

İran Tarım, Gıda ve Hızlı Tüketilen Gıda Sektörü

1. Tarım ve Gıda Sektörü

Tarım, İran ekonomisinin en önemli sektörlerinden birisidir. İran'da 20 milyon hektarlık ekili arazi olmak üzere 50 milyon hektarlık çiftlik bulunmaktadır. Ülke arazisinin yaklaşık %20'si tarıma elverişlidir. Ülke topraklarının %4'ü sulu tarıma, %8'i kuru tarıma, %20'si ekilebilir tarıma, geri kalan kısmı ise diğer tarım olanaklarına sahiptir. Tarım sektörü GSYİH'nın %11'ini oluşturmakta ve nüfusun %23'ünü istihdam etmektedir. Başlıca gıda üreten bölgeler Hazar bölgesi ve kuzeybatı vadileridir. İklim koşullarının çeşitliliği, geniş bir ürün çeşitliliğine izin vermekle birlikte temel olarak sulama ve iyi ekim konusunda çeşitli zorluklar bulunmaktadır. Geçmiş dönemdeki yaptırımlar da ürün çeşitliliğinin azalmasını beraberinde getirmiştir. Gelenekselden modern tarıma geçiş, ekipman, altyapı ve sulama sistemlerinin modernizasyonunu gerektirmektedir. Bu amaçla hükümet tarafından tarım sektörünün gelişimi için Ulusal Kalkınma Fonu tarafından finanse edilmek üzere 10 milyar dolar ayrılmıştır.

Ülkede son 10 yıldır kuraklık sıkıntısı bulunmaktadır. İran yılda ortalama 250 mm yağış almakta ve bu haliyle dünya ortalaması olan 800 mm'nin oldukça altında kalmaktadır. Dahası, yağışlar bölgesel olarak eşit dağılmamaktadır. Hükümetin kurumsallaştırmış olduğu "Direniş Ekonomisi" İran'ın kendi kendine her alanda yeterli olmasını savunmakta ve tarım sektöründe bu durum su rezervlerinin aşırı kullanılmasını beraberinde getirmektedir. Diğer taraftan, su kaynakları çelik gibi ağır sanayilerin ihtiyacı için de yönlendirilmektedir. Düşük yağış oranı ve verimsiz sulama sistemlerine rağmen Hükümet tarafından gıda üretimi ve ihracatı yaygın şekilde teşvik edilmektedir. Öyle ki, İran'da su tüketiminin %50'si tarım sektörü tarafından gerçekleştirilmekte, bununla birlikte sektörün GSMH'ye katkısı %11 dolayında kalmaktadır. Öte yandan, 2018 yılı yazında kuraklık kaynaklı ölümler gerçekleşmiş olup, önümüzdeki dönemde soruna ilişkin etkili bir çözüm getirilemediği takdirde İran'da sorunun insani boyutunun artacağı değerlendirilmektedir.

Su sıkıntısına ek olarak İran'daki tarım, modası geçmiş tarım teknikleri, yanlış gübre uygulamaları, zayıf toprak kalitesi, yetersiz nadas süreleri ve arazinin aşırı kullanımından kaynaklı sorunlarla karşı karşıyadır. Sektör, çoğu 10 hektardan küçük çiftçilerin sahibi olduğu paçal arazi yapısına sahip olup, bu durum ölçek ekonomisini uygulamayı zorlaştırmakta ve kırsal yoksulluğu derinleştirmektedir. Ayrıca, dağınık dağıtım kanalları araçların komisyonlarını artırmakta ve fiyatların istikrarsız bir yapıda seyretmesine zemin oluşturmaktadır.

Tarım alanında kullanılan makinelerin çoğu yerel üreticiler tarafından üretilmektedir. Sektörde faaliyet gösteren firmalardaki devlet payı oldukça yüksek olup, bu durum korumacı politikaları da beraberinde getirmiştir. İran'daki hemen her sektörde olduğu gibi bu sektörde de teknoloji açığı dikkat çekicidir. Ayrıca, sulama sistemleri, su transfer boruları, kontrol üniteleri, atık suyun toplanması ve geri dönüşümü, besi çiftlikleri için otomasyon sistemleri, seracılık, pirinç ekimi makineleri ve bahçe aletlerinde de yenilikçi ürünlere ihtiyaç duyulmaktadır.

Hükümet buğday gibi belli ürünlerde belirli fiyattan alım garantileri vermektedir. Ayrıca, çiftçilere traktör temini gibi uygulamalar da bulunmaktadır. Bunun yanı sıra, sulama sistemlerinin modernizasyonu için hükümet tarafından çalışmalar yapılmaktadır.

Yılda 100 milyon tondan fazla gıda ürünü üretilen İran'da gıda pazarının yıllık 50 milyar dolar hacminin olduğu tahmin edilmektedir. Bununla birlikte İran pazarı, korumacı yapısı, düşük şeffaflık ve aşırı regüle edilmiş haliyle yatırımcıların pazara girişte karşılabileceği sorunları da içinde barındırmaktadır.

İran'da üretilen tarım ürünleri incelendiğinde sıcaklık dalgalanmaları ve ekilebilir arazinin azlığına rağmen ürün çeşitliliğinin yüksek olduğu görülmektedir. Buğday, arpa, pirinç, mısır, hurma, incir, nar, kavun, üzüm, sebze, pamuk, şeker, pancar, şeker kamışı, fındık, zeytin, baharat, kuru üzüm, çay, tıbbi otlar gibi ürünler İran'da yaygın bir şekilde üretilmektedir. Bunun yanı sıra İran, dünyanın en büyük fındık ve safran üreticisidir.

İran'ın 1979 İslam Devrimi'nden bu yana tarım ve gıda alanında kendine yeterli bir ülke olma tutkusu bulunmakta olup, bu durum gıda sektörünün hükümet tarafından aşırı regüle edilmesine, bu sektörlerde hükümete bağlı kuruluşların etkisinin artmasına, İran'ın dış ticaret rejiminin vergiler ve kotalarla korumacı bir şekilde yapılandırılmasına neden olmuştur. İran'ın tüm bu çabalarına rağmen bu sektörlerde dış ticaret açığı vermeye devam ettiği ve başta Hindistan'dan olmak üzere gıda ithalatı yaptığı görülmektedir. İran'ın sebzelerde birçok üründe kendine yeter bir modele erişebildiği, tavuk eti, süt ve peynirde herhangi bir ithalatının olmadığı değerlendirilmeleri yapılmaktadır. Kırmızı et, tereyağı, balık, meyve ve buğdayda ise kendine yeterliğin yakın dönemde gerçekleşmesinin zor olduğu belirtilmekte, özellikle hayvan yemi hammaddelerindeki %70'lik dışa bağımlılığın değişmesinin oldukça zor olduğu dile getirilmektedir. İşlenmiş gıda sektöründeki çeşitliliğin ise oldukça az olduğu, sektöre yapılacak yenilikçi ve modern teknoloji yatırımlarıyla ürün çeşitliliğinin sağlanmasının önemli fırsatları beraberinde getirebileceği değerlendirilmektedir. Öte yandan, İran'da işlenmiş gıdada gümrük vergilerinin oldukça yüksek olduğu, düşük katma değerli paketleme tesisi bile kurulsa paketlenecek ham ürünün vergisinin oldukça azaldığı görülmektedir. Bu durum, İran'ın iç pazarını ithalatçılara şartlı şekilde açma uygulamalarının bir örneğidir. Son olarak, ilerleyen dönemde İran'ın gıdada kendine yeterliğinin birçok sebepten dolayı giderek risk altına gireceği ve İran'ın bu sektörde liberalleşme politikaları izleyebileceği ifade edilmektedir.

Tarım sektörü Mart 2016-Mart 2017 arasında yerli üretim hacmini %13,5 artırmış ve ticaret açığı azalmıştır. İran Resmi Haber Ajansı IRNA'nın bildirdiğine göre, İran'ın tarım sektöründeki ticaret açığı geçen yıl 3,4 milyar dolar olmuştur. Geçtiğimiz yıl içinde ithal edilen ana tarım ürünleri ise 1,4 milyar dolar değerinde hayvan yemi, 909 milyon dolar değerinde soya fasulyesi ve 690 milyon dolar değerinde pirinçten oluşmaktadır. İran'ın gıda ithalatı, bir önceki yıla göre sırasıyla hacim olarak %14, değer olarak ise %13 oranında azalmıştır.

Yine IRNA'ya göre, İran'ın ihracatı geçtiğimiz yıl içinde değer bazında %8'lik bir artışla 80'den fazla ülkeye 2,7 milyar dolar değerinde yaklaşık 1,2 milyon ton gıda ürününün satılması şeklinde gerçekleşmiştir. İran'ın ihracatında en önemli kalemi süt ürünleri oluşturmaktadır. Bu sektörde İran yıllık hacimde %9,3 artışla 387 bin tona, değerinde ise %19'luk artışla 634 milyon dolar gelire ulaşmıştır. Süt ürünlerinin yanında, tatlılar, çikolata, bisküvi ve benzeri ürünler ile domates salçası, sıvı yağlar, meyve suları ve meyve

konsantreleri, komposto ve konserve yiyecekler, maden suyu ve makarnaların İran'ın ihracatına konu olan önde gelen kalemler olduğu görülmektedir.

Gıda ihracatının ülkeler bazında incelenmesinden ise Basra Körfezi'ndeki ülkeler, Orta Asya ülkeleri, Rusya, Avrupa ve Amerika'daki ülkelerin ihracatta öne çıktığı görülmektedir. Irak'a yapılan 900 milyon dolarlık ihracatın ise İran'ın toplam gıda ihracatının %15'ine denk geldiği anlaşılmaktadır. İran'ın Rusya'ya gıda ihracatı ise 2016 yılında 140 milyon dolardan, 2017 yılında 450 milyon dolara ulaşmıştır.

Her ne kadar İran pazarında gıda ürünlerinin satışı sıkı kurallara ve pazara giriş engellerine tabi olsa da, makarna, sos, jöle şekeri, bisküvi, sakız, çikolata, ton balığı, baharat, meyve suyu, komposto, farklı türde bitkisel yağlar, zeytinyağı gibi ürünler Tayland, Singapur, İtalya, İspanya, Türkiye gibi ülkelerden İran'a farklı yollardan girmektedir.

İran, tarım sektöründeki ticaret açığını azaltmak amacıyla geçtiğimiz yıl içinde bir dizi tedbir almıştır. Alınan tedbirler arasında pirinç ve şekerin ithalat vergisinin artırılması, yabancı meyvelerin ithalatının önlenmesi, bitkisel yağ ve yağlı tohum ithalatının kontrol edilerek yerel üretimin güçlendirilmesi, hayvancılık ve balıkçılık ürünlerinin ihracatının teşvik edilmesi ve stratejik buğday rezervlerinin artırılması bulunmaktadır.

İran'da gıda sanayisi istihdama olan %16,8'lik katkısıyla ülkedeki en önde gelen sektör olarak dikkat çekmektedir. Ülkede %56'sı küçük ölçekli olmak üzere 11.200'den fazla gıda sanayisine ilişkin tesis olduğu tahmin edilmektedir. Tüm sektörlerde dile getirilen en önemli sorunlardan birisi olarak gösterilen krediye erişimde de gıda sanayisinin de önemli sıkıntıları olduğu sektör temsilcilerince dile getirilmektedir. Ayrıca, ambalajlama teknolojisinde yenilikçi yöntemlerin uygulanmasına ihtiyaç duyulduğu belirtilmektedir. Bunun yanı sıra, İran'daki üretim maliyetlerinin devlet desteklerine rağmen uluslararası piyasalarda rekabetçi olmadığı dile getirilmektedir.

İran'daki tüketici davranışları incelendiğinde ise İranlıların ekmeği sevdiği, her bir İranlının yılda 160 kilogram ekmek tükettiği görülmektedir. Uluslararası istatistiklerde ise her bir tüketicinin yılda 25 kilogram ekmek tükettiği bilinmektedir. Aynı şekilde İranlılar yılda 21-24 kilogram arası şeker tüketmekte ve bu rakam uluslararası alanda geçerli kabul edilen 5 kilogram yıllık ortalama şeker tüketiminin oldukça üstünde yer almaktadır. Tuz tüketiminde Dünya Sağlık Örgütü ortalama yıllık tüketimin 10 gram olduğunu belirtmektedir. İranlıların tuz tüketiminin de dünya ortalamasının 3 katı olduğu belirtilmektedir.

İran'da ayrıca karbonatlı içeceklerin tüketimi oldukça yaygındır. Ortalama bir İranlının yılda 42 litre karbonatlı içecek tükettiği belirtilmektedir. Bu rakam, uluslararası ortalama olan 10 litrenin dört katından fazladır. Meşrubatlar bakımından ise İran'ın Ortadoğu ve Kuzey Afrika bölgesinde Suudi Arabistan'dan sonra 2,8 milyar dolar yıllık pazar büyüklüğüyle en büyük ikinci pazar olduğu belirtilmektedir. Zeytinyağı, süt, pirinç, et ve yumurta tüketiminde ise İranlıların dünya ortalamasının altında kaldığı belirtilmektedir. Tüketici davranışlarına yönelik yapılacak son bir değerlendirme de, tüketicilerin geleneksel ürünlerden ziyade ambalajlı ürünlere giderek daha fazla ilgi gösterdiği görülmektedir.

Sektördeki dağıtım kanalları incelendiğinde yiyecek ve içeceğin %94'ünün ortalama 50-100 metrekare büyüklüğü olan ve sayıları 200.000'i bulan geleneksel marketlerde satıldığı görülmektedir. Bu marketlerdeki ortalama ürün çeşitliliğinin 800 civarında olduğu belirtilmektedir. Manavların da yine geleneksel şekilde çalıştığı görülmektedir. Modern

organize perakendeciliğin İran'da yeterince gelişmediği, Hükümetin bunu geliştirmek için çalışmalar yaptığı bilinmesine rağmen yerel lobilerin etkisiyle yeterli ivmenin yakalanamadığı görülmektedir. Bugün İran'da modern organize perakendeciliğin yalnızca %6 dolaylarında olduğu tahmin edilmektedir. Perakende sektöründeki bu durum, fiyatlama ve dağıtımda gelenekselliğin ve aracılardan etkili olmasını da beraberinde getirmektedir.

2. İran Hızlı Tüketilen Gıda Sektörü

Oldukça genç bir nüfusa sahip İran'da hızlı tüketilen gıda kültürünün (fast food-hızlı yemek) giderek artan bir şekilde yaygınlaştığı görülmektedir. İranlılar, sadece yemek için değil, bir boş zaman aktivitesi ve sosyalleşme aracı olarak da hızlı yemek kültürünü benimsemeye başlamıştır. Resmi istatistiklere göre İranlıların restoranlarda yılda 6,3 milyar dolar harcadığı, bu rakamın hızlı bir ivmeyle yukarıya doğru artış gösterdiği belirtilmektedir. Öte yandan, İranlı restoranların üçte birinin hızlı yemek sektöründe yoğunlaştığı tahmin edilmektedir.

Restoranlarda yapılan harcamaların incelenmesinden en yüksek gelire sahip ilk %10'luk dilimin yılda ortalama 1.300 dolar, en alt gelire sahip %10'luk kesimin ise 41 dolar harcadığı görülmektedir. Ülke çapında toplam 60.000 restoranın bulunduğu (üçte biri hızlı yemek sektöründe) tahmin edilmektedir. Sektörün yapısı incelendiğinde ise zincir mağazaların gelişmediği görülmektedir. Sektörün yapısına ilişkin belirtilmesi gereken bir diğer husus da, arz kanalları ve insan kaynağı kalitesinin yetersizliğidir. Çeşitlilik ve kalite bakımından ise sektörün orta düzeyde yer aldığı değerlendirilmektedir. Yüksek kaliteli ve marka değeri olan restoranların hızlı gıda sektörünün yalnızca %5'ini, orta kaliteli restoranların %30-40'ını oluşturduğu, geri kalan restoranların ise oldukça düşük kalitede hizmet gösterdiği dile getirilmektedir. İran'da sektörün yoğunlaştığı bölgeler ise başta Tahran olmak üzere, Şiraz, İsfahan, Meşhed ve Tebriz gibi büyük şehirlerdir. Büyük şehirlerde uluslararası seviyede ünlenmiş hızlı gıda markalarının taklit edildiği restoranlar göze çarpmaktadır.

İran'da restoran açabilmek için Polis, Belediye, Sağlık Bakanlığı ve Esnaf Birliği olmak üzere dört idareden izin alınması gerekmektedir. Sektörün İran'da sosyal etkileri olabilecek bir sektör olduğu gerçeğinden hareketle, izin süreçlerinde Polis'in rolünün küçümsenmemesi gerekmektedir.

Son olarak, İran'daki tatillerin sıklığı sektör için büyüme potansiyelini de beraberinde getirmektedir. Öyle ki, Türkiye'de haftasonu tatilleri dahil tüm tatiller yılda ortalama 116 gün iken İran'da 174 güne erişmekte ve bu durum hızlı gıda ve restoran sektörü için fırsatlar sunmaktadır.

2.1. Sektördeki Ana Oyuncular

Ali Farzami, 2000 yılında kurulan Haida fast-food şirketinin sahibidir. Müşterilerine farklı sandviçler sunmaktadır. Haida, İran'da yaklaşık 50 şubeye ulaşmış olup, ürün portföyünde çok az çeşitliliğe sahiptir. Ortalama sandviç fiyatı 2,5 dolardır.

Boof, 1995 yılında kurulmuştur. 45'i İran'da (çoğu Tahran'da) ve bir tanesi de Malezya'da 46 şubesi bulunmaktadır. Ortalama sandviç fiyatı 2,77 dolardır.

Ata Ghotbi, 2005 yılında kurulan Atavich'in sahibidir. Atavich, İran'da 35 şubeye sahiptir. Firma endüstriyel mutfak ekipmanlarını kullanmakta ve firmanın etkili standart iş süreçleri bulunmaktadır. Ortalama sandviç fiyatı 3,80 dolardır.

Shila 2001 yılında kurulmuş olup, sağlıklı yiyecekler sunmaya odaklanmıştır. Tahran'da yaklaşık 8 şubesi ve yönetim danışmanlığı için ayrı bir şirketi bulunmaktadır. Ortalama sandviç fiyatı 2,63 dolardır.

Kuveyt markası olan Super Star, 2004 yılında İran'ın en hızlı fast food kuruluşu olmak amacıyla kurulmuştur. Kızartılmış tavuk ve farklı türde sandviçler sunan 8 şubesi bulunmaktadır. Çocuklara hitap eden heyecan verici bir düzen ve iç mekana sahiptir. Ortalama sandviç fiyatı 2,77 dolardır.

Shahram Fakhar, 2003 yılında kurulan Pedare Khoob hızlı gıda şirketinin sahibidir. Pedare Khoob, İran'da 27 şubeye sahiptir. Pedare Khoob için yaklaşık 1.500 kişi çalışmaktadır. Ürün gamı olarak pizza, sandviç, İtalyan yemekleri ve salatalar sunulmaktadır. Ortalama fiyatı 2,66 dolardır.

İran'da pasta ve ekmek sektöründe faaliyet gösteren en önemli oyuncu Nane Seher firmasıdır. Firma 1971 yılında kurulmuş olup, pasta ve ekmek üzerine makine üretimi de dahil ekmek ürünlerinin tüm sektörlerşnde faaliyet göstermektedir. Firmanın ülke çapında 13 mağazası bulunmaktadır.

Hızlı gıda sektörünün özellikleri incelendiğinde İran'da sınırlı sayıda hızlı gıda seçeneğinin olduğu görülmektedir. Tüketicilerin halihazırda sınırlı seçenekleri olduğu için pazara farklı bir yaklaşımla girmek önem arz etmektedir. Ürün kalitesi ve mağaza tasarımı anlamında da ilerlemeler son dönemde olmasına rağmen halen gidilmesi gereken uzun bir yol bulunmaktadır. Tedarik zincirlerinin dağınık yapısı sektörün ilerlemesinin önündeki en önemli engel olarak görülmektedir. Sektörde yer alan işçilerin hizmet içi eğitimlerinin yaygınlaştırılması gerektiği dile getirilmektedir. Son olarak, sektördeki başarı için en önemli nokta, ana nüfus yoğunlaşmalarının ve alım gücünün yüksek olduğu yerlerde restoranların açılmasıdır. Öyle ki, 2.000 restoranın ve 22 semtin bulunduğu Tahran'da restoranların yarısı 4 semtte yoğunlaşmıştır.

3. İran Tarım, Gıda ve Hızlı Gıda Pazarındaki Fırsatlar

3.1. Tarım Sektöründeki Fırsatlar

- Verimli sulama ekipman ve yöntemleri hükümet tarafından teşvik edilmekte ve bu sektörde faaliyet gösteren firmalarımız için önemli fırsatlar bulunmaktadır.
- İran'da geleneksel olarak şehirlerin içinden geçen açık su kanalları ile sulamada kullanılan açık kanalların yer altına alınması için hükümet tarafından destekler verilmektedir.
- Su tüketiminin azaltılması amacıyla kimi bölgelerde hükümet tarafından güneş enerjisi tarlaları kurulması teşvik edilmektedir. Bu sektörde faaliyet gösteren firmalar için İran, şebekeye satış tarifelerinin yüksekliği ile önemli bir potansiyel barındırmaktadır.

3.2. Gıda ve Gıda Sanayisi Sektöründeki Fırsatlar

- Gıda işleme ve paketlenmede yenilikçi makinelere oldukça yoğun bir talep bulunmaktadır.
- Ürün farklılaştırmasına yarayacak gıda katkı maddelerine ilgi yükündür.
- Güçlü marka ve konseptlerle spesifik ürünlerle İran pazarına İranlı ortaklarla ve lisans anlaşmalarıyla girilmesi önemli bir ticari potansiyeli de beraberinde getirebilecektir. İran pazarında iş yaparken etkili hukuki ve mali danışmanlık alınmasının önemli olduğu değerlendirilmekte, marka ve iş modeli taklitlerinden bu sayede korunulabileceği düşünülmektedir.
- İran'da tüketilen tereyağının %80-90'ı her yıl ithal edilmektedir.
- İran'daki yemin %70'i ithal edilmektedir. Hayvan yemi ihracatının kazançlı olabileceği değerlendirilmektedir.
- Soğuk hava depoları ve frigorifik araçlara yoğun bir talep bulunmakta olup, sektörde yoğun iş fırsatları olduğu görülmektedir.
- İran'ın Dünya Ticaret Örgütü üyesi olmamasından dolayı belirlediği keyfi gümrüklerden kaçınılabilmesi için İran'da düşük katma değerde bile paketlenme vb. işlemlerin yapılmasının pazara girişi kolaylaştıracağı değerlendirilmektedir.

3.3. Hızlı Gıda Sektöründeki Fırsatlar

- İran'da hızlı gıda sektöründe ürün, iş süreci, hizmet ve organizasyonel yenilik bağlamında önemli açıklar bulunmaktadır. İran pazarının bu bakımdan ülkemiz firmaları için iyi bir fiyatlandırma ve reklamla iyi potansiyele sahip olduğu değerlendirilmektedir.

4. Sonuç ve Değerlendirme

İran, tarım, gıda ve hızlı gıda sektörlerinde Ortadoğu'daki en büyük pazarlardan birisi durumundadır. İran'ın uzun yıllardır süren izolasyonu birçok sektörde olduğu gibi bu sektörlerde de teknoloji ve inovasyon açığını beraberinde getirmiştir. Ülkede uygulanan 'Direniş Ekonomisi' kendine yeterliliği ön plana çıkarmış, ülkenin kaynaklarının etkin olmayan şekilde ve sürdürülebilirlikten uzak kullanımına neden olmuş, sistemin bir noktada tıkanacağı öngörülerini güçlendirmiştir. İran'ın önümüzdeki dönemde belirtilen sektörlerde açılım yapması ve kaynaklarının daha etkili kullanılmasının sağlanması beklenmektedir.

Bu noktada, ülkemiz firmalarının girişimcilik, teknoloji, yenilikçilik kapasitesiyle İran pazarında güçlü bir yer edinebileceği değerlendirilmektedir. Ayrıca, iki ülkenin birlikte çalışma kültürünün, düşünce dünyasının ve damak tatlarının benzemesi firmalarımız için önemli avantajlar getirmektedir.

Bununla birlikte, İran'a ihracat yapan firmalarımızın gıda, kozmetik, ilaç ve tıbbi cihaz ihracatında İran Sağlık Bakanlığı'ndan ruhsat alması uygulaması İran pazarına girişte

T.C

Tahran Büyükelçiliği

Ticaret Müşavirliği

Tahran, 11 Ekim 2018

önemli bir engel olmakta, Sağlık Bakanlığı ruhsat başvurularını almakta ama olumlu ya da olumsuz sonuçlandırmamaktadır. Bu durum, İran'a ihracat yapmayı bu sektörlerimiz için kısıtlamaktadır. İran'ın içinden geçtiği yaptırımlar döneminde ticaret imkanlarının büyük ölçüde azalmasının bu sorunun çözümü konusunda Türkiye tarafından yeni girişimler başlatılması için fırsat sunmaktadır. Sorunun ticaret diplomasisi kanalıyla çözülmesi, iki ülke arasındaki belirtilen sektörlerdeki ilişkilerin kapsamlı bir ivme kazanmasını beraberinde getirecektir. Özellikle İran'ın geçmiş yaptırımlar döneminde Hindistan ile yaptığı barter benzeri bir modelin ülkemiz ile de uygulanabilmesinin sağlanmasının İran'a olan ticaret açığımızın azalmasına katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Bu çerçevede, iki ülke arasındaki ticari ilişkilerin Tercihli Ticaret Anlaşmasının yanı sıra barter gibi mekanizmalar ile ihracatçımızın karşılaştığı ruhsat sorunlarını da gündeme getirecek şekilde ele alınmasında ve önceliklendirilmesinde fayda bulunmaktadır.

Son olarak, her sektörde olduğu gibi bu sektörlerde de İran ile iş yapmak isteyen firmalarımızın başta Müşavirliğimiz olmak üzere muhtelif bilgi kaynakları ile dışarıya hareket etmesinde, ülkenin içinde bulunduğu siyasi-ekonomik konjonktürün, ülkenin kendine has özelliklerinin dikkate alınmasında ve faaliyetlerini ülkeyi bilen, güvenilir danışmanlık/hukuk firmaları eşliğinde sürdürmelerinde büyük fayda olduğu düşünülmektedir.