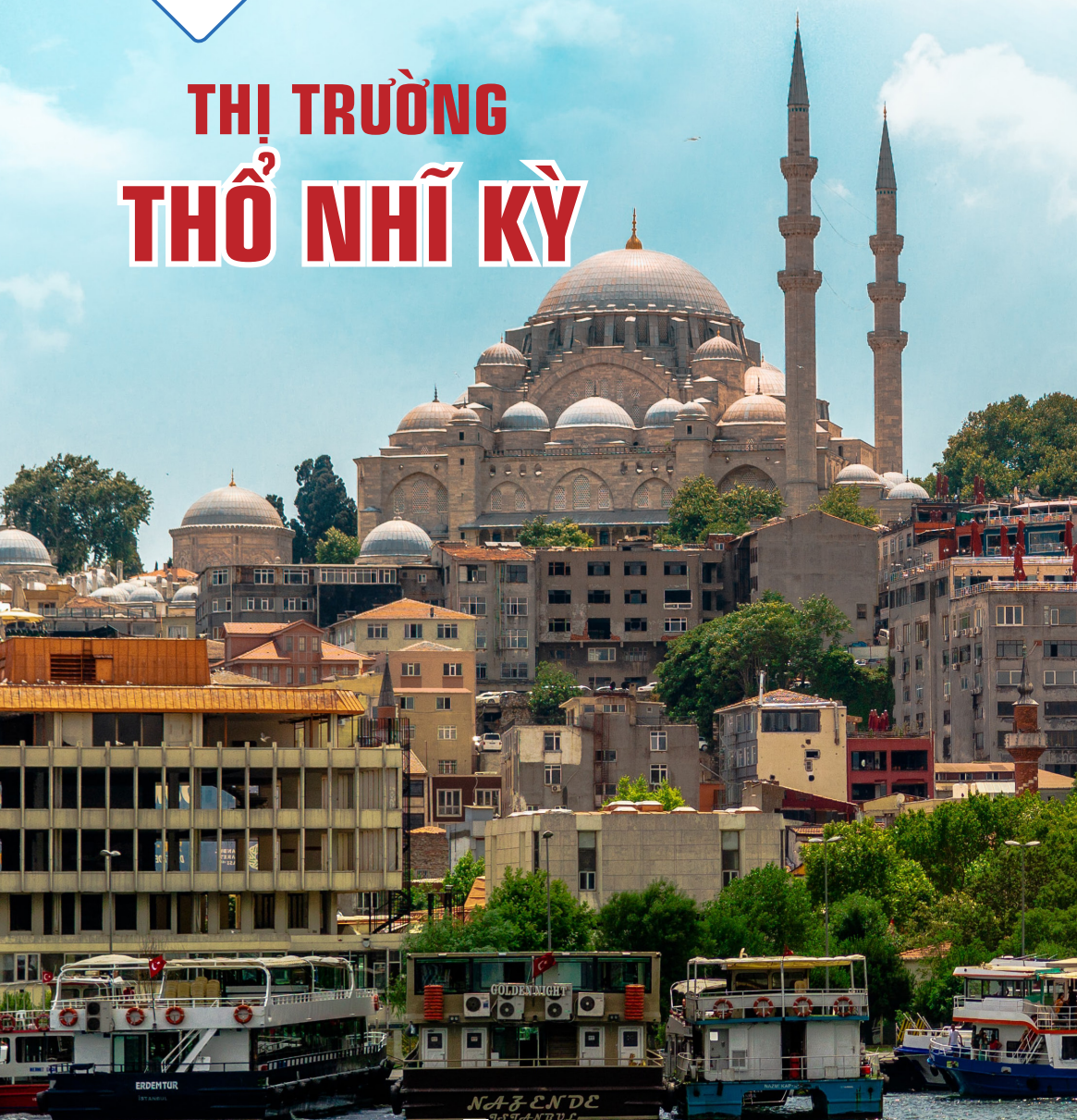




ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ

THỊ TRƯỜNG THỔ NHĨ KỲ



THÁNG 01/2022

THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG

MỤC LỤC

TRỤ SỞ

Trung tâm Xúc tiến
Thương mại và Đầu tư
Thành phố Hồ Chí Minh
ĐC: 51 Đinh Tiên Hoàng,
Quận 1, Tp.HCM
92 Nguyễn Huệ,
Quận 1, Tp.HCM
Tel: (028) 3823 6738
Fax: (028) 3824 2391
Email: itpc@itpc.gov.vn
Website: www.itpc.gov.vn

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Số 24/GP - XBBT -
STTTT, ngày 18/11/2021
của Sở Thông tin
Truyền thông Tp.HCM



05 TỔNG QUAN VỀ THỞ NHĨ KỲ

08 NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG THỞ NHĨ KỲ

26 HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ THỞ NHĨ KỲ

39 HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ THỞ NHĨ KỲ

41 KIM NGẠCH THƯƠNG MẠI GIỮA VIỆT NAM VÀ THỞ NHĨ KỲ

45 CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN LẠC CẦN THIẾT

46 CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI THỞ NHĨ KỲ

Nội dung của báo cáo này dùng cho doanh nghiệp tham khảo, thông tin có thể thay đổi bởi các yếu tố khách quan của thị trường hoặc những thay đổi chính sách từ các cơ quan chức năng Thổ Nhĩ Kỳ và quốc tế.

Doanh nghiệp cần tiến hành thẩm định trước khi triển khai dự án kinh doanh hoặc các thỏa thuận thương mại khác.

Vui lòng liên hệ với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư khi cần sự hỗ trợ. Để tải bản đầy đủ, doanh nghiệp truy cập website www.itpc.gov.vn.

Báo cáo có sử dụng thông tin và số liệu đã công bố của các tổ chức



THE WORLD BANK
IBRD • IDA | WORLD BANK GROUP



**WORLD TRADE
ORGANIZATION**

Cùng một số đối tác khác. Xin chân thành cảm ơn,

**Đặc biệt chúng tôi cảm ơn sự hợp tác của
Đại sứ quán Thổ Nhĩ Kỳ tại Việt Nam
trong quá trình thực hiện ấn phẩm này.**

THỊ TRƯỜNG THỔ NHẤT KỲ



TỔNG QUAN VỀ THỔ NHĨ KỲ

TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG THỔ NHĨ KỲ



Tên đầy đủ: Cộng hòa Thổ Nhĩ Kỳ (Republic of Turkey).

Vị trí địa lý: Thổ Nhĩ Kỳ nằm ở Đông Nam châu Âu và Tây Nam Á (vị trí này của Thổ Nhĩ Kỳ ở phía tây eo biển Bosphorus là một phần địa lý thuộc châu Âu).

Điểm lưu ý về vị trí địa lý:

Thổ Nhĩ Kỳ có vị trí chiến lược kiểm soát eo biển Thổ Nhĩ Kỳ (Bosphorus, Biển Marmara, Dardanelles) nối Biển Đen và Biển Aegean; 3% lãnh thổ Thổ Nhĩ Kỳ thuộc phía bắc nằm ở châu Âu và được đặt theo tên của châu Âu Thổ Nhĩ Kỳ, Đông Thrace, hoặc Thrace Thổ Nhĩ Kỳ; 97% đất nước ở Châu Á được gọi là Anatolia; Istanbul, nằm giữa eo biển Bosphorus, là đô thị duy nhất trên thế giới nằm trên hai lục địa; Núi Ararat, nơi hạ cánh huyền thoại của con tàu Nô-ê, ở vùng viễn đông của đất nước.

Diện tích: 783.562 km². Đứng vị trí 38 thế giới.

- Diện tích đất liền: 769.632 km²;
- Diện tích mặt nước: 13.930 km².

Đường bờ biển: 7.200 km.

Khí hậu: Khí hậu ôn hòa; mùa hè nóng, khô và mùa đông ẩm ướt; trong đất liền khí hậu khắc nghiệt hơn.

Tài nguyên thiên nhiên: Than, quặng sắt, đồng, crom, antimon, thủy ngân, vàng, barit, borat, celestite (stronti), đá nhám, fenspat, đá vôi, magnesit, đá cẩm thạch, đá trân châu, đá bọt, pyrit (lưu huỳnh), đất sét, đất canh tác, thủy điện.

Dân số: 82.482.383 (ước tính tháng 7/2021), xếp thứ 18 thế giới.

Tỷ lệ tăng dân số: 0,7% (ước tính năm 2021), đứng thứ 137 thế giới.

Dân tộc: Người Thổ Nhĩ Kỳ: 70 - 75%; người Kurd: 19%; nhóm thiểu số khác: 7 - 12% (ước tính năm 2016).

Ngôn ngữ: tiếng Thổ Nhĩ Kỳ (phổ thông), tiếng Kurd và những ngôn ngữ thiểu số khác.

Tôn giáo: Người theo đạo Hồi: 99,8% (chủ yếu là người Sunni); Tôn giáo khác: 0,2% (chủ yếu là người theo đạo Thiên chúa và người Do Thái).

Thủ đô: Ankara.

Quốc khánh: 29/10.

Lịch sử:

Thổ Nhĩ Kỳ có nền văn minh lâu đời (từ hơn 2.000 năm trước công nguyên). Từ 1.200 trước Công Nguyên, Thổ Nhĩ Kỳ bị Hy Lạp, La Mã xâm chiếm, đô hộ. Từ thế kỷ thứ 7 đến thế kỷ 13, Thổ bị đế quốc Arab thôn tính, truyền bá đạo Hồi vào Thổ. Từ thế kỷ 14 Thổ Nhĩ Kỳ trở thành một đế quốc phong kiến cường thịnh (đế quốc Ottoman), thôn tính phần lớn vùng Trung Đông, Bắc Phi và đô hộ khu vực này cho đến đầu thế kỷ 20.

Chiến tranh thế giới lần thứ nhất kết thúc, khi đó Thổ Nhĩ Kỳ là đồng minh của nước Đức bại trận, nước này bị Anh, Pháp, Hy Lạp chia nhau chiếm đóng. Năm 1919, dưới sự lãnh đạo của Mustafa Kamal, nhân dân Thổ Nhĩ Kỳ đã đứng lên chống chế độ phong kiến và quân chiếm đóng nước ngoài. Tháng 4/1920, chính phủ đầu tiên do M.Kamal đứng đầu đã được thành lập. Ngày 29 tháng 10 năm 1923, nước Cộng hòa Thổ Nhĩ Kỳ được thành lập.

Hệ thống pháp luật: hệ thống luật dân sự dựa trên các hệ thống luật khác nhau của Châu Âu, đặc biệt là bộ luật dân sự của Thụy Sĩ.

Thể chế: Theo thể chế Cộng hòa Nghị viện, chế độ một viện (từ năm 1982 và được sửa đổi lần gần nhất năm 1995).



Lãnh đạo cấp cao:

Nguyên thủ quốc gia: Tổng thống Recep Tayyip ERDOGAN (Bắt đầu nhiệm kỳ từ ngày 28 tháng 8 năm 2014; người đứng đầu chính phủ từ ngày 9 tháng 7 năm 2019); Phó Tổng thống Fuat OKTAY bắt đầu nhiệm kỳ kể từ ngày 9 tháng 7 năm 2018; Lưu ý - tổng thống vừa là nguyên thủ quốc gia vừa là người đứng đầu chính phủ.

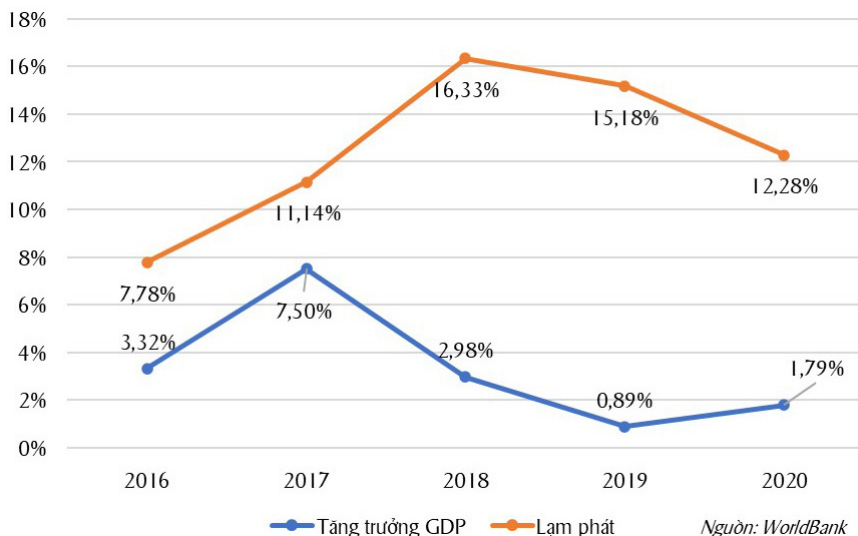
Kinh tế: Nền kinh tế thị trường tự do của Thổ Nhĩ Kỳ được phát triển chủ yếu bởi ngành công nghiệp và ngày càng có nhiều đóng góp của ngành dịch vụ, mặc dù lĩnh vực nông nghiệp truyền thống của nước này vẫn chiếm khoảng 25% việc làm. Các ngành công nghiệp ô tô, hóa dầu và điện tử đã tăng tầm quan trọng và vượt qua các ngành dệt may truyền thống trong cơ cấu xuất khẩu của Thổ Nhĩ Kỳ.

Thổ Nhĩ Kỳ vẫn phụ thuộc nhiều vào dầu và khí đốt nhập khẩu nhưng đang theo đuổi các mối quan hệ năng lượng với nhiều đối tác quốc tế hơn và thực hiện các bước để tăng cường sử dụng các nguồn năng lượng trong nước bao gồm năng lượng tái tạo, hạt nhân và than đá. Đường ống dẫn khí đốt tự nhiên xuyên Anatolian giữa Thổ Nhĩ Kỳ - Azerbaijan đang được tiến hành để tăng cường vận chuyển khí đốt Caspi tới Thổ Nhĩ Kỳ và châu Âu. Khi hoàn thành sẽ giúp đa dạng hóa nguồn khí đốt nhập khẩu của Thổ Nhĩ Kỳ.

GDP theo giá hiện hành (theo WorldBank): 719,95 tỷ USD (2020), xếp thứ 19 thế giới.

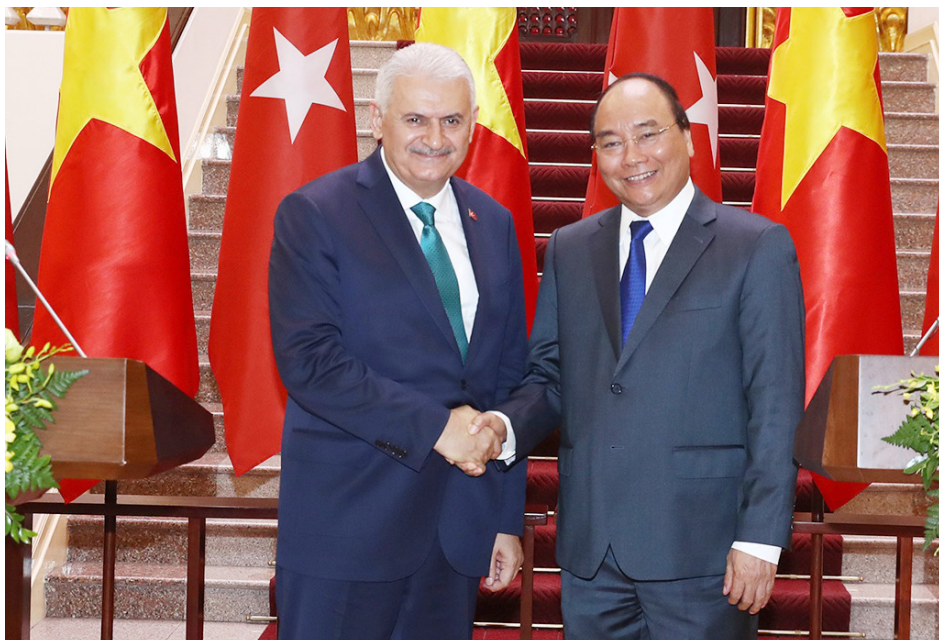
GNI (thu nhập bình quân đầu người), phương pháp Atlas (theo WorldBank): 9.050 USD/người/năm.

Tỷ lệ tăng trưởng GDP và lạm phát



NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG THỔ NHĨ KỲ

TỔNG QUAN NỀN KINH TẾ



Nguyễn Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc và Thủ tướng Thổ Nhĩ Kỳ Binali Yildirim

Thổ Nhĩ Kỳ đã trải qua một loạt thách thức kinh tế trong những năm qua, gần đây nhất là do đại dịch COVID-19, những thách thức càng trở nên trầm trọng hơn. Hiện là nền kinh tế lớn thứ 19 thế giới (trên danh nghĩa), tham vọng của Thổ Nhĩ Kỳ là lọt vào top 10 nền kinh tế trên thế giới vào năm 2023 (kỷ niệm 100 năm thành lập nước Cộng hòa) sẽ tiếp tục bị thách thức bởi sự suy giảm trong nhu cầu tiêu dùng, đồng tiền suy yếu, tỷ lệ thất nghiệp cao và sự gia tăng của các biện pháp bảo hộ và dân túy, bao gồm thuế nhập khẩu và nỗ lực nội địa hóa. Tuy nhiên, với vị trí nằm ở ngã tư của châu Âu và Trung Đông, Thổ Nhĩ Kỳ vẫn tạo cơ hội cho các công ty nước ngoài. Ngoài vị trí địa lý thuận lợi, Thổ Nhĩ Kỳ có tầng lớp trung lưu lớn, dân số trẻ (độ tuổi trung bình là 31) và tinh thần kinh doanh mạnh mẽ.

Theo thống kê của chính phủ Thổ Nhĩ Kỳ, nền kinh tế Thổ Nhĩ Kỳ tăng trưởng 0,9% trong năm 2019, giảm rõ rệt so với mức tăng trưởng của những năm trước đó. Sự tăng

trường kinh tế được thúc đẩy bởi các dự án cơ sở hạ tầng, bao gồm cảng hàng không, đường cao tốc và các dự án phát triển nhà ở mới. Giờ đây, khối lượng nợ công và nợ doanh nghiệp lớn (phần lớn được tính bằng USD hoặc euro), cùng với những lo ngại của thị trường tài chính về sức khỏe ngắn hạn của nền kinh tế Thổ Nhĩ Kỳ, đã khiến giá trị đồng lira của Thổ Nhĩ Kỳ tiếp tục mất giá hơn 20% so với USD vào năm 2020 (tính đến ngày 1 tháng 9). Năm 2020, nền kinh tế dự kiến sẽ tăng trưởng chậm lại lần đầu tiên trong hơn một thập kỷ, với ước tính của các nhà kinh tế với mức suy giảm từ 3% đến 5%, trước khi phục hồi lên đến 5% vào năm 2021.

Thổ Nhĩ Kỳ và Việt Nam đã có mối quan hệ chính trị thân thiện, phát triển tích cực và mạnh mẽ kể từ khi hai nước thiết lập quan hệ ngoại giao vào năm 1978.

Ủy ban Liên chính phủ Việt Nam - Thổ Nhĩ Kỳ đã họp lần thứ 7 vào ngày 13/7/2017 nhằm trao đổi các thông tin về tình hình phát triển kinh tế tại mỗi nước và thảo luận, thống nhất một số biện pháp cụ thể nhằm thúc đẩy hơn nữa quan hệ hợp tác nhiều mặt giữa hai nước. Hai bên nhất trí đặt mục tiêu phấn đấu nâng kim ngạch thương mại hai chiều lên mức 4 tỷ USD vào năm 2020. Phía Thổ Nhĩ Kỳ đề xuất khởi xướng đàm phán một FTA song phương; trong khi phía Việt Nam đề nghị Thổ Nhĩ Kỳ công nhận Việt Nam có nền kinh tế thị trường và hạn chế áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam để có thể xem xét, xử lý hài hòa lợi ích và mối quan tâm của nhau.

Về công nghiệp, hai bên nhất trí mở rộng hợp tác để hỗ trợ cho các hoạt động của các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Theo đó, Cục Công nghiệp địa phương thuộc Bộ Công Thương Việt Nam và Cơ quan quản lý doanh nghiệp vừa và nhỏ Thổ Nhĩ Kỳ-KOSGEB đã ký kết Kế hoạch hành động tại Kỳ họp này để tiếp tục thúc đẩy hoạt động hợp tác trong lĩnh vực doanh nghiệp vừa và nhỏ giữa hai bên. Về đầu tư, hai bên đã thống nhất xong nội dung Bản ghi nhớ hợp tác trong lĩnh vực quản lý các khu kinh tế, khu công nghiệp và khu chế xuất giữa Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam và Bộ Kinh tế Thổ Nhĩ Kỳ để tạo thuận lợi cho các hoạt động hợp tác trong lĩnh vực đầu tư giữa hai nước. Về hải quan, hai bên đã thống nhất xong nội dung Bản ghi nhớ hợp tác trong lĩnh vực hải quan giữa Bộ Tài chính và Bộ Thương mại và Hải quan Thổ Nhĩ Kỳ. Về tiêu chuẩn chất lượng, hai bên cũng đã thống nhất xong nội dung thỏa thuận hợp tác giữa Tổng cục Tiêu chuẩn Đo lường chất lượng và Viện Tiêu chuẩn Thổ Nhĩ Kỳ. Đây là những khuôn khổ pháp lý quan trọng đối với các hoạt động giao thương, trao đổi thương mại của doanh nghiệp giữa hai nước.

Nhằm tạo thuận lợi cho hoạt động kinh doanh và đầu tư giữa hai nước, tháng 6/2016, Hãng hàng không Quốc gia Thổ Nhĩ Kỳ (Turkish Airlines) đã mở đường bay từ Hà Nội tới Thành phố Hồ Chí Minh nối chuyến rồi bay thẳng tới Istanbul với tần suất 7 chuyến/tuần. Trước đó, hai nước đã ký kết các hiệp định về vận chuyển hàng không, vận tải biển, tránh đánh thuế hai lần.

THÁCH THỨC THỊ TRƯỜNG

Thổ Nhĩ Kỳ là một thị trường đầy hứa hẹn tiềm năng nhưng phức tạp và nhiều thách thức, đòi hỏi khả năng thích ứng, sự bền bỉ và kiên nhẫn. Các nhà xuất khẩu nước ngoài tại đây có thể phải đối mặt với nhiều thách thức tương tự đang tồn tại ở các thị trường đang phát triển khác, chẳng hạn như chính sách, quy định không nhất quán hoặc mâu thuẫn lẫn nhau; tăng thuế đối với nhiều loại sản phẩm; yêu cầu nội địa hóa trong các ngành công nghiệp khác nhau; thiếu minh bạch trong đấu thầu, cũng như khó khăn trong quá trình mua sắm công, bao gồm ưu đãi về giá đối với các công ty Thổ Nhĩ Kỳ, thủ tục rườm rà; một khuôn khổ tư pháp, luật pháp và quy định tốn nhiều thời gian, không thể đoán trước được. Hơn nữa, Thổ Nhĩ Kỳ đã trải qua một cuộc suy thoái kinh tế kể từ năm 2018, trầm trọng hơn bởi cuộc khủng hoảng COVID-19. Các công ty có thể nhận thấy nhu cầu suy yếu trong suốt năm 2020 và đến năm 2021. Mức nợ nặng nề (phần lớn được tính bằng USD và euro), đồng lira của Thổ Nhĩ Kỳ suy yếu và tỷ lệ thất nghiệp biến động đều đặn nặng lên khả năng duy trì của các công ty trong và ngoài nước, tăng trưởng kinh tế thấp hơn. Hơn nữa, Thổ Nhĩ Kỳ đang thâm hụt tài khoản vãng lai cũng như tài khoản vốn và lãi suất 8,25% của ngân hàng trung ương thấp hơn lạm phát, dẫn đến đồng lira luôn chịu áp lực phá giá. Phần lớn các khoản vay của khu vực tư nhân ở Thổ Nhĩ Kỳ là thông qua các khoản vay bằng ngoại hối, vốn sẽ khó hỗ trợ hơn nếu giá trị của đồng lira giảm xuống. Phương pháp hiệu quả nhất để giải quyết những trở ngại này là làm việc với một đối tác Thổ Nhĩ Kỳ để có được những hiểu biết sâu sắc về địa phương và xác định các giải pháp tiềm năng. Lập kế hoạch cẩn thận và kiên nhẫn là chìa khóa thành công ở Thổ Nhĩ Kỳ.

CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG

Thời gian qua, chính phủ Thổ Nhĩ Kỳ đã thực hiện nhiều dự án cơ sở hạ tầng, mang lại nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp nước ngoài. Tuy nhiên, do nền kinh tế Thổ Nhĩ Kỳ tăng trưởng chậm lại rõ rệt, một số dự án cơ sở hạ tầng dự kiến trước đây đã bị đình chỉ. Điều này cho thấy, cơ hội vẫn còn dành cho các sản phẩm và dịch vụ trong cả lĩnh vực công và tiêu dùng tư nhân. Lĩnh vực hàng không dân dụng đã tăng trưởng hơn 200% trong thập kỷ qua. Cơ hội chủ yếu nằm ở những dự án về cơ sở vận hành bảo dưỡng và sửa chữa (MRO), hệ thống kiểm soát không lưu và các dự án không gian thương mại.

Trong lĩnh vực năng lượng, xuất khẩu LNF sang Thổ Nhĩ Kỳ sẽ mang lại cơ hội lớn khi Thổ Nhĩ Kỳ có kế hoạch đa dạng hóa các nhà cung cấp của mình. Việc thăm dò dầu khí ngoài khơi sẽ tiếp tục ở Địa Trung Hải và Biển Đen. Các cuộc đấu thầu cấp phép cho năng lượng tái tạo, đặc biệt là năng lượng mặt trời, sẽ tiếp tục để giảm bớt sự phụ thuộc vào

nhập khẩu dầu và khí đốt. Cả khu vực nhà nước và tư nhân tiếp tục đầu tư vào sản xuất hiện đại, công nghệ thông tin và truyền thông, chăm sóc sức khỏe và những lĩnh vực khác.

Với mục tiêu trở thành thành viên của Liên minh châu Âu của Thổ Nhĩ Kỳ, mặc dù bị ngưng lại, tuy nhiên điều này đã tạo ra động lực để áp dụng nhiều quy định và tiêu chuẩn kinh doanh của châu Âu ở nước này dẫn đến việc bán hàng và kinh doanh tại thị trường này trở nên dễ dàng hơn những năm trước. Bất chấp những bất ổn kinh tế, Thổ Nhĩ Kỳ vẫn có nhiều cơ hội cho các sản phẩm và dịch vụ của các nhà đầu tư nước ngoài.

CHIẾN LƯỢC THÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG



Ông Vương Đình Huệ, nguyên Phó Thủ Tướng , Chủ Tịch Quốc hội Việt Nam tại diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam - Thổ Nhĩ Kỳ 2017

Mặc dù nhiều cơ hội vẫn còn cho các công ty nước ngoài ở Thổ Nhĩ Kỳ, nhưng cũng có những thách thức đối với việc gia nhập hoặc mở rộng thị trường. Bất kỳ chiến lược thâm nhập thị trường nào ở Thổ Nhĩ Kỳ đều nên bắt đầu bằng sự hiểu biết thấu đáo về chi phí và lợi ích của việc kinh doanh tại nước này. Trong hầu hết các trường hợp, việc thăm dò thị trường để thiết lập mối quan hệ với các đối tác Thổ Nhĩ Kỳ là điều cần thiết. Đầu tư vào những mối quan hệ này sớm và thường xuyên sẽ làm tăng khả năng thành công hơn.

Trước khi thâm nhập thị trường Thổ Nhĩ Kỳ, các công ty nước ngoài nên xem xét nguồn lực của mình, kinh nghiệm xuất khẩu hoặc kinh doanh ở nước ngoài trước đây và chiến lược kinh doanh dài hạn. Đối với nhiều công ty, việc thiết lập đại diện tại Thổ Nhĩ Kỳ của một đại lý, nhà phân phối, văn phòng liên lạc hoặc đối tác Thổ Nhĩ Kỳ sẽ là chìa khóa thành công. Một đối tác địa phương có thể cung cấp kiến thức về khuôn khổ quy định tại Thổ Nhĩ Kỳ, hỗ trợ ngôn ngữ và các mối liên hệ kinh doanh có giá trị. Khi hoạt động kinh doanh phát triển, các công ty có thể thành lập các công ty con và đầu tư thêm tại đây để mở rộng thị phần của mình.

RÀO CẢN THƯƠNG MẠI



Thổ Nhĩ Kỳ và EU đã thành lập một Liên minh thuế quan vào năm 1995, bao gồm các sản phẩm công nghiệp và hàng nông sản chế biến. Thổ Nhĩ Kỳ đã thông qua cơ chế thuế quan bên ngoài chung của EU (CET) đối với hầu hết các sản phẩm công nghiệp và đối với các thành phần công nghiệp của sản phẩm nông nghiệp. Cả EU và Thổ Nhĩ Kỳ đã đồng ý loại bỏ tất cả các loại thuế hải quan, các hạn chế định lượng và các khoản phí có ảnh hưởng tương đương đối với thương mại song phương của họ. Việc Thổ Nhĩ Kỳ thông qua CET của EU cũng dẫn đến việc giảm thuế đối với hàng hóa nhập khẩu từ các nước thứ ba. Liên minh Hải quan cho phép áp dụng mức thuế suất bằng 0 và không có hạn ngạch đối với các mặt hàng phi nông nghiệp có xuất xứ từ EU và Hiệp hội Thương mại Tự do Châu Âu (EFTA). Thổ Nhĩ Kỳ và EU đã bày tỏ quan tâm đến việc hiện đại hóa Liên minh thuế quan để bao gồm các lĩnh vực bổ sung như dịch vụ và hàng hóa nông

ng nghiệp, mặc dù những lo ngại về chính trị đã làm trì hoãn các cuộc thảo luận. Chính phủ Thổ Nhĩ Kỳ ước tính rằng, theo kết quả của Liên minh Hải quan Châu Âu, thuế suất trung bình đối với hàng hóa nhập khẩu từ các nước EU và EFTA giảm từ khoảng 10% xuống còn 0. Thổ Nhĩ Kỳ đã dành một số danh mục được miễn trừ cho các sản phẩm nhạy cảm với mức thuế đối với các mặt hàng này nhìn chung cao hơn nhiều so với Biểu thuế hải quan chung (CCT). Một số mặt hàng nông nghiệp vẫn được bảo hộ bởi mức thuế cao.

Thổ Nhĩ Kỳ là thành viên của WTO và quy định hải quan của nước này phù hợp với các yêu cầu của Hiệp định chung về Thuế quan và Thương mại (GATT). Mặc dù nói chung tuân thủ hiệp định WTO, nhưng Thổ Nhĩ Kỳ thường không thông báo cho WTO về những thay đổi đối với các yêu cầu nhập khẩu. Một khi điều này xảy ra, quan điểm của các công ty thường không được xem xét, cũng như không được cung cấp đủ thời gian để tuân thủ và thích ứng với những thay đổi trong cách họ kinh doanh. Những thay đổi này đối với các yêu cầu nhập khẩu có thể là hàng rào phi thuế quan, chẳng hạn như áp dụng hệ thống giá tham chiếu, thiếu chứng chỉ kiểm soát, các yêu cầu về tài liệu mới và các cuộc kiểm tra không cần thiết và xâm phạm. Mặc dù luật hải quan là bản dịch trực tiếp luật của EU, nhưng luật có thể có sự khác biệt về cách giải thích và cách thực hiện.

Chính phủ Thổ Nhĩ Kỳ tuân thủ mô hình "định giá tham chiếu" cho dược phẩm, theo đó giá dược phẩm ở Pháp, Tây Ban Nha, Ý, Bồ Đào Nha và Hy Lạp được tham khảo và giá được xác định dựa trên giá tham chiếu thấp nhất hiện có tại các thị trường đó. Nếu một sản phẩm là sản phẩm gốc, giá được đặt bằng 100% giá thấp nhất trong số năm quốc gia đó. Tuy nhiên, nếu nó là một sản phẩm chung, nó được đặt thành 60%. Do việc hoàn trả được xác định theo giá tính bằng euro, tỷ giá TRY-EUR rất quan trọng đối với tính khả thi của các sản phẩm dược phẩm tại thị trường Thổ Nhĩ Kỳ. Kể từ năm 2015, vào đầu mỗi năm, GOT công bố tỷ giá TRY-EUR cố định để sử dụng trong năm đó. Vào năm 2015, tỷ giá này được xác định bằng cách lấy 70% tỷ giá hối đoái TRY-EUR trung bình của năm trước. Nó đã được sửa đổi vào đầu năm 2019 thành 60% mức trung bình của năm trước. Chính sách này đã gây khó khăn cho việc duy trì khả năng tồn tại của các công ty dược phẩm không thuộc Thổ Nhĩ Kỳ trên thị trường quốc gia này. Do đó, một số sản phẩm dược phẩm mới, sáng tạo đã bị trì hoãn hoặc thậm chí bị loại khỏi thị trường hoàn toàn.

Thương mại nông sản phải chịu hạn ngạch thuế quan và quy định về giá cả và do đó mức độ bảo hộ đáng kể. Các ngành nông nghiệp và dược phẩm, đặc biệt là dưới một số biện pháp bảo hộ, chẳng hạn như nội địa hóa, cũng đã mở rộng sang các ngành khác như may mặc và thiết bị y tế. Hơn nữa, hệ thống mua sắm của Thổ Nhĩ Kỳ vẫn có xu hướng dẫn đến các quy trình đấu thầu kéo dài và không rõ ràng, các điều khoản và điều kiện phức tạp và sự chậm trễ đáng kể, có thể cản trở khả năng tham gia và cạnh tranh hiệu quả của nhà thầu.

EU và Thổ Nhĩ Kỳ được liên kết bởi một hiệp định của Liên minh Hải quan từ năm 1995 và Thổ Nhĩ Kỳ là nước ứng cử viên gia nhập EU từ năm 1999 và là thành viên của Hiệp định Đối tác Euro-Địa Trung Hải.

Thổ Nhĩ Kỳ áp dụng Biểu thuế đối ngoại chung của Liên minh thuế quan (CET) đối với hàng công nghiệp và thuế quan Tối huệ quốc (MFN) đối với các sản phẩm phi nông nghiệp thấp, trung bình là 5%. Tuy nhiên, sự cởi mở tương đối này không được phản ánh trong các cam kết WTO của Thổ Nhĩ Kỳ vì nước này đã để 66% số dòng thuế phi nông nghiệp của mình không bị ràng buộc. Nước này bảo hộ thuế quan cao đối với các sản phẩm nông nghiệp. Liên minh thuế quan với EU và các hiệp định thương mại tự do cung cấp quyền tiếp cận miễn thuế cho nhiều đối tác thương mại quan trọng nhất của Thổ Nhĩ Kỳ. Ngoài ra, Thổ Nhĩ Kỳ có khả năng mở hạn ngạch thuế quan đối với hàng hóa phi nông nghiệp, các chương trình khuyến khích đầu tư cung cấp các ưu đãi về thuế và thuế đối với hàng nhập khẩu, các nhà xuất khẩu được hưởng lợi từ cơ chế gia công nội địa và “danh sách tạm dừng” cho phép các nhà sản xuất nhập khẩu một số nguyên liệu thô và đầu vào trung gian với thuế suất thấp hoặc được miễn thuế.

Trong thời gian diễn ra đại dịch COVID-19, Chính phủ Thổ Nhĩ Kỳ đã tăng thuế nhập khẩu đối với khoảng 4.000 sản phẩm lên tới 50% cho đến cuối tháng 9 năm 2020, sau đó thuế quan sẽ giảm, nhưng đối với nhiều hàng hóa, thuế đã không trở lại mức trước đó.

Phụ phí hải quan bao gồm thuế giá trị gia tăng (VAT) đánh vào hầu hết hàng hóa và dịch vụ nhập khẩu, cũng như nội địa. Người nhập khẩu có trách nhiệm nộp thuế giá trị gia tăng. VAT được tính trên cơ sở Phí bảo hiểm Chi phí (CIF) cộng với thuế suất và bất kỳ khoản phí áp dụng nào khác được tính trước khi hàng hóa được thông quan. Thuế VAT đối với hầu hết các mặt hàng nông sản (thực phẩm cơ bản) dao động từ 1% đến 8% và có thể lên tới 18% đối với một số sản phẩm chế biến. Hàng hóa cơ bản, một số nguyên liệu thô, hàng hóa nhập khẩu của các cơ quan chính phủ và doanh nghiệp nhà nước và các sản phẩm đầu tư có giấy chứng nhận khuyến khích được miễn lệ phí nhập khẩu.

Thổ Nhĩ Kỳ thường dựa vào thuế nội địa đối với hàng hóa và dịch vụ hơn là thuế thương mại như thuế hải quan để nâng cao thu ngân sách của chính phủ. VAT và thuế tiêu thụ đặc biệt cung cấp hơn một nửa nguồn thu ngân sách của chính phủ. Về nguyên tắc, thuế VAT và thuế tiêu thụ đặc biệt (SCT) của Thổ Nhĩ Kỳ không có sự phân biệt giữa hàng hóa nhập khẩu và hàng hóa sản xuất trong nước. Tuy nhiên, thuế tiêu thụ đặc biệt đối với đồ uống có cồn thay đổi đáng kể tùy thuộc vào loại sản phẩm và năm 2018

chứng kiến mức thuế nhập khẩu đối với một số sản phẩm rượu tăng lên rõ rệt. Nhìn chung, hệ thống thuế có khả năng ưu tiên tiêu dùng một số sản phẩm so với những sản phẩm khác. Các sản phẩm khác bị ảnh hưởng bởi thuế tiêu thụ đặc biệt bao gồm các sản phẩm dầu mỏ, xe có động cơ, máy bay, tàu thuyền và hàng tiêu dùng lâu bền.

Cả nhập khẩu và xuất khẩu đều phải tuân theo các biện pháp biên giới nhất định ở Thổ Nhĩ Kỳ, bao gồm các lệnh cấm hoàn toàn, cấp phép, kiểm soát và hạn chế. 11 loại hàng hóa yêu cầu giấy phép nhập khẩu và 26 loại hàng hóa yêu cầu giấy phép xuất khẩu. Về mặt xuất khẩu, Thổ Nhĩ Kỳ tuân thủ các hiệp định quốc tế về việc cấm hoặc kiểm soát các mặt hàng chiến lược và có các quy định về kiểm tra chất lượng xuất khẩu đối với một số sản phẩm nông nghiệp.

YÊU CẦU VÀ CHỨNG TỪ NHẬP KHẨU



Công ty TNHH Nhà thép tiền chế Zamil Việt Nam đã ký hợp đồng với Công ty TNHH Hayat Kimya Việt Nam

➤ Giấy phép nhập khẩu

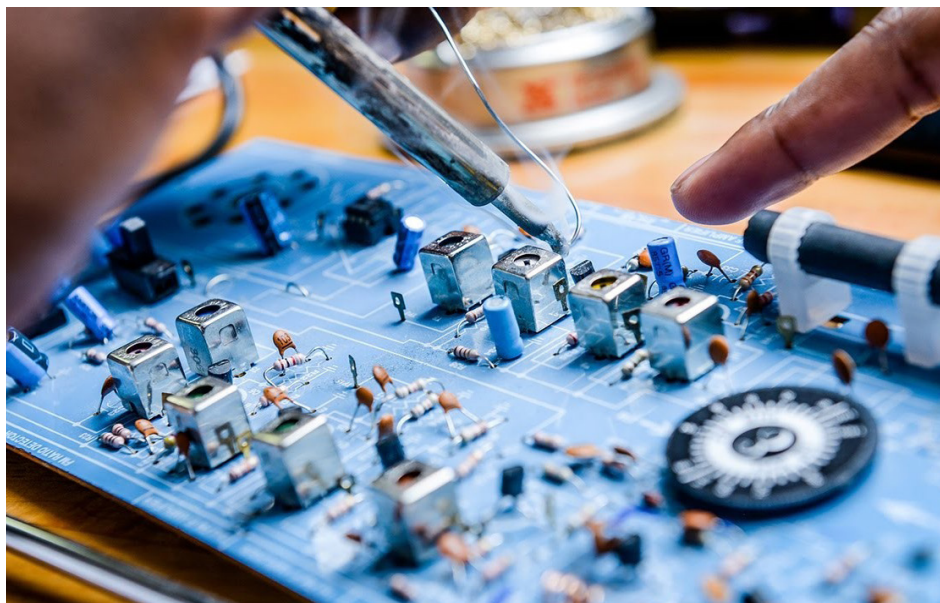
Nhà nhập khẩu chỉ cần có mã số thuế để nhập khẩu tất cả các loại hàng hóa, trừ các mặt hàng bị hạn chế, bao gồm súng cầm tay, vật liệu nguy hiểm và các sản phẩm khác chỉ có thể được nhập khẩu bởi các cơ sở được ủy quyền hoặc phải có sự chấp thuận của

các cơ quan hữu quan thuộc chính phủ Thổ Nhĩ Kỳ. Chứng chỉ Kiểm soát chỉ được yêu cầu đối với động vật, sản phẩm động vật và một số loại thực vật nhất định như hạt giống, cây con, cây non và củ hoa.

➤ **Chứng từ nhập khẩu**

Thủ tục chứng từ Thổ Nhĩ Kỳ yêu cầu phải có hóa đơn thương mại và vận đơn hoặc vận đơn đường hàng không đi kèm với tất cả các chuyến hàng thương mại. Tùy thuộc vào loại sản phẩm, nhà nhập khẩu có thể được yêu cầu nộp Giấy chứng nhận xuất xứ. Giấy phép nhập khẩu và giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật là cần thiết cho nhập khẩu hàng hóa nông sản và thực phẩm.

➤ **Tuân thủ yêu cầu về chất lượng (Nhãn CE)**



Sản phẩm chính của Việt Nam xuất khẩu sang Thổ Nhĩ Kỳ vẫn là sản phẩm điện tử và linh kiện

Các công ty bán hàng vào thị trường Thổ Nhĩ Kỳ phải nộp bằng chứng về sự tuân thủ yêu cầu phù hợp chất lượng (CE Mark) bằng cách cung cấp chứng chỉ hợp quy từ một cơ quan được thông báo hoặc một tuyên bố về sự tuân thủ yêu cầu phù hợp chất lượng do nhà sản xuất cấp, tuyên bố tuân thủ tất cả các tiêu chuẩn và phụ lục chỉ thị có liên quan. Tuyên bố về sự phù hợp phải đề cập đến (các) chỉ thị áp dụng, tên của

nhà sản xuất hoặc đại diện được ủy quyền của họ, tên của cơ quan được thông báo (nếu có), thông tin sản phẩm và tham chiếu đến các tiêu chuẩn hài hòa. Nếu cơ quan được thông báo cũng tham gia vào quá trình này, thì loại chứng chỉ kiểm tra cũng phải được nộp.

Hồ sơ kỹ thuật là hồ sơ bao gồm hướng dẫn sử dụng, thông số kỹ thuật của sản phẩm, bản vẽ kỹ thuật và các tiêu chuẩn áp dụng theo các chỉ thị phù hợp và các phụ lục tương ứng. Mặc dù chính phủ Thổ Nhĩ Kỳ có thể không thực thi quy định này đối với mọi sản phẩm nhập khẩu có nhãn CE, nhưng các nhà sản xuất được cho là đã chuẩn bị hồ sơ kỹ thuật. Một số công ty nước ngoài đã báo cáo những khó khăn khi nộp hồ sơ kỹ thuật sau khi sản phẩm của họ được chuyển đến Thổ Nhĩ Kỳ. Các công ty khác có mối quan tâm liên quan đến quyền sở hữu trí tuệ (IPR) và đã miễn cưỡng cung cấp bản vẽ hoặc thông tin chuyên sâu về các thông số kỹ thuật của (các) sản phẩm của họ. Để tránh sự chậm trễ của hải quan, nhà nhập khẩu nên hiểu biết về các thủ tục liên quan và các giấy tờ cần thiết.

➤ **Hóa đơn thương mại**

Hóa đơn thương mại phải được nộp ba lần, bao gồm cả bản chính và phải có mô tả đầy đủ, số lượng, đơn giá, mã HS, phương thức giao hàng của hàng hóa và nước xuất xứ cũng như tất cả các điều khoản thanh toán và thư tín dụng bắt buộc, nếu giao dịch đã được thực hiện thông qua phương thức thanh toán này.

➤ **Giấy chứng nhận xuất xứ**

Một số quốc gia nước ngoài yêu cầu phải có Giấy chứng nhận xuất xứ cho các mục đích thuế quan, chứng nhận quốc gia xuất xứ của hàng hóa cụ thể. Giấy chứng nhận xuất xứ phải được lập thành bản sao. Tài liệu này không được phép sửa chữa và nó phải bằng tiếng Anh. Giấy chứng nhận xuất xứ thường do nhà xuất khẩu hoặc nhà giao nhận lập và được Phòng Thương mại địa phương hoặc Trung tâm Thương mại Thế giới công chứng và chứng thực. Đại sứ quán hoặc Lãnh sự quán Thổ Nhĩ Kỳ tại Việt Nam phải chứng nhận Giấy chứng nhận xuất xứ. Một bản sao của chứng từ phải được giao nộp cho cơ quan hải quan tại thời điểm nhập khẩu.

➤ **Vận đơn/Vận đơn đường hàng không**

Các chi tiết trong vận đơn phải tương ứng chính xác với các chi tiết được nêu trong các chứng từ vận chuyển khác. Vận đơn gốc phải được nộp cùng với ba bản sao.

➤ **Hoá đơn chiếu lệ**

Hóa đơn chiếu lệ không được quá sáu tháng tại thời điểm nộp đơn. Các từ “chiếu lệ” phải được thể hiện trên tài liệu. Nó phải có tùy chọn chưa hết hạn (nếu thích hợp), chỉ rõ phí vận chuyển và phí bảo hiểm riêng biệt, đồng thời mang tên nhà nhập khẩu cũng như mô tả, đơn giá, số lượng và phương thức giao hàng/thanh toán của hàng hóa cụ thể. Các sản phẩm thuộc Chỉ thị Tiếp cận Mới của Liên minh Châu Âu phải kèm theo bản tự công bố sự phù hợp hoặc giấy chứng nhận sự phù hợp do cơ quan được thông báo cấp để được phép thâm nhập vào thị trường Thổ Nhĩ Kỳ. Xem phần Tiêu chuẩn và Dấu CE bên dưới.

➤ **Giấy chứng nhận y tế**

Giấy chứng nhận y tế đặc biệt được yêu cầu đối với nhập khẩu thực vật, hạt giống, động vật sống và sản phẩm động vật. Thực vật, bao gồm cả trái cây và rau quả, về cơ bản phải sạch sâu bệnh và phải được trồng trong khu vực không có sâu bệnh bị cấm. Các nhà xuất khẩu nước ngoài được khuyến khích lấy thông tin từ nhà nhập khẩu trước khi giao hàng vì sự phức tạp của các quy định vệ sinh và kiểm dịch động thực vật.

➤ **Yêu cầu nhập khẩu đặc biệt**

Rượu có thể được nhập khẩu bởi khu vực tư nhân bằng cách lấy giấy phép và sự cho phép của các sản phẩm thuốc lá và cơ quan quản lý quy định của thị trường đồ uống có cồn (TAPDK), một cơ quan quản lý độc lập. Kiểm tra các sản phẩm nhập khẩu được quy định bởi thông cáo về kiểm tra nhập khẩu thuốc lá, sản phẩm thuốc lá, rượu và đồ uống có cồn (Quy định về an toàn và kiểm tra sản phẩm: 2018/19). Tuy nhiên, các rào cản phi thuế quan, yêu cầu tài liệu phức tạp và tỷ lệ thuế cao tiếp tục hạn chế thương mại trong đồ uống có cồn. Thuốc lá chỉ có thể được nhập khẩu bởi các nhà sản xuất thuốc lá, được Chính phủ cấp phép theo Nghị định đặc biệt.

➤ **Nhập khẩu kim loại/đá quý**

Kim loại quý (ví dụ, vàng và bạch kim) chỉ có thể được nhập khẩu bởi các thành viên của giao dịch kim loại quý Istanbul hoạt động theo Borsa Istanbul (Sở giao dịch chứng khoán Istanbul). Sàn giao dịch chứng khoán Istanbul bao gồm các ngân hàng trong hoặc ngoài nước, các công ty kim loại quý, văn phòng tiền tệ, công ty sản xuất và tiếp thị kim loại quý và nhà máy lọc kim loại quý. Thổ Nhĩ Kỳ chính thức trở thành thành viên của Chương trình chứng nhận quy trình Kimberley vào năm 2007, chính phủ, ngành công



Tổng Giám đốc MBS – Ông Trần Hải Hà ký hợp tác với đại diện của Tập đoàn GHI tại Thổ Nhĩ Kỳ

ng nghiệp kim cương quốc tế và chủ động xã hội dân sự để ngăn chặn dòng chảy của kim cương xung đột.

Nhập khẩu sản phẩm như dược phẩm; hóa chất hữu cơ, đặc biệt là những loại dùng để sản xuất thuốc và các sản phẩm y tế; Vắc xin cho cả người và động vật; hóa chất dùng trong làm sạch và công nghiệp thực phẩm; động vật sống và thực vật; ngũ cốc và hạt giống cây trồng; và hormone yêu cầu chứng chỉ kiểm soát từ Bộ Y tế và Bộ Nông nghiệp. Sau khi nhập khẩu thực phẩm và nông sản cụ thể, nhà nhập khẩu phải được chuẩn bị để trình bày chứng chỉ kiểm soát được phê duyệt (nếu cần) cùng với bản gốc của hóa đơn, danh sách thành phần, giấy chứng nhận xuất xứ, chứng chỉ sức khỏe thú y hoặc giấy chứng nhận sức khỏe thực vật, v.v. và các tài liệu nhập khẩu khác như vận đơn. Nhập khẩu các sản phẩm thực phẩm vào Thổ Nhĩ Kỳ chỉ được phép nếu chúng phù hợp với các quy định liên quan đến kiểm soát nhập khẩu và Codex thực phẩm Thổ Nhĩ Kỳ. Thổ Nhĩ Kỳ đang hài hòa các quy định nhập khẩu thực phẩm và quy định Codex thực phẩm Thổ Nhĩ Kỳ với các quy định của EU. Nếu sản phẩm được đề cập không được bảo vệ bởi Codex thực phẩm Thổ Nhĩ Kỳ, các quan chức có thể đề cập đến các quy định quốc tế như Tổ chức Tiêu chuẩn hóa Quốc tế (ISO), Codex Alimentarius hoặc Chỉ thị EU có liên quan nếu nó chưa được hài hòa.

Tất cả các tài liệu phải được lấy từ và/hoặc được phê duyệt bởi các cơ quan có liên

quan trong nước xuất xứ. Tài liệu phải được gửi bằng ngôn ngữ gốc với bản dịch sang tiếng Thổ Nhĩ Kỳ. Chứng chỉ kiểm soát phải được trình bày cho cơ quan hải quan khi nhập khẩu.

Sản phẩm yêu cầu dịch vụ hậu mãi như xe cơ giới, hàng điện gia dụng, thiết bị văn phòng và máy tính, máy tính tiền, thiết bị truyền hình và video, máy sưởi, đầu đốt khí, máy móc công nghiệp, ô tô và thiết bị không dây yêu cầu một giấy phép nhập khẩu từ Bộ Thương mại. Để có được giấy phép như vậy, các nhà nhập khẩu phải đảm bảo rằng họ sẽ cung cấp dịch vụ và phụ tùng bằng cách thành lập văn phòng hoặc bằng cách ký thỏa thuận với các công ty dịch vụ/bộ phận hiện có. Số lượng cơ sở bảo trì trong cả nước phụ thuộc vào loại sản phẩm. Một số nhóm sản phẩm, bao gồm cả phương tiện, yêu cầu một mạng lưới các cơ sở bảo trì rộng rãi trong mỗi khu vực địa lý của Thổ Nhĩ Kỳ. Đối với các phương tiện, chế độ nhập khẩu hiện tại hướng dẫn một nhà nhập khẩu cung cấp dịch vụ và duy trì các bộ phận cần thiết trong ít nhất 10 năm, sau khi nhập khẩu xe cuối cùng.

Các nhà nhập khẩu được yêu cầu phải có được chứng chỉ kiểm soát từ Bộ Môi trường đối với các vật liệu được coi là gây bất lợi cho môi trường. Các vật liệu như vậy bao gồm than cứng, than non, thú cưng Coke, dầu mỏ, asen, thủy ngân, sunfua chì và cacbonat, fluorocarbon, hóa chất khác và kim loại phế liệu khác.

VĂN HÓA KINH DOANH



➤ Tập quán kinh doanh

Người dân Thổ Nhĩ Kỳ tự hào về truyền thống và văn hóa của họ. Tuy nhiên, nhờ giao lưu với các nước phương Tây, người Thổ Nhĩ Kỳ ở các thành phố lớn đã áp dụng một lối sống quốc tế hơn. Một người nước ngoài đến thăm bất kỳ thành phố lớn nào ở Thổ Nhĩ Kỳ sẽ thấy họ đang ở trong một bầu không khí tương tự như ở một thành phố châu Âu đương đại. Người Thổ Nhĩ Kỳ là những người cực kỳ hiếu khách và những doanh nhân đến thăm nên chào hỏi lịch sự và tôn trọng, cũng như dành thời gian để hiểu về những người đồng cấp người Thổ Nhĩ Kỳ của mình. Nói chung, mối quan hệ cá nhân là cơ sở quan trọng cho một mối quan hệ kinh doanh thành công ở Thổ Nhĩ Kỳ. Thông thường, điều quan trọng là dành thời gian trò chuyện thân thiện trước khi bắt đầu với kế hoạch kinh doanh. Danh thiếp hầu như luôn được trao đổi và du khách thường được mời một ly trà hoặc một tách cà phê Thổ Nhĩ Kỳ. Theo thói quen, bạn nên chấp nhận những lời đề nghị này.

➤ Ngôn ngữ

Ngôn ngữ chính thức được sử dụng bởi hơn 90% dân số là tiếng Thổ Nhĩ Kỳ. Nhiều người Thổ Nhĩ Kỳ có trình độ học vấn có thể thông thạo ít nhất một ngoại ngữ, đủ khả năng để thực hiện các giao dịch kinh doanh. Nhiều giám đốc điều hành công ty đã được đào tạo ở các nước phương Tây. Tiếng Anh là ngôn ngữ chủ đạo trong kinh doanh quốc tế, mặc dù tỷ lệ sử dụng tiếng Anh nói chung trong nước tương đối thấp.

➤ Văn hóa giao tiếp

Sự hiếu khách truyền thống của người Thổ Nhĩ Kỳ ảnh hưởng quyết định đến nghi thức kinh doanh của họ. Trong nhiều trường hợp mặc dù đặt hẹn trước cho các cuộc gặp là điều cần thiết khi có thể, nhưng nhiều người điều hành các công ty tại Thổ Nhĩ Kỳ có thể gặp gỡ khách hàng mà không cần đặt hẹn trước.

Trong những cuộc gặp gỡ đầu tiên, cái bắt tay chắc chắn được coi là quy chuẩn. Đàn ông Thổ Nhĩ Kỳ thường nắm cánh tay bạn bằng tay trái của họ để thể hiện sự thân thiện. Trong bối cảnh quan hệ kinh doanh, hầu hết phụ nữ Thổ Nhĩ Kỳ sẽ bắt tay với đối tác là đàn ông. Tuy nhiên, hành động này không phổ biến tại vùng phía Đông Thổ Nhĩ Kỳ và vùng nông thôn vì những người dân nơi đây thường có suy nghĩ bảo thủ hơn. Để chắc chắn, hãy chờ người phụ nữ chủ động bắt tay trước. Đôi khi, ở mức độ thân thiết, người Thổ Nhĩ Kỳ thường chào lúc gặp mặt và tạm biệt bằng cách chạm hai má.

Khi nói chuyện nên tập trung sự chú ý bằng ánh mắt đối với khách, vì đây là dấu

hiệu của sự trân trọng. Câu cửa miệng khi chào hỏi của người Thổ Nhĩ Kỳ là: ‘Asalamu alaykum (“Peace be with you”)’ hoặc ‘nasilsiniz’ (“How are you?”) – phát âm là ‘na-sul-sun-nuz’.

Các cuộc gặp gỡ với mục đích kinh doanh là khoảng thời gian thích hợp để nêu những đề xuất của công ty và nói chuyện làm ăn một cách nghiêm túc. Trong các cuộc gặp gỡ nên trao đổi danh thiếp với đối tác. Mặc dù có thể không phải là cuộc gặp gỡ, trao đổi trang trọng nhưng bạn nên đưa danh thiếp cho đối tác bằng 2 tay và nếu có thể, một mặt của danh thiếp nên được dịch sang tiếng Thổ Nhĩ Kỳ. Hãy đưa danh thiếp cho tất cả những người bạn gặp, đặc biệt là những người bạn muốn thiết lập quan hệ thương mại.

Bất cứ vị khách nào đến sẽ ngay lập tức được mời dùng trà hoặc cà phê; việc từ chối sẽ bị coi là không lịch sự. Cà phê được pha theo hai kiểu: “sade” (không đường) và “orta” (có một chút đường).

Người Thổ Nhĩ Kỳ có quan niệm “lời chào dài ngắn phụ thuộc vào khách khi họ đến, còn khi ra về thì do chủ nhà”. Vì nơi này có văn hóa chào đón khách đến nhà là một vinh dự lớn, chủ nhà sẽ không để rời đi một cách dễ dàng. Một buổi viếng thăm nhà vào buổi tối sẽ có trà, kẹo, và khi đĩa hoa quả được mang ra là dấu hiệu cho chúng ta biết để nói lời ra về. Tuy vậy, quá trình nói lời tạm biệt diễn ra khá dài trước khi bạn thật bước chân ra khỏi nhà chủ.

Mở đầu lời tạm biệt là khi khách nói “yavaş yavaş kalkalım”, có ý nghĩa là từ từ đứng dậy ra về nào. Tiếp theo sau là sự đáp lại của chủ nhà “nhưng chúng ra đang nói chuyện rất vui vẻ” hoặc “còn sớm, hãy ngồi thêm lúc nữa”. Sau những lời lịch thiệp, chủ nhà chỉ ra cửa cho khách, nơi giày dép được xếp một cách gọn gàng để khách xỏ vào. Tiếp đó, khách và chủ nhà trao cho nhau những nụ hôn tạm biệt lên má và nói lời gặp lại họ vào lần gặp mặt tới cũng như xin lỗi vì những sai sót trong lần đón tiếp này. Nếu chúng ta không gặp lại họ trong một quãng thời gian dài vì đi xa, chủ nhà sẽ nói câu “ Su gibi git, su gibi gel” có nghĩa là cả đi và trở về nhanh như nước. Đồng thời sau đó họ sẽ lắc một bình nước sau khi cầu mong cho chúng ta có chuyến đi thượng lộ bình an.

➤ Trang phục trong kinh doanh

Trang phục kinh doanh tại Thổ Nhĩ Kỳ thường theo trường phái bảo thủ. Đối với môi trường kinh doanh, người đàn ông với bộ comple màu sẫm, còn người nữ sẽ là bộ vest, giày cao gót và vớ. Tất nhiên, Thổ Nhĩ Kỳ rất nóng vào mùa hè. Bộ vest và thậm chí cả caravat có thể được tháo ra trong lúc nóng nực. Quần áo của phụ nữ có thể thoải mái hơn nhưng cần duy trì mức độ phải chăng; thậm chí khi thời tiết nóng nực, đường viền cổ áo cũng không được quá trễ và váy không được quá ngắn.

➤ Phong cách làm việc

Các buổi tiếp xúc với khách nên được thu xếp trước vài tuần. Người Thổ Nhĩ Kỳ khi trao đổi thông tin, thường muốn nghe tận tai, thấy tận mắt, vì vậy, khi trình bày, ngoài thông tin bằng văn bản, cần chuẩn bị đủ slides, hình ảnh, máy chiếu, bản đồ, bảng biểu, giấy ghi chép bằng cả tiếng Thổ Nhĩ Kỳ và tiếng Anh. Tránh thu xếp các cuộc gặp trùng vào kỳ nghỉ (tháng bảy và tháng tám), đặc biệt là trong tháng Ramadan. Cần ghi nhớ kỳ nghỉ “Kurban Bayrani” có thể kéo dài 5 ngày.



Thành phố Istanbul, Thổ Nhĩ Kỳ

Người Thổ Nhĩ Kỳ thích làm việc với những người họ cảm thấy quý mến, tin tưởng, và có thể duy trì quan hệ lâu dài. Vì vậy, việc đầu tư thời gian và nỗ lực ngay từ đầu nhằm tạo lập mối quan hệ tin tưởng, thân thiện là rất quan trọng để đi tới thành công. Phong cách làm việc “đi thẳng vào vấn đề” không phù hợp với người Thổ Nhĩ Kỳ. Trong giao dịch kinh doanh, trước khi bàn đến công việc, nên hỏi thêm về gia đình (chẳng hạn như con cái) của khách hàng, hoặc thông báo những kết quả/thành tựu mà mình (công ty mình) đã đạt được. Người Thổ Nhĩ Kỳ rất tự hào về đất nước của mình và rất thích trả lời những câu hỏi liên quan đến văn hóa Thổ Nhĩ Kỳ, thể thao (đặc biệt là bóng đá), hoặc lịch sử. Tuy nhiên, cần tránh các câu hỏi về chính trị hoặc các vấn đề nhạy cảm như đảo Cyprus hoặc vấn đề nhân quyền.

Để đạt được thỏa thuận cuối cùng sẽ mất nhiều thời gian. Người Thổ Nhĩ Kỳ thích đàm phán, một quá trình chịu nhiều tác động của các yếu tố như sự tôn trọng, ảnh hưởng hoặc các vấn đề về kinh tế học. Khi đàm phán, không nhất thiết phải tập trung vào lợi ích tài chính. Bạn có thể trao đổi thêm về các vấn đề liên quan như quyền lực, ảnh hưởng, danh dự, sự tôn trọng hoặc những lợi ích phi tài chính khác.

Trước khi đàm phán, cần nắm rõ mục tiêu cần đạt được của mình, tiến từ từ đến mục tiêu đó song song với việc đưa ra những nhân nhượng nhất định. Khi nhân nhượng, cần tỏ cho đối tác thấy đó là một thuận lợi thực sự mà mình dành cho đối tác, theo ý của đối tác. Chỉ nhân nhượng khi mình đã đạt được thỏa thuận trên cơ sở có đi có lại. Cần hết sức kiên trì trong suốt quá trình đàm phán. Không nên đưa ra áp lực về thời gian như “thời hạn chót”, “thời hạn cuối cùng” trong đàm phán. Quyết định cuối cùng thường được đưa ra bởi người có địa vị cao nhất trong tổ chức của đối tác, dù bạn đàm phán với cấp dưới của họ.

Người Thổ Nhĩ Kỳ thể hiện sự đồng ý bằng cách gật đầu về phía trước hướng xuống dưới, thể hiện sự không đồng ý bằng cách hất đầu lên về phía sau đồng thời nhướn lông mày. Việc lắc đầu sang hai bên không có nghĩa là “không” trong tiếng Thổ mà thể hiện ý là “tôi không hiểu”.

Người Thổ Nhĩ Kỳ thích giao tiếp trực tiếp, vì thế bạn nên gọi điện trực tiếp cho đối tác thay vì viết thư hoặc email. Người Thổ Nhĩ Kỳ thường trả lời điện thoại bằng câu nói đặc trưng “Alo” (khi phát âm, từ này sẽ nghe ra là “Aylu”). Trong một số trường hợp, họ cũng có thể dùng từ ngữ Buyurun có nghĩa là “tôi có thể giúp gì không” (at your service). Người Thổ Nhĩ Kỳ có xu hướng sử dụng biểu cảm “hah!” để thể hiện sự đồng ý.

Trong tiếng Thổ Nhĩ Kỳ, thông thường địa chỉ được ghi theo thứ tự như sau: tên của đường phố chính trước, sau đó đến phố nhỏ và tiếp theo là số nhà.

“Bey” có nghĩa là “Mr.” và “Bayan” có nghĩa là “Mrs.” hoặc “Miss”. Theo tập quán kinh doanh tại Thổ Nhĩ Kỳ, việc gọi tên một chuyên gia bằng danh xưng chuyên môn công việc (nếu có) của người đó thể hiện sự tôn trọng, ví dụ như “bác sĩ” hay “luật sư”. Tuy nhiên, khi gặp gỡ ai lần đầu, họ thường gọi “Mr” hoặc “Mrs” trước tên của người đó.

➤ Lưu ý khi dùng tiệc với đối tác trong kinh doanh

Việc ăn uống tại nhà hàng được coi là phần tất yếu trong văn hóa kinh doanh tại Thổ Nhĩ Kỳ. Khi thiết lập quan hệ kinh doanh với đối tác Thổ Nhĩ Kỳ, chắc chắn bạn sẽ được mời đi ăn và nếu từ chối sẽ bị coi là không lịch sự.

Thời gian dùng bữa là thời gian thư giãn và phù hợp để trò chuyện với đối tác, không nên đề cập ngay đến vấn đề kinh doanh mà nên coi đây là khoảng thời gian phù hợp để củng cố quan hệ với đối tác.

Theo nghi thức ngoại giao tại Thổ Nhĩ Kỳ, người chủ trì sẽ luôn là người trả tiền cho bữa ăn, họ không có khái niệm về việc chia tiền và cho rằng như vậy là kỳ quặc. Nếu bạn đề nghị trả tiền, họ nhất định sẽ không đồng ý và cho rằng lời đề nghị đó là thiếu lịch sự. Hành động tốt nhất là bày tỏ sự cảm ơn chân thành và sau đó vài ngày mời họ đi ăn tại một nhà hàng khác.

Mặc dù đa số người Thổ Nhĩ Kỳ theo đạo Hồi, tuy nhiên không phải tất cả đều không dùng đồ uống có cồn. Tuy nhiên, bạn nên chờ đến khi đối tác/khách hàng của bạn gọi đồ uống có cồn trước khi bạn gọi vì sẽ là không hay nếu đối tác/khách hàng của bạn không uống đồ có cồn hoặc phải trả tiền cho đồ họ không uống.

➤ **Tặng quà cho đối tác trong kinh doanh**

Đừng tặng những món quà quá xa xỉ hoặc mang tính cá nhân. Trong trường hợp bạn muốn tặng đối tác quà là đồ uống có cồn, hãy chắc chắn rằng đối tác của bạn có dùng loại đồ uống này trước khi tặng. Việc tặng quà tuy không phải là nét đặc trưng trong văn hóa kinh doanh của người Thổ nhưng việc tặng quà sẽ được coi trọng.

TIỀN TỆ

Đơn vị tiền tệ của Thổ Nhĩ Kỳ là Lira của Thổ Nhĩ Kỳ. Có các loại tiền giấy mệnh giá 5, 10, 20, 50, 100 và 200 lira Thổ Nhĩ Kỳ đang được lưu hành. Ngoài ra còn có tiền xu, trong đó cao nhất là 1 lira Thổ Nhĩ Kỳ, bằng 100 kuruş.

Các loại ngoại tệ chính như USD và đồng euro có thể dễ dàng đổi thành lira của Thổ Nhĩ Kỳ tại tất cả các ngân hàng, bưu điện (PTT) và văn phòng ngoại hối.

Máy ATM có mặt khắp nơi ở các thành phố và thị trấn của Thổ Nhĩ Kỳ. Hầu hết các ngân hàng đều có máy ATM bên cạnh nhiều máy ATM hoạt động miễn phí tại các vị trí chiến lược. Có thể rút tiền mặt từ MasterCard, Visa, hoặc các thẻ tín dụng quốc tế lớn khác cũng như thẻ ghi nợ quốc tế. Máy ATM hoạt động giống như ở các nơi khác trên thế giới.

Thẻ tín dụng chính được chấp nhận tại hầu hết các khách sạn, hầu hết các nhà hàng, cửa hàng bách hóa, cửa hàng tạp hóa và các nhà bán lẻ lớn. Thẻ tín dụng của Thổ Nhĩ Kỳ thường hoạt động với mã PIN.

Giờ làm việc của ngân hàng ở Thổ Nhĩ Kỳ là 9:00 sáng đến 5:00 chiều, từ Thứ Hai đến Thứ Sáu. Bạn cũng có thể tìm thấy các chi nhánh ngân hàng mở cửa vào cuối tuần tại các trung tâm mua sắm lớn ở các thành phố lớn.

HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ THỔ NHĨ KỲ

TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI CỦA THỔ NHĨ KỲ



Hội nghị giao thương sản phẩm bao bì Việt Nam – Thổ Nhĩ Kỳ 2020 kết nối doanh nghiệp 2 nước trao đổi thông tin, giới thiệu chi tiết các sản phẩm

Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) trong ấn phẩm thường niên Trade Profile 2021 ghi nhận về thứ hạng thương mại toàn cầu trong năm 2020 thì Thổ Nhĩ Kỳ đứng thứ 30 về xuất khẩu và 23 về nhập khẩu hàng hóa trên thế giới. Về dịch vụ, Thổ Nhĩ Kỳ đứng thứ 29 về xuất khẩu và 36 về nhập khẩu.

Chỉ số tự do kinh tế của Thổ Nhĩ Kỳ là 56,9, trở thành nền kinh tế tự do thứ 107 trong năm 2022. Thổ Nhĩ Kỳ xếp thứ 42 trong số 45 quốc gia ở khu vực châu Âu, và có chỉ số tự do kinh tế thấp hơn so với mức trung bình của khu vực và thế giới. (Nguồn: Heritage).

Nền kinh tế thị trường tự do của Thổ Nhĩ Kỳ được thúc đẩy bởi ngành công nghiệp và dịch vụ (ngày càng tăng), trong khi ngành nông nghiệp truyền thống của nước này chiếm tới 25% việc làm. Các ngành công nghiệp ô tô, hóa dầu và điện tử đã tăng tầm quan trọng và vượt qua ngành dệt may truyền thống trong cơ cấu xuất khẩu của Thổ Nhĩ Kỳ. Tuy nhiên, giai đoạn ổn định chính trị và năng động kinh tế gần đây đã nhường chỗ cho những lo ngại về bất ổn an ninh, từ đó gây ra biến động thị trường tài chính và đè nặng lên triển vọng kinh tế của Thổ Nhĩ Kỳ.

Các chính sách hiện tại của chính phủ nhấn mạnh các biện pháp chỉ tiêu theo chủ nghĩa dân túy và phá tín dụng, trong khi cải cách cơ cấu kinh tế đã bị chậm lại. Chính phủ đóng vai trò tích cực hơn trong một số lĩnh vực chiến lược và lợi dụng các thể chế cùng cơ quan quản lý kinh tế để nhắm vào đối thủ chính trị, làm suy giảm niềm tin của khu vực tư nhân đối với hệ thống tư pháp.

Thổ Nhĩ Kỳ phụ thuộc nhiều vào dầu khí nhập khẩu nhưng vẫn theo đuổi các mối quan hệ hợp tác năng lượng với nhiều đối tác quốc tế và thực hiện các bước để tăng cường sử dụng các nguồn năng lượng trong nước bao gồm năng lượng tái tạo, hạt nhân và than đá. Đường ống dẫn khí tự nhiên xuyên Tiểu Á giữa Thổ Nhĩ Kỳ và Azerbaijan đang được tiến hành để tăng cường lượng khí đốt Caspi tới Thổ Nhĩ Kỳ và châu Âu, và khi hoàn thành sẽ giúp đa dạng hóa nguồn khí đốt nhập khẩu của Thổ Nhĩ Kỳ. (Nguồn: CIA)

Giá trị xuất khẩu hàng hóa của Thổ Nhĩ Kỳ năm 2020 đạt 169,65 tỷ USD và nhập khẩu đạt 219,52 tỷ USD, thâm hụt 49,86 tỷ USD. Về dịch vụ, năm 2020, Thổ Nhĩ Kỳ xuất khẩu 34,57 tỷ USD, nhập khẩu đạt 24,77 tỷ USD, thặng dư gần 9,81 tỷ USD.

Tổng cán cân thương mại của Thổ Nhĩ Kỳ luôn thâm hụt hơn 23 tỷ USD trong suốt giai đoạn 2015 - 2020 (trừ năm 2019) vì thâm hụt từ hàng hóa lớn hơn mức thặng dư của cán cân dịch vụ. Trong năm 2019, tổng cán cân thương mại của Thổ Nhĩ Kỳ đạt thặng dư 6,44 tỷ USD. Riêng về hàng hóa, cán cân của Thổ Nhĩ Kỳ luôn ở mức âm, trong đó mức thấp nhất rơi vào năm 2017 (74,22 tỷ USD); còn về dịch vụ, cán cân luôn đạt mức dương, trong đó mức cao nhất rơi vào năm 2019 (35,95 tỷ USD).

Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ của Thổ Nhĩ Kỳ giai đoạn 2015 - 2020

(Nguồn: WTO)

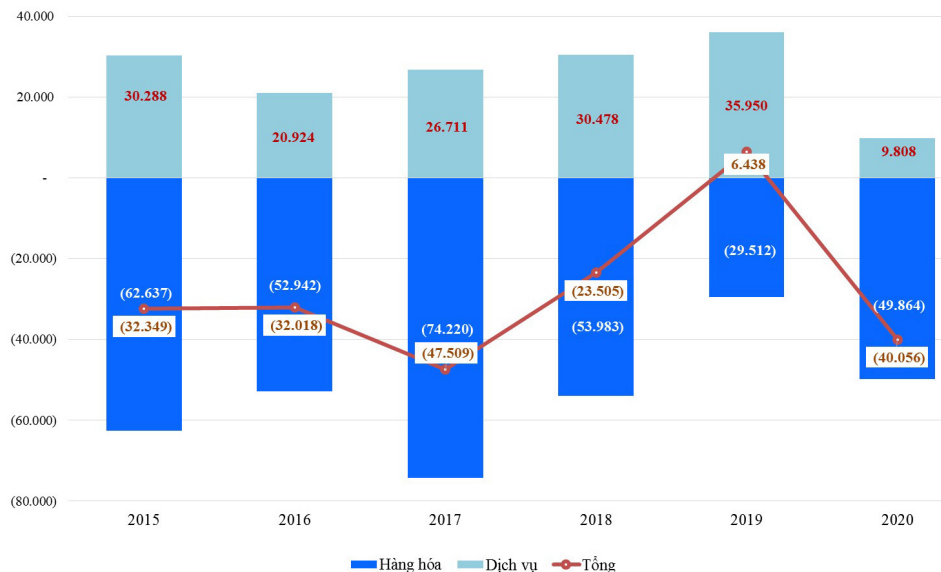
ĐVT: triệu USD



Cán cân thương mại của Thổ Nhĩ Kỳ giai đoạn 2015 – 2020

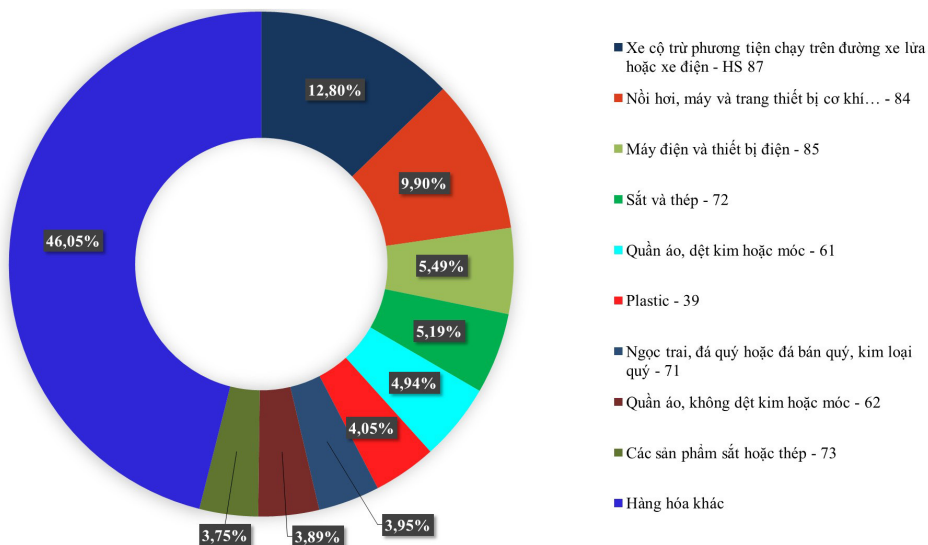
(Nguồn: WTO)

ĐVT: triệu USD



Năm 2020, theo dữ liệu của trademap.org, một số mặt hàng xuất nhập khẩu chủ yếu của Thổ Nhĩ Kỳ được thể hiện trong biểu đồ dưới đây.

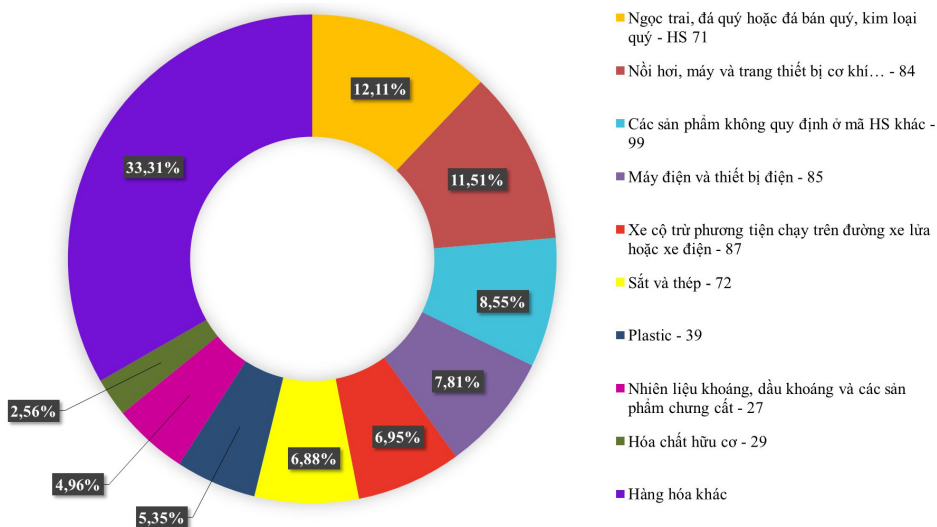
Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Thổ Nhĩ Kỳ năm 2020



Trong năm qua, 05 mặt hàng xuất khẩu mạnh nhất của Thổ Nhĩ Kỳ bao gồm:

1. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 12,80% tổng lượng xuất khẩu).
2. Nồi hơi, máy và trang thiết bị cơ khí... (chiếm 9,90% tổng lượng xuất khẩu).
3. Máy điện và thiết bị điện (chiếm 5,49% tổng lượng xuất khẩu).
4. Sắt và thép (chiếm 5,19% tổng lượng xuất khẩu).
5. Quần áo, dệt kim hoặc móc (chiếm 4,94% tổng lượng xuất khẩu).

Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Thổ Nhĩ Kỳ năm 2020

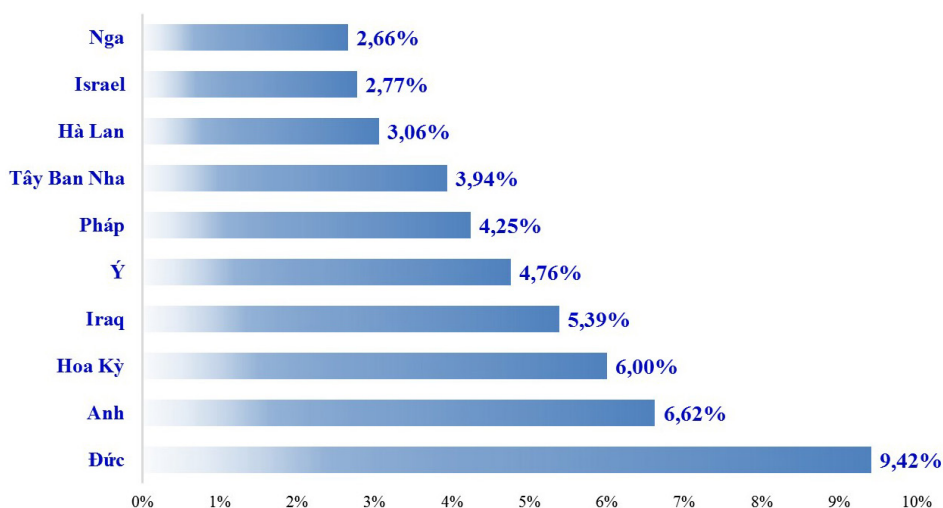


Về nhập khẩu, 05 mặt hàng mà Thổ Nhĩ Kỳ nhập vào nhiều nhất gồm có:

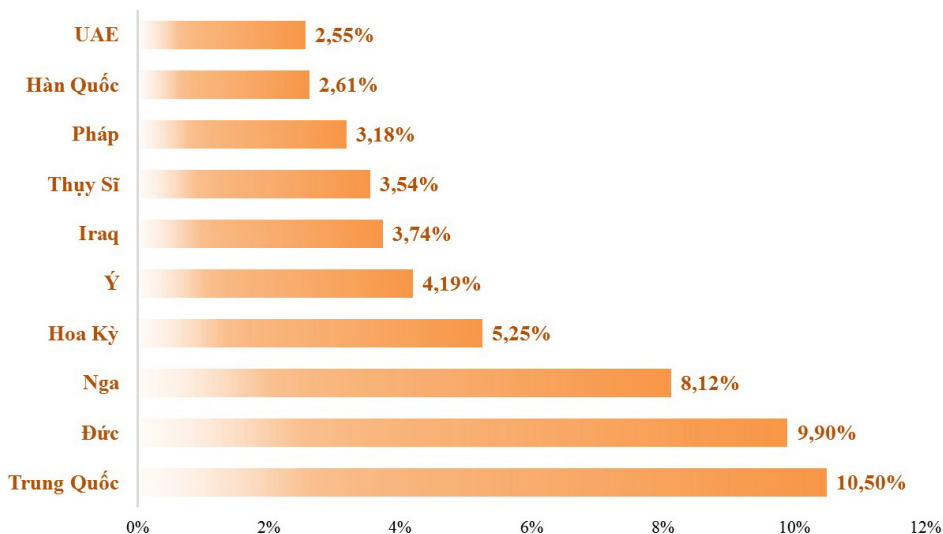
1. Ngọc trai, đá quý hoặc đá bán quý, kim loại quý (chiếm 12,11% tổng lượng xuất khẩu)
2. Nồi hơi, máy và trang thiết bị cơ khí... (chiếm 11,51% tổng lượng xuất khẩu)
3. Các sản phẩm không quy định ở mã HS khác (chiếm 8,55% tổng lượng xuất khẩu)
4. Máy điện và thiết bị điện (chiếm 7,81% tổng lượng xuất khẩu)
5. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 6,95% tổng lượng xuất khẩu)

Dữ liệu mới nhất theo từng quốc gia cụ thể cho thấy 48,88% sản phẩm xuất khẩu từ Thổ Nhĩ Kỳ được đưa vào: Đức (9,42% tổng sản phẩm toàn cầu), Anh (6,62%), Hoa Kỳ (6,00%), Iraq (5,39%), Ý (4,76%), Pháp (4,25%), Tây Ban Nha (3,94%), Hà Lan (3,06%), Israel (2,77%) và Nga (2,66%).

Các thị trường xuất khẩu chính của Thổ Nhĩ Kỳ năm 2020



Các thị trường nhập khẩu chính của Thổ Nhĩ Kỳ năm 2020

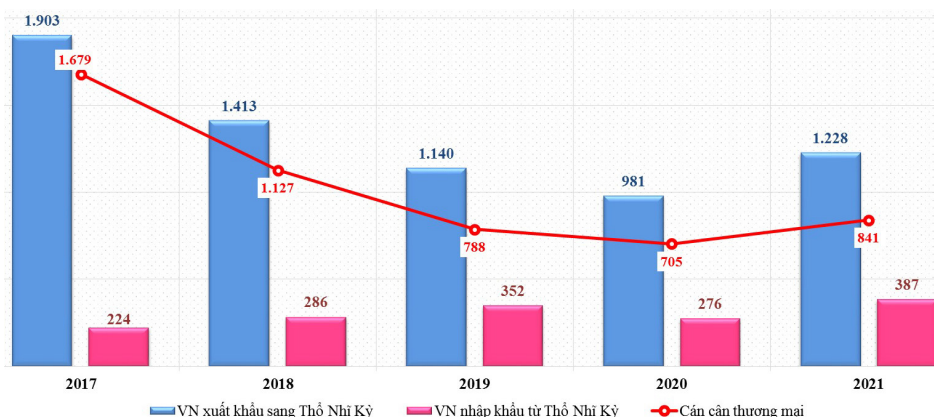


Ở chiều ngược lại, số liệu theo từng quốc gia cho thấy 53,59% sản phẩm nhập khẩu vào Thổ Nhĩ Kỳ có xuất xứ từ các nước: Trung Quốc (10,5% tổng sản phẩm toàn cầu), Đức (9,9%), Nga (8,12%), Hoa Kỳ (5,25%), Ý (4,19%), Iraq (3,74%), Thụy Sĩ (3,54%), Pháp (3,18%), Hàn Quốc (2,61%) và UAE (2,55%).

Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam - Thổ Nhĩ Kỳ giai đoạn 2017 - 2021

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

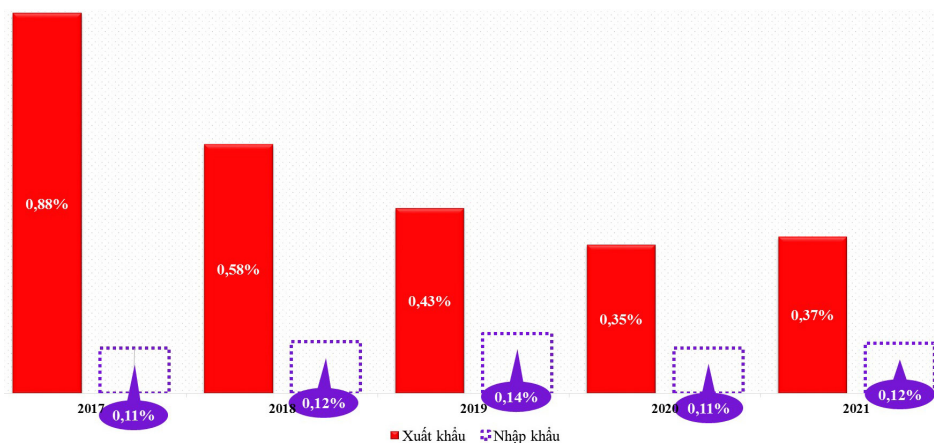
ĐVT: triệu USD



Tỉ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu với Thổ Nhĩ Kỳ so với tổng giá trị xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2017 - 2021

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



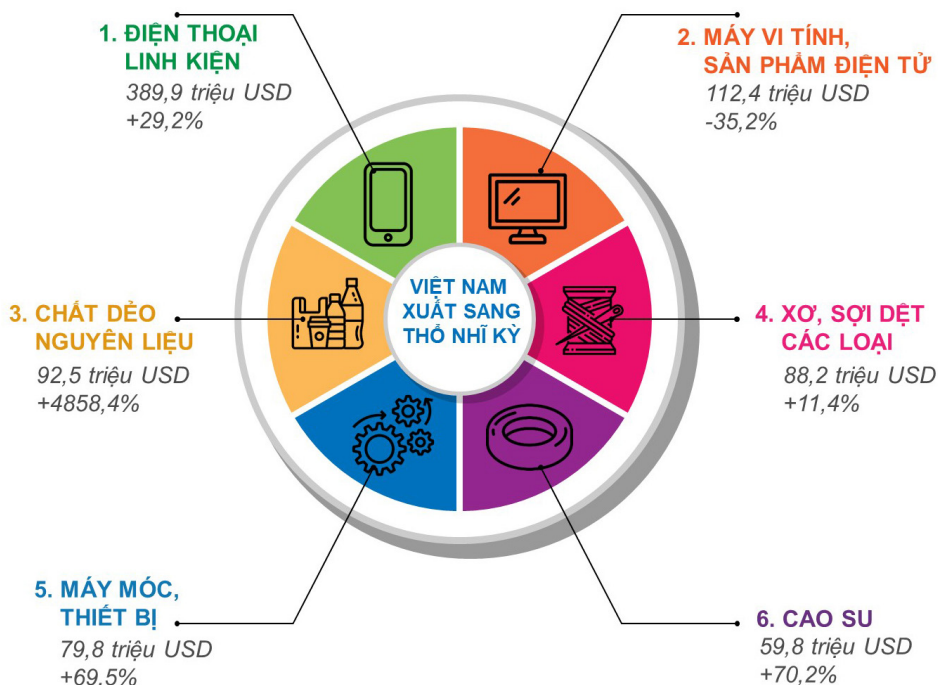
Theo thống kê trên trademap.org (Trung tâm thương mại quốc tế ITC), Việt Nam là đối tác cung cấp sản phẩm đứng thứ 32 vào thị trường Thổ Nhĩ Kỳ và là đối tác đứng thứ 83 nhập khẩu hàng hóa từ Thổ Nhĩ Kỳ.

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, tính riêng năm 2021 tổng giá trị xuất

nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Thổ Nhĩ Kỳ đạt 1,62 tỷ USD, tăng 28,5% so với năm 2020. Trong đó, xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường Thổ Nhĩ Kỳ đạt 1,23 tỷ USD, tăng 25,2% so với năm 2020, chiếm vốn vện 0,37% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới. Ở chiều ngược lại, nhập khẩu hàng hóa từ Thổ Nhĩ Kỳ đạt 387 triệu USD, tăng 40,1% so với cùng kì, chiếm 0,12% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ tất cả các đối tác thương mại.

Giai đoạn 2017-2021, cán cân thương mại của Việt Nam luôn giữ mức thặng dư hơn 700 triệu USD do tình trạng xuất siêu liên tục sang Thổ Nhĩ Kỳ. Mức thặng dư hàng hóa luôn ở mức dương và đạt giá trị lớn nhất vào năm 2017 (1,68 tỷ USD). Kim ngạch xuất khẩu nước ta sang nước bạn có xu hướng giảm dần qua từng năm và đạt mức cao nhất vào năm 2020 (981 triệu USD) sau đó tăng lên vào năm 2021 (1,23 tỷ USD). Ngược lại, kim ngạch nhập khẩu từ nước bạn có xu hướng tăng dần qua thời gian, đạt giá trị cao nhất vào năm 2021 (387 triệu USD).

MỘT SỐ SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM SANG THỔ NHĨ KỲ NĂM 2021



Đứng đầu trong số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Thổ Nhĩ Kỳ trong giai đoạn 2017 - 2021 là mặt hàng điện thoại các loại và linh kiện. Theo thống kê chính thức của Tổng cục Hải quan, năm 2021, xuất khẩu mặt hàng này sang Thổ Nhĩ Kỳ đạt 389,9 triệu USD, tăng 29,2% so với cùng kì năm 2020, chiếm 31,8% tổng xuất khẩu sang thị trường này. Thị trường Thổ Nhĩ Kỳ chiếm chỉ 0,7% tổng xuất khẩu sản phẩm cùng loại của Việt Nam. Giai đoạn 2017 - 2021, giá trị mặt hàng này sang nước bạn luôn đạt con số dương và đạt từ 300 triệu USD trở lên. Kim ngạch mặt hàng này có xu hướng giảm dần đều từ năm 2017 trở đi và đạt thấp nhất vào năm 2020 (301,8 tỷ USD), sau đó tăng lên vào năm kế tiếp là năm 2021 (389,9 triệu USD).

Kim ngạch xuất khẩu Điện thoại các loại và linh kiện của Việt Nam sang Thổ Nhĩ Kỳ

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD

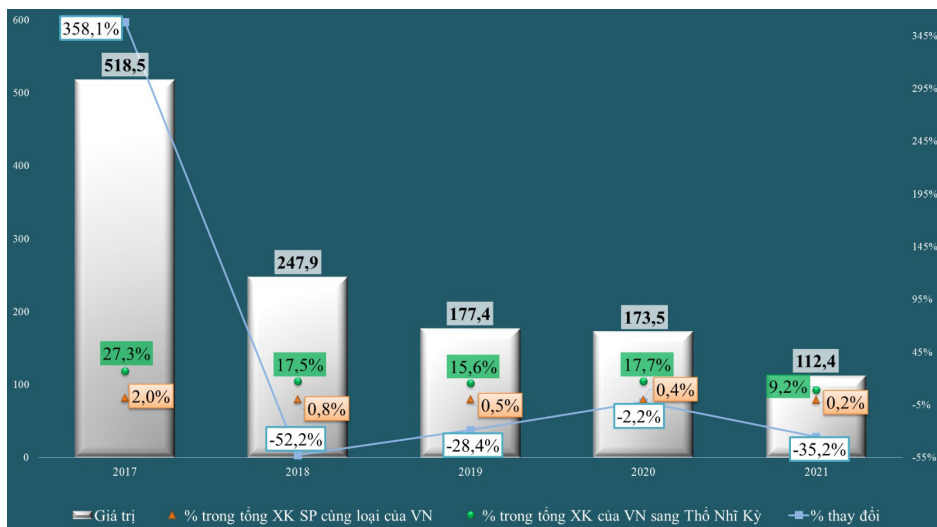


Tiếp theo là mặt hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 112,4 triệu USD vào năm 2021, giảm 35,2% so với năm 2020, chiếm 9,2% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này, chiếm 0,2% thị phần các sản phẩm tương tự của Việt Nam xuất khẩu ra tất cả các nước. Hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện xuất khẩu sang nước bạn có xu hướng giảm dần trong giai đoạn 2017 – 2021; trong đó, năm có kim ngạch đạt cao nhất là năm 2017 (518,5 triệu USD) và năm có kim ngạch thấp nhất là năm 2021 (112,4 triệu USD).

Kim ngạch xuất khẩu Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện của Việt Nam sang Thổ Nhĩ Kỳ

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

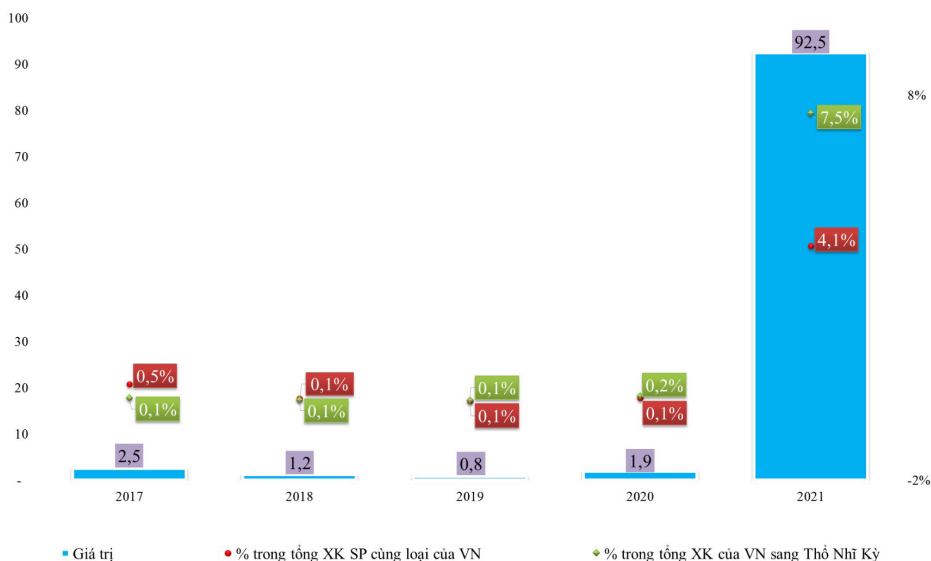
ĐVT: triệu USD



Kim ngạch xuất khẩu Chất dẻo nguyên liệu của Việt Nam sang Thổ Nhĩ Kỳ

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

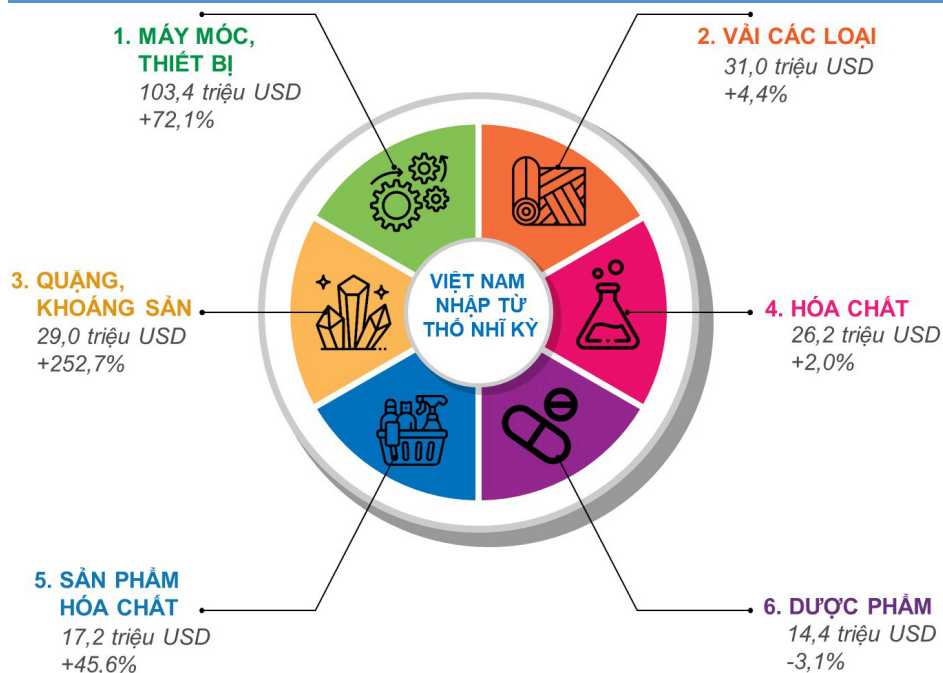
ĐVT: triệu USD



Vị trí thứ 3 trong số những sản phẩm Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang Thổ Nhĩ Kỳ năm 2021 là hàng chất dẻo nguyên liệu, đạt 92,5 triệu USD, tăng đột biến 4858,4% so với cùng kì 2020, chiếm 7,5% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang nước này, chiếm 4,1% xuất khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam với tất cả các đối tác thương mại. Trước đó, kim ngạch của mặt hàng này chỉ đạt mức tương đối khiêm tốn (trên dưới 2 triệu USD) từ năm 2017 đến năm 2020; nhưng sau đó lại tăng vọt vào năm 2021. Xét về thứ hạng năm 2021, Thổ Nhĩ Kỳ là quốc gia thứ 5 mà nước ta xuất khẩu hàng chất dẻo nguyên liệu nhiều nhất thế giới, xếp sau Nhật Bản (106,56 triệu USD), Ấn Độ (265,46 triệu USD), Indonesia (309,48 triệu USD) và Trung Quốc (322,62 triệu USD).

Trong năm 2021, đa số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Thổ Nhĩ Kỳ đều ghi nhận sự tăng lên về kim ngạch so với năm 2020 do sự phục hồi sau dịch Covid, cụ thể là các mặt hàng: phương tiện vận tải và phụ tùng (167,6%), sắt thép các loại (140,6%), cao su (70,2%), hạt tiêu (56,1%) và nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày (55,6%). Tuy nhiên, một số mặt hàng vẫn có lượng kim ngạch giảm tương đối mạnh, trong đó có chè (-90,7%), gỗ và sản phẩm gỗ (-23,6%) và giày dép các loại (-21%).

MỘT SỐ SẢN PHẨM NHẬP KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM TỪ THỔ NHĨ KỲ NĂM 2021

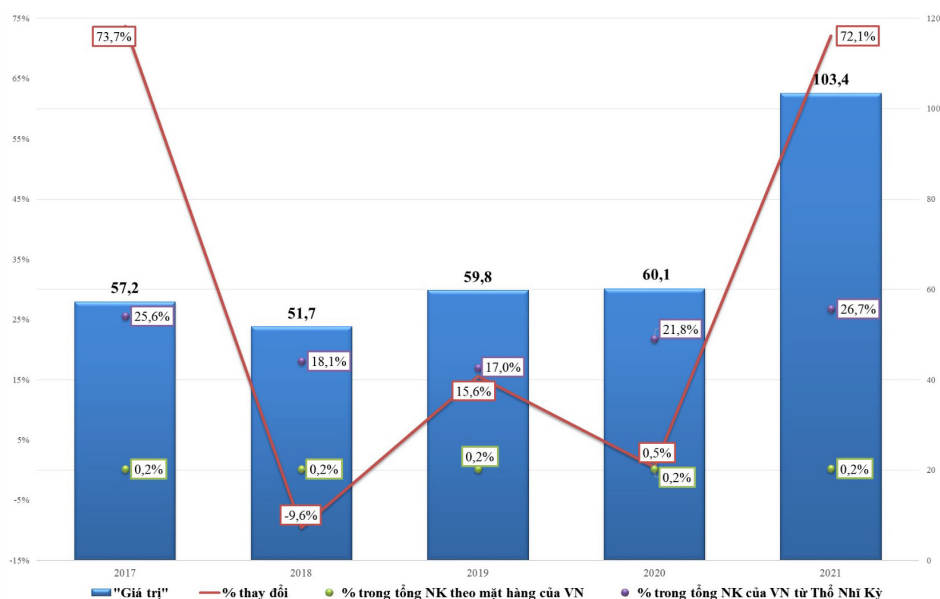


Năm 2021, đứng ở vị trí thứ nhất về kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Thổ Nhĩ Kỳ là mặt hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng, đạt 103,4 triệu USD, tăng 72,1% so với cùng kỳ của năm 2020, chiếm 26,7% tổng nhập khẩu từ nước này, chiếm 0,2% giá trị nhập khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam từ tất cả các nước. Kể từ năm 2017 trở đi, kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này có xu hướng tăng và giữ vững ở mức trên 51 triệu USD. Trong đó, năm nhập khẩu mạnh nhất là năm 2021, còn năm thấp nhất là năm 2018 với giá trị đạt 51,7 triệu USD, giảm 9,6% so với cùng kỳ năm 2017.

Kim ngạch nhập khẩu Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng của Việt Nam từ Thổ Nhĩ Kỳ

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD

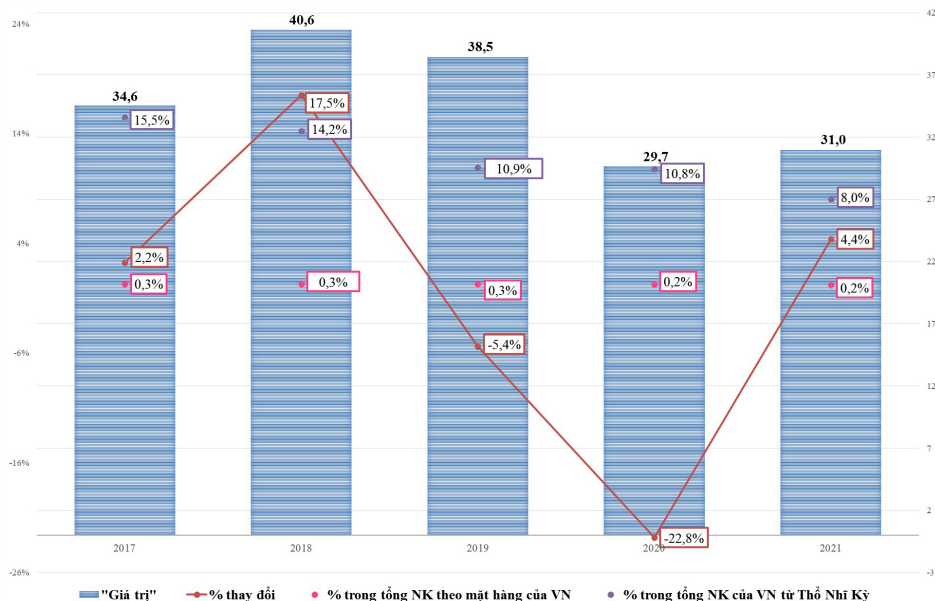


Tiếp theo là mặt hàng vải các loại có kim ngạch đạt 31 triệu USD vào năm 2021. Tỷ lệ tăng là 4,4% so với năm 2020, chiếm 8% tổng nhập khẩu từ Thổ Nhĩ Kỳ, chiếm khoảng 0,2% tổng giá trị nhập khẩu các mặt hàng cùng loại từ thế giới. Kim ngạch nhập khẩu vải các loại từ Thổ Nhĩ Kỳ qua các năm có xu hướng giảm xuống; trong đó, năm nhập khẩu mạnh nhất là vào năm 2018 với giá trị đạt 40,6 triệu USD, tăng 17,5% so với 2017, còn năm thấp nhất là năm 2020 với kim ngạch đạt 29,7 triệu USD, giảm 22,8% so với cùng kỳ năm 2019.

Kim ngạch nhập khẩu Vải các loại của Việt Nam từ Thổ Nhĩ Kỳ

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



Mặt hàng quặng và khoáng sản khác đứng vị trí thứ 3, đạt 29 triệu USD năm 2021, tăng mạnh 252,7% so với cùng kỳ năm 2020, chiếm 7,5% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ nước này, tương đương 0,8% giá trị nhập khẩu so với mặt hàng cùng loại từ các đối tác thương mại khác. Trước đó, kim ngạch của mặt hàng này chỉ đạt mức tương đối khiêm tốn (trên dưới 8 triệu USD) từ năm 2017 đến năm 2020; nhưng sau đó lại tăng vọt vào năm 2021.

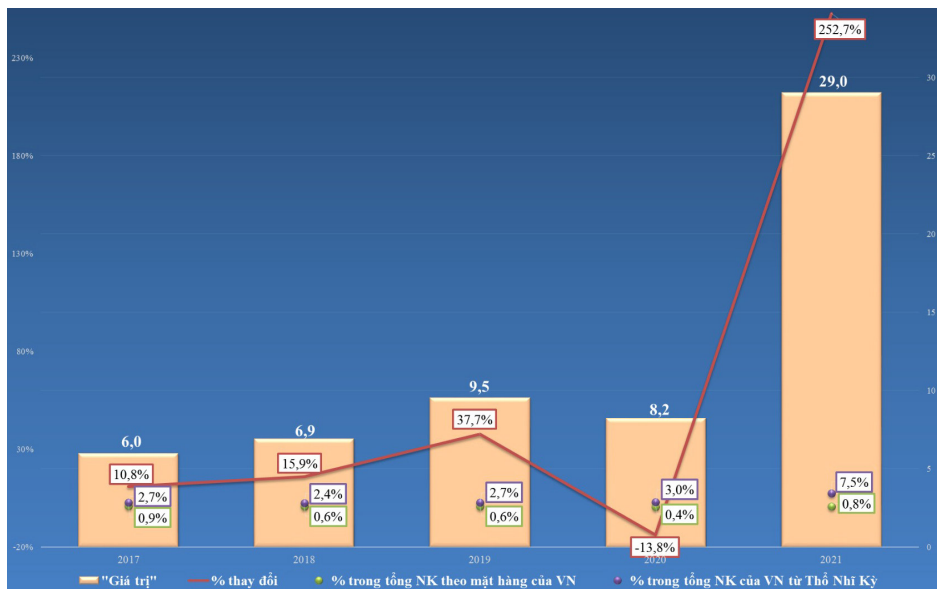


Thổ Nhĩ Kỳ đẩy mạnh nhập khẩu hạt tiêu Việt Nam

Kim ngạch nhập khẩu Quặng, khoáng sản của Việt Nam từ Thổ Nhĩ Kỳ

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



Xét về tổng thể năm 2021, hoạt động nhập khẩu của nước ta với Thổ Nhĩ Kỳ có ghi nhận sự tăng lên kim ngạch ở hầu hết các mặt hàng. Mặt hàng có lượng kim ngạch tăng lên bao gồm các loại như: hàng điện gia dụng và linh kiện (66,2%), sản phẩm từ chất dẻo (49,9%) và linh kiện, phụ tùng ô tô (33,8%). Trong khi đó, sản phẩm có lượng kim ngạch giảm xuống gồm có: thức ăn gia súc và nguyên liệu (-65,3%), sắt thép các loại (-30,3%), và dược phẩm (-3,1%).

HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ THỔ NHĨ KỲ

VIỆT NAM - THỔ NHĨ KỲ TÍCH CỰC THÚC ĐẨY HỢP TÁC NHIỀU MẶT

Chiều 12-10, Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính đã điện đàm với Phó Tổng thống Thổ Nhĩ Kỳ Fuat Oktay. Vị Phó Tổng thống khẳng định, Thổ Nhĩ Kỳ rất coi trọng và mong muốn tăng cường hơn nữa quan hệ hợp tác nhiều mặt với Việt Nam. Nhân dịp này, Thổ Nhĩ Kỳ công bố hỗ trợ Việt Nam 200.000 liều vaccine, máy tạo oxy và nhiều trang thiết bị y tế phòng, chống dịch Covid-19.

Về kinh tế, Phó tổng thống Fuat Oktay nhấn mạnh, mặc dù gặp nhiều khó khăn do dịch Covid-19, kim ngạch thương mại giữa hai nước trong 8 tháng năm 2021 vẫn đạt hơn 1 tỷ USD, tăng 26% so với cùng kỳ năm 2020, trong đó Việt Nam tiếp tục xuất siêu với tỷ trọng chiếm 75-80% tổng kim ngạch song phương. Về đầu tư, Thổ Nhĩ Kỳ hiện là nhà đầu tư lớn nhất của khu vực Trung Đông tại Việt Nam với tổng số vốn đầu tư trực tiếp đến nay đạt hơn 700 triệu USD.

DOANH NGHIỆP THỔ NHĨ KỲ MỞ RỘNG ĐẦU TƯ TẠI VIỆT NAM



Nhà máy Hayat tại Bình Phước

Tập đoàn Hayat vừa chính thức ra mắt thương hiệu tã trẻ em hàng đầu thế giới Molfix tại Việt Nam. Molfix là nhà sản xuất tã trẻ em lớn thứ 5 thế giới và cũng là công ty tăng trưởng nhanh nhất trong ngành hàng này. Trong buổi ra mắt sản phẩm, Hayat đã công bố kế hoạch mở rộng dự án theo đúng cam kết với gói đầu tư trị giá 250 triệu USD vào

Việt Nam hồi cuối năm ngoái với mục tiêu tiếp tục mở rộng phân phối sản phẩm trong nước và khu vực thông qua nhà máy đặt tại Việt Nam.

Tập đoàn Hayat trong lĩnh vực tiêu dùng nhanh (FMCG) có trụ sở chính tại Thổ Nhĩ Kỳ cũng là nhà sản xuất khăn giấy lớn nhất tại Trung Đông, Đông Âu và Châu Phi. Cách đây 2 năm, Hayat đã chính thức khởi công xây dựng nhà máy có tổng diện tích 32 ha tại KCN Becamex – Bình Phước với tổng vốn đầu tư ban đầu khoảng 100 triệu USD và chính thức có sản phẩm mới tung ra thị trường tã trẻ em thương hiệu Molfix vào tháng 9/2021.

“Ở Việt Nam chúng tôi đặt kỳ vọng cao và nỗ lực không ngừng cho mục tiêu sở hữu 30% thị phần ngành hàng tã trẻ em vào năm 2025 với sản phẩm tã Molfix ‘Made in Vietnam’”, bà Chi Nguyễn – Giám đốc Marketing khu vực Đông Nam Á của Hayat Việt Nam cho biết.

Chia sẻ về kế hoạch phát triển thị trường khu vực Đông Nam Á, ông Cetin Murat – Tổng Giám đốc Hayat Việt Nam đánh giá cao về môi trường đầu tư tại Việt Nam. Ông cho rằng, Việt Nam là điểm đến hấp dẫn để đầu tư và hỗ trợ Hayat mở rộng thị trường tại khu vực ASEAN. Các nhà máy công nghệ cao, sản phẩm tiên tiến và sự đầu tư nghiêm túc về quy trình Marketing là minh chứng rõ ràng cho niềm tin của chúng tôi vào triển vọng của nền kinh tế tại đây. “Chúng tôi tự hào góp phần vào sự thành công của nền kinh tế Việt Nam và sự phát triển của ngành hàng tiêu dùng nhanh thông qua các cơ hội việc làm, năng lực xuất khẩu, chuyển giao công nghệ và việc thiết lập nền tảng để các doanh nghiệp Thổ Nhĩ Kỳ khác đầu tư vào Việt Nam” - ông nói.

Nguồn: Tổng hợp

KIM NGẠCH THƯƠNG MẠI GIỮA VIỆT NAM VÀ THỔ NHĨ KỲ

THỊ TRƯỜNG THỔ NHĨ KỲ CHUỘNG CÁC SẢN PHẨM NÔNG SẢN
VIỆT NAM



Mặc dù dịch COVID-19 ảnh hưởng tiêu cực đến nền kinh tế, nhưng xuất khẩu nông sản đang có những điểm sáng; trong đó, Thổ Nhĩ Kỳ đang nổi lên như thị trường tiềm năng với sản phẩm nông sản Việt Nam.

Theo số liệu từ Viện Thống kê Thổ Nhĩ Kỳ (TUIK), nửa đầu năm 2021, tổng lượng nhập khẩu hạt điều đã bóc vỏ vào Thổ Nhĩ Kỳ là 4.915 tấn, tăng 35,4% so với cùng kỳ năm 2020, đạt kim ngạch lên xấp xỉ hơn 17,58 triệu USD, giảm 15% so với cùng kỳ năm trước.

Đáng lưu ý, Việt Nam vẫn dẫn đầu và chiếm xấp xỉ 94% thị phần kim ngạch xuất khẩu điều vào Thổ Nhĩ Kỳ trong 6 tháng đầu năm nay với 4.607,82 tấn, đạt 16,47 triệu USD, tăng tới 52,8% về sản lượng.

Nguyên nhân do dịch COVID-19 tiếp tục diễn biến phức tạp, Thổ Nhĩ Kỳ liên tục có các biện pháp giãn cách xã hội cùng với việc người dân dần thay đổi thói quen ở nhà nhiều hơn khiến nhu cầu tiêu thụ các sản phẩm hạt như hạt điều tăng mạnh.

Hơn nữa, giá điều xuất khẩu của Việt Nam trong những tháng gần đây có xu hướng giảm so với đầu năm nay, đã phần nào giúp đẩy mạnh lượng điều xuất khẩu vào Thổ

Nhĩ Kỳ và chiếm lĩnh gần như phần lớn thị phần nhập khẩu của quốc gia này dù chi phí vận chuyển đường biển đang ngày càng cao.

Ngoài ra, một sản phẩm thế mạnh khác của Việt Nam tại thị trường Thổ Nhĩ Kỳ là hạt tiêu cũng ghi nhận mức tăng trưởng đáng kể.

Nửa đầu năm 2021, Thổ Nhĩ Kỳ nhập khẩu 3.764,1 tấn hạt tiêu đen, trị giá hơn 7,21 triệu USD, tăng 9,4% về lượng và 13,6% về giá trị.

Theo đó, Việt Nam tiếp tục giữ vị trí quốc gia có lượng xuất khẩu lớn nhất về mặt hàng này vào Thổ Nhĩ Kỳ với 2.236,3 tấn, đạt kim ngạch hơn 4,32 triệu USD, tăng mạnh cả về lượng lẫn giá trị, chiếm gần 60% thị phần giá trị xuất khẩu vào Thổ Nhĩ Kỳ trong 6 tháng 2021.

Trong khi đó, đối thủ của Việt Nam là Brazil trong 6 tháng đầu năm đã xuất khẩu vào Thổ Nhĩ Kỳ tổng cộng 1.077 tấn hạt tiêu với kim ngạch 2,46 triệu USD, giảm 17,2% về lượng và 1,2% về giá trị.

Xu hướng tăng nhập khẩu tiêu vào thị trường Thổ Nhĩ Kỳ tiếp tục được giữ vững trong giai đoạn này tuy có sự chuyển dịch nhẹ về thị trường nhập khẩu.

Đặc biệt, một mặt hàng đang được hưởng nhiều lợi thế của Việt Nam tại thị trường này là cao su thiên nhiên.

Việt Nam hiện xếp vị trí thứ 4 về kim ngạch xuất khẩu sản phẩm cao su tự nhiên khi chiếm 11,7% thị phần xuất khẩu vào Thổ Nhĩ Kỳ.

Điều này cho thấy, các nhà nhập khẩu cao su của Thổ Nhĩ Kỳ cũng đã dần chú trọng hơn đến sản phẩm này của Việt Nam thay vì tập trung nhiều vào Indonesia hay Thái Lan.

Nguyên nhân chính là do giá cả và chất lượng sản phẩm của cao su Việt Nam đang dần có ưu thế cạnh tranh với các đối thủ khác.

Một số mặt hàng của Việt Nam đang có thế mạnh hoặc có cơ hội thâm nhập vào thị trường Thổ Nhĩ Kỳ như: cà phê, gạo, chè, thủy sản.

Theo Thương vụ Việt Nam tại Thổ Nhĩ Kỳ, đến thời điểm này nhiều doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam chỉ tập trung vào cạnh tranh về giá nhằm giành đơn hàng, dẫn đến tình trạng bị các doanh nghiệp nhập khẩu lợi dụng những biến động về giá thế giới để chèn ép, bắt bí và trục lợi.

Đối với mặt hàng hạt tiêu, một phần hạt tiêu Việt Nam xuất khẩu vào Thổ Nhĩ Kỳ sẽ theo con đường tạm nhập tái xuất qua một số quốc gia khác như châu Âu và một số quốc gia láng giềng khác nhằm phục vụ mục đích chế biến và tiêu dùng tại các quốc gia này.

Vì vậy, Thương vụ Việt Nam tại Thổ Nhĩ Kỳ khuyến cáo, Việt Nam cần tiếp tục tăng cường khuyến khích các doanh nghiệp trong nước tham gia các chương trình xúc tiến thương mại tại địa bàn, tham quan và triển lãm tại các hội chợ lớn về ngành thực phẩm tại Thổ Nhĩ Kỳ như: Hội chợ WorldFood Istanbul, Sirha Istanbul để trao đổi và tìm kiếm cơ hội hợp tác với các doanh nghiệp phân phối, chế biến điều của Thổ Nhĩ Kỳ.

Cùng với đó, doanh nghiệp phải chủ động tiếp xúc và quảng bá sản phẩm điều Việt Nam đến các doanh nghiệp chế biến, đóng gói và phân phối mặt hàng hạt điều tại Thổ Nhĩ Kỳ như Tadim Gida, Peyman Gida...

Ngoài ra, Việt Nam cần sớm quảng bá sản phẩm có chỉ dẫn địa lý đối với mặt hàng điều, cụ thể là điều Bình Phước.

Từ đó, tạo sự khác biệt, nổi trội về chất lượng so với các sản phẩm khác và có cơ hội đưa vào bán tại hệ thống phân phối lớn của thị trường còn nhiều tiềm năng này.

CƠ HỘI CHO CÁC NGÀNH SẢN PHẨM ĐIỆN TỬ - LINH KIỆN, NGÀNH CƠ KHÍ CỦA VIỆT NAM

Chỉ số sản xuất công nghiệp của Thổ Nhĩ Kỳ tính theo tháng chỉ giảm mạnh trong tháng 4 và tháng 5/2020 do dịch Covid-19 lây nhiễm lần đầu tiên vào tháng 3/2020, vì vậy các nhà máy tạm dừng hoạt động, dẫn đến chỉ số sản xuất công nghiệp giảm 21,8% trong tháng 4 và 15,9% trong tháng 5/2020. Từ tháng 6/2020 chỉ số sản xuất công nghiệp của Thổ Nhĩ Kỳ phục hồi và tăng mạnh trở lại. Do dịch Covid-19 bùng phát buộc nhiều nhà máy phải ngừng hoạt động tại thị trường sản xuất chính là Trung Quốc nơi sản xuất lớn nhiều hàng hóa trung gian, làm gián đoạn chuỗi cung ứng toàn cầu trong một số ngành công nghiệp, do đó các công ty Thổ Nhĩ Kỳ đang tăng sản xuất để đáp ứng nhu cầu này.

Năm 2021, Thổ Nhĩ Kỳ cũng áp đặt lệnh giới nghiêm, đóng cửa, hạn chế đi lại vào cuối tuần và đóng cửa nhà hàng. Bao gồm cả một đợt giãn cách ngắn hạn khó khăn vào tháng 4/2021 và tháng 5/2021 do các trường hợp nhiễm Covid-19 gia tăng. Sau đó, sản xuất và nền kinh tế nói chung hầu như không bị ảnh hưởng do các biện pháp đã được dỡ bỏ kể từ tháng 6/2021. Do đó, chỉ số sản xuất công nghiệp của Thổ Nhĩ Kỳ vẫn tăng trưởng đều và tăng mạnh trong tháng 8/2021 đạt 138,1% từ mức 117,9% trong tháng 7/2021 và mức 115,2% trong tháng 8/2020.

Nhiều ngành công nghiệp Thổ Nhĩ Kỳ từ dệt may đến ô tô, thực phẩm, máy móc và điện tử đã đẩy mạnh sản xuất để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng từ nước ngoài do ảnh hưởng bởi Covid-19. Sự bùng phát dịch Covid-19 đang gây lo ngại trên khắp thế giới đối với các ngành công nghiệp toàn cầu. Sản lượng sản xuất giảm đã dẫn đến tình trạng thiếu sản phẩm và phụ tùng từ Trung Quốc. Nhiều công ty và quốc gia phụ thuộc vào Trung Quốc về bán thành phẩm và sự thiếu hụt nguồn cung này có khả năng ảnh hưởng đến nhiều nền kinh tế trên toàn thế giới. Tác động của dịch Covid-19 đến kinh tế thế giới rất rõ nét, nhiều nước được hưởng lợi từ việc sản xuất tại Trung Quốc và một số quốc gia châu Âu sụt giảm và Thổ Nhĩ Kỳ là một trong những quốc gia được hưởng lợi từ việc dịch

chuyển chuỗi cung ứng từ Trung Quốc và một số quốc gia châu Âu.

Nền kinh tế Thổ Nhĩ Kỳ đứng thứ 6 châu Âu, thứ 16 thế giới và thuộc nhóm 20 nền kinh tế lớn nhất thế giới, có vị trí chiến lược trên con đường giao thương giữa ba châu lục Á - Âu - Phi. Thổ Nhĩ Kỳ cũng đặt mục tiêu phấn đấu nằm trong danh sách 10 nước xuất nhập khẩu lớn nhất thế giới với kim ngạch trao đổi thương mại dự kiến năm 2023 đạt 1.125 tỷ USD. Thổ Nhĩ Kỳ là một trong những trung tâm sản xuất hàng đầu tại châu Âu, Thổ Nhĩ Kỳ có nhu cầu nhập khẩu các linh kiện điện tử như bo mạch, mạch kết nối... do đó việc tìm kiếm đối tác làm nhà cung ứng đóng vai trò rất quan trọng trong hoạt động của doanh nghiệp Thổ Nhĩ Kỳ.

Với lợi thế có nguồn nhân công khéo léo, tay nghề cao, giá cả hợp lý và công nghệ hiện đại, Việt Nam có thể đáp ứng được những yêu cầu khắt khe về chất lượng, sự chính xác, hiện đại trong công nghệ và tiến độ giao hàng ngay cả với những đơn hàng lớn. Việt Nam đang dần có những sản phẩm xuất khẩu mang tính công nghệ cao hơn với giá trị gia tăng cao, như các sản phẩm cơ khí chính xác, các sản phẩm điện tử và linh kiện... Với kinh nghiệm làm việc và hợp tác cùng các công ty, tập đoàn lớn hàng đầu thế giới đến từ Mỹ, châu Âu, Nhật Bản, Hàn Quốc... các doanh nghiệp Việt Nam hoàn toàn đủ khả năng và tiềm năng để tham gia vào chuỗi cung ứng của các công ty, tập đoàn của Thổ Nhĩ Kỳ. Trong cân cân thương mại song phương giữa Việt Nam và Thổ Nhĩ Kỳ, hàng năm Việt Nam luôn xuất siêu sang Thổ Nhĩ Kỳ. Thổ Nhĩ Kỳ hiện là thị trường xuất khẩu lớn thứ 2 của Việt Nam tại khu vực Tây Á, chỉ đứng sau Các Tiểu vương quốc Ả Rập thống nhất.

Thổ Nhĩ Kỳ là thị trường lớn (dân số gần 84 triệu người), quy mô hoạt động ngoại thương sôi động, có vị trí chiến lược trên con đường giao thương giữa ba châu lục Á - Âu - Phi. Thổ Nhĩ Kỳ được đánh giá là thị trường tiềm năng, cửa ngõ quan trọng vào khu vực Trung Đông, và nơi trung chuyển vào thị trường EU đối với nhiều mặt hàng xuất khẩu Việt Nam như gạo, sữa và sản phẩm sữa, hạt tiêu, đồ gỗ, cao su, chè, sợi, vải, hàng may mặc, giày dép, hàng điện tử, hàng thủ công mỹ nghệ, thiết bị phụ tùng... Đáng chú ý, ngành công nghiệp điện tử của Thổ Nhĩ Kỳ phát triển rất nhanh và mạnh, đã xuất khẩu sản phẩm tới 200 quốc gia trên thế giới, dư địa hợp tác rất lớn.

Do đó, Thổ Nhĩ Kỳ cần phát triển hệ thống cung ứng riêng chứ không phụ thuộc vào các nhà cung ứng khác bởi độ rủi ro rất cao, trong bối cảnh dịch bệnh vẫn diễn biến phức tạp. Vì vậy, mặt hàng điện tử và linh kiện của Việt Nam có nhiều cơ hội để đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Thổ Nhĩ Kỳ trong thời gian tới. Trong cơ cấu hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang Thổ Nhĩ Kỳ, mặt hàng điện tử các loại và linh kiện là mặt hàng xuất khẩu lớn nhất trong 9 tháng đầu năm 2021, với kim ngạch xuất khẩu đạt 277,6 triệu USD, tăng 21,2% so với cùng kỳ năm 2020, chiếm 33,4% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang Thổ Nhĩ Kỳ.

Nguồn: Tổng hợp từ Bnews và trang tin Bộ Công Thương Việt Nam

CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

➤ Đại sứ quán Việt Nam tại Thổ Nhĩ Kỳ

Địa chỉ: 414 Sokak, No: 14, Birlik Mahallesi, 06610, Çankaya, Ankara

Điện thoại: +90-312-4468049

Fax: +90-312-4465623

Email: vnemb.es@mofa.gov.vn hoặc dsqvturkey@yahoo.com

Điện thoại khẩn cấp: +905346375328

➤ Thương vụ Việt Nam tại Thổ Nhĩ Kỳ

Địa chỉ: Hattat Halim Sok., No. 6, Daire 3, Gayrettepe, Besiktas, Istanbul Turkey

Điện thoại: (+90) 212 267 3668

Fax: (+90) 212 267 4988

Email: tr@moit.gov.vn

➤ Đại sứ quán Thổ Nhĩ Kỳ tại Việt Nam

Địa chỉ: Tầng 14, Central Office Building, 44B Lý Thường Kiệt, Hà Nội, Việt Nam

Điện thoại: +84-24-38222460

Fax: +84-24-38222458

Email: embassy.hanoi@mfa.gov.tr

Website: <http://hanoi.emb.mfa.gov.tr>

CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI THỔ NHÌ KỲ

Thời gian	Tên sự kiện	Địa điểm	Lĩnh vực ngành hàng
02 – 06/02/2022	Agroexpo	Izmir	Nông lâm nghiệp
04 – 07/03/2022	Future Leaders Model United Nations	Istanbul	Du lịch lữ hành Giáo dục - đào tạo
23 – 26/03/2022	Yapi - Turkeybuild Istanbul	Büyükcçekmece	Xây dựng công trình Kỹ thuật công nghiệp
24 – 27/03/2022	Istanbul Jewelry Show	Bakırköy	Nghệ thuật & Thủ công mỹ nghệ
30/03 – 02/4/2022	Marble Izmir Fair	Izmir	Xây dựng công trình Kỹ thuật công nghiệp
02 – 05/6/2022	Automechanika Istanbul	Büyükcçekmece	Ô tô, xe hơi

01 – 04/9/2022	WorldFood Istanbul	Istanbul	Nông lâm nghiệp Thực phẩm – đồ uống
13 – 15/10/2022	Beauty Istanbul	Istanbul	Đóng gói bao bì Thời trang & Làm đẹp
01 – 05/11/2022	Istanbul International Home Textile Exhibition	Bakırköy	Trang phục & Quần áo Dịch vụ kinh doanh
08 – 11/02/2023	East Mediterranean International Tourism and Travel Exhibition	Istanbul	Du lịch lữ hành

TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ TP.HCM - ITPC



Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng, Phường Đa Kao, Quận 1, Tp.HCM

92 Nguyễn Huệ, Phường Bến Nghé, Quận 1, Tp.HCM

ĐT: (028) 3823 6738 - 3910 1309

Fax: (028) 3824 2391

Email: itpc@itpc.gov.vn; info@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.gov.vn