



(و هو القادر)



اهم ویژه گی های بازار امارات

و الزامات ورود و ماندگاری در بازار صادراتی فوق حرفه ای



تهیه ، تدوین و تالیف: محمدباقر مجتبابی
رایزن بازرگانی ایران در امارات - تیر ماه ۱۴۰۳

صادرات عبارتست از ارتباط و کار کردن با بازارهای حرفه ای و حرفه ای های بازار در آن سوی مرزها .



در این گزارش ، از دو منظر بررسی و تحلیل خواهیم داشت

• فصل اول:

پیش نیازها و اصول اساسی
برای اینکه صادرکننده
موفقی باشید را مرور
خواهیم نمود.

• فصل دوم:

• ویژه گی های خاص بازار
امارات برای ورود و
ماندگاری در بازار فوق حرفه
ای امارات را تجزیه و تحلیل
خواهیم نمود.

فصل اول:

پیش نیازها و اصول اساسی ،
برای اینکه صادرکننده موفق باشید.



امارات ، سرزمین فرصت‌های سهل و ممتنع

(طی این مرحله بی همراهی خضر مکن ، ظلمات است ، بترس از خطر گمراهی)



چرا امارات را بعنوان بازار هدف انتخاب نمودید؟ چرا امارات بازار فوق حرفه ای هاست؟



- کشور زیبایی است؟
- تجارت آزاد دارد؟
- ظرفیت لجستیک بالایی دارد؟
- تعرفه گمرکی نزدیک به صفر است؟
- مشکل ویزا و اقامت در این کشور ندارید؟
- فاصله با ایران بسیار نزدیک است؟
- دین و فرهنگ مشترک بین مردم دو کشور؟
- وجود تعداد زیاد ایرانیان در این کشور؟
-

فصل اول: مروری کوتاه بر اصول پیش نیاز در تجارت



• چهار کلمه طلایی:

• ۱- بازارشناسی

• ۲- بازارسازی

• ۳- بازاریابی

• ۴- بازار داری

• آیا با توجه به این کلمات طلایی ، به امارات بعنوان بازار هدف رسیده اید؟

بازارشناسی: تصور کنید که شما قصد صادرات یک محصول را دارید. قبل از هرگونه ارسال شما نیاز دارید تا نظام بازار محصول خودتان را بشناسید. همچنین نیاز دارید که با نظام صادرات آن محصول آشنا باشید. این شناخت و آگاهی ها از طریق تحقیقاتی که انجام می دهید به دست می آیند. به این روند تحقیقاتی، بازارشناسی می گویند.



• برای بازار شناسی از تکنیک چهار مرحله ای

• به نام 4C انجام می شود:

- 1. Company/شناخت شرکت:
 - شما باید شناخت دقیقی از شرکت خودتان و چشم انداز های چندساله شرکت داشته باشید.
- 2. Customer/شناخت مشتری ها یا مخاطبان:
 - شناخت مخاطب یا مشتری به معنی شناخت نیاز ها و مشکلات آن هاست.
- 3. Competitor/شناخت رقبا:
 - با شناخت رقبا و اضافه کردن مزیت رقابتی به محصول یا خدماتتان می توانید سهم بازار را به دست آورید.
- 4. Change factor / شناخت محیط و عوامل محیطی:
 - منظور از شناخت محیط و عوامل محیطی همان موج های اقتصادی است که موجب چالش برای شرکت شما خواهد شد.



بازار سازی:

بازار سازی (market making) یعنی استفاده کردن از تمام تکنیک های فروش و استراتژی ها به منظور ایجاد و افزایش سهم بازار .
برای بازار سازی از روشی به نام ۴ P استفاده می شود:
محصول خوب به منظور بازار سازی / **Product**
قیمت خوب به منظور بازار سازی / **price**
توزیع به موقع و صحیح به منظور بازار سازی / **Place**
اعمال سیاست های پیشبرد فروش و به جا به منظور بازار سازی / **Promotion**

بازار سازی زمانی ایجاد می شود که محصول یا خدمات شما مورد قبول مخاطبان قرار گیرد.

بازاریابی (Marketing):

شناسائی ، شناساندن ، رضایت کند بازاریابی را حکایت

- ✓ بازاریاب فردی است که برای جذب مشتریان جدید و تبدیل آنها به مشتری وفادار کسب و کار، از استراتژی‌های مناسبی استفاده کند و با زبانی ساده مشتریان را ترغیب به خرید کند.
- ✓ تبدیل خریداران به مشتری وفادار شامل تکنیک‌هایی است که باید از سوی بازاریابان انجام شود تا بتوانند به نتیجه‌ی مطلوب خود دست یابند. برای داشتن چنین شرایطی در کسب و کار، رسیدن به فروش موفق و ایجاد زمینه‌ای مناسب برای مشاغل دارد که همگی می‌توانند دست به دست هم دهند تا به موفقیت و روند رو به رشد کسب و کار دست یابند.
- ✓ موضوع بازاریابی، بحث بسیار گسترده‌ای هست که معمولاً با مباحث بازاریابی و برندینگ نقاط مشترکی دارد زمانی که کالایی در بازار وجود دارد و ما قصد داریم کالایی مشابه آنچه قبلاً بوده است را تولید کنیم برای ورود به بازار نیاز داریم به دریافت سهم از بازار که با معرفی کالا به بازار به عنوان یک کالای جدید از محصولات مشابه شروع می‌شود و عملاً ما باید به دنبال نقاط ورود کالای تقلیدی خود به بازار باشیم به عبارت دیگر بازاریابی انجام دهیم. اما زمانی که ما از بازاریابی صحبت می‌کنیم در واقع داریم در مورد ظهور یک کالای جدید که پیشتر وجود نداشت صحبت می‌کنیم که این مورد با توسعه بازار، و ایجاد فرهنگ‌های جدید در بازار همراه می‌شود و اصلاح **Make Marketing** را برای آن به کار می‌بریم.

اصول بازاریابی در تمام دنیا یکی است ولی شرایط محیطی و فرهنگی فرق دارد بنابراین در بازاریابی جهانی نکات زیر را باید مورد توجه قرار داد :

۱. تلاش برای متمایز ساختن محصول و شرکت
۲. تولیدات انعطاف پذیر و در شرایط و برای بازار خاص تولیدات انبوه
۳. سرعت و نوآوری در ارائه خدمات بهتر و بیشتر
۴. بازار گرایی و توجه به نیازها و خواسته های روز بازار
۵. تلاش برای ایجاد ارزش افزوده بیشتر نسبت به سایر محصولات رقبا
۶. توجه به فعالیت بصورت زنجیره ارزش و هم گرایی در بازار
۷. ارتباط نزدیک و دائمی با همه شبکه های توزیع (عمده فروش ، خرده فروش ، فروش آنلاین، فروشگاه زنجیره ای)
۸. توجه به تحقیق و بررسی بازار به شکل های مختلف
۹. حضور هدفمند در نمایشگاهها و انجام تبلیغات هدفمند
۱۰. توجه به خدمات فراگیر (خدمات قبل از فروش ، خدمات در جریان فروش و خدمات بعد از فروش)
۱۱. مطالعه جدی در مورد بهره وری و مدیریت کیفیت و استانداردهای بین المللی و اخذ گواهی های معتبر
۱۲. آشنایی و استفاده از تکنیک های مدرن فروش از جمله E-Commerce
۱۳. استفاده از قدرت روابط عمومی برای ایجاد ارتباط با مقامات و تصمیم گیرندگان و هسته های قدرت
۱۴. حساس شدن به عوامل محیطی و برون سازمانی
۱۵. مدیریت و واکنش سریع در مقابل عملکرد رقبا

بازارداری:

یعنی به کاربردن روش ها و تکنیک ها ، برای حفظ سهم بازار.

این کار موجب داشتن مشتریان وفادار و بالفعل می شود.

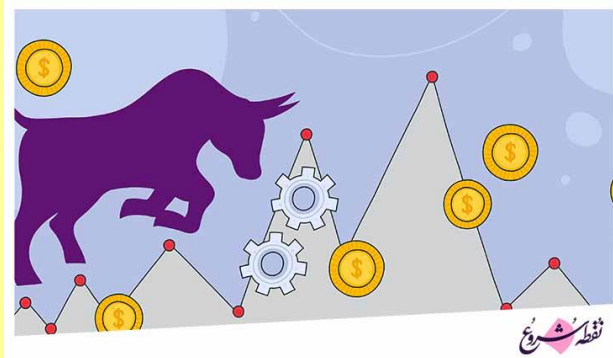
به قول آقای کاتلر:

“در دنیای امروز، باید سریع تر از هر زمانی بدویم، تا بتوانیم در همان نقطه که هستیم باقی بمانیم.”

• فلسفه صحیح بازاریابی (راز طلایی موفقیت):

برای محصولاتتان مشتری پیدا نکنید، بلکه برای مشتریانانتان محصول پیدا کنید.

• استراتژی گاو بنفش (متمایز بودن).



مشتری وفادار به چند دلیل، جذب محصولی خاص می‌شود:



۱. قیمت مناسب

۲. کیفیت بالای محصولات

۳. نوع رفتار فروشندگان و مشاوره‌ی آنها

۴. پشتیبانی هنگام خرید و پس از اتمام فرآیند خرید در طولانی مدت

آیا برای وفادار شدن و وفادار ماندن مشتریان، برنامه و اقدامی دارید؟

پنج ویژگی حرفه ای ها در صادرات :

- ۱. تخصص داشتن علمی ، اخلاقی ، رفتاری و کاری در امر صادرات
- ۲. تعهد داشتن به صادرات
- ۳. تعلق داشتن به صادرات
- ۴. تداوم داشتن در امر صادرات
- ۵. تحول داشتن در امر صادرات

فصل دوم:

- ویژه گی های خاص بازار امارات برای ورود و ماندگاری در بازار فوق حرفه ای امارات (تمرکز بر صادرات صنایع غذایی و محصولات کشاورزی)



خلاصه اطلاعات ایران و امارات متحده عربی

سفير کشور امارات در تهران	آقای سيف الزعابی	سفير جمهوری اسلامی ایران در امارات	آقای رضا عامری
مسئولیت کمیسیون مشترک طرف ایران / آخرین سال و محل برگزاری	وزارت راه و شهرسازی ۱۲/۲/۱۴۰۳ ابوظبی	مسئولیت کمیسیون مشترک طرف امارات	وزارت اقتصاد آقای عبدالله بن طوق المری
تولید ناخالص داخلی امارات (میلیارد دلار) PPP-2023	۷۲۵ میلیارد دلار	نرخ تورم در امارات (درصد) - (CPI) ۲۰۲۳	۲/۱٪
واحد پول / ارزش برابری	درهم امارات ۳/۶۷ = یک دلار آمریکا	جمعیت کشور امارات - ۲۰۲۳	حدود ۱۱ میلیون نفر (۸۸ درصد غیر اماراتی)
واردات کالا امارات از جهان در ۲۰۲۳	۴۴۹ میلیارد دلار	صادرات و صادرات مجدد از امارات به دیگر کشورهای جهان در ۲۰۲۳	۴۸۸ میلیارد دلار
واردات خدمات بازرگانی امارات از جهان در سال ۲۰۲۳	۱۰۸ میلیارد دلار	صادرات خدمات بازرگانی از امارات به جهان در سال ۲۰۲۳	۱۶۵ میلیارد دلار
سفير جمهوری اسلامی ایران در دبئی	آقای محمد سلیمانی	رایزن بازرگانی ج.ا.ایران در امارات	آقای محمدباقر مجتبابی

تجارت خارجی جمهوری اسلامی ایران با امارات متحده عربی از سال ۱۴۰۰ لغایت ۱۴۰۲



عمده ترین اقلام صادراتی و وارداتی ایران به / از امارات متحده عربی در سال ۱۴۰۲		۱۴۰۲	۱۴۰۱	۱۴۰۰	عنوان / ارزش (میلیون دلار)
اقلام وارداتی از امارات	اقلام صادراتی به امارات				
گوشی تلفن همراه، ذرت، جو ، دانه روغنی، فلزات	گازهای نفتی و قیر، روغن های نفتی و روغن های حاصل از مواد	۶۶۱۲	۶۲۰۳	۴۵۱۷	صادرات از ایران به امارات
گرانیهها، خوراک دام و طیور و آبزیان، صنایع	معدنی قیری، مواد آروماتیک، سایر پایه نفتی، سایر	۲۰۷۶۷	۱۸۵۴۲	۱۶۵۱۵	واردات به ایران از امارات
تبدیلی، محصولات نساجی، صنایع تبدیلی، سایر تجهیزات برقی و	پتروشیمی، محصولات شیمیایی آلی، کاتد مس، سایر صنایع معدنی فلزی، شمش فولاد، سایر صنایع	۲۷۳۷۹	۲۴۷۴۵	۲۱۰۳۲	حجم مبادلات بین ایران و امارات
مخابراتی، موتور سیکلت و دوچرخه ، قطعات خودرو ckd و skd.	معدنی فلزی، محصولات شیمیایی غیر آلی، سایر صنایع معدنی فلزی،	-۱۲۸۳۱	-۱۲۳۳۸	-۱۱۹۹۷	تراز تجاری بین ایران و امارات

اطلاعات پایه بازار امارات متحده عربی:

- **بیش از ۸۷ درصد** از ۷۵۸۵ ردیف تعرفه حقوق ورودی کالاها در گمرک امارات با نرخ ۵ درصد می باشد.
- **حدود ۱۳ درصد** از کالاها با **تعرفه صفر** وارد می گردند (نظیر دارو و بسیاری از اقلام غذایی).
- برای عرضه اکثر کالاها در بازار امارات، مشتری میبایست نسبت به **پرداخت ۵ درصد بعنوان VAT** یا مالیات بر ارزش افزوده اقدام نماید.
- از ماه جولای ۲۰۲۳ (تقریباً تیر ماه سال ۱۴۰۲) فعالان اقتصادی ثبت شده در امارات می بایست میزان **۹ درصد بعنوان مالیات بر درآمد سالانه** پرداخت نمایند (به استثنای برخی مشاغل نظیر فعالیت های عمومی و نیز سرمایه گذاری برای ساخت و ساز و...)

اطلاعات پایه بازار امارات متحده عربی (ادامه):



















- **شورای همکاری خلیج فارس (GCC)** شامل امارات ، عربستان ، کویت ، قطر - بحرین ، عمان در نوامبر ۱۹۸۱ 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 ۱۹۸۳ به مرحله اجراء در آمد و تا سال ۲۰۰۲ 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 ، جابجایی آن کالا در سایر پنج کشور موصوف مشمول پرداخت مجدد تعرفه گمرکی نمیشود.

- چنانچه کالایی در یکی از این شش کشور تولید گردد و مشروط به اینکه حداقل ۵۱ درصد سهام آن شرکت تولیدی مربوط به یک یا چند تبعه این شش کشور بوده و حداقل ۴۰ 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. ضمناً بعنوان کالای تولید ملی مشمول نرخ های مصوب سازمان جهانی تجارت (WTO) مربوط به عضویت امارات در معامله بین المللی با سایر کشورهای عضو می گردد.

اطلاعات پایه بازار امارات متحده عربی (ادامه):

- شش کشور موصوف بعنوان شورای همکاری خلیج فارس (GCC) دارای پیمان تجارت آزاد با ۱۸ 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 ۱۸ کشور عربی گردد و کمترین کنترل‌های اداری و استاندارد بر آنها اعمال خواهد شد.
- - 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 ۲۰۱۴ به مرحله اجراء رسیده است (این موافقتنامه در ۲۲ ژوئن ۲۰۰۹ 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.
- - توافقنامه 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 کشورهایایی از منطقه خاورمیانه می باشد، مذاکرات مربوطه در سال ۲۰۰۷ آغاز گردید در اواخر سال ۲۰۰۸ موافقتنامه امضاء گردید و ۰۱/۰۹/۲۰۱۳ به مرحله اجرائی رسید، و در سال ۲۰۱۵ به سازمان تجارت جهانی اعلام گردید و هم اکنون فعال می باشد.

Members of the **GAFTA:** Greater **Arab Free Trade Area**

Country	Commencement	Population	Area	GDP
 Algeria	2009	44.90 M	2,382,000 km ²	195.00 bn US\$
 Bahrain	1997	1.47 M	778 km ²	44.38 bn US\$
 Egypt	1997	110.99 M	1,001,000 km ²	476.75 bn US\$
 Iraq	1997	44.50 M	435,000 km ²	264.18 bn US\$
 Jordan	2004	11.29 M	89,000 km ²	48.65 bn US\$
 Kuwait	1997	4.27 M	18,000 km ²	175.36 bn US\$
 Lebanon	1997	5.49 M	10,000 km ²	23.13 bn US\$
 Libya	1997	6.81 M	1,760,000 km ²	45.75 bn US\$
 Morocco	1997	37.46 M	447,000 km ²	130.91 bn US\$
 Oman	1997	4.58 M	310,000 km ²	114.67 bn US\$
 Palestine	2005	5.04 M	6,020 km ²	19.11 bn US\$
 Qatar	1997	2.70 M	12,000 km ²	236.26 bn US\$
 Saudi Arabia	1997	36.41 M	2,150,000 km ²	1.109 tn US\$
 Sudan	1997	46.87 M	1,879,000 km ²	51.66 bn US\$
 Syria	1997	22.13 M	185,000 km ²	8.97 bn US\$
 Tunisia	1997	12.36 M	164,000 km ²	46.30 bn US\$
 United Arab Emirates	1997	9.44 M	84,000 km ²	507.06 bn US\$
 Yemen	2005	33.70 M	528,000 km ²	21.06 bn US\$

اطلاعات پایه بازار امارات متحده عربی (ادامه):

- **چارچوب توافقنامه بین هند و شورای همکاری** در ۲۵ آگوست ۲۰۰۴ امضاء گردید دو دور مذاکره در ۲۰۰۶ و ۲۰۰۸ برگزار گردید، ولی هنوز به سازمان تجارت جهانی اعلام نشده است و به مرحله نهایی و اجرایی 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.
- **توافقات FTA فیما بین چین و شورای همکاری خلیج فارس**: مذاکرات مربوطه از سال ۲۰۰۴ آغاز شده است و مذاکرات مربوطه در سال ۲۰۰۹ 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 ۲۰۱۶ 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.
- تاثیر توافقات اقتصادی:
- **کشور امارات بخش تجارت و خدمات بازرگانی خود را از طریق توافقنامه مشارکت اقتصادی جامع (CEPA) با کشورهای** از جمله هند، کره جنوبی، ترکیه تقویت کرده است. این قراردادها به طور قابل توجهی فعالیت های تجاری کشور امارات را رونق داده است.

شبکه های توزیع محصولات غذایی و کشاورزی امارات

- ۱- سهم فروشگاه های زنجیره ای از ساختار توزیع امارات ۶۰ درصد
- ۲- سهم فروشگاه های بزرگ تخفیفی (تک فروشگاهی) از ساختار توزیع امارات ۲۵ درصد
- ۳- سهم فروشگاه های کوچک (خرده فروشی) از ساختار توزیع امارات ۱۵ درصد

هجده ویژه گی اختصاصی بازار امارات

(تا حدود زیادی قابل تعمیم به پنج کشور دیگر عضو این شورا شامل عربستان ، کویت ، قطر ، بحرین ، عمان نیز می باشد):

۱- **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.

هجده ویژه گی اختصاصی بازار امارات

(تا حدود زیادی قابل تعمیم به پنج کشور دیگر عضو این شورا شامل عربستان ، کویت ، قطر ، بحرین ، عمان نیز می باشد):

۲- در گروه محصولات کشاورزی و صنایع غذایی ۸۵ درصد ساختار توزیع از طریق فروشگاههای زنجیره ای با برندهای معروف بین المللی نظیر کارفور، لولو، نستوه، جمعیه (اتحادیه تعاونی که یک برند اماراتیسست) هر کدام با بیش از ۵۰ 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 ۱۵ 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 ۱۷ 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 آرایه تخفیف از ده تا سی درصد برای کالاهای موجود و مشارکت در طرحهای تخفیف بمناسبتهاهای مختلف، آرایه کالا بصورت امانی و نه خرید قطعی توسط فروشگاههای زنجیره ای برای کالاهای تحویلی، تعیین ۲۵ تا ۳۵ 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 صرفاً بر یک شرکت ایرانی بگاهد 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 .

هجده ویژه گی اختصاصی بازار امارات

(تا حدود زیادی قابل تعمیم به پنج کشور دیگر عضو این شورا شامل عربستان , کویت , قطر , بحرین , عمان نیز می باشد):

۳- کشور امارات سکوی صادرات مجدد به بیش از ۱۸۵ کشور دنیاست و مزیت های بندری و کشتیرانی و انبارداری سهل و ارزان در کنار حضور تجار از ۱۸۵ 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.

هجده ویژه گی اختصاصی بازار امارات

(تا حدود زیادی قابل تعمیم به پنج کشور دیگر عضو این شورا شامل عربستان ، کویت ، قطر ، بحرین ، عمان نیز می باشد):

۴- از دیگر ویژه گیهای امارات **برگزاری صدها نمایشگاه تخصصی** است که عموماً 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 آرایه محصولات خود با اجاره غرفه ندارید حتماً به همراه کاتالوگ و اطلاعات کافی از این نمایشگاهها بازدید نموده و فرصت مذاکره با تجار بیش از ۱۸۵ کشور دنیا در نمایشگاههای امارات را از دست ندهید.

هجده ویژه گی اختصاصی بازار امارات

(تا حدود زیادی قابل تعمیم به پنج کشور دیگر عضو این شورا شامل عربستان ، کویت ، قطر ، بحرین ، عمان نیز می باشد):

۵- در امارات بیش از ۴۸۰ 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 شرکتهای 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. متاسفانه 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 صادرکنندگانی ایرانی در قالب گروههای کالایی نسبت به ایجاد شرکت مدیریت صادرات(EMC) اقدام نموده ، و با 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.

هجده ویژه گی اختصاصی بازار امارات

(تا حدود زیادی قابل تعمیم به پنج کشور دیگر عضو این شورا شامل عربستان ، کویت ، قطر ، بحرین ، عمان نیز می باشد):

۶- از دیگر خصوصیات کشور امارات حضور بیش از نه میلیون نفر از ۱۸۵ ملیت در این کشور جذاب برای تجارت است. پس برای صادرات به امارات به ترکیب جمعیت و ملیت های مختلف و سلايق متفاوت مصرفی آنها توجه نمایید زیرا فقط یازده درصد جمعیت این کشور اماراتی هستند.

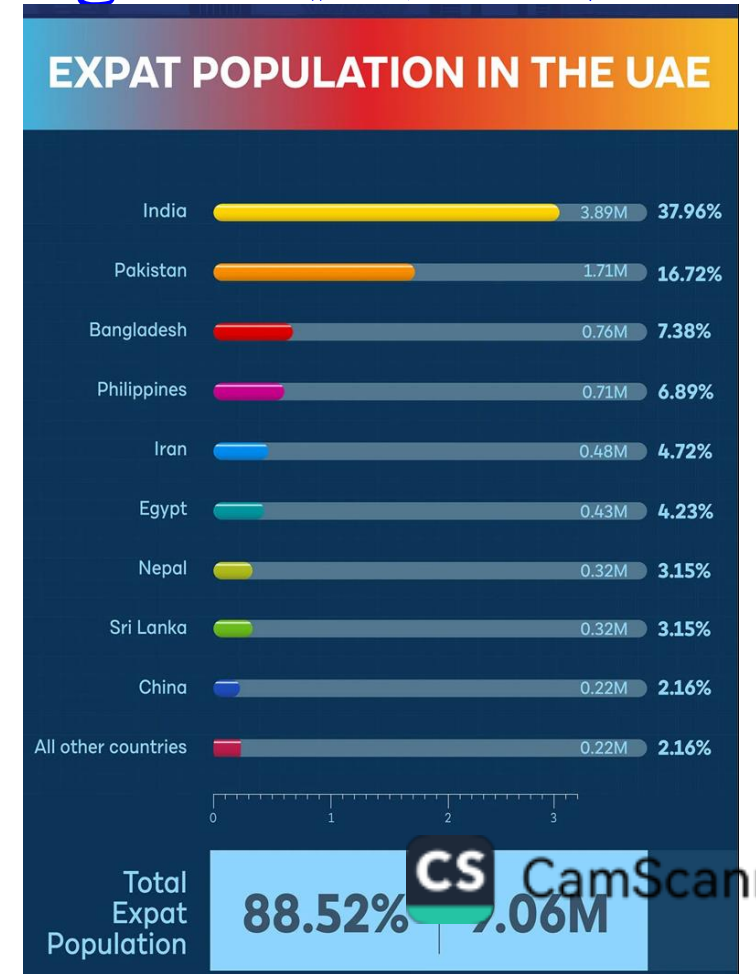
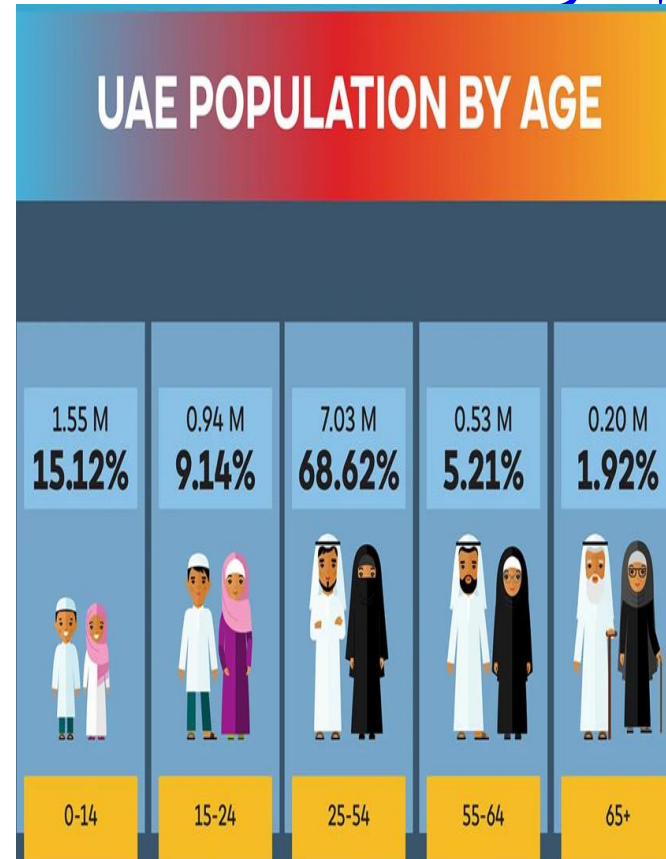
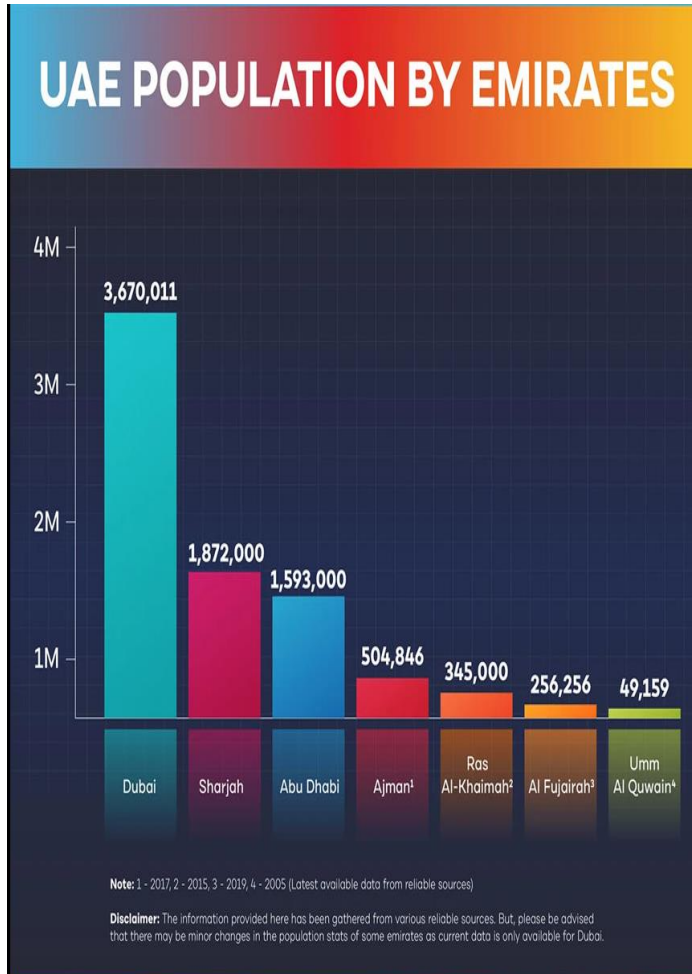
شایان ذکر است جمعیت کشور امارات متحده عربی در سال ۲۰۲۳ به تعداد ۱۰ میلیون و ۲۴۰ هزار نفر به ثبت رسیده است که فقط حدود یک میلیون و یکصد و هشتاد هزار نفر از جمعیت ساکن در این کشور اماراتی هستند.

۶۹ درصد (بیش از ۷ میلیون نفر) از جمعیت مقیم در امارات از ملیت های مختلف در بازه میانگین سنی بین ۲۵ تا ۵۴ سال هستند لذا علاوه بر ملیت و فرهنگ، توجه به جمعیت جوان و میان سال و تفاوت در سلايق این گروه سنی هم بسیار با اهمیت است.

هجدہ ویژه گی اختصاصی بازار امارات

(تاحدود زیادی قابل تعمیم به پنج کشور دیگر عضو این شورا شامل عربستان ، کویت ، قطر ، بحرین ، عمان نیز می باشد):

ادامه بند ۶- جمعیت شناسی مقیم امارات:



هجده ویژه گی اختصاصی بازار امارات

(تاحدود زیادی قابل تعمیم به پنج کشور دیگر عضو این شورا شامل عربستان , کویت , قطر , بحرین , عمان نیز می باشد):

۷- در سال ۲۰۲۳ تورم در امارات کمتر از سه درصد بوده ($CPI = 2.1\%$) 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 ارائه 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.

هجده ویژه گی اختصاصی بازار امارات

(تا حدود زیادی قابل تعمیم به پنج کشور دیگر عضو این شورا شامل عربستان ، کویت ، قطر ، بحرین ، عمان نیز می باشد):

۸- 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 گالاهایتان در دیگر کشورها با خدمات صندوق ضمانت صادرات و نیز بانک توسعه صادرات برای استفاده بیمه نامه صادراتی و تمهیدات در نظر گرفته برای تسهیل صادرات از قبیل اعتبار فروخته شده (SELLERS CREDIT) و اعتبار خریدار خارجی (BUYERS CREDIT) آشنا شوید و با این دو مجموعه ارتباط نزدیک داشته باشید. در تجربه قبلی ماموریت بنده در دوران رایزنی بازرگانی ایران در کویت با اطلاع رسانی مطلوب از این دو خدمات و هدایت و حمایت تجار کویتی و اعتبار سنجی آنان در صندوق ضمانت و نیز بانک توسعه صادرات ایران عملاً با روشی جایگزین ، فرصت فروش بصورت یوزانس را برای شرکتهای تولیدی و صادراتی ایران در تعامل با تجار کویتی ایجاد و تجربه موفق نمودم لذا از این ظرفیت استفاده بفرمایید.

هجده ویژه گی اختصاصی بازار امارات

(تاحدود زیادی قابل تعمیم به پنج کشور دیگر عضو این شورا شامل عربستان , کویت , قطر , بحرین , عمان نیز می باشد):

۹- هزینه های بندری در مناطق آزاد امارات اعم از دبی و ابوظبی و شارجه و فجیره و عجمان بسیار مناسب و رقابتی می باشد ولی هزینه های دیو کالا و انبارداری اکثر کالاها و تخلیه و بارگیری و دستمزد کارگر و هزینه برق در داخل امارات بسیار بالاست لذا در صورتی نسبت به ارسال کالا اقدام کنید که مستقیماً تحویل خریدار شما گردد و شرکتهای ایرانی که به هر ترتیبی اقدام به دیو کالا در امارات برای فروش بمرور محصولات خود اقدام می کنند تجربه نشان داده در اکثریت کالاها بخصوص صنایع غذایی و نوشیدنی که بدون بازاریابی قبلی برای ارسال اقدام شده منجر به عدم فروش و خسارت کالا به صادرکننده گردیده است.

هجده ویژه گی اختصاصی بازار امارات

(تا حدود زیادی قابل تعمیم به پنج کشور دیگر عضو این شورا شامل عربستان ، کویت ، قطر ، بحرین ، عمان نیز می باشد):

۱۰- بازار امارات چه برای مصرف داخلی و یا صادرات مجدد به دیگر کشورها بدلیل پایین بودن تعرفه گمرکی و هزینه های اولیه بندری و لجستیک ، در بدو ورود ساده و دست یافتنی است ولی یکی از شروط مهم برای امکان دسترسی ساده به این بازار و ماندگاری محصول شما در شبکه های توزیع ، رعایت بسته بندی و لیبلینگ (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.

هجده ویژه گی اختصاصی بازار امارات

(تا حدود زیادی قابل تعمیم به پنج کشور دیگر عضو این شورا شامل عربستان ، کویت ، قطر ، بحرین ، عمان نیز می باشد):

۱۱- همانطور که تشریح شد عرضه بیش از ۸۵ درصد از محصولات غذایی و کشاورزی از طریق فروشگاههای زنجیره ای و بزرگ 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 آن شبکه خواهد شد(جهت مزید اطلاع برخی شرکتهای حمل و تحویل سفارشات که نظیر اسنپ فود ایران در امارات فعال هستند معرفی میگردد: -NOON -TALABAT- -DELIVERO- ضمنا این شرکتهای حمل سریع محدود به مواد غذایی نبوده و برای تحویل فوری هرکالایی اقدام میکنند).

هجده ویژه گی اختصاصی بازار امارات

(تا حدود زیادی قابل تعمیم به پنج کشور دیگر عضو این شورا شامل عربستان ، کویت ، قطر ، بحرین ، عمان نیز می باشد):

۱۲- 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. حضور در بازار میوه و تره و نیز بازار محصولات دریایی 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 و یا 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 بشرطی که فروش شما بطور امانی نباشد.

هجده ویژه گی اختصاصی بازار امارات

(تاحدود زیادی قابل تعمیم به پنج کشور دیگر عضو این شورا شامل عربستان , کویت , قطر , بحرین , عمان نیز می باشد):

۱۳- 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 و ماهی 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 دعوای تجاری می گردند.

هجده ویژه گی اختصاصی بازار امارات

(تا حدود زیادی قابل تعمیم به پنج کشور دیگر عضو این شورا شامل عربستان ، کویت ، قطر ، بحرین ، عمان نیز می باشد):

۱۴- 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 کار آفرین 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 الزاماً در صادرات هم موفق نیست و عموم ورشگستگان در عرصه تجارت بین الملل ما از این گروه هستند. اگر تولید کننده خوب و موفق 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 اصلاً الزامات و شرایط برابر و قابل قیاسی ندارند و صرفاً در چند مورد مسایل مشترک برای رعایت دارند که این مسایل حداقلهای تولید و تجارت است .

هجده ویژه گی اختصاصی بازار امارات

(تاحدود زیادی قابل تعمیم به پنج کشور دیگر عضو این شورا شامل عربستان ، کویت ، قطر ، بحرین ، عمان نیز می باشد):

۱۵- ضریب نفوذ اینترنت در امارات ۹۷ 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.

هجده ویژه گی اختصاصی بازار امارات

(تا حدود زیادی قابل تعمیم به پنج کشور دیگر عضو این شورا شامل عربستان ، کویت ، قطر ، بحرین ، عمان نیز می باشد):

۱۶- 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 نمایند 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 بازرگان 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 آرایه می شود: میوه و تره بار ۳۰۰ دلار در هر تن - صنایع تبدلی ۷۰۰ دلار- شیرینی و شکلات ۹۰۰ دلار- لبنی ۹۵۰ دلار- صنایع غذایی ۶۲۰ دلار- نساجی و پوشاک و کفش ۲۳۰۰ دلار- صنایع دستی و فرش ۱۶۰۰۰ دلار- گل و گیاه ۱۸۰۰ دلار.

هجده ویژه گی اختصاصی بازار امارات

(تا حدود زیادی قابل تعمیم به پنج کشور دیگر عضو این شورا شامل عربستان ، کویت ، قطر ، بحرین ، عمان نیز می باشد):

۱۷- به یاد استاد ارجمندم دکتر احمد روستا ، دانشمند برجسته بازاریابی بین الملل و پدر علم نوین بازاریابی در ایران (روحش شاد) که همیشه تاکید بر رعایت اصول چهار کلمه طلایی موفقیت (بازاریابی ، بازاریابی ، بازاریابی ، بازاریابی) داشت.

یکی از مهمترین الزامات موفقیت در بازار امارات اینست که علاوه 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 (بازاریابی 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-)** 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 نه 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 پر ظرفیت شوید که در این صورت موفقیت شما منطقا حتمی است.

هجده ویژه گی اختصاصی بازار امارات

(تا حدود زیادی قابل تعمیم به پنج کشور دیگر عضو این شورا شامل عربستان , کویت , قطر , بحرین , عمان نیز می باشد):

۱۸- 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.

Opportunities don't happen, you create them



- ✓ در این گزارش ، به شما نشان دادیم :
- ✓ کدام مسیر شما را به موفقیت می رساند.
- ✓ کدام روشها موجب شکست شما می شود.
- ✓ کدام شیوه تلاش ، شما را در مسیر درست قرار می دهد.
- ✓ تشریح هر مشکل به معنای توقف نیست بلکه کشف صحیح فرصت هایی است که همه نمی بینند.

برای مطالعه و بهره برداری از سایر گزارشات بازارشانی به کانال رایزن بازرگانی ایران در امارات مراجعه فرمایید

• بطور مستمر گزارشات گروههای مختلف کالایی و نیز اطلاعات مفید اقتصادی و بازرگانی برای صادرات به امارات و یا از طریق امارات به دیگر کشورهای جهان تهیه و تدوین و در کانال رایزن بازرگانی ایران در امارات بارگذاری خواهد شد.



پیوست ها:

• تحلیل تجارت امارات با جهان در سال ۲۰۲۳:

- بر اساس گزارش سازمان تجارت جهانی (WTO) در سال ۲۰۲۳ تجارت کالا و خدمات امارات متحده عربی در مجموع به ۱.۲۵۸ تریلیون دلار (۴.۶۱ تریلیون درهم) رسید که سطح مشابهی را با سال قبل حفظ کرده و سهم بخش خدمات در این خصوص قابل اهمیت است.

• تجارت کالا:

- صادرات کالا از امارات متحده عربی با کاهش ۵ درصدی به ۴۸۸ میلیارد دلار رسید و این کشور را در رتبه چهاردهم جهان از نظر صادرات قرار داد. از سوی دیگر، واردات با افزایش ۷ درصدی به ۴۴۹ میلیارد دلار رسید و امارات متحده عربی را شانزدهمین واردکننده بزرگ در جهان کرد. سهم امارات متحده عربی از صادرات و واردات کالاهای جهانی به ترتیب ۲.۱ درصد و ۱.۹ درصد بود.

- سازمان تجارت جهانی تاکید کرد که واردات کالا به طور کلی در اکثر اقتصادها کاهش یافته است که بخشی از آن به دلیل کاهش قابل توجه قیمت کالاها مانند نفت و گاز طبیعی است که به طور متوسط ۶۳ درصد در سال ۲۰۲۳ کاهش یافت. با این حال، امارات متحده عربی همراه با سایر صادرکنندگان بزرگ مانند روسیه و عربستان سعودی شاهد افزایش واردات بودند و امارات متحده عربی افزایش ۷ درصدی را تجربه کرد.

پیوست ها:

• رشد بخش خدمات:

- با وجود کاهش تجارت کالا، افزایش بخش خدمات به جبران این کاهش کمک کرد. دولت امارات متحده عربی فعالانه در جهت ایجاد کشور به عنوان یک اقتصاد مبتنی بر خدمات، جذب استعدادهای برتر جهانی، متخصصان، دانشمندان و دانشجویان ممتاز را با ارائه مجوزهای اقامت طولانی مدت مانند ویزای طلایی و ویزای نقره ای تسهیل کرده است.
- از نظر خدمات بازرگانی، امارات متحده عربی در رتبه سیزدهم جهانی قرار گرفت و صادرات با افزایش ۸ درصدی به ۱۶۵ میلیارد دلار رسید. واردات خدمات بازرگانی با ۱۳ درصد افزایش به ۱۰۸ میلیارد دلار رسید و امارات متحده عربی را به هجدهمین واردکننده بزرگ جهان تبدیل کرد.

• خدمات ارائه شده به صورت دیجیتالی:

- امارات متحده عربی همچنین با ارزش ۴۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۳ در رتبه بیستم جهانی در خدمات ارائه شده دیجیتالی قرار گرفت (در سال ۲۰۲۲ ارزش خدمات ارائه شده در امارات بصورت دیجیتالی ۴۶ میلیارد دلار گزارش شده است).

• روند تجارت جهانی:

- کاهش صادرات کالا از امارات متحده عربی و سایر کشورهای حوزه خلیج فارس بیشتر به دلیل کاهش قیمت کالاها بوده است. در سطح جهانی، ارزش تجارت کالاهای جهان با ۵ درصد کاهش در سال ۲۰۲۳ به ۲۴,۰۱ تریلیون دلار رسید. با این حال، علیرغم کاهش صادرات کالا، با افزایش شدید تجارت خدمات تجاری که با ۹ درصد افزایش به ۷,۵۴ تریلیون دلار رسید، جبران شد.

• پیش بینی های آینده:

- با نگاهی به آینده، WTO پیش بینی می کند که حجم تجارت کالاهای جهانی در سال ۲۰۲۴ به میزان ۲,۶ درصد و در سال ۲۰۲۵ به میزان ۳,۳ درصد خواهد کرد، زیرا تقاضا برای کالاهای مبادله شده پس از کاهش در سال ۲۰۲۳ افزایش می یابد.

پیوست ها:

• تحلیل آماری تجارت امارات و ایران طی سال ۱۴۰۲ و نیز سه ماه اول سال ۱۴۰۳:

- مطابق آمارهای اعلامی از سوی سازمان توسعه تجارت ایران در سال ۱۴۰۲ کشور امارات با ورود شش میلیارد و ششصد و دوازده میلیون دلار انواع کالا از ایران بعنوان سومین مقصد کالاهای صادراتی ایران محسوب شده و میزان صادرات از ایران به امارات در این سال از رشد شش و نیم درصدی نسبت به سال ۱۴۰۱ برخوردار است. (پیش بینی این نمایندگی اینست که حدود سه میلیارد از این مقدار بصورت صادرات مجدد به دیگر کشورهای جهان صادر شده است).
- میزان واردات کالا از امارات در سال ۱۴۰۲ بیست میلیارد و هفتصد و شصت و هفت میلیارد دلار گزارش شده و نسبت به واردات سال ۱۴۰۱ شاهد رشد ۱۲ درصدی هستیم و بدین ترتیب کشور امارات بعنوان اولین مبدا واردات کالا به ایران در سال ۱۴۰۲ می باشد. و تقریباً ۱۰۰ درصد کالاهای وارداتی از طریق این کشور تولید امارات نبوده و صرفاً با به دلیل مشکلات ناشی از تحریم و نقل و انتقالات پولی، با تغییر اسناد بنام امارات بعنوان مبدا واردات ثبت می گردد. ضمناً نیمی از کالاهای وارداتی ایران از امارات نظیر نهاده های دامی در امارات تخلیه و مجدداً به مقصد ایران حمل نمی شوند بلکه مستقیماً از مبدا اصلی نظیر آرژانتین و برزیل ویا دیگر کشورهای جهان به ایران حمل می شوند و صرفاً تغییر اسناد در امارات و بنام امارات ثبت می گردد.
- در سه ماهه اول سال ۱۴۰۳ نیز میزان صادرات ایران به امارات یک میلیارد و هفتصد و هفتاد و چهار میلیون دلار گزارش شده که با افزایش ۴۱۱ میلیون دلار نشانگر رشد ۳۰ درصدی نسبت به دوره مشابه سال قبل است.
- واردات ایران از امارات در سه ماهه اول سال ۱۴۰۳ به میزان چهار میلیارد و چهارصد و نود و یک میلیون دلار اعلام گردیده و شاهد افزایش واردات از این مبدا به میزان ۳۶۱ میلیون دلار (۹ درصد) میباشیم.

آیا ثبت شرکت در امارات عاملی برای موفقیت شماست؟

• ۱- ثبت شرکت در سرزمین اصلی چه تفاوتی با ثبت شرکت در یکی از ۴۵ منطقه آزاد امارات دارد؟



• ۲- ثبت شرکت و فعالیت در کدام منطقه آزاد امارات بهتر است؟

• ۳- هزینه های ثبت شرکت در امارات چه میزان است؟

• ۴- ثبت شرکت در امارات بهتر است یا عمان، قطر یا ترکیه؟

• ۵- آیا بسته بندی مجدد در امارات موجب تسهیل صادرات می شود؟

• ۶- سرمایه گذاری و احداث واحد تولیدی در امارات چه مزایا و معایبی دارد؟

• جواب این سوالات را با مطالعه در گزارشات بازارشناسی درج شده در کانال تلگرام رایزن بازرگانی ایران در امارات خواهید یافت.

انواع مجوزهای ثبت شرکت در امارات:

- اداره توسعه اقتصادی (وزارت اقتصاد امارات) برای ثبت شرکت چهار نوع مجوز فعالیت صادر می نماید:
- **مجوز حرفه‌ای:** مجوز حرفه‌ای مخصوص مشاغل خدماتی و مشاغلی است که نیازمند توانایی‌های ذهنی، تحصیلات آکادمیک و یا روش‌های علمی و دقیق هستند مانند شرکت‌های حقوقی و وکالت، شرکت‌های حسابداری و یا مشاوره‌ای.
- **مجوز تجاری:** برای ثبت شرکت تجاری می‌توانید شرکتی با مسئولیت محدود راه اندازی کنید. برای کارهای مربوط به خرید و فروش.
- **مجوز خدماتی:** برای افرادی است که قصد دارند در دبی شرکت خدماتی آرایشگری، تعمیرات، لوله کشی و امثال آن را راه‌اندازی کنند.
- **مجوز صنعتی:** این مجوز برای کسانی صادر می‌شود که قصد راه اندازی شرکت صنعتی و کارخانه‌های تولیدی در کشور امارات را دارند.
- **مجوز صنایع دستی:** برای تولید کنندگانی که هنرهای سنتی و بومی را بدون استفاده از تکنولوژی آماده می نمایند این مجوز صادر می گردد.
- **مجوز گردشگری:** فعالیت در بخش توریسم اعم از داخلی و یا اعزام و پذیرش گردشگر از دیگر کشورها مربوط به این مجوز می باشد.

انواع شرکتهای تجاری در امارت:

توجه فرمایید در حال حاضر برای ایرانیان فقط امکان ثبت شرکت با مسئولیت محدود (LLC) *Limited Liability Company* میسر است

۱- شرکت تضامنی (General Partnership)

بر اساس ماده ۲۳ قانون فدرال امارات شماره ۸، شرکت تضامنی نوعی از شرکت است که همه سهامداران بطور مشترک برای بدهی های شرکت به میزان داراییشان مسئولیت دارند. همه شرکا باید ملیت اماراتی داشته باشند.

۲- شرکت با مسئولیت محدود (LLC) *Limited Liability Company*

این نوعی از شراکت است که همه سهام داران مسئولیت های محدودی (معمولاً معادل سرمایه اولیه شرکت) در قبال ضرر شرکت دارند. این به این معنی است که در موردی که کسب و کار با شکست مواجه شود مسئولیت سهامداران به سرمایه گذاری ثابت اولیه کلی محدود میشود. در امارات تعداد سهام داران باید بین ۲ تا ۵۰ نفر باشد.

۳- شرکت مختلط غیر سهامی (Simple Limited Partnership)

بر طبق ماده ۴۷ قانون شماره ۸، فدرال امارات شرکت مختلط غیر سهامی باید از یک شریک ضامن یا بیشتر و یک شریک محدود یا بیشتر تشکیل شود که شریک های ضامن در قبال قرضهای شرکت به میزان داراییشان مسئول هستند و شریک های محدود بیشتر از مقدار سهم سرمایه گذاریشان در شرکت مسئول هستند. شریک های ضامن باید از نظر ملیتی اماراتی باشند.

۴- مشارکت محدود با سهام (Partnership Limited With Shares)

بر طبق ماده ۲۵۶ قانون فدرال، مشارکت محدود با سهم نوعی از شرکت است که دو نوع شریک تضامنی و مشارکتی تشکیل می شود. شریک های تضامنی بطور مشترک مسئول قرض های شرکت هستند به اندازه تمام داراییشان و باید از نظر ملیتی اماراتی باشد. شریک مشارکتی به میزان سهم سرمایه خود مسئول هستند.

۵- شرکت سهامی عام (Public Joint Stock)

بر طبق ماده ۶۴ قانون فدرال شماره ۸، سهام شرکت سهامی عام به سهام قابل انتقال با ارزش هم ارز تقسیم میشوند که میتواند در بازار بورس سهام فروخته و معامله شود. دارنده نسبت به قرضهای شرکت به میزان ارزش سرمایه سهم خود مسئول است. سرمایه کلی شرکت نمیتواند کمتر از ۱۰ میلیون درهم باشد.

۶- شرکت سهامی خاص (Private Joint Stock)

بر طبق ماده ۲۱۵ قانون فدرال امارات شماره ۸، یک شرکت سهامی خاص باید از ۳ شریک یا بیشتر با حداقل ۲ میلیون درهم سرمایه شرکت تشکیل شود. سهام شرکت نمیتواند در بازار آزاد فروخته شود.

۷- سرمایه گذاری مشترک (Joint Participation)

بر طبق ماده ۵۶ قانون فدرال امارات شماره ۸، شرکت سرمایه گذاری مشترک نوعی شرکت است که تشکیل میشود از ۲ شریک یا بیشتر برای تجارت یک یا چند منظوره توسط یکی از شریک ها به اسم شخصی خودش. ارتباط بین شریک ها، تعهدات هر کدام، توزیع سود و زیان، و سرمایه شرکت بین شرکا تعیین شده است. با این حال ثبت قرارداد بین شرکا یا به ثبت قانونی رساندن این شراکت اجباری نیست.

۸- شرکت بین المللی (آفشور) (OffShore Incorporation)

شرکت بین المللی یک نهاد و شراکت قانونی است که معمولاً به منظور تحت مالکیت درآوردن املاک و سهام و همچنین به منظور مدیریت مالیاتی (به منظور کم کردن مالیات های مختلف) به کار می رود.

فرصتها و ظرفیت های اقتصاد دیجیتال و بلاکچین امارات

- درصد کاربران اینترنت در امارات متحده عربی به ۹۹ درصد جمعیت این کشور رسیده است. اهداف استفاده از اینترنت متفاوت است، از ارتباطات اجتماعی، کار، جستجوی اطلاعات، از طریق یادگیری، سرگرمی، خرید و دسترسی به خدمات عمومی شروع می شود. سرعت دانلود در گوشی های هوشمند به ۱۶۱.۱۵ مگابیت در ثانیه رسیده که نسبت به سال قبل ۲.۳ درصد افزایش یافته است، در حالی که سرعت دانلود اینترنت ثابت به ۲۰۷.۴۱ مگابیت در ثانیه رسیده که نسبت به سال پیش ۸۰.۱ درصد افزایش داشته است.

- **تعداد دامنه امارات متحده عربی (ae.) نیز گسترش زیادی را نشان داده است، زیرا تعداد وب سایت های ثبت شده با دامنه امارات به ۳۰۰۰۰۰ وب سایت رسید. تنها در سال ۲۰۲۲ شاهد ثبت بیش از ۴۶۰۰۰ دامنه بوده که نسبت به سال قبل ۲۰ درصد افزایش داشته است.** در این زمینه، این گزارش شامل ارقامی در مورد سرویس «Idea Name» است که توسط این مرجع راه اندازی شده است، که از الگوریتم های هوش مصنوعی مولد برای انتخاب نام های دامنه مناسب برای فعالیت های تجاری استفاده می کند. این گزارش تقاضای بالای ۶۵ درصدی برای این سرویس را در ماه می، یعنی یک ماه پس از راه اندازی این سرویس نشان می دهد.

فرصتها و ظرفیت های اقتصاد دیجیتال و بلاکچین امارات(ادامه)

- **از نظر رسانه های اجتماعی؛ تا ۱۰ میلیون حساب فعال در امارات متحده عربی وجود دارد** که در آن درصد حساب ها نسبت به تعداد جمعیت به ۱۰۵.۵ درصد و نسبت به تعداد کاربران اینترنت به ۱۰۶.۶ درصد رسیده است. میانگین زمان صرف شده در شبکه های اجتماعی ۲:۲۰ ساعت در روز است.
- **تعداد کل دانلود اپلیکیشن های الکترونیکی به ۵۶۹ میلیون رسید** که با افزایش سالانه ۱۶.۴ درصدی همراه شد و ارزش هزینه های خرید اپلیکیشن ها را به ۱.۵۸۷ میلیارد درهم (۴۳۳ میلیون دلار) رساند که بیانگر ۲۵.۳ درصد افزایش هزینه های اپلیکیشن ها می باشد.
- **مجموع هزینه های پرداختی بابت خرید کالاهای مصرفی از طریق اینترنت در امارات طی سال گذشته حدود ۴۲.۲۶ میلیارد درهم (۱۱ میلیارد و ۵۱۵ میلیون دلار) بوده است.** حجم مخارج دیجیتالی ذکر شده در این گزارش به محصولات و خدمات فروخته شده توسط شرکت ها به مصرف کننده نهایی محدود می شود و نه بین شرکت ها.

فرصتها و ظرفیت های اقتصاد دیجیتال و بلاکچین امارات (ادامه)

- این گزارش حاکی از آن است که تعداد خریداران دیجیتالی که از اینترنت برای خرید خدمات یا کالاهای مصرفی استفاده کرده اند به ۷ میلیون نفر رسیده است، در حالی که میانگین سرانه هزینه دیجیتالی برای کالاهای مصرفی ۶۰۰۰ درهم بوده است و درصد خرید کالا از کل خریدهای دیجیتالی از طریق تلفن های هوشمند به ۷۰.۵ درصد رسیده است.
- این گزارش تصویری دقیق از اندازه بخش های تجارت دیجیتال در امارات متحده عربی در سال ۲۰۲۲ ارائه می دهد، صنعت مد با مبلغ ۱۶.۶۸ میلیارد درهم رتبه اول و پس از آن الکترونیک با مبلغ ۷.۰۸۱ میلیارد درهم و سپس بازی ها و سرگرمی ها با مبلغ ۶.۳۱۴ میلیارد درهم در رتبه های بعدی قرار دارند. همچنین محصولات مراقبت شخصی با مبلغ ۴.۲۳۴ میلیارد درهم، مبلمان با ۴.۱۹۷ میلیارد درهم، سپس داده ها و دستگاه های ذخیره دیجیتال با مبلغ ۲.۴۲۰ میلیارد درهم و در نهایت بخش مواد غذایی با مبلغ ۱.۱۸۱ میلیارد درهم جزو پرفروش ترین ها در بازار دیجیتال امارات متحده عربی بوده اند.
- امارات متحده عربی در آوریل سال ۲۰۲۲، استراتژی ملی اقتصاد دیجیتال را راه اندازی کرد که هدف آن دوبرابر کردن سهم اقتصاد دیجیتال در تولید ناخالص داخلی از ۹.۷ درصد در سال ۲۰۲۲ به ۱۹.۴ درصد در ده سال آینده است.
- در صورت تمایل، فایل کامل این گزارش را در کانال رایزن بازرگانی ایران در امارات ملاحظه و بهره برداری فرمایید.

ظرفیت های فروش آنلاین و ارتباط با آنها را جدی بگیرید.

در کانال رایزنی بازرگانی ایران در امارات گزارشی از ۱۰ فروشگاه خرده فروشی آنلاین (B2C) و ۱۰ فروشگاه عمده فروشی آنلاین (B2B) معرفی و تشریح شده است.

• پیش بینی بازار ۱۷ میلیارد دلاری تجارت الکترونیک امارات در سال ۲۰۲۴

• بر اساس گزارش جدید منتشر شده، بازار تجارت الکترونیک در امارات در مسیر دستیابی به رشد فوق العاده است که انتظار می رود در سال ۲۰۲۴ به ۱۷ میلیارد دلار برسد. این رونق با افزایش دسترسی به اینترنت، افزایش تعداد تلفن های هوشمند و ترجیح فزاینده برای تجربه خرید آنلاین راحت و سریع ایجاد می شود. بر اساس گزارشی که توسط Research and Market Research تهیه شده است، در سطح مرتبط، انتظار می رود که پرداخت ها برای بازار «اکنون بخرید، بعداً پردازید» در امارات ۱۶.۶ درصد به صورت سالانه رشد کند و به ۳.۰۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۴ برسد. چشم انداز رشد میان مدت و بلندمدت این بازار در امارات همچنان قوی است. انتظار می رود پذیرش پرداخت های (اکنون بخرید، بعداً پردازید) به طور پیوسته رشد کند و نرخ رشد سالانه مرکب ۱۰.۸ درصدی را در دوره ۲۰۲۴ تا ۲۰۲۹ ثبت کند.

تولید برای صادرات، با ارزش ترین خدمت برای اعتلای ایران عزیز است.
آرزوی موفقیت برای شما دارم.

