



شماره: ۰۹۵۶-۱۴۰۲  
تاریخ: ۱۴۰۲/۰۶/۲۹  
پیوست: دارد

## سندیکای صنعت برق ایران تنها تشکل اقتصادی کشور با رتبه A+

بسمه تعالی

مدیران محترم عامل شرکت عضو سندیکای صنعت برق ایران

موضوع: گزارش مهم ویژگی‌های بازار امارات و الزامات ورود و ماندگاری در بازار

باسلام و احترام؛

به پیوست تصویرنامه شماره‌های ۱۴۰۲/۶/۱۵۶ مورخ ۱۴۰۲/۰۶/۲۲ دبیر و عضو محترم هیأت مدیره خانه صنعت، معدن و تجارت استان تهران با موضوع "گزارش مهم ویژگی‌های بازار امارات و الزامات ورود و ماندگاری در بازار" جهت استحضار و بهره برداری خدمتتان ایفاد می‌گردد. پیشاپیش از حسن توجه‌ای که می‌فرمایید، قدردانی می‌نماید.

مهدی مسائلی  
دبیر سندیکا

رونوشت:

- جناب آقای دکتر سعیدی؛ ریاست محترم کمیسیون توسعه صادرات؛ جهت استحضار

اقدام کننده؛ کیوان جودی؛ معاونت بین الملل

شماره: ۱۴۰۲/۶۱۵۶

تاریخ: ۱۴۰۲/۰۶/۲۲

پیوست: دارد

تولید با افتخار



## با نام خدا

روسا و دبیران محترم انجمنهای عضو

با سلام و احترام

به پیوست نامه شماره ۳۵۴۶۲-۸۳۵۱ مورخ ۱۴۰۲/۰۶/۲۲ از خانه صنعت، معدن و تجارت ایران با موضوعات

ذیل جهت استحضار و بهره‌برداری به حضورتان تقدیم می‌گردد

۱- نامه شماره ۱۴۰۲/۹۵۹ مورخ ۱۴۰۲/۶/۲۱ واصله از موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی وزارت

صنعت، معدن و تجارت در خصوص دیدگاه شماره ۱۰۳۰ تحت عنوان ضرورت توجه به موضوع تاب‌آوری

زنجیره‌های تامین کشور در سیاست‌گذاری‌های دولت

۲- نامه شماره ۹۳۴۴۸۰ مورخ ۱۴۰۲/۶/۱۱ واصله از سازمان تجارت ایران با موضوع ویژگی‌ها و الزامات ورود و

ماندگاری در بازار امارات

با احترام

سید توچید صدرنژاد

دبیر و عضو هیئت مدیره



تهران، خیابان قائم مقام فراهانی، خیابان میرزا حسینی، پلاک ۱۸، ساختمان شماره ۳، خانه تشکل‌ها، طبقه سوم، اتاق ۳۱۵ کد پستی: ۱۵۸۶۷۵۳۹۴۳

تلفن: ۸۸۷۱۷۸۵۸ داخلی: ۳۰۱۴ دورنگار: ۸۸۷۱۶۷۲۰ داخلی: ۳۰۷۵

Room no:315, Third floor, no:18,mirzahassani ave,ghaemmaghham farahani street, tehran-post code: 1586753943

Tel:(+98 21) 88717858 - 3014

Fax: (+98 21) 88716720 - 3075

Email:Tehranhim@gmail.com

نشانی: تهران - میدان جهاد (فاطمی) - خیابان فلسطین شمالی  
پایین تر از تقاطع زرتشت - کوچه برادران شهید غفاری - پلاک ۲  
کد پستی: ۱۴۱۵۷۴۳۷۶۱  
تلفن و نمابر: ۳-۸۸۹۷۱۸۴۲ : ۶۳-۸۸۳۴۸۲۶۰  
رایانامه: [iranhim\\_ngo@yahoo.com](mailto:iranhim_ngo@yahoo.com)  
[info@iranhim.ir](mailto:info@iranhim.ir)  
نشانی شبکه دولت: [khane-samt@tehran.gov.ir](mailto:khane-samt@tehran.gov.ir)  
تارنما: [www.iranhim.ir](http://www.iranhim.ir)  
شماره ثبت: ۲۸۳۴۶ - شناسه ملی: ۱۰۳۲۰۶۹۱۴۲۰

به نام پروردگار صانع

تولید ملی - افتخار ملی



خانه صنعت، معدن و تجارت ایران  
ویسگی و عضویت دیره

پیوست: دارد

تاریخ: ۱۴۰۲/۰۶/۲۲

شماره: ۳۵۴۶۲ - ۸۳۵۱

همکاران گرامی

دبیران محترم خانه های صنعت، معدن و تجارت استان ها

با سلام و احترام؛

ضمن آرزوی سلامتی و توفیق روزافزون، به پیوست موارد ذیل جهت استحضار، بهره برداری و اطلاع رسانی به حضورتان تقدیم می گردد.

- ۱- نامه شماره ۱۴۰۲/۹۵۹ مورخ ۱۴۰۲/۶/۲۱/۶۶ واصله از موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی وزارت صنعت، معدن و تجارت در خصوص دیدگاه شماره ۱۰۳۰ تحت عنوان ضرورت توجه به موضوع تاب آوری زنجیره های تامین کشور در سیاست گذاری های دولت
- ۲- نامه شماره ۹۳۴۴۸۰ مورخ ۱۴۰۲/۶/۱۱ واصله از سازمان توسعه تجارت ایران با موضوع ویژگی ها و الزامات ورود و ماندگاری در بازار امارات

با تجدید احترام  
سیدمحمد رضا مرتضوی

ورود به دفتر

از: خانه ایران

شماره: ۱۱۷۵۰

تاریخ: ۱۴۰۲/۰۶/۲۲



خانه صنعت، معدن و تجارت  
استان تهران



شماره: ۸۲۴۰۸۷  
تاریخ: ۱۴۰۲/۰۵/۲۸  
پیوست: ندارد



  
جمهوری اسلامی ایران  
وزارت صنعت، معدن و تجارت  
سال مهار تورم، رشد تولید

  
سازمان توسعه تجارت ایران  
رایزن بازرگانی جمهوری اسلامی ایران  
امارات (دبی)

## جناب آقای قنادزاده معاون محترم ارتقا کسب و کارهای بین المللی سازمان توسعه تجارت ایران

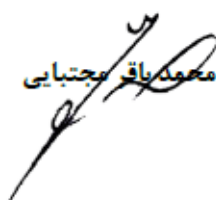
موضوع: ویژه گیها و الزامات ورود و ماندگاری در بازار امارات

### باسلام و احترام

همانطور که مستحضرد کشور امارات دارای اقتصاد باز و با اعمال حداقل های تعرفه گمرکی برای ورود کالاها (اکثر کالاها بین صفر تا پنج درصد) ، جریان ورود کالاها به این کشور ، صادرات مجدد از طریق این کشور و همچنین ورود مواد اولیه بمنظور تولید نهایی در این کشور را در حد بسیار مطلوبی تسهیل نموده است .

از طرف دیگر با اعمال بالاترین استانداردهای کیفی موجب شده تا مواد اولیه ، ماشین آلات و تجهیزات قابل استفاده در تولید کالاها و ارایه خدمات و نیز کالاهای آماده مصرف وارده به این کشور در سطح استانداردهای سخت گیرانه غربی قرار داشته باشد.

تلفیق این دو سیاست موجب گردیده تا ورود محصولات جدید از هر شرکت و کشوری با فضای رقابتی شدیدی برای ورود و ماندگاری در این بازار مواجه شود لذا رایزنی بازرگانی ایران در امارات در جهت اطلاع رسانی به تشکلهای تخصصی و شرکتهای تولیدی و صادراتی ایران، با بررسی و مطالعه استانداردهای نظارتی برای واردات و نیز تدقیق در خصوصیات و رفتار بازیگران اصلی در سطح عمده و خرده فروشی و شبکه های توزیع این کشور، **۱۸ ویژه گی مهم بازار امارات و الزامات لازم برای موفقیت در ورود و ماندگاری در بازارحرفه ای امارات متحده عربی** را تدوین و بپیوست ایفاد می نماید.

  
محمد یاقوب محتجایی

## اهم ویژه گیهای بازار امارات و الزامات ورود و ماندگاری در بازار

تحقیق و تدوین : محمدباقر مجتبابی

رایزن بازرگانی ایران در امارات - تیر ماه ۱۴۰۲ - (WWW.UAE.TPO.IR)



- ✓ در این گزارش مهمترین الزاماتی که در صورت رعایت ، موفق به ورود و ماندگاری در بازار کشور امارات متحده عربی خواهید شد ارایه می گردد. بدیهی است برخی کالاها دارای خصوصیات و الزامات دیگری نیز هستند که در گزارشات تخصصی دیگری به هریک از گروههای کالایی پرداخته خواهد شد.
- ✓ موارد مذکور در این گزارش نتیجه مطالعه و بررسی محیطی در سنوات طولانی اینجانب در تعامل با کشورهای عربی و از جمله شش کشور حوزه خلیج فارس شامل امارات ، عربستان ، کویت ، قطر ، بحرین و عمان که عموماً از رویه واحد گمرکی و استانداردها و شبکه های توزیع مشابه برخوردارند بوده و بطور خاص در مورد امارات نتیجه بررسی میدانی طی دو ماه اخیر اینجانب از بندر و گمرک تا بازارهای عمده و خرده فروشی و نیز مشورت با خبرگان فعال در این بازار می باشد. بعبارت دیگر اگر بدنبال ورود به بازار مدرن و جذاب امارات با واردات سالانه ۲۰۰ میلیارد دلار و نیز استفاده از ظرفیت صادرات مجدد این کشور به اقصی نقاط دنیا به ارزش بیش از ۲۴۰ میلیارد دلار هستید، رعایت همه این موارد شرط لازم برای موفقیت شماست و اگر فقط به چند مورد از این الزامات توجه نمایید در نتیجه بعد از یکسال تلاش، یا در سطح بسیار محدودی تجارت خواهید نمود و یا بدلیل هزینه های بسیار بالای ناشی از فعالیت در امارات، محکوم به شکست و خروج از بازار خواهید شد، برای موفق شدن و جهش در توسعه صادرات اهتمام تام و کامل و احسن بنمایید.
- ✓ در این گزارش به برخی از موافقت نامه های تجارت آزاد بین امارات و دیگر کشورها اشاره می شود و این بدین معناست که با برنامه ریزی صحیح و ساختارمند و استفاده از مدیران و کارشناسان خیره برای ورود به بازار امارات ، شما فرصت ورود به بازار دهها کشور دیگر را براحتی خواهید یافت ولی تاکید مجدد می نمایم رعایت همه الزامات بشرح ذیل ضروریست.

## اطلاعات اساسی کشور امارات متحده عربی (بر مبنای اطلاعات سال ۲۰۲۲) ✓

✓ تهیه و تنظیم: دفتر غرب آسیا سازمان توسعه تجارت ایران با همکاری رایزنی بازرگانی ایران در امارات - خرداد ۱۴۰۲

|   |   |   |  |
|---|---|---|--|
| عربستان سعودی 6٪، هند 5٪، عراق 3٪، چین هنگ کنگ 3٪، ایران 8٪   | <b>عمده کشورهای واردکننده از امارات</b> | 10.1 میلیون نفر<br>(1,170,000 اماراتی)                        | <b>جمعیت</b>   |
|   |   | 83600 کیلومتر مربع  | <b>مساحت</b>   |
|   |   | ابوظبی  | <b>پایتخت</b>  |
|   |   | عربی  | <b>زبان رسمی</b>                                       |
| چین 22٪، هند 14.9٪، ایالات متحده آمریکا 6٪، ایران 3٪  | <b>عمده کشورهای صادرکننده به امارات</b> | 76٪ جمعیت مسلمان - 9٪ مسیحی<br>15٪ سایر                       | <b>دین و مذهب</b>                                      |
|   |   | ابوظبی، ام القوین، دبی  | <b>شهرهای مهم</b>                                      |
|   |   | ۴۵ منطقه آزاد از قبیل بندر شیخ احمد راشد، دبی، جبل علی، عجمان | <b>مناطق آزاد تجاری</b>                                |
|   |   | 462 میلیارد دلار  | <b>تولید ناخالص داخلی</b><br>(براساس برابری قدرت خرید) |
| روغن های نفتی و روغن های حاصل از مواد معدنی قیر خام روغن ها و فرآورده های سبک از نفت یا مواد معدنی قیر طلا، پروپان مایع، آلومینیوم کار نشده، الماس های غیرصنعتی کار نشده، پلیمر اتیلن، اقلام جواهرات و قطعات آنها | <b>اقلام عمده صادراتی به جهان</b>       | 3.92٪   | <b>درصد رشد GDP</b>                                    |
|   |   | 3.27٪   | <b>نرخ تورم</b>  |
| تلفن همراه ، طلا آبکاری شده ، موتور وسایل نقلیه ای که عمدتاً برای حمل و نقل افراد طراحی شده اند، کالاهای غیر  |   | 69700 دلار  | <b>درآمد سرانه</b><br>(برابری قدرت خرید)               |

|  |   |  |  |             |
|--|---|--|--|-------------|
| مذکور، ماشین های پردازش داده، اقلام جواهرات و قطعات ، الماس کارشده یا نشده ، توربوجت ها، سایر توربین های گازی  | اقلام عمده وارداتی از جهان              | 132 میلیارد دلار   | حجم سرما به گذاری خارجی                  |             |
|  |   | 131 میلیارد دلار   | ذخایر ارزی و طلا                         |             |
|  |   | 16 میلیارد دلار  | بودجه جاری                               |             |
| سایر روغن های سبک ، سایر فرآورده های نفت یا روغن های معدنی قیری، قیرنفت، سایر مخلوط های هیدروکربورهای بودار ، شمش از آهن و فولاد ، روغن پایه معدنی                           | اقلام عمده صادراتی ایران                | 1(AED) دلار = 3.67 درهم امارات   | نوع پول و برابری با دلار                 |             |
|  |   | 33 میلیارد دلار  | درآمد جهانگردی                           |             |
|  |   | 237.6 میلیارد دلار   | بدهی خارجی                               |             |
| ذرت دامی<br>سایر تلفن های هوشمند<br>دانه سویا تراریخته<br>گوشی تلفن همراه<br>شکر تصفیه نشده بدون اضافه کردن مواد خوشبو کننده یا مواد رنگ کننده از نیشکر<br>جو به استثنای بذر | اقلام عمده وارداتی ایران از طریق امارات | شورای همکاری خلیج فارس، اتحادیه عرب، اوپک، آوپک، سازمان کنفرانس اسلامی، بانک عرب برای توسعه اقتصادی آفریقا، صندوق توسعه اقتصادی و اجتماعی اعراب، صندوق پول اعراب ، فائو، بانک توسعه اسلامی، گروه 77، صندوق بین المللی پول، سازمان ملل متحد، سازمان جهانی تجارت | عضویت در سازمانهای بین المللی و منطقه ای |             |
|  |   | 26.4 میلیارد دلار  | تراز پرداخت های حساب جاری                |             |
|  |   | خرما، خیار ، گوجه فرنگی ، گوشت بز، تخم مرغ ، شیر ، مرغ، هویج، شلغم، شیر بز، شیر گوسفند   | محصولات عمده کشاورزی                     |             |
|  |   | پتروشیمی؛ ماهیگیری، آلومینیوم، سیمان، کود، تعمیرات کشتی تجاری، مصالح ساختمانی، صنایع دستی، منسوجات   | محصولات عمده صنعتی                       |             |
|  |   | گاز طبیعی، مس ، نفت  | محصولات عمده معدنی                       |             |
|  |   | مبادلات بازرگانی امارات با جهان (میلیارد دلار)   |  |             |
|  |   | صادرات 2022  | واردات 2022                              | موازنه 2022 |
|  |   | 238  | 200                                      | +38         |
|  |   | صادرات غیر نفتی ایران (میلیون دلار)  |  |             |
|  |   | 1398   | 1399                                     | 2 ماهه 1402 |
|  |   | 1398   | 1400                                     | 1401        |
|  |   | 4501   | 4661                                     | 5767        |
|  |   | 4929   | 749                                      |             |
|  |   | واردات ایران ( میلیون دلار)  |  |             |
|  |   | 8913   | 9756                                     | 2301        |
|  |   | تراز بازرگانی ( میلیون دلار)   |  |             |
|  |   | -4412  | -5096                                    | 12617       |
|  |   | -1552  | -  | -           |
|  |   | حجم تجارت  |  |             |
|  |   | 13414  | 14417                                    | 21452       |
|  |   | 24151  | 3050                                     |             |
|  |   | تعداد و تاریخ آخرین اجلاس  |  |             |
|  |   | دومین اجلاس کمیسیون مشترک اقتصادی دو کشور در فروردین ماه 1393 با تولیت وزارت امور خارجه در ابوظبی برگزار گردید. مسولیت فعلی کمیسیون مشترک با وزارت راه و شهرسازی می باشد   |  |             |

✓

## اهم ویژه گی های بازار امارات متحده عربی:

### الف): اطلاعات عمومی:

1- بیش از ۸۷ درصد از 7585 ردیف تعرفه حقوق ورودی کالاها در گمرک امارات با نرخ 5 درصد می باشد.

2- حدود ۱۳ درصد از کالاها با تعرفه صفر وارد می گردند (نظیر دارو و بسیاری از اقلام غذایی).

3- برای عرضه اکثر کالاها در بازار امارات، مشتری میبایست نسبت به پرداخت 5 درصد بعنوان VAT یا مالیات بر ارزش افزوده اقدام نماید.

4- از ماه جولای ۲۰۲۳ (تقریباً تیر ماه سال ۱۴۰۲) فعالان اقتصادی می بایست میزان 9 درصد بعنوان مالیات بر درآمد سالانه پرداخت نمایند (به استثنای برخی مشاغل نظیر فعالیت های عمومی و نیز سرمایه گذاری برای ساخت و سازو...)

5- شورای همکاری خلیج فارس (GCC) شامل امارات، عربستان، کویت، قطر، بحرین، عمان در نوامبر 1981 منطقه آزاد تجاری را با هدف معافیت کالاهای کشاورزی و صنعتی و منابع طبیعی از عوارض گمرکی بین کشورهای عضو ایجاد نمود. این منطقه آزاد از سال 1983 به مرحله اجراء درآمد و تا سال 2002 که اتحادیه گمرکی کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس جایگزین آن گردید از انجایی که کشور امارات عضو شش کشور حوزه خلیج فارس بوده و این شش کشور دارای موافقتنامه گمرکی تجارت آزاد بین یکدیگر می باشند با پرداخت حقوق ورودی و تعرفه گمرکی در امارات، جایای آن کالا در سایر شش کشور موصوف مشمول پرداخت مجدد تعرفه گمرکی نمیشود.

6- چنانچه کالایی در یکی از این شش کشور تولید گردد و مشروط به اینکه حداقل 51 درصد سهام آن شرکت تولیدی مربوط به یک یا چند تبعه این شش کشور بوده



و حداقل 40 درصد ارزش افزوده در تولید آن کالا در یکی از این شش کشور ایجاد شده باشد، آن کالا تولید داخلی محسوب شده و بدون رعایت هرگونه استاندارد جدید و یا پرداخت گمرکی می تواند بین این شش کشور معامله و جابجا شود و در خریدهای دولتی نیز در شرایط برابر از نظر قیمت و کیفیت با محصول خارجی، در اولویت خرید توسط دولت قرار خواهد داشت.

7- شش کشور موصوف بعنوان شورای همکاری خلیج فارس (GCC) دارای پیمان تجارت آزاد با ۲۳ کشور عربی بعنوان پیمان گفتا (GAFTA) می باشند یعنی محصولات تولیدی در این شش کشور با رعایت توضیحات و شروط ذکر شده در بند شش این گزارش می تواند بدون پرداخت تعرفه گمرکی وارد این 23 کشور عربی گردد و کمترین کنترل‌های اداری و استاندارد بر آنها اعمال خواهد شد.

8 - موافقتنامه آزاد تجاری فی مابین کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس و کشورهای عضو EFTA شامل (ایسلند، لیختن اشتاین، سوئیس و نروژ) از یکم جولای 2014 به مرحله اجراء رسیده است (این موافقتنامه در 22 ژوئن 2009 امضاء گردید)، طرفین توافق نمودند تمامی عوارض گمرکی بر کالاهای کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس حذف گردد و کشورهای عضو شورای همکاری در مقابل، عوارض گمرکی بر اکثر کالاهای وارداتی از کشورهای مذکور را حذف نماید.

9 - موافقتنامه تجارت آزاد بین سنگاپور و شورای همکاری خلیج فارس اولین موافقتنامه آزادی که بین کشورهای عضو شورا و از طرف دیگر اولین توافق امضاء شده توسط سنگاپور با کشورهایی از منطقه خاورمیانه می باشد، مذاکرات مربوطه در سال 2007 آغاز گردید در اواخر سال 2008 موافقتنامه امضاء گردید و در سال 2013/09/01 به مرحله اجرائی رسید، و در سال 2015 به سازمان تجارت جهانی اعلام گردید و هم اکنون فعال می باشد.

1 0 - چارچوب توافقنامه بین هند و شورای همکاری در 25 آگوست 2004 امضاء گردید دو دور مذاکره در 2006 و 2008 برگزار گردید، ولی هنوز به سازمان تجارت جهانی اعلام نشده است و به مرحله نهایی و اجرائی نرسیده است، در ماه جولای ۲۰۲۳ نشست های گسترده ای بین دو کشور برگزار گردید و دهها توافقنامه اقتصادی از جمله تجارت با پول ملی دو کشور به امضا رسید.

1 1 - 1 - توافقات FTA فیما بین چین و شورای همکاری خلیج فارس: مذاکرات مربوطه از سال 2004 آغاز شده است و مذاکرات مربوطه در سال 2009 با توجه به تصمیم چین به منظور حفظ تعرفه های خود بر محصولات پتروشیمی کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس به منظور حفظ و حمایت از تولید داخل، تعلیق گردید و هنوز به توافق نهایی منتج نشده است، در سال 2016 دوباره گفتگوهای مرتبط آغاز گردید که با توجه به برخی ملاحظات دیپلماتیک بین اعضای شورا به نتیجه ای نرسید. این توافقات بیشتر در حوزه نفت صورت گرفته است و مذاکرات در سایر حوزه ها نیز در جریان می باشد. طی چند ماه اخیر مذاکرات و توافقات قابل توجهی بصورت دوجانبه بین کشورهای حوزه خلیج فارس و نیز چین و یا بصورت گروهی بین شورای همکاری خلیج فارس با چین بعمل آمد و بنظر می رسد بزودی تسهیلات ویژه ای بین تجارت چین و این کشورها برقرار و اجرایی گردد.

1 2 - 1 - مذاکرات فی مابین اتحادیه اروپا و شورای همکاری خلیج فارس به منظور ایجاد موافقتنامه تجارت آزاد در سال 1990 آغاز گردید، این مذاکرات با هدف فراهم نمودن آزادی تجارت در حوزه کالا و خدمات به صورت متقابل و پیش رونده، شروع گردید ولی تاکنون به مرحله توافق نهایی نرسیده است.

ب): ویژه گی های اختصاصی بازار امارات ( تا حدود زیادی قابل تعمیم به پنج کشور دیگر  
عضو این شورا شامل عربستان , کویت , قطر , بحرین , عمان نیز می باشد):

1. تجار فعال در این بازار اعم از اماراتی و غیر اماراتی بسیار حرفه ای و مسلط به انواع فنون تجارت بین الملل و تولید و خدمات بازرگانی هستند لذا شرکتهای ایرانی برای ورود و ماندگاری در این بازار می بایست با اسناد تجاری, بازاریابی بین الملل, شبکه های توزیع عمده و خرده فروشی, فروشگاههای زنجیره ای, مکانیزم های اجرای صحیح و بموقع سیاست های پیشبرد فروش (Promotion), مدیریت قیمت تمام شده, لجستیک و امثالهم آشنایی و تسلط کامل داشته باشند. گاهی اوقات یک تصمیم ساده نظیر فروش کالا به روش FOB و یا CIF منجر به سود یا زیان برای یکی از طرف های تجاری (صادرکننده و یا وارد کننده) خواهد شد.

2. در گروه محصولات کشاورزی و صنایع غذایی بیش از 90 درصد ساختار توزیع از طریق فروشگاههای زنجیره ای با برندهای معروف بین المللی نظیر کارفور, لولو, نستوه, جمعیه (اتحادیه تعاونی که یک برند اماراتیست) هر کدام با بیش از 50 شعبه از چندصد متر تا چند هزار متر کالاها عرضه می گردند و سهم سوپرمارکتها و بقالی ها در نظام توزیع این کشور کمتر از 10 درصد می باشد. بزرگترین چالش در همکاری و استفاده از فروشگاههای بزرگ و معروف زنجیره ای در این کشور شرایط بسیار سخت برای همکاریست ( ورودیه برای ثبت نام شرکت جدید بین ده تا 17 هزار یورو, پرداخت هزار یورو به ازای هر بارکد کالا برای عرضه در این فروشگاهها, ثبات قیمت فروش حداقل برای شش ماه, هر سه ماه ارایه تخفیف از ده تا سی درصد برای کالاهای موجود و مشارکت در طرحهای تخفیف بمناسبتهای مختلف, ارایه کالا بصورت امانی و نه خرید قطعی توسط فروشگاههای زنجیره ای برای کالاهای تحویلی, تعیین 25 تا 35 درصد مارجین سود برای فروشگاههای

زنجیره ای که این امر، قیمت بسیاری از کالاهای ایرانی را در مقایسه با کالاهای وارده از دیگر کشورها و یا تولیدی در امارات غیر رقابتی می کند، پرداخت وجه کالاهای فروخته شده بطور متوسط چهار ماه بعد از فروش کالا توسط فروشگاه زنجیره ای). لذا در صورت همکاری شرکتهای ایرانی بصورت گروههای کالایی ( مثلا گروه خشکبار یا گروه صنایع غذایی) برای ورود اقلام به این فروشگاهها میتواند تا حدودی از فشار هزینه ورود به بازار صرفا بر یک شرکت ایرانی بکاهد ولی توجه فرمایید برای برند شدن و شناخت محصولات شما در این بازار و کسب اعتبار و مقبولیت نزد مشتریان، تا حدود زیادی مجبور به همکاری با این فروشگاههای زنجیره ای هستید و این امر یعنی امکان ورود فقط برای شرکتهای بزرگ ایرانی.

3. کشور امارات سکوی صادرات مجدد به بیش از ۱۵۰ کشور دنیاست و مزیت های بندری و کشتیرانی و انبارداری سهل و ارزان در کنار حضور تجار از 150 کشور دنیا در این کشور و شرایط روان همکاری با صرافی های فعال در این کشور برای جابجایی پول مربوط به معاملات و همچنین صدها شرکت ایرانی در این کشور موجب می گردد سقف برنامه صادراتی شما صرفا بازار امارات نباشد و با استفاده از امارات بعنوان سکوی تعامل و پرش به دیگر کشورها توجه و برنامه ریزی نمایید لذا تحمل برخی هزینه ها و سختی های ورود به بازار امارات میبایست با نگاه به بازارهای بزرگتر و دیگر کشورها هم باشد و خودتان برای این بازارهای متنوع و گسترده، آماده و ساختاردهی نمایید.

4. از دیگر ویژه گیهای امارات برگزاری صدها نمایشگاه تخصصی است که عموما دارای رتبه دوم و یا سوم در سطح جهانی است. بعنوان مثال نمایشگاه غذا و آشامیدنی (GULFOOD) دبی که اوایل اسفندماه هر سال برگزار می گردد در زمینه محصولات کشاورزی و صنایع غذایی بعد از نمایشگاه آنوگای آلمان و سیال فرانسه، سومین

نمایشگاه در سطح جهانی در این زمینه کسب و کار بین المللی است و با بررسی اینجانب عموم شرکتهای ایرانی که با آمادگی صحیح در سنوات قبل در این نمایشگاهها حضور یافتند موفق به عقد قرارداد سفارش صادراتی سالانه شدند و در بسیاری از موارد قرارداد اعطای نمایندگی فروش به کشورهای مختلف جهان بویژه عربی و آفریقایی و آسیایی منعقد کردند. نمایشگاه محصولات ساختمانی (BIG 5) و نیز آی تی (GITEX) نیز از دیگر نمایشگاههای مهم و مشهور و با ظرفیت عالی برای عرضه توانمندیهای صادراتی ایران و عقد سفارشات صادراتی است. با جستجو بسیار ساده در اینترنت امکان دریافت اطلاعات نمایشگاههایی که در دبی و ابوظبی و شارجه برگزار میگردید را خواهید داشت. چنانچه توانایی مالی کافی برای ارایه محصولات خود با اجاره غرفه ندارید حتما به همراه کاتالوگ و اطلاعات کافی از این نمایشگاهها بازدید نموده و فرصت مذاکره با تجار بیش از ۱۵۰ کشور دنیا در نمایشگاههای امارات را از دست ندهید.

5. در امارات بیش از 480 هزار ایرانی زندگی می کنند و این خود یک بازار مصرف جذاب برای برخی محصولات صادراتی ایرانی است ولی نکته مهمتر فعالیت هزاران شرکت ایرانی در این کشور بعضا با سابقه بیش از سی سال می باشد. اگرچه این شرکتهای ایرانی مقیم در امارات خودشان با تولید کنندگان و تامین کنندگان ایرانی در ارتباط بوده و معمولا دارای نمایندگی فروش در این کشور می باشند ولی ارتباط با این شرکتها از طریق ملاقاتهای حضوری بویژه در ایام برگزاری نمایشگاهها بسیار مفید و موثر خواهد بود. شورای بازرگانان ایرانی مقیم دبی نیز از ظرفیت خوبی برخوردار است. متأسفانه بزرگترین ضعف شرکتهای ایرانی مقیم دبی، عدم انسجام در همکاری با یکدیگر و بخصوص عدم ایجاد یک شبکه توزیع مستقل برای عرضه و فروش محصولات ایرانی است لذا چنانچه تولید کنندگان و صادر کنندگانی ایرانی در قالب گروههای کالایی نسبت به ایجاد شرکت مدیریت صادرات (EMC)

اقدام نموده ، وبا انتخاب شریک خوب تجاری در این کشور ، با برنامه ریزی مناسبی نسبت به برند سازی و شبکه توزیع اقدام نمایند امکان موفقیت و جهش صادراتی بی نظیری خواهند داشت.

6. از دیگر خصوصیات کشور امارات حضور بیش از ۱۵۰ ملیت در این کشور جذاب برای تجارت است. پس در صورت حضور با برنامه در امارات عملا امکان معرفی محصولات خود به تجار حداقل 150 کشور بدون نیاز به مراجعه فوری به آن کشورها را خواهی یافت ولی بشرطها و شروطها . شایان ذکر است جمعیت کشور امارات متحده عربی در ابتدای سال 2023 به تعداد 10.17 میلیون نفر به ثبت رسیده است که فقط حدود یک میلیون و یکصد هزار نفر از آنان اماراتی هستند.(گزارش کامل ترکیب جمعیت امارات تهیه شده توسط رایزنی بازرگانی در امارات به پیوست می باشد)

ترکیب جمعیت 9 میلیون مهاجر کشور امارات بر اساس ملیت:

|                  |                 |        |
|------------------|-----------------|--------|
| 1. اتباع هند     | 2.80 میلیون نفر | 27.49% |
| 2. اتباع پاکستان | 1.29 ملیون نفر  | 12.69% |
| 3. اتباع بنگلادش | 0.75 میلیون نفر | 7.40%  |
| 4. اتباع فیلیپین | 0.57 میلیون نفر | 5.56%  |
| 5. اتباع ایران   | 0.48 میلیون نفر | 4.76%  |
| 6. اتباع مصر     | 0.43 میلیون نفر | 4.23%  |

|                        |                 |        |
|------------------------|-----------------|--------|
| 7. اتباع نپال          | 0.32 میلیون نفر | 3.17%  |
| 8. اتباع سریلانکا      | 0.32 میلیون نفر | 3.17%  |
| 9. اتباع چین           | 0.22 میلیون نفر | 2.11%  |
| 10. اتباع دیگر کشور ها | 1.82 میلیون نفر | 17.94% |

از بین اتباع ملیت های مختلف که در امارات زندگی میکنند شرکتهای بسیار قوی و فعالی وجود دارند که با ارتباط با آنان امکان معرفی و بازاریابی و فروش محصولات خود را خواهید داشت . بعنوان مثال بیش از 83 هزار شرکت ثبت شده در امارات دارای سهامدار و مالکیت هندی می باشند. نکته مهمی که میبایست به شرکتهای ایرانی متذکر شوم در اینست ثبت شرکت و پرداخت چندصد میلیون تومان در این زمینه و حتی اخذ اقامت امارات برای شما حتی در حد ده درصد فرصت و مزیت صادراتی ایجاد نمی نماید لذا از ثبت شرکت بدون برنامه ریزی و ساختار سازی مناسب خود داری نمایید. تعداد زیادی از ایرانیان بخصوص جوانان جویای کار و نام ویا دارای فعالیت بازرگانی یا تولیدی در ایران در سطح کوچک و متوسط , بدون برنامه و بصورت احساساتی برای ثبت شرکت و اخذ اقامت از امارات اقدام کرده اند و بعد از یکی دو سال تلاش پراکنده و پرداخت هزینه های سنگین رفت و آمد و زندگی در دبی ویا شارجه , ورشکسته شده و به ایران برگشتند(دبی از جمله گرانترین شهرهای دنیا برای زندگی است ) لذا مجددا تاکید میکنم بدون مطالعه و فرصت سازی برای ثبت شرکت در این کشور اقدام نفرمایید و مقهور زیبایی ها و برج های دبی نشوید. شرکتهای ایرانی و یا خارجی مقیم در این کشور هم با هر ایرانی که مدعی است دارای توانایی عالی در تامین کالا است همکاری نمی کنند و حتما اصول و ساختار و الزامات

معرفی خود برای پیدا کردن شریک تجاری در خارج از کشور را ابتدا رعایت و تمهید نموده و بعد برای انتخاب شریک در خارج از کشور و یا ثبت شرکت برای خودتان اقدام نمایید.

7. تورم در امارات کمتر از سه درصد بوده و در برخی نوسانان متاثر از بحران های جهانی نظیر کرونا و یا جنگ اکراین تورم محصولات غذایی در این کشور به حدود هفت درصد رسید لذا در امارات به تبع تورم در ایران امکان افزایش قیمت کالاهای صادراتی خود را تقریبا ندارید بلکه بصورت دوره ای معمولا هر سه یا شش ماه میبایست تخفیف های ویژه ای را برای فروش به بنکداران و شبکه های توزیع و نهایتا مصرف کنندگان ارایه دهید پس چنانچه در تامین مواد اولیه و مدیریت هزینه های سربار برای تولید کالا و نیز ارسال آن از سرمایه و توانایی و تجربه کافی برخوردار نیستید در امارات امکات صادرات ندارید و مقاصد صادراتی دیگری را برای فعالیت خود تعیین بفرمایید.

8. بانکداری در این کشور در رتبه کشورهای تراز اول اروپایی قرار دارد و شرکتهای فعال در امارات با بهره گیری از خدمات اعتبار اسنادی (LC) و در بسیاری از موارد بصورت یوزانس مدت دار نه ماهه برای خرید و واردات از دیگر کشورها اقدام میکنند ولی بدلیل تحریم های ظالمانه غرب این امکان برای شرکتهای تولیدی و صادراتی ایران میسر نمی باشد و علاوه بر افزایش هزینه های مبادله و مشکلات انتقال پول ، فرصت رقابت برابر برای شرکتهای ایرانی فراهم نیست . حتی شرکتهای اماراتی با هر میزان سهامدار ایرانی نیز برای افتتاح حساب در عموم بانکهای مهم امارات با محدودیت و یا ممانعت مواجه می شوند. پس برای فروش کالا به شرکتهای اماراتی حتی با سهامداری ایرانی نیز می بایست دارای اسناد بسیار شفاف و دقیق و کامل از اسناد فروش و حمل کالا باشید تا شرکت صادراتی ایرانی و نیز وارد کننده از این کشور متهم به پولشویی و مسدودی فعالیت یا اموال و دارایی مواجه نشود. برای جبران و جایگزینی استفاده از خدمات یوزانس نیز پیشنهاد میگردد



خودتان و خریداران کالاهايتان در ديگر کشورها با خدمات صندوق ضمانت صادرات و نيز بانک توسعه صادرات برای استفاده بیمه نامه صادراتی و تمهيدات در نظر گرفته برای تسهيل صادرات از قبيل اعتبار فرو شده (SELLERS CREDIT) و اعتبار خریدار خارجی (BUYERS CREDIT) آشنا شويد و با اين دو مجموعه ارتباط نزديک داشته باشيد. در تجربه قبلی ماموريت بنده در دوران رايزنی بازرگانی ايران در کويت با اطلاع رسانی مطلوب از اين دو خدمات و هدايت و حمايت تجار کويتي و اعتبار سنجی آنان در صندوق ضمانت و نيز بانک توسعه صادرات ايران عملا با روشی جایگزین ، فرصت فروش بصورت يوزانس را برای شرکتهای توليدی و صادراتی ايران در تعامل با تجار کويتي ايجاد و تجربه موفق نمودم لذا از اين ظرفيت استفاده بفرماييد.

9. هزینه های بندری در مناطق آزاد امارات اعم از دبي و ابوظبی و شارجه و فجيره و عجمان بسيار مناسب و رقابتي می باشد ولی هزینه های دپو کالا و انبارداری و تخلیه و بارگیری و دستمزد کارگر و هزینه برق در داخل امارات بسيار بالاست لذا در صورتی نسبت به ارسال کالا اقدام کنید که مستقيما تحويل خریدار شما گردد و شرکتهای ایرانی که به هر ترتیبی اقدام به دپو کالا در امارات برای فروش بمرور محصولات خود اقدام می کنند تجربه نشان داده در اکثریت کالاها بخصوص صنایع غذایی و نوشيدنی که بدون بازاریابی قبلی برای ارسال اقدام شده منجر به عدم فروش و خسارت کالا به صادرکننده گردیده است.

10. بازار امارات چه برای مصرف داخلی و یا صادرات مجدد به ديگر کشورها بدليل پايين بودن تعرفه گمرکی و هزینه های اولیه بندری و لجستیک ، در بدو ورود ساده و دست يافتنی است ولی یکی از شروط مهم برای امکان دسترسی ساده به اين بازار و ماندگاری محصول شما در شبکه های توزیع ، رعايت بسته بندی و ليبلینگ (اطلاعات درج شده روی بسته ها) می باشد. کیفیت بسته بندی ، جذابیت

رنگ و طرح، اطلاعات مناسب و کافی درج شده به زبان عربی و انگلیسی، چاپ گواهی های کیفیت اخذ شده برای محصول بر روی بسته بندی از مهمترین عوامل موفقیت شما برای ورود و ماندگاری در بازار امارات است. توجه نمایید شما می بایست با شرکتهای اروپایی و ترک و کره و چین و حتی برندهای درجه یک تولیدی در عربستان و امارات رقابت نمایید لذا عدم توجه به این الزام مهم، شانس شما را برای ورود و پایدار بودن در این بازار جذاب از بین می برد. شرکت شما باید از کارایی و توانایی مناسب جهت استفاده از بهترین بسته بندی و مدیریت قیمت تمام شده جهت حفظ شرایط رقابتی محصول برخوردار باشد. پیشنهاد میکنم بخش تحقیق و توسعه و یا مشاوران شما مستمرا از طریق مراجعه به وب سایت فروشگاههای آنلاین در امارات با انواع بسته بندی ها آشنا شده و از دوستان و یا شرکای تجاری خود بخواهید مستمرا نمونه محصولات را برای بررسی و الگو گیری برایتان ارسال نمایند.

**11.** همانطور که در بخش ب-۲ این گزارش تشریح شد عرضه بیش از 90 درصد از محصولات غذایی و کشاورزی از طریق فروشگاههای زنجیره است لذا برای موفقیت و توسعه و ماندگاری در بازاری بایست با اتحاد بین شرکتهای همکار خود نسبت به ایجاد شبکه لجستیک و انبار داری و حمل و تحویل کالا در بازار امارات اقدام نمایید و در صورت امکان، گروه شما نسبت به ایجاد و برندسازی شبکه موازی توزیع B2B و نیز B2C هم اقدام نماید. فروش آنلاین به موازات فروش آفلاین و ایجاد ارتباط با شرکت های حمل سریع و تحویل سفارشات در امارات نقش بسیار مهمی در افزایش سفارش پذیری محصولات شما و مقبولیت برندتان و یا حتی کاهش هزینه ثبت شرکت و محصولات شما از سوی دیگر فروشگاههای زنجیره ای جهت ورود محصولات شما در ان شبکه خواهد شد (جهت مزید اطلاع برخی شرکتهای حمل و تحویل سفارشات که نظیر اسنپ فود ایران در امارات فعال

هستند معرفی میگردد: -DELIVERO—NOON- TALABAT- ضمنا این شرکتهای حمل سریع محدود به مواد غذایی نبوده و برای تحویل فوری هرکالایی اقدام میکنند).

12. در برخی گروههای کالایی توصیه میشود حتما در بازار تخصصی عرضه عمده فروشی آن ، شریک تجاری شما و یا خودتان (در صورت ثبت شرکت و حضور مستقیم در بازار) دارای غرفه در این مجتمع ها باشید. بازار میوه و تره و نیز بازار محصولات ساختمانی فعال در منطقه العویر- راس الخور در دبی و بازارهای مشابه در ابوظبی و نیز شارجه از جمله عوامل مهم برای موفقیت شما در توسعه کسب و کارتان هستند لذا علاوه برای حضور در برخی بازارهای فرعی و سنتی حتما برای حضور مستقیم ویا غیر مستقیم در این مجتمع ها برنامه ریزی و سازماندهی داشته باشید. پیشنهاد میکنم با سفر به امارات و مراجعه به این بازارهای مرکزی ، با غرفه داران موجود در این بازارها مذاکره نموده و قرارداد همکاری و سفارش گیری مستقیم داشته باشید این روش کم هزینه ترین و کم ریسک ترین روش برای ورود به بازار صادراتی می باشد.

13. فروش امانی کالا روشی متعارف در تجارت بوده ولی توجه نمایید نرخ فروش و زمان بازگشت وجه کالای صادراتی از اختیار شما خارج میگردد لذا در اکثر مواقع از تجارت به روش امانی خودداری نمایید و این روش به هیچ وجه برای صادرکنندگان از جمله صادرکنندگانی که میخواهند برای ورود به بازار ، امتیازی به واردکننده در کشور مقصد بدهند مناسب نیست زیرا هم خسارت ناشی از فروش کالا به نرخ پایین تر از قیمت تمام شده را برای شما در پی خواهد داشت و هم با شریک تجاری خود بمرور دچار اختلاف و دعوای تجاری خواهید شد لذا از شیوه فروش امانی برای موفقیت در ورود به بازار استفاده نکنید. از جمله کالاهایی که عرف فروش امانی دارد صادرات میوه و تره بار از ایران است و نرخ فروش در این

بازار تابعی از میزان بار وارده از کشورهای مختلف در آن روز میباشد و بصورت مکرر مشاهده نمودیم که با افزایش غیر متعارف بار وارده در یک روز ، نرخ فروش شدیداً کاهش یافته و بدلیل عدم امکان نگهداری میوه و تره بار برای مدت زیاد و حتی بالا بودن هزینه نگهداری در سردخانه ، مجبور به فروش و یا معدوم نمودن بخشی از کالای خود شدند لذا از این روش استفاده نفرمایید و نرخ فروش خود را حتی المقدور کاهش بدهید ولی فروش قطعی به شریک تجاری خود در بازار مقصد داشته باشید و نه فروش امانی . حتی وسوسه سود بالا برای دفعات اول ارسال کالا بصورت امانی شما را به اشتباه نیاندازد . متأسفانه بسیاری از باغداران بزرگ و یا بنکداران میوه و تره بار ایرانی که تجربه صادرات و دانش بازرگانی بین الملل ندارند به وسوسه فروش دلاری میوه و تره بار خود و دیگران ، با ارسال کالا بصورت امانی نه تنها به دیگر تجار توانمند فعال در بازار محصولات ایرانی خسارت وارد می نمایند بلکه خودشان هم که با خرید امانی از دیگران نسبت به ارسال و صادرات اقدام کردند دچار مشکلات حقوقی و دعاوی تجاری می گردند.

**14.** صادرات و تجارت بین الملل امری فوق تخصصی و بسار حرفه ای بوده و هر فردی که تحصیلات در رشته مدیریت بازرگانی داشته و یا در بازار داخل در تولید و کسب و کار فعال است و حتی در بازار داخلی موفق است نباید خود را تاجر بین المللی بداند و بدون برنامه ریزی و ساختار دهی به شرکت و جذب مدیران و کارشناسان حرفه ای در ابعاد و تخصص های متخلف ، برای صادرات اقدام نماید . بازار خارجی علاوه بر تسلط بر زبان و دانش بازرگانی و خدمات بازرگانی ، نیازمند حضور مدیران خلاق و جسور و خوش فکر و تیز هوش کاملاً آشنا به بازار خارجی می باشد و صرف تولید کننده بودن و حتی کارآفرین برتر در ایران بودن دلیل بر موفقیت در بازار خارجی نیست لذا توجه شود الزامات موفقیت در بازار خارجی با بازار داخلی کاملاً متفاوت است و اعتبار و سرمایه و فرصت موفقیت در بازار داخلی

را که با زحمت و فراست و تلاش خستگی ناپذیر بدست آورده اید را بدون تمهید و آمادگی حرفه ای برای حضور در بازار خارجی از دست ندهید. هر تولید کننده و تاجر داخلی الزاما در صادرات هم موفق نیست و عموم ورشگستگان در عرصه تجارت بین الملل ما از این گروه هستند. اگر تولید کننده خوب و موفقی هستید و محصول مناسب برای صادرات دارید و یا به دفعات از طریق دیگر تجار سفارش صادراتی دریافت نمودید تصور نکنید بسادگی شما هم در صادرات مستقیم موفق خواهید شد. موفقیت دست یافتنی است ولی مشروط به رعایت الزامات هر بازار - کالا. نکته مهم دیگر در این سرفصل از الزامات اینست تجارت و صادرات به عراق و افغانستان بسیار متفاوت از صادرات به امارات و یا دیگر کشورهای با ویژه گی حرفه ای می باشد و اصلا الزامات و شرایط برابر و قابل قیاسی ندارند و صرفا در چند مورد مسایل مشترک برای رعایت دارند که این مسایل حداقلهای تولید و تجارت است.

15. ضریب نفوذ اینترنت در امارات 97 درصد بوده و از سرعت 5G استفاده می نمایند. لذا نقش شبکه های اجتماعی و دیجیتال مارکتینگ برای برند سازی و مقبولیت محصولات شما و بازاریابی بسیار مهم است. توصیه می گردد شرکتهای ایرانی که توان پرداخت های بسیار بالا به شبکه های توزیع معروف برای عرضه محصولات خود ندارند در ابتدا مدتی با شبکه های کوچکتر توزیع همکاری نموده ولی در سطح بسیار وسیعی از ظرفیت بازاریابی مجازی و الکترونیکی بصورت هنرمندانه استفاده نمایند. استفاده هوشمندانه و هنرمندانه و به روشهای جدید و جذاب از ظرفیت دیجیتال مارکتینگ موجب تسهیل در ورود و توسعه کسب و کار شما در امارات خواهد شد. علم بازاریابی اثبات نموده که دیده شدن در همه جا و انجام تبلیغ به روش غیر مستقیم و هنرمندانه، مقبولیت بوجود می آورد و مقبولیت منجر به ایجاد تقاضا و سفارش می گردد.

16. امارات کشور گرانی برای کسب و کار و هزینه های ناشی از زندگی در این کشور است لذا بهترین بازار برای صادرات محصولات با ارزش افزوده بالاست و چنانچه محصولات شما از ارزش افزوده بالایی برخوردار نیست بازارهای حرفه ای و گران مانند امارات را بعنوان بازار هدف خود برای صادرات انتخاب نکنید. هزاران تاجر و تولید کننده هم اینک مشغول صادرات به امارات هستند و برای رقابت با این تاجر و تحمل هزینه های سنگین بازاریابی و ورود به بازار، کالاهای با ارزش افزوده بالا را بعنوان محصول تجارتي خود انتخاب نمایید تا هم زمینه ورود بیشتری برای شما فراهم گردد و هم از ضریب سود بالایی برای جبران هزینه ها در کنار پایین بودن ریسک در تجارت برخوردار شوید. کارشناسان خبره بازرگانی بین الملل که از تخصص و شناخت کافی بازارهای خارجی برخوردارند معتقدند رقابت برای بازیگران جدید در عرصه صادرات در محصولاتی که از ارزش فروش کمتر از هزار دلار در تن برخوردارند بسیار سخت و پرریسک بوده و ضریب ریسک بالایی را برای شکست متصور می نمایند. جهت مزید اطلاع متوسط نرخ صادراتی برخی کالاها ارایه می شود: میوه و تره بار 300 دلار در هر تن - صنایع تبدیلی 700 دلار - شیرینی و شکلات 900 دلار - لبنی 950 دلار - صنایع غذایی 620 دلار - نساجی و پوشاک و کفش 2300 دلار - صنایع دستی و فرش 16000 دلار - گل و گیاه 1800 دلار.

17. به یاد استاد ارجمندم دکتر احمد روستا، دانشمند برجسته بازاریابی بین الملل و پدر علم نوین بازاریابی در ایران (روحش شاد) که همیشه تاکید میکرد سه کلمه طلایی موفقیت (بازارسازی، بازاریابی، بازراداری): یکی از مهمترین الزامات موفقیت در بازار امارات اینست که علاوه بر بر برنامه ریزی و تلاش هوشمندانه جهت بازار سازی، مستمرا به شناسایی نیازهای بازار و تغییرات در نیازها توجه نمایید و تیم تحقیق و توسعه شما موضوع بازاریابی را امری مستمر

تلقی نمایند، و در کنار این دو عنصر مهم (بازارسازی و بازاریابی) برای بازاریابی و ماندگاری در بازار برنامه مشخص داشته باشید. همچنین برای پنج کلمه کلیدی در تولید و تجارت معروف به 5W (WHAT-WHY-WHERE-WHEN-WHO) سوال و پاسخ های متقن متکی بر رفتار رقبا و نیازهای حال و آتی بازار و قوانین و مقررات حاکم بر آن بازار داشته باشید. پس در برنامه ریزی SWOT شرکت شما برای فعالیت در بازار حرفه ای امارات، در ماتریسی الزامات و اقدامات متناظر با هر یک از هشت کلمه طلایی و کلیدی فوق الذکر را درج نمایید و انوقت هوشمندانه و با توکل بر ایزد منان و با پشتکار عالی وارد این بازار جذاب و پرفریت شوید که در اینصورت موفقیت شما منطقی حتمی است.

18. در بازارهای حرفه ای نظیر امارات شرکتهایی موفق می شوند که برندسازی را سرلوحه کارشان قرار دهند. ایجاد وفاداری در مشتریان به برند و استفاده از سیاستهای حرفه ای بهره گیری از اصول برندسازی از الزامات مهم توسعه ای و ماندگاری در بازار است. در انتخاب نام تجاری به تفاوت های زبانی در ترجمه کلمات و شیوه نگارش و معانی متفاوت در بین زبانها و ملیت های مختلف توجه نمایید و در استفاده از رنگ و لوگو و اصوات، فرهنگها و ملیت های مختلف از ابتدا مورد تحقیق و بررسی شما قرار گیرند. سفارشات تولیدی خودتان و یا تولیدی توسط دیگر کارخانجات بنام برند شما دارای نقش کلیدی در ارزش گذاری و موفقیت شماست لذا حتما از تیم حرفه ای دارای دانش و تجربه در برندسازی بین المللی از ابتدا بهره مند گردید.

✓ برخی از مطالب این گزارش در سایر بازارها هم قابل تعمیم است.

✓ وب سایت رایزنی بازرگانی ایران در امارات (UAE.TPO.IR) مستمرا با اطلاعات جدید تکمیل

می گردد لذا ضمن مراجعه به این وب سایت، چنانچه نیاز به راهنمایی تکمیلی داشتید لطفا

به ادرس ذیل سوالات خود را ایمیل بفرمایید mbmojtbaei@yahoo.com

۱۴۰۲/۹۵۹

۱۴۰۲/۰۶/۲۱

سیستم اتوماسیون

بسمه تعالی  
وزارت صنعت، معدن و تجارت  
موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی



موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

سرپرست

" مهار تورم و رشد تولید "

جناب آقای سلاح ورزی - رییس محترم اتاق بازرگانی، صنایع، معدن و کشاورزی ایران  
جناب آقای نجفی عرب - رییس محترم اتاق بازرگانی، صنایع، معدن و کشاورزی تهران  
جناب آقای قاسمی - رییس محترم مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی، صنایع، معدن و کشاورزی ایران  
جناب آقای خلیلی عراقی - رییس محترم هیات مدیره انجمن مدیران صنایع  
جناب آقای سهل آبادی - رییس محترم خانه صنعت، معدن و تجارت ایران  
جناب آقای مرتضوی - دبیر کل محترم خانه صنعت، معدن و تجارت ایران  
جناب آقای غزنوی - دبیر کل محترم مجمع کارآفرینان ایران  
جناب آقای عرب مازار - رییس محترم هیات مدیره انجمن علوم سیستم‌های ایران  
جناب آقای بهرامن - رییس محترم هیات مدیره خانه معدن ایران

با سلام و احترام؛ با هدف انعکاس تحلیل‌ها و نظرات این موسسه، دیدگاه شماره (۱۰۳۰) تحت عنوان "ضرورت توجه به موضوع تاب‌آوری زنجیره‌های تأمین کشور در سیاست‌گذاری‌های دولت" جهت استحضار تقدیم می‌گردد.

احمد تشگینی

« نامه‌های صادره بدون مهر برجسته اتوماسیون اداری فاقد اعتبار می‌باشد »



۱۴۰۲/۹۵۹

۱۴۰۲/۰۶/۲۱

سیستم اتوماسیون

بسمه تعالی  
وزارت صنعت، معدن و تجارت  
موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی



موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

سرپرست

"مهار تورم و رشد تولید"

جناب آقای سلاح ورزی - رئیس محترم اتاق بازرگانی، صنایع، معدن و کشاورزی ایران  
جناب آقای نجفی عرب - رئیس محترم اتاق بازرگانی، صنایع، معدن و کشاورزی تهران  
جناب آقای قاسمی - رئیس محترم مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی، صنایع، معدن و کشاورزی ایران  
جناب آقای خلیلی عراقی - رئیس محترم هیات مدیره انجمن مدیران صنایع  
جناب آقای سهل آبادی - رئیس محترم خانه صنعت، معدن و تجارت ایران  
جناب آقای مرتضوی - دبیر کل محترم خانه صنعت، معدن و تجارت ایران  
جناب آقای غزنوی - دبیر کل محترم مجمع کارآفرینان ایران  
جناب آقای عرب مازار - رئیس محترم هیات مدیره انجمن علوم سیستم‌های ایران  
جناب آقای بهرامن - رئیس محترم هیات مدیره خانه معدن ایران

با سلام و احترام؛ با هدف انعکاس تحلیل‌ها و نظرات این موسسه، دیدگاه شماره (۱۰۳۰) تحت عنوان "ضرورت توجه به موضوع تاب‌آوری زنجیره‌های تأمین کشور در سیاست‌گذاری‌های دولت" جهت استحضار تقدیم می‌گردد.

احمد تشگینی

رونوشت:

- دفتر حوزه ریاست؛
- معاونت پژوهشی؛
- دبیرخانه.

« نامه‌های صادره بدون مهر برجسته اتوماسیون اداری فاقد اعتبار می‌باشد »



## دیدگاه

|  |   |
|--|---|
| شماره: ۱۰۳۰  | موضوع: ضرورت توجه به موضوع تاب‌آوری زنجیره‌های تأمین کشور در سیاست‌گذاری‌های دولت |
| تاریخ: ۱۴۰۲/۶/۲۱   |   |
| <b>تهیه و تنظیم: پریسا ابوالحسینی</b>  |   |
| <b>توضیح اجمالی:</b>   |   |
| <p>زنجیره‌های تأمین جهانی به دنبال شوک‌های متعددی از جمله همه‌گیری کووید-۱۹، وقایع ژئوپلیتیک، اختلالات ناشی از آب‌وهوا و جنگ در اوکراین همچنان در حال دست‌وپنجه نرم کردن با مشکلات هستند. جهانی بودن شبکه‌های تأمین، سطح آسیب‌پذیری زنجیره را در اثر شوک‌ها بیشتر کرده است. از طرفی نرخ وقوع شوک‌هایی با بیش از یک ماه اثر، به‌طور میانگین به ۳.۷ سال رسیده است. تاب‌آوری زنجیره تأمین عبارت است از «قابلیت تطبیق‌پذیری آن برای کاهش احتمال مواجهه با اختلالات ناگهانی، مقاومت در برابر گسترش اختلالات با حفظ کنترل بر ساختارها و عملکردها و قابلیت بازیابی و پاسخگویی زنجیره برای رسیدن به حالت پایدار قبلی با واکنش‌های فوری و مؤثر».</p>  |   |
| <p>شاخص‌های تاب‌آوری یک کشور، نمایی کلی از میزان شکنندگی اقتصادی آن کشور در برابر انواع شوک‌ها است که به سیاست‌گذاران کمک می‌کند برای حمایت از بنگاه‌ها و رفع نیازهای اولیه و پایداری اقتصادی کشور، سیاست‌ها و اقدامات مناسبی اتخاذ نمایند. در این مخلص، جایگاه ایران در سه شاخص مرتبط با تاب‌آوری زنجیره‌های تأمین ذکر می‌گردد.</p>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• شاخص ریسک کشوری: این شاخص شرکت گلوبال دیتا ریسک کلی انجام تجارت در کشورها را اندازه‌گیری می‌کند که به‌صورت فصلی منتشر می‌شود. عوامل مختلفی از جمله ثبات سیاسی، چشم‌انداز رشد اقتصادی، کیفیت زیرساخت‌ها، محیط قانونی و نظارتی، خطرات امنیتی و غیره در آن لحاظ می‌شود. در گزارش سال ۲۰۲۲ این شاخص، ایران رتبه ۱۱۵ از ۱۵۲ کشور را دارا بوده که جزء کشورهای دارای ریسک بالا در زمینه تجارت محسوب می‌شود.</li> </ul>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• شاخص تاب‌آوری جهانی: این شاخص توسط شرکت اف ام گلوبال اندازه‌گیری می‌شود و میزان تاب‌آوری کشورها را بر اساس سه مولفه اصلی اقتصادی، کیفیت ریسک و زنجیره تأمین برآورد می‌نماید. در گزارش سال ۲۰۲۳ این شرکت، رتبه ایران در کل شاخص برابر ۱۰۸ از ۱۳۰ کشور و در مؤلفه تاب‌آوری زنجیره تأمین برابر ۱۰۵ (و رتبه ۱۲ در منطقه) است.</li> </ul>  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• شاخص تاب‌آوری لجستیکی: این شاخص توسط دانشگاه لجستیک کوهن و بر مبنای پنج مؤلفه عوامل اقتصادی و اجتماعی، دولت و گمرک، ویژگی‌های تجاری، عملکرد لجستیکی و زیرساخت‌های حمل‌ونقل اندازه‌گیری می‌شود. در گزارش سال ۲۰۲۳ این دانشگاه، امتیاز ایران در این شاخص ۵۴ از ۱۰۰ برآورد شده است که این عدد در مقایسه با بسیاری از کشورهای منطقه پایین‌تر است (رتبه ۱۱ در کشورهای منطقه).</li> </ul>   |   |
| <p>با توجه به شاخص‌های فوق می‌توان گفت ایران در موضوع تاب‌آوری زنجیره تأمین با چالش‌های ذیل مواجه است:</p>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• قرارگیری ایران در منطقه‌ای که از ویژگی‌های آن بی‌ثباتی سیاسی و اقتصادی است: این بی‌ثباتی‌ها منجر به بروز اختلال در تجارت و حمل‌ونقل شده و زنجیره‌های تأمین کشور را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهند.</li> <li>• تشدید تحریم‌ها طی سال‌های اخیر: این موضوع درجه بالایی از عدم اطمینان و نوسانات اقتصادی را در کشور ایجاد کرده است. به طوری که دسترسی کسب‌وکارها به بازارهای بین‌المللی (برای واردات و صادرات)، منابع مالی و فناوری را دشوار کرده است.</li> <li>• اتکای کشور به واردات کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای (به‌خصوص در حوزه مواد غذایی، دارو و صنعت): این موضوع کشور را در برابر اختلالات در زنجیره تأمین جهانی آسیب‌پذیرتر کرده است که باوجود تحریم‌ها، بر شدت آن نیز افزوده شده است.</li> <li>• قرار گرفتن کشور در معرض بلایای طبیعی نظیر زلزله، سیل و تنش آبی، آسیب‌پذیری زنجیره‌ها را افزایش داده است.</li> <li>• ناکارآمدی زیرساخت‌های لجستیکی کشور، عدم شفافیت مطلوب در زنجیره‌ها و دشواری ردیابی جابجایی کالا و مواد، باعث ناکارآمدی زنجیره‌ها شده است (کسب رتبه ۱۲۳ از ۱۳۸ کشور در شاخص عملکرد لجستیکی ۲۰۲۳ تأکیدی بر این مدعاست).</li> <li>• وجود موانع و مشکلات در فضای کسب‌وکار و عدم ثبات در برخی تصمیم‌گیری‌ها: این مسائل تأثیرات سوء بر هزینه‌های تولید و مبادله در زنجیره‌های تأمین داشته است.</li> </ul> |   |



## دیدگاه

بررسی تجربیات جهانی نشان می‌دهد که دولت‌ها از ابزارهای سیاستی متنوعی برای ارتقاء تاب‌آوری زنجیره‌های تامین خود بهره می‌برند. حتی کشورهای نظیر ایالات متحده، ژاپن، کره جنوبی، استرالیا، امارات، سنگاپور و اتحادیه اروپا، اسناد راهبردی و بسته‌های سیاستی را برای این منظور طراحی نموده‌اند. ابزارهای مورد استفاده دولت‌ها، طیفی از سیاست‌های عمومی و کلان گرفته تا پروژه‌های اختصاصی برای زنجیره‌های تامین اولویت‌دار را شامل می‌شوند. بر این اساس، رایج‌ترین ابزارها در این زمینه عبارتند از:

- تقویت ظرفیت‌های تامین و تولید: داخلی‌سازی تولیدات؛ انعقاد موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد برای استفاده از ظرفیت‌های تولید و تامین کشورهای هم‌پیمان یا همسایه؛ بهم‌رسانی تولیدکنندگان و تامین‌کنندگان داخلی؛ ساده‌سازی محصولات تولیدی (با حذف مقررات متفاوت غیرضروری و استانداردسازی)؛ و ارائه کمک‌های مالی به تامین‌کنندگان آسیب‌پذیر.
- نگهداری ذخایر احتیاطی: نگهداری ذخایر برای کالاهای کلیدی در سطوح بنگاهی، ملی و یا به‌شکل مشترک با کشورهای هم‌پیمان.
- افزایش آمادگی زنجیره‌ها: الزام بنگاه‌ها به پایش عملکرد زنجیره، افزایش شفافیت و تشریح اطلاعات در زنجیره‌ها و غربالگری ریسک‌ها؛ حمایت از سرمایه‌گذاری و نوآوری‌های فناورانه بنگاه‌ها برای مقابله با ریسک‌های زنجیره تامین.
- بهبود لجستیک و تسهیل تجارت: تخصیص منابع مالی برای توسعه زیرساخت‌های لجستیکی کلیدی؛ روان‌سازی و تسریع تشریفات گمرکی برای واردات کالاهای حیاتی در شرایط بحرانی.
- تقویت محیط کسب‌وکار: ایجاد یک محیط رگولاتوری و رژیم تجاری و سرمایه‌گذاری با ثبات و قابل پیش‌بینی.

### نکات کلیدی:

سیاست‌گذاری متمرکز برای بهبود مدیریت ریسک و تاب‌آوری زنجیره‌های تامین مورد نیاز است که تحقق این موضوع ملی نیازمند یک سازوکار سیاست‌گذاری و اجرایی مشخص با مشارکت تمامی دستگاه‌های ذیربط است که با توجه به تجربیات جهانی و مقتضیات کشور، اقدامات زیر برای برقراری آن پیشنهاد می‌شود:

الف) ایجاد نظام رگولاتوری برای مدیریت ریسک و تاب‌آوری زنجیره‌های تامین در سیاست‌گذاری‌های کلان کشور:

۱. تعریف ساختارهای نهادی مربوطه:

- در سطح ملی: تعیین ستاد اقتصاد مقاومتی به عنوان نهاد هماهنگ‌کننده مدیریت ریسک و تاب‌آوری زنجیره‌های تامین.
- در سطح دستگاه‌های ذیربط (اعم از وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزارت جهاد کشاورزی، وزارت نیرو، وزارت نفت، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، وزارت راه و شهرسازی، وزارت اقتصاد و امور دارایی و دیگر دستگاه‌های مرتبط): تعیین کمیته‌های مدیریت بحران و پدافند غیرعامل به عنوان مسئول موضوعات مدیریت ریسک و تاب‌آوری زنجیره‌های تامین و ارتباط با نهاد هماهنگ‌کننده.
- ۲. تدوین چارچوب‌های کلان و بخشی (اعم از صنعت، انرژی، سلامت، کشاورزی و ...) توسط ستاد اقتصاد مقاومتی با همکاری دستگاه‌های ذیربط، و مشارکت صاحب‌نظران و نمایندگان بخش خصوصی) شامل:
  - نحوه شناسایی ریسک‌های کشوری در بازه‌های کوتاه، میان و بلندمدت بر اساس متدولوژی‌های آینده‌پژوهی.
  - نحوه تعیین کالاها و خدمات حیاتی کشور (چه از منظر رفع نیازهای اولیه انسانی و چه از منظر ایجاد پایداری اقتصادی کشور).
  - نکته: با توجه به مسئولیت وزات صنعت، معدن و تجارت در رگولاتوری بخش تولید کشور و ارتباط تنگاتنگ این بخش با سایر حوزه‌ها (صنایع وابسته به کشاورزی، سلامت، انرژی و ...) و نیز تجربه آن در تعیین اقلام گلوگاهی تولید در زمان تحریم، پیشنهاد می‌شود این وزارت در این بخش محوریت موضوع را بر عهده داشته باشد.
  - نحوه شناسایی نقاط آسیب‌پذیر زنجیره‌های تامین کالاها و خدمات حیاتی فوق با توجه به ریسک‌های شناسایی شده.
  - سازوکارها و فرآیندهای تعریف، پیشنهاد، اولویت‌بندی، ابلاغ و پایش پروژه‌های ارتقای تاب‌آوری زنجیره‌های تامین.

ب) تعریف، ابلاغ و پایش اجرای پروژه‌های ارتقای تاب‌آوری زنجیره‌های تامین:

۱. تعریف و پیشنهاد پروژه‌ها توسط دستگاه‌های ذیربط:

- تعیین نقاط آسیب‌پذیری زنجیره‌های تامین برای کالاها و خدمات حیاتی.



## دیدگاه

- تعریف پروژه‌های تاب‌آوری در بازه‌های کوتاه، میان و بلندمدت و برآورد منابع مالی مورد نیاز بر اساس چارچوب‌های مصوب (این پروژه‌ها می‌تواند از جنس ابزارهای سیاستی فوق‌الذکر باشد) و پیشنهاد آنها به ستاد اقتصاد مقاومتی.
- ۲. اولویت‌بندی و ابلاغ پروژه‌ها توسط دولت:
- اولویت‌بندی پروژه‌ها، تعیین مسئولیت‌ها و نقش دستگاه‌های مختلف در هر یک و روش تامین منابع مالی مورد نیاز (بودجه عمومی، مشارکت خصوصی - عمومی و ...) توسط ستاد اقتصاد مقاومتی.
- ابلاغ پروژه‌ها در قالب برنامه‌های توسعه کشور، برنامه‌های توسعه بخشی، برنامه سالانه دستگاه و ... با توجه به ماهیت و سطح پروژه.
- پایش پروژه‌ها و بروزآوری مستمر چارچوب‌ها و اولویت‌ها بر اساس مقتضیات کشور در هر زمان توسط ستاد اقتصاد مقاومتی با همکاری دستگاه‌ها.



جمهوری اسلامی ایران  
وزارت صنعت، معدن و تجارت



سازمان توسعه تجارت ایران  
دفتر غرب آسیا  
مدیرکل

شماره: ۹۳۴۴۸۰

تاریخ: ۱۴۰۲/۰۶/۱۱

پیوست: دارد



سال مهار تورم، رشد تولید

مدیران محترم ادارات کل صنعت، معدن و تجارت استانها  
روسای محترم اتاق های بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی استانها  
سرکار خانم اسدی-سرپرست محترم معاونت امور بین الملل اتاق بازرگانی و صنایع و معادن کشاورزی ایران  
جناب آقای شاکری-رئیس محترم هیات مدیره اتاق مشترک بازرگانی ایران و امارات

موضوع: ویژگی ها و الزامات ورود و ماندگاری در بازار امارات

باسلام و احترام

بدینوسیله بپیوست فایل گزارش تهیه شده توسط رایزن بازرگانی این سازمان در امارات متحده عربی درخصوص استانداردهای نظارتی برای واردات این کشور شامل ۱۸ ویژه گی مهم بازار امارات و الزامات لازم برای موفقیت در ورود و ماندگاری در بازار حرفه ای امارات متحده عربی جهت انعکاس به تشکلهای تخصصی و شرکتهای تولیدی و صادراتی مرتبط ایفاد می گردد.

فرزاد پیلتن

رونوشت:

جناب آقای ضیغمی-معاون محترم وزیر و رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران-جهت استحضار  
جناب آقای قنادزاده-معاون محترم ارتقا کسب و کارهای بین المللی-جهت استحضار  
جناب آقای مجتبیایی-رایزن بازرگانی محترم جمهوری اسلامی ایران در امارات (دبی)  
مریم جانی-رئیس محترم اداره کشورهای ج- گروه خلیج فارس ۲