



پیام بهرامپور
بنیانگذار مجموعه آموزشی +1



جاهطلبی‌ای که من در کسب وکارهای مشابه (کوچک و متوسط) ایرانی می‌بینیم ظاهرادر ترکیه وجود نداره! اینطور به نظر می‌رسه که اغلب این افراد به یک آپباریکه‌ای راضی هستند و اون ولع و اشتیاق برای بهترشدن رو ندارند. چرا این رو می‌گم؟

کافیه اینجا نگاه کنید و ببینید یک رستوران عادی به صورت نرمال چقدر کم تلاش می‌کنه در بسترهای فروش آنلاینی مثل پیک سیپتی یا گیتیر، برای این که یک رویو (نظر) بگیره یا در این بسترهای نظر مشتری رو به سمت خودش جلب بکنه؟ معمولاً بسیار بی توجه یا کم توجه هستند. در صورتی که وقتی نگاه می‌کنیم در هر منطقه از تهران رستوران‌ها دارند می‌جنگند برای این که رتبه بیشتری در اپلیکیشن‌ها بدست بیارن! از اون طرف می‌بینیم بسیاری از رستوران‌های ترکیه با این که می‌دونن مخاطب زیادی از سایتها یی که توریست‌ها به اونها مراجعه می‌کنن مثل تریپ ادوایزر می‌داد، اما حتی یک دونه برچسب نچسبوندن که لطفاً نظر بنویسید برای ما! معدود رستوران‌های این کار رو کردن.

فرصت بزرگ در نبود دیجیتال مارکتینگ محلی

وقتی بررسی می‌کنیم، می‌بینیم که بله، معمولاً شرکت‌ها و کسب وکارهای کوچک ترکیه‌ای در دیجیتال مارکتینگ هم بعضاً ضعیف هستند و این یک فرصت خیلی بزرگ هست برای ما که اگر تمایل به بحث کسب وکار در ترکیه داریم لزوماً نیازی نیست که برویم و یک کسب وکاری رو از صفر راه بیندازیم!

ما می‌توانیم با برخی از شرکت‌ها، مغازه‌ها یا فروشگاه‌ها یک مشارکت جالب انجام بدیم و اونها رو به صورت جدی وارد فضای دیجیتال مارکتینگ کنیم. یعنی بهترین حالت‌ش اینه بتونیم بخش دیجیتال اونها رو بر عده بگیریم و در سود اونها شریک بشیم و البته چه بهترکه در برنده اونها سهیم بشیم!

بنابراین اگر اون ترس و نگرانی راه‌اندازی کسب وکار از صفر در ترکیه برای شما وجود داره شاید با این روش شراکت، تا حد زیادی مدیریت بشه و برای شروع بتونیں تجربه کافی رو بdest بیارید و بعد اکارهای دیگه‌ای رواز صفر انجام بدید.

اون طورکه من فهمیدم بسیاری از نکاتی که در دیجیتال مارکتینگ کسب وکارهای کوچک و متوسط ایرانی رعایت می‌شه در فضای ترکیه رعایت نمی‌شه یا حداقل من تو این دوسال خیلی به چشم مخورد. به نظرم میرسه شما با یک دیجیتال مارکتینگ خوب می‌توانیم نتایج فوق العاده‌ای بدست بیاریم!

پاشنه آشیل

پس اون جاهطلبی که کسب وکارهای کوچک ایرانی دارند معمولاً در اینجا وجود نداره حالاً به هر علتی که هست کاری نداریم و همین می‌توانه پاشنه آشیل (نقشه ضعف) اونها بشه!

این پاشنه آشیل برای اونها می‌شه نقطه قوت ما و اگر روی این موضوع متمرکز بشیم، می‌توانیم خیلی بهتر کار کنیم.

البته پیش فرض من اینه که شما خصوصاً اگه نسل جوان هستید مهارت‌های دیجیتال مارکتینگ و بازاریابی اینترنتی رو به صورت قابل قبول بلد هستید و البته با توجه به منابع خیلی زیادی که وجود داره به نظر میرسه که حتی حرفه‌ای شدن توی

اونها خیلی کار سختی نباشه! در نهایت این مهمه که توی این موضوع مسلط بشیم و حتی شاید در اوایل کار و بدون داشتن مهارت زبان ترکی بتونیم با همکاری شرکت‌های فارسی زبان نتایج خوبی بگیریم، بعدش که زبان ترکی رو هم یاد گرفتیم با شرکت‌های ترک شروع به همکاری کنیم.

زبان انگلیسی

ضممنا یکی دیگه از نکاتی که در فضای ترکیه می‌توانه بهمون کمک بکنه نادیده گرفته شدن توریست‌های انگلیسی زبان در ترکیه هستش. برای من خیلی عجیب بود که دیدم در این کشور و شهر توریست پذیر مثل استانبول بسیاری از سایتها و رستوران‌ها حتی ورزش انگلیسی ندارند.

والبته حتی شما خیلی راحت می‌بینید خیلی از سایتها هم نسخه انگلیسی ندارند در حالی که بسی بزرگ هستند!

همین‌طور بسیاری از رستوران‌های ترکیه منوی انگلیسی هم ندارند و باز به نظر من ما اگر روزی مخاطبان انگلیسی زبان در ترکیه کار بکنیم یک بازار تقریباً بکر داریم که به خاطر ضعف زبانی موجود و فرصت‌های بسیار عالی که پیش رومون هست می‌توانیم در این قسمت‌ها به خوبی کار کنیم البته باید بگم به دلیل حجم زیادی از ایرانیان از زبان فارسی هم نباید غافل بشیم.

گاهی اوقات در تبلیغات کسب وکار خودمون یا جایی که باهش همکاری می‌کنیم می‌توانیم از این گزینه استفاده کنیم و دو تا زبان رو هدف قرار بدم یعنی فارسی و انگلیسی البته در کنار ترکیه‌ای.

همین اقدامات ساده و کمی جاه طلبی احتمالاً مسیر مارو به سمت موفقیت در ترکیه تغییر خواهد داد.

مورات ژروتمندترین مرد ترکیه!



مورات (مراد) اولکر
تاجر و صنعتگر و
میلیاردر ترک



مورات (مراد) اولکر متولد ۱۹۵۹ معادل ۱۳۳۸ در استانبول و در حال حاضر ۶۴ ساله است.

عنوان مورات در رسانه‌های جهان این است:

تاجر و صنعتگر و میلیاردر ترک

اولکر با دارایی ۴/۷ میلیارد دلاری، جایگاه اول خود را در فهرست ژروتمندترین افراد ترک در سال ۲۰۲۲ برای چندمین سال متوالی ثبت کرده است.

برای این که درک بهتری از رقم ژروت او داشته باشیم باید ذکر کنیم که درآمد کل کشور ترکمنستان در سال ۲۰۲۰ معادل ۴/۴ میلیارد دلار بوده است یعنی کمتر از دارایی مورات اولکر و به طور مثال درآمد کل کشوری مثل ونزوئلا در همین سال ۵/۲ میلیارد دلار بوده است! یعنی ژروت او معادل درآمد سالیانه بخش زیادی از کشورهای دنیاست!

با این حال در رنک جهانی او ششصد و یکمین فرد ژروتمند جهان معرفی شده است.

مهمترین برنده تحت مالکیت مورات اولکر، هُلدینگ بیلدیز به معنای ستاره ، بزرگترین شرکت مواد غذایی در تمام ترکیه و سومین شرکت بزرگ بیسکوییتسازی جهان است.

کودکی و جوانی

مورات در زمان نوجوانی در دبیرستان ارک استانبول تحصیل کرد و سپس تحصیلات دانشگاهی خود را در رشته مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اداری دانشگاه بوغازی استانبول به پایان رسانید.

مورات اولکر، کار جدی خودش را از ۲۳

سالگی و در سال ۱۹۸۲ آغاز کرد. او فعالیت های آموزشی مرتبط با کارآبا و اجدادی اش یعنی تولید شیرینی و بیسکویت را در موسسه پخت آمریکایی (American Institute of Baking) AIB و چندین موسسه معتبر دیگری جهانی گذراند.

مورات سپس به ترکیه بازگشت و از سال ۱۹۸۴ در گروه صنعتی خانوادگی اش ابتدا به عنوان همامنگ کننده و کنترل کننده امور اجرایی قدم به قدم و پله پله فعالیتش را آغاز کرد.

او همچنین یک دوره کارآموزی را در Continental Baking آمریکا گذراند و به مدت سه سال در حدود ۶ کارخانه و شرکت فروش مواد غذایی در ایالات متحده آمریکا و اروپا مشغول به فعالیتهای مختلف شد. او طی این چند سال کوله باری ارزشمند از تجربه آموخت!

تا همینجا درس بزرگی برای ما وجود داشت، این که به صرف فرزند مالک کارخانه بودن او را همینطوری بدون کسب تجربه و تخصص راهی صندلی مدیریت شرکت شان نکردن!

مورات در سال های بعدی کم کم پله های ترقی را طی کرده و به عنوان دستیار مدیر عامل شرکت در امور اجرایی و سپس مدیر عامل فعالیت کرد.

مورات در سال ۲۰۰۰ سمت ریاست هیئت اجرایی هلдинگ بیلدیز را بر عهده گرفت، او سپس بین سال های ۲۰۰۸ تا ۲۰۲۰ به عنوان رئیس هیئت مدیره فعالیت کرد و نهایتا در سال ۲۰۲۰ سمت رئیس هیئت مدیره هلдинگ بیلدیز را به برادرزاده خود علی اولکرسپرد.

اما داستان بینداز اولکر از کجا شروع شد؟

پدر بزرگ مورات، اسلام افندی، دانش آموخته مدرسه اسلامی معروف فاتح بود. حاجی اسلام افندی که با مهاجر دیگری از شبه جزیره کریمه در تراکیا ازدواج کرده بود در منطقه تکیرداغ خدمت می کرد، سپس به استانبول رفته و بعد از آن به دیار خود در کریمه بازگشت.

پدر مورات، صبری اولکر در سال ۱۹۲۰ در روستای کوربک آلوشتا به دنیا آمد. سپس این خانواده در سال ۱۹۲۹ به دلیل ظلم و ستم حکومت کمونیستی سوریه به استانبول که الیته برایشان غریبه نبود مهاجرت کردند.

آنها کسب و کار شیرینی بیزی را شروع کردند و کمی بعد با تلاش و کارآفرینی صبری پدر مورات و عمویش عاصم در دهه ۱۹۴۰ نام اولکر (به ترکی به معنای کشور) را برای بیسکویت های شان انتخاب کرده بودند.

آنها تا سال ۱۹۴۴ همچنان با نام اولکر فعالیت می کردند و این در حالی بود که نام خانوادگی شان Berksan بود!



در سال ۱۹۵۴ معادل با ۱۳۳۳ شمسی هلдинگ بیلدیز Yildiz تاسیس شد و در همین دوران بود که اولکر که نام خانوادگی جدیدشان شده بود نیز به عنوان یک نام تجاری ثبت شد.

خانواده، ازدواج و فرزندان

مورات اولکر کوچکترین بچه از ۳ فرزند صبری اولکر است.

چندین سال بعد و زمانی که مورات به جوانی متخصص بدل شده بود با بتول آتابوسون، دختر آسف آتابوسون پژشک معروف ترکیه ای ازدواج کرد. آنها سه پسر به نام های یحیی (متولد ۱۹۹۳) و دوقلوهای مصطفی و فاتح (متولد ۲۰۰۰) دارند.

زمانی که یحیی در دانشگاه گنج در شرکت اقتصاد و بازرگانی تحصیل می کرد. برادرانش در کالج آمریکایی استانبول تحصیل می کردند.

خواهر بزرگتر مورات، آحسن (متولد ۱۹۵۰) با مدیر اولکر، اورهان اوزوکور ازدواج کرد.

آنها که جزو شخصیت های مهم این کمپانی هستند فرزندانی با نام های علی، اومر و احمد دارند. برادر بزرگتر مورات، علی (متولد ۱۹۵۴) متأسفانه در سن ۹ سالگی در یک تصادف خانوادگی درگذشت و به این صورت مورات به عنوان تنها وارث مرد خانواده جانشین پدرش شد. او در دوران دبیرستان، بالحمد لله داوود اعلو، نخست وزیر سابق ترکیه همکلاسی بوده است. علاوه بر این، خواهرزاده او احمد اوزوکور با سفوره، دختر احمد داوود اغلوباز ازدواج کرده بود که در سال ۲۰۱۵، این زوج متارکه کردند.

احمد اوزوکور با ۵۵ میلیون دلار ثروت، چهل و نهمین فرد ثروتمند ترکیه است.

علاقه و فعالیت‌های شخصی

سال اول اینجا اول از پیشنهاد

گفته می‌شود مورات اولکر علاقه‌مند به خوشنویسی و نقاشی مدرن است. او که به حمایت از ورزش، به ویژه بسکتبال معروف است، نقش فعالی در باشگاه اولکرسپور دارد که در سال ۱۹۹۳ افتتاح کرده است.

اولکرسپور استعدادهای جوان ترکیه‌ای زیادی را تربیت کرده است تا اینکه در سال ۲۰۰۶ با تیم معروف فنرباغچه ادغام شدند. مورات اولکر به زبان‌های انگلیسی و آلمانی صحبت می‌کند. ضمناً قایقرانی و سفر به همراه اعضای خانواده از تفریحات اصلی مورات اولکر هستند.

هلدینگ بیلدیز(ستاره)

سال ۱۹۴۴ آن‌ها با سه نفر کارشان را شروع کردند، اکنون و در سال ۲۰۲۳ آن‌ها در ۴۹ بخش یا کنگوری مختلف فعالیت دارند و مالک ۳۲۰ برنده مختلف مواد غذایی هستند. آن‌ها در سبد خود هزاران محصول مختلف داشته و میلیون‌ها مشتری در ترکیه و جهان دارند، همانطور که بالاترهم اشاره کردیم هلدینگ بیلدیز، سومین شرکت بزرگ بیسکوئیت در جهان است. این برنده اکنون در ۱۴ کشور دنیا و در هفتاد کارخانه مختلف فعالیت تولیدی و زنجیره‌پخش دارد.

در این هلدینگ انواع بیسکوئیت، شکلات‌های نوشیدنی و محصولات دیگر متنوع غذایی و همچنین محصولات تكمیلی پخت و پز آشپزخانه‌ای تولید می‌شود.



همین راستا به کاهش شدید آلاینده‌ها پرداخته. آن‌ها طی چند سال گذشته ۵۵ هزار اصله درخت کاشته‌اند. برنامه چهار ساله آن‌ها صرفه‌جویی ۲۲۵ میلیون کیلووات ساعت برق است! همچنین به دنبال کاهش ۱۰۲ میلیون کیلوگرم گاز دی اکسید کربن هستند.

ضمناً هلدینگ بیلدیز اعلام کرده است که ۲۷۲۰۰۰ کودک را تحت برنامه‌های حمایتی، ورزشی خود قرار داده است و یک میلیون کودک نیز تحت برنامه مواد غذایی وقفی آن‌ها قرار گرفته‌اند.

هلدینگ بیلدیز اعلام کرده است که ۱۳۰۰۰ کودک، بورسیه آن‌ها در استودیوهای هنری شده‌اند.

و در نهایت شرکتی که با سه نفر شروع شد امروز در سراسر دنیا ۴۹۰۰۰ کارمند و

کارگر دارد ضمن این که

۶۵۰/۱۰۰۰ نفر در ترکیه به صورت غیر مستقیم با این هلدینگ در ارتباط کاری هستند

آن‌ها می‌گویند مبارای آینده کار می‌کنیم.

آن‌ها همچنین شریک برجی از بزرگترین برندهای جهانی این صنعت هستند به مانند:

Mc Cormic

Kellags

Nissin

Demets candy company

United biscuits

Godiva Belgium

شاید بد نباشد بدانید که فروشگاه‌های زنجیره‌ای همیشه تخفیف شوک که این روزها در هر کوی و بزن در کشور ترکیه سبز شده‌اند به همراه برنده محصولات داخلی این فروشگاه‌ها می‌س نیز جزو برندهای این هلدینگ عظیم هستند.



طی سالهای گذشته، هلدینگ بیلدیز به صورت جدی به دنبال تطبیق تجارت خود با محیط زیست پاک بوده است و در

ندا سمیع

مترجم رسمی دادگستری، نویز، تاپو
فارسی، ترکی استانبولی

ازمیر ترکیه



Neda Samie Zeber

Farsça Türkçe Tercümanı

+90 (507) 527 03 08

neda.samie@yahoo.com

مقاله انترپریز (کارآفرینی) ایندیا درباره فرصت‌های کسب و کاری در ترکیه entrepreneurindia.co

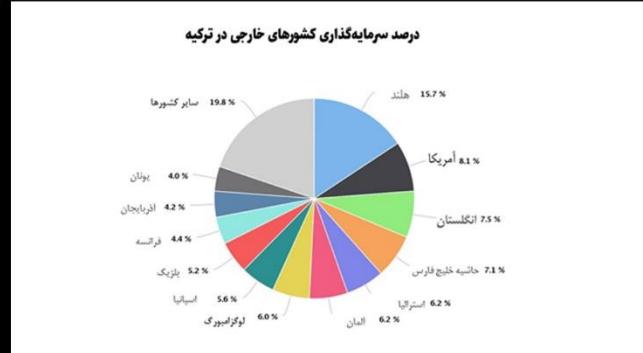
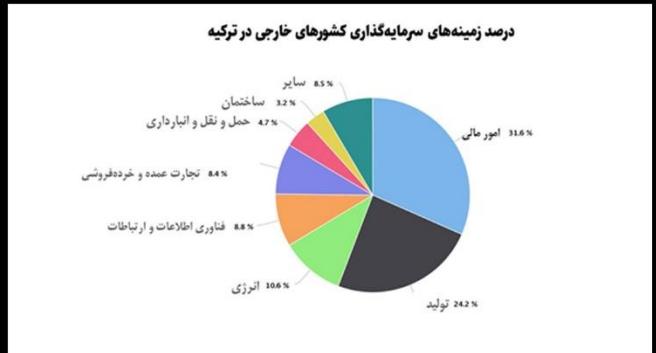
چرا باید در ترکیه کسب و کار راه اندازی کرد؟

ترکیه ششمین اقتصاد بزرگ اروپا از نظر رشد اقتصادی بوده و به سرعت در حال گسترش در بخش‌های سرمایه‌گذاری و تجاری است. به گزارش بانک جهانی در تاریخ دهم آوریل ۲۰۲۳، ترکیه در حال حاضر نوزدهمین اقتصاد بزرگ جهان است که تولید ناخالص داخلی آن حدود ۹۰۶ میلیارد دلار است. این کشور عضو OECD سازمان دموکراسی و اقتصاد آزاد و گروه G۲۰ بوده و یکی از اهداف‌گذاران مهم کمک‌های رسمی توسعه در جهان است. سرمایه‌گذاران خارجی به دلیل نیروی کار ماهر، هزینه‌های راهاندازی ارزان کسب‌وکار و موقعیت استراتژیک ترکیه به سمت این کشور جذب می‌شوند.

صنعت ساخت و ساز، خودرو و فلزات، فناوری اطلاعات، محیط زیست، ساختمان، مواد غذایی، انرژی، کشاورزی، پوشک و نساجی، امور مالی و گردشگری از جمله زمینه‌هایی هستند که می‌توانید در آنها در کشور ترکیه سرمایه‌گذاری کنید.

بین سال های ۱۹۸۰ الی ۲۰۰۲ ترکیه توансه بود تنها ۱۵ میلیارد دلار سرمایه خارجی جذب کند اما پس از آن و طی بازه نوزده ساله ۲۰۰۳ الی ۲۰۲۱ موفق شده است ۲۳۹ میلیارد دلار سرمایه خارجی جذب نماید!

شرکت های سرمایه‌گذاری خارجی که در سال ۲۰۰۲ تعداد ۵۶۰۰ عدد بودند در نیمه اول سال ۲۰۲۲ به ۷۸۷۵۷ شرکت رسیدند. در ادامه دو دیاگرام درخصوص کشورهای سرمایه‌گذار و میزان سرمایه‌گذاری در زمینه‌های مختلف در ترکیه را مشاهده می‌کنیم که توسط گروه کسب وکار مجله وی آماده و ترجمه شده است.



بخشی از اطلاعات مقاله توسط گروه کسب و کار مجله وی به روزرسانی شده است

تغییرمی‌کند کشت غلات افزایش می‌یابدو
دام جایگاه مهم‌تری در معیشت می‌گیرد.

گندم در درجه اول قرار دارد و پس از آن
جو و ذرت. گندم به ویژه در آفیون و
دنیزلی و پس از آن ازمیر، آیدین و موعلا
تولید می‌شود. جو در استان‌های آفیون و
مانیسا است و منطقه اصلی کشت ذرت
مانیسا است.

تباقو، پنبه، کنجد، کتان و چغندر قند از
جمله محصولات صنعتی است که در این
منطقه کشت می‌شود. مرکبات به ویژه
نارنگی در قسمت جنوبی این منطقه رشد
می‌کنند.



استان‌های ناحیه اژه

- استان افیون قره‌حصار
- استان آیدین
- استان دنیزلی
- استان ازمیر
- استان کوتاهیه
- استان مانیسا
- استان موعلا
- استان اوشاك

منابع طبیعی در ترکیه چه هستند؟

سنگ آهن، مس، زغال سنگ، کروم،
آنتیموان، جیوه، طلا، سلسیت
(استرونسیوم)، سنbadه، باریت، فلذسپات
بورات، پیریت، خاک رس، سنگ آهک،

در ادامه مقاله انترپرایز این‌گونه آمده
است:

قبل از شروع کسب و کار در ترکیه،
شناسایی مناطقی که در آن سرمایه‌گذاری
می‌نمایید بسیار مهم است.

در ادامه و به طور مثال دو ناحیه معروف
جغرافیایی ترکیه را به شمامعرفی می‌نماییم.

ناحیه مرمره یکی از نواحی هفت‌گانه
ترکیه است که شامل یازده استان در
ترکیه بوده و برای شروع کسب‌وکار نقطه
مناسبی است. در این ناحیه صنایع پایه و
تمکیلی منسوجات، سیمان، کاغذ، اقلام
شیمیایی، مواد غذایی فرآوری شده و
بسیاری موارد دیگر برای کسب‌وکار در
دسترس هستند.

ناحیه اژه ازه دیگر ناحیه با پتانسیل بالا در ترکیه است

این ناحیه دارای طولانی‌ترین خط ساحلی
ترکیه است.

كل جمعیت ناحیه اژه در سرشماری سال
۲۰۱۵ معادل $۱۰,۳۲۰,۰۰$ نفر می‌باشد.

ازه منطقه‌ای است که در آن شهرنشینی
شدیدتر است. شهرها در منطقه دریای اژه
عمدتاً در لبه‌های دشت‌های حاصلخیز و
فرورفتگی‌هایی قرار دارند که جاده‌های
اصلی از آنجا عبور می‌کنند.

اکثریت جمعیت در منطقه دریای اژه به
لطف آب و هوای شرایط خاک و راحتی حمل
و نقل، از طریق کشاورزی امراض معاش می
کنند. برخی از گیاهان مثل زیتون، انگور
مناسب برای آب و هوای مدیترانه‌ای در
منطقه دریای اژه و غیره) بیش از وزن
معمول آن‌ها در جاهان دیگر است.

با حرکت از بخش دریای اژه به بخش
داخلی-غربی آناتولی، ماهیت کشاورزی



این ناحیه ۷۳ درصد آفتتابگردان و ۳۰ درصد
ذرت، روغن و شراب ترکیه را تولید می‌کند.
مرمره به دلیل نقاط قوت‌ش در تولید، تجارت
بین‌الملل و گردشگری، یکی از جذاب‌ترین
مکان‌های ترکیه برای راه‌اندازی تجارت و
کسب‌وکار است.

جمعیت ناحیه مرمره بر اساس آخرین
سرشماری سال ۲۰۱۵ معادل $۲۶,۶۵۰,۴۰۵$
نفر بوده است که فقط با
مساحت $۶,۸\%$ ترکیه، بیشترین جمعیت را
در میان ناحیه‌های ترکیه دارد. یازده
استان این ناحیه به شرح زیر هستند:

همچنین این کشور به عنوان یک نقطه ترانزیت حیاتی برای عرضه نفت خام و گاز طبیعی عمل می‌کند.

مواد معدنی و پوکه در ترکیه به همراه کرومیت، فلدسپات، باریت، بتونیت، کائولن، منیزیت و پرلیت را نیز می‌توان تولید کرد.

طلا در ترکیه

ترکیه دارای پتانسیل منابع طلا بین ۵ الی ۲۳ میلیون اونس است.

طبق منابع اخیر، معدن - Kışladağ Corp با ۱۲ میلیون اونس ذخایر بزرگ‌ترین تولیدکننده طلا در کشور است.

طلا در چندین بخش از ترکیه استخراج می‌شود. در طی یک سال در ترکیه، در مجموع ۲۹۷۵ تن طلا در سراسر کشور استخراج شد که ترکیه را به تولیدکننده بزرگ طلا تبدیل کرد. بزرگ‌ترین معدن طلا در این کشور معدن کیشلاداغ است که در استان اوشاک واقع شده است و متعلق به شرکت طلایی الدواردو مستقر در کانادا است. معدن Cöpler همچنین یکی از بزرگ‌ترین معادن طلا در ترکیه و جهان است.

زغال سنگ

ترکیه بیشتر از نفت و گاز، زغال سنگ تولید می‌کند و بیشتر آن برای تولید برق استفاده می‌شود. در واقع، ترکیه نزدیک به ۱/۵ میلیون تن زغال سنگ سخت تولید کرد که تقریباً ۴۰ درصد از کل تولید انرژی این کشور را تشکیل می‌دهد.

سنگ معدن آهن

ذخایر سنگ آهن ترکیه ۸۳ میلیون تن تخمین زده می‌شود و در سراسر کشور به ویژه در آناطولی، ارزینجان، مالاتیا و سیواس پراکنده شده است. سطح تولید

گاز در ترکیه

گاز طبیعی نوعی سوخت مصرفی است که ترکیه تا حد زیادی از آن استفاده می‌کند که بیشتر آن از خارج می‌آید.

با این حال، ترکیه پتانسیل افزایش تولید داخلی، به ویژه از طریق گازشیل (گازی) که با فناوری خاصی از داخل سنگها بدست

در طول زمان نسبتاً ثابت مانده است. معدن آونیک، واقع در استان بینگول، در حدود ۴۵۳ مایلی شرق آنکارا، یکی از بزرگ‌ترین ذخایر سنگ آهن ترکیه را دارد. این معدن شامل ۴۴ میلیون تن فلز آهن و دارای ذخایر تخمینی ۱۰۵ میلیون تن سنگ معدن با عیار ۴۲ درصد آهن است.

فرصت‌های تجاری در ترکیه چیست؟

ترکیه از نظر استراتژیک در میانه اروپا و خاورمیانه قرار دارد و همین امر آن را به یک مرکز مهم تجارت برای اروپا و خاورمیانه تبدیل می‌کند. در نتیجه، شما در ترکیه شans زیادی برای توسعه و گسترش ایده کسب و کار خود دارید.

- در ترکیه نیروی کار جوان و سخت کوشی برای ایده‌های تجاری خود پیدا خواهد کرد. این یک مزیت بزرگ برای کسب و کارهای جوان در هنگام راه اندازی یک شرکت است.

- ترکیه یک انبار سنگ طبیعی و یکی از صادرکنندگان برتر جهان است. علاوه بر این، این کشور در رتبه چهارم تولید سنگ مرمر در جهان قرار دارد. در نتیجه، استخراج سنگ طبیعی یک فرصت تجاری امیدوارکننده و همچنین موفق برای شما است. سنگ‌های طبیعی به جز مرمر، سنگ آهک، بازالت، توف، گرانیت، تراورتن، اونیکس و تخته سنگ همگی قابل استخراج هستند.

می‌آید) را دارد. تولیدگاز طبیعی ترکیه در یک سال ازین طریق به ۴۸ میلیارد مترمکعب رسید.

ترکیه هم‌اکنون سالانه حدود ۱۲ میلیارد دلار گاز به صورت طبیعی و بالانجی عمده از روسیه، جمهوری آذربایجان، ایران، آمریکا، قطر و الجزایر وارد می‌کند.

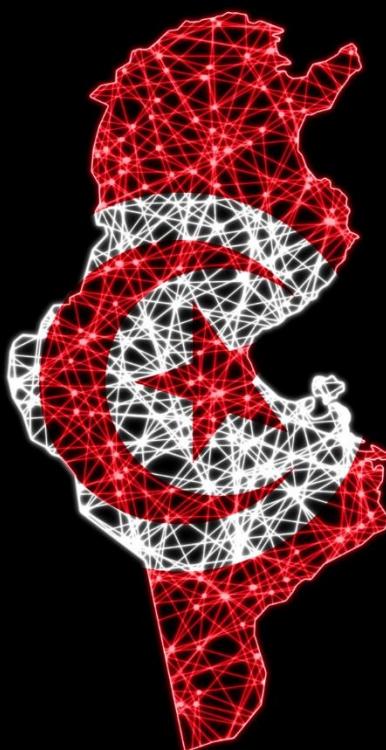
اما آغاز عملیات اخیر استخراج گاز از چاه تونا-۱ در دریای سیاه با ذخیره گاز طبیعی ۳۲۰ میلیارد مترمکعبی که از اواسط سال ۲۰۲۳ عملیاتی خواهد شد، می‌تواند باعث کاهش وابستگی ترکیه به گازوارداتی شود. در صورت تولید سالانه ۱۰ میلیارد مترمکعب گاز طبیعی از میدان گازی ساکاریا، یک پنجم گاز مورد نیاز ترکیه بیست سال آینده تنها از این میدان گازی تامین خواهد شد. ترکیه در مدیترانه شرقی نیز به دنبال کشف و استخراج منابع هیدروکربنی با استفاده از کشتی‌های اکتشافی و حفاری خود است.

راه اندازی کسبوکار در این کشور را دارد. شما باید بدانید که این مقررات چیست و چگونه بر بخش شما تأثیر می‌گذارد، چه مجوزهای ساختمنی چه مشروق‌های مالیاتی!

دولت ترکیه سخت کار کرده است تا قوانین و ابتكارات تجاری دوستانه و ساده سازی شده خود را تقویت کند و راه اندازی شرکت‌های جدید را برای کارآفرینان آسان تر کند.

به عنوان مثال، TEPAV یک برنامه خاص است که به کارآفرینان در بازاریابی و تحقیقات بازارکمک می‌کند.

بسیاری از شرکت‌ها، به ویژه کسبوکارهای دیجیتال مانند فروشگاه‌های تجارت الکترونیک و شرکت‌های توسعه وب، واحد شرایط پرداخت مالیات ویژه (مالیات‌کم) در ترکیه هستند.



ترکیه غذاهای اصیل سرو کنید. سعی کنید در محیطی زیبا رستوران راه‌اندازی کرده و حتما روی ظروف سرو برای رستوران خود سرمایه گذاری کنید. به خاطر داشته باشید که تمیزی رستوران و کیفیت برخورد کارمندان شما در ترکیه بسیار مهم است.

سیاست‌های تجاری دوستانه و

ابتكارات دولت:

پیش از این هم گفتیم ترکیه یکی از کشورهایی است که راه اندازی کسبوکار در آن بسیار ساده است. اگر اعتماد به نفس لازم برای شروع کسبوکار در ترکیه را دارید، مقررات متعددی وجود دارد که زندگی کارآفرینان را در این کشور آسان‌تر می‌کند، همچنان مؤسسات و خدمات متعدد دیگری وجود دارند که به موفقیت کسبوکارهای جدید کمک می‌کنند.

دولت ترکیه در سال‌های اخیر اقداماتی را با هدف بهبود فضای کسبوکار و ساده‌تر کردن راه‌اندازی و راه‌اندازی شرکت‌ها برای کارآفرینان انجام داده است. علاوه بر این، تلاش‌های دولتی ترکیه به منظور تشویق سرمایه‌گذاری خارجی برای ایجاد تأسیسات تولیدی در ترکیه توسعه یافته است.

این کشور همچنان چند سالی است یک طرح بسیار جاه طلبانه را برای جذب ۱۰۰ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری خارجی تا محدوده سال جاری ۲۰۲۳ دنبال کرده است.

این طرح‌های حمایت شده توسط دولت، تأثیر مستقیمی بر ظرفیت شما برای شروع و

- ترکیه دارای بخش‌های بزرگ و در حال گسترش صنعت خودرو است. در نتیجه، فروش قطعات خودرو یک فرصت تجاری مناسب برای شما است. اگر بتوانید تاسیساتی ایجاد کنید که انواع قطعات یدکی خودرو را تولید کند. ضمناً و اخیراً با تولید خودروی تمام برقی توگ ترکیه اولین خودروی ملی خود را تولید کرده است.

- بخش نساجی ترکیه طی رواج چند سال گذشته همچنان به سرعت در حال گسترش و به رسمیت شناخته شدن بین المللی است. در نتیجه، می‌توانید یک تجارت صادراتی پوشاک راه‌اندازی کنید. اگر می‌دانید چگونه لباس طراحی کنید و حس خوبی از سبک دارید، می‌توانید برنده خود را ایجاد کنید و آنها را در داخل و خارج از کشور بفروشید.

راه‌اندازی کسبوکار در ترکیه نسبت به استاندارد جهانی سرمایه کمی را شامل می‌شود که شروع بیزنس را ساده می‌کند. شما می‌توانید غذاهای ترکی و همچنان غذاهای فست فود مانند همبرگر و سیب زمینی سرخ کرده را بفروشید. به خاطر داشته باشید که غذا در ترکیه باید با کیفیت و تازه باشد. با توجه به تعداد زیادی از افرادی که برای کار بیرون می‌روند، تحويل غذای بسته‌بندی شده یک تجارت بسیار سودآور در ترکیه است.

نتیجتاً رستوران شما هم مصرف کنندگان محلی و هم مصرف کنندگان توریست را جذب می‌کند. در رستوران‌های خود در

زیرساخت‌های صنعتی ترکیه:

توسعه صنعتی ترکیه طی این سال‌ها سریع بوده است و این کشور در راه تبدیل شدن به یکی از قطب‌های اصلی تولید اروپا است. اقتصاد ترکیه نسبتاً متنوع است و تقریباً از هر بخش صنعتی نمایندگی دارد. منسوجات و پوشاک، فرآوری مواد غذایی، قطعات خودرو، معادن، مصالح ساختمانی (به عنوان مثال، سیمان)، مواد شیمیایی و پتروشیمی (از جمله پلاستیک)، متالورژی و محصولات فلزی (از جمله خودرو)، تجهیزات الکترونیکی و الکتریکی، لوازم خانگی و مبلمان از جمله این موارد هستند.

مهمنترین بخش‌های صنعتی ترکیه دارای زیرساخت‌های توسعه یافته با امکانات رفاهی مدرن است. این کشور دارای زیرساخت‌های حمل و نقل و ارتباطی عالی است که واردات و صادرات کالاهای را برای مشاغل ساده می‌کند.

همچنین مشوق‌هایی برای سرمایه‌گذاری جدید در مناطق صنعتی و حفاظت از دارایی‌های موجود تعریف کرده است که تصمین می‌کند سرمایه‌گذاران خارجی ایمن باقی مانند.

مزیت دیگر سرمایه‌گذاری در ترکیه این است که می‌توانید از شرکت خارجی خود به عنوان صادرکننده یا واردکننده از/به کشورهای دیگر که ترکیه با آنها قراردادهای تجارت آزاد (FTA) دارد، استفاده کنید.

بنادر مدرن، فرودگاه‌ها، جاده‌های استاندارد شده، راه آهن، شبکه‌های

اندازه بازار ترکیه

جمعیت ترکیه از سال ۱۹۵۱ هر سال با سرعت ۱/۳۳ درصد (۶/۹۸ میلیون نفر بر اساس چشم انداز جمعیت جهانی سازمان ملل) در حال افزایش بوده است. علاوه بر این، امید به زندگی به طور مداوم در دهه‌های اخیر افزایش یافته است و در سال ۲۰۰۹ به ۷۰/۸ سال برای مردان و ۷۵/۷ سال برای زنان رسیده است.

پیش‌بینی می‌شود که این روند در دهه‌های آینده ادامه یابد و تقاضا برای محصولات و خدماتی مانند مراقبت‌های بهداشتی، حمل و نقل و فعالیت‌های تفریحی را افزایش دهد. اقتصاد ترکیه با تولید ناخالص داخلی (GDP) ۹۴۷ میلیارد دلار و نرخ رشد سالانه ۴/۵ درصد از سال ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۳ در میان ۲۰ اقتصاد بزرگ جهان قرار گرفت. آمار روز این ارقام در ابتدای مقاله آورده شده است.

این کشور دارای جمعیت جوان است و بیش از نیمی از مردمان آن زیر ۳۰ سال هستند. با این که باروری کل از ۵/۲ فرزند به ازای هر زن در سال‌های ۱۹۵۵-۱۹۵۵ به ۲/۱ فرزند به ازای هر زن در سال‌های ۲۰۰۵-۲۰۰۰ کاهش یافته است، اما همچنان یکی از بالاترین نرخ‌های باروری در میان کشورهای OECD است. ترکیه با جمعیتی در حدود ۸۵ میلیون نفر یکی از اقتصادهای بزرگ اروپا است.

همچنین یکی از بزرگ‌ترین کشورهای اروپا با ۷۸۳,۰۰۰ کیلومتر مربع است تقریباً

مخابراتی، مدارس و بیمارستان‌ها زیرساخت های شهری و صنعتی در این کشور ۸۵ میلیون نفری و نسبتاً پر جمعیت باعث شده است ترکیه یکی از جذاب‌ترین بازارها برای صادرکنندگان در سراسر جهان باشد.

مراحل راه اندازی کسب و کار در ترکیه

چیست؟

برای شروع، ابتدا باید نام تجاری و ساختار قانونی خود را در EAD (دفتر ثبت تجارت) یا MERSIS (خدمات ثبت نام تجارتی) (رجیستری) ثبت کنید، سپس می‌توانید درخواستی را برای گواهی ثبت رسمی به EAD ارسال کنید. پس از انجام این مراحل، شماره تجارت شرکت جدیدتان به شما داده می‌شود.

اکنون می‌توانید فروش اقلام و خدمات را شروع کنید. وقتی صحبت از مالیات بر درآمد می‌شود، دو نوع وجود دارد: مالیات بر درآمد شرکتها و مالیات بر درآمد شخصی. شرکتها بر سود خود مالیات شرکتی می‌پردازند، در حالی که افراد بر درآمد خود مالیات بر درآمد شخصی می‌پردازند. زمانی که در ترکیه کسب و کاری راه اندازی می‌کنید، باید هر دو نوع مالیات را بپردازید.

در ترکیه، مالیات‌ها با استفاده از عوامل مختلف مانند حجم فروش، حاشیه سود و غیره محاسبه می‌شود. به عنوان یک مستور العمل کلی، بعد از ثبت شرکت باید یک حسابدار استخدام کنید و تمام الزامات مالیاتی تعیین شده توسط دولت را رعایت کنید.

رشد صنعتی

ترکیه برخی از مهم ترین ترکیبات و مشتقات کروم مانند سدیم باز کروم سولفات، کرومیک اسید و اکسید کروم را تولید و صادر می‌کند و یکی از پنج کشور برتر تامین کننده سنگ کروم به بازارهای جهانی است.

ترکیه همچنین دارای مزیت رقابتی در ترکیبات بور (دهیدرات بوراکس، پنتا هیدرات بوراکس، اسید بوریک و پرپورات سدیم) به دلیل بزرگی ذخایر، کیفیت مواد معدنی و نزدیکی به بازارهای مصرف است.

در نهایت پس از بررسی‌های جهانی این مجموعه مشخص شده است که ترکیه می‌تواند محل مناسبی برای سرمایه‌گذاری خارجی باشد البته به شرطی که پیش از هزینه‌کردن برای کسب و کار جدید خود در این سرمزمین با مشاوران خبره مشورت کرده و از توانایی‌های مجموعه خودتان و پتانسیل‌های احتمالی سرمزمین مقصد به خوبی آگاه شوید.

گروه کسب و کار مجله‌وی (موفقیت ایرانیان در ترکیه) به روزرسانی مقاله

انترپرنارنیدا

دولت با تسهیل قوانین و معرفی قوانین جدید به کسب و کارها بسیار کمک کرده است، اما مزایای دیگری هم برای افرادی که می‌خواهند از صنعتی شدن ترکیه استفاده کنند وجود دارد.

صادرات و واردات مواد شیمیایی اروپا، ترکیه یک مرکز صنعتی مهم برای سرمایه‌گذاران خارجی محسوب می‌شود. مواد شیمیایی برای زندگی مدرن و رشد صنایع شیمیایی ضروری هستند. صنایع شیمیایی برای اقتصاد ترکیه بسیار مهم و حیاتی هستند.

بر اساس اعداد سازمان TÜİK، مواد شیمیایی ۷/۷ درصد از کل صادرات ترکیه را به خود اختصاص می‌دهند، محصولات نهایی ۱۵/۲ درصد و مواد خام ۳/۸ درصد که در یک دوره آماری رتبه محصولات شیمیایی بین کل فرآوردهای صادراتی ترکیه نهم بوده است.

داروسازی، صابون‌های مصنوعی و مواد شوینده از جمله صنایعی هستند که کالاهای صنایع شیمیایی به طور قابل توجهی به رشد آنها کمک می‌کنند.

صنایع شیمیایی ترکیه با فناوری مدرن و محصولات متنوع، اکنون جزء اصلی این صنعت هستند و در زنجیره تامین صنایع ملی ادغام شده‌اند. ترکیه، به ویژه، مدت زمان زیادی است که مواد شیمیایی تولید می‌کند و طیف گسترده‌ای از مواد شیمیایی اساسی و متوسط و همچنین پتروشیمی را تولید می‌کند.

پتروشیمی‌ها، مواد شیمیایی معدنی و آلی، کودها، رنگ‌ها، داروها، صابون‌ها و مواد شوینده، الیاف مصنوعی، اسانس‌ها و سایر مواد شیمیایی همگی در ترکیه تولید می‌شوند. صادرات صنایع شیمیایی ترکیه نیز افزایش یافته است.

ترکیه به لطف شرکت‌های چند ملیتی مانند Koç Holding و Sabancı Holding تجاری بین‌المللی تبدیل شده است. به گفته emsi Bayraktar، رئیس سابق اتاق بازرگانی استانبول، ترکیه یکی از سریع ترین اقتصادهای در حال رشد جهان است که فرصت‌های زیادی برای کارآفرینان دارد. این کشور دارای جمعیت تحصیلکرده، جوان و چندین فرصت کارآفرینی است.

توانایی برقراری ارتباط به چندین زبان (به طور مثال ترکی و انگلیسی) کارشما را برای تعامل با مردم کشورهای مختلف آسان تر می‌کند. اگر به فکر راه اندازی شرکت خود هستید، به خاطر داشته باشید که ترکیه سالهاست با رشد ریشه‌های صنعت و تجارت خود و برنامه‌ریزی بلندمدت توانسته اقتصاد خود را گسترش دهد. آن‌ها عمیقاً معتقدند رسیدن به جایگاه یک قطب اقتصادی در جهان از طریق تقویت صنعتی شدن امکان پذیراست.

دولت با تسهیل قوانین و معرفی قوانین جدید به کسب و کارها بسیار کمک کرده است، اما مزایای دیگری هم برای افرادی که می‌خواهند از صنعتی شدن ترکیه استفاده کنند وجود دارد.

حوزه صنایع شیمیایی در ترکیه

بخش شیمیایی ترکیه به سرعت در حال گسترش است و به عنوان شریک اصلی

کاپادوکیہ (نوشہر)

کاپادوکیه محبوب ترین مقصد برای تورهای بالن نه تنها در ترکیه بلکه در سراسر جهان است. مشاغل زیادی با توجه به همین ویژگی در این منطقه طی سالیان گذشته به وجود آمده است که پروازهای آن ۳۶۰ روز در سال با میانگین هر روز ۲۵۰ بالون انجام می‌شود. شرایط آب و هوایی کاپادوکیه برای پرواز در تمام فصول سال مناسب است. دودکش‌های پری، دره‌های آتش‌خشانی، خانه‌های سنگی و باغ‌های انگور، بالن سواری را برای توریست‌ها جذاب می‌کنند. هر سفر خود که به طور متوسط ۱ ساعت و ۱۵ دقیقه طول می‌کشد، طلوع خورشید را بر فراز ابرها تماشا می‌کنید و کاپادوکیه را دوباره کشف می‌کنید.

