



گزارش مطالعه بازار

مطالعه بازار کیوی در سه کشور عربی

سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی ایران
شرکت شهرک های صنعتی استان گیلان

شرکت تاب آوران ناب گیل
۱۴۰۲

کلیه حقوق مادی و معنوی اثر متعلق به سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی ایران می باشد

راه ارتباط : ۰۹۱۱۹۴۰۵۵۳۰

www.tabavaran.ir



بِسْمِ اللَّهِ
الرَّحْمَنِ
الرَّحِيمِ

فهرست مطالب

مقدمه : معرفی محصولات و بازارهای مورد مطالعه (دلایل انتخاب بازارهای هدف ذکر شود)	۹
اندازه گیری بازار و بررسی وضعیت بازار کشورهای هدف	۱۱
بی ثباتی صادراتی	۱۱
رشد بالای صادرات	۱۴
اندازه بازار	۱۶
کشور عراق	۲۰
فصل ۱: شناسایی نقاط قوت و ضعف ، فرصتها و تهدیدها در بازار عراق	۲۱
نقاط قوت	۲۱
نقاط ضعف	۲۱
فرصت ها	۲۲
تهدیدها	۲۲
۱-۱: بررسی زنجیره تامین و لجستیک جهت صادرات در بازار عراق	۲۳
حمل و نقل دریایی	۲۳
حمل و نقل هوایی	۲۳
حمل و نقل جاده ای	۲۳
۲-۱: تحلیل سیاست های اقتصادی ، اجتماعی و فرهنگی و اثرات آن ها بر روی محصولات مورد مطالعه در بازار عراق	۲۴
سیاست های اقتصادی	۲۴
سیاست های اجتماعی	۲۵
سیاست های فرهنگی	۲۵
۳-۱: تعیین و معرفی پیش نیازهای مجوزی ، استانداردهای محصول و قوانین حاکم در حوزه محصولات مورد مطالعه جهت ورود به بازار عراق	۲۶
قوانین گمرکی عراق	۲۶
آزمایشگاه گمرک و استانداردهای عراق	۲۸
اسناد لازم برای گمرکات ایران و عراق	۲۸
مراحل صادرات به عراق	۲۹
مجوزهای لازم صادرات به عراق	۳۱
۴-۱: ارزیابی و تحلیل الگوی خرید مصرف کنندگان در بازار عراق	۳۲
فصل ۲: ارائه راهکارهای موثر جهت رسوخ در بازار عراق	۳۴
فصل ۳: ارائه بانک اطلاعاتی از تولید کنندگان ، مشتریان و بازرگانان بازار عراق	۳۶
تولید کنندگان ایرانی	۳۶
مشتریان و بازرگانان عراق	۴۹
فصل ۴: تحلیل رقبای حاضر در بازار عراق	۵۱
پیشینه روابط بازرگانی با ایران	۵۱
آخرین وضعیت مبادلات بازرگانی ایران و عراق	۵۱
واردات عراق از ایران	۵۲
صادرات عراق به ایران	۵۴
موافقت نامه های تجاری	۵۵
نگاهی به روند تجاری عراق	۵۷
تحلیل رقبا	۵۸
مزیت رقبا	۶۰
کشور امارات متحده عربی	۶۴

فصل ۱: شناسایی نقاط قوت و ضعف ، فرصتها و تهدیدها در بازار امارات متحده عربی	۶۵
نقاط قوت	۶۵
نقاط ضعف	۶۵
فرصت ها	۶۵
تهدیدها.....	۶۶
۱-۱: بررسی زنجیره تامین و لجستیک جهت صادرات در بازار امارات متحده عربی	۶۷
حمل و نقل هوایی.....	۶۷
حمل و نقل دریایی	۶۸
۲-۱: تحلیل سیاست های اقتصادی ، اجتماعی و فرهنگی و اثرات آن ها بر روی محصولات مورد مطالعه در بازار امارات متحده عربی	۷۱
سیاست های اقتصادی	۷۱
سیاست های اجتماعی.....	۷۱
سیاست های فرهنگی	۷۲
۳-۱: تعیین و معرفی پیش نیازهای مجوزی ، استانداردهای محصول و قوانین حاکم در حوزه محصولات مورد مطالعه جهت ورود به بازار امارات متحده عربی	۷۲
مدارک لازم هنگام ورود به امارات متحده عربی.....	۷۳
حقوق و عوارض گمرکی	۷۴
قوانین مشترک گمرکی شورای همکاری کشورهای عربی حوزه خلیج فارس	۷۴
اصول اعمال تعرفه های گمرکی	۷۷
کالاهای ممنوع و مشروط	۷۷
شناخت جزئیات کالا (مبدا، ارزش، نوع).....	۷۸
مقررات اجرایی قانون مشترک گمرکی کشورهای عضو شورای همکاری های کشورهای عربی حوزه خلیج فارس	۷۸
یکسان سازی تعرفه اتحادیه گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس به سمت جهان خارج	۸۳
قانون مشترک گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس	۸۳
وظایف گمرکی گمرکات میانی کشورهای حوزه خلیج فارس بعد از تشکیل اتحادیه گمرکی	۸۴
آیین نامه های داخلی حاکم بر واردات، صادرات، صادرات مجدد و ترانزیت کشورهای عضو.....	۸۵
مقررات ویژه مربوط به کشتیها.....	۸۷
مقررات ویژه مربوط به وسایط نقلیه زمینی	۸۸
۴-۱: ارزیابی و تحلیل الگوی خرید مصرف کنندگان در بازار امارات متحده عربی	۸۸
فصل ۲: ارائه راهکارهای موثر جهت رسوخ در بازار امارات متحده عربی	۹۰
فصل ۳: ارائه بانک اطلاعاتی از تولید کنندگان ، مشتریان و بازرگانان بازار امارات متحده عربی	۹۲
مشتریان و بازرگانان امارات متحده عربی	۹۲
فصل ۴: تحلیل رقبای حاضر در بازار امارات متحده عربی	۹۵
پیشینه روابط بازرگانی با ایران	۹۵
آخرین وضعیت مبادلات بازرگانی ایران و امارات متحده عربی	۹۵
واردات امارات متحده عربی از ایران	۹۶
صادرات امارات متحده عربی به ایران	۹۸
موافقت نامه های تجاری	۹۹
فعالیت های نمایشگاهی و هیات های تجاری	۱۰۰
نگاهی به روند تجاری امارات متحده عربی	۱۰۱
تحلیل رقبا.....	۱۰۲
مزیت رقبا	۱۰۲
کشور عمان	۱۰۶

فصل ۱: شناسایی نقاط قوت و ضعف ، فرصتها و تهدیدها در بازار عمان	۱۰۷
نقاط قوت	۱۰۷
نقاط ضعف	۱۰۷
فرصت ها	۱۰۷
تهدیدها.....	۱۰۷
۱-۱: بررسی زنجیره تامین و لجستیک جهت صادرات در بازار عمان	۱۰۸
حمل و نقل دریایی	۱۰۸
۲-۱: تحلیل سیاست های اقتصادی ، اجتماعی و فرهنگی و اثرات آن ها بر روی محصولات مورد مطالعه در بازار عمان	۱۱۰
سیاست های اقتصادی	۱۱۱
سیاست های اجتماعی	۱۱۵
سیاست های فرهنگی	۱۱۵
حقوق گمرکی	۱۱۶
۳-۱: تعیین و معرفی پیش نیازهای مجوزی ، استانداردهای محصول و قوانین حاکم در حوزه محصولات مورد مطالعه جهت ورود به بازار عمان	۱۱۷
مقررات ارزی	۱۱۷
پروانه واردات	۱۱۷
مقررات و عوارض گمرکی.....	۱۱۷
توافقنامه های ایران و عمان	۱۱۸
شورای همکاری خلیج فارس	۱۲۰
۴-۱: ارزیابی و تحلیل الگوی خرید مصرف کنندگان در بازار عمان	۱۲۱
فصل ۲: ارائه راهکارهای موثر جهت رسوخ در بازار عمان	۱۲۳
فصل ۳: ارائه بانک اطلاعاتی از تولید کنندگان ، مشتریان و بازرگانان بازار عمان	۱۲۴
مشتریان و بازرگانان عمان	۱۲۴
فصل ۴: تحلیل رقبای حاضر در بازار عمان	۱۲۹
پیشینه روابط بازرگانی با ایران	۱۲۹
آخرین وضعیت مبادلات بازرگانی ایران و عمان	۱۲۹
واردات عمان از ایران	۱۳۰
صادرات عمان به ایران	۱۳۳
نگاهی به روند تجاری عمان	۱۳۴
تحلیل رقبا	۱۳۵
مزیت رقبا	۱۳۶
منابع	۱۳۹

فهرست جداول

- جدول ۱- متغیرهای مورد استفاده برای بررسی سه شاخص (ثبات، رشد و اندازه) ۱۱
- جدول ۱-۱- مقادیر درآمدهای صادراتی (هزار دلار) کشورهای طی دوره ۲۰۲۱-۲۰۱۲ (منبع: سایت تردیمپ) ۱۲
- جدول ۲- مقادیر شاخص های بی ثباتی کشورهای طی دوره ۲۰۲۱-۲۰۱۲ (منبع: برآورد تحقیق) ۱۳
- جدول ۳- رتبه های کسب شده حاصل از نتایج شاخص ها (منبع: برآورد تحقیق) ۱۴
- جدول ۱-۴- مقادیر ارزش وارداتی محصول کیوی (هزار دلار) کشورهای طی دوره ۲۰۲۱-۲۰۱۲ (منبع: سایت تردیمپ) ۱۵
- جدول ۴- متوسط رشد سالانه ارزش واردات (منبع: برآورد تحقیق) ۱۵
- جدول ۵- متوسط ارزش سالانه واردات کیوی (منبع: برآورد تحقیق) ۱۶
- جدول ۶- سهم واردات کیوی هر کشور در بین کشورهای عربی (منبع: برآورد تحقیق) ۱۷
- جدول ۷- محاسبه کشش درآمدهای صادراتی کیوی به کشورهای منتخب ۲۰۲۱-۲۰۱۲ (منبع: برآورد تحقیق) ۱۷
- جدول ۸- مقایسه ضابطه های ثبات، رشد و اندازه (منبع: برآورد تحقیق) ۱۸
- جدول ۹- بانک اطلاعاتی تولیدکنندگان ایرانی ۳۶
- جدول ۱۰- بانک اطلاعاتی مشتریان و بازرگانان عراق ۴۹
- جدول ۱۱- روند تراز تجاری ایران با عراق در سال های ۱۳۹۹-۱۴۰۱ (میلیون دلار) ۵۲
- جدول ۱۲- ارزش صادرات ایران به عراق در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ ۵۲
- جدول ۱۳- مهمترین رقبا در تامین میوه های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند در بازار عراق (۲۰۱۴) ۵۳
- جدول ۱۴- ارزش واردات کیوی به عراق در دوره زمانی ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۱ (هزار دلار) ۵۴
- جدول ۱۵- مهمترین کشورهای صادرکننده کیوی به عراق در سال ۲۰۲۱ (میلیون دلار) ۵۴
- جدول ۱۶- ارزش صادرات عراق به ایران در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ ۵۴
- جدول ۱۷- موافقت نامه ها و تفاهم نامه های ایران و عراق ۵۵
- جدول ۱۹- هیات های تجاری اعزام شده به عراق ۵۶
- جدول ۲۰- مزیت نسبی آشکار شده در کشورهای مهم صادرکننده کیوی به عراق (منبع: برآورد تحقیق) ۶۰
- جدول ۲۱- مزیت وارداتی کشور عراق (منبع: برآورد تحقیق) ۶۱
- جدول ۲۲- مزیت نسبی آشکار شده متقارن در کشورهای مهم صادرکننده کیوی به عراق (منبع: برآورد تحقیق) ۶۲
- جدول ۲۳- رابطه ی همبستگی صادرات با مزیت صادراتی در کشورهای مهم صادرکننده (منبع: برآورد تحقیق) ۶۲
- جدول ۲۴- محاسبه همبستگی میان مزیت نسبی آشکار شده کیوی ایران در مقابل کشورهای رقیب (منبع: برآورد تحقیق) ۶۳
- جدول ۲۵- رابطه ی همبستگی مزیت صادراتی ایران با مزیت وارداتی بازار عراق (منبع: برآورد تحقیق) ۶۳
- جدول ۲۶- بانک اطلاعاتی مشتریان و بازرگانان امارات متحده عربی ۹۲
- جدول ۲۷- روند تراز تجاری ایران با امارات متحده عربی در سال های ۱۳۹۹-۱۴۰۱ (میلیون دلار) ۹۵
- جدول ۲۸- ارزش صادرات ایران به امارات متحده عربی در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ ۹۶
- جدول ۳۰- ارزش واردات کیوی به امارات متحده عربی در دوره زمانی ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۹ (هزار دلار) ۹۷
- جدول ۳۱- مهمترین کشورهای صادرکننده کیوی به امارات متحده عربی در سال ۲۰۱۹ (میلیون دلار) ۹۸
- جدول ۳۲- ارزش صادرات امارات متحده عربی به ایران در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ ۹۸
- جدول ۳۳- موافقت نامه ها و تفاهم نامه های ایران و امارات متحده عربی ۹۹

- جدول ۳۴- نمایشگاه های مستعد کشور امارات متحده عربی برای شرکت ها و تجار ایرانی ۱۰۰
- جدول ۳۵- نمایشگاه های مستعد کشور امارات متحده عربی برای شرکت ها و تجار ایرانی ۱۰۰
- جدول ۳۶- مزیت نسبی آشکار شده در کشورهای مهم صادرکننده کیوی به امارات متحده عربی (منبع: برآورد تحقیق) ۱۰۳
- جدول ۳۷- مزیت وارداتی کشور امارات متحده عربی (منبع: برآورد تحقیق) ۱۰۳
- جدول ۳۸- مزیت نسبی آشکار شده متقارن در کشورهای مهم صادرکننده کیوی به امارات متحده عربی (منبع: برآورد تحقیق) ۱۰۴
- جدول ۳۹- رابطه ی همبستگی صادرات با مزیت صادراتی در کشورهای مهم صادرکننده (منبع: برآورد تحقیق) ۱۰۴
- جدول ۴۰- محاسبه همبستگی میان مزیت نسبی آشکار شده کیوی ایران در مقابل کشورهای رقیب (منبع: برآورد تحقیق) ۱۰۵
- جدول ۴۱- رابطه ی همبستگی مزیت صادراتی ایران با مزیت وارداتی بازار امارات متحده عربی (منبع: برآورد تحقیق) ۱۰۵
- جدول ۴۲- اهم اسناد امضا شده میان ایران و عمان از سال ۸۱ تاکنون ۱۱۱
- جدول ۴۳- اهم برنامه های دولت برای گسترش همکاری های تجاری با کشور عمان ۱۱۲
- جدول ۴۴- دستورالعمل عمانی سازی فعالیت ها ۱۱۴
- جدول ۴۵- لیست توافقاتنامه های منعقد شده بین ایران و عمان ۱۱۸
- جدول ۴۶- بانک اطلاعاتی مشتریان و بازرگانان عمان ۱۲۴
- جدول ۴۷- روند نراز تجاری ایران با عمان در سال های ۱۳۹۹-۱۴۰۱ (میلیون دلار) ۱۲۹
- جدول ۴۸- ارزش صادرات ایران به عمان در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ ۱۳۰
- جدول ۴۹- مهمترین رقبا در تامین میوه های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند در بازار عمان (۲۰۱۹) ۱۳۱
- جدول ۵۰- ارزش واردات کیوی به عمان در دوره زمانی ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۹ (هزار دلار) ۱۳۲
- جدول ۵۱- مهمترین کشورهای صادرکننده کیوی به عمان در سال ۲۰۱۹ (میلیون دلار) ۱۳۲
- جدول ۵۲- ارزش صادرات عمان به ایران در سال های ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹ ۱۳۳
- جدول ۵۳- مزیت نسبی آشکار شده در کشورهای مهم صادرکننده کیوی به عمان (منبع: برآورد تحقیق) ۱۳۶
- جدول ۵۴- مزیت وارداتی کشور عمان (منبع: برآورد تحقیق) ۱۳۷
- جدول ۵۵- مزیت نسبی آشکار شده متقارن در کشورهای مهم صادرکننده کیوی به عمان (منبع: برآورد تحقیق) ۱۳۷
- جدول ۵۶- رابطه ی همبستگی صادرات با مزیت صادراتی در کشورهای مهم صادرکننده (منبع: برآورد تحقیق) ۱۳۸
- جدول ۵۷- محاسبه همبستگی میان مزیت نسبی آشکار شده کیوی ایران در مقابل کشورهای رقیب (منبع: برآورد تحقیق) ۱۳۸
- جدول ۵۸- رابطه ی همبستگی مزیت صادراتی ایران با مزیت وارداتی بازار عمان (منبع: برآورد تحقیق) ۱۳۸

فهرست نمودار

- نمودار ۱- روند تراز تجاری ایران با عراق در سال های (میلیون دلار) ۵۲
- نمودار ۲- ارزش صادرات ایران به عراق در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ (میلیون دلار) ۵۳
- نمودار ۳- ارزش صادرات عراق به ایران در سال های ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹ (میلیون دلار) ۵۵
- نمودار ۴- نرخ بیکاری، نرخ رشد اقتصادی و نرخ تورم کشور عراق (منبع: صندوق ملی پول) ۵۷
- نمودار ۵- روند تراز تجاری ایران با امارات متحده عربی در سال های (میلیون دلار) ۹۶
- نمودار ۶- ارزش صادرات ایران به امارات متحده عربی در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ (میلیون دلار) ۹۷
- نمودار ۷- ارزش صادرات امارات متحده عربی به ایران در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ (میلیون دلار) ۹۹
- نمودار ۸- نرخ بیکاری، نرخ رشد اقتصادی و نرخ تورم (منبع: صندوق ملی پول) ۱۰۱
- نمودار ۹- روند تراز تجاری ایران با عمان در سال های (میلیون دلار) ۱۳۰
- نمودار ۱۰- ارزش صادرات ایران به عمان در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ (میلیون دلار) ۱۳۱
- نمودار ۱۱- ارزش صادرات عمان به ایران در سال های ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹ (میلیون دلار) ۱۳۳
- نمودار ۱۲- نرخ بیکاری، نرخ رشد اقتصادی و نرخ تورم کشور عمان (منبع: صندوق ملی پول) ۱۳۴



مقدمه : معرفی محصولات و بازارهای مورد مطالعه (دلایل انتخاب بازارهای هدف ذکر شود)

حضور در بازارهای جهانی با توسل به شیوه های تجاری موفق و کارآمد، خود نمادی از توانمندی اقتصادی کشورها را به تصویر می کشد. کاهش درآمدهای حاصل از صدور نفت و نوسانات شدید آن، پایان پذیربودن منابع نفت مدتهاست که سیاستگذاران و برنامه ریزان کشور را به این باور رسانده است که توسعه صادرات غیرنفتی و رهایی از اقتصاد تک محصولی نفت ضرورتی اجتناب ناپذیر است. این واقعیت که کشورهای تازه صنعتی شده آسیا عمدتاً از طریق راهبرد توسعه صادرات و نفوذ در بازارهای جهانی توانسته اند رشد مداوم اقتصادهای خود را حفظ و تقویت نمایند نیز به نوبه خود در انتخاب راهبرد توسعه صادرات کشور موثر بوده اند.

بین صادرات غیرنفتی، صادرات محصولات کشاورزی با توجه به توانایی های بالقوه این بخش نقش مهم و سرنوشت ساز در تامین استقلال و فرآیند توسعه داشته و جایگاه ویژه ای در اقتصاد کلان کشور دارد. از آنجایی که بخش کشاورزی، بخش استراتژیک است، تقویت آن چه از بعد داخلی برای تامین استقلال سیاسی و اقتصادی و چه از بعد خارجی برای اجرای سیاست های گسترش صادرات غیرنفتی جهت کسب منابع ارزی موردنیاز از اهم موارد به شمار می رود.

نتایج سودآوری اقتصادی از طریق محاسبه شاخص های هزینه منابع داخلی^۱ و نسبت هزینه به منفعت اجتماعی^۲ نشان می دهد که گیلان در تولید کیوی دارای مزیت نسبی می باشد یعنی تولید محصول در داخل نسبت به واردات آن به صرفه است. از سوی دیگر شاخص سودآوری خالص اجتماعی^۳ نیز مثبت می باشد که نشان دهنده وجود مزیت نسبی در تولید کیوی می باشد که به معنی کمتر بودن هزینه تمام شده کیوی در ایران نسبت به واردات این محصول است. ولی این محصول دارای مزیت نسبی صادراتی آشکار شده نمی باشد بدین معنا که سهمش در صادرات کیوی نسبت به سایر کشور کم بوده و از توانمندی های تولید داخلی به صورت بهینه استفاده نگردیده است. لذا هدف از این مطالعه تحلیل وضعیت صادراتی کیوی جهان، ایران و استان گیلان و شناسایی بازارهای برتر صادرات کیوی در کشورهای عربی است.

براساس آخرین آمار فائو در سال ۲۰۲۱، بررسی وضعیت جهانی سطح زیرکشت و میزان تولید کیوی نشان می دهد که کل سطح زیر کشت کیوی جهان ۴۸۶۰۷۳ هکتار و کل تولید جهانی نیز ۶۸۴۷۸۸۷ تن بوده که ارزشی برابر ۳۷۱۰۶۰۱۶ هزار دلار داشته است. بررسی وضعیت تولید کشورهای عمده صادرکننده کیوی حاکی از آن است که کشورهای چین، نیوزیلند، ایتالیا، یونان، ایران، شیلی، ترکیه، پرتغال و به ترتیب مقام های اول تا دهم را به خود اختصاص داده اند. کشور ایران در زمینه کیوی با ۲۹۴۲۶۳ تن تولید، دارای سهم ۴ درصدی از تولید کیوی جهان و رتبه ۶ تولید در جهان و از لحاظ سطح زیر کشت کیوی با ۹۷۶۰ هکتار، دارای سهم ۲ درصدی از سطح زیر کشت کیوی دنیا و رتبه ۶ سطح زیر کشت در جهان می باشد (فائو، ۲۰۲۱).

استان های مازندران، گیلان و گلستان مهمترین تولیدکنندگان کیوی ایران می باشند. سه استان مذکور ۱۰۰ درصد سطح کیوی و تولید کشور را در اختیار دارند. استان گیلان با ۶۱۱۳ هکتار، دومین سطح زیر کشت و با ۱۹۰۰۰۱ تن، رتبه ۲ عملکرد در واحد سطح کیوی کشور را به خود اختصاص داده است. سهم استان گیلان از تولید جهانی کیوی ۲۸ درصد می باشد. لازم به ذکر است کیوی با داشتن سهم ۱ درصدی، دارای رتبه ۲۸ میزان تولید در بین

^۱ Domestic Resource Cost (DRC)

^۲ Benefit Cost Social (SCB)

^۳ Net Social Profit (NSP)



محصولات باغی، و با داشتن سهم ۰.۴ درصدی، دارای رتبه ۱۴ سطح زیرکشت در بین محصولات باغبانی می باشد (آمارنامه کشاورزی وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۹).

کل صادرات جهانی کیوی در سال ۲۰۲۱ حدود ۱۸۴۳۴۴۴ تن بوده که ارزشی برابر ۳۹۱۶۸۲۸ هزار دلار داشته است. بررسی وضعیت صادرات کشورهای عمده صادرکننده کیوی حاکی از آن است که کشورهای نیوزیلند، ایتالیا، بلژیک، یونان، شیلی، هلند، ایران، اسپانیا، پرتغال و آمریکا به ترتیب مقام اول تا دهم را از لحاظ میزان صادرات کیوی در جهان دارا می باشند. ایران از بعد مقدار صادرات کیوی با ۱۹۳۸۷۹ تن در رده ۳ و از بعد ارزش صادرات به میزان ۱۰۹۶۱۳ هزار دلار در رتبه ۷ قرار دارد و سهم ایران از صادرات جهانی کیوی ۱۱ درصد می باشد. کشور نیوزیلند با سهم ۴۱ درصدی از صادرات کیوی در جهان در رتبه اول قرار دارد.

بررسی وضعیت واردات نیز نشان می دهد، کل واردات جهانی کیوی در سال ۲۰۲۱ میلادی رقمی معادل ۱۵۵۲۳۶۴ تن و به ارزش ۴۱۳۵۳۹۰ هزار دلار بوده است و کشورهای چین، ژاپن، بلژیک، اسپانیا، آلمان، فرانسه، آمریکا، هلند، ایتالیا و کره کشورهای واردکننده محصول می باشند. ایران واردات کیوی نداشته است (فائو، ۲۰۲۲).

کشورهای نیوزیلند و ایتالیا عمده ترین صادرکنندگان کیوی تازه جهان محسوب می شوند و مهمترین صادرکنندگان جهانی کسانتره و آبمیوه می باشند. کشور اول با تولید بیش از ۶۲۸۴۹۶ تن بزرگترین تولیدکننده کیوی و با ۷۴۸۶۴۹ تن بزرگترین صادرکننده کیوی تازه در جهان است. در کشور نیوزیلند حداقل قیمت تضمین خرید کیوی از باغداران توسط صنایع تبدیلی بسیار بالاست و با توجه به امکان دسترسی آسان به واردات ارزان قیمت فرآورده های تبدیلی کیوی، ترجیحا کیوی به صورت تازه وارد بازار جهانی می شود. اتحادیه اروپا با اعمال محدودیت واردات مرکبات تازه از کشورهای ثالث به بهانه جلوگیری از ورود آفات، انهدام تولید مازاد بر میزان تعیین شده، تعیین حداقل قیمت واردات محصولات تبدیلی، اعطای سوبسیدهای صادراتی به صادرکنندگان مرکبات اتحادیه و وضع تعرفه های سنگین، از صنعت مرکبات اتحادیه اروپا و منطقه مدیترانه به شدت حمایت می کند (فائو، ۲۰۲۱).

مهمترین و اصلی ترین بازارهای صادراتی کیوی ایران، کشورهای روسیه، هند، عراق، امارات و افغانستان می باشند. این ۵ بازار بخش بزرگی از صادرات کیوی ایران را به خود اختصاص داده اند. بعد از این بازارها، بازارهای ثانویه ی کشورهای اوکراین، قزاقستان، ازبکستان، ارمنستان، آذربایجان، عمان و ترکمنستان در صادرات کیوی حائز اهمیت هستند.



اندازه گیری بازار و بررسی وضعیت بازار کشورهای هدف

بررسی بازارهای ایده آل و مناسب یک کشور برای صادرات و رشد آن از لوازم برنامه ریزی بازرگانی خارجی است. در این بخش به امکان توسعه بازار در کشورهای عربی که خریدار کیوی ایران می باشند می پردازیم.

موفقیت در ایجاد بازارهای صادراتی به عوامل متعددی مرتبط می باشد و عبارتند از:

نرخ رشد تجارت بین الملل، کاهش تنشهای سیاسی و نظامی دول مقتدر، تحریم های اقتصادی، رشد شهرنشینی، نرخ رشد جمعیت مراکز مهم، درجه ادغام در اقتصاد و تجارت جهانی و تجدید توزیع درآمد جهانی.

در این جا برای شناسایی اندازه بازار و بررسی وضعیت صادرات به کشورهای عربی، درجه ثبات و رشد بالای صادرات در کنار اندازه بازار به منظور افزایش صادرات به کشورهای هدف مدنظر ما می باشد.

به طور کلی متغیرهایی که در این جا برای محاسبه سه شاخص ثبات، رشد و اندازه بازار مورد بحث و بررسی قرار گرفته است عبارتند از:

جدول ۱- متغیرهای مورد استفاده برای بررسی سه شاخص (ثبات، رشد و اندازه)

نام متغیر	علامت اختصار
درآمد واقعی صادرات	E
تولید ناخالص داخلی به قیمت ثابت	GDP
جمعیت	POP
زمان	XT
مجدور زمان	XT^2

بی ثباتی صادراتی

هرگونه انحراف از روند به صورت بی ثباتی تعریف شده است. این انحرافات تعادل بین عرضه و تقاضای بلندمدت را مختل کرده و بروی اقتصاد کشور تاثیرگذار می باشد. به نحوی که این بی ثباتی سبب دلسردی تولیدکننده و صادرات می شود. این دلسردی به نوبه خود سبب از دست دادن مزیت نسبی در تولید کالا شده است.

برای محاسبه از روش هایی مختلفی استفاده می شود که عبارتند از (میرشجاعی، ۱۳۷۵):

• شاخص $INST$: در محاسبه این شاخص، ضریب پراکندگی درآمدهای صادراتی ملاک عمل قرار گرفته که این شاخص از رگرسیون درآمدهای صادراتی نسبت به متغیر زمان و مجدور زمان محاسبه شده است.

• شاخص $INSI2$: این شاخص با استفاده از فرمول $I = \frac{1}{n} \sum \frac{(E - \bar{E})}{E}$ محاسبه شده است.

E = مقادیر درآمدهای صادراتی

\bar{E} = برآورد صادرات نسبت به زمان و مجدور زمان

N = تعداد سال های مورد بررسی

همانطور که از فرمول می توان استنباط کرد در مورد شاخص فوق آنچه اهمیت دارد برآیند نوسانات است. یعنی شاخص فوق نوسانات مثبت و منفی را در نظر گرفته و آنچه را که بدست می آید اگر دارای علامت مثبت باشد نشان می دهد که بیشتر نوسانات صعودی و بالای خط روند بوده است و اگر که علامت آن منفی شود برعکس مورد قبل، نشان دهنده این است که نوسانات رکودی یا زیر خط روند، بیشتر بوده است و تفسیر دیگری ندارد.



- شاخص IS^3 : برای محاسبه این شاخص از فرمول $IS = \frac{1}{N} \sum (LOGE - LOGE^\Delta)^2$ استفاده شده است. مقادیر E و E^Δ همان هایی هستند که در روش دوم مورد استفاده قرار گرفته است. منتهی همانطور که از فرمول می توان فهمید در این شاخص نوسانات بزرگتر اهمیت بیشتری دارد و بزرگتر بودن شاخص به مفهوم این است که نوسانات آن بیشتر بوده است.
- شاخص **MASSELL**: این روش در اغلب تحقیقات مورد استفاده قرار می گیرد، شاخصی است که توسط ماسل ارائه شده است. در این شاخص مقادیر درآمدهای صادراتی ملاک عمل قرار می گیرد و نه لگاریتم آن. این فرمول عبارتند از:

$$ISM = \sqrt{\frac{\sum UI^2}{N}} \cdot \frac{1}{\bar{Z}}$$

$$UI^2 = (X_T - X_T^\Delta)^2$$

$$X^\Delta = B_0 + B_1 X_t$$

$$X_t = \text{مقادیر درآمدهای صادراتی}$$

$$X_T^\Delta = \text{مقادیر برآورد درآمدهای صادراتی براساس خط روند } B_0 + B_1 X_t$$

$$\bar{Z} = \text{میانگین درآمدهای صادراتی در دوره مورد بررسی}$$

$$N = \text{تعداد سالهای موردنظر}$$

قابل ذکر است جهت بررسی نتایج بدست آمده از هر شاخص، کشورها براساس رتبه های کسب شده از هر ۴ شاخص ثابت به صورت صعودی مرتب می شوند. به کشوری که کمترین رتبه را داشته باشد عدد M داده می شود. سپس به کشورهای بعدی رتبه های $M+1, M+2, \dots$ داده می شود. کشوری که رتبه M داشته باشد به بیان دیگر بهترین رتبه را به خود اختصاص داده است و به عنوان اثبات ترین بازار برای صادرات کیوی ایران شناخته می شود.

دومین روش جهت بررسی ثابت بازارها، استفاده از روش میانگین رتبه ها می باشد. بدین صورت که رتبه هایی که هر کشور از هر ۴ شاخص احراز نموده با یکدیگر جمع نموده و میانگین آنها را حساب می کنیم. سپس ارقام حاصل از میانگین را مجدداً رتبه بندی نموده، هر کشوری که کمترین رتبه را داشته باشد اثبات ترین بازار شناخته می شود. لذا ما از روش دوم استفاده می کنیم.

در این قسمت به بررسی نتایج حاصل از محاسبه ۴ شاخص به کار برده شده در دوره های ۱۰ ساله ۲۰۱۲ الی ۲۰۲۱ با توجه به مطابقت بیشتر با شرایط وضعیت موجود، اثر بیشتری در پیش بینی وضعیت آینده دارد و به دلیل نزدیکتر بودن به زمان کنونی، مورد تاکید ما می باشد. در مرحله بعدی با استفاده از روش میانگین وزنی رتبه ها به بررسی نتایج حاصل از ۴ شاخص بی ثباتی می پردازیم.

جدول ۱-۲- مقادیر درآمدهای صادراتی (هزار دلار) کشورهای طی دوره ۲۰۲۱-۲۰۱۲ (منبع: سایت تریدمپ)

کشور	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵	۲۰۱۶	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۹	۲۰۲۰	۲۰۲۱
عربستان سعودی	۳۸۷۳۷۳۹۸۳	۳۷۵۳۶۰۹۱۸	۳۴۱۹۴۷۱۸۳	۲۱۳۳۷۶۳۷۵	۱۷۸۸۷۴۱۳۵	۲۲۰۰۶۸۵۹۶	۲۹۴۵۳۵۵۵۳	۲۵۱۸۰۰۴۵۸	۱۷۶۵۰۷۵۰۶	۲۶۷۵۴۶۸۴۷
امارات متحده عربی	۳۵۰۱۲۳۰۰۰	۳۷۱۲۱۷۶۸۲	۳۴۳۰۴۳۰۷۰	۳۰۰۴۷۸۶۴۸	۲۹۵۰۴۶۶۹۱	۳۱۳۵۴۷۵۹۷	۳۲۱۰۰۶۹۰۵	۳۱۵۹۴۲۷۲۸	۳۳۵۲۹۶۹۰۸	۴۲۵۱۵۹۷۹۷
قطر	۱۳۲۹۸۴۷۹۲	۱۳۶۸۵۵۱۴۶	۱۳۱۳۹۵۷۶۳	۷۷۹۷۱۰۷۹	۶۷۴۹۸۱۰۶	۶۷۴۹۸۱۰۶	۸۴۹۰۴۶۱۷	۷۲۹۳۴۹۵۶	۵۱۵۰۴۱۵۸	۸۷۲۰۳۲۹۱
عراق	۸۴۵۰۶۰۳۷	۸۴۵۰۶۰۳۷	۸۴۵۰۶۰۳۷	۵۴۶۵۹۳۵۵	۴۹۶۰۷۷۶۶	۶۹۴۸۳۸۰۰	۹۷۵۵۶۲۸۳	۹۱۵۳۵۳۸۸	۶۴۸۹۶۷۳۷	۸۷۸۱۹۶۰۴
کویت	۱۱۴۵۳۶۲۲۱	۱۱۴۱۲۴۸۴۳	۱۰۱۱۳۱۹۵۵	۵۵۱۶۱۶۱۸	۴۶۲۴۲۴۵۰	۵۴۹۸۵۱۳۷	۷۱۹۴۱۴۴۵	۶۴۴۸۲۰۹۷	۴۰۱۴۹۵۲۴	۶۳۱۲۹۶۹۴



جدول ۱-۲- مقادیر درآمدهای صادراتی (هزار دلار) کشورهای طی دوره ۲۰۲۱-۲۰۱۲ (منبع: سایت تریدمپ)

کشور	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵	۲۰۱۶	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۹	۲۰۲۰	۲۰۲۱
عمان	۵۲۱۳۸۲۲۶	۵۵۴۹۷۱۳۱	۵۳۲۲۰۷۶۵	۳۱۹۲۶۵۳۱	۳۰۰۱۳۶۰۰	۳۲۹۰۴۰۴۷	۴۱۷۶۲۲۸۵	۳۸۷۲۳۵۸۰	۳۳۴۷۹۳۵۹	۴۴۵۹۰۹۲۷
مصر	۲۹۴۱۷۰۰۶	۲۸۷۷۹۴۰۹	۲۶۸۱۲۱۹۶	۲۱۸۵۸۷۷۴	۲۲۹۷۳۳۶۹	۲۶۴۳۴۰۳۸	۲۹۴۸۳۰۴۲	۳۰۸۲۸۸۳۰	۲۶۸۱۵۱۴۵	۴۰۷۰۱۷۰۴
بحرین	۱۶۶۲۱۲۲۶	۲۰۰۳۶۲۱۰	۲۳۷۴۵۹۵۹	۱۳۸۱۹۴۷۸	۱۰۵۵۰۳۶۱	۱۲۴۸۵۳۷۱	۱۴۳۴۷۷۵۰	۱۴۱۶۷۲۹۶	۱۱۵۵۹۶۶۷	۱۹۳۳۱۷۳۸
لبنان	۴۷۴۶۵۲۱	۴۱۷۹۸۲۲	۳۷۵۲۷۹۰	۳۴۵۹۴۶۶	۳۵۰۹۳۴۲	۲۸۴۳۵۳۶	۳۸۲۹۸۱۴۸	۳۷۳۱۳۵۰	۳۸۰۷۴۶۱	۴۲۲۹۹۷۷

جدول ۲- مقادیر شاخص های بی ثباتی کشورهای طی دوره ۲۰۲۱-۲۰۱۲ (منبع: برآورد تحقیق)

کشور	INST	رتبه	INSI۲	رتبه	IS۳	رتبه	ISM	رتبه
عربستان سعودی	۰.۲۹	۷	۲.۷	۷	-۵۹.۶	۲	۱۲۴۲۹.۵	۹
امارات متحده عربی	۰.۱۱	۱	۰.۵	۳	-۶۴.۵	۱	۴۱.۱	۱
قطر	۰.۳۴	۸	۳.۹	۸	-۵۰.۶	۴	۸۸۶۵.۸	۷
عراق	۰.۲۱	۴	۰.۱	۲	-۵۴.۵	۳	۵۷۶.۵	۲
کویت	۰.۳۸	۹	۴.۱	۹	-۴۸.۶	۷	۹۲۴۵.۴	۸
عمان	۰.۲۳	۵	۲.۰	۶	-۴۸.۸	۶	۳۰.۲۲	۶
مصر	۰.۱۸	۳	-۰.۶	۱	-۴۹	۵	۶۵۰.۶	۴
بحرین	۰.۲۷	۶	۱.۶	۵	-۴۳.۴	۸	۹۰۹.۲	۵
لبنان	۰.۱۳	۲	۱.۱	۴	-۳۶.۵	۹	۵۹۸.۵	۳

همانطور که از جدول فوق مشاهده می شود در دوره ۲۰۲۱-۲۰۱۲ براساس شاخص INST بی ثباتی، کشور امارات متحده عربی رتبه ۱ باثبات ترین بازار صادرات غیرنفتی ایران را به خود اختصاص داده است. بی ثبات ترین بازار برای صادرات غیرنفتی ایران، کشورهای بحرین، عربستان سعودی، قطر و کویت بوده است.

براساس شاخص دوم INSI۲، کشور مصر با احراز رتبه یک در بین کشورهای مورد بررسی با ثبات ترین بازار صادرات غیرنفتی ایران را دارد. کشورهای عراق، امارات متحده عربی، لبنان، بحرین و عمان در این دوره به ترتیب رتبه های دوم تا ششم با ثبات ترین بازار برای صادرات غیرنفتی ایران بوده اند. بی ثبات ترین بازار برای صادرات غیرنفتی ایران، کشورهای عربستان سعودی، قطر و کویت بوده است.

براساس شاخص سوم IS۳، کشور امارات متحده عربی با احراز رتبه یک در بین کشورهای مورد بررسی با ثبات ترین بازار صادرات غیرنفتی ایران را دارد. کشورهای عربستان سعودی، عراق، قطر، مصر و عمان با احراز رتبه های دوم تا ششم با ثبات ترین بازار صادرات غیرنفتی است. بی ثبات ترین بازار برای صادرات غیرنفتی ایران، کشورهای کویت، بحرین و لبنان بوده است.

با استفاده از شاخص ISM، با ثبات ترین بازار صادرات غیرنفتی امارات متحده عربی می باشد. کشورهای عراق، لبنان، مصر، بحرین و عمان رتبه های دوم تا ششم باثبات ترین بازار صادرات غیرنفتی را کسب نموده اند. بازارهای قطر، کویت و عربستان سعودی بی ثبات ترین بازار صادراتی بوده است.



در این قسمت با استفاده از مجموع رتبه هایی که در هر کشور کسب نموده و سپس محاسبه میانگین آنها در مورد اثبات ترین بازار صادراتی ایران بحث می کنیم.

جدول ۳- رتبه های کسب شده حاصل از نتایج شاخص ها (منبع: برآورد تحقیق)

رتبه	میانگین رتبه ها	ISM	IS ^۳	INSI ^۲	INST	کشور
۷	۶.۲۵	۹	۲	۷	۷	عربستان سعودی
۱	۱.۵	۱	۱	۳	۱	امارات متحده عربی
۸	۶.۷۵	۷	۴	۸	۸	قطر
۲	۲.۷۵	۲	۳	۲	۴	عراق
۹	۸.۲۵	۸	۷	۹	۹	کویت
۵	۵.۷۵	۶	۶	۶	۵	عمان
۳	۳.۲۵	۴	۵	۱	۳	مصر
۶	۶	۵	۸	۵	۶	بحرین
۴	۴.۵	۳	۹	۴	۲	لبنان

همانطور که از ستون آخر جدول فوق قابل مشاهده است کشور امارات متحده عربی در طی دوره ۲۰۲۱-۲۰۱۲ با کسب رتبه ۱ با ثبات ترین بازار صادراتی ایران محسوب می شود.

عراق، مصر، لبنان، عمان و بحرین پس از امارات متحده عربی به ترتیب در رتبه های ۲ تا ۶ بازار صادرات غیرنفتی ایران به شمار می آیند. بی ثبات ترین بازار در بین کشورهای مورد بررسی کشورهای عربستان سعودی، قطر و کویت می باشد.

رشد بالای صادرات

صادرات به معنای عرضه و فروش محصولات در بازارهای خارجی است. با توسعه صادرات می توان بر کوچکی بازار داخلی غلبه نمود و از این طریق از مزیت بهره مند شد.

جهت ارزیابی رشد بازار از تابع رگرسیونی حداقل مربعات معمولی به شکل زیر استفاده می کنیم (افشاری، ۱۳۶۸).

$$IM = B_0 + B_1 X_t$$

IM = ارزش واردات

X_t = سال

سپس شیب خط رگرسیون B_1 را در فرمول دوم قرار داده و نرخ رشد متوسط سالانه را بدست می آوریم.

$$r = e^{B_1} - 1$$

هر کشور که دارای نرخ رشد بیشتری باشد، رتبه بالاتری را به خود اختصاص می دهد و در اولویت می باشد.



جدول زیر نشان می دهد که کشور عراق در طی دوره بیشترین رشد واردات کیوی از ایران را داشته است. به طوری که ارزش واردات این کشور از ایران $4.69E+260$ درصد بوده است. این رقم برای کشورهای امارات متحده عربی، عمان و قطر که رتبه های ۲ تا ۴ را به خود اختصاص داده اند به ترتیب $1.72E+39$ و $3.25E+100$ و $5.42E+107$ درصد بوده است.

همانطور که از جدول زیر مشخص است در دهسال ۲۰۱۲ الی ۲۰۲۱ رشد واردات کشورهای عربستان سعودی، مصر و بحرین منفی بوده است.

جدول ۴-۱ - مقادیر ارزش وارداتی محصول کیوی (هزار دلار) کشورها طی دوره ۲۰۱۲-۲۰۲۱ (منبع: سایت تریدمپ)

کشور	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵	۲۰۱۶	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۹	۲۰۲۰	۲۰۲۱
عربستان سعودی	۸۰	۵۵	۴۲	-	-	-	-	-	-	-
امارات متحده عربی	۷۲۲۳	۴۹۲۷	۵۰۴۹	۱۹۷۰	۱۴۲۰	۱۵۵۹	۵۰۶۱	۴۴۸۶	۳۴۹۲	۱۲۱۵۴
قطر	۲۶	-	-	-	-	۱۲۹	۲۵۷	۸۲۲	۵۶۴	۶۸۷
عراق	۱۷۹۳۶	۶۴۳۰	۶۸۲۵	۵۲۱۸	۶۸۴۵	۷۴۳۰	۱۸۹۲۶	۱۷۸۰۳	۱۱۱۹۲	۱۴۵۰۳
کویت	۱۸۳	۷۵	۱۵۵	۸۱	۸۷	۱۲۸	۱۴۲	۱۳۲	۱۲۸	۲۲۵
عمان	۷۰	۵۵	۲۲۴	۱۳۰	۱۱۹	۶۲۱	۱۸۵۰	۱۸۱۶	۱۱۱۵	۱۹۷۵
مصر	۲۴۰	۱۴۴	۸۲	-	-	-	-	-	-	-
بحرین	۱۸۰	۸۱	۱۱۲	۶۴	۵۴	۵۹	۶۱	۷۶	۴۱	-
لبنان	۲	-	-	-	-	۳۱	۱۸	۳۶	۲۴۳	۱۲۹

جدول ۴-۲ - متوسط رشد سالانه ارزش واردات (منبع: برآورد تحقیق)

کشور	نرخ رشد	رتبه
عربستان سعودی	$-1.00E+00$	۷
امارات متحده عربی	$5.42E+107$	۲
قطر	$1.72E+39$	۴
عراق	$4.69E+260$	۱
کویت	$1.80E+02$	۶
عمان	$3.25E+100$	۳
مصر	$-1.00E+00$	۹
بحرین	$-1.00E+00$	۸
لبنان	$1.52E+08$	۵



اندازه بازار

عوامل مختلفی در ابعاد بازار دخیل هستند که در صادرات موفق بایستی به آنها توجه نمود. از جمله این ابعاد، نرخ رشد تولید و یا درآمد سرانه ای می باشد. اصولاً کشورهای که رشد تولید بالایی دارند بازار مطمئن تری برای صادرات هستند. پارامتر دیگر رشد جمعیت و بررسی قدرت خرید می باشد. اصولاً هر چه قدر کشور از رشد جمعیت بالاتری برخوردار باشد و افراد در آن کشور دارای قدرت خرید بیشتری باشند صادرکننده بهتر می تواند مانور دهد. لذا اندازه بازار با استفاده از شاخص های جمعیت، تولید ناخالص و درآمدهای صادراتی (ارزش متوسط واردات) تعریف شده است. برای اندازه گیری بعد بازار از سه شاخص زیر استفاده می شود (افشاری، ۱۳۶۸):

○ ارزش متوسط سالانه واردات در دوره مورد بررسی

○ سهم هر کشور در کل ارزش واردات کشورهای مورد بررسی در طول دوره مورد مطالعه

○ کشش درآمدی واردات هر کشور

با کاربرد سه شاخص فوق، هر کشوری که دارای ارزش متوسط سالانه واردات، سهم هر کشور در کل ارزش واردات بیشتر و همچنین کشش درآمدی واردات مثبت و بالاتری باشد، بازار بزرگتری را ارائه می دهد.

برای اندازه گیری کشش درآمدی از یک تابع رگرسیونی حداقل مربعات به صورت زیر استفاده می کنیم .

$$IM = a + \beta G_1$$

$$G_1 = \frac{GDP}{POP}$$

IM = ارزش واردات

GDP = تولید ناخالص داخلی کشور به قیمت ثابت

POP = جمعیت

هرچه ارزش متوسط سالانه واردات و سهم هر کشور در کل ارزش واردات کشورهای مورد بررسی بیشتر باشد کشور مورد بررسی، بازار بزرگتر و مناسبتری برای صادرات ارائه می دهد.

در روش سوم هر کشور دارای کشش درآمدی محاسبه شده مثبت و بزرگتر می باشد، دورنمای بهتری را برای بازار ارائه می دهد.

جدول ۵ برای دوره ۲۰۲۱-۲۰۱۲ نشان می دهد که از نظر نقطه نظر اندازه مطلق کل واردات کشور عراق بیشتر از کشورهای دیگر بوده و کمترین میزان واردات متعلق به کشور عربستان سعودی می باشد.

جدول ۵ - متوسط ارزش سالانه واردات کیوی (منبع: برآورد تحقیق)

رتبه	متوسط واردات سالانه (هزار دلار)	کشور
۱	۱۱۳۱۰.۸	عراق
۲	۴۷۳۴.۱	امارات متحده عربی
۳	۷۹۷.۵	عمان
۴	۲۴۸.۵	قطر
۵	۱۳۳.۶	کویت



جدول ۵ - متوسط ارزش سالانه واردات کیوی (منبع: برآورد تحقیق)

رتبه	متوسط واردات سالانه (هزار دلار)	کشور
۶	۸۰.۸۸۸۸۹	بحرین
۷	۵۱.۷۷۷۷۸	مصر
۸	۴۵.۹	لبنان
۹	۱۹.۶۶۶۶۷	عربستان سعودی

جدول ۶ در اندازه گیری بعد بازار در می یابیم که کشور عراق ۱۶.۴٪ درصد از واردات کیوی را در دوره ۲۰۲۱-۲۰۱۲ به خود اختصاص داده است.

جدول ۶ - سهم واردات کیوی هر کشور در بین کشورهای عربی (منبع: برآورد تحقیق)

رتبه	سهم واردات کیوی هر کشور از ۴ کشور مورد مطالعه (درصد)	کشور
۱	۱۶.۴٪	عراق
۲	۶.۹٪	امارات متحده عربی
۳	۱.۲٪	عمان
۴	۰.۴٪	قطر
۵	۰.۲٪	کویت
۶	۰.۱٪	بحرین
۷	۰.۱٪	مصر
۸	۰.۱٪	لبنان
۹	۰.۰٪	عربستان سعودی

نتایج مندرج در جدول ۷ بیانگر آن است که در طول دوره ۲۰۲۱-۲۰۱۲ کشتش درآمدی کشور قطر ۶۵۸ و امارات متحده عربی ۴۳.۲۱ بوده است. به عبارت دیگر یک درصد درآمد سرانه در این کشورها به ترتیب ۶۵۸ درصد و ۴۳.۲۱ درصد واردات کیوی را بالا می برد. لذا در مقایسه با کشتش درآمدی دیگر کشورهای، کشور قطر و امارات متحده عربی بالاترین کشتش و رتبه ۱ را احراز نموده است. پایین ترین کشتش درآمدی را طی این دوره، مصر دارا بوده است. کشتش درآمدی مزبور برابر ۳.۷۷ درصد بوده است به عبارت دیگر ۱ درصد افزایش سرانه این کشور، ۳.۷۷ درصد واردات کیوی این کشور را کاهش می دهد. لذا کشور مصر بازار مناسبی برای صادرات کیوی ایران در آینده نمی باشد.

جدول ۷ - محاسبه کشتش درآمدی صادرات کیوی به کشورهای منتخب ۲۰۲۱-۲۰۱۲ (منبع: برآورد تحقیق)

رتبه	G_i	β_i	کشور
۱	۶۵۸۶۲۷۶	-۱۸۱۹۳۳	قطر



جدول ۷- محاسبه کشتش درآمدی صادرات کیوی به کشورهای منتخب ۲۰۲۱-۲۰۱۲ (منبع: برآورد تحقیق)

رتبه	G_i	β_i	کشور
۲	۴۳.۲۱۶۸۹	-۴۹۵۴۹۲	امارات متحده عربی
۳	۳۶.۴۵۳۴۶	-۱۰۳۵۲.۲	کویت
۴	۲۴.۹۹۰۳۶	۲۲۸۶۱.۶۹	بحرین
۵	۲۳.۶۴۱۶۹	۱۹۱۳۸.۰۷	عربستان سعودی
۶	۱۸.۱۸۳۸۲	-۴۶۵۸۹۴	عمان
۷	۶.۵۲۰۸۲۱	-۳۷۹۴۹.۸	لبنان
۸	۴.۶۴۵۴۹۲	-۱۱۹۹۰.۲۹	عراق
۹	۳.۷۷۸۴۲۸	۵۲۳۳۳.۳۸	مصر

در دو جدول ۸ نشاندهنده کشورها از نظر سه ضابطه ثبات، رشد و اندازه رتبه ها در بین کشورهای عربی می باشد.

جدول ۸- مقایسه ضابطه های ثبات، رشد و اندازه (منبع: برآورد تحقیق)

ثبات	رشد	اندازه (براساس دو ضابطه اول)
۱-امارات متحده عربی	۱-عراق	۱-قطر
۲-عراق	۲-امارات متحده عربی	۲-امارات متحده عربی
۳-مصر	۳-عمان	۳-کویت
۴-لبنان	۴-قطر	۴-بحرین
۵-عمان	۵-لبنان	۵-عربستان سعودی
۶-بحرین	۶-کویت	۶-عمان
۷-عربستان سعودی	۷-عربستان سعودی	۷-لبنان
۸-قطر	۸-بحرین	۸-عراق
۹-کویت	۹-مصر	۹-مصر

هر یک از شاخص ها از درجه اهمیت خاص خود برخوردارند. رشد تحولات آتی را در نظر قرار می دهد. ثبات درجه اطمینان به بازار صادراتی و اندازه، حجم صادرات را تعیین می کند. لذا بازار مناسب باید هر سه بعد را مدنظر قرار دهد. این نتایج بخشی، مربوط به اثر روابط سیاسی بر روابط اقتصادی و برخی مربوط به تحولات اقتصادی جهانی (رشد اقتصادی جهانی) و برخی مربوط به کشتش درآمدی کشورهای مذکور نسبت به کالاهای وارده از ایران می باشد. لذا در ذیل نتایج به دست آمده ذکر شده است.



- طول زمان مورد بررسی بر تحقیقات مربوط به بازارهای مناسب برای صادرات کیوی ایران با استفاده از سه شاخص ثبات، رشد و اندازه تاثیر بسزایی دارد.
- مقدار بی ثباتی که از روش های مختلف بدست می آید، با هم متفاوت و نمی توان شاخص های بی ثباتی را که از روش های مختلف محاسبه شده با یکدیگر مقایسه کرد، بدین منظور باید به یک شاخص استناد نمود. با توجه به اینکه شاخص های متعددی برای محاسبه ثبات مورد استفاده قرار می گیرد. معهدا از روش میانگین رتبه ها برای تحلیل نهایی استفاده شده است.
- کشورهای عراق، امارات متحده عربی، عمان، قطر، لبنان، کویت، عربستان سعودی، بحرین و مصر از کشورهای عربی در صدر واردکنندگان کیوی از ایران قرار دارند و رتبه های اول الی نهم را کسب نموده است.
- کشور امارات متحده عربی در طول دوره مورد بررسی از نظر ثبات، رشد و اندازه مقام اول، دوم و اول را در بین کشورهای مورد بررسی داشته اند. این کشور موقعیت خود را از لحاظ بزرگترین واردکننده کیوی از ایران به خود اختصاص داده است. رشد واردات کیوی امارات متحده عربی نشان از این است که امید برای روند فزاینده صادرات به این کشور به چشم می خورد. از این رو بازاریابی برای صادرات ضروری به نظر می رسد.
- کشور عراق از نظر ثبات، رشد و اندازه مقام دوم، اول و هفتم را کسب نموده کرده است. این کشور موقعیت خود را از لحاظ رشد واردات حفظ کرده است. با توجه به رشد واردات عراق، می توان به روند فزاینده صادرات کیوی به کشور مذکور امیدوار بود. همچنین کشور مذکور با ثبات می باشد و رشد بالایی دارد. لذا می توان نتیجه گرفت که کشور مذکور دارای بازار قابل توجهی است و می توان در مورد روند آتی صادرات به این کشور سیاست های خاصی اندیشید.
- کشور عمان از حیث ثبات، رشد و اندازه در رتبه پنجم، سوم و پنجم قرار دارد. کشور مذکور با ثبات می باشد و رشد بالایی دارد ولی از نظر اندازه رتبه پنجم رو کسب نموده است. بنابراین می توان امیدی به روند فزاینده صادرات در آینده ایران به کشور عمان داشت.



کشور عراق





فصل ۱: شناسایی نقاط قوت و ضعف، فرصتها و تهدیدها در بازار عراق

نقاط قوت

۱. تجهیز و آماده سازی پایانه های صادراتی در مرزهای غربی کشور عراق
۲. تشکیل کنسرسیوم صادراتی کالا و خدمات در عراق
۳. ایجاد شرکت مشترک حمل و نقل با توجه به توسعه ناکافی سیستم حمل و نقل و در دسترس شرکت های ایرانی در قلمرو کشور عراق
۴. تعدیل رویه های سنتی تجارت به روش های بهنگام و علمی از طریق برگزاری دوره های آموزشی جهت فعالان امور تجاری دو کشور
۵. استفاده از نیروهای بومی عراقی جهت اطلاع رسانی قوانین و مقررات تجاری آن کشور به فعالان اقتصادی کشورمان
۶. تشکیل شرکت مشترک برای بازرسی کالا
۷. تشکیل منظم جلسات کمیته مشترک بازرگانی با کشور عراق به منظور توسعه همکاری های تجاری
۸. تقویت فعالیت اتاق مشترک بازرگانی، صنایع و معادن دو کشور
۹. پذیرش گواهینامه های صادره از سوی شرکت ها و دستگاه های تخصصی ایران نظیر شرکت های بازرسی وزارت بهداشت، محیط زیست و ...
۱۰. اجرایی نمودن موضوع تاسیس شهرک های صنعتی مشترک در نقاط مرزی
۱۱. ایجاد کنسرسیوم های مشترک صنعتی و معدنی
۱۲. پذیرش استانداردهای ملی دو کشور برای کالاهای مبادلاتی
۱۳. ترغیب شرکت های صادراتی به رعایت استانداردهای مورد قبول طرف عراقی برای محصولات صادراتی
۱۴. ایجاد خط مونتاژ کالاهای ایرانی در عراق از جمله در مورد ماشین آلات کشاورزی و حمل و نقل

نقاط ضعف

۱. عدم وجود حمل یکسره به علت عدم اجرای بیمه بار و راننده در عراق
۲. عدم مدیریت مناسب لجستیک و بالا رفتن هزینه حمل و نقل در کشور
۳. بسته شدن مکرر مرزها از سوی طرف های عراقی
۴. ناکافی بودن امکانات و تجهیزات طرف عراقی در مرزهای مشترک
۵. سطح پایین امنیت عمومی در بخش هایی از کشور عراق
۶. عدم امکان مبادله پول و صدور ضمانت نامه
۷. عدم تطابق استانداردهای کالایی دو کشور
۸. عدم ارتباط صحیح و سریع میان تجار دو طرف
۹. وضع مقررات جدید و ناگهانی از طرف دولت عراق
۱۰. عدم وجود امکانات کافی و ناهماهنگی گمرکات دو کشور (اسناد، ساعت کار، تعطیلات و...)
۱۱. مشکلات راه های داخلی کشور عراق تا مرز ایران
۱۲. مشکلات مربوط به تاییدیه گواهی مبدأ، گواهی بهداشت و فاکتور در سفارت عراق و دریافت هزینه های بالا
۱۳. کمبود خودروهای سردخانه ای جهت حمل و نقل کالا



	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۲۱	

فرصت ها

۱. نگاه ویژه مسئولان کشور به اهمیت بازار عراق
۲. وجود زمینه های همکاری فراوان
۳. مرز طولانی و وجود گمرکات و بازارچه های گوناگون در استان های مرزی برای توسعه روابط
۴. وجود ظرفیت های بالقوه در بخش خدمات فنی و مهندسی
۵. دارا بودن موقعیت ژئوپلیتیکی
۶. نزدیکی فرهنگی
۷. معافیت از انواع مالیات های داخلی، عوارض گمرکی خروجی و ورودی، صدور اقامت جهت سرمایه گذاران و تمامی کارکنان خارجی آنها

تهدیدها

۱۴. محدودیت های موجود برای تردد کامیون های دو طرف در قلمرو بکدیگر به علت بی ثباتی عراق
۱۵. روش نامناسب حمل و نقل و تخلیه کالاهای صادراتی در پایانه های مرزی
۱۶. وجود مشکلات گوناگون برای ترانزیت و حمل و نقل کالا و عدم امکان حمل کالا از مبدا تا مقصد و تخلیه و بارگیری متعدد کالاها
۱۷. روابط محدود بانک های دو کشور
۱۸. تراکم تردد کالا و مسافر در برخی از بازارچه ها و گمرکات
۱۹. عدم پوشش بیمه برای ریسک فعالان اقتصادی توسط صندوق ضمانت صادرات ایران
۲۰. یکسان نبودن رویه های مورد اجرا در بازارچه های مرزی
۲۱. ناکافی بودن امکانات و تجهیزات و مدیریت ضعیف بازارچه های مرزی
۲۲. حضور رقبای قدرتمند صنعتی - تجاری در بازار عراق
۲۳. غالب بودن فعالیت های پبله وری و بازارچه ای برای تجارت دو کشور به جای حضور فعالان بزرگ تولید- صادراتی ایران
۲۴. مشکلات مربوط به محورهای مواصلاتی و جاده های منتهی به مرزها (در خاک ایران و عراق)
۲۵. عدم اتصال خطوط ریلی دو کشور به یکدیگر
۲۶. حضور نیروهای تروریستی و برخی مزاحمت آنها
۲۷. فعالیت محدود شرکت های پیمانکاری عمومی ایران در عراق
۲۸. اجرایی نشدن برخی توافقات انجام شده میان مقامات دو کشور در بخش های مختلف نظیر یادداشت تفاهم حمل و نقل جاده ای و ..
۲۹. نداشتن برنامه مناسب برای استفاده از فرصت خریدهای عمده بخش دولتی عراق
۳۰. وجود تورم در بازار داخلی عراق و عدم ثبات قیمت ارز

	مجرى: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	صفحه ۲۲	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	

۱-۱: بررسی زنجیره تامین و لجستیک جهت صادرات در بازار عراق

حمل و نقل دریایی

کشور عراق دارای ۵۸ کیلومتر خط ساحلی مرزی با خلیج فارس می باشد. مهمترین بندر این کشور، بندر بصره است که در جنوب شرقی این کشور قرار دارد. این بندر توانایی ارائه تسهیلات حمل و نقل بین المللی به کشتی های باربری بین المللی را دارد. اکثریت حجم مبادلات این بندر را محصولات صنعتی، مواد غذایی، محصولات کشاورزی و مصنوعات فلزی تشکیل می دهد.



در حال حاضر، به دلیل حجم بالای مبادلات، خطوط دریایی مستقیم بین دو کشور وجود دارد. شرکت های حمل و نقل دریایی کالاها را از بندر خرمشهر و امام خمینی به مقصد بندر بصره و ابوفلوس در عراق جابجا می کنند.

حمل و نقل هوایی

کشور عراق دارای خطوط هوایی با سابقه ای است که ناوگان نسبتا مناسبی به لحاظ رفاه و ایمنی شامل هواپیماهای ایرباس و بویینگ ۷۳۷ مطابق استانداردهای روز جهان در طی سال های اخیر در اختیار دارد. در حال حاضر هر روز پروازهایی به نجف و بغداد و برعکس صورت می گیرد و فرودگاه کربلا هم توسط عتبه ی عباسیه (حرم حضرت ابوالفضل) در دست احداث می باشد.

حمل و نقل جاده ای

عراق بیشترین مرز خاکی به طول ۱۴۵۸ کیلومتر را با ایران دارد. به دلیل وجود مرزهای زمینی طولانی، حمل و نقل زمینی کالاها بین دو کشور نیز رونق بالایی دارد. مرز مهران به عنوان یکی از گذرگاه های اصلی کشور به سمت عراق، یکی از مهمترین مبادی ورود و خروج کالا بین ایران و عراق می باشد. همچنین بزرگراه ساحلی در حال ساخت خوزستان که از شلمچه واقع در مرز ایران و عراق آغاز و در شهرستان هندیجان به پایان می رسد، از مهمترین طرح های توسعه خطوط حمل و نقل زمینی بین دو کشور می باشد.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۲۳	

۲-۱: تحلیل سیاست های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و اثرات آن ها بر روی محصول کیوی در بازار عراق

یکی از مهمترین نکات تجارت، آشنایی با کشوری است که فرد می خواهد با آن تجارت کند. در حقیقت آشنایی با فرهنگ، تمدن، اجتماع و سیاست و ... آن کشور سبب می شود که او درک درست تری از اوضاع و وضعیت موجود برای ارتباط تجاری به دست بیاورد. چرا که شاید در نگاه نخست این مسائل مربوط به امور تجاری و اقتصادی نباشد. اما در حقیقت باید گفت پایه و اساس شکل اقتصادی در صورت های خرد و کلان را شکل می دهد. اینکه کشور عراق دارای چگونه اجتماعی است. در عرف آن براساس ایجابات سیاسی و دینی مردم چطور زندگی می کنند. نیازهایشان را چه چیزهایی تشکیل می دهد و بازار بیش از هرچه به چه نیازمند است را شاید زمانی می توان به درستی درک کرد که تنها به موارد و نکات تجاری صرف با عراق خود را محدود نکرد و دید وسیع تر از آمار و اعداد و لیست های کوتاه مدت توجه داشت. چرا که کلید اصلی هر تجارت سالم و خوبی داشتن دیدی گسترده است که تمامی جنبه های مختلف را پوشش دهد. به همین دلیل برای تجارت با عراق پیش از هر امری شناخت کامل آن نیاز است.

عراق در منطقه خاورمیانه واقع در جنوب غربی آسیا، بین کشورهای ایران، ترکیه، سوریه، اردن، عربستان و کویت قرار گرفته است. کشور عراق از شمال با کشور ترکیه، از جنوب با کویت و عربستان، از شرق با ایران و از غرب با اردن و سوریه همسایه است. در واقع اکثر مرزهای این کشور به جز بخش کوچکی که به خلیج فارس منتهی می گردد، را مرزهای خشکی تشکیل میدهند. به سبب قرار داشتن در میان سه قاره آسیا، آفریقا و اروپا و نیز همسایگی با کشورهای ایران و ترکیه که از ابعاد مختلف بین المللی دارای اهمیت (از جمله حمل و نقل، تجارت، سیاست و...) می باشند. عراق دارای موقعیت جغرافیایی استراتژیکی است.

سیاست های اقتصادی



صادرات نفت از گذشته نقش اصلی را در اقتصاد عراق برعهده داشته به طوری که ۹۵ درصد از درآمد خارجی این کشور را تشکیل می دهد. عدم توسعه در سایر زمینه ها باعث بروز بیکاری ۱۸ تا ۳۰ درصدی و درآمد سرانه ی ۴۰۰۰ دلاری شده است. در سال ۲۰۱۱ استخدام تمام وقت در بخش عمومی نزدیک به ۶۰ درصد از کل استخدام ها را شامل می شد. بخش صادرات نفت شغل های بسیار کمی برای عراقی ها ایجاد کرده است.

اقتصاد دستوری عراق پیش از اشغال این کشور توسط امریکا، هرگونه مالکیت تجاری در عراق توط خارجی ها را ممنوع کرده بود، بسیاری از صنایع بزرگ را به شکل دولتی اداره می کرد و تعرفه های شدیدی بر کالاهای خارجی وارد می ساخت. اما بعد از اشغال عراق در سال ۱۳۸۲ حکومت ائتلاف موقت عراق به سرعت دستورهای الزام آوری پیرامون خصوصی سازی اقتصاد عراق و گشایش آن به روی سرمایه گذاران خارجی صادر کرد.

در حال حاضر اقتصاد عراق به سرعت از اقتصاد متمرکز به سوی اقتصاد متکی بر راهکارهای بازار حرکت می کند و بخش خصوصی در آن نقش پیشتازی را ایفاء می کند. عراق بعد از سال ۲۰۰۳ گام های مهمی به سوی اعطای نقش پیشتازانه به بخش خصوصی از طریق انجام مجموعه اصلاحات زیربنائی و قانونی برداشته است که مهمترین آنها عبارت است از تصویب قانون سرمایه گذاری شماره ۱۳ سال ۲۰۰۶، این قانون از سوی مجلس نمایندگان عراقی در سال ۲۰۰۶ تصویب و از سال ۲۰۰۷ به مرحله اجرا گذاشته شده است.

براساس این قانون، سازمان ملی سرمایه گذاری بخش های خصوصی و مختلط، براساس مفاد این قانون انجام می پذیرد. قانون مذکور، زمینه های استخراج نفت و گاز و سرمایه گذاری در بخش های بانکی و شرکت های بیمه را استثناء کرده است. طبق آیین نامه شماره ۲ سال ۲۰۰۹، حداقل سرمایه پروژه های مشمول این قانون ۲۵۰۰۰۰ دلار می باشد.

متن توافقنامه همکاری و همکاری اتحادیه اروپا و عراق در تاریخ ۱۱ مه ۲۰۱۲ امضا شد. مقررات تجارت آن در ۱ اوت ۲۰۱۲ به طور موقت به اجرا درآمد، تا زمان تصویب برای تمام موافقتنامه کامل شده است. عراق عضو ناظر، سازمان تجارت جهانی است. عراق قراردادهای دوجانبه بسیاری با کشورهای ترکیه، مالزی، آمریکا، چین، مصر، فرانسه، ایتالیا، ژاپن، اردن، تونس، هند و انگلستان دارد.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۲۴	

سیاست های اجتماعی

در عراق کنونی، عدم ادغام گروه های قومی - مذهبی در قالب ملت واحد و شکل گیری هویت ملی و رقابت بر سر قدرت به ایجاد شکاف اجتماعی متعدد منجر شده است و منافع مشترک میان گروه های عراقی و کشورهای بیرونی را شکل داده است. این شکاف ها در سال های اخیر با گسترش روزافزون تروریسم بر سیاست خارجی ایران در ابعاد مختلف، تاثیرگذار بوده است. در خصوص تاثیر شکاف های اجتماعی عراق بر سیاست خارجی ایران در ابعاد مختلف، برخی آثار با رویکرد جامعه شناختی سیاسی و برشمردن شکاف های اجتماعی عراق، به برقراری ارتباط میان گسترش خشونت و عدم تحقق دموکراسی در عراق می پردازد و به دلایلی نظیر بحران هویت و مشروعیت، غلبه باورهای فرقه ای - زبانی، دولت ناکارآمد و فرهنگ سیاسی غیردموکراتیک اشاره دارند که در ابعاد خارجی، سیاست خارجی ایران را نیز متأثر کرده است.



عراق به دلیل تمامی محرومیت ها از وجود کمترین صنایع چه مصرفی، مواد غذایی، پوشاک و ملزومات خانگی بهره مند است که در تمامی زمینه های زندگی، این کشور را جامعه ای مصرف زده کرده که نیاز به واردات دارد. این نیازها و در کنار آن بهره گیری از مزیت های رقابتی ایران، می تواند فضای مناسبی برای صادرات کالا و تولیدات ایرانی ایجاد نماید.

سیاست های فرهنگی

وجود حدود ۶۵ درصد شیعه، قرابت و نزدیکی شهرهای مذهبی با فرهنگ و دین ایرانی، تاریخ مشترک و حتی زبان بعضا نزدیک به هم و مشترک (با عنایت به اینکه شهرهای مرزی ایران در جنوب و شمال عراق به زبان عربی و کردی صحبت می کنند) همگی فرصتی استثنایی برای ایران فراهم آورده است که بتواند بیشترین همکاری و بهره برداری از روابط متقابل را داشته باشند.

آمارهای سالیانه از حضور صدها هزار عراقی در کشور ایران و حضور بیش از یک میلیون و دویست هزار زائر ایرانی در کشور عراق حکایت می کنند که این موضوع، نزدیکی فرهنگی را بیش از پیش می کند. ما در رابطه میان دو کشور با واقعیاتی مثل معاودین مواجه هستیم و عراقی هایی که به ایران بازگشته اند، حضور افراد سرشناس و صاحب منصب ایرانی که در عراق متولد شده اند، حضور عراقی های بسیاری که در زمان صدام حسین در ایران زندگی می کرده اند، وجود محلات عراقی ها در بعضی شهرهای ایران و بالعکس که همه این موارد، موجد نوعی استثناء و انحصار در رابطه میان دو ملت ایران و عراق شده است.

نکته مهم دیگر وجود بیشترین مرز مشترک زمینی و آبی میان دو کشور که در تمام دنیا به عنوان عاملی برای توسعه روابط فرهنگی و اقتصادی مطرح است که این موضوع نیز می تواند برای دو کشور پتانسیل عظیمی برای صادرات و واردات و حمل و نقل و توریسم از طریق آب و زمین و هوا با کمترین هزینه را ایجاد کند.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۲۵	

۳-۱: تعیین و معرفی پیش نیازهای مجوزی، استانداردهای محصول و قوانین حاکم در حوزه محصول کیوی جهت ورود به بازار عراق

قوانین گمرکی عراق

ضرورت آگاهی از قوانین گمرک عراق، قبل از صدور کالا یک امر حیاتی است. ناآگاهی تولیدکنندگان و صادرکنندگان ایرانی از قوانین گمرک ایران و عراق (چه شمال و چه جنوب) همیشه مایه گرفتاری، ضرر و زیان و سبب ساز مشکلات فراوانی برای آنها و ترخیصکاران ایرانی و عراقی می گردد. صادرکنندگان و تولیدکنندگان و شرکت های ایرانی برای اولین بار میخواهند کالا به عراق صادر کنند، به علت ناآشنایی با قوانین گمرکی عراق و خصوصا قوانین جدیدی که در ۶ سال اخیر در گمرک عراق به اجرا درآمده است بیش از ۸۰ تا ۹۰ درصد آنها کالاهایشان در گمرک عراق دچار مشکل می شوند و عموماً بار آنها از مرز برگشت می خورد.

به علت وجود این مشکلات، این وظیفه تمامی اتاق های بازرگانی مراکز استان ها در کل ایران است که با اطلاع رسانی کامل به اعضای خودشان، از قوانین و مقررات و مشکلات و ارائه راهکارهای مناسب، آنها را در امر تجارت و خصوصا صادرات به عراق یاری بدهند تا علاوه بر کاهش ضرر و زیانهای صادرکنندگان، باعث افزایش صادرات و تراز مثبت ایران در تجارت با عراق و افزایش تولید داخلی بشوند. متأسفانه این اطلاع رسانی ها ناچیز و ناقص بوده که واضح ترین دلیل آن نیز همین گرفتاریهای تولیدکنندگان و صادرکنندگان ایرانی در گمرکات عراق می باشد. انجام امورات گمرکی کالا هم در گمرک ایران و هم در گمرک عراق، بروی امورات زیر متمرکز است و صادرکنندگان قبل از صدور کالا باید درباره آنها تحقیق بکنند:

۱. اولاً مجاز بودن صادرات آن کالا از ایران

تولیدکنندگان و یا صادرکنندگان ایرانی قبل از هر چیز باید با مراجعه به گمرک مرکز استان از ممنوع نبودن صادرات آن کالا از ایران و همچنین نداشتن عوارض صادراتی آن مطمئن بشود و ثانياً از تاجر عراقی یا خریدار ایرانی حاضر در مرز در مورد ممنوع نبودن ورود آن کالا به عراق سوال بکند و مطمئن بشود.

۲. نداشتن عوارض صادراتی از طرف گمرک ایران

۳. مجاز بودن واردات آن کالا به عراق از سوی گمرک عراق

۴. کیفیت سنجی کالا در گمرکات ایران و عراق، بوسیله اسناد و مدارک و یا در آزمایشگاه های گمرک هر دو کشور



از سال ۲۰۱۰ که قوانین گمرکی عراق در رابطه با واردات کالا به عراق تغییرات اساسی پیدا کرد، از میان هزاران قلم کالا، ورود ۸۵۰ قلم آن مشمول اخذ گواهینامه انطباق کالا یا COC از شرکت های کنترل کیفیت مانند BV، SGS، و.. گردید و نمایندگی های شرکت های بازرسی مذکور در ایران، گواهی انطباق را صادر می کنند.

ولی مابقی کالاها از اجبار برای دریافت گواهی بازرسی کالا معاف هستند. اما برای اینکه این دسته از کالاها براحتی از گمرکات عراق و ایران ترخیص بشوند، لازم است مواردی را که در ذیل آورده ایم مورد توجه قرار بگیرند.

کیفیت سنجی کالاهایی که نیاز به اخذ گواهی انطباق یا گواهی بازرسی کالا ندارند. در مورد کیفیت این نوع از کالاها، علاوه بر اینکه خود کالا و کیفیت آن باید توسط فروشنده به مشتری عراقی یا ایرانی نشان داده شود، باید یک یا چند نمونه کامل و کافی از آن به مشتری تحویل داده بشود تا آن را به گمرک و آزمایشگاه گمرک عراق بفرستد و از تایید کیفیت آن در گمرک عراق مطمئن شود.

اگر کالا دارای استاندارد ملی ایران هست و تاریخ استاندارد اعتبار دارد، نیاز به ارسال نمونه برای گمرک ایران در مبدا یا در مرز نیست.

۵. نوع بسته بندی کالا

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۲۶	

ارسال نمونه بسته بندی (اعم از گونی، کیسه، کارتن و ...) که کالا نیز در داخل آن باشد، برای تحویل به گمرک ایران و عراق تا در گمرک هر دو کشور هم نمونه کالا و هم نمونه بسته بندی و هم نوشته ها و مطالب روی بسته بندی مورد رویت قرار بگیرد. تا اگر ایرادات و نواقصاتی در نوع و کیفیت بسته بندی، نوشته ها و تاریخ های روی بسته بندی بود، توسط مشتری به اطلاع تولید کننده و فروشنده ایرانی برسد و آنها را مطابق نظر گمرک هر دو کشور اصلاح بکند. مواردی که عموماً در نوشته های روی بسته بندی باید چاپ و درج شود بقرار ذیل هستند:



- نوشته های روی کارتن بسته بندی به فارسی نباشد و حتماً به انگلیسی و عربی باشد و یا به عربی و کردی درج گردد و این موارد در اکثر کالاها باید رعایت شود. موارد عبارتند از نوع کالا، اسم یا مارک کالا، منشا و یا ترکیبات کالا، وزن کالا، تاریخ تولید و انقضاء به میلادی، مدت ماندگاری برای مصرف، اندازه یا ابعاد کالا، تعداد در کارتن یا بسته، اسم شرکت یا کارخانه و آدرس های آن بروی بسته بندی، جمله ساخت ایران به زبان نوشته روی بسته بندی، درج علائم استاندارد ملی ایران و گواهینامه های بین المللی بروی بسته بندی، چاپ شماره مجوزها و گواهینامه های داخلی روی بسته بندی و سایر مواردی که بعضی از کالاها بنابه ضرورت آنها باید بروی بسته بندی آنها درج گردد که باید توسط مشتری به اطلاع تولید کننده و فروشنده ایرانی برسد.

۶. نوشته ها و مطالب مندرج بروی بسته بندی کالا از نظر قوانین گمرکی ایران و گمرک عراق

۷. تاریخ تولید و انقضاء کالا

تاریخ تولید و انقضاء و ماندگاری مصرف کالا بروی کالاها ایرانی همیشه یکی از پرمشکلات ترین قضایا در گمرکات هر دو کشور و خصوصاً در گمرک عراق است که اهم آن این است که :

- تاریخ تولید و انقضاء باید حتماً میلادی باشد.
- هیچگاه دو تاریخ میلادی و شمسی نباید روی کالا درج شود. یعنی فقط تاریخ میلادی باشد و گرنه از گمرک عراق برگشت می خورد.
- روی بسته بندی های کوچک داخل کارتن در مورد رعایت تاریخ ها نیز باید همین موارد فوق رعایت شود. زیرا در گمرک عراق بسته ها و کارتن های بزرگ را باز می کنند و بسته های کوچک و تاریخ های روی آنها را کنترل می کنند. اگر تنها یک مورد اشکال را بروی یک بسته کوچک در مورد تاریخ ها ببینند، کل بار را اگر مواد غذایی باشد همه را بوسیله آتش معدوم می کنند و اگر تاریخ شمسی و ایرانی باشد آن را برگشت می دهند.
- تاریخ ها باید همزمان با تولید بروی بسته بندی های کوچک تر درج گردد و تاریخ های روی کارتن بسته بندی بزرگ نباید با لیبیل یا اسپری و یا دستی و یا غیرماشینی و یا مخدوش و ناخوانا و مشکوک و یا دارای اثر پاک شده تاریخ قبلی باشد. زیرا به نظر گمرکات ایران و عراق، بعضی برای تغییر دادن تاریخ کهنه و یا تاریخی که ماندگاری مصرف کمتری دارد نسبت به دستکاری تاریخ ها به طرق غیرقانونی اقدام می کنند. در گمرک عراق چنین بارهایی را اگر مواد غذایی باشد و حتی اگر بار چندین دستگاه تریلر باشد همگی را با آتش معدوم می کنند.
- تاریخ هایی که با رنگ به طرق مختلف بروی کیسه های نایلونی و پلی پروپیلن بعضی به طور ماهرانه ای درج میکنند براحتی توسط گمرک قابل تشخیصی است و آنها در کشف این جور کارها استاد هستند و با کشیدن انگشت شصت یا سبابه بروی آن، رنگ تاریخ تقلبی پاک می شود و اما اگر تاریخ روی کیسه ها همزمان چاپ شده باشد با انگشت و یا چیز دیگر پاک نمی شود و اگر چنین تاریخ متقلبانه ای را گمرک عراق بروی کیسه کشف کند اگر مواد غذایی باشد آن را معدوم می کند و اگر مواد غذایی نباشد آن را برگشت می دهند.
- اگر کالایی برای مصرف داخلی ایران تولید شده باشد و تاریخ شمسی بروی آن درج شده باشد و یکدفعه صادرکننده یا تولیدکننده برای اینکه آنرا به عراق صادر بکند تاریخ میلادی را در کنار تاریخ شمسی درج بکند باز مورد قبول گمرک عراق نیست. زیرا این دسته

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		کارفرما: شرکت شهرک های صنعتی گیلان	
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۲۷		

کالاهای دو تاریخه هستند و یا اینکه بروی تاریخ ایرانی را به طریقی می پوشانند و بروی آن تاریخ میلادی درج می کنند جزو تقلب محسوب شده و محموله یا برگشت زده می شوند و یا اگر مواد غذایی باشد آن را معدوم می کند و در این گونه برخوردها گمرک اقلیم کردستان بسیار مقرراتی تر و سختگیرانه تر از گمرک جنوب عراق برخورد می کند.

کلا استدلال گمرکات عراق در معدوم کردن چنین کالاهایی که تاریخ های مشکل دار و یا متقلبانه ای دارند، این است که اگر این گونه بارها به داخل ایران برگشت داده شود، باز با جعل تاریخ و یا زیر و ور کردن بار و با ترفند دیگر با دستکاری در اسناد، مجدداً آن را به گمرک عراق می فرستند.

۸ مدت ماندگاری برای مصرف کالا

یکی دیگر از مشکلات صادرکنندگان و تولیدکنندگان ایرانی، عدم اطلاع از قوانین گمرکی عراق درباره تاریخ ماندگاری مصرف، خصوصاً برای مواد غذایی می باشد که این مورد هم از مواردی است که بار صادرکنندگان ایرانی از گمرک عراق برگشت می خورد. از آنجا که تاریخ ماندگاری مصرف بعضی از کالاها در قوانین هر دو کشور فرق میکند، لذا تولیدکننده و فروشنده ایرانی باید مدت ماندگاری مصرف طبق قانون گمرک عراق را از خریدار سوال بکند و با اطمینان کامل آن را بروی کالا درج بکند و آن را نیز طوری به خریدار تحویل بدهد که هنگام رسیدن بار به مرز برای بعضی از کالاهای حساس، خریدار دچار ضرر و زیان و مشکل نشود. اکثر کالاها همه بنا به نوع خود شرایط ماندگاری خاص خود را دارند که تولیدکننده ی ایرانی باید آنها را در نظر داشته باشد و از مشتری ایرانی یا عراقی سوال بکند و طبق قوانین گمرک عراق تاریخ ماندگاری را درج بکند.

۹. دارا بودن مجوز و استانداردهای داخلی و بین المللی و اسناد لازم برای ترخیص کالا از گمرکات هر دو کشور

۱۰. دارا بودن گواهی انطباق کالا یا COC برای بعضی از کالاهای صادراتی از شرکت های بازرسی کالا نظیر BV، SGS و..



آزمایشگاه گمرک و استانداردهای عراق

کالاهایی که وارد گمرکات عراق می شوند از کلیه آنها نمونه برداری میشود و مورد آزمایش و تست قرار می گیرند. البته بجز کالاهایی که دارای گواهی بازرسی یا گواهی انطباق از شرکت های کنترل کیفیت و شرکت های بین المللی هستند، در این مورد گمرک کردستان عراق از گمرک جنوب عراق بسیار سختگیرانه تر و مقرراتی تر است و این آزمایش و تست کیفیت کالا برای کلیه کالاهای مختلف می باشد و خصوصاً مواد غذایی، گمرک عراق از هر کالا، یک نمونه از آن را به آزمایشگاه در اربیل یا بغداد می فرستند و ممکن است تا بازگشت جواب آزمایشگاه ۲ تا ۳ روز و برگشتن جواب از آزمایشگاه بغداد ۶ تا ۷ روز طول بکشد. تا رسیدن جواب، کامیون حامل کالا در زیر بار در گمرک عراق می خوابد و بابت آن پول خواب دریافت می کند. اگر جواب مثبت بود از گمرک مرخص می شود و این کار برای اول کار یعنی مرتبه اول تا سوم است. اگر کالای مربوطه همیشه کیفیت آن مثبت و خوب باشد یک نمونه از آن را برای آزمایشگاه برمی دارند و کامیون را مرخص می کنند و دیگر چند روز زیر بار نمی خوابد که پول خواب آن پرداخت شود. گمرک عراق از سال ۲۰۱۰ به بعد دیگر استانداردهای ایران را قبول ندارد و برای تایید کیفیت کالاهای ایرانی، گواهینامه کنترل کیفیت شرکت های بین المللی را طلب می کند.

البته تمامی کالاها نیاز به دریافت گواهینامه های بین المللی کنترل کیفیت نیستند و بدون آنها نیز از گمرک عراق ترخیص می شوند. نظیر ماشین آلات صنعتی و قطعات صنعتی، میوه و تره بار، مواد غذایی فرآوری شده و بعضی دیگر از گروه کالایی.

اسناد لازم برای گمرکات ایران و عراق

نخست به مجوزها و گواهینامه ها و اسنادی که گمرک عراق درخواست می کند می پردازیم. زیرا یکی از بیشترین مشکلات صادرکنندگان و تاجران ایرانی و عراقی در گمرک عراق می باشد. سپس مجوزها، استانداردها و اسنادی که گمرک ایران می خواهد می پردازیم. از شرایط ترخیص کالا در گمرک عراق، داشتن مجوزهای لازم است که این مجوزها کلاً به دو دسته تقسیم می شوند:

	مجرى: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۲۸	

• مجوزهای داخل عراق: به طور کلی مجوزهای داخل عراق برای واردات کالا حداقل دو نوع هستند و عبارتند از اجازه و رسید. اجازه: نوعی مجوز است که ما در ایران به آن مجوز ثبت سفارش برای واردات کالا می گوئیم و اخذ آن بدین گونه است که تاجر عراقی مثلاً به بغداد و یا به اربیل مرکز کردستان عراق و به وزارت بازرگانی مراجعه می کند. درخواست خود را برای واردات نوعی خاص از کالا با مارک و اسم مشخص که در ایران یا هر دو هر کشور دیگری تولید می شود ارائه می دهد.

رسید: بعد از دریافت اجازه و براساس دریافت مجوز دوم که رسید نام دارد برای واردات مثلاً ۵۰۰۰ تن میلگرد از کارخانه فولاد مبارکه اصفهان در ایران را ارائه می دهد. وزارتخانه بابت هر تن میلگرد مثلاً ۲ دلار از تاجر عراقی دریافت می کند و تاجر عراقی هر دو مجوز را به گمرک مرزی که به اسم آن در مجوزها مشخص شده است تحویل می دهد و سپس اقدام به واردات میلگرد از کارخانه مبارکه اصفهان می کند و او حق ندارد بجز کارخانه فولاد مبارکه اصفهان از کارخانه ای دیگر در اصفهان یا مثلاً هرمزگان یا کرمان و یا از هر شهر دیگر میلگرد خریداری و وارد عراق بکند. زیرا در مجوز او قید شده که حتماً میلگرد از فولاد مبارکه باشد و اسناد گمرکی ایران، اسناد کارخانه، گواهینامه کنترل کیفیت نیز بنام کارخانه فولاد مبارکه باید باشد.

حال بنا به ضرورت بعضی از کالاهای وارداتی به عراق علاوه بر اجازه و رسید نیازمند به مجوزهای دیگری از بعضی از وزارتخانه ها و دستگاه های دولتی دارد که تاجر عراقی برای تکمیل اسناد وارداتی باید آنها را اخذ کند. مثلاً ممکن است که کالا بهداشتی باشد که از وزارت بهداشت، اگر ماشین آلات صنعتی باشد از وزارت صنایع را باید دارا باشد و یا اینکه کالایی که وارد می کند ممکن است نیاز به مجوز وزارت محیط زیست خودشان دارد تا بتواند کالای مربوطه را وارد بکند.



اخذ مجوزهایی که از کشور برای واردات کالا به عراق که توسط گمرک عراق درخواست می شود:

۱. گواهینامه بازرسی و کنترل کیفیت کالا از نمایندگی های بین المللی مستقر در ایران نظیر شرکت های (BV, SGS, ...) که به آن ها شرکت های بازرسی کالا می گویند. البته تمام کالاهای ایرانی احتیاج به اخذ مجوز بازرسی از شرکت های مزبور نیستند، بلکه از میان هزاران قلم کالا، فقط ۸۵۰ قلم کالا مشمول اخذ گواهینامه بازرسی کال می باشند.
۲. اخذ مجوز شهاده (گواهی مبدا)، از رایزنی بازرگانی سفارت عراق در تهران برای ارائه به گمرک عراق در مرز، تا به کالای ایرانی صادرشده به عراق اجازه ورود و ترخیص بدهد.
۳. تایید مدرک گواهی بهداشت کالاهای مواد غذایی و فرآورده های مربوطه در حوزه غذا و دارو، که باید توسط رایزنی بازرگانی سفارت عراق در تهران انجام بشود.
۴. گواهی قرنطینه نباتی برای میوه و تره بار، نهال درختان و گل و گیاه
۵. گواهی قرنطینه دامی برای دام و طیور و آبزیان زنده و خوراک دام و طیور و آبزیان
۶. گواهی قرنطینه نباتی برای میوه و تره بار که در بازارچه های مرزی صادر می گردد.

• مجوزهای داخل ایران

مراحل صادرات به عراق

۱. دریافت اطلاعات از اظهارکننده: ابتداءً در بار اول می بایستی نسبت به کدینگ اقدام نمود. بدین شکل که به بخش کدینگ مراجعه کرده و با ارائه مدارک مربوط به صاحب کالا و نماینده قانونی او که در بالا ذکر شده نسبت به تکمیل فرمهای مربوطه و امضای لازم و احراز مدارک در سیستم کدینگ گمرکات نماینده تعریف شود.
- در این صورت دو کد به نماینده ابلاغ می گردد که کد اول یک کد نه رقمی مربوط به شرکت مربوطه بوده و کد دوم همان شماره ملی فرد نماینده صاحب کالا می باشد.

	مجرى: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۲۹	

تمامی مدارک مربوط به صاحب کالا و وکیل قانونی صاحب کالا در این مرحله احراز گردیده به مهر احراز شد می بایستی ممهور گردد. صاحب کالا یا نماینده قانونی وی به بخش ورود اطاعات مراجعه و با دریافت فرم اولیه اظهارنامه مبادرت به ارائه اطلاعات درخواستی در متن و ظهر اظهارنامه می نماید. معمولاً اظهارنامه در داخل شرکت تکمیل می گردد و فقط نرخ تعرفه از گمرک و یا سایت گمرک استعلام می گردد) توضیح: نرخ ارز هر هفته توسط گمرک اعلام می گردد و تا پایان هفته معتبر است. آن دسته از ارزهایی که نرخ آنها از طریق سایت اینترنتی گمرک ایران اعلام نمی شود، از طریق گمرک قابل پیگیری است و معمولاً تمامی ارزهای رایج جهان در سالن اصلی گمرک بروی برد مخصوص الصاق می گردد). پس از تکمیل اظهارنامه اولیه و تحویل آن به قسمت ورود اطلاعات اظهارنامه وارد سیستم می شود.

قابل ذکر است که اظهارکننده می بایست ارزش کالا و وجوهی را که خود محاسبه نموده به تفکیک در ظهر اظهارنامه مربوطه وارد کننده درج نماید که طبعاً این ارقام باید با ارقام محاسبه شده به وسیله کامپیوتر یکسان باشد. پس از ورود اطلاعات و همچنین ورود هزینه های متعلقه به کالا، کاربر اظهارنامه موجود در سیستم را از طریق رایانه خود و رایانه مرکزی کنترل و پس از اخذ تاییدیه، نسبت به ذخیره نمودن اظهارنامه در رایانه کاربر و رایانه مرکزی اقدام می نماید (شماره ذخیره محلی توسط کاربر در قسمت بالای اظهارنامه یادداشت می شود) رایانه مرکزی ضمن ذخیره نمودن اظهارنامه (شماره ذخیره در سرور) را در خانه شماره ۷ درج می کند.

در مراحل مختلف انجام تشریفات گمرکی، اظهارنامه توسط این شماره عطف و کد اظهارکننده فراخوانی و عملیات لازم بروی آن انجام می گیرد. پس از پایان مراحل مذکور، اظهارنامه چاپ و به ضمیمه اظهارنامه دستی به صاحب کالا یا نماینده قانونی وی تحویل داده می شود تا پس از کنترل امضاء نمایند.

پس از تحویل اظهارنامه چاپی می بایست اصل اظهارنامه کامپیوتری و پیش نویس دستی اظهارنامه در زیر آن ضمیمه شده و در بالای مدارک مربوط به کالا قرار گیرد (چنانچه در این مرحله مغایرتی مشاهده شود، کاربر توسط شماره ذخیره محلی، اظهارنامه را فراخوانی و نسبت به اصلاح آن اقدام و پس از کنترل محلی و کنترل با سرور، اظهارنامه قبلی را از رایانه محلی خود حذف و اظهارنامه جدید اصلاح شده را جایگزین آن میکند). سیستم به این اظهارنامه جدید شماره عطف جدیدی اختصاص خواهد داد.



پس از این مرحله می بایستی مدارک لاک و مهر شود. به این شکل که به قسمت لاک و مهر مراجعه و پس از منگنه نمودن کلیه مدارک، مدارک لاک و مهر می شود. سپس کلیه مدارک و اسناد مربوط به کالا می بایستی به مهر تماماً استفاده شد ممهور گردد.

۲. پذیرش اظهارنامه: اظهارکننده اظهارنامه چاپی و اظهارنامه دستی را همراه با اسناد و مجوزهای موردنیاز (براساس کدهای مندرج در متن اظهارنامه) و فیش بانکی جهت رسیدگی به قسمت پذیرش اظهارنامه تسلیم می نماید.

در این قسمت تعلق اسناد به اظهارگر و وجود اسناد لازمه به صورت اجمالی مورد رسیدگی قرار می گیرد. مسئولیت صحت مندرجات اسناد و مدارک تسلیمی و کامل بودن آنها به عهده صاحب کالا می باشد. پس از فراخوانی اظهارنامه از رایانه مرکزی و اقدام نمودن به عملیات ثبت (کوئاز) در صورت مطابقت مندرجات متن اظهارنامه با اطلاعات موجود در رایانه مرکزی، سیستم نسبت به تخصیص یک شماره تحت عنوان شماره ثبت اظهارنامه (کوئاز) عمل خواهد نمود، در غیر این صورت اظهارنامه جهت اصلاح یا تکمیل به اظهارکننده برگشت داده خواهد شد. در چنین حالتی اظهارکننده می بایست به واحد اطلاعات مراجعه تا اصلاحات لازم در اظهارنامه وی انجام و یک چاپ جدید تهیه و بکار گرفته شود. کالا از تاریخ پرداخت مبالغ تعیین شده در اظهارنامه، اظهارشده تلقی می شود.

صاحب کالا تا قبل از اختصاص شماره ثبت به اظهارنامه توسط سیستم، حق هرگونه تغییر یا اصلاح اظهارنامه را دارد. پس از پذیرش اظهارنامه کلیه اسناد ارائه شده، به استثناء فیش بانکی به اظهارنامه الصاق و لاک و مهر می شود. سپس شماره ثبت در محل مربوطه (قسمت الف اظهارنامه چاپی) به طور دستی درج و اظهارنامه تنظیم شده همراه با اسناد ضمیمه جهت انجام کنترل های گمرکی به قسمت ارزیابی ارسال می گردد.

۳. کنترل های گمرکی: در این مرحله ارزیابی فیزیکی کالا انجام می شود. پس از ارزیابی، ارزیاب نسبت به ظهنویسی اظهارنامه و کنترل وجوه پرداختی و سایر مقررات اقدام و پس از خاتمه این کنترلها، متن اظهارنامه را امضاء و آن را به کارشناس سرویس ارزیابی تحویل می دهد.

	مجرى: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۳۰	

کارشناس مزبور در صورت صحت اظهار، اظهارنامه را امضاء و به رئیس سرویس ارزیابی تحویل می نماید. رئیس سرویس ارزیابی توسط شماره عطف و کد اظهارکننده که در متن اظهارنامه نوشته شده و یا از طریق شماره ثبت اظهارنامه آن را فراخوانی و با استفاده از رایانه به ارزیابی سیستمی آن مبادرت نموده، شماره ارزیابی تعیین شده توسط سیستم را به صورت دستی در محل مربوطه (قسمت ب اظهارنامه) وارد و اظهارنامه را امضاء میکند (چنانچه عملیات ارزیابی منجر به تغییراتی در اظهارنامه شود، رئیس سرویس ارزیابی یا کارشناس مربوطه نسبت به اصلاح اظهارنامه قبلی که منجر به ایجاد اظهارنامه جدیدی خواهد شد اقدام می کند. پس از آن اصلاحیه یا اظهارنامه متمم در یک نسخه چاپ و جهت امضاء و پرداخت تفاوت به صاحب کالا تحویل داده می شود. رئیس سرویس ارزیابی اظهارنامه نهایی اصلاح شده را ارزیابی سیستمی نموده و پس از درج شماره ارزیابی در محل مربوطه (قسمت ب اظهارنامه) آن را امضاء کرده و به واحد صندوق و صدور پروانه ارسال می کند).

۴. پرداخت و ترخیص: پس از ارزیابی سیستمی و امضاء اظهارنامه توسط رئیس سرویس ارزیابی، اظهارنامه و فیش بانکی به صندوق تحویل می شود. صندوق دار ابتدا اظهارنامه مربوطه را از سیستم فراخوانی و مبلغ فیش ارائه شده را با مبلغ محاسبه شده توسط سیستم در خانه ۴۷ اظهارنامه مقابله می کند و در صورت تایید، رسید صندوق را براساس اطلاعات مندرج در خانه های اظهارنامه در رایانه تکمیل، کنترل و تایید می نماید. پس از آن فیش بانکی از اسناد جدا و نسبت به چاپ پروانه گمرکی اقدام می شود. پروانه چاپ شده بوسیله مسئول صندوق مهر و امضاء شده، شماره آن در دفتر مربوطه وارد می گردد. سپس با اخذ رسید به صاحب کالا تحویل می شود.

در صورتی که وسیله حمل خارجی باشد معادل با ۱۰ درصد به حساب وزارت راه می بایست واریز نمود که اصل قبض بانکی می بایستی ضمیمه بارنامه گردد و کپی آن برای صدور صورت حساب جهت اطلاع صاحب کالا نزد نماینده صاحب کالا باقی بماند. پس از تحویل برگ سبز گمرکی می بایستی برگ سبز را جهت امضاء به کارشناس مربوطه ارائه و پس از اظهار نظر کارشناس به رئیس سرویس ارزیابی ارائه نمود.

در مرحله آخر می بایستی به کارشناس مربوطه در درب خروج مراجعه نمود. در این مرحله کارشناس مربوطه پس از مرور کلی مدارک نسبت به امضاء بگه سبز گمرکی اقدام نموده و اجازه بارگیری کالا را بدین وسیله صادر می کند (محل امضاء کارشناس معمولاً در پشت و بالای برگه سبز گمرکی است).

صدور بیجک: پس از اخذ اجازه بارگیری می بایستی به انبار مراجعه کرد و نسبت به صدور بیجک اقدام نمود. بدین صورت که پروانه گمرکی (برگه سبز گمرکی) به همراه یک کپی از آن تحویل متصدی مربوطه می گردد و متصدی مربوطه پس از محاسبات و کنترل های لازمه اقدام به صدور قبض پرداخت می نماید).



در این مرحله می بایستی به بانک مراجعه نمود و قبض تحویلی پرداخت گردد و به متصدی مربوطه تحویل گردد. پس از آن متصدی مربوطه برگه مربوطه را امضاء می نماید.

سپس می بایستی به انبار مربوطه مراجعه نمود و نسبت به تحویل کالا از انبار اقدام کرد. پس از تحویل کالا توسط انباردار مربوطه، کالا حمل و تا نزدیکی درب خروج برای بازرسی و ارزیابی نهایی حمل می شود. در این مرحله می بایستی مدارک و اسناد مربوطه به متصدی درب خروج تحویل و کارشناس مربوط برای ارزیابی و بازرسی نهایی کالا تعیین گردد.

پس از بازرسی و ارزیابی نهایی توسط کارشناس مربوطه در صورتی که خروج کالا از نظر کارشناس تعیین شده بلامانع تشخیص داده شود تاریخ خروج کالا از درب گمرک و نام و امضاء صاحب کالا یا نماینده قانونی صاحب کالا ثبت و کالا توسط وسیله ای که شرکت های حمل و نقل در گمرکات کشور در اختیار افراد قرار می دهند بارگیری شده و از درب گمرک خارج و به انبار صاحب کالا تحویل می گردد.

مجوزهای لازم صادرات به عراق

۱. اخذ کارت بازرگانی معتبر به نام صادرکننده
۲. اخذ مجوز صدور (در صورتی که برای صدور کالای مورد نظر، توسط وزارت بازرگانی موافقت کلی اعلام نشده باشد)
۳. اخذ گواهی بهداشت و قرنطینه (دامی، نباتی. حسب مورد)

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۳۱	

۴. گواهی استاندارد (در صورتی که کالا مشمول مقررات اجباری استاندارد صادراتی باشد)
۵. گواهی انرژی اتمی (حسب مورد) که به این مجوزها گواهی های مرسوم نیز گفته می شود.
۶. تهیه صورت عدل بندی در صورتیکه کالا گوناگون باشد.
۷. شناسنامه فرش (فقط برای فرش دستبافت)

۱-۴: ارزیابی و تحلیل الگوی خرید مصرف کنندگان در بازار عراق

کشور ما علی رغم پیشرفت های فراوان و تولید بی شماری از محصولات صنعتی به دلیل عدم معرفی مناسب این محصولات در بازارهای هدف خود نتوانسته است جایگاه مناسبی برای فروش این محصولات پیدا کند. بازاریابی مهمترین قدم در صادرات می باشد. شناخت بازارهای خارجی و راه های نفوذ به آن، شناخت رقبا در کشور هدف، معرفی محصول از مهمترین قسمت های بازاریابی می باشد که نیازمند داشتن اطلاعات از کیفیت کالا، قیمت و میزان مصرف در بازار خرید است.

همواره برای رقابت بهتر و پیشی گرفتن از کشورهای رقیب که در این بازار سهمی دارند باید نسبت به بسته بندی محصول مطابق با فرهنگ آن کشور و مد روز توجه جدی شود. محصولات باید دارای کیفیت، برند و بسته بندی مناسب باشند. یک بسته بندی خوب در عین زیبایی و جاذبه لازم برای خریدار نباید هزینه تمام شده محصول را به صورت چشم گیر بالا ببرد. زیرا کشورهایی مانند سوریه و ترکیه در بازار عراق حضور دارند از طرف دولت برای بسته بندی محصولات خود جهت صادرات یارانه دریافت می کنند و این امر می تواند برای تولیدکنندگان ایرانی هیچگونه یارانه ای دریافت نمی کنند منجر به بالا رفتن هزینه بسته بندی محصولات شود تا به سادگی بازار عراق را از دست بدهند.

تولید کنندگان و تجار باید همواره این نکته را مدنظر داشته باشند با برندسازی مناسب برای محصولات و تبلیغات مناسب، از فروش بالا به سود مطلوب خود برسند نه قیمت بالا. با بالا رفتن شمار فروش در صادرات سود از فروش کالای موردنظر تحقق پیدا می کند و با تثبیت جایگاه این کالا در بین مردم می توان به سودهای بالاتر نیز دست پیدا نمود.



با توجه به دستور سازمان توسعه تجارت ایران محصولات جهت صادرات به عراق باید دارای برجسب های لاتین یا عربی باشند. در غیر این صورت صادرات آن را ممنوع اعلام کرده است. موسسه استاندارد عراق نیز برای ورود کالای ایرانی به این کشور دستور داده است تمامی کالاها با دو برجسب لاتین و عربی به این کشور صادر شوند. اگر کالای صادراتی فاقد مشخصات موردقبول گمرک عراق باشد، مسئولین از ورود آنها به این کشور جلوگیری می نمایند. این شرایط براساس تفاهم نامه مشترک بین موسسه استاندارد ایران و عراق اجرایی می شود تا یکی از مشکلات صدور کالا به این کشور که در گذشته با برجسب فارسی انجام می گرفت حل شود.

از مهمترین سیستم های ارتباطی با تجار عراقی سیستم ایمیل است. جهت ارتباط با تجار عراقی بهتر است مکاتبات، کاتالوگ ها و غیره به زبان عربی باشند و در اولویت دوم به زبان انگلیسی تهیه شوند. در استان های شمالی عراق بهتر است کاتالوگ و بروشورها به زبان کردی تهیه شوند. جهت شرکت در مناقصات و انجام معاملات تجاری با دولت عراق باید شرکت مورد نظر در عراق به ثبت برسد.

مردم عراق دارای فرهنگ چانه زنی می باشند. پس بهتر است فرآیند مذاکره را به سمتی ببرید که تاجر عراقی حس کند معامله پرسودی را در پیش دارد. خرید به صورت نقد درب کارخانه در ایران و تحویل کالای خریداری شده در مرز توسط تاجر عراقی از روش های مرسوم و مورد درخواست در بازار عراق است.

به دلیل تولیدات اندک در عراق و نامناسب بودن بستر ایجاد کارخانجات در عراق، واردات به عراق آزاد و بدون پیچیدگی در مرزهای گمرکی است. کشور عراق به عنوان یک بازار تجاری رو به رشد، از بازاریابی و تبلیغات به عنوان یکی از ابزارهای کلیدی توسعه اقتصادی بهره می برد. روشهای تبلیغاتی مناسب در عراق عبارتند از:



- حضور در نمایشگاه ها و بازارهای تجاری ویژه
- تبلیغ در رسانه های جمعی عراق و شبکه های ماهواره ای این کشور

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۳۲	

- تهیه و ارائه کارت ویزیت دو زبانه
- تدوین مکاتبات، کاتالوگ ها و در کل تبلیغات به زبان عربی و در درجه دوم به زبان انگلیسی
- همکاری با اعضای انجمن ها و سایر موسسات فعال در زمینه نمایشگاه های تجاری
- ارائه محصولات با کیفیت به مشتریان
- درج آگهی کالا و خدمات در مجلات بازرگانی عراق

مواد غذایی، ابزار و قطعات، مواد شوینده و بهداشتی، دارو و تجهیزات پزشکی و.. از جمله کالاهای مصرفی موردنیاز مردم عراق در این برهه از زمان است. تولیدکنندگان، صادرکنندگان کالا و خدمات فنی و مهندسی از نیازهای مردم عراق در این مقطع آگاهی مناسبی ندارند و همین امر موجب شده تا ایران به رغم توانمندی های موجود در تامین کالا و خدمات موردنیاز مردم عراق، نتواند صادراتی در حد کشورهای مثل ترکیه و سوریه به عراق داشته باشد. عراق به دلیل تمامی محرومیت ها از وجود کمترین صنایع چه مصرفی و چه مواد غذایی و چه پوشاک و ملزومات خانگی بهره مند است که در تمامی زمینه های زندگی، این کشور را جامعه ای مصرف زده کرده که نیاز به واردات دارد. شناخت این نیازها و در کنار آن بهره گیری از مزیت های رقابتی ایران، می تواند فضای مناسبی برای صادرات کالا و تولیدات ایرانی ایجاد نماید.

این کاستی ها و خلاهای موجود در کشور عراق، در کنار محرومیت ۳۰ ساله مردم این کشور ثروتمند، همگی نوعی حسرت توأم با حرص برای مردم عراق ایجاد کرده است که وضعیت کشورهای همسایه از جمله ایران و ترکیه و قطر و امارات و زیرساخت ها و رفاه نسبی موجود در کشورهای همسایه را دیده اند و خودشان با وجود ثروت هنگفت نفتی و دیگر منابع کشاورزی، معدنی، گاز و ... دائما در محرومیت به سر برده اند.



	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	صفحه ۳۳	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	

فصل ۲: ارائه راهکارهای موثر جهت رسوخ در بازار عراق



بازار عراق، گرچه با توجه به پتانسیل های بالا برای اکثر کشورهای همسایه مثل عربستان، کویت، ترکیه، امارات، قطر و کشورهای دیگر از جمله هند، چین، اروپا و آمریکا دارای ظرفیت بالقوه فراوان بوده و طمع اقتصادی فراوانی برای هر کشور و هر اقتصادی ایجاد می کند، اما در عین حال وضعیت اقتصادی فراوانی برای هر کشور و هر اقتصادی ایجاد می کند، اما در عین حال وضعیت رقابت برای ایران بسیار مساعدتر و بهتر است. از جمله عللی که ایران را در عرصه رقابتی با کشورهای دیگر سرآمد می کند می توانیم به موارد زیر اشاره نمود:

- استفاده بیشترین مرز زمینی و آبی مشترک که به آن اشاره کردیم.
 - استفاده از موقعیت فرهنگی: نزدیکی فرهنگی که به آن اشاره نمودیم و می دانیم که رقبا ما در بازار عراق از لحاظ فرهنگی جایگاه خوبی ندارند. چرا که عربستان و ترکیه با عنایت به تفاوت فرهنگی و مذهبی که در مورد اکثر جمعیت عراق دارا هستند و بعضی سیاستهای غلط مثلا حمایت از داعش و گروه های تروریستی، چندان وجهه مطلوبی در میان عام مردم عراق ندارند و این موضوعات همگی بستری مناسب برای رونق و توسعه ارتباط اقتصادی و صنعتی میان طرفین را فراهم می کند.
 - عدم شناخت بازار عراق برای کشورهای دور از این منطقه موضوع دیگری است که ایران را با عنایت به نزدیکی فرهنگی هزاران ساله می تواند پیش از کشورهای دور مثل چین یا اروپا به عراق نزدیک کند.
 - هراس از عدم امنیت که برای بسیاری از کشورهای اروپایی و حتی چین موضوع صادرات به این کشور و سرمایه گذاری در عراق را با مشکلات و تردیدهای مهمی روبرو می کند و برای ایران و ایرانی ها این موضوعات کمتر حائز اهمیت هستند.
 - با این اوصاف واقعیت این است که عرصه برای حضور ایران در بازار عراق گرچه خالی از رقیب نیست و واقعیت بازار نیز این موضوع را هویدا می کند، اما چندان هم دشوار و مشکل نیست و حرکت به سمت تسخیر بازار عراق البته با توجه به مزیت رقابتی ایران، امری شدنی است.
 - در کشور عراق همانند سایر نقاط جهان راهکارهای ویژه ای برای بازاریابی و فروش محصولات مطرح می شوند. برخی از راهکارهای یاد شده عبارتند از:
 - ملاقات و جلسات تجاری ابتدایی، عمدتاً به منظور ایجاد شناخت و آشنایی اولیه تجاری می باشد.
 - در هنگام مذاکرات تجاری در کشور عراق، بهتر است یک مترجم و یا فرد آشنا به زبان عربی همراه تیم تجاری حضور داشته باشد.
 - ارائه گواهی های استاندارد جهانی اخذ شده در تولید محصول به مشتریان سودمند خواهد بود. ضمناً مشخصات استاندارد یاد شده باید در کاتالوگ ها، بروشورها و سایر ابزار تبلیغاتی درج شوند.
 - گردآوری اطلاعات به روز و دقیق از علائق مردم و شرایط اقتصادی جامعه عامل بسیار مهمی در دستیابی به موفقیت است. در صورتی که دسترسی به اطلاعات موردنظر میسر نباشد، بهره برداری از دانش و تجربه تجار محلی مفید خواهد بود.
 - با توجه به بی ثباتی اوضاع در عراق، عدم وجود سیستم انتظامی و قضایی مدون و دشواری یافتن افراد و شرکت های عراقی جهت وصول مطالبات بهتر است مبادله به صورت نقدی یا اعتبارات اسنادی باشد.
 - شیوه های عمده فروشی و خرده فروشی کالا در عراق امکان پذیر و مجاز است.
- در این بخش متناسب با موقعیت کنونی راهبردهایی با هدف رشد مبادلات تجاری به ویژه صادرات ایران به عراق پیشنهاد شده است.

۱. برگزاری اجلاس کمیسیون مشترک بین دو کشور
۲. پیگیری امضاء و اجرای تفاهات مختلف میان دو کشور
۳. برگزاری کمیته های فنی و تجاری مشترک (استاندارد، حمل و نقل، بانکی، گمرکی و...) میان دو کشور
۴. استقرار رایزنان بازرگانی جمهوری اسلامی ایران در بغداد و بصره
۵. تشکیل اتاق مشترک بازرگانی بین دو کشور
۶. برگزاری همایش های مختلف تجاری با عراق

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۳۴	

۷. برگزاری سالانه نمایشگاه اختصاصی جمهوری اسلامی ایران در بغداد
۸. مشارکت در کلیه نمایشگاه های بین المللی عراق
۹. تاسیس مرکز دائمی نمایشگاهی جمهوری اسلامی ایران در بغداد
۱۰. پیگیری اتصال خط آهن بصره-شلمچه
۱۱. پیگیری حل مشکلات گمرکات و بازارچه های مرزی
۱۲. افزایش مبادلات دو کشور
۱۳. برگزاری اجلاس کمیسیون همکاری های اقتصادی
۱۴. مبادله هیات های بازاریابی و تجاری
۱۵. مشارکت در بازسازی و نوسازی صنایع فرسوده عراق
۱۶. پیگیری حل مشکلات حمل مستقیم کالا میان دو کشور
۱۷. پیگیری سرمایه گذاری مشترک در شهرک های صنعتی مرزی
۱۸. توافق سیاسی مقامات دولتی و بانک های کشور
۱۹. اتصال خطوط ریلی
۲۰. تشکیل شرکت های مشترک حمل کالا
۲۱. پذیرش متقابل استانداردهای ملی دو کشور
۲۲. پذیرش تایید گواهی شرکت های استاندارد مورد توافق
۲۳. تاسیس مراکز تجاری و نمایشگاه دائمی در عراق
۲۴. تاسیس مراکز عرضه مستقیم محصولات ایرانی
۲۵. الزام دولت عراق به اعلام قبلی و اطلاع رسانی از وضع مقررات جدید و ناگهانی
۲۶. امضای تفاهم نامه در میان گمرکات مرزی دو کشور
۲۷. ایجاد مدیریت واحد گمرکی
۲۸. توافق مقامات سیاسی و فنی دو کشور در خصوص مشکلات داخلی عراق تا مرز ایران
۲۹. تجمیع عوارض و دریافت مبالغ و هزینه ها در مرز
۳۰. تفاهم در زمینه پذیرش اسناد صادراتی دو جانبه
۳۱. تشویق شرکت های ایرانی به حمل مستقیم

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۳۵	

فصل ۳: ارائه بانک اطلاعاتی از تولید کنندگان ، مشتریان و بازرگانان بازار عراق

تولید کنندگان ایرانی

به طور کلی باغداران و بنگاه های صنعتی محصول کیوی به همراه اطلاعات جمع آوری شده در جدول زیر ذکر شده است.

جدول ۹- بانک اطلاعاتی تولید کنندگان ایرانی

نوع فعالیت	ردیف	نام واحد	محل احداث	ظرفیت تولید(تن)	اشتغال	راه ارتباطی
انواع جعبه و محافظه پلاستیکی برای حمل و نقل و بسته بندی	۱	فیروز فیاضی حور	گیلان	۶۰۰	۷	۱۳۴۴۲۱۱۳۵۸
	۲	خزر باران تالش با مسئولیت محدود	گیلان	۴۵۰۰	۲۵	۹۱۱۱۸۱۹۰۰۴
	۳	احمد خندستانی چوبر	گیلان	۵۰	۶	۱۸۲۴۲۲۸۰۴۵
	۴	تعاونی تولید سبد پلاستیک ممتاز گیلان	گیلان	۲۰۰	۱۰	۱۳۴۲۵۲۰۰۰۰
	۵	روزبه فیاضی حور	گیلان	۷۰۰	۲۲	۱۸۲۴۳۶۳۳۵
	۶	نیرو آفرینان شمال غرب	گیلان	۴۵۰	۷	۲۴۱۴۲۶۹۶۳۷
	۷	تعاونی صنایع پلاستیک صافدل رودسر	گیلان	۷۰۰	۹	۱۴۲۶۲۳۰۳۳۹
	۸	صنایع پلیمر فرمان منطقه آزاد انزلی	گیلان	۹۰۰	۵	۱۸۱۳۲۰۱۵۰۰
	۹	سهراب فتح الهی لمیر	گیلان	۵۰	۶	۱۸۲۴۳۷۳۳۱۱
	۱۰	پویا فیضی اله جانی	گیلان	۳۰۰	۷	۱۳۴۴۲۸۰۹۷۷
	۱۱	مرتضوی رضوی دوله ملال	گیلان	۳۰۰	۴	۱۳۴۴۶۶۵۲۲۵
	۱۲	اقبال رحیمیان	گیلان	۲۵۰	۷	۱۳۴۴۲۸۰۸۰۶
	۱۳	محمد تقی یوسفی	گیلان	۳۰۰	۱۰	۱۳۴۴۲۴۲۸۲۱
	۱۴	سهند توچال	گیلان	۵۰	۶	۱۳۴۲۶۹۳۲۸۰
	۱۵	مهرداد عظیما	گیلان	۹۰۰	۱۲	۱۳۴۲۶۵۴۱۱۱
	۱۶	رایان بهتاش مومن	گیلان	۳۱۰۰	۲۳	۱۳۴۴۳۳۰۰۰۰
	۱۷	قلی پور پلاست چوبر	گیلان	۴۰۰۰	۱۰	۱۳۴۳۲۵۱۸۱۳
	۱۸	تعاونی تولیدی چاپ رنگارنگ	گیلان	۵۵۰	۶	۱۳۳۳۴۲۸۰۸۳
	۱۹	تعاونی گیلان پویا	گیلان	۴۶۰	۵	۱۳۴۴۲۱۰۵۲۱
	۲۰	لوله سازی شمال	گیلان	۳۰۰۰	۶۵	۱۳۳۳۶۹۰۱۰۹
	۲۱	تعاونی قطعات پلاستیکی گوهر ماسوله	گیلان	۱۵۰	۹	۱۳۱۵۵۳۱۸۶۳
	۲۲	رضا سری دیوشلی	گیلان	۵۰۰	۲۱	۱۴۲۵۲۹۰۴۳۴
	۲۳	آذر هدیه سامان	گیلان	۲۵۰۰	۳۸	۱۳۴۴۶۳۷۵۶۳
	۲۴	تعاونی تولیدی تک پلاست	گیلان	۱۸۰۰	۱۲	۱۳۲۳۴۸۲۲۷۷

جدول ۹- بانک اطلاعاتی تولیدکنندگان ایرانی

راه ارتباطی	اشتغال	ظرفیت تولید(تن)	محل احداث	نام واحد	ردیف	نوع فعالیت
۱۳۳۴۷۷۶۲۸۵	۱۵	۱۵۰۰	گیلان	تولیدی پردیس پلاست	۲۵	
۱۳۴۴۸۲۹۰۱۷	۵	۲۰۰	گیلان	سبد پلاست باغداران تالش	۲۶	
۱۱۴۲۵۶۴۱۱۶	۱۳	۲۰۵۲	مازندران	هادی انوشه	۲۷	
۱۱۴۲۲۹۳۵۱۱	۸	۴۰۰	مازندران	محمد علی اکبری تیر	۲۸	
۱۱۳۳۲۴۲۱۹۲	۴	۱۷۰	مازندران	حسین معلمی	۲۹	
	۱۷	۹۸۰	مازندران	محمد عرب نودزی	۳۰	
	۱۲	۵۴۰	مازندران	تولیدی درجه بندی و بسته بندی مرکبات کشاورز طبرستان	۳۱	
۱۱۱۳۲۲۱۸۶۲	۱۰	۴۴۰	مازندران	پارت پلیمر شمال	۳۲	
۱۹۲۴۳۲۲۱۵۳	۶	۲۶۰	مازندران	محسن اخشابی	۳۳	
۱۹۲۵۳۷۶۱۴۴	۱۰	۵۰۰	مازندران	خزایی	۳۴	
۱۵۱۳۱۱۷۳۱۲	۱۱	۷۵۰	مازندران	تولیدی آذین پلاستیک شمال	۳۵	
۱۵۱۳۲۴۵۴۴	۴	۲۰۵	مازندران	حسین صیاد آبدانکشی	۳۶	
۱۵۱۳۱۱۴۵۵۰	۴	۵۰	مازندران	محمد علیزاده کیاپی	۳۷	
۱۵۱۲۲۷۲۷۱۸	۱۲	۶۳۰	مازندران	محمد منتظری المشیری	۳۸	
۱۱۳۳۷۳۶۹۰۲	۱۶	۱۱۴۰	مازندران	صوفی رضوانی بادلی	۳۹	
۱۱۵۵۲۴۳۰۰۲	۱۲	۱۴۳۰	مازندران	همت علی مهرزاد	۴۰	
۱۱۳۴۷۵۲۲۷۵	۷	۱۳۰	مازندران	قاسم سیاوشی	۴۱	
۱۱۵۵۳۷۵۶۸۲	۱۴	۱۲۶۰	مازندران	آرزو امین آرا	۴۲	
۱۱۳۲۰۲۳۸۸۰	۲۰	۱۰۸۰	مازندران	رضا نبی زاده کفشگر	۴۳	
۱۱۴۲۴۳۳۷۴۱	۹	۲۱۶	مازندران	صنایع پلاست شمال	۴۴	
۱۱۳۴۶۳۴۲۶۶	۴	۱۳۰	مازندران	افسانه روحانی برج	۴۵	
۱۱۴۴۲۲۴۴۲۲	۱۲	۲۱۶۰	مازندران	الیکا دامون	۴۶	
۱۱۵۵۲۴۲۰۴۰	۲۰	۱۰۰۰	مازندران	عبداله کاظم تمیمی	۴۷	
۱۵۲۵۶۴۱۹۰۹	۱۹	۱۳۸۲	مازندران	تولیدی قطعات پلاستیکی نارنج پلاست نکا	۴۸	
۱۵۱۳۷۲۳۲۰۵	۱۷	۸۳۷	مازندران	قاسم قاسمی	۴۹	
۱۱۱۲۱۲۳۶۸	۲۰	۱۳۰	مازندران	سید علی آزمون	۵۰	
۱۱۴۲۵۵۴۵۲۰	۱۸	۱۲۰۰	مازندران	مهدی علی زاده	۵۱	

جدول ۹- بانک اطلاعاتی تولیدکنندگان ایرانی

راه ارتباطی	اشتغال	ظرفیت تولید(تن)	محل احداث	نام واحد	ردیف	نوع فعالیت
۱۱۴۲۵۴۶۲۲۹	۱۲	۱۳۴۰	مازندران	تعاونی تولیدی ۱۰۷ نایلون خزر	۵۲	
۹۱۱۱۵۱۱۰۵۸۰	۱۴	۸۱۵	مازندران	بهکوش ساری	۵۳	
۱۲۴۳۵۶۲۴۶۴	۱۲	۱۱۰۰	مازندران	حسن گنجیان ابوخیلی	۵۴	
۹۱۲۱۱۶۰۲۱۹	۱۷	۶۱۰	مازندران	صنعت فراوران آمل س خ	۵۵	
	۱۳	۱۲۳۰	مازندران	تعاونی تولیدی آرمان ۹۸۷ ساری	۵۶	
۹۱۲۱۲۴۴۲۶۲	۶	۷۳۰	مازندران	حسین رحیمی	۵۷	
.	۱۰	۲۲۵	مازندران	حسین فاتحی عبدالملکی	۵۸	
	۱۶	۵۳۴	مازندران	خطیر شیمی قائم س خ	۵۹	
۹۱۱۳۹۲۲۰۹۴	۸	۵۲۰	مازندران	تولیدی پلاستیک خوبان تنکابن	۶۰	
۳۸۳۳۳۰۴	۲۴	۱۰۰۰	مازندران	صنایع غذایی لیته مازندران	۶۱	
۱۲۱۲۲۸۴۰۹۰	۱۰	۴۳۰	مازندران	نوید پلاستیک امل	۶۲	
۹۱۱۱۵۲۰۸۶۳	۱۷	۹۶۵	مازندران	عبدالرضا فولادی	۶۳	
۱۹۲۱۷۸۲۵۶۸	۵	۳۳۵	مازندران	سبد سازی برتر پلاست س خ	۶۴	
۹۱۱۱۵۴۲۷۱۲	۱۶	۵۸۰	مازندران	تعاونی تولیدی سبد سازان جویبار	۶۵	
۱۵۱۳۲۵۳۹۶۴	۵	۷۵	مازندران	عیسی پناهی	۶۶	
۱۵۱۲۱۲۳۶۶۵	۱۴	۸۲۰	مازندران	امیر قلی امیری نوری	۶۷	
۱۹۲۵۳۷۲۵۹۵	۳	۱۳۰	مازندران	غلیرضا جنت بابائی	۶۸	
۹۱۱۱۲۸۲۹۷۴	۹	۶۲۵	مازندران	آذران پلاستیک شمال	۶۹	
۹۱۱۱۹۱۱۰۱۲	۱۰	۷۸۰	مازندران	شکوه شیخ علیپور	۷۰	
۱۹۲۴۷۲۲۷۴۳	۹	۳۵۴	مازندران	عبدالرحیم بهرامی	۵۲	
۱۵۱۳۲۲۰۳۸۱	۴۲	۴۳۰	مازندران	گروه صنعتی بیدگل مهدشت - س خ	۵۳	
۹۱۱۳۵۵۶۲۶۴	۴	۲۲۰	مازندران	مظفر اصغری آکردمی	۵۴	
۹۱۱۱۱۱۳۶۸۴	۲۶	۸۸۵	مازندران	مهدی قلی پور چاری ورمضانعلی مومن زاده چاری	۵۵	
	۹	۱۸۰	مازندران	غلامرضا عباسعلی پور	۵۶	
	۷	۷۰۰	مازندران	پدیده پلاستیک بابل - س خ	۵۷	
۱۲۳۳۷۶۱۱۸	۱۸	۵۰	مازندران	شهریار برزویی کوتنایی	۵۸	
	۲۵	۳۳	مازندران	مجمع تولیدی پلاستیک صدرا پیشرو	۵۹	
۱۱۲۵۵۷۶۳۶۹	۱۷۹	۲۴۴۰	مازندران	صنایع نساج پلیمر بابلسر	۶۰	

جدول ۹- بانک اطلاعاتی تولیدکنندگان ایرانی



راه ارتباطی	اشتغال	ظرفیت تولید(تن)	محل احداث	نام واحد	ردیف	نوع فعالیت
۱۱۵۴۲۴۳۳۲۶	۲۰	۱۰۰۰	مازندران	ابراهیم رضایی شاهی	۶۱	
۱۱۴۲۱۱۳۴۱۶	۱۵	۲۷۷۲	مازندران	تعاونی تولیدی شمال محصول مازندران	۶۲	
۱۵۱۳۵۵۳۴۳۴	۲۴	۱۵۵۳	مازندران	تولیدی تجن پلاست	۶۳	
۱۱۴۲۱۷۵۴۳۸	۱۷	۲۰۴۰	مازندران	مازند پلاست قائم	۶۴	
۲۱۸۸۷۵۳۵۰	۵۲۵	۱۰۰	مازندران	تجهیزات مدارس ایران	۶۵	
۱۱۳۲۰۲۳۸۸۵	۸	۱۰۰	مازندران	تعاونی کوشا پلاست کرات	۶۶	
۱۱۳۳۲۱۱۲۷۹	۷	۶۱۰	مازندران	محمد غفاری	۶۷	
۱۱۳۳۸۱۴۷۳۱	۱۰	۲۶۰	مازندران	امیر قاسمی سمسکنده	۶۸	
۱۱۳۲۲۵۵۰۶۶	۷	۳۰۰	مازندران	علی فولادی سوادکوهی	۶۹	
۱۱۴۲۳۷۰۸۸۰	۱۲	۵۳۶	مازندران	امیر فرهنگ اسدی	۷۰	
۱۱۴۲۵۶۹۷۱۱	۲۱	۱۴۰۰	مازندران	بهار نارنج برداران ولیزاده	۷۱	
۱۱۳۳۷۵۶۵۸۵	۶	۵۰	مازندران	امین مختارپور	۷۲	
۱۷۱۴۴۳۰۳۷۳	۷	۶۵۰	گلستان	گل محمد جلالی	۷۳	
۱۷۱۵۵۲۱۱۹۹	۵	۲۵۰	گلستان	علی قلعه قافی	۷۴	
۱۷۲۲۵۸۳۳۹۱	۸	۵۰۰	گلستان	محمود غفاری	۷۵	
۱۷۳۴۲۶۵۶۰۹	۸	۵۰۰	گلستان	مجید شایینی	۷۶	
۱۷۱۲۵۷۳۵۳۵	۲۰	۱۷۱۰	گلستان	رامتین صنعت گلستان	۷۷	
۱۷۳۲۱۷۵۵۱۵	۶۸	۷۰۰	گلستان	دیرین آفرین پارت	۷۸	
	۱۰	۸۰۰	گلستان	هیوا پلاست کردکوی	۷۹	
۱۷۳۴۴۷۴۸۶۰	۴۸	۱۲۰	گلستان	شرکت آلتین پلیمر گلدشت	۸۰	
۱۷۱۲۳۸۳۸۳۸	۵	۴۵۰	گلستان	سید سازان گل	۸۱	
۳۳۵۶۷۰۳	۹	۸۰۰	گلستان	هیوا پلاست کردکوی	۸۲	
۱۷۱۵۵۳۵۵۸۳	۱۱	۷۲۰	گلستان	آزاد پلاستیک ساحل گلستان	۸۳	

جمع کل

اشتغال ۲۰۶۲ نفر

ظرفیت تولید ۸۳۱۳۹ تن جعبه و سبد میوه

۰۱۸۲۴۳۶۲۸۵۲-۳	۲۵	۱۱۰۰	گیلان	بازرگانی فضل آذربایجان - سهامی خاص	۱	سورتینگ
۹۱۱۱۲۶۲۲۰۵	۱۰	۱۸۰۰	مازندران	تعاونی تولیدی صادراتی تار قائم	۲	و بسته
۰۱۹۲۴۹۴۳۳۹۱-۳	۱۷	۲۲۰۰	مازندران	میوه پارس کاسپین سلمانشهر	۳	بندی

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		کارفرما: شرکت شهرک های صنعتی گیلان	
	صفحه ۳۹	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲		

جدول ۹- بانک اطلاعاتی تولید کنندگان ایرانی

نوع فعالیت	ردیف	نام واحد	محل احداث	ظرفیت تولید(تن)	اشتغال	راه ارتباطی
	۴	مروارید صدف فرخنده	گلستان	۴۰۰۰۰	۵۰	۰۱۷۳۳۷۸-۴۳۴۱
	۵	بازرگانی کامیاب کام گلستان	گلستان	۴۰۰۰۰	۱۸	۰۱۷۳-۵۷۵۳۲۲۳
جمع کل						
اشتغال ۱۲۰ نفر						
ظرفیت تولید ۸۵۱۰۰ تن میوه						
سردخانه	۱	زم کادوس	گیلان	۱۶۰۰	۷	۱۳۲۷۵۶۲۱۸۳
	۲	تعاونی سردخانه ساحل شرق	گیلان	۲۰۰۰	۱۱	۱۴۲۶۳۶۴۵۰۶
	۳	محمد علی جعفری	گیلان	۱۰۰۰	۷	۱۱۵۵۲۵۶۶۷۶
	۴	خزر باران تالش با مسئولیت محدود	گیلان	۳۵۰۰	۲۵	۱۸۲۴۳۶۲۹۹۳
	۵	صنایع غذایی آسگون گستر	گیلان	۱۰۰۰	۸	۱۸۲۴۳۶۲۷۷۵
	۶	تعاونی سردخانه دو هزار تنی دهکده شمال	گیلان	۱۰۰۰	۵	۱۴۲۶۵۸۶۰۹۸
	۷	مهاس گیل پاک - سهامی خاص	گیلان	۵۰۰	۵۵	۰۱۳۱-۳۲۲۱۴۵۱
	۸	سردینه سازان خزر با مسئولیت محدود	گیلان	۲۰۰۰	۲۵	۰۱۴۲۶۵۸۴۳۳۱-۲
	۹	بازرگانی فضل آذربایجان - سهامی خاص	گیلان	۴۵۰۰	۲۵	۰۱۸۲۴۳۶۲۸۵۲-۳
	۱۰	میرعبداله آقائی	گیلان	۳۰۰۰	۸	۹۱۴۳۴۶۴۲۸۳
	۱۱	محمد خادمی	گیلان	۱۰۰	۲۰	۰۱۳۱-۸۱۹۲۱۳۴
	۱۲	فرآورده های گوشتی کاله آمل	گیلان	۱۶۰	۸۰	۰۱۳۱۸۱۹۵۳۷۰-۴
	۱۳	فرآورده های لبنی کاله	گیلان	۳۵۰	۲۰	
	۱۴	سردخانه بزرگ بابل س خ	مازندران	۳۰۰۰	۹	۹۱۱۱۱۳۰۲۴۴
	۱۵	کشت و صنعت اوت	مازندران	۳۷۰۰	۱۱	۱۹۱۲۲۵۳۱۱۲
	۱۶	مرکز تهیه و اصلاح بذر جنگلی	مازندران	۱۵۰	۱۲	۲۸۷۶-۲۲۶۶۱-۲۲۸۲۵
	۱۷	نادر خورزاد	مازندران	۶۵۰	۲	.
	۱۸	کشت و صنعت گلشهر تنکابن	مازندران	۱۶۳۰	۴	۹۱۲۱۲۳۷۶۲۸
	۱۹	تعاونی سردخانه ابوذر رامسر	مازندران	۴۰۰	۶	۰۱۹۲-۵۲۲۷۵۵
	۲۰	کرانه کتالم س خ	مازندران	۱۵۰۰	۵	.
	۲۱	تعاونی سردخانه مرجان کتری	مازندران	۱۲۰۰	۶	۱۹۲۴۷۲۳۳۱۱
	۲۲	ولی شریعتی مقدم	مازندران	۱۵۰۰	۱۰	۰۱۹۲-۴۲۲-۸۸۲۹
	۲۳	معصومه آقائی	مازندران	۵۰۰	۴	۲۴۰۹۶
	۲۴	هما سپهساری	مازندران	۲۰۰	۳	۲۴۱۷۷



مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل

صفحه ۴۰ |

تاریخ: خرداد ۱۴۰۲

کارفرما: شرکت شهرک های صنعتی گیلان



جدول ۹- بانک اطلاعاتی تولیدکنندگان ایرانی

نوع فعالیت	ردیف	نام واحد	محل احداث	ظرفیت تولید(تن)	اشتغال	راه ارتباطی
	۲۵	مجتمع اقتصادی کمیته امداد امام خمینی ره	مازندران	۱۶۰۰	۱۹	۰۱۲۴۹-۲۴۳۰
	۲۶	تعاونی سردخانه و یخسازی فردوس سلمان شهر	مازندران	۲۰۰۰	۱۵	۱۹۲۴۹۴۲۶۲۲
	۲۷	یونس ظرافت	مازندران	۱۱۰۰	۶	۱۱۱۲۲۵۴۷۰۸
	۲۸	محمد ثمربخش	مازندران	۲۰۰۰	۱۴	۰۱۵۱-۳۲۶۰۸۳۳-۴
	۲۹	میوه پارس کاسپین سلمان شهر	مازندران	۴۵۰۰	۱۷	۰۱۹۲۴۹۴۳۳۹۱-۳
	۳۰	سردخانه بوران شمالس خ	مازندران	۷۷۰	۳۳	۱۲۳۲۱۷۳۴۰۰
	۳۱	علی پناه خدادادی	مازندران	۷۵۰	۳	۹۱۱۱۲۶۲۴۰۵
	۳۲	رحمت الله احمدی	مازندران	۵۰۰	۱۵	۱۲۳۲۱۴۶۵۵۵
	۳۳	مهدی صالحی	مازندران	۴۵۰	۱۰	.
	۳۴	سردخانه و بسته بندی گنجی-س خ	مازندران	۱۰۰۰	۹	۱۱۳۲۲۵۱۳۰۹
	۳۵	سلمان لهراسی	مازندران	۱۰۰۰	۶	۱۹۲۴۲۵۵۱۶۱
	۳۶	عبدالرحیم بهرامی	مازندران	۱۵۰۰	۹	.
	۳۷	سردخانه سپاهان سرد شمال	مازندران	۲۰۰۰	۷	۱۹۲۴۴۲۲۵۲۰
	۳۸	تعاونی سردخانه دوهزار تنی طراوت تنکابن	مازندران	۱۳۰۰	۳	۱۹۲۴۶۶۶۶۹۶
	۳۹	کشاورزان استرآباد	گلستان	۱۵۰۰	۸	۴۴۲۴۹۳۷-۴۴۲۴۶۱۱
	۴۰	هلی بار	گلستان	۳۰۰۰	۱۵	۰۱۷۳-۳۳۶۲۰۰۱
	۴۱	مزرعه نمونه	گلستان	۱۰۰۰	۸	۳۳۷۷-۴۴۲۲
	۴۲	مروارید صدف فرخنده	گلستان	۶۰۰	۵۰	۰۱۷۳۳۷۸-۴۳۴۱

جمع کل

اشتغال ۶۱۵ نفر

ظرفیت تولید ۶۱۷۱۰ تن سردخانه

نوع فعالیت	ردیف	نام واحد	محل احداث	ظرفیت تولید(تن)	اشتغال	راه ارتباطی
تعاونی	۱	تولیدی کیوی میثم نادر شمال	گیلان			فعال
	۲	کیوی کاران خزر تالش	گیلان			فعال
	۳	کیوی کریم سرای تالش	گیلان			فعال
	۴	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره پنجاه و یک تالش	گیلان			فعال
	۵	باغ کیوی نظری محله	گیلان			فعال
	۶	باغ کیوی سلماس لیسار	گیلان			فعال
	۷	تولیدی کیوی مهیار پشته جوکندان	گیلان			فعال
	۸	کیوی کاران جولندان تالش	گیلان			فعال

جدول ۹- بانک اطلاعاتی تولیدکنندگان ایرانی

نوع فعالیت	ردیف	نام واحد	محل احداث	ظرفیت تولید(تن)	اشتغال	راه ارتباطی
	۹	باغ کیوی خوش طعم نمونه قروق	گیلان			فعال
	۱۰	کیوی کاران صداقت جوکنندان	گیلان			فعال
	۱۱	کیوی خزر لیسار	گیلان			فعال
	۱۲	طراوت گستر کیوی تالش	گیلان			فعال
	۱۳	کیوی انگبین اسالم	گیلان			فعال
	۱۴	کیوی کاری زنبق جوکنندان	گیلان			
	۱۵	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره نوزده تالش	گیلان			فعال
	۱۶	کیوی کاری زنبق جوکنندان	گیلان			فعال
	۱۷	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره شانزده تالش	گیلان			فعال
	۱۸	تولیدی کیوی سبز اسالم	گیلان			فعال
	۱۹	کیوی خوش طعم جوکنندان تالش	گیلان			فعال
	۲۰	تولیدی کیوی سبز میانکوه	گیلان			فعال
	۲۱	تامین نیاز کیوی کاران شهرستان تالش	گیلان			فعال
	۲۲	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره دو تالش	گیلان			فعال
	۲۳	کیوی کاران ستار لیسار	گیلان			فعال
	۲۴	باغ کیوی خوش طعم گلستان تالش	گیلان			فعال
	۲۵	کیوی کاری بهاران چلونصر	گیلان			فعال
	۲۶	اتحادیه شرکت های تعاونی کیوی کاران غرب گیلان	گیلان			فعال
	۲۷	کشاورزی تولید کنندگان کیوی برتر کیوی خزر	گیلان			فعال
	۲۸	پرورش کیوی خندان رحیم آباد	گیلان			فعال
	۲۹	کیوی کاران سرزمین آبی	گیلان			فعال
	۳۰	کیوی تک خوشابهر	گیلان			فعال
	۳۱	کشاورزی کیوی کاران شهرستان رودسر	گیلان			فعال
	۳۲	احداث باغ کیوی معین	گیلان			فعال
	۳۳	بهار کیوی رودسر	گیلان			فعال
	۳۴	باغ کیوی سرچشمه کلدره علیا	گیلان			فعال
	۳۵	کیوی گیلار نورده	گیلان			فعال
	۳۵	تولیدی کیوی فردوس قلعه رودخان	گیلان			فعال
	۳۶	تولید کیوی و مرکبات مزرعه کسری	گیلان			فعال
	۳۷	تولیدی کیوی هادی کیشهر کیوی	گیلان			فعال
	۳۸	پرورش کیوی کسری واجارگاه	گیلان			فعال

جدول ۹- بانک اطلاعاتی تولیدکنندگان ایرانی

نوع فعالیت	ردیف	نام واحد	محل احداث	ظرفیت تولید(تن)	اشتغال	راه ارتباطی
	۳۹	کیوی کاری چشمه گیله لنگرود	گیلان			فعال
	۴۰	کیوی کاران دست طلاپی	مازندران			فعال
	۴۱	پرورش کیوی فروغ آمل	مازندران			فعال
	۴۲	تولیدی مه چین کیوی قائم	مازندران			فعال
	۴۳	تولیدی پرورش کیوی ممتاز آستارا	گلستان			فعال
	۴۴	پرورش کیوی بهاران آستارا	اردبیل			فعال
	۴۵	تولیدی گلشن کیوی	اردبیل			فعال
	۴۶	احداث باغ کیوی طلا دانه	گیلان			غیر فعال
	۴۷	پرورش کیوی ساحل صدف	گیلان			غیر فعال
	۴۸	پرورش کیوی گل سفید پر	گیلان			غیر فعال
	۴۹	تولیدی پرورش کیوی ممتاز آستارا	گیلان			غیر فعال
	۵۰	پرورش کیوی بهاران آستارا	گیلان			غیر فعال
	۵۱	تولیدی گلشن کیوی	گیلان			غیر فعال
	۵۲	تولیدی کیوی مزرعه کیوی نمونه	گیلان			غیر فعال
	۵۳	اتحادیه کیوی کاران گیلماز شرق گیلان	گیلان			غیر فعال
	۵۴	کیوی گیل طلاپی آستانه گیلان	گیلان			غیر فعال
	۵۵	تولیدی پرورش کیوی حاتم	گیلان			غیر فعال
	۵۶	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره شصت و سه تالش	گیلان			غیر فعال
	۵۷	کیوی کاری حسام چوبر	گیلان			غیر فعال
	۵۸	باغ کیوی افشین کوچلان محله	گیلان			غیر فعال
	۵۹	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره پنجاه و پنج تالش	گیلان			غیر فعال
	۶۰	تولیدی کیوی سبز گستر تالش	گیلان			غیر فعال
	۶۱	باغ کیوی همای رحمت تالش	گیلان			غیر فعال
	۶۲	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره بیست و دو تالش	گیلان			غیر فعال
	۶۳	خدمات مهر پرورش کیوی شماره چهل و دو تالش	گیلان			غیر فعال
	۶۴	باغ کیوی نگین جنگل جوکنندان	گیلان			غیر فعال
	۶۵	کیوی آقاجان تالش	گیلان			غیر فعال
	۶۶	پرورش کیوی برادران اکبرزاده	گیلان			غیر فعال
	۶۷	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره بیست و هفت تالش	گیلان			غیر فعال
	۶۸	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره سی نه تالش	گیلان			غیر فعال

جدول ۹- بانک اطلاعاتی تولیدکنندگان ایرانی

نوع فعالیت	ردیف	نام واحد	محل احداث	ظرفیت تولید(تن)	اشتغال	راه ارتباطی
	۶۹	باغ کیوی حیدر تالش	گیلان			غیر فعال
	۷۰	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره بیست و یک تالش	گیلان			غیر فعال
	۷۱	کیوی گلبرگ تالش	گیلان			غیر فعال
	۷۲	کیوی کشت تالش	گیلان			غیر فعال
	۷۳	کیوی کاری امیر مهر حویق	گیلان			غیر فعال
	۷۴	باغ کیوی سکوتی تالش	گیلان			غیر فعال
	۷۵	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره چهل یک تالش	گیلان			غیر فعال
	۷۶	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره سی و شش تالش	گیلان			غیر فعال
	۷۷	کیوی کاران سبز خطبه سرا	گیلان			غیر فعال
	۷۸	کیوی کاری اسپیدار تالش	گیلان			غیر فعال
	۷۹	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره ده تالش	گیلان			غیر فعال
	۸۰	تولیدی کیوی نوبرانه تالش	گیلان			غیر فعال
	۸۱	کیوی کاری شفق جوکنندان	گیلان			غیر فعال
	۸۲	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره پانزده تالش	گیلان			غیر فعال
	۸۳	باغ کیوی مروارید لمر	گیلان			غیر فعال
	۸۴	کیوی حشمت تالش	گیلان			غیر فعال
	۸۵	کیوی جلگه سبز جوکنندان	گیلان			غیر فعال
	۸۶	کیوی کاسپین کشلی	گیلان			غیر فعال
	۸۷	تولیدی کیوی نادر جوکنندان	گیلان			غیر فعال
	۸۸	کیوی کاری مهدی جوکنندان	گیلان			غیر فعال
	۸۹	باغ کیوی خوش طعم پلاسی سلیمانزاد	گیلان			غیر فعال
	۹۰	پرورش کیوی فراز مهر تالش	گیلان			غیر فعال
	۹۱	کیوی کاران احسان گل تالش	گیلان			غیر فعال
	۹۲	باغ کیوی امیرنژاد لمر	گیلان			غیر فعال
	۹۳	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره سی هشت تالش	گیلان			غیر فعال
	۹۴	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره چهل و هفت تالش	گیلان			غیر فعال
	۹۵	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره هشت تالش	گیلان			غیر فعال
	۹۶	کیوی مهرداد مریان تالش	گیلان			غیر فعال
	۹۷	تولید پرورش کیوی بهامین تالش	گیلان			غیر فعال

جدول ۹- بانک اطلاعاتی تولیدکنندگان ایرانی

نوع فعالیت	ردیف	نام واحد	محل احداث	ظرفیت تولید(تن)	اشتغال	راه ارتباطی
	۹۸	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره چهارده تالش	گیلان			غیر فعال
	۹۹	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره پنجاه تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۰۰	کیوی ماهان تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۰۱	کیوی کاران حافظ کاردان لیسار	گیلان			غیر فعال
	۱۰۲	کشاورزی پرورش کیوی شماره سه تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۰۳	کیوی کاری نهالستان حامد تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۰۴	پرورش کیوی صلصال دژ	گیلان			غیر فعال
	۱۰۵	کیوی ناب قنبر محله جوکنندان	گیلان			غیر فعال
	۱۰۶	کیوی کوهپایه تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۰۷	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره چهل و چهار تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۰۸	کیوی کاری پوریای جماکوه	گیلان			غیر فعال
	۱۰۹	پرورش کیوی خوش طعم نمونه یاهو لیسار	گیلان			غیر فعال
	۱۱۰	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره چهل و شش تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۱۱	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره بیست و نه تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۱۲	کیوی مهر رضا پلاسی	گیلان			غیر فعال
	۱۱۳	کیوی کاران باغ سبز تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۱۴	باغ کیوی منصور صفرنیا	گیلان			غیر فعال
	۱۱۵	باغ کیوی جاهد جوکنندان	گیلان			غیر فعال
	۱۱۶	کیوی کاری رخشنده تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۱۷	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره سی تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۱۸	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره دوازده تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۱۹	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره شصت دو تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۲۰	پرورش کیوی مهرگان لیسار خزر	گیلان			غیر فعال
	۱۲۱	باغ کیوی بشارتی خوش طعم تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۲۲	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره یازده تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۲۳	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره یک تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۲۴	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره شصت تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۲۵	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره پنجاه و نه تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۲۶	کیوی کاران نوروژی تالش	گیلان			غیر فعال

جدول ۹- بانک اطلاعاتی تولیدکنندگان ایرانی

نوع فعالیت	ردیف	نام واحد	محل احداث	ظرفیت تولید(تن)	اشتغال	راه ارتباطی
	۱۲۷	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره چهل و نه تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۲۸	تولیدی کیوی باران تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۲۹	کیوی خوش طعم آبدار تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۳۰	کشت پرورش کیوی اشکان	گیلان			غیر فعال
	۱۳۱	کیوی پویای مهر لیمر	گیلان			غیر فعال
	۱۳۲	کیوی کاران یوسفی	گیلان			غیر فعال
	۱۳۳	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره شصت یک تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۳۴	کشاورزی مهر پرورش کیوی شصت و چهار تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۳۵	پرورش کیوی پی سرای تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۳۶	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره سی و دو تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۳۷	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره بیست و پنج تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۳۸	کیوی طلایی لیسار	گیلان			غیر فعال
	۱۳۹	کیوی در دانه تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۴۰	پرورش کیوی پشته جوکندان	گیلان			غیر فعال
	۱۴۱	باغ کیوی خزر پشته جوکندان	گیلان			غیر فعال
	۱۴۲	باغ کیوی عسل	گیلان			غیر فعال
	۱۴۳	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره سی چهار تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۴۴	پرورش کیوی خلخالیان تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۴۵	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره بیست و شش تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۴۶	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره شصت شش تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۴۷	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره پنج تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۴۸	زرین کیوی تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۴۹	باغ کیوی کاسپین تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۵۰	پرورش کیوی نمونه جلیل هنزنی	گیلان			غیر فعال
	۱۵۱	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره چهل تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۵۲	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره شصت و هفت تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۵۳	کیوی کاری بهنام تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۵۴	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره هفده تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۵۵	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره پنجاه و هفت	گیلان			غیر فعال

جدول ۹- بانک اطلاعاتی تولیدکنندگان ایرانی

نوع فعالیت	ردیف	نام واحد	محل احداث	ظرفیت تولید (تن)	اشتغال	راه ارتباطی
		تالش				
	۱۵۶	باغ کیوی کادوس تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۵۷	پرورش کیوی کهنه حیاط لمر	گیلان			غیر فعال
	۱۵۸	کیوی کاری برگ سبز جوکنندان	گیلان			غیر فعال
	۱۵۹	کیوی حامد نصرت آباد	گیلان			غیر فعال
	۱۶۰	پرورش کیوی آهو قلعه تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۶۱	کشاورزی مهر پرورش کیوی شماره بیست تالش	گیلان			غیر فعال
	۱۶۲	سردخانه ماکان کیوی رحیم آباد	گیلان			غیر فعال
	۱۶۳	کیوی کاران گلشدت	گیلان			غیر فعال
	۱۶۴	پرورش کیوی بهار هراتبر	گیلان			غیر فعال
	۱۶۵	تولید کیوی چاوش سحر	گیلان			غیر فعال
	۱۶۶	جنات کیوی رضوان	گیلان			غیر فعال
	۱۶۷	باغ کیوی حسین دشت کلیمان	گیلان			غیر فعال
	۱۶۸	کیوی پرهام دشت	گیلان			غیر فعال
	۱۶۹	کیوی سبز سروش	گیلان			غیر فعال
	۱۷۰	کشت و پرورش کیوی تولید کیوی کوهساران درفک	گیلان			غیر فعال
	۱۷۱	زرین کیوی گیلان	گیلان			غیر فعال
	۱۷۲	پرورش کیوی مهر کیوی	گیلان			غیر فعال
	۱۷۳	کیوی کاران جوان	گیلان			غیر فعال
	۱۷۴	احداث باغ کیوی مهاجر	گیلان			غیر فعال
	۱۷۵	احداث باغ کیوی درسا کیوی	گیلان			غیر فعال
	۱۷۶	پرورش کیوی مانده رودسر	گیلان			غیر فعال
	۱۷۷	پرورش کیوی پارسا کیوی رودسر	گیلان			غیر فعال
	۱۷۸	پرورش کیوی شفق کلکاسرا	گیلان			غیر فعال
	۱۷۹	احداث باغ کیوی ساحل کیوی	گیلان			غیر فعال
	۱۸۰	تعاونی گیلان کیوی حیاتی	گیلان			غیر فعال
	۱۸۱	پرورش کیوی باغ سبز پشت مخ	گیلان			غیر فعال
	۱۸۲	مزارع کیوی سبز اندیش شمال	گیلان			غیر فعال
	۱۸۳	تولیدی کیوی گیل مردان	گیلان			غیر فعال
	۱۸۴	توسعه کشاورزی پرورش باغ کیوی مهر شماره هشت صومعه سرا	گیلان			غیر فعال

جدول ۹- بانک اطلاعاتی تولیدکنندگان ایرانی

نوع فعالیت	ردیف	نام واحد	محل احداث	ظرفیت تولید(تن)	اشتغال	راه ارتباطی
	۱۸۵	شرکت تعاونی کشت و صنعت کیوی خوش گوآرای صومعه سرا	گیلان			غیر فعال
	۱۸۶	تولید کیوی نوین طلایی صومعه سرا	گیلان			غیر فعال
	۱۸۷	کیوی کاری باغ طبیعت سبز	گیلان			غیر فعال
	۱۸۸	کیوی کاری نگین طلایی فومن	گیلان			غیر فعال
	۱۸۹	توسعه بخش کشاورزی مهر شماره هفده فومن تولید و پرورش کیوی	گیلان			غیر فعال
	۱۹۰	توسعه بخش کشاورزی مهر شماره دوازده فومن تولید و پرورش کیوی	گیلان			غیر فعال
	۱۹۱	کیوی کاران دشت سبز فومن	گیلان			غیر فعال
	۱۹۲	توسعه بخش کشاورزی مهر شماره ده فومن تولید و پرورش کیوی	گیلان			غیر فعال
	۱۹۳	توسعه بخش کشاورزی مهر شماره هجده تولید و پرورش کیوی	گیلان			غیر فعال
	۱۹۴	پرورش کیوی نعمت سبز شمال	گیلان			غیر فعال
	۱۹۵	کشاورزی شمال کیوی	گیلان			غیر فعال
	۱۹۶	پرورش کیوی گیل کیوی کلاچای	گیلان			غیر فعال
	۱۹۷	کشاورزی گیلان کیوی	گیلان			غیر فعال
	۱۹۸	پرورش کیوی نرگس سبز خزر	گیلان			غیر فعال
	۱۹۹	کیوی برادران ناصح رودسر	گیلان			غیر فعال
	۲۰۰	پرورش کیوی کاسپین کیوی کلاچای	گیلان			غیر فعال
	۲۰۱	تولید کیوی سعادت گیلان	گیلان			غیر فعال
	۲۰۲	تولیدی کیوی کار پیر پشته	گیلان			غیر فعال
	۲۰۳	کیوی کاری همیشه سبز گیلان	گیلان			غیر فعال
	۲۰۴	تولیدی کیوی الماس کومله	گیلان			غیر فعال
	۲۰۵	کیوی کاری سبز شهرستان لنگرود	گیلان			غیر فعال
	۲۰۶	کیوی کاری صدف سفید لنگرود	گیلان			غیر فعال
	۲۰۷	تولیدی کیوی کاری سبزینه خالکیاسر	گیلان			غیر فعال
	۲۰۸	تولیدی کیوی کاران رهپویان شاندرمن	گیلان			غیر فعال
	۲۰۹	کیوی کاری راستین شاندرمن	گیلان			غیر فعال
	۲۱۰	تولیدی کیوی باغ رضوان شاندرمن	گیلان			غیر فعال

جدول ۹- بانک اطلاعاتی تولیدکنندگان ایرانی

نوع فعالیت	ردیف	نام واحد	محل احداث	ظرفیت تولید(تن)	اشتغال	راه ارتباطی
	۲۱۱	ناب کیوی مازندران	مازندران			غیرفعال
	۲۱۲	پرورش کیوی میان بندشمال	مازندران			غیرفعال
	۲۱۳	کیوی دار سوته کلا	مازندران			غیرفعال
	۲۱۴	کیوی داران آمل	مازندران			غیرفعال
	۲۱۵	پرورش و کاشت نهال کیوی زمان بابل	مازندران			غیرفعال
	۲۱۶	صحرای کیوی تنکابن	مازندران			غیرفعال
	۲۱۷	کیوی کاران مارال برامسر	مازندران			غیرفعال
	۲۱۸	تولیدی کیوی مهر نوش	مازندران			غیرفعال
	۲۱۹	کیوی صادق طبرستان	مازندران			غیرفعال
	۲۲۰	تولیدی و توزیعی پلاست کیوی رامسر	مازندران			غیرفعال
	۲۲۱	کشاورزی گندمکاران کیوی	اردبیل			غیرفعال
	۲۲۲	کیوی	اردبیل			غیرفعال
	۲۲۳	روستائی کیوی	اردبیل			غیرفعال
	۲۲۴	بسته بندی گلزار کیوی	اردبیل			غیرفعال

جمع کل



اشتغال ۲۷۹۷ نفر

ظرفیت تولید ۲۲۹۹۴۹ تن

مشتریان و بازرگانان عراق

جدول ۱۰- بانک اطلاعاتی مشتریان و بازرگانان عراق

ردیف	نام شرکت / شخص	نوع فعالیت	محل فعالیت	آدرس و شماره تماس
۱	عقید رجب علی	واردات مواد غذایی	بغداد	آدرس: عراق- بغداد تلفن: ۰۹۶۴-۷۹۰۱۱۰۵۵۰۵
۲	برکات الزهرا	واردات مواد غذایی	کربلا	آدرس: عراق- کربلا تلفن: ۰۹۶۴-۰۷۸۰۱۵۴۷۸۸
۳	گروه شماره	واردات مواد غذایی	بغداد	آدرس: عراق- بغداد تلفن: ۰۹۶۴-۰۷۹۰۱۹۰۶۷۷۰
۴	نور	واردات مواد غذایی	بغداد	آدرس: عراق- بغداد تلفن: ۰۹۶۴-۰۷۹۰۱۹۱۶۳۴۱

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۴۹	

جدول ۱۰- بانک اطلاعاتی مشتریان و بازرگانان عراق

ردیف	نام شرکت / شخص	نوع فعالیت	محل فعالیت	آدرس و شماره تماس
۵	تبع الکوثر	واردات مواد غذایی	کربلا	آدرس: عراق - کربلا تلفن: ۰۹۶۴-۰۷۸۰۳۱۸۰۰۰۰
۶	المیمون	واردات مواد غذایی	بغداد	آدرس: عراق - بغداد تلفن: ۰۹۶۴-۰۷۹۰۱۴۵۸۹۵۸
۷	الخاصکی	واردات مواد غذایی	بغداد	آدرس: عراق - بغداد تلفن: ۰۹۶۴-۰۷۹۰۱۳۵۷۹۲۴

فصل ۴: تحلیل رقبای حاضر در بازار عراق

پیشینه روابط بازرگانی با ایران

مجموع واردات کشور عراق در سال ۲۰۱۷، ۲۹۷ میلیارد دلار بود که همین امر این کشور را به ۶۵ مین واردکننده بزرگ جهان تبدیل کرد. بیشترین کالای وارداتی عراق به ترتیب شامل ماشین آلات، منسوجات، فلزات، محصولات گیاهی، مواد غذایی، مواد شیمیایی، حمل و نقل، محصولات حیوانی، فلزات گرانبها، پلاستیک و لاستیک، متفرقه، کالاهای کاغذی، سازه ها و کفش و کلاه می باشد.

کشورهای برتر صادرکننده به عراق عبارتند از: ترکیه، چین، کره جنوبی، هند، برزیل و ایران.

کشور عراق بازاری ایده آل، نزدیک، در دسترس و قابل کنترل برای تجار ایرانی و محصولات ایرانی می باشد. اما مزایای تجارت ایران و کشور عراق چیست؟



۱. دسترسی آسان ایران و عراق به بازارهای یکدیگر
۲. ارتباط و همکاری مستمر و مستقیم دو دولت
۳. وجود توانمندیهای صنعتی در ایران
۴. سرعت و سهولت در روند معاملات و خدمات پس از فروش
۵. پایین بودن هزینه های حمل و نقل در حداقل زمان
۶. وجود پتانسیل های ژئوپلیتیکی ایران

عراق کشوری در منطقه خاورمیانه واقع در جنوب غربی آسیا است که از شرق با ایران، از شمال با ترکیه، از غرب با سوریه و اردن و از جنوب با عربستان و کویت همسایه است. این کشور در سال ۲۰۱۵، حدود ۲۰۱ درصد از کل واردات جهان را به خود اختصاص داده است. با توجه به جمعیت ۳۶ میلیون نفری عراق و سهم بالای واردات در این کشور نسبت به صادرات آن می توان گفت بازار قابل توجهی از مصرف کنندگان را دارد. این کشور در مرزهای غربی ایران واقع شده که براساس آمارهای گمرک در سال ۱۳۹۴، ۳۶.۱۱ درصد از صادرات کالای ایران به کشور عراق بوده است. اهمیت توسعه صادرات غیرنفتی از یک سو و وجود بازارهای بزرگ مصرف کننده بالقوه در همسایگی ایران از سوی دیگر، لزوم بررسی پتانسیل های صادراتی به کشورهای نظیر عراق را بیش از پیش آشکار می سازد.

آخرین وضعیت مبادلات بازرگانی ایران و عراق

در کشور عراق امکان فروش مستقیم چه به صورت ایجاد فروشگاه های کوچک و یا هایپرمارکت های بزرگ برای اتباع خارجی با مالکیت ۱۰۰ درصد وجود دارد. اشکال آن عبارتند از:

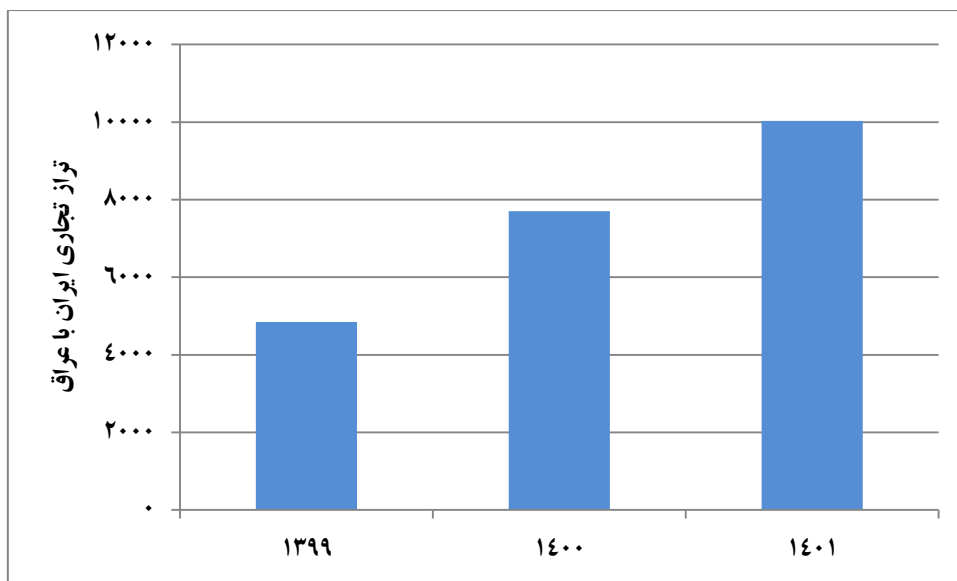
۱. اجاره انبار و فروش به صورت عمده فروشی یا پخش مویرگی به خرده فروشان توسط خارجیان امکان پذیر است.
۲. ایجاد شعباتی از فروشگاه های خارجی با همان شکل مثل رستوران های زنجیره ای پدرخوب امکان پذیر است بدون مشارکت عراقی ها.
۳. فروش مستقیم خرده فروشی یا عمده فروشی بدون ثبت شرکت و افتتاح دفتر نیز به صورت دوره ای، موقت، یا دائم و یا در لابی هتل ها، مکان های موجود در ادارت دولتی و غیره نیز امکان پذیر است.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۵۱	

جدول ۱۱- روند تراز تجاری ایران با عراق در سال های ۱۳۹۹-۱۴۰۱ (میلیون دلار)

سال	میزان صادرات	میزان واردات	تراز تجاری	روند تغییر تراز تجاری
۱۳۹۹	۴۹۸۰	۱۳۳	۴۸۴۷	به نفع ایران
۱۴۰۰	۸۸۹۹	۱۱۹۶	۷۷۰۳	به نفع ایران
۱۴۰۱	۱۰۲۳۶	۲۰۴	۱۰۰۳۲	به نفع ایران

نمودار روند تراز تجاری ایران با عراق در سال های را نشان می دهد.



نمودار ۱- روند تراز تجاری ایران با عراق در سال های (میلیون دلار)

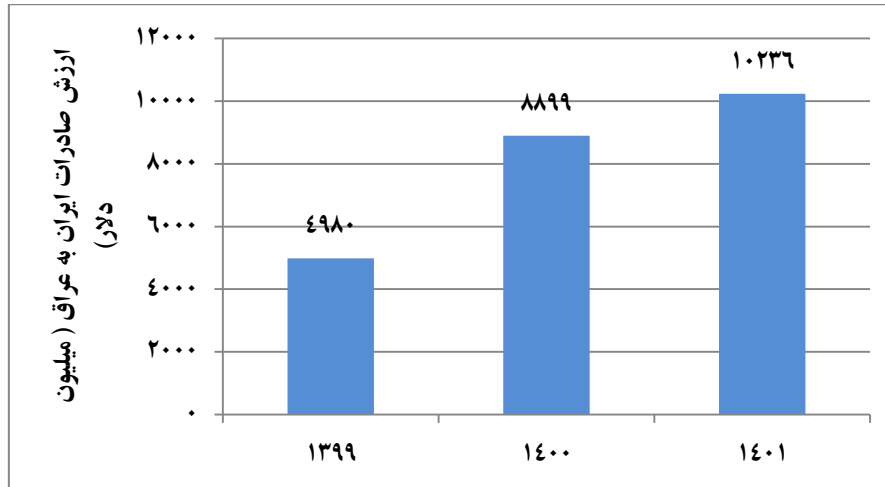
واردات عراق از ایران

در سال ۱۳۹۹ ارزش صادرات ایران به عراق معادل ۴۹۸۰ میلیون دلار بوده که در سال ۱۴۰۰ با رشد بیش از ۴۴ درصد به ۸۸۹۹ میلیون دلار افزایش یافت. این میزان صادرات در سال ۱۴۰۱ با رشدی برابر ۱۳ درصد به ۱۰۲۳۶ میلیون دلار رسید. بنابراین ارزش صادرات ایران به عراق در طول دوره ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ نزدیک به ۵۷ درصد رشد پیدا کرده است.

جدول ۱۲- ارزش صادرات ایران به عراق در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱

سال	ارزش صادرات	نرخ رشد (درصد)
۱۳۹۹	۴۹۸۰	-
۱۴۰۰	۸۸۹۹	۰.۴۴
۱۴۰۱	۱۰۲۳۶	۰.۱۳

نمودار ۲ ارزش صادرات ایران به عراق در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ را نشان می دهد.



نمودار ۲- ارزش صادرات ایران به عراق در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ (میلیون دلار)

کالاهای عمده صادراتی ایران به عراق در سه سال گذشته شامل سوخت ها، آهن و فولاد، پلاستیک و مصنوعات، محصولات لبنی، راکتورهای هسته ای، سبزیجات و میوه ها، ماشین آلات و تجهیزات، شیشه و مصنوعات می شود.

میوه های خوراکی، ششمین گروه کالایی مهم صادراتی ایران به عراق است. کشورهای ایران، لبنان، فیلیپین، سوریه و مصر بیشترین حجم صادرات این گروه از محصولات به عراق را در اختیار دارند. این پنج کشور ۸۰ درصد از بازار این محصولات در بازار عراق را از آن خود ساخته اند. با توجه به جایگاه مناسب کشور ایران در زمینه تولید و پرورش میوه های خوراکی، وجود زمین های حاصلخیز در سطح کشور، فاصله جغرافیایی کم با عراق و وجود راه زمینی مستقیم بین دو کشور، امکان افزایش سهم بازار ایران در این گروه کالایی در بازار عراق وجود دارد. ایران در سال ۲۰۱۴ با صادرات ۵۸ میلیون دلار میوه به عراق، جایگاه اول صادرات و سهم بازار ۳۹.۵ درصدی را در اختیار دارد.

جدول ۱۳ مهمترین رقبا در تامین میوه های خوراکی، پوست مرکبات و همانند آن در بازار عراق در سال ۲۰۱۴ را نشان می دهد.

جدول ۱۳- مهمترین رقبا در تامین میوه های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند در بازار عراق (۲۰۱۴)

ردیف	مهمترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به عراق (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در عراق (درصد)
۱	ایران	۵۸.۹	۳۹.۵
۲	لبنان	۲۰.۷	۱۴
۳	فیلیپین	۱۶.۳۱	۱۱
۴	سوریه	۱۴.۹۷	۱۰
۵	مصر	۱۰.۲۳	۵۶.۹

واردات کیوی

عراق در سال ۲۰۲۱ میلادی معادل ۱۴۶۰۸ هزار دلار کیوی وارد کرده است. باید گفت واردات این کشور در سال ۲۰۲۱ با رشد ۲۲ درصد نسبت به سال قبل از آن، به ۱۴۶۰۸ هزار دلار رسیده است. جدول ۱۴ ارزش وارداتی کیوی ایران و کیوی جهان در دوره زمانی ۲۰۱۲ تا ۲۰۲۱ نشان می دهد.

جدول ۱۴- ارزش واردات کیوی به عراق در دوره زمانی ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۱ (هزار دلار)

روند	ارزش واردات کیوی به عراق										ردیف
	۲۰۲۱	۲۰۲۰	۲۰۱۹	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۶	۲۰۱۵	۲۰۱۴	۲۰۱۳	۲۰۱۲	
افزایشی	۱۴۶۰۸	۱۱۳۳۸	۱۷۸۸۸	۱۸۹۹۹	۷۴۵۰	۶۸۹۲	۵۲۴۷	-	-	-	جهان
افزایشی	۱۲۵۴۸	۱۲۴۸۲	۲۱۴۴۳	۱۴۰۲۵	۷۴۳۰	۶۸۴۵	۵۲۱۸	۶۸۲۵	۶۴۳۰	۱۷۹۳۶	ایران

کشورهای عمده ی بزرگ صادرکننده کیوی به عراق در جدول ۱۵ معرفی می شوند. این اطلاعات می تواند تصویر روشنی از رقبای بالقوه و رقبای کنونی در محصول کیوی صادراتی به عراق برای بازرگانان ایرانی فراهم کند. برابر آمار، پنج کشور نخست در کیوی بیش از هشتاد درصد کیوی را وارد کرده اند. در جدول چهار کشور نخست صادرکننده و سهم هر کدام در محصول کیوی ارائه شده است. مهمترین صادرکنندگان کیوی به عراق و ارزش صادرات آن ها در سال ۲۰۱۴ در جدول ۱۵ آمده است.

جدول ۱۵- مهمترین کشورهای صادرکننده کیوی به عراق در سال ۲۰۲۱ (میلیون دلار)

رتبه	نام کشور (مهمترین رقبای موجود)	ارزش صادرات کیوی به عراق (هزار دلار)	سهم از کل صادرات (درصد)
۱	ایران	۱۲۵۴۸	۸۵



با بررسی کشورهای اصلی تامین کننده کیوی عراق، نشان می دهد که ایران با وجود توانمندی صادرات کیوی و برخورداری از مزیت های نزدیکی جغرافیایی و دسترسی آسان به بازار کشور، جزو تامین کنندگان اصلی کیوی وارداتی عراق می باشد. بررسی ها نشان می دهد که ایران از ظرفیت گسترده ای در تامین نیاز بازار کشور عراق برخوردار است.

صادرات عراق به ایران

در سال ۱۳۹۹ ارزش صادرات عراق به ایران معادل ۱۳۳ میلیون دلار بوده که در سال ۱۴۰۰ با رشد ۸۹ درصد به ۱۱۹۶ میلیون دلار افزایش یافت. این میزان صادرات در سال ۱۴۰۱ با کاهش روبرو بوده و با افتی برابر ۴۸۶- درصد به ۲۰۴ میلیون دلار رسید. بنابراین ارزش صادرات عراق به ایران در طول دوره ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ نزدیک به ۳.۹۷ درصد افت پیدا کرده است.

جدول ۱۶- ارزش صادرات عراق به ایران در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱

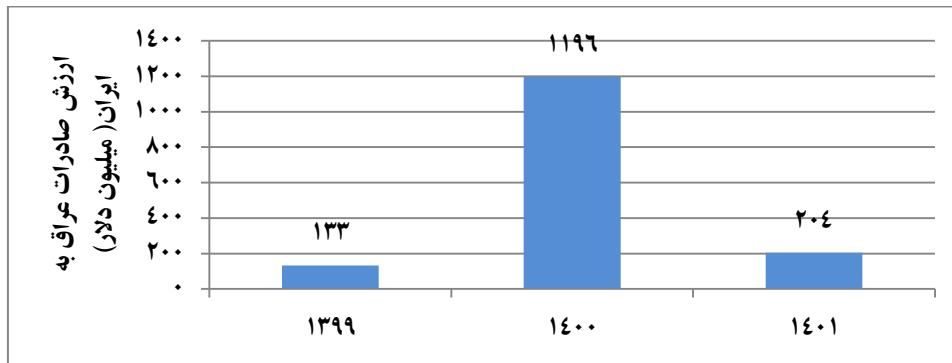
سال	ارزش صادرات (میلیون دلار)	نرخ رشد (درصد)
۱۳۹۹	۱۳۳	-
۱۴۰۰	۱۱۹۶	۰.۸۹

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۵۴	

جدول ۱۶- ارزش صادرات عراق به ایران در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱

سال	ارزش صادرات (میلیون دلار)	نرخ رشد (درصد)
۱۴۰۱	۲۰۴	-۴۸۶

نمودار ۳ ارزش صادرات عراق به ایران در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ را نشان می دهد.



نمودار ۳- ارزش صادرات عراق به ایران در سال های ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹ (میلیون دلار)

موافقت نامه های تجاری

آخرین وضعیت موافقت نامه و یادداشت های تفاهم تجاری و صنعتی، اقتصادی و مالی، حمل و نقل به شرح جدول زیر می باشد:

جدول ۱۷- موافقت نامه ها و تفاهم نامه های ایران و عراق

ردیف	عنوان	تاریخ	توضیحات
۱	موافقت نامه تجارت آزاد	-	پیشنهادیه طرف عراقی و عدم پذیرش
۲	موافقت نامه تجارت ترجیحی	-	-
۳	موافقتنامه بازرگانی	۱۳۸۱	بصورت یادداشت تفاهم در سال ۱۳۱ امضاء شد
۴	یادداشت تفاهم همکاری سازمان توسعه تجارت	-	-
۵	تفاهم نامه همکاری های تجاری	۱۳۹۳	در مهرماه سال ۱۳۹۳ در تهران امضاء شد
۶	یادداشت تفاهم همکاری های صنعتی	۱۳۹۶	در تیرماه ۱۳۹۰ به امضاء رسیده است.
۷	اجتناب از اخذ مالیات مضاعف	۱۳۹۰	در سال ۱۳۹۰ به امضاء رسیده است
۸	تشویق و حمایت متقابل از سرمایه گذاری	-	-
۹	گمرکی	۱۳۹۳	در سال ۱۳۹۳ به امضاء رسید
۱۰	تفاهم نامه ترتیبات بانکی	۱۳۹۳	در سال ۱۳۹۳ به امضاء رسید
۱۱	تفاهم ناه صندوق ضمانت صادرات	۱۳۸۱	در سال ۱۳۸۱ به امضاء رسید

جدول ۱۷- موافقت نامه ها و تفاهم نامه های ایران و عراق

ردیف	عنوان	تاریخ	توضیحات
۱۲	تفاهم نامه نمایشگاهی	۱۳۹۳	در سال ۱۳۹۳ به امضاء رسید
۱۳	موافقتنامه حمل و نقل هوایی	۱۳۹۱	اردیبهشت ماه ۱۳۹۱ اجرایی شده است
۱۴	موافقتنامه حمل و نقل دریایی	۱۳۹۱	اردیبهشت ماه ۱۳۹۱ امضاء شده است
۱۵	موافقتنامه حمل و نقل زمینی و ترانزیت	۱۳۹۳	در سال ۱۳۹۳ به امضاء رسید
۱۶	موافقتنامه حمل و نقل ریلی	-	با اتصال خطوط آهن دو کشور اجرایی خواهد شد.

منبع: گزارش سازمان توسعه تجارت ایران (۱۴۰۰)

بر مبنای اطلاعات سازمان توسعه و تجارت و شرکت سهامی نمایشگاه های بین المللی ایران و براساس برنامه ریزی هایی که این مجموعه ها و سازمان های بازرگانی استان ها کرده اند چندین هیات تجاری ایران از کشور عراق بازدید نموده اند. جدول ۱۹ مشخصات و تاریخ اعزام هیات های تجاری ایران به عراق را نشان می دهد.

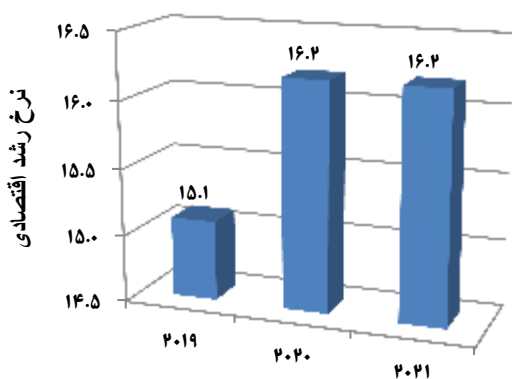
جدول ۱۹- هیات های تجاری اعزام شده به عراق

ردیف	عنوان	نوع هیئت	تاریخ
۱	اعزام هیات همزمان با نمایشگاه بین المللی نفت و گاز عراق-بصره	اعزام	دی ۱۳۹۹

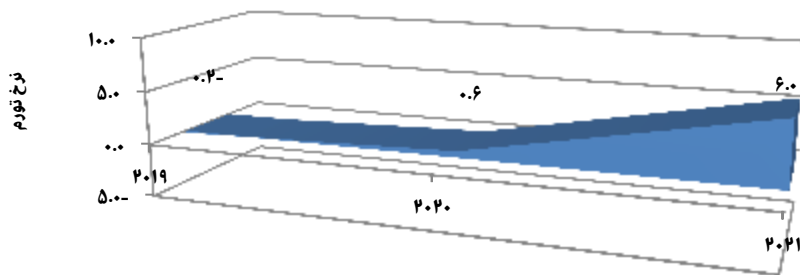
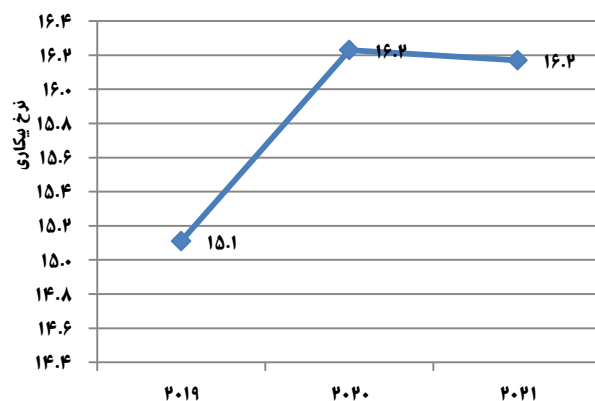
نگاهی به روند تجاری عراق

کل جمعیت عراق در سال ۲۰۲۱: ۴۳۵۳۳۵۹۲
 سهم جمعیت ۱۵ الی ۶۴ ساله (درصد از کل): ۵۸.۴

نرخ رشد اقتصادی



نرخ بیکاری



نمودار ۴- نرخ بیکاری، نرخ رشد اقتصادی و نرخ تورم کشور عراق (منبع: صندوق ملی پول)

تحلیل رقبا

با توجه به برآورد شاخص مزیت نسبی آشکار شده در جدول ۲۰، مزیت صادراتی ایران طی سال های ۲۰۰۵-۲۰۱۹، هر چند تا سال ۲۰۰۸ روند کاهشی را دنبال می کرده است، اما پس از آن تا سال ۲۰۱۹ به رشد رسیده است و در مجموع، در طی این سال ها رشد مزیت صادراتی ایران ۳۸.۹۱- درصد بوده است. در مجموع در طی این سال ها رشد سالیانه ی مزیت نسبی آشکار شده برای ایران به طور میانگین ۱۶.۴۳ درصد خواهد بود.

سایر کشورهای رقیب ایران در بازار عراق نیز عمدتاً از رشد مناسبی در این مورد برخوردار نبوده اند. به گونه ای که بیشترین رشد مربوط به ایران می باشد. با توجه به این که شیلی چهارمین صادرکننده کیوی در جهان است و هر چند مزیت صادراتی در این کشور رقم شایان توجهی است، اما این مزیت با گذشت زمان در حال تضعیف شدن بوده و رشد آن منفی است. همانگونه که ملاحظه می شود از بین چهار کشور رقیب در بازار عراق به جز شیلی، کشورهای امریکا و چین فاقد مزیت صادراتی بوده و رشد منفی داشته اند.

با توجه به ضعف شاخص مزیت نسبی آشکار شده، همانگونه که از جدول ۲۲ ملاحظه می شود، شاخص مزیت نسبی آشکار شده متقارن برآورد گردید و همانگونه که ملاحظه می شود، براساس این شاخص نیز کشورهای چین و آمریکا فاقد مزیت صادراتی برخوردارند. ولی ملاحظه می شود که مزیت صادراتی ایران و شیلی از رشد مناسب برخوردار بوده است. همانگونه که مشخص است، این شاخص در مورد کشورهای چین و امریکا منفی بوده و بیانگر عدم مزیت صادراتی این کشورها در مورد محصول کیوی است.

با توجه به این که شاخص مزیت صادراتی کیوی در هر کشور وابسته به صادرات کیوی در سطح آن کشور و در سطح جهانی و همچنین وابسته به صادرات کل محصولهای کشاورزی در سطح آن کشور و جهان دارد. لذا در ادامه این مسئله بررسی می شود که صادرات کیوی هر کشور چه مقدار بر مزیت صادراتی آن کشور موثر است. در واقع رشد مزیت صادراتی در هر کشور یا ناشی از افزایش نسبت صادرات کیوی کشور یاد شده به کل صادرات کشاورزی آن کشور خواهد بود و یا می تواند نتیجه ی کاهش سهم صادرات کیوی جهانی نسبت به کل صادرات کشاورزی جهانی باشد.



هرچه این افزایش مزیت صادراتی ناشی از مورد نخست باشد، نشان دهنده موفقیت بیش تر و مناسب تر کشور صادرکننده در بازارهای جهانی خواهد بود. با توجه به جدول ۲۳ در مورد هر چهار کشور صادرکننده کیوی به عراق، رابطه ی صادرات با مزیت صادراتی در سطوح ۵ درصد معنی دار بوده است. مزیت صادراتی هر چهار کشور بخوبی متاثر از مقدار صادرات وی در طی دوره مورد بررسی بوده است. به گونه ای که با افزایش صادرات در هر سال، مزیت صادراتی کیوی این چهار کشور نیز افزایش یافته است، لذا رشد صادرات کیوی نسبت به صادرات جهانی وضعیتی مناسب داشته و این رشد بیش از آن که ناشی از تضعیف سایر رقبای بوده باشد، ناشی از تقویت و رشد صادرات بوده است.

همانگونه که در جدول ۲۲، نیز مشاهده شد، از میان کشورهای بزرگ صادرکننده، رشد مزیت صادراتی چین و امریکا منفی بوده است. با توجه به نتیجه ی جدول ۲۵، چنانچه صادرات سایر کشورها تقویت شود، صادرات چین و آمریکا توان حفظ مزیت صادراتی این کشور را نخواهد داشت و مزیت صادراتی آن کاهش خواهد یافت.

بیشترین اثر صادرات در مزیت صادراتی، مربوط به آمریکا و شیلی بوده است. در مورد آمریکا نیز با توجه به جدول ۲۴، تضعیف مزیت صادراتی در طی دوره ۲۰۰۵-۲۰۱۹ مشاهده شده که این روند کاهش یا میزان صادرات رابطه ی مثبت داشته است. به بیان دیگر تضعیف مزیت صادراتی آمریکا در این دوره، بیش از آن که مربوط به افزایش صادرات سایر کشورها باشد، ناشی از تضعیف صادرات کیوی در این کشور است.

با توجه به نتایج ارائه شده در جدول ۲۴، مزیت صادراتی ایران در بازارهای جهانی تاثیر چندانی از عملکرد رقبا نپذیرفته و با توجه به جدول قبل، بیشترین اثر بر مزیت صادراتی ایران ناشی از عملکرد این کشور در صادرات به بازارهای جهانی بوده است. کشور آمریکا و چین همبستگی مثبت با مزیت صادراتی ایران داشته اند و هر دو معنی دار بوده است. این امر این امر بیانگر آن است که تغییرات مزیت صادراتی ایران با این دو کشور در یک راستا بوده است و این دو کشور بیش از آن که با ایران رقیب باشند، در یک راستا عمل کرده اند.



در میان رقبای اصلی ایران در عراق، با توجه به اینکه شیلی چهارمین صادرکننده کیوی در جهان است و همانگونه که از جدول ۲۵ پیداست افزایش مزیت صادراتی ایران با کشور شیلی رابطه معناداری ندارد. لذا رقابت ایران در بازار عراق با این کشور بی معنا می باشد.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۵۸	

جدول ۲۱، مزیت وارداتی را در کشور عراق نشان می دهد. همانگونه که از این جدول پیداست، عراق در تمام سال ها مزیت وارداتی داشته و رشد شاخص مزیت وارداتی در مورد این کشور ۵.۹۲ درصد بوده است

با توجه به نتایج جدول ۲۴، کشورهای رقیب اثر معنی داری بر مزیت صادراتی ایران نداشته اند، لذا در ادامه بازار عراق و اثر آن ها بر مزیت صادراتی ایران مورد بررسی قرار می گیرد. در سال ۲۰۱۹ در مجموع ۱۵ درصد از کیوی ایران به عراق صادر شده است به بررسی رابطه میان مزیت صادراتی ایران با مزیت وارداتی عراق پرداخته می شود.

همانگونه که از جدول ۲۵ استنباط می شود، افزایش مزیت وارداتی کشور عراق بر مزیت صادراتی ایران تاثیر داشته و سبب افزایش آن می شود. با توجه به این نتیجه، این کشور بازار هدف مناسب تری برای ایران بوده و به دلیل نزدیکی به کشور و صرفه جویی در هزینه های حمل و انبارداری، محصولی با کیفیت بالا و ارزانتر می تواند به این کشور صادر شده و در نهایت به افزایش موقعیت ایران در بازارهای جهانی و بهبود مزیت صادراتی کیوی ایران منجر خواهد شد.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	صفحه ۵۹	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	

مزیت رقبا

مزیت نسبی آشکار شده

معیار مزیت نسبی آشکار شده با تکیه بر ساختار موجود صادرات برای بررسی امکان پیوستن کشورهای در حال توسعه به سازمان تجارت جهانی و ارزیابی آثار درازمدت آزادسازی تجارت نیز ابزار مناسبی تلقی می شود. شاخص تکامل یافته ی بالاسا به صورت زیر ارائه شده است:

$$RCA_X = \frac{\frac{X_{ij}}{\sum_j X_{ij}}}{\frac{\sum_i X_{ij}}{\sum_i \sum_j X_{ij}}} \quad \text{رابطه (۱)}$$

در این رابطه RCA_X ، مزیت نسبی آشکار شده، X_{ij} میزان صادرات کیوی در کشور j ، مجموع کل صادرات کشاورزی کشور j ، $\sum_i X_{ij}$ کل صادرات کیوی در جهان و $\sum_i \sum_j X_{ij}$ میزان کل صادرات کشاورزی در جهان است.

در واقع صورت کسر سهم صادراتی محصول موردنظر از کل صادرات کشور و مخرج کسر هم سهم صادرات محصول از کل صادرات جهانی است. از آنجا که بالاسا (۱۹۶۵) تنها بحث خود را در مورد تولید و صادرات کشورهای پیشرفته متمرکز ساخت. در نهایت والراس (۱۹۹۱) شاخص بالاسا را برای همه کشورها و همه کالاها تعمیم داد. در این شاخص، نبود مزیت نسبی صادراتی، در بازه ی صفر تا یک و وجود مزیت در بازه ی یک تا بی نهایت تعیین می شود (دالام و همکاران، ۱۹۹۸). مقادیر بزرگتر از یک در مورد این شاخص بیان کننده ی آن است که سهم محصول کیوی در صادرات کشور مورد نظر، بیشتر از سهم این محصول در صادرات جهانی است.

تغییرات این شاخص در طی زمان، به عنوان تغییر در جایگاه مزیت نسبی یک کالا تلقی می شود. این تغییر در مزیت نسبی ممکن است به دلایلی همچون کاهش نسبی هزینه تولید کالا، تغییر در نرخ مبادله ی ارز و یا تغییر در موانع تجاری داخلی و یا کشورهای متقاضی باشد.

جدول ۲۰- مزیت نسبی آشکار شده در کشورهای مهم صادرکننده کیوی به عراق (منبع: برآورد تحقیق)

سال	آمریکا	شیلی	چین	ایران
۲۰۰۵	۰.۱۴	۱۸.۷۴	۰.۰۳	۲۳.۳۶
۲۰۰۶	۰.۲۰	۱۸.۳۲	۰.۰۳	۱.۵۰
۲۰۰۷	۰.۱۸	۱۸.۲۲	۰.۰۲	۱.۲۵
۲۰۰۸	۰.۱۷	۲۱.۶۰	۰.۰۱	۲.۵۰
۲۰۰۹	۰.۱۳	۱۷.۸۷	۰.۰۱	۳.۳۵
۲۰۱۰	۰.۱۴	۱۷.۲۵	۰.۰۱	۳.۷۵
۲۰۱۱	۰.۱۳	۱۶.۴۶	۰.۰۱	۴.۶۱
۲۰۱۲	۰.۱۶	۲۲.۳۲	۰.۰۱	۴.۰۸
۲۰۱۳	۰.۱۷	۲۸.۶۱	۰.۰۱	۴.۳۷
۲۰۱۴	۰.۱۴	۱۹.۳۷	۰.۰۲	۳.۸۵
۲۰۱۵	۰.۱۱	۲۵.۲۷	۰.۰۱	۳.۲۱
۲۰۱۶	۰.۱۰	۱۹.۷۳	۰.۰۴	۴.۰۳
۲۰۱۷	۰.۱۳	۱۸.۰۷	۰.۰۲	۴.۴۳
۲۰۱۸	۰.۱۰	۱۷.۰۶	۰.۰۲	۶.۲۹

جدول ۲۰- مزیت نسبی آشکار شده در کشورهای مهم صادرکننده کیوی به عراق (منبع: برآورد تحقیق)

سال	آمریکا	شیلی	چین	ایران
۲۰۱۹	۰.۰۱	۱.۴۵	۰.۰۰	۱.۴۳
رشد (درصد)	-۹۲.۸۶	-۲۲.۷۹	-۱۰۰.۰۰	-۳۸.۹۱
رشد متوسط سالانه (درصد)	-۶.۹۷	۰.۰۹	۸.۳۳	۱۶.۴۳

مزیت وارداتی

در مورد واردات در کشورهای مهم واردکننده نیز شاخص نبود مزیت نسبی مطرح است، به بیان دیگر می توان آن را شاخص مزیت وارداتی دانست و مشابه شاخص قبل به صورت زیر محاسبه خواهد شد:

$$RCA_M = \frac{\frac{M_{ij}}{\sum_j M_{ij}}}{\frac{\sum_i M_{ij}}{\sum_i \sum_j M_{ij}}} \quad \text{رابطه (۲)}$$

در این رابطه RCA_M ، مزیت وارداتی است، صورت کسر بیانگر سهم وارداتی محصول کیوی از کل واردات در کشور واردکننده بوده و مخرج کسر هم سهم واردات محصول از کل واردات جهانی است. مقادیر بزرگتر از یک در مورد این شاخص بیانگر آن است که سهم محصول کیوی در واردات کشور موردنظر، از سهم این محصول در واردات جهانی بیشتر است.

جدول ۲۱ - مزیت وارداتی کشور عراق (منبع: برآورد تحقیق)

درصد رشد	۲۰۱۹	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۶	۲۰۱۵	۲۰۱۴	۲۰۱۳	۲۰۱۲	۲۰۱۱	۲۰۱۰	۲۰۰۹	۲۰۰۸	۲۰۰۷	۲۰۰۶	۲۰۰۵	عراق
	۲.۳۲	۲.۳۲	۲.۰۱	۲.۲۳	۲.۰۳	۲.۵۶	۳.۸۸	۳.۵۵	۳.۰۸	۲.۸۸	۲.۱۷	۱.۳۳	۱.۸۸	۱.۹۳	۲.۱۹	

مزیت نسبی آشکار شده ی متقارن

با توجه به شاخص مزیت نسبی آشکار شده در صادرات، به دلیل این که نبود مزیت نسبی صادراتی، در بازه ی صفر تا یک و وجود مزیت در بازه یک تا بی نهایت تعیین می شود، مسئله ی عدم تقارن در مورد این شاخص مطرح می شود. همین امر سبب شده که از شاخص مزیت نسبی آشکار شده ی متقارن نیز استفاده شود (براسیلی و همکاران، ۲۰۰۰).

$$RSCA_{ij} = \frac{RCA_{ij} - 1}{RCA_{ij} + 1} \quad \text{رابطه (۳)}$$

که در آن $RSCA_{ij}$ ، مزیت نسبی آشکار شده متقارن و مقادیر آن بین +۱ تا -۱ می باشد که مقادیر مثبت نشان از مزیت صادراتی و مقادیر منفی بیان کننده عدم مزیت صادراتی کیوی است.

جدول ۲۲- مزیت نسبی آشکار شده متقارن در کشورهای مهم صادرکننده کیوی به عراق (منبع: برآورد تحقیق)

سال	آمریکا	شیلی	چین	ایران
۲۰۰۵	-۰.۷۵	۰.۹۰	-۰.۹۴	۰.۹۲
۲۰۰۶	-۰.۶۷	۰.۹۰	-۰.۹۴	۰.۲۰
۲۰۰۷	-۰.۶۹	۰.۹۰	-۰.۹۶	۰.۱۱
۲۰۰۸	-۰.۷۱	۰.۹۱	-۰.۹۸	۰.۴۳
۲۰۰۹	-۰.۷۷	۰.۸۹	-۰.۹۸	۰.۵۴
۲۰۱۰	-۰.۷۵	۰.۸۹	-۰.۹۸	۰.۵۸
۲۰۱۱	-۰.۷۷	۰.۸۹	-۰.۹۸	۰.۶۴
۲۰۱۲	-۰.۷۲	۰.۹۱	-۰.۹۸	۰.۶۱
۲۰۱۳	-۰.۷۱	۰.۹۳	-۰.۹۸	۰.۶۳
۲۰۱۴	-۰.۷۵	۰.۹۰	-۰.۹۶	۰.۵۹
۲۰۱۵	-۰.۸۰	۰.۹۲	-۰.۹۸	۰.۵۲
۲۰۱۶	-۰.۸۲	۰.۹۰	-۰.۹۲	۰.۶۰
۲۰۱۷	-۰.۷۷	۰.۹۰	-۰.۹۶	۰.۶۳
۲۰۱۸	-۰.۸۲	۰.۸۹	-۰.۹۶	۰.۷۳
۲۰۱۹	-۰.۹۸	۰.۸۷	-۱.۰۰	۰.۸۷

علاوه بر محاسبه ی شاخص های ارائه شده، همبستگی و رابطه میان مزیت نسبی آشکار شده در کشورهای مهم صادرکننده با میزان صادرات کیوی در این کشورها، رابطه ی میان مزیت نسبی آشکار شده در صادرات کیوی ایران با مزیت نسبی آشکار شده در کشورهای رقیب، رابطه میان عدم مزیت صادراتی (مزیت وارداتی) بازارهای عمده ی هدف ایران و میزان مزیت نسبی آشکار شده محصول کیوی در ایران بررسی می گردد.

جدول ۲۳- رابطه ی همبستگی صادرات با مزیت صادراتی در کشورهای مهم صادرکننده (منبع: برآورد تحقیق)

سطح معناداری	آماره t	برآورد	کشور
در سطح ۵ درصد رابطه معنادار است.	۲۴.۴۵	۲.۹۷	آمریکا
در سطح ۵ درصد رابطه معنادار نیست.	۱۹.۹۴	۲.۹۷	شیلی
در سطح ۵ درصد رابطه معنادار است.	۴.۹۰	۲.۱۴	چین
در سطح ۵ درصد رابطه معنادار است.	۵.۰۴	۲.۱۴	ایران

جدول ۲۴- محاسبه همبستگی میان مزیت نسبی آشکار شده کیوی ایران در مقابل کشورهای رقیب (منبع: برآورد تحقیق)

کشور	برآورد	آماره t	سطح معناداری
آمریکا	۲.۰۴	۳.۳۹	در سطح ۵ درصد رابطه معنادار است.
شیلی	۲.۰۴	-۶.۸۳	در سطح ۵ درصد رابطه معنادار است.
چین	۲.۰۴	۳.۴۸	در سطح ۵ درصد رابطه معنادار است.

جدول ۲۵- رابطه ی همبستگی مزیت صادراتی ایران با مزیت وارداتی بازار عراق (منبع: برآورد تحقیق)

کشور	برآورد	آماره t	سطح معناداری
عراق	۱.۷۰	۱.۷۱	در سطح ۱۰ درصد رابطه معنادار است.



کشور امارات متحدہ عربی



فصل ۱: شناسایی نقاط قوت و ضعف، فرصتها و تهدیدها در بازار امارات متحده عربی

نقاط قوت



۱. پیش بینی رشد اقتصادی در بلندمدت که می تواند پشتوانه هزینه های عظیم نظامی این کشور و حفظ امنیت درونی کشور باشد.
۲. روابط نزدیک و مثبت با قدرتهای بزرگ جهانی شامل ایالات متحده، بریتانیا و فرانسه
۳. ائتلاف امنیتی با کشورهای به خوبی تجهیز شده نظامی در منطقه چون عربستان
۴. استانداردهای بالای زندگی مردم که تقاضا برای ایجاد نظام سیاسی دموکراتیک را تعدیل می کند.
۵. محبوبیت شیوخ امارات از پشتیبانی و حمایت زیاد مردمی
۶. عضویت امارات متحده عربی در شورای همکاری خلیج فارس که دارای بازار مشترک (صندوق تعاون خلیج فارس) که دارای سیاست تاسیس پول واحد عربی است. البته هم اکنون این کشور مخالف مشارکت در این طرح است.
۷. امارات متحده عربی یکی از لیبرال ترین رژیم های تجاری منطقه را در خلیج فارس دارد که سبب جذب جریان های مالی از سراسر جهان به این کشور شده است.
۸. نرخ تقریباً ناچیز بیکاری شهروندان این کشور و تامین نیروی کار از خارج
۹. تلاش رو به پیشرفت تنوع بخشی به اقتصاد خود و تلاش برای به حداقل رسانی آسیب پذیری از نوسانات قیمت جهانی نفت

نقاط ضعف

۱. خط ساحل طولانی در منطقه ای که دارای تهدیدات دریایی بالایی است.
۲. اتکاء به ائتلاف های رسمی و غیررسمی در موضوع دفاع ملی
۳. قدرتمندی اسلام گرایی افراطی و گرایشات تروریستی
۴. جمعیت گسترده ساکنین غیر شهروند ناراضی
۵. فقدان دموکراسی در کشور به صورت بلندمدت با توجه به گسترش تحولات مردم سالارانه در کشورهای دیگر منطقه
۶. نرخ ثابت ارزش پول این کشور با دلار با توجه کمترین میزان توانایی دولت بر سیاست های پولی و کاهش توان این کشور در مهار فشار تورمی
۷. تاثیر شدید تحولات سیاسی منطقه ای در سیستم مالی این کشور
۸. عدم ارتباط ژئوپلیتیک با بازارهایی چون در آسیای مرکزی
۹. محدودیت بازارهای داخلی و بازار کشورهای عربی حوزه خلیج فارس

فرصت ها



۱. نظام سیاسی با ثبات با پشتیبانی نیروی نظامی
۲. توجه شدید مسئولان به تقویت دفاعی کشور
۳. افزایش اهمیت این کشور در رابطه با گسترش دایره تحریم بر ایران در نزد قدرتهایی مثل ایالات متحده و بریتانیا
۴. وجود فشار بین المللی بر ایران و فرصت جویی امارات برای طرح دعای سرزمینی علیه ایران
۵. تمایل قدرت

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۶۵	

۶. همکاری فعالانه و نزدیک شورای همکاری خلیج فارس در موضوعات امنیتی و اقتصادی
۷. امارات متحده عربی دارای سیاست حمایت از نیاز مصرف کنندگان در اوپک دارد تا استفاده از انرژی به عنوان ابزار سیاسی این امر سبب روابط خوب این کشور با غرب شده است.
۸. پیش بینی بالا بودن قیمت نفت
۹. سرمایه گذاری زیاد این کشور در تنوع بخشی از صادرات نفت در موضوعاتی مثل گردشگری، خدمات ملی و صنایع های تک
۱۰. پیش بینی چشم انداز مطلوب افزایش گردشگری این کشور

تهدیدها

۱. خط گسترش فعالیت گروه های اسلام گرای رادیکال و ضعف اطلاعاتی دولت بر آنها
۲. خطر یروز شورشهای داخلی ساکنین غیرشهروند
۳. تهدید دموکراسی خواهی
۴. بازخیزی شیعیان این کشور تهدید بروز جنگ و اختلال در امنیت سرمایه گذاری در این کشور
۵. مشاجره سرزمینی با ایران
۶. تهدید بی ثباتی به دلیل فقر ساکنین غیر شهروند
۷. ایفای نقش فعال در فشارهای سیاسی علیه ایران در چارچوب سیاست آمریکا که این کشور را در معرض انتقام جویی ایران قرار می دهد.
۸. مخالفت برخی از کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس چون عمان و قطر با حمایت از اقدامات تنش زای امارات متحده علیه ایران
۹. سوبسیدهای زیاد به مایحتاج زندگی، سیستم مالیاتی قدیمی و کسری بودجه
۱۰. تاخیر پروژه های زیرساختی و ورشکستگی بازار املاک
۱۱. تهدید مراکز تجاری بدیل بنادر امارات در دیگر کشورهای منطقه

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۶۶	

۱-۱: بررسی زنجیره تامین و لجستیک جهت صادرات در بازار امارات متحده عربی

امارات متحده عربی، شبه جزیره کوچک، جوان و متشکل از ۷ امیرنشینی است که در امتداد تنگه هرمز (در امتداد جنوب شرق خلیج فارس) قرار دارد. با کشف نفت، این ماده شیمیایی به عنوان نیروی محرکه اقتصاد این کشور تبدیل شد و در کمترین زمان ممکن آن را به یکی از پردرآمدترین کشورها تبدیل کرد.

حمل و نقل هوایی

امروزه فرودگاه های بزرگ امارات، نقش بسیار مهمی در توسعه تجارت و پیشرفت اقتصادی این کشور دارند. امارات در حال حاضر ۶ فرودگاه اصلی بین المللی دارد که اکثر آنها در مناطق آزاد تجاری و یا نزدیک بنادر اصلی هر یک از امارت ها ایجاد شده اند.



• فرودگاه ابوظبی: واحد هواپیمایی داخلی ابوظبی ۳۰ سال پیش تاسیس شد. هدف از تاسیس آن ارتقای حمل و نقل هوایی در امارات متحده عربی بود. سیاست آسمان باز این واحد برای کمک به امارات به منظور قرارگرفتن در جایگاهی مستحکم در زمینه هواپیمایی داخلی هم در سطح منطقه ای و هم در سطح بین المللی طراحی شده است. موقعیت راهبردی ابوظبی نیز نقش اساسی در تبدیل شدن آن به یکی از مهمترین مراکز عبور و مرور در منطقه و یک تقاطع حیاتی بین اروپا و آسیا داشته است.

ترمینال جدید شهر در سال ۱۹۹۹ برای مسافران هواپیما در ابوظبی باز شد، که به عنوان اولین در نوع خود در امارات متحده عربی و منطقه خلیج فارس قلمداد می شود. این ترمینال که مجهز به امکانات و خدمات درجه یک شامل مرکز خرید بدون عوارض است، به منظور تسهیل فرآیندهای پذیرش تاسیس شده است. مسافران می توانند تا ۸ ساعت پیش از عزیمت در ترمینال شهر پذیرش شوند و در فرودگاه بین المللی تقریباً ۳۵ دقیقه پیش از عزیمت گزارش آن را ارائه کنند.

مطالعات نشان می دهد که تعداد مسافرانی که از ADIA استفاده می کنند، در پایان سال بیستم قرن بیست و یکم از مرز ۷ میلیون نفر فراتر است. حدود ۵۰ تا ۶۰ خط هوایی می توانند از این فرودگاه استفاده کنند و آن را با تقریباً ۷۰ فرودگاه بین المللی دیگر ارتباط دهند. ساخت و سازها در طول دوره کنونی شامل ساخت یک ماهواره جدید با قطر ۱۰۰ متر می باشد. این مجموعه بهترین مجموعه فرودگاه بدون عوارض در منطقه را خواهد داشت و امکانات جدید و پیچیده ای را برای مسافران فراهم می کند که شامل رستوران ها، سینماها و استراحت گاه های درجه یک می باشد. با ساخت ساختمان جدید ماهواره، فرودگاه بین المللی ابوظبی قادر خواهد بود تا تقریباً به ۲۰۰۰ مسافر در هر ساعت خدمت رسانی کند. یک باند پرواز به طول ۴۰۰۰ متر و عرض ۶۰ متر که مجهز به تجهیزات ایمنی به روز می باشد نیز در پایان سال ۲۰۰۰ تاسیس شد. باندهای پرواز دیگر نیز به خوبی برنامه ریزی و به ۱۸ آشیانه هواپیما تجهیز شده اند که ۱۱ مورد از آن ها در اختیار هواپیماهای بزرگی مثل بوئینگ ۷۴۷، بوئینگ ۷۶۷ و ایرباس ۳۲۰ هستند. به طور همزمان، ارتقای سامانه امنیتی هواپیمایی کنونی نیز در حال اجراست. یک هتل جدید با ۲۰۰ اتاق برای مسافران ترانزیتی هم در پایان سال ۲۰۰۰ تکمیل و آماده بهره برداری شد. در کنار این هتل یک پارکینگ وسیع که با باغچه های وسیع، استخر شنا و یک باشگاه ورزشی احاطه شده است نیز به صورت ۲۴ ساعته در اختیار این مسافران است.

• فرودگاه العین: فرودگاه العین در سال ۱۹۹۴ در شهر العین راه اندازی گردید. این فرودگاه دو باند پرواز وجود دارد که طول هر کدام از آن ها ۴۰۰۰ متر و عرض آن ها ۴۵ متر می باشد. ۵ منطقه پارک برای هواپیما بوئینگ ۷۴۷ و یک منطقه برای هواپیماهای باری و تجاری فراهم شده است.

فرودگاه العین به امکانات و خدمات سطح بالایی مجهز شده است. برنامه توسعه این فرودگاه شامل بسط ساختمان ترمینال کارگو، تهیه و تامین ونوآچی بدون عوارض می باشد.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۶۷	
کارفرما: شرکت شهرک های صنعتی گیلان			

• فرودگاه شارجه: فرودگاه بین‌المللی شارجه در منطقه آزاد این امارات و نزدیک به بندر شارجه می‌باشد. این فرودگاه به خاطر امکانات خوب و مناسب کارگو در سال ۱۹۹۹ مفتح به دریافت جایزه فرودگاه کارگوی جهانی از موسسه مدیریت حمل و نقل انگلیس شد. این اولین جایزه بین‌المللی از نوع خودش بود که به خاطر عملیات‌های کارگو به یک فرودگاه بین‌المللی ارائه می‌شود.

• فرودگاه دبی: دبی به عنوان یک قطب تجاری در منطقه پیشرو و با زیرساخت به روز و فضای تجاری در سطح جهانی ظهور پیدا کرده است. فرودگاه بین‌المللی دبی قطب خطوط هوایی امارات است که یک مرکز خرید بزرگ بدون عوارض گمرکی دارد. این فرودگاه جوایز بسیاری را به خاطر عالی بودن خدمات و طراحی زیبا به دست آورده است.

واحد هوایمایی داخلی دبی در سال ۲۰۰۰ میزبان ۱۲ میلیون مسافر در فرودگاه بین‌المللی دبی بود که این رقم برای سال ۲۰۰۵ حدود ۱۹.۳ میلیون مسافر بوده و برای سال ۲۰۱۰ حدود ۳۱.۴ میلیون نفر خواهد بود.

فرودگاه بین‌المللی دبی در اختیار بیش از ۲۰۱ خط هوایی است که به بیش از ۱۴۰ مقصد پرواز می‌کنند و ارتباط عالی برای خدمات کارگو تجاری و مسافری فراهم می‌کند.

ظرفیت حمل فرودگاه دبی ۷۵۰ هزار تن در هر سال است. این فرودگاه ۵۶ لنگرگاه کامیون، امکانات بارزش مربوط به کالا، امکانات ردیابی کالاهای خطرناک، امکانات ذخیره در یخچال دارد که هر روز هفته به صورت ۲۴ ساعته کار می‌کنند.

براساس آمار ارائه شده، فرودگاه بین‌المللی دبی رکورد ۵۱ میلیون مسافر در سال ۲۰۱۱ را پس از تمهیداتی که در زمینه گسترش و تکمیل ناوگان هوایی و افزایش خطوط پروازی جدید به عمل آورده، ثبت نموده است. تردد مسافر، نسبت به سال ۲۰۱۰ شاهد افزایش نرخ ۸ درصدی بوده است. در سال ۲۰۱۰ بیش از ۴۷.۲ میلیون مسافر وارد فرودگاه دبی شده بودند. این فرودگاه در ماه دسامبر تعداد ۴.۶۹ میلیون مسافر را در مقایسه با ۴.۲۶ میلیون نفر در سال ۲۰۱۰ در زمان مشابه به ثبت رساند که برای این مدت میزان افزایش تعداد مسافر ۱۰.۲ درصدی بوده است.

تعداد پروازها نیز افزایش ۷.۷ درصدی را نشان می‌دهد که از ۲۷۳۹۸ مورد در دسامبر سال ۲۰۱۰ به ۲۹۵۱۹ مورد در ماه دسامبر ۲۰۱۱ رسیده، اما در مجموع نرخ رشد سالانه ۶.۲ درصد بوده است.



در سال ۲۰۱۱، ۲۸ مقصد مسافرتی جدید اضافه شده و ۱۷ مقصد هم تعطیل شده است که در کل مقصدهای پروازی سال ۲۰۱۱ از فرودگاه بین‌المللی دبی ۲۱۵ بوده که در مقایسه در سال ۲۰۱۰ این مقصدها ۲۰۴ مورد بوده است. مهمترین بازارها از نظر تعداد مسافر هند، انگلستان، عربستان سعودی، پاکستان، قطر، آلمان و ایالات متحده آمریکا بوده اند.

حجم محموله‌های هوایی، در ماه دسامبر ۲۰۱۱ کمی افزایش یافت و به ۱۸۹۵۹۳ تن بار رسید که منعکس کننده افزایشی به طور متوسط ۰.۸ درصد در مقایسه با ۱۸۸۱۰۳ تن بار در طول مدت مشابه در سال ۲۰۱۰ بوده است. حجم سالانه میزان بار در سال ۲۰۱۱ بالغ بر ۲.۱۹ میلیون تن بوده که ۱.۵ درصد نسبت به ۲.۲۲ میلیون تن ثبت شده در سال ۲۰۱۰ کمتر بوده است.



فرودگاه دبی قصد دارد که اقدام به سرمایه‌گذاری ۷.۸ میلیون دلاری نموده و ظرفیت خود را از ۶۰ میلیون مسافر در سال به ۹۰ میلیون مسافر در سال ۲۰۱۸ برساند. این فرودگاه انتظار دارد که عملیات کنکورس ۳ و تبدیل شدن به بزرگترین مکان به امکانات اختصاصی برای هوایمهای ایرباس، را تا پایان امسال تکمیل نمایند.

حمل و نقل دریایی



امروزه ایجاد، توسعه و تجهیز بنادر تجاری نقش بسیار مهمی در رشد و توسعه تجاری و اقتصادی کشورها دارد. امارات متحده عربی نیز از سال ۱۹۷۰ میلادی با درک و فهم این موضوع، برنامه ریزی بلندمدتی را برای تبدیل خورهای کوچک نظیر خور دبی به بنادر بزرگ تجاری انجام داد و به طوری که در حال حاضر بنادر امارات به ویژه دبی و جبل علی از لحاظ حجم تخلیه و بارگیری کانتینرها جزو بنادر بزرگ منطقه و جهان به شمار می‌روند.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		کارفرما: شرکت شهرک های صنعتی گیلان	
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۶۸ 		

- بنادر دبی : سازمان بنادر دبی بر بندر رشید و بندر جبل علی نظارت دارد. این سازمان دارای ۱۰۲ لنگرگاه عمیق، ۲۳ جرثقیل و ۴ ابر جرثقیل و ۱۰ لنگرگاه نیز ترمینال کانتینر را پوشش می دهد.
- در سال ۱۹۹۸ سازمان بنادر دبی یک افزایش ۸ درصدی را در جابجایی کانتینرهای کارگو گزارش کرد. بنادر دبی یازدهمین ترمینال بزرگ کانتینر در جهان هستند. بندر جبل علی بزرگترین بندر دست ساز جهان است. در این بندر بیش از ۱۰۰ خط حمل و نقل بین المللی در حال خدمت هستند و ۶۰ درصد تمام کالاهای حمل شده به منظور انتقال غیرمستقیم است.
- بنادر دبی، همراه با خدمات تغذیه کننده به ایران و دیگر بازارهای منطقه ای ، دارای تعداد زیادی خطوط بین المللی با ارتباطات جهانی هستند. جبل علی بزرگترین منطقه آزاد و بندر در جهان است که دارای دسترسی ۲۴ ساعته است. تمام خطوط حمل و نقل اصلی در بندر جبل علی حضور دارند و این بندر یک قطب توزیع مرکزی و ترانزیتی برای خاورمیانه است. با زیرساخت های مدرن و شبکه راهی عالی که خلیج فارس و تمام کشورهای خاورمیانه را پوشش می دهد. هیچ محدوده زمانی برای صادرات مجدد کالاها، فرآیندهای اسنادی آسان و حضور فیزیکی صاحب کالا وجود ندارد.
- بنادر عجمان :
 - خدمات اصلی این بندر عبارتند از :
 - خدمات ۲۴ ساعته به مشتریان در امور عملیات های کارگو و امور دریایی و بندر
 - سامانه های کامپیوتری و اطلاعات آنلاین
 - رفتار دوستانه با مشتریان
 - ترخیص کارآمد و سریع از گمرک
 - تعرفه بی نظیر بندر
 - مزایای شهر عجمان عبارتند از :
 - موقعیت راهبردی و مرکزی و دسترسی سریع و آسان بزرگراه
 - اثربخشی هزینه
 - مزیت منطقه آزاد مجاور بندر عجمان
 - قیمت های پایین تر زمین و اجاره در شهر و ناحیه منطقه آزاد عجمان
 - هزینه های پایین تر زندگی
 - زیرساخت مدرن
- بنادر ابوظبی : سازمان بنادر ابوظبی بر عملیات بندر مینا زاید، گذرگاه اصلی ابوظبی به دنیای خارج و یکی از مهمترین بنادر امارات متحده عربی نظارت دارند، که این افزون بر نظارت بر چند بندر فرعی مثل بندر گاه صو، بندر مسفاه، بندر ام النار و بندر راس صدر است.
- مینا زاید در سال ۱۹۶۸ تاسیس شد، این گذرگاه در شمالی ترین بخش شهر ابوظبی قرار دارد، دارای ۲۱ لنگرگاه با عمق ۶ تا ۱۵ متری و طول کلی ۴۳۷۵ متر است. این لنگرگاه ها مینا زاید را قادر به پذیرش کشتی های تجاری اقیانوس پیما می کند و برای پذیرش کشتی های با بیش از ۶۰۰ هزار تن بار هم مجهز می باشد. از سال ۱۹۹۱ تاکنون تلاش ها برای ترغیب بیش از ۵۰ خط کشتیرانی مهم برای استفاده منظم از مینا زاید موفقیت آمیز بوده است . هم اکنون بیش از ۲۰۰ کشتی باری هر ساله در آنجا لنگر می اندازند و سالانه ۴ میلیون تن بار را جابجا می کنند.
- مینا زاید برای مشتریان امکان بهترین خدمات بارگیری و باراندازی در منطقه را فراهم کرده است که در عملیات های بارگیری و باراندازی با هزینه های مقرون به صرفه، کارآمد است. با افزایش اهمیت کانتینرها به عنوان یک وسیله امن و اقتصادی برای حمل بار، یک ترمینال پیچیده و

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۶۹	

- مجهز کانتینر در سال ۱۹۸۲ تاسیس شد. این ترمینال که فضایی به وسعت ۴۱ هکتار را پوشش می دهد، گنجایش ذخیره ۱۵ هزار تن را در هر زمانی دارد. چهار لنگرگاه عمیق با طول ۹۳۱ متر و عمق ۱۵ متر نیز فراهم شده است. این لنگرگاه ها به ۵ جرثقیل ۴۰ تنی مجهز شده اند.
- بنادر شارجه: از قرن ۱۶ تاکنون شارجه به عنوان یک منطقه استراتژیک شناخته می شود. شارجه اولین شهری در امارات است که در آن فرودگاه دایر شد. فرودگاه شارجه که در سال ۱۹۳۲ تاسیس شد توسط نیروی هوایی امپراتوری که بین انگلیس و هند در پرواز بودند، استفاده می شد. شارجه یک مرکز حساس صنعتی در امارات متحده عربی است. فرودگاه بین المللی شارجه موقعیت سرمایه گذاری منحصر بفردی را برای کسب و کارهای بزرگ و کوچک فراهم می کند.
- شارجه که به عنوان پایتخت فرهنگی جهان عرب شناخته می شود، شهری با فضای گرم و صمیمی است که امکانات رفاهی و تفریحی در سطح جهانی ارائه می کند. یونسکو با شناخت این صفات کیفی خاص در سال ۱۹۹۸ مدال طلای آوینا را به شارجه اعطا کرد.
- کیفیت بالای زندگی و شاخص های رفاه در این شهر خیلی جذاب است. زیرساخت اجتماعی شامل پارک ها، کمربند سبز و بلوارهای عریض، امکانات بهداشتی و آموزشی در سطحی عالی هستند.
- بندر خالید: مرکز گمرکی بندر خالید در دروازه اصلی بندر واقع شده است. بازرسی گمرکی کالاها و کانتینرها و کنترل مسافری در این مرکز صورت می گیرد.
- بندر حمیرا: مرکز گمرکی حمیرا در بندر و منطقه آزاد حمیرا واقع شده است که در فاصله ۲۰ کیلومتری شمال شرقی شهر شارجه قرار دارد. این منطقه یکی از مناطق آزاد با سریع ترین رشد در خاورمیانه است. به خاطر تنوع فعالیت های صنعتی، بازرسی گمرکی و ترخیص در این مرکز در مورد کالاهای مختلفی مثل تجهیزات سنگین، کانتینرها، محصولات گازی، کارگوه های عمومی و بسته های شخصی صورت می گیرد.
- بندر خورفکان: خورفکان منطقه ای از شهر امارات متحده عربی است که به امارت شارجه تعلق دارد ولی از خاک امارات جافتاده و در کرانه دریای عمان واقع شده است.
- اهمیت این مرکز به خاطر موقعیت استراتژیک بندر خورفکان در مسیرهای دریایی اصلی بین المللی بین شرق و غرب می باشد. این بندر به آخرین تجهیزات حمل کانتینرها مجهز است. مرکز گمرک خورفکان عمدتاً کار ترخیص کانتینرها را انجام می دهد. در حال حاضر لنگرگاه جدیدی در این بندر تکمیل شده است.
- بندر فجیره: فجیره یکی از امیرنشین های هفت گانه امارات متحده عربی است. بندر و منطقه آزاد فجیره یکی از بزرگترین مبادی تجاری کشور امارات محسوب می شود. داشتن موقعیت مناسب برای لنگر انداختن کشتی های عبوری و داشتن نیروی متخصص و در عین حال ارزان از جمله مزیت های بندر فجیره بوده که هم اکنون کشتی های عبوری از خلیج فارس برای سوخت گیری به این بندر می روند.
- بندر فجیره که در سال ۱۹۸۲ به بهره برداری رسید، همواره از یک موقعیت استراتژیک برخوردار بوده و تنها بندر چندمنظوره امارات است که خارج از تنگه هرمز واقع شده است. عامل اصلی رشد فعالیت های فجیره، تاسیس لنگرگاه این بندر بوده است. مالکان کشتی ها این لنگرگاه را مناسب ترین نقطه انتظار برای ورود و خروج کشتی هایشان از خلیج فارس می دانند. در سال ۱۹۹۹ حدود ۵ هزار شناور در این لنگرگاه توقف داشتند که در سال ۲۰۰۷ به هفت هزار فروند رسید.
- بندر فجیره در ۲۵ سال اخیر به یکی از مهمترین بنادر سوختگیری در جهان تبدیل شده است. امیرنشین فجیره تنها امیرنشین امارات متحده عربی است که تمامی نوار ساحلی آن به طرف اقیانوس هند است. نوار ساحلی فجیره به نحوی تنظیم و کنترل می شود که میان فعالیت تجاری و حفظ محیط زیست توازن برقرار باشد.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		کارفرما: شرکت شهرک های صنعتی گیلان	
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۷۰ 		



۱-۲: تحلیل سیاست های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و اثرات آن ها بر روی محصول کیوی در بازار امارات متحده عربی

سیاست های اقتصادی

امارات عربی متحده به لحاظ داشتن اقتصادی باز، از درآمد سرانه ملی فوق العاده ای برخوردار است. بخش نفت و گاز اساس اقتصاد و تولید ناخالص داخلی این کشور را تشکیل می دهد. اما در سال های اخیر خدمات بازرگانی نیز نقش مهمی در اقتصاد امارات عربی متحده ایفا کرده است. امارات از نظر آزادی تجارت بین الملل رتبه ۵ ام جهان را به خود اختصاص داده است. این رتبه زمانی به دست آمد که در سال ۲۰۰۲ بخش های دولتی امارات نیز به روی سرمایه گذاران کلان خارجی فراهم شد. ایجاد مناطق آزاد تجاری معاف از مالیات، گام مهمی در ارتباط با همین سیاست بود. ایجاد تنوع در اقتصاد، یکی از مهمترین برنامه های دولت امارات بوده که اصلی ترین دلیل باز شدن درب های اقتصاد این کشور به روی سرمایه های خارجی نیز محسوب می شود. امارات در سال ۲۰۰۶ به اندازه ۲۴.۳ درصد تولید ناخالص داخلی خود، سرمایه جذب کرد. بحران اقتصادی سال ۲۰۰۸ باعث ایجاد شوک داخلی و خارجی به اقتصاد امارات که مهمترین آن، بحران بدهی های دبی بود که به کمک ابوظبی تا حد زیادی مهار شد. همین کمک ابوظبی به دبی باعث شد دبی به طور خاموش تحت سیطره ابوظبی قرار گیرد. لذا اصلی ترین تاثیرات بحران اقتصاد جهانی بر امارات عبارت بودند از: کاهش درآمدهای نفتی، خروج سرمایه، کاهش ساخت و ساز و درآمدهای توریستی و ورشکستگی شرکت ها و موسسات مالی و کاهش تجارت جهانی. یکی از تبعات داخلی بحران اقتصادی، تاثیر گذاری منفی آن بروی دبی و بهره گیری ابوظبی از آن بود. به گونه ای که جایگاه ابوظبی در امارات بسیار ارتقا پیدا کرد. ابوظبی در دوره بحران اقتصادی ۹۰۰ میلیارد دلار ذخیره ارزی داشت. این در حالی است که دبی ۸۶ میلیارد دلار، بدهی در اثر تبعات منفی بحران اقتصادی داشته و به کمک های ابوظبی بسیار نیازمند شد که این خود موجب تضعیف جایگاه دبی و ارتقاء جایگاه ابوظبی در امارات شده است.

سیاست های اجتماعی

امارات متحده عربی به دلیل نداشتن سابقه تاریخی طولانی و نبود انسجام سیاسی اجتماعی لازم و نداشتن جمعیت بومی و افزایش تعداد تبعه های خارجی در این کشور از معضلات اساسی رنج می برد. از منظر سیاسی اجتماعی، امارات کشوری است که با چالش ها و مشکلات فراوانی مواجه است و در این راستا طرح ها و برنامه های خاصی را برای حل این چالش ها دنبال می کند. از آنجا که این کشور از به هم پیوستن شیخ نشین های هفتگانه تشکیل شده، اختلافات و رقابت های مختلفی بین امارت های آن حادث شده است. تا جایی که می توان به رقابت ها و ناخرسندی های سایر امارت ها از ابوظبی نام برد. در برخی مواقع شش امارت دیگر در صدد کسب حمایت خارجی در برابر ابوظبی هستند. با وجود اختلافات ارضی و مرزی که بین هر امارت وجود دارد، اما این امارت ها در برابر تهدیدات و چالش های خارجی، عمدتاً رویکرد و مواضع یکسانی را در پیش می گیرند. امارتی ها به دلیل نداشتن تاریخ و انسجام اجتماعی و سیاسی، به دنبال هویت سازی هستند. در این مسیر ایجاد و شکل گیری نسل جدید از ملی گرایی اماراتی، تعصبات عربی خاص، درونی ساختن غیربومی ها از جمله بخش های جمعیتی مانند ایرانیان عرب ساکن امارات، نام گذاری خاص و برنامه های فرهنگی و اجتماعی مختلف و برجسته سازی اختلاف ها و تهدیدهای بیرونی برای ایجاد انسجام درونی، از جمله اقدامات مهم تلقی می شود. از منظر سیاسی امارات کشوری غیردموکراتیک و پادشاهی است که از سوی شورای عالی حکام، متشکل از شیوخ هفت امارت اداره می شود و دو امارت ابوظبی و دبی در این شورا حق وتو دارند. به رغم پیشرفت های اقتصادی و رفاه سطح بالا در امارات، این کشور از منظر مشارکت و آزادی های سیاسی در سطح پایینی قرار دارد. بنابراین این کشور نیز همانند اغلب کشورهای دیگر خلیج فارس درگیر چالش ساختاری میان رشد سریع اقتصادی، متقابلاً عدم توسعه سیاسی است.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۷۱	

سیاست های فرهنگی

امارات متحده عربی به دلیل نداشتن سابقه تاریخی طولانی و نبود انسجام سیاسی - اجتماعی لازم و نداشتن جمعیت بومی و افزایش تعداد تبعه های خارجی در این کشور از معضلات اساسی رنج می برد. از منظر سیاسی و اجتماعی، امارات کشوری است که با چالش ها و مشکلات فراوانی مواجه است و در این راستا طرح ها و برنامه های خاصی را برای حل این چالش ها دنبال می کند. از آنجا که این کشور از بهم پیوستن شیخ نشین های هفت گانه تشکیل شده، اختلافات و رقابت های مختلفی بین امارت های آن حادث شده است تا جایی که می توان به رقابت ها و ناخرسندی های سایر امارت ها از ابوظبی نام برد. در برخی مواقع شش امارت دیگر در صدد کسب حمایت خارجی در برابر ابوظبی هستند. با وجود اختلافات ارضی و مرزی که بین هر امارت وجود دارد، اما این امارت ها در برابر تهدیدات و چالش های خارجی، عمدتاً رویکرد و مواضع یکسانی را در پیش می گیرند. امارتی ها به جهت نداشتن تاریخ و انسجام اجتماعی و سیاسی، به دنبال هویت سازی هستند. در این مسیر ایجاد و شکل گیری نسل جدید از ملی گرایی امارات، تعصبات عربی خاص، درونی ساختن غیربومی ها از جمله بخش های جمعیتی مانند ایرانیان ساکن امارات، نام گذاری خاص و برنامه های فرهنگی و اجتماعی مختلف و برجسته سازی اختلاف ها و تهدیدهای بیرونی برای ایجاد انسجام درونی، از جمله اقدامات مهم تلقی می شود.

۳-۱: تعیین و معرفی پیش نیازهای مجوزی، استانداردهای محصول و قوانین حاکم در حوزه محصول کیوی جهت ورود

به بازار امارات متحده عربی

یکسان سازی رویه ها و قوانین گمرکی در سازمان های گمرک کشورهای حوزه خلیج فارس یکی از مهمترین اهدافی است که این کشورها به دنبال دستیابی به آن هستند. پذیرش یک قانون مشترک گمرکی، که رویه های گمرکی را در تمام گمرکات کشورهای حوزه خلیج فارس یکسان کند و همکاری بین کشورهای عضو در زمینه امور گمرکی را افزایش دهد، یکی از این گونه اهداف است.



از سال ۱۹۹۲ تاکنون کوشش هایی برای دستیابی به این هدف صورت گرفته است و کمیته فنی بعد از برگزاری هفده جلسه در این ارتباط قانون مزبور را تصویب رساند.

برای اطمینان از این که این قانون هم راستا با قوانین و توافق نامه های بین المللی مرتبط با گمرک باشد، دبیر کل نسخه های انگلیسی این قانون را هم به سازمان تجارت جهانی و هم سازمان جهانی گمرک ارائه کرده است تا نظرات خود را اعلام کند. دبیر کل بعد از دریافت نظرات این دو سازمان، آن ها را جهت ملاحظه و پیشنهاد اقدام مناسب به کمیته فنی کارآمد ارجاع داد.

قوانین مشترک گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس در بیستمین جلسه شورای عالی که در طی ۲۷ تا ۲۹ نوامبر ۱۹۹۹ در ریاض برگزار گردید، به تصویب رسید. با این شرط که این قانون می بایست به عنوان یک قانون مرجع برای مدت یکسال پس از تصویب آن از سوی شورای عالی به اجرا درآید و به محض دریافت نظرات کشورهای عضو توسط دبیر کل مورد بازنگری قرار گیرد و تلاش شود که تا سال ۲۰۰۲ این قانون به صورت اجباری در تمام کشورهای عضو به اجرا درآید.

به منظور تکمیل جنبه های ضروری بکارگیری قانون مشترک گمرکی در گمرکات کشورهای حوزه خلیج فارس و بازبینی نظرات کشورهای عضو و اتمام تهیه مقررات اجرایی، شورای عالی در بیستمین جلسه اش که در ۳۰-۳۱ دسامبر ۲۰۰۰ در منامه بحرین برگزار گردید. تصمیم به تمدید دوره بکارگیری قانون مشترک گمرکی به مدت یک سال دیگر گرفت، با این شرط که تا ژانویه ۲۰۰۲ این قانون به صورت اجباری در تمام گمرکات کشورهای حوزه خلیج فارس به اجرا درآید.

پیرو نظر شورای وزرا برای تصویب نظر کمیته همکاری های اقتصادی و مالی (وزرای اقتصاد و دارایی کشورهای حوزه خلیج فارس) در پنجاه و پنجمین جلسه خود پیرامون قانون مشترک گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس، شورای عالی در بیست و دومین جلسه اش در مورخ ۳۰-۳۱ دسامبر ۲۰۰۱ در مسقط، به شرح زیر اعلام نظر کرد:



	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		کارفرما: شرکت شهرک های صنعتی گیلان	
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۷۲		

۱. تصویب اصلاحیه های پیشنهاد شده به قانون مشترک گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس و مقررات اجرایی و توضیحات مرتبط با آن.
 ۲. این قانون از ژانویه ۲۰۰۲ به صورت اجباری اجرا شود.
 ۳. بکارگیری گفتارهای ۹ و ۹۸ مربوط به تعرفه های مشترک گمرکی و مکانیزم اخذ و توزیع حقوق و عوارض در اتحادیه گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس باید همزمان با تشکیل اتحادیه گمرک صورت گیرد.
 ۴. گفتار ۹۷ مربوط به زیان استرداد حقوق و عوارض گمرکی بر کالاهای صادرات مجدد شده به خارج از کشورهای حوزه خلیج فارس است که بعد از صدور مقررات اجرایی مربوط به آن ها بکارگیری خواهد شد.
 ۵. مقررات گفتار ۱۰۹ با فراهم کردن امکان انجام ترخیص گمرکی به مردم کشورهای حوزه خلیج فارس بعد از موافقت کمیته همکاری های اقتصادی و مالی با این کار اجرایی خواهد شد.
- شورای عالی در بیست و سومین جلسه اش که در تاریخ ۲۱-۲۲ دسامبر ۲۰۰۲ در دوحه قطر برگزار شد، تصمیمات کمیته همکاری های مالی و اقتصادی پیرامون بکارگیری گفتار ۹ مربوط به بکارگیری تعرفه های مشترک گمرکی . گفتار ۹۷ پیرامون زیان و گفتار ۹۸ پیرامون کالاهای معاف از پرداخت حقوق و عوارض گمرکی و گفتار ۱۰۹ با امکان انجام ترخیص کالا از گمرک برای شهروندان کشورهای حوزه خلیج فارس را تصویب کرد.
- این قانون در ۱۷ بخش می باشد که ۱۷۸ گفتار دارد و شامل قوانین تنظیم کننده امور گمرکی، زمینه های تحت کنترل گمرک، ماهیت رویه های گمرکی در خشکی، دریا، هوا و گمرکات پستی است که بر عملیات های واردات و صادرات، اجرای تعرفه های گمرکی و اخذ عوارض گمرکی بر کالاهای وارد شده، مراحل ترخیص کالا باید به گمرک ارائه شوند و شروط ایجاد مناطق آزاد و فروشگاه های بدون عوارض گمرکی و قانون فعالیت کارگزاران گمرکی (ترخیص کاران)، نحوه عملکرد در برابر تخلفات گمرکی، موارد قاچاق، حقوق و عوارض ماموران گمرک اعمال می شود. از این رو، این مقررات ابزاری قانونی برای تنظیم رویه های گمرکی در گمرکات کشورهای حوزه خلیج فارس و رابطه بین این ادارات و جمعیت تاجران (یعنی شهروندان، افراد مقیم و واردکنندگان) به حساب می آید به طوری که شخصی که با گمرکات سروکار دارد هیچ تفاوتی را در رویه های گمرکی اعمال شده در هر یک از کشورهای حوزه خلیج فارس مشاهده نمی کند. این مقررات همچنین رابطه بین این گمرکات و ادارت دولتی را در هر کشور تنظیم می کند.

مدارک لازم هنگام ورود به امارات متحده عربی

مدارکی که باید در هنگام ورود (چه به صورت داخلی، موقت یا به منظور صادرات مجدد) به اظهارنامه گمرکی ضمیمه شود:

۱. مجوز تحویل از شرکت ارسال کننده یا رسید تحویل از شرکت حمل و نقل
۲. بارنامه هوایی یا دریایی
۳. فهرست بسته بندی
۴. اصل گواهی مبدا که نشان دهنده کشور تولید کننده یا کشور سازنده اجناس باشد و توسط شورای تجارت و صنعت گواهی شده باشد.
۵. اصل مدارک که نشانگر تعداد، شرح اقلام و ارزش ترجیحی هر قلم کالا به صورت جداگانه باشد.
۶. برگه مجوز بازرگانی
۷. اسناد باید به نام واردکننده باشد و کد هماهنگ شده هر قلم کالا باید در اسناد ضمیمه قید شده باشد تا فرآیند ترخیص گمرکی به راحتی صورت گیرد.
۸. در مواردی که کالاها به مقصد نهایی یکی از کشورهای GCC ارسال می شود، اظهارنامه آماری نیز باید ارائه شوند.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		کارفرما: شرکت شهرک های صنعتی گیلان	
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۲۳		

حقوق و عوارض گمرکی

حقوق و عوارض گمرکی براساس موارد زیر دریافت می شود:



- ارزش کالا
- بیمه کالا (یک درصد)
- هزینه حمل و نقل

قوانین مشترک گمرکی شورای همکاری کشورهای عربی حوزه خلیج فارس



گفتار ۱: این مقررات قوانین مشترک گمرکی برای کشورهای عربی حوزه خلیج فارس (کشورهی حوزه خلیج فارس) نامیده می شود.

گفتار ۲: یادداشت های توضیحی و مقررات اجرایی واژگان و اصطلاحات زیر، هر جای این مجموعه قوانین که ذکر شوند، معنایی خواهند داشت که در این متن برای آن ها اختصاص یافته است. مگر این که متن غیر از آن را نیاز داشته باشد:



۱. عبارت شورا به معنای شورای همکاری برای کشورهای عربی حوزه خلیج فارس می باشد.
۲. عبارت وزیر به معنی وزیری است که گمرک به او گزارش می دهد.
۳. عبارت مقام ذی صلاح به معنای مقام مسئولی است که گمرک به او گزارش می دهد.
۴. عبارت مدیر کل به معنای مدیر کل گمرک است.
۵. عبارت مدیر به معنای مدیر یک گمرک است.
۶. عبارت اداره به معنای گمرک است.
۷. عبارت دفتر گمرک به معنای بخشی است که توسط وزیر در هر بندر دریایی، فرودگاه، یا بندر زمینی در هر نقطه ای تاسیس می شود که شعبه ای از اداره، مسئول تکمیل تمام یا بخشی از رویه های گمرکی است.
۸. عبارت قوانین به معنای قوانین و شروط حاکم بر امور گمرکی و هر قوانین و مقررات تکمیلی یا اصلاحی دیگر هستند.
۹. عبارت منطقه گمرکی به معنای بخشی از زمین یا دریا است که تحت کنترل گمرک است و رویه های جاری در آن از دو نوع می باشند:
 - منطقه گمرکی دریایی: که در برگیرنده بخشی از دریا است که بین سواحل و انتهای مرز آب های ملی واقع شده است.
 - منطقه گمرکی زمینی: که از یک سو، زمین های واقع شده بین مرزهای زمینی یا سواحل را و از سوی دیگر خط داخلی را پوشش می دهد، تا توسط ابلاغیه وزیر یا مقام ذی صلاح دیگری تعیین شود.
۱۰. عبارت خط گمرکی به معنای مسیری است که مطابق با مرزهای سیاسی (خطوط مرزی) می باشد و کشور را از کشورهای همسایه و سواحل پیرامون آن کشورها جدا می کند.
۱۱. عبارت تعرفه گمرکی به معنای نمانکلاتوری است که حاوی توصیف کالاها و حقوق و عوارض مرتبط با آن و قوانین و یادداشت ها از این نوع و انواع مختلف کالا است.
۱۲. عبارت حقوق (عوارض) گمرکی به معنای مالیاتی است که براساس شروط این مقررات بر کالاها وضع می شود.
۱۳. عبارت هزینه ها/مخارج به معنای مقدار بهایی است که گمرک به خاطر ارائه خدماتش اخذ می کند.
۱۴. عبارت کالا به معنای هر محصول طبیعی، مادی یا حیوانی، کشاورزی، صنعتی یا دارایی های فکری است.
۱۵. عبارت نوع کالا به معنای توضیح ذکر شده در نمانکلاتور تعرفه گمرکی است.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		کارفرما: شرکت شهرک های صنعتی گیلان	
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۲۴		

۱۶. عبارت بهای پرداخت شده واقعی یا بهای قابل پرداخت، به معنای بهای کل پرداخت شده به فروشنده، چه به صورت مستقیم و چه به صورت غیرمستقیم، برای کالاهای وارد شده توسط خریدار یا برای او است.
۱۷. عبارت کالاهای وارداتی ارزشگذاری شده به معنای کالاهایی است که برای گمرک ارزشگذاری می شود.
۱۸. عبارت کالای یکسان به معنای کالاهایی است که از همه لحاظ یعنی از لحاظ ویژگی های فیزیکی، کیفی و اعتبار یکسان هستند. تفاوت های ناچیز در ظاهر، کالا را از حالت یکسان بودن خارج نمی سازد.
۱۹. عبارت کالاهای مشابه به معنای کالاهایی است که اگرچه از همه لحاظ یکسان نیستند ولی خصوصیات و مواد مشکله مشابهی دارند و عملکرد یکسانی دارند و از لحاظ تجاری قابل تعویض می باشند. کیفیت کالا، اعتبار و داشتن نام تجاری از جمله عواملی هستند که در تعیین شباهت کالا، در نظر گرفته می شوند.
۲۰. عبارت حق الزحمه فروش به معنای حق الزحمه ای است که به عامل فروش پرداخت می شود که به فروشنده کارخانه مرتبط می باشد، کارخانه ای که به نفع آن یا به میل آن اداره می شود.
۲۱. عبارت هزینه های بسته بندی به معنای هزینه تمام بسته بندی ها و پوشش ها (منهای ابزارهای حمل و نقل بین المللی چه برای کار چه برای مواد استفاده شده برای قرارداد کالاهای بسته ها که برای حمل به کشورهای حوزه خلیج فارس مناسب می باشند).
۲۲. عبارت قیمت واحد در بالاترین مقدار کلی به معنای قیمت واحدی است که کالاهای خاصی در این قیمت به افراد غیرمرتبط در اولین سطح بازرگانی بعد از واردات فروخته می شود.
۲۳. عبارت افراد مرتبط به معنی افرادی است که:
- شرکای قانونی کسب و کار هستند.
 - مامور یا مدیر یک کسب و کار یکدیگر باشند.
 - کارفرما یا کارمند
 - هر شخصی که مستقیماً یا به طور غیرمستقیم صاحب، کنترل کننده یا در اختیار دارنده ۵ درصد یا بیشتر از سهم انبار هر دو طرف باشد.
 - یکی از آن ها به طور مستقیم یا غیرمستقیم دیگری را کنترل کند.
 - هر دوی آنها به صورت مستقیم یا غیرمستقیم توسط شخص ثالثی کنترل شوند.
 - آن ها همراه با هم شخص دیگری را کنترل کنند
 - اعضای یک خانواده باشند.
۲۴. عبارت توافق نامه ارزش گذاری به معنای توافق نامه ای در مورد اجرای گفتار ۷ از توافق نامه گات ۱۹۹۴ می باشد.
۲۵. عبارت مبدا کالاها به معنی کشور تولیدکننده است. چه این کالاها منابع طبیعی، دانه های کشاورزی یا حیوانات باشند چه محصولات صنعتی.
۲۶. عبارت کالاهای ممنوعه به معنای کالاهایی است که واردات یا صادرات آن ها براساس شرایط این مقررات یا هر مقررات دیگری ممنوع است.
۲۷. عبارت کالاهای مشروط، به معنای کالاهایی است که واردات یا صادرات آنها براساس شرایط این مقررات یا هر مقررات دیگری ممنوع است.
۲۸. عبارت منشا به معنی کشوری است که کالا از آنجا صادر شده است.
۲۹. عبارت واردکننده به معنای هر شخص حقوقی یا حقیقی است که کالا را وارد می کند.
۳۰. عبارت صادرکننده به معنای هر شخص حقوقی یا حقیقی است که کالا را صادر می کند.
۳۱. عبارت مانیفست (فهرست کل بار) به معنای سندی است که حاوی توصیف کاملی از کالای حمل شده توسط وسایل حمل و نقل مختلف می باشد.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		کارفرما: شرکت شهرک های صنعتی گیلان	
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۷۵		

۳۲. عبارت منطقه آزاد به معنای بخشی از قلمرو کشور است که در آن فعالیت های تجاری یا صنعتی تحت مقررات مربوطه آن کشور اجرا می شود. همه کالاهایی که به آن منطقه وارد می شوند خارج از منطقه گمرکی در نظر گرفته می شوند و در معرض کنترل ها و رویه های گمرکی معمولی قرار نمی گیرند.
۳۳. عبارت فروشگاه بدون عوارض گمرکی به معنای ساختمان یا محل مجازی است که در آن کالاها براساس نمایش یا فروش بدون پرداخت حقوق و عوارض گمرکی قرار می گیرند.
۳۴. عبارت اظهارنامه گمرکی به معنای اظهار کالا یا اظهارنامه ای است که توسط واردکننده یا نماینده اش تسلیم گمرک شده و اقلامی را شرح می دهد که مشخص کننده کالای اظهار شده و مقدار آن با جزئیات کامل براساس شرایط این مقررات می باشد.
۳۵. عبارت انبار موقتی به معنای ساختمان و مکانی است که به منظور ذخیره موقتی کالاهای در انتظار پس گرفتن براساس یکی از رویه های گمرکی ایجاد شده است، چه چنین مکان یا ساختمانی مستقیماً توسط گمرک اداره شود و چه توسط سرمایه گذاران یا اداره های رسمی عمومی مدیریت شود.
۳۶. عبارت انبار به معنای مکان یا استحکاماتی است که کالاها بدون پرداخت حقوق و عوارض گمرکی براساس شرایط آن تحت نظارت گمرک در آن انبار می شوند.
۳۷. عبارت حمل کننده به معنای دارنده یک وسیله حمل و نقل یا نماینده مجاز او (براساس یک مجوز رسمی) است.
۳۸. عبارت مسیرهای مشخص به معنای مسیری است که توسط وزیر برای حمل کالاهای وارد شده یا صادر شده به و از کشور یا کالاهای در حال ترانزیت تحت یک حکم مشخص شده اند.
۳۹. عبارت خزانه به معنای خزانه عمومی می باشد.
۴۰. عبارت ترخیص گمرکی به معنای نشان دادن اظهارنامه های گمرکی برای کالای وارد شده، صادر شده یا در حال ترانزیت براساس رویه های مهیا شده برای آن می باشد.
۴۱. عبارت کارگزار گمرکی به معنای هر شخص حقیقی یا حقوقی است که مجاز به انجام عملیات ترخیص کالا از گمرک برای دیگران باشد.
۴۲. عبارت نماینده کارگزار گمرکی به معنای هر شخص حقیقی یا حقوقی است که مجاز به پیگیری رویه های گمرکی باشد.
- گفتار ۳:** شروط این مقررات در مورد قلمروها یا آب های تحت حاکمیت کشور اعمال می شود. با وجود این که مناطق آزاد به صورت کامل یا بخشی خارج از شروط گمرکی می باشند، ولی ممکن است در چنین قلمروهایی ایجاد شوند.
- گفتار ۴:** هر کالای در حال عبور از خط گمرکی، در حال واردات یا صادرات، در معرض شروط این مقررات خواهد بود.
- گفتار ۵:** گمرک وظیفه اش را در دفتر گمرک یا منطقه گمرکی انجام می دهد و ممکن است قدرتش را در وسعت قلمروهای کشور و آب های ارضی تحت شرایطی اعمال کند.
- گفتار ۶:** گمرکات یا دستور و مجوز وزیر یا مقام ذی صلاح دیگر تشکیل یا منحل می شوند.
- گفتار ۷:** ساعات کاری و مطلوب دفاتر گمرک توسط حکم وزیر یا مقام ذی صلاح مشخص شده اند.
- گفتار ۸:** رویه های گمرکی براساس شروط گفتارهای مرتبط با بازرسی کالاها تنها در دفاتر مشخص شده گمرک اجرا خواهند شد، همانطور که در گفتار ۷ بیان شد.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۷۶ 	

اصول اعمال تعرفه های گمرکی

گفتار ۹: کالاهای وارد شده به کشور مشمول حقوق عوارض گمرکی تعیین شده توسط تعرفه های گمرکی و هزینه های قابل اعمال دیگر به جز موارد معاف از پرداخت براساس شرایط این قانون یا براساس توافق نامه های اقتصادی متحد کشورهای حوزه خلیج فارس یا هر توافق نامه بین المللی دیگری در این چارچوب شورا هستند.

گفتار ۱۰: نرخ عوارض تعرفه های گمرکی براساس ارزش خواهد بود (درصد ارزش کالا) یا به صورت خاص خواهد بود (مقداری که بر هر واحد کالا وضع می شود) و یا براساس هر دو.

گفتار ۱۱: حقوق و عوارض گمرکی توسط ابزارهای قانونی وضع، اصلاح و حذف می شوند که در هر کدام از کشورهای عضو در معرض احکام مربوطه صادر شده توسط شورا و شروط توافق نامه های بین المللی جاری قابل اعمال می باشند.

گفتار ۱۲: احکام اصلاح کننده حقوق و عوارض گمرکی تاریخی را که چنین اصلاحاتی اجرایی می شوند را قید خواهند کرد.

گفتار ۱۳: کالاهای وارد شده مشمول حقوق و عوارض قابل اعمال در تاریخ ثبت اظهارنامه گمرکی در دفتر گمرک هستند مگر این که در متن احکام اصلاح تعرفه های گمرکی لحاظ شده باشد.

گفتار ۱۴: زمانی که قرار است به خاطر اتمام دوره انبارداری، بر کالاهای انبار شده در انبارها حقوق و عوارض گمرکی وضع شود، چنین کالاهایی مشمول شروط تعرفه ای قابل اعمال در تاریخ ثبت اظهارنامه گمرکی خواهند بود.

گفتار ۱۵: کالاهای خارج شده از مناطق آزاد و فروشگاه های بدون حقوق و عوارض گمرکی به بازارهای محلی مشمول تعرفه های گمرکی قابل اعمال در هر زمانی می باشند.

گفتار ۱۶: کالاهای قاچاق (کالای غیرمجاز) یا همانند آن مشمول تعرفه های گمرکی غالب در هر زمانی از شناسایی یا وقوع قاچاق هستند، در صورتی که قابل اجرا باشند، که این تعرفه ها بالاتر می باشد.

گفتار ۱۷: تعرفه های گمرکی موثر بر زمان فروش، بر کالاهای فروخته شده توسط گمرک براساس شروط مهیا شده در آن اعمال خواهد شد.



گفتار ۱۸: کالاهای آسیب خورده مشمول تعرفه های گمرکی براساس ارزش آن ها در تاریخ ثبت اظهارنامه گمرکی می باشند.

کالاهای ممنوع و مشروط

گفتار ۱۹: یک اظهارنامه گمرکی برای هر کالایی که به کشور وارد یا از آن خارج شود تسلیم خواهد شد، کالاها پس از آن به مسئولین گمرک در نزدیکترین گمرک ارائه می شوند.

گفتار ۲۰: وسایل حمل و نقل دریایی که به کشور وارد می شوند، بدون توجه به ظرفیت بارشان نمی توانند در هر بندرگاه یا اسکله ای غیر از آن واردی که برای آن ها در نظر گرفته شده است لنگر ببندازند، به جز در موارد اضطراری دریایی یا حوادث غیرقابل پیش بینی که در آن ناخدا فوراً اولین گمرک یا نیروهای امنیتی را از چنین حادثه ای باخبر خواهد کرد.

گفتار ۲۱: وسایل نقلیه حاوی کالاهای ممنوع یا مشروط یا کالاهای مشمول حقوق و عوارض گمرکی بالا با ظرفیت باری کمتر از دویست تن در مقیاس دریایی در فعالیت های حمل و نقل منطقه گمرکی دریایی وارد یا درگیر نخواهند شد. به جز در شرایط اضطراری یا حوادث غیرقابل پیش بینی، که در این شرایط ناخدا فوراً اولین گمرک یا نیروهای امنیتی را از چنین حادثه ای باخبر می سازد، به جز کالاهای حمل شده در بندرهای داخلی کشور که رویه های گمرکی در مورد آن ها تمام شده است.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۷۷	

گفتار ۲۲: هوایمایی که یک کشور از ترک می کند یا وارد آن می شود، نباید از فرودگاهی پرواز کند و یا در فرودگاه فرود بیاید، که هیچ گمرکی در آن حضور ندارد، مگر در موارد حوادث غیرقابل پیشگیری که در این حالت خلبان فوراً اولین گمرک یا نیروهای امنیتی را از چنین حادثه ای باخبر می سازد، مگر در حالتی که در قانون یا حکم دیگری آن موضوع پیش بینی شده باشد.

گفتار ۲۳: وسایل حمل و نقل زمینی نمی توانند از نقاطی وارد کشور شوند و یا از آن خارج شوند که هیچ گمرکی در آنجا حضور ندارد.

گفتار ۲۴: به خاطر شروط این مقررات یا هر مقررات دیگری یا حکم دیگری، گمرک از پذیرش، ترانزیت یا خروج هر گونه کالای ممنوعه یا غیرمجاز و نیز ورود، ترانزیت یا خروج هر گونه کالای مشروطی به جز تایید مقامات ذی صلاح کشور جلوگیری می کند.

شناخت جزئیات کالا (مبدا، ارزش، نوع)

گفتار ۲۵: براساس قوانین مبدا که در چارچوب توافق نامه های اقتصادی بین المللی و منطقه ای جاری تصویب شده است، می بایست مبدا کالاهای وارداتی ثابت شود.

گفتار ۲۶: ارزش گذاری گمرکی براساس قوانین و اصول جاری در مقررات اجرایی محاسبه می شود.

گفتار ۲۷: پذیرش ارزش به عنوان یک جزء متمایز کالا نیاز به موارد زیر دارد:

- هر اظهارنامه گمرکی همراه با اصل فاکتور به همراه جزئیات خواهد بود و مدیر کل یا نماینده او ممکن است مجوز خاتمه رویه های ترخیص را بدون ارائه اصل فاکتورهای تایید شده و اسناد موردنیاز برای تهیه آن ها در یک دوره کمتر از ۹۰ روز از تاریخ شروع کار را بدهد.
- ارزش کالا ممکن با تهیه تمام فاکتورهای اصلی و اسناد منعکس کننده ارزش براساس قوانین بیان شده در گفتار ۲۶ اثبات شود.
- گمرک ممکن است به تمام اسناد، قراردادها، انطباق ها و اسناد مربوطه بدون نیاز به پذیرش تمام آن چیزی که در آن ها یا در خود فاکتورها بیان شده است، نیاز داشته باشد.
- گمرک ممکن است ترجمه عربی فاکتورهای صادرشده به زبان های خارجی را درخواست کند تا جزئیات کالاها را براساس تعرفه های گمرکی و نیز اسناد دیگر، در صورت نیاز نشان دهد.

گفتار ۲۸: ارزش کالاهای صادرشده همان مقداری است که در اظهارنامه گمرکی به علاوه تمام هزینه ها تا زمان ورود کالا در گمرک مشخص شده است.

گفتار ۲۹: کالاهای قید نشده در تعرفه گمرکی (سیستم هماهنگ شده) و یادداشت های توضیحی باید براساس دسته بندی ارائه شده توسط سازمان جهانی گمرک دسته بندی شوند. کالاهایی که تحت عنوان سایر در تعرفه گمرکی قرار می گیرند، باید در مفاد تعرفه مشترک گمرکی کشورهای عضو شورا دسته بندی شوند.



مقررات اجرایی قانون مشترک گمرکی کشورهای عضو شورای همکاری های کشورهای عربی حوزه خلیج فارس

الف- ارزش کالاهای در گمرک

براساس شروط گفتار ۲۶ قانون مشترک گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس، ارزش کالاها در گمرک براساس اصول و قواعد زیر تعیین می شود:

- شروط کلی:

۱. در صورتی که تعیین نهایی ارزش به طول بیانجامد، وارد کننده می تواند کالای خود را بعد از پرداخت نقدی بیعانه حقوق و عوارض گمرکی ترخیص کند.
۲. واردکننده می تواند در صورت درخواست مکتوب، روش مورد استفاده در تعیین ارزش گمرکی کالایش را به صورت مکتوب دریافت کند.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۷۸	

۳. واردکننده یا هر شخص مسئول پرداخت حقوق و عوارض گمرکی می تواند در برابر ارزش گمرکی تعیین شده بدون مجازات درخواست تجدید نظر کند.
 ۴. اطلاعات محرمانه یا اطلاعات فراهم شده به صورت محرمانه، برای ارزش گذاری به عنوان فوق محرمانه، برای ارزش گذاری به عنوان فوق محرمانه در نظر گرفته می شوند و افشا نمی شود مگر این که در محدوده مورد نیاز برای رویه های قضایی باشد.
 ۵. هزینه های حمل، بیمه و هزینه های مربوطه دیگر به ارزش گمرکی کالاهای وارد شده تا ورود به بند مقصد در کشورهای حوزه خلیج فارس اضافه می شوند.
 ۶. زمان پرداخت حقوق و عوارض گمرکی زمانی خواهد بود که برای نرخ مبادله ارز تصویب می شود.
 ۷. در تعیین ارزش معاملاتی، هیچ تخفیف، امتیاز قابل پرداخت یا قیمت پرداخت شده واقعی در نظر گرفته نمی شود، در صورتی که چنین تخفیفات و امتیازاتی بین خریدار و فروشنده، بعد از تاریخ واردات کالا صورت گیرد. همچنین هیچ مانده بستانکاری مربوط به محموله های قبلی نباید در زمان تعیین ارزش کالاهای در حال ارزشگذاری در نظر گرفته شود.
 ۸. توافق نامه های ارزشگذاری مرجعی برای تفسیر و اعمال گفتار کنونی می باشد.
- مبنای ارزش گذاری: کالاهای وارد شده براساس مبنای زیر ارزشگذاری می شوند:
 ۱. اولین مبنا برای تعیین ارزش در گمرک، ارزش معاملاتی کالاهای وارد شده است.
 ۲. در صورتی که ارزش گمرکی نتواند براساس اولین مبنای بالا تعیین شود، توسط اعمال متعاقب روش های دیگر زیر تعیین می شود:
 ۱. ارزش معاملاتی کالاهای یکسان
 ۲. ارزش معاملاتی کالاهای مشابه
 ۳. ارزش قیاسی
 ۴. ارزش محاسباتی
 ۳. در صورتی که ارزش گمرکی را نتوان براساس روش های بالا تعیین کرد، این ارزش را باید با اعمال روش های منطقی تعیین کرد که با اصول کلی و شروط توافق نامه های ارزش گذاری ولی با انعطاف بیشتر همخوانی دارد.
 ۴. واردکننده می تواند درخواست کند در ارزش قیاسی و ارزش محاسباتی در توالی معکوس اعمال شود.



ب- ورود موقت

براساس شروط گفتارهای ۸۹ تا ۹۴ از قوانین مشترک گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس، ورود موقت در معرض شرایط و رویه های زیر قرار دارد: گفتار ۲:

- کالاهای ذکر شده در گفتارهای ۸۹ و ۹۰ باید امکان قرارگیری تحت واردات موقت برای ۶ ماه قابل تمدید یا تعلیق حقوق و عوارض گمرکی وضع شده بر آن ها را داشته باشند، همانطور که در مقررات اجرایی آمده است.
- حقوق و عوارض گمرکی و عوارض دیگر در صورت نیاز باید توسط تضمین بانکی یا پول نقد به تشخیص مدیر کل ضمانت شود.
- وضعیت ورود موقت توسط صادرات مجدد کالاهای وارد شده به خارج از کشور یا ذخیره آن ها در انبارهای مناطق آزاد یا گمرک یا قرارداد آنها برای مصرف داخلی و پرداخت حقوق و عوارض قابل پرداخت براساس رویه های تعیین شده توسط مدیر کل خاتمه می یابد.

پ- صادرات مجدد کالاها

عطف به شروط گفتار ۹۱ از قانون گمرکی واحد کشورهای حوزه خلیج فارس، رویه ها، شرایط و ضمانت ها در هنگام صادرات مجدد کالاهای خارجی وارد شده به کشور به صورت زیر خواهد بود:



	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۷۹	

گفتار ۱۴: کالاهای خارجی، که بدون پرداخت حقوق و عوارض گمرکی به کشور وارد شده اند، می توانند صادرات مجدد شوند. چنین کالاهایی شامل موارد زیر می باشند:

۱. کالاهای وارداتی که از انبارهای گمرکی استرداد نشده اند.
 ۲. کالاهای وارداتی که هدف از ورود آن ها صادرات مجدد است و با ارائه ضمانت نقدی یا بانکی که پوشش دهنده حقوق و عوارض گمرکی آن باشد برای مدتی که از شش ماه بعد از تاریخ ترخیص بیشتر نیست، به صورت موقت ترخیص می شود.
 ۳. کالاهای وارداتی به کشور تحت رویه ورود موقت که مالکان آن ها قصد صادرات مجدد آن ها را دارند.
 ۴. کالاهای انبار شده در انبارها که یکی از وضعیت های تعلیق حقوق و عوارض گمرکی است.
- گفتار ۱۵:

۱. صادرات مجدد کالاها تحت اظهارنامه های صادرات مجدد حاوی تمام عناصر متمایز کالاها، چنین اظهارنامه هایی به تشخیص مدیر کل ساخته می شوند.
 ۲. بعد از تایید گمرک، کالاها ممکن است توسط شخصی غیر از شخص واردکننده صادرات مجدد شوند.
 ۳. شماره اظهارنامه گمرکی که براساس آن کالاها وارد شده اند به اظهارنامه صادرات مجدد آن ها پیوست می شود.
 ۴. کالاها مشمول بازرسی و رویه های مشخص شده در قانون واحد گمرکی قرار دارند.
- گفتار ۱۶: عطف به شروط گفتار ۹۷ از قانون مشترک گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس، حقوق و عوارض گمرکی وضع شده بر کالاهای خارجی صادرات مجدد شده به خارج از کشورهای حوزه خلیج فارس براساس کنترلهای زیر استرداد می شود:

۱. صادرکننده (صادرات مجدد کننده) کالاهای خارجی به نام او و یا به نام هر شخص دیگری وارد شده باشند که بتواند در گمرک ثابت کند که کالاها را خریداری کرده است.
۲. ارزش کالاهای خارجی صادرات مجدد شده که حقوق و عوارض گمرکی آن ها باید استرداد شود، نباید از کمتر از ۵۰۰۰ دلار (یا معادل آن با ارز داخلی) شود.
۳. کالاهای خارجی باید ظرف مدت یک سال تقویم مسیحی از تاریخ پرداخت حقوق و عوارض گمرکی صادرات مجدد شوند.
۴. کالاهای خارجی موردنظر برای صادرات مجدد باید برای راحتی شناسایی و انطباق با اسناد واردات در یک محموله واحد قرار داشته باشند، به هر حال، یک محموله واحد زمانی که برای گمرک اثبات شود که چنین محموله هایی از قطعات همان محموله تشکیل شده اند، می توانند به صورت محموله های قطعه ای صادرات مجدد شود.
۵. ادعای استرداد باید برای کالاهای خارجی باشند که بعد از واردات از خارج از کشورهای حوزه خلیج فارس در داخل به مصرف نرسیده باشند و یا همان وضعیت صادر شده باشند.
۶. استرداد محدود به حقوق و عوارض گمرکی خواهد بود که برای کالاهای خارجی وارداتی و افعا پرداخت شده اند.
۷. حقوق و عوارض گمرکی بعد از صادرات مجدد کالاهای خارجی و تایید تمام اسناد صادرات مجدد استرداد خواهد شد.
۸. اظهارنامه گمرکی واحد تایید شده برای صادرات مجدد کالاهایی به خارج از کشورهای حوزه خلیج فارس استفاده می شود که حقوق و عوارض گمرکی آن ها باید استرداد شوند.
۹. این کنترل ها با اعمال نقطه واحد ورودی و اخذ و تقسیم مشترک حقوق و عوارض گمرکی وضع شده بر کالاهای خارجی فوراً اجرا می شوند.
۱۰. این کنترل ها می توانند بعد از سه سال از تاریخ اجرا یا هر زمان که لازم بود به درخواست یک کشور عضو بازمینی شوند و کمیته همکاری های اقتصادی و مالی حق دخالت و اصلاح این کنترل ها را دارا می باشد.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۸۰	

۱۱. این کنترل ها در هنگام بروز تناقض با قوانین، مقررات و رویه های جاری در هر کشور عضو، اولویت اجرایی دارند.

گفتار ۱۷:

- وسیله های حمل و نقل زمینی که کالاهای صادرات مجدد شده را حمل می کنند مشمول شروط مرتبط با مهر و موم و امنیت گمرکی است که پوشش دهنده، برزنت، طناب و دیگر شروط قابل اعمال در ترانزیت می باشد.
- کالاها باید در دوره مشخص شده صادرات مجدد شوند.
- حقوق و عوارض گمرکی وضع شده بر کالاهای موردنظر بر صادرات مجدد توسط ضمانت های نقدی یا بانکی تضمین می شوند.

گفتار ۱۸: اظهارنامه های صادرات مجدد با تسلیم یکی از مدارک زیر خاتمه می یابد و ضمانت های آن ها آزاد می شوند:

۱. یک کپی از اظهارنامه صادرات مجدد مهر و موم شده و امضا شده توسط مامور گمرکی ذیصلاح در گمرک خروجی که خروج کالا از کشور را اثبات می کند.
۲. یک کپی از اظهارنامه صادرات مجدد مهر و موم شده و امضا شده توسط مامور گمرکی ذیصلاح که ورود کالاها به منطقه آزاد را نشان می دهد.
۳. یک گواهی اتمام تایید شده توسط مقامات ذیصلاح در کشور مقصد که ورود کالاهای صادرات مجدد به آن کشور را تایید می کند.

ت- کالاهای مشمول شروط منطقه گمرکی و شرایط حمل آن ها

عطف به شروط قانون مشترک گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس، کالاهای مشمول شروط منطقه گمرکی به شرح زیر اعمال شوند:

گفتار ۲۶: کالاهای مشمول شروط منطقه گمرک همراه با یک مجوز حمل و نقل خواهند بود که توسط گمرک صادر می شود و نشاندهنده موارد زیر است:

۱. نام شخص موردنظر
۲. عناصر متمایز کننده کالا مثل نوع، تعداد، وزن، مبدا و ارزش
۳. نام، نوع و شماره وسیله نقلیه و نام راننده آن

گفتار ۲۷:



۱. تصرف کالاها در منطقه گمرکی به جز در جایی که توسط گمرک مشخص شده است، ممنوع خواهد بود.
 ۲. الزامات معمول کالاها که در منطقه گمرکی برای مصرف تصرف شده اند، توسط تصمیمی از سوی گمرک مشخص می شوند.
- گفتار ۲۸: حمل و نقل غیرقانونی کالاهایی که مشمول شروط منطقه گمرکی یا تصرف یا توزیع آن در منطقه گمرکی هستند به عنوان قاچاق در نظر گرفته می شوند.

ج- جریمه های اعمال شده برای تخلفات گمرکی



بدون پیش داوری در مورد شرایط گفتارهای ۱۴۲، ۱۴۳، ۱۴۴ و عطف به شرط گفتار ۱۴۱ از قانون مشترک گمرکی، قوانین اعمال جریمه برای تخلفات گمرکی به صورت زیر خواهند بود:

گفتار ۳۹: جریمه ای که در مورد تخلفات زیر، از دو برابر مقدار حقوق و عوارض گمرکی بالاتر نباشد و کمتر از مقدار معادل آن ها نباشد:

۱. اظهارنامه گمرکی (صادرات، صادرات مجدد) که می تواند، بدون زمینه ای قانونی، منتهی به استفاده از استرداد یا اتمام رویه ورود موقت برای کالاهای به صورت موقت وارد شده شود.
۲. افزایش یا کاهش کالاها در مقایسه با کالاهای ذکر شده در مانیفست

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۸۱	

۳. استفاده از کالاهای مشمول معافیت یا تعرفه های گمرکی کاسته شده برای مقاصدی غیر از مواردی که به خاطر آن وارد شده اند یا جایگزین کردن، فروش یا عزل آنها بدون تایید گمرک و پرداخت حقوق و عوارض گمرکی تحمیل شده براساس گفتارهای ۹۹، ۱۰۰ و ۱۰۴ از قانون مشترک گمرکی و شروط این مقررات .
۴. عزل کالاهایی که حقوق و عوارض گمرکی آن ها به خاطر مقاصدی غیر از مواردی که به خاطر آن وارد شده اند، تعلیق شده است یا جایگزین کردن آنها بدون تایید گمرک و پرداخت حقوق و عوارض گمرکی .
۵. پرداخت یا تلاش برای خارج ساختن تعلیق حقوق و عوارض گمرکی
- گفتار ۳۰: جریمه ای که کمتر از پانصد ریال عربستان سعودی و بیشتر از ۵ هزار ریال عربستان سعودی نیست، یا معادل آن در ارزهای کشورهای حوزه خلیج فارس دیگر در مورد تخلفات زیر:
۱. اظهارنامه گمرکی ناقصی که ممکن است به فرار از هر وضعیت یا محدودیتی مربوط به واردات یا صادرات شوند.
 ۲. اظهارنامه گمرکی ناقص در ارتباط با ارزش، نوع، تعداد، وزن، ابعاد یا مبدا که ممکن است به خاطر اظهار نادرست براساس شروط گفتار ۴۷ این مجموعه قوانین، منتهی به از دست رفتن حقوق و عوارض گمرکی شود.
 ۳. تغییر مسیرهای مشخص شده در اظهارنامه ترانزیتی بدون رضایت گمرک براساس شروط گفتار ۷۱ این مجموعه قوانین.
 ۴. نبود مانیفست کالا یا در دسترس بودن بیش از یک مانیفست برای کالاها براساس شروط گفتار ۳۰، ۳۶ و ۳۸ این مجموعه قوانین.
 ۵. ارائه مجوزهای موردنیاز برای اتمام اظهارنامه های ترانزیت، ورود موقت، یا صادرات مجدد در نقض شروط تعیین شده توسط مدیر کل تحت شرایط گفتار ۶۸ این مجموعه قوانین.
 ۶. نقض مقررات و شرایط تعیین شده توسط مدیر کل برای انبار کردن کالاها در انبارها براساس شروط گفتارهای ۷۴ و ۷۵ این مجموعه قوانین .
 ۷. لنگراندازی کشتی ها، فرود هواپیماها یا توقف وسایل حمل و نقل در مکان هایی غیر از مواردی که براساس شروط گفتارهای ۲۰، ۲۱، ۲۲ و ۲۷ این مجموعه قوانین توسط گمرک تعیین شده اند.
 ۸. ترک کشتی ها، هواپیماها و دیگر وسایل حمل و نقل از بندر و مرزهای گمرکی بدون اجازه از سوی گمرک براساس شروط گفتار ۴۱ این مجموعه قوانین.
 ۹. انتقال کالاها از وسایل حمل و نقل به وسایل دیگر بدون رضایت گمرک براساس شروط گفتار ۳۲، ۴۵ از این مجموعه قوانین.
 ۱۰. تخلیه کالاها از کشتی ها و دیگر وسایل حمل و نقل یا استرداد کالاها بدون اجازه از گمرک یا در غیاب ماموران گمرکی یا در خارج از ساعات اداری تعیین شده براساس شروط گفتارهای ۳۲، ۴۰ و ۴۵ این مجموعه قوانین.
 ۱۱. ممانعت از انجام وظایف و اعمال بازرسی، حسابرسی و بازرسی ماموران گمرک براساس شروط بخش ۱۳ از این مجموعه قوانین، این جریمه بر هر شخصی که در این تخلف مشارکت دارد، اعمال می شود.
 ۱۲. عدم ثبت پرونده ها، اسناد و امثال آن برای دوره که در گفتارهای ۱۱۵ و ۱۲۷ این مجموعه قوانین تعیین شده است.
 ۱۳. شکستن مهر و موم و برداشتن مهر و موم گمرکی از کالاها
- گفتار ۳۱: جریمه ای که کمتر از ۵۰۰ ریال عربستان سعودی و بیشتر از ۱۰۰۰ هزار ریال عربستان سعودی نیست، یا معادل آن در ارزهای کشورهای حوزه خلیج فارس دیگر در مورد تخلفات زیر:
۱. عدم ارائه مانیفست توسط مقامات گمرک در بندر حمل کننده در مواردی که چنین تاییدی براساس شروط گفتار ۳۱ این مجموعه قوانین موردنیاز است.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		کارفرما: شرکت شهرک های صنعتی گیلان	
	صفحه ۸۲	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲		



۲. تایید نشدن مانیفست توسط مقامات گمرک در بندر حمل کننده در مواردی که چنین تاییدی براساس شروط گفتار ۳۱ این مجموعه قوانین موردنیاز است.
 ۳. اظهار چند بسته مهر و موم شده به صورت ترکیبی به هر شکلی در مانیفست و اسناد مشابه به عنوان یک بسته واحد براساس شروط گفتار ۴۴ این مجموعه قوانین طبق دستورالعمل های ارائه شده توسط مدیر کل در مورد کانتینرها، پالت ها و تریلرها.
 ۴. عدم ذکر برخی اطلاعات ضروری در مانیفست یا اسناد مشابه
 ۵. واردات پستی پاکت ها یا جعبه های در بسته بدون داشتن برچسب تایید که مخالف شروط توافق نامه های پستی عربی و بین المللی و قوانین ملی است، براساس شروط گفتار ۴۰ این مجموعه قوانین.
 ۶. هر نقضی از شروط احکام اجرایی و دستورالعمل های صادر شده طبق این مجموعه قوانین.
- گفتار ۳۲: جریمه ای تا ۲۰۰ ریال سعودی یا معادل آن به ارز دیگر کشورهای حوزه خلیج فارس برای هر روز تاخیر به شرطی که این جریمه از نیمی از بهای کالاها فراتر نرود، این جریمه در مورد تخلفات تاخیر تولید کالاهای ترانزیتی یا صادرات مجدد به گمرکی که کالاها آن را ترک می کنند اعمال نمی شود و یا در مورد گمرکی که کالاها بعد از اتمام دوره تعیین شده در اظهارنامه های گمرکی ارسال شده اند.
- گفتار ۳۳: جریمه ای تا میزان ۲۰۰ ریال سعودی یا معادل آن در ارزهای کشورهای دیگر حوزه خلیج فارس برای هر روز تاخیر وسایل نقلیه عمومی و تاکسی های ورودی به کشور به شرطی که چنین جریمه ای از ۱۰۰۰ ریال عربستان سعودی یا معادل آن در ارزهای کشورهای دیگر حوزه خلیج فارس بیشتر نرود.
- گفتار ۳۴: جریمه ای تا میزان ۱۰۰۰ ریال عربستان سعودی یا معادل آن در ارزهای کشورهای دیگر حوزه خلیج فارس برای هر هفته تاخیر یا بخشی از یک هفته تاخیر به شرطی که چنین جریمه ای از ۲۰٪ از ارزش کالاها، برای تخلفات تاخیر در صادرات مجدد کالاها به صورت موقتی وارد شده فراتر از دوره تعیین شده در اظهارنامه های گمرکی در مورد خودروهای توریستی، اینها مشمول جریمه ای به میزان ۲۰ ریال عربستان سعودی یا معادل آن در ارزهای کشورهای دیگر حوزه خلیج فارس برای هر روز تاخیر می باشند، به شرطی که این جریمه بعد از اتمام دوره تعیین شده در مجوز ورود موقت از ۱۰٪ از قیمت خودروی توریستی بیشتر نشود.

یکسان سازی تعرفه اتحادیه گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس به سمت جهان خارج

۱. تعرفه مشترک گمرکی اتحادیه گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس برای تمام کالاهای خارجی وارد شده از خارج از اتحادیه گمرکی به میزان ۵ درصد خواهد بود.
۲. فهرست ۴۱۷ کالا مشخص شده که علاوه بر معافیت های مشخص شده در قانون آئین نامه واحد گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس از تمام حقوق و عوارض گمرکی معاف می باشند.
۳. حقوق و عوارض گمرکی مبتنی بر ارزش یا خاص تحمیل شده بر تنباکو و فرآورده های آن در کشورهای عضو اتحادیه گمرکی ۱۰۰ درصد خواهد بود. درآمدهای گمرک که بر تنباکو و فرآورده های آن وضع شده است باید همانند درآمدهای حاصل از کالاهای دیگر در نظر گرفته شود که حقوق گمرکی آن ها در درآمدهای مشترک گمرکی کشورهای عضو اتحادیه گمرکی اخذ می شوند.

قانون مشترک گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس

تمام گمرکات کشورهای عضو قانون مشترک گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس، مقررات اجرایی و یادداشت های توضیحی آن به کار گرفته خواهند شد.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۸۳	

وظایف گمرکی گمرکات میانی کشورهای حوزه خلیج فارس بعد از تشکیل اتحادیه گمرکی

وظایف گمرکی گمرکات میانی کشورهای حوزه خلیج فارس بعد از تشکیل اتحادیه گمرکی براساس مراحل زیر تعیین می شود:

مرحله اول :

این مرحله با تشکیل اتحادیه گمرکی براساس جدول زمانی وظایف گمرکات میانی کشورهای حوزه خلیج فارس در هنگام اتمام رویه های گمرکی مربوط به تشکیل اتحادیه گمرکی به شرح زیر تمرکز دارد:



۱. رویه های صادرات، صادرات مجدد و ترانزیت در گمرکات میانی کشورهای حوزه خلیج فارس خاتمه می یابد.
۲. اسناد واردات کالاهای خارجی وارد شده از خارج از منطقه کشورهای حوزه خلیج فارس به صورت مناسب با کالاهای انطباق داده می شوند تا اخذ حقوق و عوارض گمرکی را تضمین کنند که کالاهای دارای هیچ کالاهای ممنوعه ای در کشورها ترانزیت با کشور مقصد نهایی نیستند.
۳. تضمین این که رویه های غیر گمرکی قابل اعمال بر واردات کالاهای خاص براساس آیین نامه های اجرایی در کشور واردکننده مبتنی بر اسناد همراه با کالا تکمیل شده اند.
۴. رویه های فوق الذکر در مورد کالاهای خارجی اعمال می شوند که به صورت مستقیم از نقاط مرزی گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس با جهان خارج به کشورهای عضو دیگر حمل می شوند و از بازارهای داخلی یک کشور عضو به کشورهای عضو دیگر انتقال می یابد. فاکتورهای داخلی و اسناد تایید شده در چارچوب شورا که حاوی کالاهای خارجی هستند برای مقاصد گمرک کافی خواهند بود.
۵. فرآورده های ملی مجاز هستند به صورت آزادانه در میان کشورهای عضو همراه با فاکتورهای داخلی خود و اظهارنامه های آماری خود جابجا شوند.
۶. گزارش های دوره ای در مورد نتایج بدست آمده از اعمال این رویه ها در این مرحله به کمیته اختصاص یافته برای نظارت بر اجرای اتحادیه گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس تسلیم می شوند.

مرحله دوم :

وظایف گمرکات میانی کشورهای حوزه خلیج فارس بر تقویت اتحادیه گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس و افزایش اعتبار آن تمرکز دارند. از نتایج مثبت مرحله اول به شرح زیر استفاده می کنند:

۱. اسناد واردات با کالاهای خارجی وارد شده از خارج از کشورهای حوزه خلیج فارس انطباق می یابند تا اخذ حقوق و عوارض گمرکی قابل اعمال و این که هیچ کالاهای ممنوعه ای در کشور ترانزیت، یا کشور مقصد نهایی وجود ندارد را تضمین کند.
۲. رویه های تایید که رویه های غیر گمرکی مخصوص برای واردات کالاهای خاص براساس آیین نامه های قبل اعمال در کشور واردکننده مبتنی بر اسناد همراه با کالا تکمیل شده اند باید از بین بروند، به جز رویه هایی که در گفتار ۱ از توافق نامه های اقتصادی کشورهای حوزه خلیج فارس مشخص شده اند.
۳. گمرکات میانی کشورهای حوزه خلیج فارس به عبور کالاهای خارجی حمل شده از بازارهای یک کشور عضو به کشورهای عضو دیگر در برابر ارائه فاکتورهای داخلی و اظهارنامه های آماری مرتبط با چنین کالاهایی اجازه می دهند.
۴. گزارش های دوره ای در مورد نتایج بدست آمده از اعمال این رویه ها به کمیته ای تسلیم خواهد شد که برای نظارت بر اجرای اتحادیه گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس تخصیص یافته اند.

مرحله سوم :

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۸۴	

وظایف گمرکی دفاتر مرزی میانی کشورهای حوزه خلیج فارس آن با توجه به نتایج بدست آمده در مراحل قبلی مبتنی بر گزارش های دوره ای کمیته مخصوص نظارت بر عملکرد اتحادیه گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس از بین می رود که شرایط گفتار ۱ از توافق نامه اقتصادی کشورهای حوزه خلیج فارس را در نظر می گیرد.

این دوره های انتقالی به گمرکات کشورهای عضو زمان کافی برای پذیرش موقعیت جدید و غلبه بر هر مشکلاتی را در صورت وجود می دهد و از بکارگیری این مراحل تایید شده که منتهی به وضعیت نهایی اتحادیه گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس می شود، جلوگیری می کند.

آیین نامه های داخلی حاکم بر واردات، صادرات، صادرات مجدد و ترانزیت کشورهای عضو

شهروندان کشورهای حوزه خلیج فارس، عطف به گفتار ۱۰۹ از قانون مشترک گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس، مجاز به مشارکت در شغل ترخیص گمرکی در کشورهای حوزه خلیج فارس هستند.

به امور کاملا مرتبط با فرآیند حمل کالا در کشورهای عضو اتحادیه گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس و اصل نقطه واحد ورودی به صورت زیر پرداخته می شود:

۱. معافیت های دولتی، معافیت های خاص و معافیت های دیپلماتیک: معافیت های دولتی، معافیت های خاص و معافیت های دیپلماتیک محدود به شروط قانون مشترک گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس می باشند که به تایید شورای عالی رسیده است. هر معافیت دیگری لغو می شود مگر اینکه به صورت مشترک مورد توافق قرار بگیرد.

۲. معافیت های تحت توافق نامه های بین المللی: در هنگام صحبت راجع به این توافق نامه ها، کشورهای حوزه خلیج فارس این طور در نظر می گیرند که این توافق نامه ها هم سو با الزامات و طرح اتحادیه گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس و شروط توافق نامه اقتصادی کشورهای حوزه خلیج فارس است.



۳. در دسترس بودن اطلاعات پیرامون ثبت تجاری در گمرکات در بکارگیری اتحادیه گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس: اهمیت در دسترس بودن اطلاعات کلیدی زیر در مورد ثبت تجاری در نقطه واحد ورودی بنادر مرزی گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس با جهان خارجی برای مقاصد ترخیص گمرکی براساس مکانیزم های زیر به تایید شورا رسیده است:

- نام موسس
- مالک ثبت تجاری
- شماره و محل صدور
- تاریخ و اعتبار



۴. ورود یا صادرات موقت: به موضوع ورود و صادرات موقت اتحادیه گمرکی و اصل نقطه واحد ورود کشورهای حوزه خلیج فارس با توجه به شروط قانون مشترک گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس پرداخته می شود.

۵. مجوزهای واردات: پیش نیازهای دستیابی به مجوز واردات برای واردات هر کالایی به هر کدام از کشورهای حوزه خلیج فارس باید رفع شود. زیرا آن با الزامات تشکیل اتحادیه گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس و اصل نقطه واحد ورودی در تناقض است.

۶. کالاهایی که اسناد آن ها از طریق بانک هایی در بکارگیری اتحادیه گمرکی و نقطه واحد ورودی دریافت شده اند: کالاهایی که اسناد آن ها از طریق بانک هایی در بکارگیری اتحادیه های گمرکی و نقطه واحد ورودی دریافت شده اند، با توجه به شروط قانون مشترک گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس به آن ها پرداخته می شود.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۸۵	

۷. اعمال حقوق و عوارض گمرکی اخذ شده ذخیره شده برای کالاهای خارجی در هنگام بکارگیری اتحادیه گمرکی و نقطه واحد ورودی : حقوق و عوارض گمرکی اخذ شده ذخیره شده برای کالاهای خارجی در هنگام بکارگیری اتحادیه گمرکی و نقطه واحد ورودی براساس مکانیزم مورد تایید شورا استرداد می شود.
۸. کنترل های استرداد(بازگشت حقوق و عوارض گمرکی در مورد کالاهای خارجی صادرات مجدد شده به خارج از کشورهای حوزه خلیج فارس): بازگرداندن حقوق و عوارض گمرکی اخذ شده در مورد کالاهای خارجی صادرات مجدد شده به خارج از کشورهای حوزه خلیج فارس براساس شرایط گفتار ۱۶ از مقررات اجرایی قانون مشترک گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس خواهد بود.
۹. مکانیزم اعمال کالاهای در حال ترانزیت طبق اتحادیه گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس به صورت زیر به کالاهای در حال ترانزیت در اتحادیه گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس پرداخته می شود.
۱. کشورهای حوزه خلیج فارس در اتحادیه گمرکی به عنوان اتحادیه واحد گمرکی در نظر گرفته می شوند و شروط توافق نامه های بین المللی جاری را در زمان کار با کشورهای غیرعضو اعمال می کنند.
 ۲. لغو ترانزیت کالا در میان کشورهای عضو بعد از بکارگیری اتحادیه گمرکی
 ۳. اعمال شرایط و رویه های فنی مشخص شده در توافق نامه ترانزیت عربی که توسط کشورهای عضو در زمان ترانزیت با دنیای خارج منعقد شده است.
 ۴. رویه ترانزیت برای کالاهای وارد شده به کشورهای حوزه خلیج فارس در اولین بندر گمرک (بندر گمرکی دریایی، زمینی یا هوایی) خاتمه می یابد و رویه های گمرکی عادی (یعنی بازرسی، جمع آوری حقوق و عوارض گمرکی) همانند کالاهای دیگر تکمیل می شود.
 ۵. ترانزیت برای کالاهای صادر شده یا صادرات مجدد شده از هر کدام از کشورهای حوزه خلیج فارس از آخرین بندر گمرکی (دریایی، زمینی، هوایی) شروع می شود.
 ۶. کالاهایی که قبلا تحت رویه ترانزیت به کشورهای حوزه خلیج فارس وارد شده بودند با اتمام رویه های گمرکی خود همانند کالاهای دیگر بدون هیچ مانعی به هر کدام از کشورهای حوزه خلیج فارس حمل می شوند.
 ۷. کالاهایی که براساس مانیفست کالاهای مشروط مورد توافق بین کشورهای حوزه خلیج فارس، مشمول محدودیت هایی در واردات خود به هر کدام از این کشورها هستند، تحت مکانیزم مورد تاییدی برای جایجایی چنین کالاهایی در کشورهای حوزه خلیج فارس از یکی از کشورهای عضو به کشور عضو دیگر حمل می شود که ورود آن ها به کشور واردکننده را تضمین می کند.
 ۱۰. مکانیزم تسهیل جریان فرآورده های گیاهی و حیوانی و حیوانات زنده وارد شده به کشورهای حوزه خلیج فارس : مکانیزم تسهیل جریان فرآورده های گیاهی و حیوانی و حیوانات زنده وارد شده به کشورهای حوزه خلیج فارس براساس کنترل های مورد توافق در کشورهای حوزه خلیج فارس بکارگیری می شود.
 ۱۱. اعمال حقوق و عوارض کالاهای با ماهیت ویژه در اتحادیه گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس : کالاهایی که واردات آن ها در برخی از کشورهای عضو ممنوع است و در کشورهای عضو دیگر مجاز می باشد باید مستقیما به کشور واردکننده وارد شوند یا از کشوری عضو عبور کنند که اجازه ورود آن ها را می دهد، به شرطی که چنین کالاهایی از قلمروهای کشورهای عضو که واردات چنین کالاهایی را ممنوع اعلام کرده اند، عبور نکرده باشد و حقوق و عوارض قابل اعمال برای چنین کالاهایی توسط کشور واردکننده اخذ شود. این درآمدهای حاصل از حقوق و عوارض گمرکی سهم کشور واردکننده است و از عایدات مشترک گمرکی اتحادیه گمرکی خارج می شود. کشورهای عضو که چنین کالاهایی را وارد می کنند حقوق و عوارض گمرکی وضع شده بر چنین کالاهایی را یکسان می کنند.



	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۸۶	

۱۲. کنترل اعمال شده برای معاف کردن صادرات های صنعتی از پرداخت حقوق و عوارض گمرکی : واردات دستگاه های صنعتی به کشورهای حوزه خلیج فارس (یعنی ماشین آلات، تجهیزات، لوازم یدکی، مواد خام، مواد نیمه آماده، مواد بسته بندی که برای تولید صنعتی بصورت مستقیم مورد نیاز می باشند) براساس کنترل های مورد توافق توسط شورا از پرداخت حقوق و عوارض گمرکی معاف هستند، به شرطی که گمرک هر یک از کشورهای حوزه خلیج فارس که کالاها از میان آن ها وارد شده است ورود کالاهای وارداتی را تسهیل کند که مجوز آن ها توسط مقام ذی صلاح در هر یک از کشورهای حوزه خلیج فارس صادر شده است.
۱۳. اعمال کالاهای ممنوع و مشروط در کشورهای عضو براساس اتحادیه گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس: یک فهرست قاطع از کالاهای وارداتی ممنوع و فهرست دیگری برای کالاهای وارداتی مشروط توسط تمام کشورهای عضو مورد توافق شده است. هر کشور عضو باید فهرست مخصوص خودش از برای کالاهای ممنوع و مشروط داشته باشد که توسط کشورهای عضو دیگر در طول جابجایی چنین کالاهایی در میان کشورهای تشکیل دهنده اتحادیه گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس مشاهده می شود.
۱۴. محدودیت ها و کنترل های اعمال شده بر واردات و ترخیص داروها و فرآورده های دارویی: حداکثر دوره ۲۴ ماه برای اعمال رویه های واحد کشورهای حوزه خلیج فارس برای واردات و ترخیص داروها و فرآورده های دارویی در نقطه واحد ورودی در آغاز اتحادیه گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس اعطا شده است، به شرطی که کمیته ثبت دارو یک مکانیزم واحد برای ترخیص گمرکی داروها و فرآورده های دارویی ایجاد کند که در برگیرنده ثبت واحد دارو تحت اتحادیه گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس باشد.
۱۵. شرایط و کنترل های واردات مواد غذایی: حداکثر دوره سی و شش ماه برای رسیدن به شرایط استاندارد برای واردات مواد غذایی قابل اعمال در نقطه واحد ورودی در هنگام شکل گیری اتحادیه گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس اعطا شده است، به شرطی که کمیته امنیت غذایی کشورهای حوزه خلیج فارس یک مکانیزم مشترک برای جابجایی مواد غذایی خارجی در میان کشورهای حوزه خلیج فارس ایجاد کنند. به عنوان راهنما، به مکانیزم جریان فرآورده های گیاهی، حیوانی و حیوانات زنده وارد شده به کشورهای حوزه خلیج فارس ارجاع داده شوند. به هر حال، ساخت مراکز فنی پیشرفته و آزمایشگاه ها چه در داخل کشور یا در نقاط مرزی برای تسهیل جریان این کالاها و اجتناب از فساد آن ها در گمرکات ضروری خواهد بود.
۱۶. اعمال وسایل حمل و نقل که حقوق و عوارض گمرکی آن ها در یکی از کشورهای عضو اخذ شده است و مالکان آن ها می خواهند اوراق آن ها را در کشور عضو دیگر جایگزین کنند: حقوق و عوارض گمرکی باید بر وسایل حمل و نقل و وسایل نقلیه در اتحادیه گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس اخذ شود و تمام رویه های گمرکی باید در نقطه واحد ورودی خاتمه یابند. همانند کالاهای دیگر، چنین وسایل حمل و نقل و وسایل نقلیه ای می توانند بدون پرداخت هیچ گونه عوارض گمرکی در میان کشورهای عضو جابجا شوند.
۱۷. اظهارنامه واحد گمرکی : اظهارنامه واحد گمرکی (واردات، صادرات، صادرات مجدد، ورود موقت، ترانزیت، مناطق آزاد و مقاصد آماری) برای اتمام گمرکات کشورهای حوزه خلیج فارس برای مقاصد گمرکی و آماری مورد استفاده قرار می گیرند.
۱۸. مهارت قبلی تولیدکنندگان صنعتی کشورهای حوزه خلیج فارس برای معافیت فرآورده هایشان از پرداخت حقوق و عوارض گمرکی : مهارت قبلی تولیدکنندگان صنعتی کشورهای حوزه خلیج فارس برای معافیت فرآورده هایشان از پرداخت حقوق و عوارض گمرکی با بکارگیری اتحادیه گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس در تاریخ یکم ژانویه سال ۲۰۰۳ به پایان رسیده است.

مقررات ویژه مربوط به کشتیها

ماده ۸: هر گونه اطلاعاتی درباره محموله کشتیها وارد شده به بنادر دبی می باید به اطلاع مدیران و ماموران بنادر و گمرکات برسد.

ماده ۹:

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۸۷	

۱. بارنامه کشتی ها : به محص ورود کشتیها به بنادر دبی باید جزئیات محموله کشتی در بارنامه قید شود همراه با گزارش بهداشتی کالا توسط صاحب کشتی یا نماینده وی به مدیران و ماموران بنادر ارائه گردد. همچنین در صورت لزوم باید اسناد مالکیت کشتی ارائه گردد، محموله هایی که از طریق هوا و بوسیله هواپیما وارد دبی می شود در فرودگاه مورد بازرسی ماموران گمرک قرار می گیرند.
۲. قوانین و مقررات امارت دبی درباره هواپیماهایی که از حریم هوایی این امارت عبور می کند اجرا می شود.
- ماده ۱۰: مسافران و کالاهایی که از طریق هوا و یا دریا وارد دبی می شوند باید در املاک اختصاصی متعلق به اداره بنادر و گمرکات یا محل تعیین شده از سوی والاحضرت حاکم دبی و با اجازه مدیران این اداره پیاده و تخلیه شوند.
- ماده ۱۱: مدیران و کارمندان اداره بنادر و گمرکات حق ورود به کشتی و هواپیما به منظور بازرسی افراد و کالاهای وارداتی را دارند.
- ماده ۱۲: عملیات پیاده کردن مسافران و تخلیه کالاهای وارداتی با استفاده از قطعات شناور دویه به دستور والاحضرت حاکم دبی و سایر مدیران اداره بنادر و گمرکات انجام می شود.

مقررات ویژه مربوط به وسایط نقلیه زمینی



- تعیین مناطق ورود دبی :
- ماده ۱۳: والاحضرت حاکم دبی در صورت لزوم می تواند مناطق ورود به دبی را تعیین نمایند.
- ماده ۱۴:
۱. کالاهایی که توسط وسایط نقلیه زمینی وارد دبی می شوند در همان منطقه ورودی مورد بازرسی مرکز گمرک واقع در آن منطقه می شوند و اگر چنانچه در آن منطقه مرکز گمرکی قرار نداشت کالاهای حمل شده به نزدیکترین مرکز گمرکی انتقال داده می شوند.
 ۲. اگر چنانچه در آن نزدیکی مرکز گمرکی وجود نداشت، محموله کالاها به گمرک مرکزی دبی انتقال داده می شود.

۴-۱: ارزیابی و تحلیل الگوی خرید مصرف کنندگان در بازار امارات متحده عربی

امارات متحده عربی دارای مختصات جغرافیایی ۲۴ درجه و صفر دقیقه شمالی و ۵۴ درجه و صفر دقیقه شرقی می باشد که در نوار ساحلی دریای عمان و خلیج فارس واقع شده است. این محدوده ۸۳۶۰۰ کیلومتر مربع وسعت دارد و شامل ۱۳۱۸ کیلومتر خط ساحلی و ۸۷۶ کیلومتر خطوط مرزی می باشد. این کشور در سال ۱۹۷۱ تأسیس و در سال ۱۹۷۲ کشور فدرال امارات متحده عربی نامیده شد. کشف نفت در سال ۱۹۶۶ صنعت اقتصادی این کشور به طرز وسیعی دگرگون و شکوفا کرد و منابع غنی هیدروکربن موجب رشد بی سابقه اقتصادی در این کشور شد. وسعت جغرافیایی امارات متحده عربی حدود ۸۳ هزار کیلومتر مربع است. شهر دبی سواحل به طول ۷۲ کیلومتر داشته و حدود ۳۸۸۵ کیلومتر مربع را به خود اختصاص داده است. این امارات با داشتن فرودگاه های بسیار مجهز و منحصر بفرد در چهارراهی از غرب و شرق و اروپا قرار دارد.

بخش اعظم این سرزمین از صحرا تشکیل شده است و گاهی واحه هایی در آن یافت می شود. با این وجود دو رشته کوه نیز در این کشور وجود دارد. سواحل این کشور ، اکثر جمعیت در آن ساکنند، عمدتاً پوشیده از نمکزار است. امارات متحده عربی آب و هوایی گرمسیری دارد. تابستان های آن داغ و مرطوب و زمستان های آن ملایم است. بارندگی در این کشور نادر است و اغلب در ماه های زمستان اتفاق می افتد. زمین های قابل کشت تنها ۰.۷ درصد از کل زمین های امارات را تشکیل می دهد. از مهمترین مشکلات کشاورزی امارات، کمبود زمین های قابل کشت، گرمای شدید هوا، هجوم ملخ ها و نوسان سقف تولیدات سالانه کشاورزی به دلیل کم آبی می باشد.



کشاورزی به عنوان یکی از بخش های کم اهمیت در اقتصاد امارات تلقی می شود. لذا کشاورزی در این کشور محدود شده است به واحه ها و تعداد کمی از محلهای ساحلی که با آب شیرین شده آبیاری می شود. عمده ترین محصولات کشاورزی تولید شده در این کشور سبزیجات، خرما، لیمو عمانی، میوه جات، طیور، تخم مرغ، محصولات لبنی و ماهی می باشد.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۸۸ 	

امارات متحده عربی به تنهایی بخش مهمی از کل صادرات محصولات کشاورزی صادراتی ایران را در سال های گذشته به خود اختصاص داده است. این کشور با فرآوری و بسته بندی مناسب محصولات صادراتی ایران، مبادرت به صادرات مجدد آن کرده اند.

لذا با ارتقای کیفیت و توان صادراتی محصولات کشاورزی ایران لازم است:

- استفاده مناسب از مزیت طبیعی و خدادادی کشور ایران
- برگشت ارزش افزوده و آثار جانبی مثبت به داخل کشور ایران
- آموزش و ترویج استانداردها و مقررات بهداشتی در داخل کشور

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۸۹	

فصل ۲: ارائه راهکارهای موثر جهت رسوخ در بازار امارات متحده عربی



با نگاه به روابط بازرگانی ایران و امارات متحده عربی و حجم مبادلات تجاری دو کشور، مهمترین بخش مناسبات ایران و امارات روابط اقتصادی و تجاری بین دو کشور است. با این وجود می توان ادعا داشت که روابط خوب اقتصادی میان دو کشور، پیوندهای آنها را سامان داده و مناسباتشان را تقویت کرده است. به همین جهت است که روابط اقتصادی این دو کشور، به رغم تعارضات سیاسی، همواره روندی رو به رشد داشته و منجر به همکاری اقتصادی آنها شده است. لذا جهت توسعه همکاری اقتصادی و رسوخ در بازار امارات متحده عربی راهکارهای زیر پیشنهاد شده است:

۱. استفاده از زیرساخت ها: امارات متحده عربی به عنوان یکی از پنج کشور از نظر آزادی تجاری معاف از مالیات، ایجاد تنوع در اقتصاد، بازگذاشتن درب های اقتصاد بروی سرمایه های خارجی، احداث بنادر مدرن و پایانه های صادراتی و وارداتی، از جمله کشورهای تراز اول جهان در بعد اقتصادی به شمار می رود. از همین رو این کشور توانسته خود را به عنوان کانون و گلوگاه اقتصادی منطقه خاورمیانه معرفی کند. در مقابل ایران به دلیل وجود قوانین بسته اقتصادی، عدم بنادر پیشرفته و نبود مناطق تجاری، جایگاه مطلوبی در حوزه اقتصاد بین الملل ندارد. به همین دلیل است که بخش اعظمی از صادرات و واردات کالا را از بنادر و پایانه های صادراتی و وارداتی امارت انجام می دهد و امارات را به عنوان گلوگاه اقتصادی خود معرفی کرده است.



۲. صادرات مجدد: یک فرصت دوباره در تجارت بین المللی تعریف می شود. فرآیندی که کالاهای وارداتی بی هیچ تغییر شکلی و بدون ایجاد ارزش افزوده دوباره از سوی تجار و صادرکنندگان مقیم آن کشور به کشورهای ثالث آن هم از مبادی رسمی همچون مناطق آزاد، بنادر یا حتی انبارهای تحت حفاظت گمرک کشورها صادر می شوند. بنابراین صادرات مجدد در فضای کسب و کار بین المللی از اهمیت بالایی برخوردار است که بعضی از کشورهای موفق در این حوزه توانسته اند از این ظرفیت به نحو مطلوبی استفاده و درآمدهای سرشار میلیاردری را کسب کنند. در این میان ایران با صادرات مجدد سهم بسیار ناچیزی از تقسیم کار جهانی در بخش صادرات مجدد کالاها به خود اختصاص داد. این امر با گسترش شبکه حمل و نقل و ارائه خدمات اقتصادی مناسب می تواند علاوه بر ایجاد درآمد ارزی مطمئن، موجبات ارتقای موقعیت راهبردی ایران شود.

۳. استفاده از فضای بازرگانی ایجاد شده توسط ایرانیان مقیم در امارات: ایرانیان حاضر در امارات در دو بخش تقسیم می شوند. نخست ایرانیانی که به دلیل پیوندهای خانوادگی در امارات به ویژه دبی زندگی می کنند و دوم ایرانیانی که به تدریج پس از پیروزی انقلاب اسلامی تصمیم به سرمایه گذاری در این کشور کرده اند. دولت ایران برای تسهیل امور تجار اقتصادی ایرانی، مرکزی تجاری در دبی راه اندازی کرده که همایش بین المللی در آن برگزار و شورای مستقل تجارت ایران، آن محل را اداره می کند. حضور سرمایه گذاران ایرانی در کشور امارات، شبکه گسترده ای از تجارت و سرمایه گذاری در حوزه های مختلف مواد غذایی، مواد خام، آهن، فولاد، الکترونیک، لاستیک، لوازم خانگی و سایر مواد تجاری را اداره می کنند.

۴. همکاری مشترک سرمایه گذاری: طبق گزارش صندوق بین المللی پول، امارات متحده عربی در میان کشورهای عربی در زمینه جذب سرمایه گذاری مقام اول را به خود اختصاص داده است. دولت امارات متحده عربی در زمینه جذب سرمایه گذاری خارجی فعالیت خود را افزایش داده تا بتواند درصد رشد اقتصادی کشور را بالا ببرد. امارات دارای مقررات بسیار سهل، برخورد و رفتار مناسب کارگزاران، انجام سریع امور اداری، بعلاوه قوانین و مقررات قوی و محکم، در کمتر از یک روز تمامی امور مربوط به راه اندازی یک کارخانه انجام می پذیرد. عوارض گمرکی واردات در سطح پایین و تجارت سهمیه بندی نشده است. قوانین دست و پا گیر اداری کاهش یافته است. در حال حاضر دبی در منطقه یک قطب اقتصادی محسوب شده و سرمایه داران بزرگی در دبی فعالیت اقتصادی دارند. تجار ایرانی هم از آنجا که ابزارهای لازم برای توسعه بازرگانی و جلب سرمایه گذاری خارجی که در دبی فراهم شده است در این امارت فعالیت دارند.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۹۰ 	

۵. شراکت تجاری با امارات: کشور امارات مهمترین شریک تجاری ایران حتی در دوران تحریم ها بوده و عمده جابجایی خدمات، سرویس ها و کالاها از این کشور انجام می شود.



 شرکت تاب آوران ناب گیل	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		 شرکت های صنعتی استان کربلا
	صفحه ۹۱	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	

فصل ۳: ارائه بانک اطلاعاتی از تولید کنندگان ، مشتریان و بازرگانان بازار امارات متحده عربی

مشتریان و بازرگانان امارات متحده عربی



جدول ۲۶ - بانک اطلاعاتی مشتریان و بازرگانان امارات متحده عربی

ردیف	نام شرکت / شخص	نوع فعالیت	محل فعالیت	آدرس و شماره تماس
۱	Esurf Trading LLC	واردکننده محصولات تازه	دبی	آدرس : جبل علی - جبل علی الصناعية الثانية - دبی - JAFZA - امارات متحده عربی تلفن تماس: +۹۷۱-۴۳۲۰۷۵۰۱
۲	Fresh Fruits Co	واردکننده و عمده فروش میوه و سبزیجات	ابوظبی	آدرس : خروجی ۵۲ بازار میوه و تره بار، خیابان شیخ محمد بن زاید، نادالشبه تلفن تماس: +۹۷۱-۴۳۰۲۰۸۰۰
۳	Al Raiqa Date Fruit Trading Sole Proprietorship Co LLC	واردکننده و عمده فروش میوه و سبزیجات	ابوظبی	آدرس: ICAD III مصفا تلفن تماس: +۹۷۱-۲۶۷۳۲۵۲۰
۴	Fruits Garden Trading LLC	واردکننده و عمده فروش میوه و سبزیجات	دبی	آدرس : Shop ۸۶-۹۳, ۹۸-۹۹, Block ۳, Fruits Vegetable Market تلفن تماس: +۹۷۱-۴۳۳۳۴۶۲۹
۵	Fruits Trading Co LLC	واردکننده و عمده فروش میوه و سبزیجات	دبی	آدرس : Ras Al Khor Industrial Area ۳ تلفن تماس: +۹۷۱-۴۳۲۰۰۲۲۳۴
۶	Barakat Veg and Fruits Company LLC	واردکننده و عمده فروش میوه و سبزیجات انبار میوه و سبزی	دبی	آدرس : ۲۷ A, Wholesale Bldg No ۲, Aweer, Nadd Al Hamar تلفن تماس: +۹۷۱-۴۳۳۳۵۶۶۵
۷	Green Palm Vegetables & Fruit	واردکننده و عمده فروش میوه و سبزیجات انبار میوه و سبزی	ابوظبی	آدرس : Ground Floor, Near Al Maya Supermarket, Navy Gate تلفن تماس: +۹۷۱-۲۶۴۴۷۲۳۰
۸	Emirates Gardens Vegetible and Fruit LLC	تامین کننده میوه و سبزیجات فروشگاه های بزرگ میوه و سبزی	ابوظبی	آدرس : Al Nahian Camp Area تلفن تماس: +۹۷۱-۲۶۴۲۸۹۱۶
۹	Farzana Trading	واردکننده و عمده فروش میوه و سبزیجات فروشگاه های بزرگ میوه و سبزی	دبی	آدرس : Shop ۸۹, Bldg ۳, Fruits & Vegetable Market, Aweer تلفن تماس: +۹۷۱-۴۳۲۰۰۱۰۱

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		کارفرما: شرکت شهرک های صنعتی گیلان	
	صفحه ۹۲	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲		



جدول ۲۶ - بانک اطلاعاتی مشتریان و بازرگانان امارات متحده عربی

ردیف	نام شرکت / شخص	نوع فعالیت	محل فعالیت	آدرس و شماره تماس
۱۰	Green Earth FZCO	واردکننده و عمده فروش میوه و سبزیجات فروشگاه های بزرگ میوه و سبزی	دبی	آدرس: Dubai Silicon Oasis تلفن تماس: +۹۷۱-۰۵۶۷۸۵۱۳۵۱
۱۱	Arjomandi General Trading Company Limited	تاجر میوه و سبزی	شارجه	آدرس: Natl Paints R/A, Indl Area ۱۵ تلفن تماس: +۹۷۱-۶۵۳۵۳۹۰۰
۱۲	Abdul Majid Haji Trading	انبار میوه و سبزیجات	دبی	آدرس: مرکز بیات، نزدیک رستوران سند پنجاب تلفن تماس: +۹۷۱-۴۳۵۱۴۴۲۶
۱۳	Ahmed Thani Bin Ghulaita Vegetables and Fruit	انبار میوه و سبزیجات	دبی	آدرس: نزدیک لالز مارکت، ساتوا تلفن تماس: +۹۷۱-۴۳۳۳۴۷۰۱
۱۴	Al Fulajj Veg and Fruit Shop	انبار میوه و سبزیجات	ابوظبی	آدرس: Near Shoe Mart, Madinat Zayed تلفن تماس: +۹۷۱-۲۶۲۱۰۳۶۱
۱۵	Al Shalaila Fruits and Vegetable Trading	انبار میوه و سبزیجات	عجمان	آدرس: انجمن تعاونی اوپ عجمان، نزدیک Al Maya، خیابان قدس تلفن تماس: +۹۷۱-۶۷۴۵۲۶۴۷
۱۶	Al Siraj Fruit and Vegetable	انبار میوه و سبزیجات	العین	آدرس: بین سفر مسعود و بانک اسلامی دبی تلفن تماس: +۹۷۱-۳۷۶۶۶۲۳۶
۱۷	Al Thulathiya Vegetable and Fruits Company LLC	انبار میوه و سبزیجات	شارجه	آدرس: پارک اوپ المجز، خیابان جمال عبدالناصر تلفن تماس: +۹۷۱-۶۵۵۳۱۱۱۲
۱۸	Balueas Fruits and Vegitable Shop	انبار میوه و سبزیجات	فجیره	آدرس: بازار مرکزی تلفن تماس: +۹۷۱-۹۲۲۲۹۲۹۴
۱۹	Julfar for Vegetables and Fruits	انبار میوه و سبزیجات	النخیل	آدرس: Al Nakheel تلفن تماس: +۹۷۱-۷۲۲۳۸۴۰۸
۲۰	Khamas Gen Trdg & Store	انبار میوه و سبزیجات	دبیا	آدرس: Veg Market, Dibba Al Fujairah تلفن تماس: +۹۷۱-۴۳۲۰۲۶۸۶

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۹۳	

جدول ۲۶ - بانک اطلاعاتی مشتریان و بازرگانان امارات متحده عربی

ردیف	نام شرکت / شخص	نوع فعالیت	محل فعالیت	آدرس و شماره تماس
۲۱	Royal Vegetables and Fruits	انبار میوه و سبزیجات	راس الخیمه	آدرس: Bhnd Al Nakheel Hotel, Al Nakheel تلفن تماس: +۹۷۱-۷۲۲۸۸۰۲۱
۲۲	Fruitex International Shipping Agency	شرکت حمل و نقل	شارجه	آدرس: Near Spinneys, King Faisal Rd تلفن تماس: +۹۷۱-۶۵۷۲۶۶۱۰

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		کارفرما: شرکت شهرک های صنعتی گیلان	
	صفحه ۹۴	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲		

فصل ۴: تحلیل رقبای حاضر در بازار امارات متحده عربی

پیشینه روابط بازرگانی با ایران

امروزه تجارت خارجی از جمله مولفه های مهم در ایجاد رشد و توسعه اقتصادی، به ویژه در کشورهای در حال توسعه است. تجارت خارجی با بهره مندی از دو مولفه خود یعنی صادرات و واردات، نقش انکارناپذیری در برابر روند فعالیت های اقتصادی کشورها دارد. صادرات دامنه حضور فعالان و تولیدکنندگان را در عرصه محصولات افزایش می دهد. واردات نیز فرصت تامین نیازهای داخلی اعم از بخش تولیدی و مصرفی اقتصاد را از بازارهای برون مرزی فراهم می کند. در بخش صادرات، هر چه محصولات عرضه شده به بازارهای جهانی از روند تولیدی و تکاملی بالا و متعاقب آن از ارزش افزوده بیشتر برخوردار باشد، قدرت نفوذ در بازارهای بین المللی فعالان اقتصادی افزایش می یابد. در مقابل، لازم است واردات کشورها هدفمند و در جهت تقویت بخش تولید هدایت شود.

در ایران قبل از انقلاب اسلامی، اعراب خلیج فارس جایگاهی به عنوان شرکای تجاری ردیف اول ایران نداشتند و در همان روابط اقتصادی کم نیز کفه ترازو تا حد چشمگیری به سود ایران بود که این امر روابط با امارات متحده عربی را هم شامل می شد. با پیروزی انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷ و تحریم های اقتصادی - سیاسی کاهش وابستگی به غرب و بویژه بروز جنگ تحمیلی عراق بر علیه ایران، در دهه اول پس از انقلاب، نه تنها برای دو کشور بلکه برای تمام منطقه خلیج فارس تبعات منفی فراوانی را به همراه داشت. از جمله این کشورها امارات متحده عربی بود که به مانند سایر کشورهای عرب خلیج فارس، کمک های مالی در اختیار عراق قرار داد و در سطوح بین المللی، در بسیاری از مواقع با این کشور همراه بود که این مهم برای اقتصاد امارات سنگین به شمار می رفت.

امارات در سال های ۱۹۸۲ و ۱۹۸۳ به ترتیب رتبه ۴ و ۲ را در واردات از ایران به خود اختصاص داد. چرا که بندرهای اماراتی شارجه و دبی در اختیار ایران بود. همین امر از جمله علت های گسترش روابط تجاری با امارات و افزایش تراز تجاری مثبت آنها در مقایسه با ایران بود. به طور کلی روند مبادلات تجاری ایران با امارات متحده عربی در زمان جنگ چنین بود.



بنابراین میزان تبادلات تجاری بین دو کشور ایران و امارات از سال ۱۹۸۸ تاکنون در بالاترین حد خود قرار دارد. هرچند حجم این مبادلات دچار فراز و نشیب هایی شده اما می توان گفت امارات طی دو دهه اخیر شریک مطمئنی برای ایران به شمار می رود. هر چند که این فراز و نشیب های تجاری گاهی به دلیل وجود تحریم های بین المللی و فشار امارت ابوظبی بر امارت دبی اتفاق افتاده است. اما نتوانسته جایگاه امارات در عرصه تجارت با ایران را متزلزل کند.

آخرین وضعیت مبادلات بازرگانی ایران و امارات متحده عربی

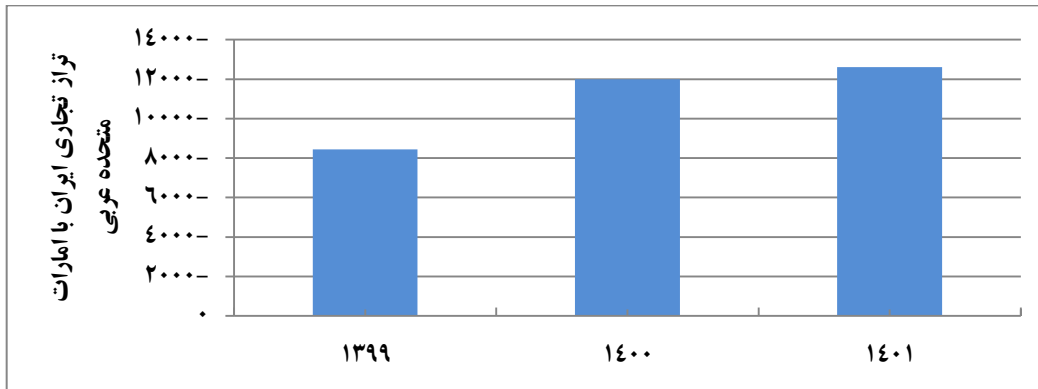
در سه سال مورد مطالعه به دلیل افزایش مجدد حجم صادرات امارات متحده عربی به ایران، تراز تجاری منفی می باشد. جدول ۲۷ روند تراز تجاری ایران با امارات متحده عربی در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ را نشان می دهد.

جدول ۲۷- روند تراز تجاری ایران با امارات متحده عربی در سال های ۱۳۹۹-۱۴۰۱ (میلیون دلار)

سال	میزان صادرات	میزان واردات	تراز تجاری	روند تغییر تراز تجاری
۱۳۹۹	۱۳۲۲۸۷	۹۷۵۵۹۷	-۸۴۳۳۰۹	به زیان ایران
۱۴۰۰	۴۵۱۷۱۵	۱۶۵۱۴۹۸	-۱۱۹۹۷۸۲	به زیان ایران
۱۴۰۱	۵۷۶۶۹۴	۱۸۳۸۳۹۹	-۱۲۶۱۷۰۵	به زیان ایران

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۹۵	

نمودار روند تراز تجاری ایران با امارات متحده عربی در سال های ۱۳۹۹ الی ۱۴۰۱ را نشان می دهد.



نمودار ۵- روند تراز تجاری ایران با امارات متحده عربی در سال های (میلیون دلار)



واردات امارات متحده عربی از ایران

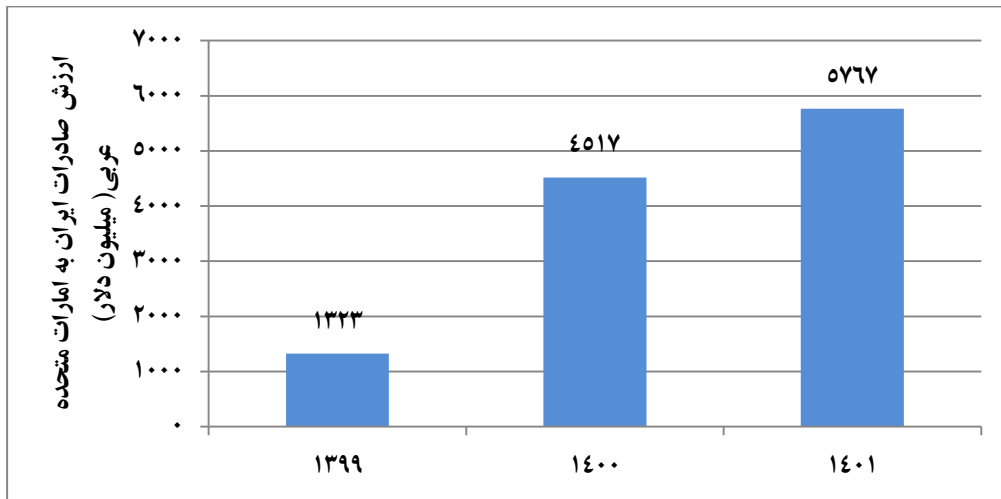
در سال ۱۳۹۹ ارزش صادرات ایران به امارات متحده عربی معادل ۱۳۲۲ میلیون دلار بوده که در سال ۱۴۰۰ با رشد ۷۱ درصد به ۴۵۱۷ میلیون دلار افزایش یافت. این میزان صادرات در سال ۱۴۰۱ با افزایش روبرو بوده و با رشدی برابر ۲۲ درصد به ۵۷۶۶ میلیون دلار رسید. بنابراین ارزش صادرات ایران به ترکمنستان در طول دوره ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ نزدیک به ۹۲ درصد رشد پیدا کرده است.

جدول ۲۸- ارزش صادرات ایران به امارات متحده عربی در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱

سال	ارزش صادرات	نرخ رشد (درصد)
۱۳۹۹	۱۳۲۲.۸۷	-
۱۴۰۰	۴۵۱۷.۱۵	۰.۷۱
۱۴۰۱	۵۷۶۶.۹۴	۰.۲۲

نمودار ۶ ارزش صادرات ایران به امارات متحده عربی در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ را نشان می دهد.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	صفحه ۹۶	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	



نمودار ۶- ارزش صادرات ایران به امارات متحده عربی در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ (میلیون دلار)

واردات کیوی

امارات متحده عربی در سال ۲۰۱۹ میلادی معادل ۱۳۶۷۹ هزار دلار کیوی وارد کرده است. باید گفت واردات این کشور در سال ۲۰۱۹ با رشد ۲۲- درصد نسبت به سال قبل از آن، به ۱۳۶۷۹ هزار دلار رسیده است. جدول ۳۰، ارزش وارداتی کیوی ایران و کیوی جهان در دوره زمانی ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۹ نشان می دهد.

جدول ۳۰- ارزش واردات کیوی به امارات متحده عربی در دوره زمانی ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۹ (هزار دلار)

روند واردات	ارزش واردات کیوی به امارات متحده عربی										ردیف
	۲۰۱۹	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۶	۲۰۱۵	۲۰۱۴	۲۰۱۳	۲۰۱۲	۲۰۱۱	۲۰۱۰	
کاهش	۱۳۶۷۹	۱۷۴۹۶	۱۶۹۳۵	۲۱۵۶۷	۲۶۸۳۹	۱۹۷۷۷	۱۸۲۷۹	۱۸۵۵۰	-	-	جهان
کاهش	۱۴۸۰	۱۴۵۵	۲۱۳۸	۲۰۴۶	۵۰۴۹	۴۹۶۵	۳۲۶۹	۴۴۶۷	-	-	ایران

کشورهای عمده ی بزرگ صادرکننده کیوی به امارات متحده عربی در جدول ۳۱ معرفی می شوند. این اطلاعات می تواند تصویر روشنی از رقابتی بالقوه و رقابتی کنونی در محصول کیوی صادراتی به امارت متحده عربی برای بازرگانان ایرانی فراهم کند. برابر آمار، ایران در کیوی بیش از ۱۱ درصد کیوی را وارد کرده است. در جدول چهار کشور نخست صادرکننده و سهم هر کدام در محصول کیوی ارائه شده است. مهمترین صادرکنندگان کیوی به امارات متحده عربی و ارزش صادرات آن ها در سال ۲۰۱۹ در جدول ۳۱ آمده است.

جدول ۳۱- مهمترین کشورهای صادرکننده کیوی به امارات متحده عربی در سال ۲۰۱۹ (میلیون دلار)

رتبه	نام کشور (مهمترین رقبای موجود)	ارزش صادرات کیوی به امارات متحده عربی (هزار دلار)	سهم از کل صادرات (درصد)
۱	نیوزیلند	۵۰۹۳	۳۷
۲	ایتالیا	۴۱۷۱	۳۰
۳	شیلی	۱۷۴۴	۱۳
۴	ایران	۱۴۸۰	۱۱



با بررسی کشورهای اصلی تامین کننده کیوی امارات متحده عربی، نشان می دهد که ایران با وجود توانمندی صادرات کیوی و برخورداری از مزیت های نزدیکی جغرافیایی و دسترسی آسان به بازار کشور، جزو تامین کنندگان اصلی کیوی وارداتی امارات متحده عربی می باشد. بررسی ها نشان می دهد که ایران از ظرفیت گسترده ای در تامین نیاز بازار کشور امارات متحده عربی برخوردار است.

صادرات امارات متحده عربی به ایران

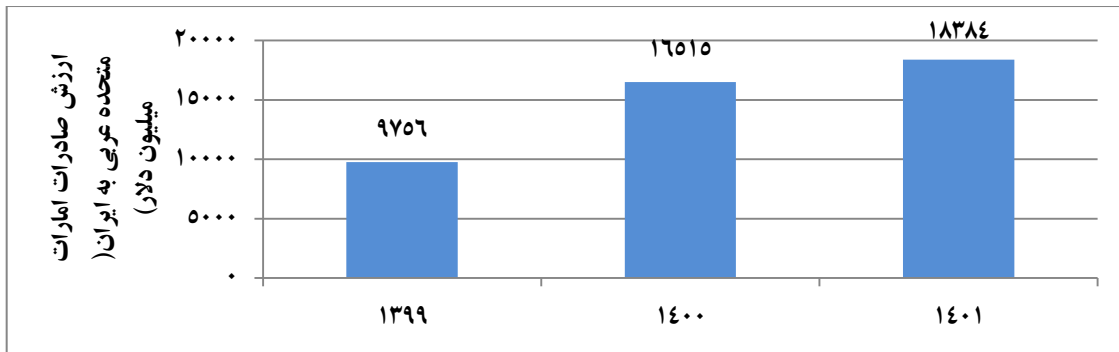
در سال ۱۳۹۹ ارزش صادرات امارات متحده عربی به ایران معادل ۹۷۵۵ میلیون دلار بوده که در سال ۱۴۰۰ با رشد ۴۱ درصد به ۱۶۵۱۴ میلیون دلار افزایش یافت. این میزان صادرات در سال ۱۴۰۱ با افزایش روبرو بوده و با رشدی برابر ۱۰ درصد به ۱۸۳۸۳ میلیون دلار رسید. بنابراین ارزش صادرات امارات متحده عربی به ایران در طول دوره ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ نزدیک به ۵۱ درصد رشد پیدا کرده است.

جدول ۳۲- ارزش صادرات امارات متحده عربی به ایران در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱

سال	ارزش صادرات (میلیون دلار)	نرخ رشد (درصد)
۱۳۹۹	۹۷۵۵.۹۷	-
۱۴۰۰	۱۶۵۱۴.۹۸	۰.۴۱
۱۴۰۱	۱۸۳۸۳.۹۹	۰.۱۰

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	صفحه ۹۸	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	

نمودار ۷ ارزش صادرات امارات متحده عربی به ایران در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ را نشان می دهد.



نمودار ۷- ارزش صادرات امارات متحده عربی به ایران در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ (میلیون دلار)

موافقت نامه های تجاری

جدول ۳۳- موافقت نامه ها و تفاهم نامه های ایران و امارات متحده عربی

ردیف	عنوان	تاریخ	توضیحات
۱	موافقت نامه تجارت آزاد	-	-
۲	موافقت نامه تجارت ترجیحی	-	-
۳	موافقتنامه بازرگانی	-	-
۴	یادداشت تفاهم همکاری نمایشگاهی	-	-
۵	یادداشت تفاهم نامه همکاری سازمان توسعه تجارت	-	-
۶	موافقتنامه اجتناب از اخذ مالیات مضاعف	-	-
۷	موافقتنامه تشویق و حمایت متقابل از سرمایه گذاری خارجی	-	-
۸	تفاهم نامه گمرکی	۱۳۹۳	پیشنویس به طرف اماراتی در سال ۱۳۹۳ ارائه شده است.
۹	تفاهم نامه ترتیبات بانکی	-	-
۱۰	تفاهم نامه همکاری صندوق های ضمانت صادرات	-	-
۱۱	موافقتنامه حمل و نقل هوایی	-	-
۱۲	موافقتنامه حمل و نقل دریایی	۱۳۹۴	تا قبل از شیوع کرونا تعداد ۳۰۸ پرواز در هفته به مقصد آن کشور انجام می گردید
۱۳	موافقتنامه حمل و نقل زمینی	-	-

جدول ۳۳- موافقت نامه ها و تفاهم نامه های ایران و امارات متحده عربی

ردیف	عنوان	تاریخ	توضیحات
۱۴	موافقتنامه حمل و نقل ریلی	-	
منبع: گزارش سازمان توسعه تجارت ایران (۱۴۰۲)			

فعالیت های نمایشگاهی و هیات های تجاری

حضور در نمایشگاه های بین المللی، ابزار موثری برای معرفی و بازاریابی محصولات ایرانی در بازارهای جهانی است. این اقدام می تواند راهکار مطلوبی برای بازاریابی کالاهای ایرانی در بازار امارات متحده عربی باشد. با توجه به اهمیت آگاهی رسانی و تبلیغات درباره ی کالاها و توانمندی ها و پتانسیل های ایران، هیات های تجاری مختلفی بین دو کشور مبادله شده است.



جدول ۳۴- نمایشگاه های مستعد کشور امارات متحده عربی برای شرکت ها و تجار ایرانی

ردیف	عنوان نمایشگاه	محل برگزاری	تاریخ برگزاری	مجری
۱	نمایشگاه بین المللی کاغذ، تیشو، مقوا و صنایع تبدیلی	دبی	اردیبهشت ۱۴۰۲	آینده اندیشان رادینا
۲	مواد غذایی و محصولات کشاورزی گلفود	دبی	فوریه ۲۰۲۱	https://www.gulfood.com
۳	کشاورزی، جنگلداری، باغبانی و ماهیگیری (AGRA MEADLE EAST)	دبی	ژوئن ۲۰۲۱	http://www.agramiddleeast.com/

بر مبنای اطلاعات سازمان توسعه و تجارت و شرکت سهامی نمایشگاه های بین المللی ایران و براساس برنامه ریزی هایی که این مجموعه ها و سازمان های بازرگانی استان ها کرده اند چندین هیات تجاری ایران از کشور امارات متحده عربی بازدید نموده اند. جدول ۳۵ مشخصات و تاریخ اعزام هیات های تجاری ایران به امارات متحده عربی را نشان می دهد.

جدول ۳۵- نمایشگاه های مستعد کشور امارات متحده عربی برای شرکت ها و تجار ایرانی

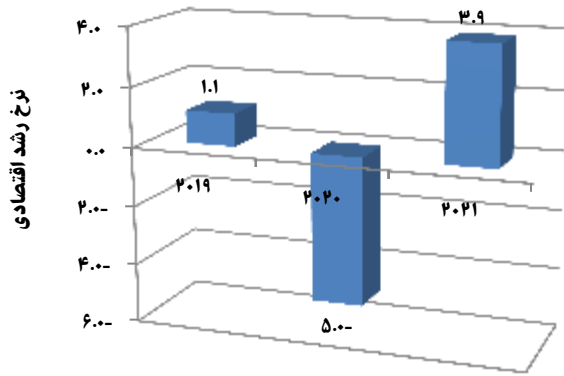
ردیف	عنوان نمایشگاه	نوع هیئت	تاریخ
۱	اعزام هیات همزمان با نمایشگاه عرب پلاست دبی- امارات- امارات متحده عربی	اعزام	دی ۱۳۹۹
۲	اعزام هیات همزمان با نمایشگاه صنایع غذایی گلفود- امارات متحده عربی	اعزام	دی ۱۳۹۹
۳	نمایشگاه غذای حلال دبی	اعزام	دی ۱۳۹۹
۴	نمایشگاه فناوری اطلاعات جی تی ایکس دبی	اعزام	دی ۱۳۹۹

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۰۰	

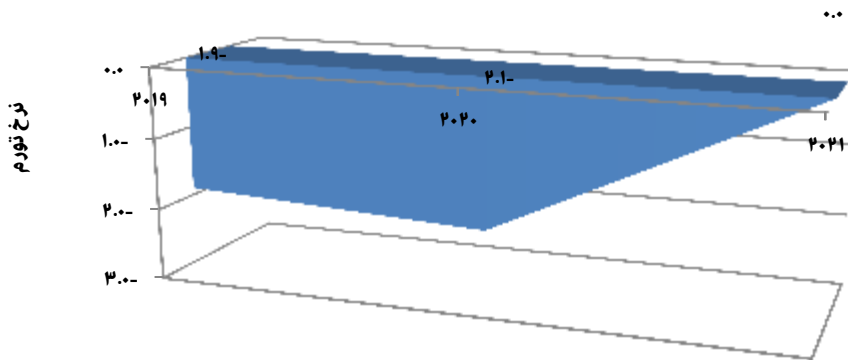
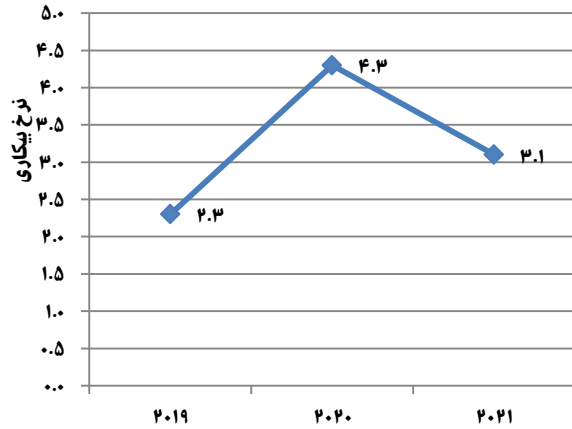
نگاهی به روند تجاری امارات متحده عربی

کل جمعیت امارات متحده عربی در سال ۲۰۲۱: ۹۳۶۵۱۴۵
 سهم جمعیت ۱۵ الی ۶۴ ساله (درصد از کل): ۸۳.۱



نرخ رشد اقتصادی



نرخ بیکاری



نمودار ۸- نرخ بیکاری، نرخ رشد اقتصادی و نرخ تورم (منبع: صندوق ملی پول)

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۰۱	

تحلیل رقبا

با توجه به برآورد شاخص مزیت نسبی آشکار شده در جدول ۳۶، مزیت صادراتی ایران طی سال های ۲۰۰۵-۲۰۱۹، هر چند تا سال ۲۰۰۸ روند کاهشی را دنبال می کرده است، اما پس از آن تا سال ۲۰۲۰ به رشد رسیده است و در مجموع، در طی این سال ها رشد مزیت صادراتی ایران ۶۴.۷- درصد بوده است. در مجموع در طی این سال ها رشد سالیانه ی مزیت نسبی آشکار شده برای ایران به طور میانگین ۱۱.۳۸ درصد خواهد بود. همانطور که ملاحظه می شود از میان ۴ کشور صادرکننده کیوی، به غیر از کشور نیوزلند مابقی کشورها فاقد مزیت صادراتی می باشد. کشور نیوزلند به عنوان رقیب ایران در بازار امارات متحده عربی در مجموع در طی این سال ها روند رو به رشدی داشته و دارای رشد مزیت صادراتی ۷۱.۴ درصد بوده است. این رشد به صورت متوسط سالانه ۴.۱۷ درصد است.

با توجه به ضعف شاخص مزیت نسبی آشکار شده، همانگونه که از جدول ۳۸ ملاحظه می شود، شاخص مزیت نسبی آشکار شده متقارن برآورد گردید، این شاخص در مورد هر ۴ کشور صادرکننده مثبت بوده و بیانگر مزیت صادراتی این کشورها در مورد محصول کیوی است.

با توجه به این که شاخص مزیت صادراتی کیوی در هر کشور وابسته به صادرات کیوی در سطح آن کشور و در سطح جهانی و همچنین وابسته به صادرات کل محصولات کشاورزی در سطح آن کشور و جهان دارد. لذا در ادامه این مسئله بررسی می شود که صادرات کیوی هر کشور چه مقدار بر مزیت صادراتی آن کشور موثر است. در واقع رشد مزیت صادراتی در هر کشور یا ناشی از افزایش نسبت صادرات کیوی کشور یاد شده به کل صادرات کشاورزی آن کشور خواهد بود و یا می تواند نتیجه ی کاهش سهم صادرات کیوی جهانی نسبت به کل صادرات کشاورزی جهانی باشد.

هرچه این افزایش مزیت صادراتی ناشی از مورد نخست باشد، نشان دهنده موفقیت بیش تر و مناسب تر کشور صادرکننده در بازارهای جهانی خواهد بود. با توجه به جدول ۳۹، مزیت صادراتی ایران بخوبی متأثر از مقدار صادرات وی در طی دوره مورد بررسی بوده است. به گونه ای که با افزایش صادرات در هر سال، مزیت صادراتی کیوی ایران نیز افزایش یافته است، لذا رشد صادرات کیوی ایران نسبت به صادرات جهانی وضعیتی مناسب داشته و این رشد بیش از آن که ناشی از تضعیف سایر رقبای بوده باشد، ناشی از تقویت و رشد صادرات کیوی ایران بوده است. همین رابطه در مورد سه کشور نیوزلند، شیلی و ایتالیا نیز برقرار است.

با توجه به نتایج ارائه شده در جدول ۴۰، در میان رقبای اصلی ایران، افزایش مزیت صادراتی نیوزلند، شیلی و ایتالیا با مزیت صادراتی ایران رابطه منفی داشته است و رقابت ایران با این کشورها شدید بوده است، اما از این میان کشور نیوزلند بزرگترین اثر منفی (۲۲.۵-) را داشته است. لذا با توجه به این که نیوزلند دارنده رتبه اول سال ۲۰۲۱ در میان کشور صادرکننده کیوی در جهان است و با توجه به نتایج جدول ۴۰، رقابت ایران در بازار امارات متحده عربی با این کشور جدی تر از سایر رقبای است.



جدول ۳۷، مزیت وارداتی را در کشور امارات متحده عربی نشان می دهد. همانگونه که از این جدول پیداست، امارات متحده عربی در تمام سال ها مزیت وارداتی داشته و رشد شاخص مزیت وارداتی در مورد این کشور ۱۵۱.۷۷ بوده است.

همانگونه که از جدول ۴۱ استنباط می شود، افزایش مزیت وارداتی در کشور امارات متحده عربی به بر مزیت صادراتی ایران تاثیر داشته است. با توجه به این نتیجه، این کشور بازار هدف مناسبی برای ایران بوده و به دلیل نزدیکی به کشور و صرفه جویی در هزینه های حمل و انبارداری، محصولی با کیفیت بالا و ارزاتر می تواند به این کشورها صادر شده و در نهایت به افزایش موقعیت ایران در بازارهای جهانی و بهبود مزیت صادراتی کیوی ایران منجر خواهد شد.

مزیت رقبا

مزیت نسبی آشکار شده

این معیار با منطق محاسباتی ذکر شده در مطالعه کشور عراق و براساس رابطه ۱ محاسبه و در جدول زیر نمایش داده شده است.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۰۲	

جدول ۳۶- مزیت نسبی آشکار شده در کشورهای مهم صادرکننده کیوی به امارات متحده عربی (منبع: برآورد

(تحقیق)



سال	نیوزیلند	شیلی	ایتالیا	ایران
۲۰۰۵	۱۵۱.۲۵	۱۸.۷۴	۵.۵۳	۲۳.۳۶
۲۰۰۶	۱۸۶.۴۱	۱۸.۳۲	۷.۳۲	۱.۵۰
۲۰۰۷	۱۸۳.۰۶	۱۸.۲۲	۶.۹۶	۱.۲۵
۲۰۰۸	۱۷۲.۴۵	۲۱.۶۰	۷.۶۴	۲.۵۰
۲۰۰۹	۱۷۳.۶۱	۱۷.۸۷	۷.۶۱	۳.۳۵
۲۰۱۰	۱۸۰.۲۱	۱۷.۲۵	۸.۱۱	۳.۷۵
۲۰۱۱	۱۶۹.۱۲	۱۶.۴۶	۷.۰۸	۴.۶۱
۲۰۱۲	۱۹۶.۰۴	۲۲.۳۲	۷.۲۶	۴.۰۸
۲۰۱۳	۱۵۳.۷۷	۲۸.۶۱	۹.۰۹	۴.۳۷
۲۰۱۴	۱۶۴.۶۱	۱۹.۳۷	۹.۱۴	۳.۸۵
۲۰۱۵	۲۱۲.۱۳	۲۵.۲۷	۷.۴۷	۳.۲۱
۲۰۱۶	۲۲۳.۸۰	۱۹.۷۳	۶.۵۴	۴.۰۳
۲۰۱۷	۲۰۷.۲۰	۱۸.۰۷	۶.۷۹	۴.۴۳
۲۰۱۸	۲۴۹.۰۹	۱۷.۰۶	۶.۰۱	۶.۲۹
۲۰۱۹	۲۳۸.۸۸	۱۴.۴۷	۵.۷۳	۱۴.۲۷
۲۰۲۰	۲۴۶.۶۲	۱۳.۹۶	۵.۶۵	۱۰.۵۷
۲۰۲۱	۲۵۸.۸۴	۱.۳۳	۵.۱۵	۸.۲۵
رشد (درصد)	۷۱.۴	-۹۲.۸۹	-۶.۸۸	-۶۴.۷۰
رشد متوسط سالانه (درصد)	۴.۱۷	-۵.۷۹	۰.۳۵	۱۱.۳۸

مزیت وارداتی

این معیار با منطق محاسباتی ذکر شده در مطالعه کشور عراق و براساس رابطه ۲ محاسبه و در جدول زیر نمایش داده شده است.

جدول ۳۷ - مزیت وارداتی کشور امارات متحده عربی (منبع: برآورد تحقیق)

درصد رشد	۲۰۲۱	۲۰۲۰	۲۰۱۹	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۶	۲۰۱۵	۲۰۱۴	۲۰۱۳	۲۰۱۲	۲۰۱۱	۲۰۱۰	۲۰۰۹	۲۰۰۸	۲۰۰۷	۲۰۰۶	۲۰۰۵	
۱۵۸.۷۷	۰.۲۵	۰.۱۹	۰.۱۸	۰.۱۷	۰.۰۴	۰.۰۵	۰.۰۶	۰.۰۷	۰.۱۶	۰.۱۶	۰.۰۰	۰.۰۰	۰.۰۰	۰.۰۸	۰.۱۴	۰.۰۰	۰.۱۰	امارات متحده عربی

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۰۳	

مزیت نسبی آشکار شده ی متقارن

این معیار با منطق محاسباتی ذکر شده در مطالعه کشور عراق و براساس رابطه ۳ محاسبه و در جدول زیر نمایش داده شده است.

جدول ۳۸- مزیت نسبی آشکار شده متقارن در کشورهای مهم صادرکننده کیوی به امارات متحده عربی (منبع:



برآورد تحقیق)

سال	نیوزیلند	شیلی	ایتالیا	ایران
۲۰۰۵	۰.۹۲	۰.۹۹	۰.۹۰	۰.۶۹
۲۰۰۶	۰.۲۰	۰.۹۹	۰.۹۰	۰.۷۶
۲۰۰۷	۰.۱۱	۰.۹۹	۰.۹۰	۰.۷۵
۲۰۰۸	۰.۴۳	۰.۹۹	۰.۹۱	۰.۷۷
۲۰۰۹	۰.۵۴	۰.۹۹	۰.۸۹	۰.۷۷
۲۰۱۰	۰.۵۸	۰.۹۹	۰.۸۹	۰.۷۸
۲۰۱۱	۰.۶۴	۰.۹۹	۰.۸۹	۰.۷۵
۲۰۱۲	۰.۶۱	۰.۹۹	۰.۹۱	۰.۷۶
۲۰۱۳	۰.۶۳	۰.۹۹	۰.۹۳	۰.۸۰
۲۰۱۴	۰.۵۹	۰.۹۹	۰.۹۰	۰.۸۰
۲۰۱۵	۰.۵۲	۰.۹۹	۰.۹۲	۰.۷۶
۲۰۱۶	۰.۶۰	۰.۹۹	۰.۹۰	۰.۷۳
۲۰۱۷	۰.۶۳	۰.۹۹	۰.۹۰	۰.۷۴
۲۰۱۸	۰.۷۳	۰.۹۹	۰.۸۹	۰.۷۱
۲۰۱۹	۰.۸۷	۰.۹۹	۰.۸۷	۰.۷۰
۲۰۲۰	۰.۸۳	۰.۹۹	۰.۸۷	۰.۷۰
۲۰۲۱	۰.۷۸	۰.۹۹	۰.۱۴	۰.۶۷

علاوه بر محاسبه ی شاخص های ارائه شده، همبستگی و رابطه میان مزیت نسبی آشکار شده در کشورهای مهم صادرکننده با میزان صادرات کیوی در این کشورها، رابطه ی میان مزیت نسبی آشکار شده در صادرات کیوی ایران با مزیت نسبی آشکار شده در کشورهای رقیب، رابطه میان عدم مزیت صادراتی (مزیت وارداتی) بازارهای عمده ی هدف ایران و میزان مزیت نسبی آشکار شده محصول کیوی در ایران بررسی می گردد.

جدول ۳۹- رابطه ی همبستگی صادرات با مزیت صادراتی در کشورهای مهم صادرکننده (منبع: برآورد تحقیق)

سطح معناداری	آماره t	برآورد	
در سطح ۵ درصد رابطه معنادار است.	۹.۱۰	۲.۱۲	نیوزیلند
در سطح ۵ درصد رابطه معنادار است.	۱۴.۰۱	۲.۱۲	شیلی

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		کارفرما: شرکت شهرک های صنعتی گیلان	
	صفحه ۱۰۴	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲		

جدول ۳۹- رابطه ی همبستگی صادرات با مزیت صادراتی در کشورهای مهم صادرکننده (منبع: برآورد تحقیق)

سطح معناداری	آماره t	برآورد	
در سطح ۵ درصد رابطه معنادار است.	۲۵.۸۸	۲.۱۲	ایتالیا
در سطح ۵ درصد رابطه معنادار است.	۵.۸۹	۲.۱۲	ایران

جدول ۴۰- محاسبه همبستگی میان مزیت نسبی آشکار شده کیوی ایران در مقابل کشورهای رقیب (منبع: برآورد تحقیق)

سطح معناداری	آماره t	برآورد	
در سطح ۵ درصد رابطه معنادار است.	-۲۲.۵۰	۲.۱۱	نیوزیلند
در سطح ۵ درصد رابطه معنادار نیست.	-۶.۲۸	۲.۰۴	شیلی
در سطح ۵ درصد رابطه معنادار است.	-۰.۶۶	۲.۱۱	ایتالیا

جدول ۴۱- رابطه ی همبستگی مزیت صادراتی ایران با مزیت وارداتی بازار امارات متحده عربی (منبع: برآورد تحقیق)

سطح معناداری	آماره t	برآورد	کشور
در سطح ۵ درصد رابطه معنادار است.	۴.۴۷	۲.۱۲	امارات متحده عربی



کشور عمان



فصل ۱: شناسایی نقاط قوت و ضعف، فرصتها و تهدیدها در بازار عمان

ایران و عمان در سطح منطقه ای بهترین و کم مساله ترین رابطه را با همدیگر دارند که در تامین امنیت منطقه نقش موثری داشته است. حال به میزانی که کشورهای منطقه بتواند در جهت تحکیم و توسعه همکاری چه در ابعاد منطقه ای و بین المللی و چه در مسائل مرتبط با جهان اسلام با همدیگر پیش روند، روابط ایران و عمان یک نمونه و اسوه ای برای یک رابط منطقه ای است. عمان یکی از کشورهای عربی حوزه خلیج فارس است که همواره روابط خوبی با جمهوری اسلامی ایران قبل و بعد از انقلاب اسلامی داشته است و ایران همواره از حس همجواری این کشور نسبت به خود استقبال و از سیاست خارجی میانجیگرانه آن در حوزه های مختلف حمایت کرده است.

نقاط قوت

۱. عملکرد قوی بخش مالی
۲. موقعیت استراتژیک بازار عمان
۳. موقعیت جغرافیایی عمان با ایران
۴. موقعیت مطلوب بازاریابی در عمان
۵. ثبات سیاسی کشور عمان
۶. ساختار حقوقی و حقوق مالکیت
۷. وضعیت رقابتی مرتبط با بخش ها
۸. سیاست های دولت در ارتباط با بخش ها
۹. مزیت های سرمایه گذاری
۱۰. وجود مشوق های سرمایه گذاری

نقاط ضعف



۱. محدودیت ذخایر نفتی
۲. اقتصاد نفتی

فرصت ها

۱. بخش صنعتی
۲. بخش گردشگری
۳. بخش سلامتی
۴. بخش فناوری اطلاعات

تهدیدها

۱. مالکیت ۱۰۰ درصدی سرمایه گذاری های خارجی در بخش دولتی و خصوصی

	مجری: شرکت ناب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۰۷	

۱-۱: بررسی زنجیره تامین و لجستیک جهت صادرات در بازار عمان

بازار بزرگی در عمان به جهت برطرف کردن نیازهای حمل و نقل وجود دارد و سازمان تجارت جهانی به منظور تقویت تنوع اقتصادی این کشور به بخش حمل و نقل متمرکز شده است. علاوه بر توسعه حمل و نقل مسافری، عمان توسعه فرودگاهی و بندری را در دستور کار دارد. یکی از طرح های سرمایه گذاری زیرساختی عمان تمایل دولت برای ساخت راه آهن ملی است که عمان را به کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس متصل نماید، هر چند که از اواخر سال ۲۰۱۶ تاکنون این پروژه به کلی متوقف شده است. ساخت بندر صنعتی و حمل و نقل در دقوم در حال انجام می باشد. همچنین بندر صحار و صلاله در زمره بزرگترین و مجهزترین بنادر منطقه در حوزه ترانزیت بین المللی، کراس استافینگ و ترانس شپینگ کالا می باشد به گونه ای که در سال ۲۰۱۹ بندر صلاله عمان با ۷ پله صعود، به جایگاه ۴۴ در رتبه بندی بین المللی ۱۰۰ بندر برتر جهان قرار گرفت. فرودگاه جدید بین المللی مسقط نیز در مارچ ۲۰۱۸ افتتاح گردید و در حال ارائه خدمات حمل مسافر و حمل باری است. در شهرهای صحار و صلاله نیز فرودگاه های بین المللی با قابلیت جابجایی مسافر و کالا استقرار دارند. در حوزه حمل و نقل عمومی بهبود زیرساخت حمل و نقل عمومی در عمان از طریق اضافه کردن سیستم اتوبوس رانی، سرویس خدمات تاکسیرانی دولتی و همچنین طرحی در خصوص ایجاد سیستم مترو وجود دارد.

حمل و نقل دریایی



حمل و نقل دریایی در مقایسه با سایر شقوق حمل و نقل، مزایایی از قبیل هزینه پایین تر، پرداخت وجه در مقابل اسناد معتبر و سرعت در جابجایی حجم بالایی از کالا به همراه دارد. به همین دلایل بیش از ۹۰ درصد حمل و نقل کالا و تجارت بین المللی از طریق حمل و نقل دریایی انجام می شود. امروزه آبراهه های بین المللی با صرفه ترین راه انتقال کالا شناخته می شوند و از آنجایی که کشتی ها از ظرفیت و امکانات بیشتری برخوردارند، تسلط کشورها بر آبراهه ها نه تنها می تواند به عنوان اقتصادی ترین راهکار حمل و نقل کالا محسوب گردد، بلکه در تحکیم اصول و مبانی استقلال اقتصادی و حفظ حقوق کشورها در دریا از موقعیت ویژه ای برخوردار شده است.

عوامل اصلی برتری حمل و نقل دریایی بر سایر شقوق حمل و نقل عبارتند از:

۱. هزینه پایین تر حمل و نقل کالا از راه دریا به سایر روش های حمل
۲. جابجایی حجم انبوه کالا
۳. جابجایی کالاهایی با وزن زیاد
۴. انتقال سریع و کم خطرتر کالا نسبت به سایر شقوق حمل و نقل



به گزارش آنکتاد، حمل و نقل دریایی در سال ۲۰۱۷ شاهد رشد ۴ درصدی بود که سریعترین میزان رشد را در ۵ سال گذشته تجزیه کرد. این رشد بدلیل اصلاح ساختار اقتصادی جهانی و بهبود تجارت جهانی و رسیدن آن عدد به ۱۰.۷ میلیارد تن بود.

در این میان حمل و نقل کانتینری و کالاهای فله ی خشک سریعترین رشد را به ثبت رسانده است. بدنبال عملکرد نسبتا ضعیف حمل و نقل کانتینری در سال ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ حمل کالاهای کانتینری در سال ۲۰۱۷ رشد ۶.۴ درصدی داشته است. در حالیکه حمل کالای فله ی خشک از ۱.۷ درصد رشد در سال ۲۰۱۶ به ۵.۱ درصد رشد در سال ۲۰۱۷ افزایش یافته است. پیش بینی آنکتاد بیانگر آن است که این رشد در حمل و نقل دریایی و تجارت دریایر با توجه به ادامه بهبود اقتصاد جهانی در سال های آینده نیز ادامه پیدا خواهد کرد.

	مجری: شرکت ناب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۰۸	

بنادر اصلی عمان عبارتند از:

۱. بندر خصب: بندر خصب در دهانه ورودی خلیج فارس و در تنگه هرمز قرار دارد. این بندر در استان مسندم عمان واقع شده است. مساحت این بندر ۱.۶ کیلومتر مربع است. طول اسکله های بندر خصب ۳۰۰ متر است، عمق آب پای اسکله ۱۰ متر است و عمق کانال ورودی ۱۰.۵ متر است. امکانات و تجهیزات این بندر شامل: ترمینال مسافری، ترمینال کشتی های تفریحی و جایگاه عرضه سوخت می باشد.
۲. بندر سوهار: بندر و منطقه آزاد سوهار یک بندر با عمق آب مناسب که توسط شرکت بنادر صنعتی سوهار به صورت سرمایه گذاری مشترک بین بندر روتردام هلند و دولت عمان مدیریت می شود. این بندر در بین بنادر دبی و مسقط قرار گرفته است. اولین کشتی در سال ۲۰۰۴ به این بندر پهلو گرفت و اراضی منطقه آزاد سوهار در سال ۲۰۱۰ به این بندر ملحق شد. مساحت بندر سوهار ۴.۵ کیلومتر مربع است. با ۲۱ پست اسکله بطول ۶۲۸۰ متر و عمق پای اسکله ۱۸ متر و کانال ورودی ۱۹ متر است. دارای ۱۰ پست اسکله کانتینری، ۲ پست اسکله جنرال کارگو، ۶ پست اسکله نفتی و ۱ پست اسکله خدماتی می باشد. در سال ۲۰۱۸ بالغ بر ۳۴۳۴ کشتی به این بندر وارد شدند. با سرمایه گذاری خارجی و چندملیتی به ارزش بیش از ۲۶ میلیارد دلار، یکی از سریعترین رشدهای توسعه ای را در بین بنادر به خود اختصاص داده است. بندر سوهار به اقتصادهای متنوع کشورهای خلیج فارس این امکان را می دهد که بدون پرداخت هزینه های مضاعف عبور از تنگه هرمز و طی کردن مسیر طولانی، کالاهای خود را به مقصد برسانند. شبکه های جاده ای و هوایی موجود و شبکه ریلی که در آیند نزدیک به بهره برداری می رسد، امکان اتصال مستقیم کشورهای حاشیه خلیج فارس را از طریق این بندر فراهم می سازد.
۳. بندر شناس: بندر شناس یک بندر کوچک صیادی و تجاری است که نزدیکترین فاصله را با بندر جاسک دارد. مساحت کلی بندر نزدیک به ۵۰۰۰۰۰ متر مربع است. طول اسکله بتنی آن ۲۱۳ متر و طول اسکله های شناور آن ۹۸ متر است. حداکثر عمق پای اسکله ۳ متر است و طول موج شکن آن ۸۹۰ متر است. امکانات این بندر شامل بازار فروش آبریان، جایگاه عرضه سوخت، کارخانه تولید یخ و کارگاه تعمیرات شناورهاست.
۴. بندر سویق: بندر سویق یک بندر کوچک صیادی بود که از تاریخ اول سپتامبر ۲۰۱۸ دولت عمان کاربردی آن را به بندر تجاری تغییر داد و رسماً آغاز بکار نمود. فاصله بندر سویق تا مسقط تقریباً ۱۰۰ کیلومتر است. طول اسکله های این بندر ۱۰۰ متر است و حداکثر عمق پای اسکله های آن ۵.۵ متر است.
- بندر سویق به منظور ایفای نقش لجستیکی برای بندر خزائن از سوی دولت عمان در نظر گرفته شده است. بندر خشک خزائن مرکز ساحل شمالی عمان است که با بهترین موقعیت قرارگیری در مسیر دسترسی به بندر سوهار، فرودگاه و مراکز لجستیکی و تجاری است. این بندر در حال حاضر به منظور ساماندهی ترافیک شناورهای سنتی و موتور لنج ها و پشتیبان بندر مینا قابوس مورد استفاده قرار می گیرد. دولت عمان طرح هایی برای توسعه آن و افزایش ظرفیت بندر دارد. با توجه به افزایش تردد کشتی های تفریحی به بندر مینا قابوس و کمبود فضاهای پهلوگیری برای شناورهای سنتی در بندر مذکور، بندر سویق به منظور ساماندهی ترافیک این گونه شناورها در نظر گرفته شده است.
۵. ترمینال نفتی الفهل: یک منطقه ساحلی در شمال شرق عمان و نزدیک به مسقط است. یک پایانه صادراتی نفت خام و محصولات نفتی و پالایشگاهی است که توسط تاسیسات ایجاد شده در دریا به تانکرهای نفتی بارگیری می شود. عمق آب محل پهلوگیری کشتی ها ۲۹.۲ متر است و ظرفیت آن ۸۵۰۰۰ بشکه در روز است.
۶. ترمینال گازی قالهات: پایانه گازی قالهات یک پایانه و اسکله LNG در فاصله ۲۳۰ کیلومتری جنوب شرق مسقط است که در سال ۳.۳ میلیون تن گاز مایع طبیعی صادر می کند، طول اسکله آن ۳۸۰ متر است و حداکثر عمق آب آن ۱۲ متر است.
۷. بندر مینا قابوس (مسقط): بندر مینا قابوس یک بندر چند منظوره است که در سپتامبر ۲۰۱۴ فعالیت خود را در زمینه مسافری و گردشگری شروع نمود و بیشتر فعالیت تجاری آن پس از این تاریخ به بندر سوهار منتقل شد. مساحت کلی بندر ۲۶ کیلومتر مربع است. دارای ۱۳ پست اسکله

	مجری: شرکت ناب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۰۹	



- تجاری بطول ۲۵۹۲ متر و بیشترین عمق آب پای اسکله های آن ۱۳ متر است. این بندر دارای امکاناتی نظیر سیلوی غلات، ترمینال مسافری و تفریحی، سیلوی سیمان، ترمینال نفتی و مخازن ذخیره قیر می باشد.
- ۸ بندر دوقم: بندر دوقم از نظر مساحت بزرگترین بندر عمان به شمار می رود. مساحت کلی آن ۱۳۵ کیلومترمربع است. مساحت اراضی و اسکله های آن ۵۰ کیلومتر مربع است و حوضچه های آن ۸۵ کیلومترمربع مساحت دارد. شروع عملیات اجرایی ساخت آن در نوامبر سال ۲۰۰۷ بود و در می سال ۲۰۱۲ تکمیل و به بهره برداری رسید. حداکثر عمق آب پای اسکله های آن ۱۸ متر و عمق کانال ورودی آن ۱۹ متر است. طول اسکله های تجاری آن ۲۲۵۰ متر است. در همجواری بندر دوقم یک مجتمع بزرگ کشتی سازی ایجاد شده است. با ۸ پست اسکله بطول ۲۸۰۰ متر و عمق ۱۰.۵ متر که عملیات اجرایی ساخت آن در سال ۲۰۰۸ شروع و در سال ۲۰۱۰ به پایان رسید.
- ۹ بندر صلاله: بندر صلاله یک بندر بزرگ تجاری است که در مسیر اصلی حمل و نقل دریایی شرق-غرب با کمترین انحراف از مسیر قرار گرفته است. عمق حوضچه و پای اسکله های بندر صلاله بین ۱۶ تا ۱۸ متر است. عمق کانال ورودی این بندر ۱۸.۵ تا ۲۰ متر است. مساحت کلی بندر نزدیک به ۱۱ کیلومترمربع است.
- بیشتر فعالیت این بندر فعالیت کانتینری است و تجهیزات استرژیک مستقر در این بندر شامل ۲۵ دستگاه گنتری کرین با تناژ بالای ۶۰، تعداد ۶۹ ترانستینر، ۹ دستگاه ریچ استاکر و ۱۷ دستگاه کشنده می باشد. این بندر دارای سیلوی غلات و سیلوی سیمان و ترمینال کشتی های تفریحی است. بندر صلاله در استان و منطقه دوفار واقع شده است. این بندر توافقتنامه تجارت آزاد با دولت آمریکا دارد و به موجب آن کالاهایی که از بنادر آمریکا به عمان وارد می شوند تا ۳۵ درصد معافیت در مالیات بر ارزش افزوده دارند و همچنین فرآیندهای گمرکی ویژه و ساده ای برای کالاهای ورودی در نظر گرفته شده است. در برنامه های توسعه ای بندر برای سال ۲۰۳۰ اتصال آن به خط ریل سراسری که براساس توافقتنامه بین کشورهای شورای همکاری های خلیج فارس برای تمام کشورهای حوزه خلیج فارس دیده شده است، می باشد. (وزارت حمل و نقل و ارتباطات عمان)
- عمان دارای ۴۴ هزار کیلومتر جاده است که از این میزان، ۲۰ هزار کیلومتر آن جاده آسفالت و مابقی جاده های خاکی و درجه دو است. عمان ۵۵۰ کیلومتر آزاد راه دارد.

۲-۱: تحلیل سیاست های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و اثرات آن ها بر روی محصول کیوی در بازار عمان

عمان با داشتن یک کمربند ساحلی به طول ۱۷۰۰ کیلومتر که از خلیج فارس، دریای عمان و دریای عرب تا اقیانوس هند گسترده شده است، از موقعیت راهبردی مهمتری نسبت به عربستان سعودی برخوردار می باشد. حاکمیت عمان بر بخش جنوبی تنگه هرمز، این کشور را از نظر راهبردی در وضعیت ویژه ای قرار داده، به طوری که اهمیت آن را برای تمامی کشورهای منطقه، حتی برای کشورهای خارج از منطقه که به نفت و بازارهای منطقه وابسته هستند، مضاعف می کند.

نگاهی به ریشه های تاریخی مشترک و روابط فی مابین ایران و عمان، نشانگر این نکته خطیر می باشد که ساکنان و دول دو کشور در طول دوران گوناگون تاریخی دارای انواع ارتباطات و تعاملاتی از قبیل روابط فرهنگی، نژادی و عمرانی تا روابط سیاسی امنیتی با یکدیگر بوده اند. هر چند در اندک زمان هایی این تعاملات همراه با اصطحکاک بوده است. مطالعات باستان شناسی نشان می دهد که مردم ایران و عمان از دیرباز با یکدیگر ارتباط و تعامل داشته اند. نزدیکی جغرافیایی، عامل مهمی در تعاملات، مستمر مردم دو سرزمین بوده است. در پرتو این تعامل و همزیستی طولانی، نوعی دوستی تاریخی شکل گرفته که تاثیر آن بر شاکله روابط دو ملت، حقیقتی انکارناپذیر است.

ایران و عمان در سایه فرهنگ و تاریخ مشترک توانسته اند روابط خوب دیرینه تاریخی و ارتباطات مسالمت آمیزی با همدیگر داشته باشند. عمان همیشه یکی از کشورهایی بوده است که در حوزه های مختلف از جمله ارتباطات فرهنگی، اقتصادی، بازرگانی ایران و عمان در سایه فرهنگ و تاریخ مشترک

	مجری: شرکت ناب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۱۰	

توانسته اند روابط خوب و دیرینه تاریخی و ارتباطات مسالمت آمیزی با همدیگر داشته باشند. عمان همیشه یکی از کشورهای بی‌طرفانه بوده است که در حوزه های مختلف از جمله ارتباطات فرهنگی، اقتصادی، بازرگانی و تجاری روابط خوبی با ایران داشته است. به لحاظ سیاسی نیز عمان کشوری است که از توانمندی و ظرفیت های خوبی در مسائل منطقه ای و بین المللی برخوردار است و این مسئله کمک کرده است مواضع ایران و عمان در خیلی از مسائل منطقه ای و بین المللی نزدیک به هم باشد.



سیاست های اقتصادی

کشور عمان همانند سایر کشورهای عربی خلیج فارس، منبع اصلی درآمد این کشور نفت است. هرچند نسبت به همسایگان تولیدکننده متوسطی است اما هم اکنون درآمد نفتی حدود یک سوم از کل درآمد این کشور عربی را تشکیل می دهد. کشاورزی و ماهیگیری نیز دو منبع مهم درآمد در عمان هستند. منبع جایگزین دیگر توریسم است.

اگرچه روابط اقتصادی میان ایران و پادشاهی عمان از رشد و توسعه متوازن نسبت به روابط سیاسی برخوردار نمی باشد، لیکن با امضای برخی اسناد مهم میان دو کشور بسترهای لازم جهت بهره برداری از ظرفیت های موجود به منظور ارتقاء سطح همکاری های اقتصادی فراهم گردیده است. این اسناد عبارتند از: موافقتنامه بازرگانی، موافقتنامه تشویق و حمایت از سرمایه گذاری متقابل، موافقتنامه اجتناب از اخذ مالیات مضاعف، موافقتنامه کشتیرانی بازرگانی، موافقتنامه همکاری حمل و نقل هوایی و موافقتنامه بین المللی تاسیس کریدور بین المللی ترانزیت کالا و مسافر که در اردیبهشت ۱۳۹۰ شمسی بین پنج کشور ایران، عمان، ازبکستان، ترکمنستان و قطر به امضا رسید. و یادداشت تفاهم های متعدد در زمینه همکاری بین اتاق های بازرگانی دو کشور، مبادله اطلاعات فناوری، گردشگری و همکاری در زمینه منابع آب، به علاوه تشکیل کمیته های تخصصی در حوزه های نفت و گاز، همکاری های علمی، امنیتی و سیاسی، گردشگری و کمیته پیگیری اجلاس های کمیسیون مشترک بین دو کشور حاکی از وجود اراده قاطع مقامات عالیه دو دولت برای گسترش روابط در ابعاد مختلف می باشد. کمیسیون مشترک اقتصادی بین دو کشور نیز به عنوان رکن اصلی توسعه همکاری های اقتصادی در طول بیست سال گذشته با برگزاری ۱۳ اجلاس موفق گردیده است، راهکارهای لازم را برای توسعه روابط تجاری و اقتصادی دو کشور ارائه نماید. اگرچه لازم است طرح ها و برنامه های پیشنهادی در این کمیسیون متناسب با تحولات داخلی و بین المللی و جهت مرتفع نمودن نیازهای روز در کشور تدوین و منعقد شود. عمده ترین اقلام صادراتی ایران به عمان را محصولات کشاورزی از قبیل انواع میوه و سبزیجات، مواد غذایی و برخی مواد صنعتی از جمله مس خام، قیر و آسفالت، میلگرد، سیمان و کلینگر تشکیل می دهند. عمان بیش از نود درصد از مواد غذایی خود را از خارج از کشور تامین می نماید. با توجه به مرغوبیت مواد غذایی ایران و از طرفی علاقه زیاد مردم عمان نسبت به ایرانیان و کالاهای ایرانی که علاوه بر مرغوبیت دارای قیمت رقابتی نسبت به مشابه آنها از دیگر کشورها می باشد، لذا بستر مناسبی برای افزایش صادرات این نوع کالا به عمان وجود دارد.

جدول ۴۲ - اهم اسناد امضا شده میان ایران و عمان از سال ۸۱ تاکنون

ردیف	موضوع سند	تاریخ امضا
۱	موافقتنامه تجاری دریایی	۱۳۸۱
۲	موافقتنامه تشویق و حمایت متقابل از سرمایه گذاری	۱۳۸۱
۳	یادداشت تفاهم صندوق ضمانت صادرات ایران و صندوق ضمانت اعتبار صادراتی عمان	۱۳۸۱

	مجری: شرکت ناب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۱۱	



جدول ۴۲ - اهم اسناد امضا شده میان ایران و عمان از سال ۸۱ تاکنون

ردیف	موضوع سند	تاریخ امضا
۴	موافقتنامه بازرگانی بین دو کشور	۱۳۸۲
۵	یادداشت تفاهم همکاری های گردشگری	۱۳۸۳
۶	موافقتنامه اجتناب از اخذ مالیات مضاعف	۱۳۸۳
۷	یادداشت تفاهم لغو روایید برای گذرنامه های سیاسی، خدمات و هیات های رسمی دو کشور	۱۳۸۳
۸	یادداشت تفاهم همکاری بین اتاق های بازرگانی دو کشور در حاشیه اجلاس نهم	۱۳۸۳
۹	یادداشت تفاهم مبارزه با مواد مخدر	۱۳۸۳
۱۰	امضای موافقتنامه استاندارد بین دو کشور	۱۳۸۸
۱۱	امضای موافقتنامه ۵ جانبه ترانزیت میان عمان، ایران، قطر، ترکمنستان و ازبکستان	۱۳۸۸
۱۲	یادداشت تفاهم همکاری در زمینه ورزش	۱۳۹۵
۱۳	یادداشت تفاهم همکاری سازمان توسعه تجارت ایران و سازمان گسترش و توسعه صادرات عمان	۱۳۹۵
۱۴	یادداشت تفاهم همکاری بیمه ای	۱۳۹۵
۱۵	یادداشت تفاهم برنامه اجرایی همکاری استاندارد	۱۳۹۵
۱۶	امضای یادداشت تفاهم همکاری های دوجانبه بین وزارت خانه های بهداشت دو کشور	۱۳۹۶
۱۷	امضای یادداشت تفاهم همکاری میان صندوق ضمانت صادرات و نهاد همتا در عمان	۱۳۹۷
منبع: وب سایت سازمان توسعه تجارت ایران		

برنامه های دولت برای توسعه تجارت فی مابین دو کشور نوید افزایش مبادلات تجاری بین دو کشور و رونق فضای کسب و کار را در سال های آتی را می دهد با توجه به ظرفیت های بالقوه دو کشور، با اجرای این برنامه ها شاید بتوان از بازار ۵۷ میلیارد دلاری عمان بیش از ۵ درصد را داشته باشیم.

جدول ۴۳ - اهم برنامه های دولت برای گسترش همکاری های تجاری با کشور عمان

ردیف	شرح برنامه
۱	امضای نقشه راه تجاری میان دو کشور
۲	تسریع در اتمام پروژه احداث خط لوله صادرات گاز به عمان
۳	تولید مشترک محصولات جهت صادرات به کشورهای ثالث
۴	توسعه ترانزیت کالا و انرژی از عمان به آسیای میانه و قفقاز از مسیر ایران و بالعکس با بهره برداری از موافقتنامه ترانزیت عشق آباد

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۱۲	

جدول ۴۳- اهم برنامه های دولت برای گسترش همکاری های تجاری با کشور عمان

ردیف	شرح برنامه
۵	اجرائی شدن تفاهم نامه های امضا شده بین طرفین
۶	تشکیل کمیته پیگیری تفاهم نامه های کمیسیون مشترک
۷	توسعه همکاری های دریایی و بندری در چارچوب تفاهمات دو جانبه
۸	افزایش همکاری های نمایشگاهی و تبادل هیات های تجاری
۹	تاسیس مراکز تجاری ایران در عمان
۱۰	اعزام دو هیات فنی- پولی و مالی و حمل و نقل به عمان جهت بررسی و رفع موانع موجود
۱۱	تجهیز بندر السویق جهت تخلیه بار کشتی های ایرانی



سیاست نوع بخشی در آمدی

از چهار دهه قبل، دولت عمان برای کاهش وابستگی بودجه کشور به نفت، برنامه های توسعه پنج ساله برای تشویق بخش خصوصی با هدف کاهش نقش دولت از یک سو و متنوع کردن سبد سرمایه گذاری ها در بخش هایی به غیر از نفت و گاز، بکار گرفته است. در مقایسه با سال ۱۹۷۵ میلادی زمانی که اولین طرح پنج ساله توسعه در عمان اجرا شده است، سهم نفت از تولید ناخالص داخلی این کشور از ۶۷ درصد به ۴۵ درصد در پایان هشتمین برنامه توسعه این کشور رسیده است. هشتمین طرح توسعه پنج ساله عمان آخرین طرح توسعه اجرا شده در این کشور است. ر برنامه هشتم، سیاست تشویق سرمایه گذاری بخش خصوصی در فعالیت های صنعتی غیرنفتی و غیرگازی بیشتر از قبل مورد توجه قرار گرفت. پادشاهان عمان حالا پس از پشت سر گذاشتن هشت برنامه، در سال اول برنامه نهم توسعه در سال ۲۰۱۶، علاوه بر حرکت به سمت خصوصی سازی شرکت های تجاری دولتی، در دوران شدت بخشیدن به خصوصی سازی فعالیت های توسعه یی کشور در بخش معادن، تولید و توریسم است. دولت عمان با اتخاذ رویکردی جدید از اواسط اجرای برنامه هشتم، بارها اولویت کشورش در جذب فعالین اقتصادی از سایر کشورها و مشارکت دادن آنها در بخش های واردات دانش فنی، خدمات مهندسی، تکنولوژی های پیشرفته و متنوع سازی سرمایه گذاری ها در صنایع فناورانه را اعلام کرده و به همین دلیل برای جذب سرمایه گذار و راه اندازی کسب و کار برای خارجی ها در بخش های معینی از اقتصاد، در قالب قوانین خصوصی سازی مشوق های قابل تاملی را ارائه کرده است.

از مهمترین این مشوق ها می توان به انواع معافیت های مالیاتی، امتیازهای تصریح شده در قانون حمایت از سرمایه گذاری خارجی در شهرک های صنعتی، اعطای اولویت در تخصیص زمین های دولتی، اعطای وام یارانه ای یا بی بهره با شرایط بازپرداخت بلندمدت تر نسبت به سایر کشورهای منطقه حوزه خلیج فارس، کاهش هزینه های تامین انرژی از جمله آب، برق و سوخت، اعطای کمک مالی برای انجام مطالعات امکان سنجی اقتصادی و فنی پروژه ها و همچنین تسریع در اخذ ویزای مهاجرت و اجازه کار برای کارگران خارجی اشاره کرد.

فرصت های سرمایه گذاری برای سرمایه گذاران خارجی در بخش های کشاورزی، شیلات، تولیدات صنعتی، پروژه های عام المنفعه، آموزش، بهداشت و توریسم در دسترس و فراهم است.

دولت به ویژه تشویق به تولید صنعتی که برپایه صادرات و یا جایگزینی محصولات وارداتی باشد را مورد حمایت قرار داده است به نحوی که شرکت های تولیدی مجازند در قالب شرایطی خاص، تا صد درصد مالکیت خارجی داشته باشند. طی سال های اجرای برنامه های توسعه یی در عمان که توسعه

	مجری: شرکت ناب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۱۳	

زیربناهای کشور به پیمانکاران چندملیتی وابسته شده بود با اجرای سیاست های جدید اقتصادی در برنامه های هفتم و هشتم، این نقش به شرکت های عمانی واگذار شد و هم اکنون در حوزه هایی که زمانی تحت تسلط کمپانی های خارجی بود نقش پیشرو را شرکت های عمانی و یا کنسرسیوم های عمانی خارجی ایفا می کنند. رشد بازار سرمایه مسقط و حضور ۱۲۰ شرکت بزرگ فعال در بورس مسقط شاهدهی بر گسترش و متنوع شدن اقتصاد عمان طی چند سال اخیر است.



سیاست عمانی کردن فعالیت ها

رشد سریع جمعیت و کاهش تدریجی ذخایر نفت و گاز از یک سو و وابستگی شدید این کشور به واردات خدمات و کالا با کاهش قیمت های جهانی نفت، دولت عمان را با مشکلاتی در روند اجرای طرح های عمرانی خود روبرو ساخت. رشد جمعیت سه درصدی عمانی ها نیز این تصویر را از آینده برای سیاستمداران عمانی ترسیم کرد که به زودی با جامعه آماده به کار به استعداد یک و نیم میلیون نفری در ساختار اقتصادی متکی بر صادرات نفت از یک سو و واردات همه نیازهای کشور از خارج از کشور، مواجه خواهند شد که اگر برای جذب این تعداد نیروی جویای شغل برنامه ریزی نشود، پایداری توسعه در عمان با چالش جدی رو به رو خواهد شد. از این رو دولت عمان با فرمان سلطان قابوس، عمانی کردن بیشتر فعالیت های داخل کشور را در دستور کار قرار داد. در این خصوص سهم کارکنان عمانی در ترکیب نیروی انسانی شرکت ها، نقش شرکت های محلی عمانی در پروژه های ملی و همچنین میزان نقش عمانی ها در سرمایه گذاری های مشترک با خارجی تعیین شده است.

اما عمانی سازی فعالیت ها در عمان با چالش هایی هم مواجه شد. ضعف نهاد آموزش و پرورش و مراکز آموزش مهارت از یک سو و عدم تمایل عمانی ها به حضور در سمت ها و مشاغل غیرمدیریتی و عمدتاً کارگاهی، روند عمانی سازی این کشور را در بخش های صنعتی و خدمات با مشکلاتی مواجه کرده است. عمانی ها هم مانند سایر اعراب خلیج فارس ترجیح می دهند مشاغل مدیریتی داشته باشند و یا در بخش تجارت فعالیت کنند. پادشاهی عمان در بخش های راهبردی مانند برق، آب و انرژی های نو، دستیابی تدریجی به اشتغال صد درصدی نیروی کار عمانی تا سال ۲۰۱۹ را هدف گذاری کردند. کارفرمایان از بکارگیری کارگران خارجی در چنین مشاغلی منع شده اند. استخدام پرسنل خارج از کشور نیز مستلزم کسب مجوز کار از وزارت نیروی انسانی و ویزای اقامت از اداره مهاجرت است.

جدول ۴۴ - دستورالعمل عمانی سازی فعالیت ها

بخش	درصد استخدامی کارکنان عمانی
صنایع تولیدی	۳۵ درصد
بانک ها	۹۰ درصد
فاینانس	۴۵ درصد
بیمه	۶۵ درصد
هواپیمایی (هوانوردی)	۹۰ درصد
سفر و توریسم	۹۵ درصد
حمل و نقل دریایی	۹۵ درصد
هتل ها (۳-۴-۵ ستاره)	۸۵ درصد
هتل (۱ و ۲ ستاره) اتاق ها	۵۵ درصد

	مجری: شرکت ناب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۱۴	

سیاست مالی

همانگونه که پیشتر گفته شد پادشاهی عمان ضمن داشتن اقلیم و موقعیت جغرافیایی و مرزهای گسترده دریایی، همچنان به عنوان یک کشور صادرکننده نفت مطرح بوده و عمده درآمدهای ارزی خود را از محل صادرات نفت تامین می کند. این کشور از سال ۱۹۸۲ میلادی همواره با کسری بودجه مواجه بوده است. اما افزایش چشمگیر کسری بودجه در طی سال های ۱۹۹۰ تا ۱۹۹۸ میلادی، دولت عمان را به فکر استفاده از قسمتی از مشورت های بانک جهانی کرد. دولت سعی کرد با کنترل هزینه ها، از میزان کسری بودجه بکاهد. اما علیرغم کسری بودجه سلطان نشین عمان در همه سال ها و به ویژه در سال آخر برنامه هشتم و تداوم این کسری بودجه در سال ۲۰۱۶ به دلیل کاهش شدید قیمت های جهانی نفت، اقتصاد عمان همچنان به سرعت در حال رشد است. آخرین برنامه توسعه این کشور در سال ۲۰۱۱ آغاز شد و در سال ۲۰۱۵ با هدف رسیدن به متوسط نرخ رشد اقتصادی ۳ درصد و سرمایه گذاری ۳۰ میلیاردی پایان پذیرفت. اهداف برنامه هشتم این برنامه رشد ۱۱۳ درصدی نسبت به اهداف برنامه هفتم داشت.

درآمدهای نفتی در بازه زمانی ۲۰۱۱-۲۰۱۵ حدود ۲۵.۵ میلیارد ریال عمان یعنی بیش از ۱۰۰ درصد نسبت به درآمد دوران مشابه در برنامه قبلی افزایش یافت. دیگر درآمدهای دولت نیز در این بازه زمانی تقریباً ۱۲ میلیارد ریال عمان بوده است که در مقایسه با برنامه هفتم، ۱۰۹ درصد افزایش داشته است. هر چند رشد درآمد در سال های برنامه هشتم مدیون افزایش قیمت های جهانی نفت بوده است اما با کاهش قیمت ها در سال آخر برنامه، این کشور با کسری بودجه قابل توجهی روبرو شد.



سیاست های اجتماعی

جمعیت ۴ میلیونی عمان با آهنگی سریع در حال افزایش بوده و حدود ۳۰ درصد از جمعیت این کشور را افراد کمتر از ۱۵ سال تشکیل می دهند. این پدیده، ایجاد اشتغال را به یکی از چالش های جدی مبدل ساخته و از طرفی با نفوذ جامعه مدرن جهانی و روند رو به رشد دانشجویان عمانی در حال تحصیل خارج از کشور، ساختار جامعه قبیله ای سنتی که چارچوب سیاسی عمان بر آن استوار است را تهدید می کند. این احتمال نیز وجود دارد که نسل جوان خواستار نوگرایی در چارچوب سیاسی حاضر شوند.

علی رغم روند رو به رشد جمعیت، جمعیت افراد بومی عمان هنوز پایین بوده و در حدود ۲ میلیون نفر است. در حال حاضر، ۱.۵ میلیون نفر مهاجر در عمان زندگی می کنند که اکثر آنها متعلق به شبه جزیره هندوستان بوده اند و اقتصاد عمان وابستگی شدید به نیروی کار مهاجر دارد. پایین بودن ریسک های مربوط به مزایای کارگران و همچنین حضور گسترده کارگران مهاجر در کشور عمان، فضای مناسبی را برای سرمایه گذاران فراهم کرده است. با این حال، عمان می تواند با پایین آوردن حداقل دستمزد و بهبود اشتغال در کشور از مزایا و فرصت های بیشتری نیز بهره مند گردد. عمان در رتبه بندی مربوط به هزینه های نیروی کار در شاخص ریسک بازار کار امتیاز ۳۳۸ از ۱۰۰ را کسب نموده و بدین ترتیب از بین ۱۸ کشور منطقه در جایگاه هفدهم و در بین ۲۰۱ کشور جهان در رتبه ۱۸۱ قرار گرفته است.

سیاست های فرهنگی

عامل پایداری که همواره بر روابط دو کشور تاثیرگذار بوده، عامل فرهنگی است. مراودات مردم ایران و عمان در طول تاریخ مشابهت های قابل توجهی در آداب و سنن آنان پدید آورده است. این امر در مناطق همجوار دو کشور بیشتر نمایان است. افتخار پذیرش اسلام توسط مردم هر دو سرزمین سبب شده است تا پیوندهای فرهنگی آنان هم صیغه ای الهی بیابد و هم از عمق و استحکام بیشتری برخوردار گردد. مشابهت ارزش های اعتقادی دو ملت به سهم خود، به عنصر پایداری تبدیل شده است که همواره بر کم و کیف روابط دو کشور تاثیر می گذارد. بخشی از اسناد قرن نوزدهم میلادی موجود در آرشیو وزارت خارجه ایران گویای همکاری های بسیار نزدیکی است که در راستای دفاع از کیان اسلامی در این منطقه، بین دو کشور صورت گرفته است. عامل

	مجری: شرکت ناب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۱۵	

همسایگی همراه با اشتراکات فرهنگی دو ملت سبب شده تا عامل پایدار و تاثیرگذار دیگری علی الخصوص در تاریخ معاصر روابط دو کشور پدیدار گردد. این عنصر که جنبه روانشناختی دارد و روح و شاکله ی نگاه دو ملت به یکدیگر را تشکیل داده است، همان اعتماد متقابل می باشد. اعتماد به یکدیگر تا به حال منشاء برکات بسیاری برای دو کشور بوده و روشنی بخش افق آینده روابط دو کشور خواهد بود.

اشتراکات فرهنگی دو ملت به ویژه مشابهت های فراوان مناطق همجوار دو کشور، نشانه‌دهنده این واقعیت است که جریان تبادل فرهنگی میان مردم ایران و عمان عمقی تاریخی دارد. علاوه بر آن، اعتقاد دو ملت به آئین اسلامی اسلام موجبات جاودانگی پیوندهای فرهنگی آنها را فراهم ساخته است. غنای تاریخی روابط فرهنگی، توسعه آن را در عصر کنونی آسان نموده است. در سه دهه قبل شاهد جهش در گسترش این روابط هستیم. دستاورد عمده توسعه روابط دوجانبه در زمینه فرهنگی در دهه هفتاد میلادی موافقت نامه ای جامع در زمینه همکاری های فرهنگی، علمی و آموزشی بود که اعتبار آن تا اواسط دهه نود میلادی ادامه داشت. لغو اعتبار موافقت نامه مزبور در سال ۱۹۹۴ میلادی اگرچه سرعت همکاری های فرهنگی دو کشور را کند نمود، لیکن متولیان ذیربط دو کشور با رفت و آمدهای منظم و امضای چندین یادداشت تفاهم موجبات رونق همکاری های فرهنگی و آکادمیک فی مابین را فراهم آوردند.



هویت ملی عمان تحت تاثیر سه مولفه اصلی زیر شکل گرفته است. اول، مولفه مذهبی ناشی از مذهب اسلامی اباضی و تعالیم آن، دوم جغرافیا و سوم قومیت عرب. این سه مولفه در طول تاریخ، هویت عمانی ها را ساخته و پرداخته کرده و به شکل امروزی درآورده است. هویت ملی عمان با وجود جدید بودن دولت ملی در این کشور، متأثر از عوامل فوق بوده و موجب شکل گیری هویتی شده است که تاثیر آن بر سیاست خارجی سلطان نشین عمان، اعتدال، میانه روی و اتخاذ دیپلماسی میانجی گری است که موجب شده تا عمان در تعامل با ایران، استقلال عمل نسبی داشته باشد. از مولفه های فوق در مورد اول و دوم، عامل پیوند در هویت و عامل سوم یعنی قومیت، عامل دیگر ساز با افتراق هویتی در روابط ایران و عمان شده است. واضح آن است که امروزه عمان خود را بخشی از جهان عرب می داند و عضوی از شورای همکاری خلیج فارس است که هر دو مجموعه، ماهیتی منسوب به قومیت عرب دارند. اگرچه احساس قومیت عربی در عمانی ها شدت کمتری نسبت به دیگر ملل عرب دارد و همین حس تعلق کمتر به قومیت عرب، خود دلیل دیگری برای گشایش هویت عمانی در تعامل با دیگر هویت هاست.

حقوق گمرکی

به جز کالاهای مصرفی ضروری از جمله مواد غذایی که معاف از پرداخت عوارض گمرکی هستند، اکثر کالاهای وارداتی شامل عوارض گمرکی با نرخ ثابت ۵ درصد می شوند. بالاترین عوارض گمرکی در عمان مربوط به واردات الکل به میزان ۱۰۰ درصد و تنباکو به میزان ۵۰ درصد است. همچنین به جهت حمایت از تولیدات داخلی در عمان، بر کالاهایی که مشابه آنها در داخل کشور عمان تولید می شود تعرفه های متغیر بین ۱۵ و ۲۵ درصد بر واردات آنها منظور می شود. به محصولات کشاورزی (بسته به تصمیمات دوره ای) ۵۰ درصد عوارض تعلق میگیرد.

اما مطابق قوانین گمرکی کشورهای عضو شورای خلیج فارس، پس از اولین ورود کالا به مرزهای کشورهای عضو اتحادیه، عوارض گمرکی به آن کشور پرداخت می شود و در صورتی که از کشور پذیرنده کالا، به طور مجدد کالا به کشور عضو دیگری صادر شود، هیچگونه مالیات و یا عوارض گمرکی مجددی شامل حال کالای صادر شده نمی شود.

در ضمن کالاهای وارداتی به عمان می بایست گواهی مبدا به همراه داشته باشد و دارای مجوز ثبت سفارش در وزارت بازرگانی و صنایع عمان باشد. گروه خاصی از کالاها مانند الکل، سلاح گرم، دارو و مواد منفجره نیاز به مجوز خاص دارند. محصولات دارویی قبل از ورود می بایست در وزارت بهداشت ثبت شوند. عمان عوارض صادرات، سهمیه بندی و یا سایر موانع تجاری را تحمیل نمی کند و مقررات ضد دامپینگ در این کشور اجرا نمی شود.

	مجری: شرکت ناب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۱۶	

۱-۳: تعیین و معرفی پیش نیازهای مجوزی، استانداردهای محصول و قوانین حاکم در حوزه محصول کیوی جهت ورود به

بازار عمان

پادشاهی عمان برای صدور مجوز کالا به داخل مرزهای خود استانداردها و نظام های گوناگونی از جمله استانداردهای مورد توافق اتحادیه شورای همکاری خلیج فارس، استانداردهای مورد قبول بریتانیا و استانداردها و معیارهای مورد توافق در سازمان بین المللی استاندارد که برای سنج و مقیاس ها متداول است را پذیرفته و به کار بسته است. برچسب زنی به دو زبان عربی و انگلیسی و یا اعلام زمان حمل کالا به دو تاریخ میلادی و قمری از مواردی است که گاهی از سوی صادرکنندگان کالا به عمان رعایت نمی شود و دچار مشکلاتی شده اند. سازمان ملی استاندارد عمان از زیرمجموعه های وزارت تجارت و صنعت عمان، متولی پیگیری کلیه موارد مربوط به استانداردها در عمان است. در خصوص واردات کالاهای کشاورزی و یا واردات حیوانات و تولیدات دامی، انجام آزمایش، نوع بسته بندی و صدور گواهی سلامت، تابع مقررات خاصی از جمله قرنطینه است. برای صدور کالا به عمان به مدارک صورت حساب فروش، گواهی مبدأ، صورتحساب حمل، گواهی بیمه، فهرست بار و مدارکی که بنا به کالا مانند گواهی های بهداشتی و یا گواهی های موردنظر استاندارد مورد نیاز است.

مقررات ارزی

نظارت بر ارزی های خارجی در عمان برعهده بانک مرکزی عمان است ولی در این کشور هیچ نظارتی بر ارز جهت تبدیل ارزهای خارجی به منظور پرداخت های برون مرزی مربوط به واردات وجود ندارد.



پروانه واردات

برای واردات کالا به عمان نیاز به اخذ مجوز است. علاوه بر آن برای واردات بعضی از کالاها مانند مشروبات الکلی و تجهیزات دفاعی و نظامی نیاز به اخذ مجوزهای خاص هست. برخی از کالاها به دلیل مسایل بهداشتی و امنیتی و یا سیاست عمومی کشور، ورودشان به عمان ممنوع است. همچنین برخی محدودیت های فصلی در مورد واردات میوه و سبزیجات به جهت برداشت های محلی نیز وجود دارد.

مقررات و عوارض گمرکی

عمان یکی از ساده ترین مجموعه قوانین گمرکی را در جهان دارد. این کشور با وضع مقرراتی نزدیک به مقررات منطقه آزاد تجاری در منطقه خاورمیانه و اخذ نازل ترین عوارض گمرکی از فعالان اقتصادی و با ارائه معافیت های قابل توجه، برای تسهیل جریان مبادله کالا با دیگر کشورها برنامه ریزی جدی کرده است. کالای مشمول معافیت عبارتند از:

- احشام زنده به منظور استفاده از گوشت آنها
- گوشت و یا لاشه دام، تازه یا یخ زده به جز گوشت خوک
- کالاهای اساسی مانند روغن های خوراکی، کود، شکر، برنج، گندم، جو، ذرت، میوه، سبزیجات و گیاهان زنده
- محصولات نفتی فرآوری شده و انواع سوخت
- لوازم تحریر و محصولات فرهنگی
- ماشین آلات کشاورزی

	مجری: شرکت ناب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۱۷	



• سکه و شمش طلا

توافقتنامه های ایران و عمان

در نیم قرن اخیر توافقنامه های متعددی بین ایران و عمان با هدف ارتقای روابط دوجانبه به امضا رسیده است. شناخت و آگاهی نسبت به این موافقت نامه ها ضمن بازنمایی روابط ایران و عمان، می تواند چراغی برای روشن کردن مسیر روابط آینده ایران و عمان باشد. در جدول زیر عناوین هر یک از قوانین به همراه توضیحات مختصری در این زمینه ارائه شده است.



جدول ۴۵- لیست توافقنامه های منعقد شده بین ایران و عمان

ردیف	عنوان	توضیحات	سال تصویب
۱	قانون موافقت نامه تحدید حدود فلات قاره بین رژیم شاهنشاهی ایران و دولت سلطنتی عمان	این موافقتنامه مشتمل بر یک مقدمه و ۵ ماده و یک نقشه منضم به قانون موافقتنامه تحدید حدود فلات قاره بین دولت شاهنشاهی ایران و دولت سلطنتی عمان است که حدود مرزی دو طرف را مشخص می کند	۱۳۵۳
۲	قانون موافقتنامه فرهنگی بین رژیم شاهنشاهی ایران و دولت سلطنتی عمان	این موافقتنامه مشتمل بر یک مقدمه و ۱۸ ماده به منظور تحکیم روابط دوستی و همکاری دو کشور در زمینه امور آموزش و پرورش و علوم فرهنگ و همچنین تشدید مناسبات و توسعه و بسط روابط معنوی و اخوت اسلامی دو کشور تنظیم شده است. این موافقتنامه تا زمانی که یکی از دو طرف اقدام به فسخ آن نکنند معتبر خواهد بود.	۱۳۵۴
۳	قانون موافقتنامه حمل و نقل هوایی بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت سلطنتی عمان	توافقنامه خدمات هوایی بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت پادشاهی عمان به منظور تاسیس خدمات هوایی در حد فاصل و فرای مرزهای دو کشور به امضاء رسیده است.	۱۳۷۲
۴	قانون مناطق دریایی جمهوری اسلامی ایران در خلیج فارس و دریای عمان	این قانون بیشتر جنبه داخلی دارد و مربوط به حاکمیت جمهوری اسلامی ایران خارج از قلمرو خشکی و آب های داخلی و جزایر خود در خلیج فارس، تنگه هرمز و دریای عمان، منطقه نظارت و منطقه انحصاری اقتصادی و فلات قاره است.	۱۳۷۲
۵	قانون موافقتنامه اجتناب از اخذ مالیات مضتعمف از درآمد حاصل از حمل و نقل هوایی بین المللی بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت سلطنت عمان	موضوع این توافقنامه عدم اخذ چندباره مالیات از درآمد حاصل از حمل و نقل بین دو کشور است. این توافقنامه مشتمل بر یک مقدمه و ۶ ماده است.	۱۳۷۷
۶	قانون موافقتنامه کشتیرانی تجاری دریایی بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت سلطنت عمان	این قانون به منظور گسترش همکاری های متقابل دو جانبه در زمینه کشتیرانی، تجاری و حمل و نقل دریایی تنظیم شده است. این همکاری شامل زمینه های تجسس و نجات، جلوگیری از آلودگی دریایی، هماهنگی تردد دریایی، بررسی نقشه های دریایی و تبادل اطلاعات در زمینه های مذکور است.	۱۳۷۹

	مجری: شرکت ناب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۱۸	

جدول ۴۵- لیست توافقنامه های منعقد شده بین ایران و عمان

ردیف	عنوان	توضیحات	سال تصویب
۷	قانون موافقتنامه تشویق و حمایت متقابل از سرمایه گذاری بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت سلطان نشین عمان	این موافقتنامه با هدف بکارگیری منابع اقتصادی و امکانات بالقوه دو کشور در امر سرمایه گذاری و نیز ایجاد و حفظ شرایط مساعد برای سرمایه گذاری های اتباع طرف های متعاقد در قلمرو یکدیگر و تایید لزوم تشویق و حمایت از سرمایه گذاری های اتباع طرف های متعاقد در قلمرو یکدیگر، مشتمل بر یک مقدمه و ۱۵ ماده تنظیم شده است.	۱۳۸۱
۸	قانون الحاق کشورهای جمهوری تاجیکستان و پادشاهی عمان به موافقتنامه بین دولتی راجع به کریدور	موضوع این قانون الحاق کشورهای جمهوری تاجیکستان و پادشاهی عمان به موافقتنامه بین دولتی راجع به کریدور حمل و نقل بین المللی شمال- جنوب است.	۱۳۸۱
۹	قانون موافقتنامه بازرگانی بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دول سلطنتی عمان	این موافقتنامه با هدف تحکیم و توسعه روابط بازرگانی و گسترش و تنوع مبادلات تجاری و ارتقای سطح همکاری های تجاری بر پایه برابری، عدم تبعیض و حفظ منافع متقابل بین ایران و عمان تنظیم شده است. از مهمترین ماده های این موافقتنامه عبارتند از: ماده ۵: طرف های متعاقد در رابطه با حقوق گمرکی، سود بازرگانی و همچنین تشریفات گمرکی مرتبط با واردات و صادرات کالاها بین دو کشور، رفتار ملل کامله الوداد را نسبت به یکدیگر خواهند داشت. ماده ۶: طرف های متعاقد به منظور توسعه روابط بازرگانی بین دو کشور، موافقت نمودند، نسبت به حذف یا کاهش موانع غیرتعرفه ای یا اعطای ترجیحات غیرتعرفه ای به طور متقابل در چارچوب قراردادهای جزئی که عندالزوم دستگاه های اجرایی طرف های متعاقد منعقد خواهند کرد، اقدام نمایند.	۱۳۸۶
۱۰	قانون موافقتنامه همکاری و هماهنگی امنیتی بین جمهوری اسلامی ایران و سلطنت عمان	این موافقتنامه به منظور جلوگیری از هرگونه اقدام های مجرمانه و تبدیل شدن سرزمین هر دو طرف به صحنه برنامه ریزی، سازماندهی یا اجرای این گونه اقدام ها علیه طرف متعاقد به خصوص در زمینه هایی همچون: قاچاق کالا، قاچاق میراث فرهنگی و آثار هنری و باستانی، پول شویی، جعل و نشر اسکناس، راهزنی دریایی و جرایم متعلق به بازرگانی و حمل و نقل دریایی و صید غیرمجاز در آبهای سرزمینی .. تنظیم شده است.	۱۳۸۹
۱۱	قانون موافقتنامه اجتناب از اخذ مالیات مضاعف در مورد مالیات های بر درآمد و سرمایه بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت سلطنتی عمان	این موافقتنامه با هدف عدم اخذ دوباره مالیات بر کل درآمد و کل سرمایه یا اجزای درآمد و سرمایه از جمله مالیات بر عواید حاصل از نقل و انتقال اموال منقول یا غیرمنقول، مالیات بر کل مبالغ دستمزد یا حقوق پرداختی توسط موسسه ها و همچنین مالیات بر افزایش ارزش سرمایه در زمینه های تجاری، حمل و نقل بین المللی و سود سهام تنظیم شده است.	۱۳۸۶

	مجری: شرکت ناب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۱۹	

جدول ۴۵- لیست توافقنامه های منعقد شده بین ایران و عمان

ردیف	عنوان	توضیحات	سال تصویب
۱۲	اصلاح قانون موافقتنامه تاسیس دالان حمل و نقل و گذر بین المللی بین دولت جمهوری اسلامی ایران، سلطان نشین عمان، قطر، ترکمنستان و جمهوری ازبکستان (موافقتنامه عشق آباد)	این قانون به منظور اصلاح قانون قبلی و به جهت تصمیم دولت قطر برای خروج از آن توافق تنظیم شده است. هدف اصلی این موافقتنامه ایجاد و توسعه شبکه های حمل و نقل بین المللی در مناطق آسیایی مرکزی و خاورمیانه است.	۱۳۹۴
۱۳	قانون موافقتنامه تحدید حدود مرز دریایی در دریای عمان بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت سلطنت عمان	موافقتنامه تحدید حدود مرز دریایی در دریای عمان بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت سلطنت عمان، مشتمل بر یک مقدمه و ۹ ماده و یک نقشه جهت ارتقای روابط دو جانبه و تقویت روابط حسن همجواری موجود میان طرف ها و تعیین عادلانه، منصفانه و دقیق خط مرز دریایی بین مناطق دریایی در دریای عمان به امضاء رسیده است.	۱۳۹۴
۱۴	قانون در خصوص برقراری مقررات لغو روادید یک طرفه برای ورود اتباع کشور سلطنت عمان به جمهوری اسلامی ایران	این تصویب نامه با هدف لغو روادید یک طرفه برای ورود اتباع کشور سلطنت عمان به جمهوری اسلامی ایران به امضاء رسید.	۱۳۹۸

(منبع: تارنمای مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی، ۱۴۰۲)



شورای همکاری خلیج فارس^۴

منطقه خلیج فارس یکی از مناطق راهبردی مهم دنیا محسوب می شود. البته این امر مسئله جدیدی نیست بلکه از قرن ها قبل امری شناخته شده و مورد قبول عام بوده است. در قرون اخیر خلیج فارس شاهد حضور و تسلط دولت استعماری انگلیس و نیز تداوم سیاست های دیرینه و استعماری روس های تزاری برای دستیابی به آب های گرم خلیج فارس بوده که همگی حاکی از اهمیت ویژه راهبردی آن است (آینده پژوهی، هالیس، ۱۳۷۲).

یکی از دلایل اهمیت راهبردی خلیج فارس وجود تنگه هرمز است، تنگه هرمز گذرگاهی است هلالی شکل که خلیج فارس را به دریای عمان متصل می کند. این تنگه یکی از مهمترین تنگه ها در بین ۱۱ تنگه مهم دنیاست که برای ابرقدرت ها و قدرت های بزرگ اهمیت اقتصادی و راهبردی زیادی دارد. اهمیت عرض کم تنگه هرمز از این جهت است که در طول ۳ کیلومتر مسافت عرض تنگه بین ۲۱ تا ۲۴ مایل دریایی متغیر است. بخشی از عرض آب های ساحلی در کشور ایران و عمان به روی هم منطبق می شود و بنابراین در فاصله بین آن ها دریای آزاد وجود ندارد (آینده پژوهی، اسدیان، ۱۳۸۱).

خلیج فارس با مساحتی حدود ۲۹۵۰۰ مایل مربع حدود ذخایر شناخته شده در جهان را در خود جای داده است. این منطقه در کنار نفت، حدود ۳۰ درصد از ذخایر گاز جهان را نیز در خود جای داده که پس از روسیه، دومین منطقه از لحاظ میزان ذخایر گاز در جهان است.

^۴ PGCC

	مجری: شرکت ناب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۲۰	

شورای همکاری خلیج فارس به عنوان یک سازمان منطقه ای در حوزه خلیج فارس که متشکل از ۶ کشور عربستان سعودی، کویت، عمان، امارات متحده عربی، قطر و بحرین است و در سال ۱۹۸۱ میلادی موجودیت یافت. در واقع، سابقه تلاش برای ایجاد تجمعی در منطقه به دهه های ۶۰ و ۷۰ میلادی بر می گردد، در کنفرانس وزرای خارجه کشورهای منطقه در سال ۱۹۷۶ میلادی در مسقط برای ایجاد یک سیستم دسته جمعی تشکیل شد اما به دلایل مختلف از جمله رقابت های منفی میان ایران، عراق و عربستان برای سیادت و ژاندارمی منطقه، تلاش ها برای ایجاد تجمعی همگون به نتیجه نرسید اما سرانجام در ماه می سال ۱۹۸۱ یعنی ۸ ماه پس از جنگ ایران و عراق، ۶ کشور ذکر شده ایجاد شورایی به عنوان شورای همکاری عرب کشورهای خلیج فارس را اعلام کردن (آینده پژوهی، قاسمی نراقی، ۱۳۸۷).

ایجاد یک باشگاه منطقه ای قوی که قادر به پاسخگویی به تهدیدهای منطقه ای و جهانی باشد. ضرورت چنین سازمانی برای اولین بار در برنامه کاری شورای همکاری خلیج فارس در ۱۹۸۱ اشاره شد و ظهور شورای همکاری میان کشورهای خلیج فارس در پاسخ به این واقعیت تاریخی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و استراتژیک است.



بررسی ویژگی های کشور مرکز در سیستم تابع خلیج فارس

جهت بررسی و شناخت ویژگی های کشور مرکز و تمیز آن از واحدهای پیرامون نیاز به چند فاکتور می باشد که عبارتند از:



۱. زبان مشترک: غالباً اعضای شورای همکاری خلیج فارس به زبان عربی محاوره می کنند.
۲. تاریخ مشترک: کشورهای جنوبی خلیج فارس جملگی از بطن شبه جزیره عربستان بوده و تاریخ خود را در بطن آن می بینند. این تاریخ مشترک باعث به وجود آمدن روحیه ملی و به نوعی همبستگی روانی را هم شامل شده است.
۳. مذهب مشترک: همه اعضای شورا دارای دین اسلام به عنوان دین رسمی خود می باشند و فقط وجه افتراق آنها وجود اسلام شیعی و اسلام سنی می باشد که در ورای همه اینها مذهب و دین خود مستوجب ایدئولوژی سازی است.
۴. فرهنگ مشترک: مبانی فرهنگ منطقه ای کشورهای خلیج فارس گسترده و متنوع می باشد. این امر ناشی از تاثیرگذاری ساخت قبیله ای بر مولفه های تاریخی و جغرافیایی است. هیچ پژوهشگری نمی تواند تضادهای درونی سیستم قبیله ای را نادیده انگارد. اما در عین حال کشورهای عربی حوزه خلیج فارس خود را به مبانی فراگیرتری متعهد کرده اند. آن در چارچوب فرهنگ و تمدن عربی هویت پیدا کرده اند و بر این اساس رفتار منطقه ای آنان شکل گیرد.
۵. اشتراک مواضع: بین اعضای شورای همکاری غالباً روابط متقابل و فراگیر حاکم است. این امر ناشی از احساس تهدید مشترک و همچنین احساس سودمندی و منافع مشترک است.

۴-۱: ارزیابی و تحلیل الگوی خرید مصرف کنندگان در بازار عمان

عمانی ها در بین ملت های مسلمان دارای سبک زندگی مخصوص به خود هستند. صلح طلب بودن، داشتن آرامش، توجه به فرهنگ بومی، رعایت قوانین اسلامی و داشتن تعامل هم افزا با فرهنگ های دیگر در کنار روحیات و اندیشه های فرهنگی سلطان قابوس باعث شده است سبک زندگی آرامی در بین عمانی ها نهادینه شود. پوشش زنان عمانی در اماکن عمومی کامل است و مردها نیز ضمن پوشش دشداشه های سفید که مخصوص خود عمانی هاست، همیشه کلاه مخصوص به سر دارند که نوعی احترام و منزلت اجتماعی محسوب می شود. رنگ کلاه بسته به مراسم و موقعیت اجتماعی عمانی ها تغییر می کند. رعایت نظافت، مصافحه کردن و استفاده از عود و عطرها خوشبو که خاص خود عمانی هاست در جامعه بسیار رایج است. عموماً عمانی ها مقید به رعایت نظم و قوانین راهنمایی و رانندگی هستند و حضور زنان در عرصه های اجتماعی از تمایزات آشکار عمانی ها در قیاس با دیگر اعراب است. عمانی ها اغلب آرام حرف می زنند و مهمان را حسابی گرمی می دارند.

	مجری: شرکت ناب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۲۱	

عمان روابط بسیار دوستانه ای با همسایه بزرگ شمالی خود یعنی جمهوری اسلامی ایران دارد و این باور که ایران باید به عنوان یک بازیگر اصلی در منطقه در جهت تامین امنیت، سهم باشد را پذیرفته است. عمان عضو مهم از شورای همکاری خلیج فارس است اما در طول جنگ تحمیلی ایران و عراق، روابط خود را با ایران قطع نکرد. پادشاهی عمان در روند صلح خاورمیانه نیز با همسایگانش در خلیج فارس متفاوت عمل کرده است. همانطور که پیش تر گفته شد پس از مصر که قرارداد کمپ دیوید را با اسرائیل امضا کرد، عمان بر خلاف سایر کشورهای شورای همکاری خلیج فارس، روابطش را با مصر قطع نکرد. عمان در میان کشورهای اعراب منطقه، در برقراری ارتباط با رژیم صهیونیستی پیشتاز بوده است.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۲۲	



فصل ۲: ارائه راهکارهای موثر جهت رسوخ در بازار عمان

همسایگان هر کشوری به دلایل مختلفی همچون اشتراکات فرهنگی و تاریخی و کم بودن فاصله جغرافیایی یکی از راهبردی ترین گزینه ها برای گسترش روابط اقتصادی سایر کشورها به شمار می رود. عمان نیز به عنوان یکی از همسایگان جنوب شرقی ایران از این قاعده مستثنی نیست. حال کشور مذکور در چندین سال اخیر روابط گرم و دوستانه ای با ایران داشته است و همکار راهبردی ایران در تامین امنیت خلیج فارس به حساب می آید. با این وجود روابط اقتصادی دو کشور هنوز به اندازه کافی مطلوب نیست. بررسی موافقت نامه های دوجانبه بین ایران و عمان طی نیم قرن اخیر نشان می دهد هرچند دو کشور در حال تدارک زیرساخت های حقوقی و قانونی یک رابطه اقتصادی فعال بوده اند اما با این وجود بررسی شواهد مختلف نشان از آن دارد که این زیرساخت ها به یک رابطه اقتصادی هدفمند و راهبردی بین ایران و عمان منجر نشده است. به طور مثال عمان با ۲۷ کشور قرارداد حذف تعرفه امضا کرده است اما در این میان نام ایران به چشم نمی خورد. در سال ۱۴۰۱ صادرات عمان به ایران فقط ۲۸۷.۱۹ میلیون دلار بوده و سهم ایران از واردات عمان تنها ۱ درصد است و از این نظر ایران نسبت به سایر کشورهای منطقه ای و همسایگان عمان کمترین سهم را دارد.

در ۲۰ سال اخیر، هر چند تبادلات تجاری بین ایران و عمان روند صعودی به خود گرفته است اما این روند به شدت پر نوسان و ناپایدار بوده است. به طوری که از سال ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱، ارزش مبادلات تجاری ایران و عمان افزایش پیدا کرده است. افزون بر این بررسی ترکیب اقلام صادراتی ایران به عمان، حاکی از آن است که صادرات ایران به عمان غالباً مواد خام و نیمه خام هستند. به طوری که در کنار فولاد و آهن آلات، قیر، دام زنده، خربزه و هندوانه حجم بالایی از صادرات ایران به عمان را تشکیل می دهند. این در حالی است که همسایگان عمان که ممکن است در برخی بخش ها رقیب ایران به حساب آیند، هر کدام به طریقی در حال تعریف کردن مزیت های راهبردی برای خود هستند که می توانند منافع ایران را در آینده نه چندان دور تهدید کنند. به طور مثال عربستان سعودی قصد دارد با اتصال خطوط نفتی خود به مخازن و پالایشگاه های شرق عمان تنگه هرمز را دور بزند و مزیت راهبردی ایران را در این تنگه از بین ببرد. یا کشور امارات متحده عربی در سال ۲۰۲۰ یا در اختیار داشتن سهم بیش از ۴۰ درصدی از واردات عمان و سرمایه گذاری ۳ میلیارد دلاری در عمان یک مزیت رقابتی فوق العاده برای خود تعریف کرده است.

با توجه به درگذشت سلطان قابوس و سرکار آمدن سلطان هیثم که در ابتدای دوران سلطنت خود با کسری بودجه شدید و بحران بیکاری جوانان مواجه شده است لازم است ایران مبتنی بر مزیت های نسبی خود و فرصت های اقتصادی عمان در جهت عمق بخشیدن به روابط خود با این کشور حرکت کند. توصیه های زیر بعنوان راهکارهای رسوخ در بازار عمان قابل پیشنهاد می باشد:

۱. مناطق آزاد و بنادر عمان در حال حاضر توان کافی برای جایگزین شدن با امارات را ندارد. اما در میان مدت می توان زمینه حرکت ایرانیان از دویی به سمت عمان را فراهم کرد. با بررسی ابعاد مختلف به نظر می رسد در آینده نیز عمان روابط مناسبی با ایران خواهد داشت.
۲. همسایگی ایران با عمان در تنگه هرمز یکی از فرصت های نزدیکی ایران و عمان است که تاکنون از آن غفلت شده است.
۳. نسبت قابل توجهی از نیازهای روزمره عمان از قبیل مواد غذایی، پوشاک، مصالح ساختمانی، بهداشتی و درمانی، لوازم خانه و غیره وارداتی هستند که سهم ایران در تامین آنها بسیار کم است.
۴. میان ایران و عمان اشتراکات فرهنگی زیادی وجود دارد. از جمله وجود شیعیان در عمان و همچنین تعداد بسیاری از ایرانیان که در طول تاریخ به این کشور سفر کرده اند. این ظرفیت ها فقط فرهنگی نیستند و می توان از اشتراکات تاریخی و فرهنگی در حوزه اقتصادی نیز بهره برد.
۵. پیش شرط اساسی و لازم جهت گسترش مبادلات تجاری و توسعه تامین مالی صادرات، وجود کانال های ارتباطی بانکی مناسب میان دو کشور است. در چند سال اخیر روابط بانکی ایران با عمان بهبود پیدا کرده به نحوی که انتقال پول، گشایش اعتبارات اسنادی از طریق دو بانک سوهارو و مسقط انجام می شود و زمینه های قرارداد های اجاره و خرید و ثبت شرکت در عمان با ارائه مستندات مورد نیاز انجام میشود.

	مجری: شرکت ناب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۳۳	

۶. محدودیت اصلی در تامین مالی صادرات به کشور عمان، مساله ضمانت نامه های بانکی است. به رغم آنکه کارمزدهای صدور ضمانت نامه بانکی براساس مصوبه شورای پول و اعتبار در حد مناسبی تعیین شده است، بانک ها تمایل کمتری به ارائه اینگونه خدمات دارند. همچنین در عمل نرخ های کارمزد بیشتری از صادر کنندگان اخذ می شود.
۷. بهبود توافقنامه های تجاری دو یا چندجانبه، افزایش ثبات سیاسی، بهبود استراتژی های بازاریابی بین المللی، بهبود تفاهات منطقه ای، توجه بیشتر به میزان تعاملات سیاسی جهانی، کاهش تحریم ها و در نظر گرفتن آن، بهبود سیاست های دریایی مناسب دولتی موجبات افزایش صادرات غیرنفتی به عمان را فراهم نمایند.
۸. تکیه بر شرکت های دانش بنیان و کمک به تغییر استراتژی تولید محصولات کشاورزی از شکل سنتی به مدرن

فصل ۳: ارائه بانک اطلاعاتی از تولید کنندگان، مشتریان و بازرگانان عمان



مشتریان و بازرگانان عمان

جدول ۴۶- بانک اطلاعاتی مشتریان و بازرگانان عمان

ردیف	نام شرکت / شخص	نوع فعالیت	محل فعالیت	آدرس و شماره تماس
۱	Abna Nadeem International Llc	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان، مسقط تلفن: +۹۶۸-۳۳۳۴۴۴۲۲۲۴
۲	Afnan Alswaik International L.L.C	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان، مسقط تلفن: -
۳	Agricultural Materials Co Llc - Amc Oman	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: https://www.agrimatco-me.com تلفن: +۹۶۸-۲۴۶۹۷۰۱۳
۴	Akber International Co. L.L.C	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: https://www.akberinternational.com تلفن: +۹۶۸-۹۸۱۳۴۰۷۱
۵	Al Afrad Trading Llc - Al Afrad Trading Co Llc	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: https://www.alafraad.net تلفن: +۹۶۸-۲۴۷۸۹۰۷
۶	Al Douri Mart And Roastery	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: https://www.aldouri.com تلفن: +۹۶۸-۲۴۴۸۲۲۷۵
۷	Al Fawaz International Trading	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان- مسقط تلفن: +۹۶۸ ۲۴۴۵۵۸۴۳

جدول ۴۶- بانک اطلاعاتی مشتریان و بازرگانان عمان

ردیف	نام شرکت / شخص	نوع فعالیت	محل فعالیت	آدرس و شماره تماس
۸	Al Fazari Projects Overall L.L.C.	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸ ۲۲۰۴۵۱۱۰
۹	Al Hamadi Trading & Contracting L L C	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸ ۹۹۷۳۶۹۷۹
۱۰	Al Hour Enterprises	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸-۷۹۳۰۳۰
۱۱	Al Khaboora Falcon Trading	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸-۹۹۸۸۸۲۱۹
۱۲	Al Nawati Trading	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸-۲۴۵۴۱۶۸۱
۱۳	Al Nur For Marketing Agriculture Produces Llc	تجارت میوه و سبزیجات	سبب	آدرس: https://www.alnur.diytrade.com تلفن: +۹۶۸-۲۴۵۳۶۰۳۹
۱۴	Al Salasil National Trading Establishment	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸-۲۴۵۴۳۸۸۳
۱۵	Al Sarooj Universal Trading L.L.C	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: https://www.alsarooj.net تلفن: +۹۶۸-۲۴۴۲۴۴۰۷
۱۶	Al Wafa International Company Llc	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸-۲۴۵۳۹۲۰۷
۱۷	Al Watania For Marketing Agriculture Produce & Foodstuff L L C	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸-۵۳۵۲۵۴
۱۸	Alawkiya Trading - Al Yakeen Cold Store	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸-۹۸۸۶۵۸۴۵
۱۹	Amwaj Bahar Trading Co	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸-۲۴۵۴۲۹۶۱
۲۰	Anhar Al Fayha	تجارت میوه	مسقط	آدرس: https://www.anharalfayha.com

	مجری: شرکت ناب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۲۵	

جدول ۴۶- بانک اطلاعاتی مشتریان و بازرگانان عمان



ردیف	نام شرکت / شخص	نوع فعالیت	محل فعالیت	آدرس و شماره تماس
	Trading - Anhar Al Fayha Hypermarket	و سبزیجات		تلفن: +۹۶۸-۲۵۵۲۴۱۹۱
۲۱	Bar Al Hakman Trading & Contracting Est	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸-۹۷۶۳۸۸۶
۲۲	Basateen Lebanon Trading	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: https://www.bl.t.howtrade.com تلفن: +۹۶۸-۹۹۲۵۶۷۶۶
۲۳	Faidh United Trading & Contracting	تجارت میوه و سبزیجات	زکی	آدرس: عمان - زکی تلفن: +۹۶۸-۹۹۲۶۶۵۳۱
۲۴	Falcon Trading Llc	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: https://www.falcontradingllc.com تلفن: +۹۶۸-۲۵۶۵۰۸۵۵
۲۵	Fine Field Trading	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: https://www.finefieldoman.com تلفن: +۹۶۸-۲۴۵۵۲۵۶۵
۲۶	Global White Lines	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸-۷۹۰۲۱۰۰۶
۲۷	Haneen International	تجارت میوه و سبزیجات	السیب	آدرس: https://www.haneeninternational.com تلفن: +۹۶۸-۲۴۵۵۰۶۶۰
۲۸	Hoor Enterprises	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸-۹۹۳۳۴۸۴۴
۲۹	Iffco Distribution Llc - Khalijana Supermarket	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: https://www.iffco.com تلفن: +۹۶۸-۲۴۶۱۴۸۸۸
۳۰	Javanmard Trading Company	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸-۲۴۵۴۴۵۸۰
۳۱	Juma Salim Khalifa Al Hinai & Partners L L C	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸-۵۴۲۶۵۳
۳۲	Kadam Trading Establishment - Kadam Est	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸-۲۴۱۸۰۶۳۸

جدول ۴۶- بانک اطلاعاتی مشتریان و بازرگانان عمان

ردیف	نام شرکت / شخص	نوع فعالیت	محل فعالیت	آدرس و شماره تماس
۳۳	Lazord Investment - Lazord Investment Llc	تجارت میوه و سبزیجات	-	آدرس: https://www.lazord-invest.com تلفن: +۹۶۸-۲۴۹۸۱۰۴۲
۳۴	Lulu Shopping Centre Llc - Lulu Hypermarket	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸-۲۴۵۰۴۵۰۴
۳۵	Masharie Quzah Trading Company	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸-۹۹۴۵۵۱۵۱
۳۶	Mohd. Murad Sheer Mohd. Al-Rasisi	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: https://www.mmfruitsandveg.com تلفن: +۹۶۸-۲۴۵۴۷۹۹۳
۳۷	Nahadat Muscat Co. Llc	تجارت میوه و سبزیجات	سیب	آدرس: عمان - سیب تلفن: +۹۶۸-۲۴۵۴۲۶۵۳
۳۸	Noor Al Shams Cold Store Llc	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: https://www.baradat-noor-alshamas.com تلفن: +۹۶۸-۹۲۹۸۲۳۰۱
۳۹	Oman Gulf Cold Stores Llc	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸-۹۲۹۵۴۷۶۸
۴۰	Rukn Al Bachaer Trading Co Llc	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸-۲۴۵۵۰۶۱۱
۴۱	Saif Soud Hameed Al Hadi Trading Est	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸-۹۶۲۸۰۱۹
۴۲	Suhol Al Fayha Trading L.L.C - Suhol Al Fayha Trading	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: https://www.suholalfayha.com تلفن: +۹۶۸-۲۴۵۴۶۴۵۸
۴۳	Tawoos Agricultural Systems Llc	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: https://www.tawoos-agriculture.com تلفن: +۹۶۸-۹۹۲۱۱۴۳۸
۴۴	United Barka Towers	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸-۲۲۳۲۵۴۶۷
۴۵	Wadi Al Hiddin Trading Est	تجارت میوه و سبزیجات	مسقط	آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸-۹۴۴۲۰۹۱
۴۶	Zamayem	تجارت میوه	مسقط	آدرس: عمان - مسقط

جدول ۴۶- بانک اطلاعاتی مشتریان و بازرگانان عمان

آدرس و شماره تماس	محل فعالیت	نوع فعالیت	نام شرکت / شخص	ردیف
تلفن: +۹۶۸-۶۰۱۸۸۳		و سبزیجات	Establishment	
آدرس: https://www.akberinternational.com تلفن: +۹۶۸-۹۸۱۳۴۰۷۱	مسقط	بازار میوه و سبزیجات	Akber International Co. L.L.C	۴۷
آدرس: عمان - مسقط تلفن: +۹۶۸-۲۴۵۴۲۹۶۱	مسقط	بازار میوه و سبزیجات	Amwaj Bahar Trading Co	۴۸
آدرس: https://www.tawoos-agriculture.com تلفن: +۹۶۸-۶۰۱۸۸۳	بارکار	بازار میوه و سبزیجات	Tawoos Agricultural Systems Llc	۴۹

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	صفحه ۱۲۸	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	

فصل ۴: تحلیل رقبای حاضر در بازار عمان

پیشینه روابط بازرگانی با ایران

در سال ۱۴۰۱ حجم تجارت دو کشور ایران و عمان ۱۸۸۶ میلیون دلار بوده که نسبت به سال قبل ۴۲ درصد افزایش یافته است. روند تجارت متقابل این دو کشور از رابطه پرفراز و نشیبی حکایت دارد که اوج آن به سال ۲۰۱۷ برمی گردد. در این سال حجم تجارت دو کشور به ۱۰۶ میلیارد دلار رسید. با این حال پس از سال ۲۰۱۷ تجارت دو کشور روندی نزولی را تجربه کرده است. وضع تحریم های بین المللی علیه ایران و همچنین رکود اقتصادی عمان در سال های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ از مهمترین دلایل کاهش تجارت دو کشور طی دهه اخیر می باشد.

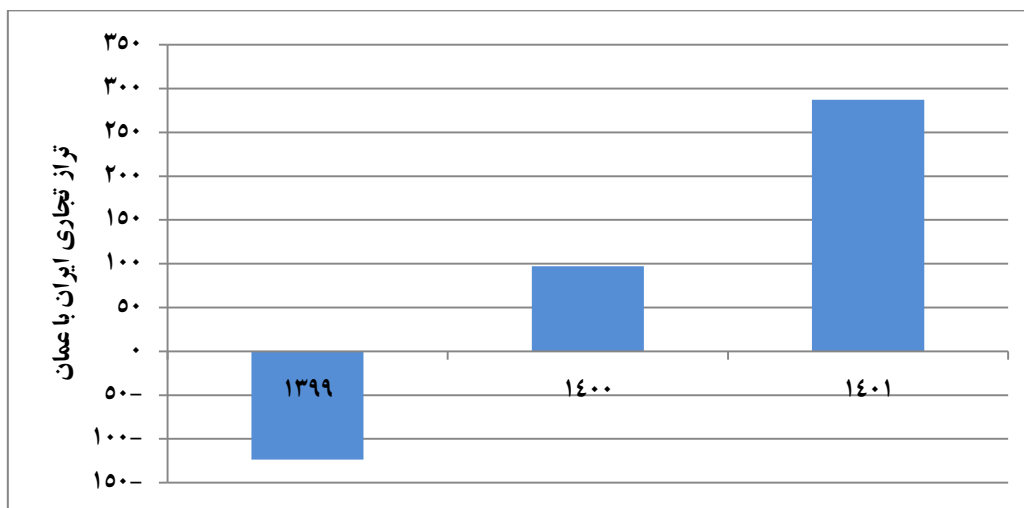
آخرین وضعیت مبادلات بازرگانی ایران و عمان

سابقه روابط تجاری دو کشور ایران و عمان به قدمت تاریخ همسایگی دو کشور است. نزدیکی جغرافیایی و شرایط اقلیمی از متغیرهای موثر بر روابط تجاری دو کشور است. هر چند متغیرهای سیاسی و اقتصادی در مقاطع مختلف تاریخی بر گسترش و یا محدودیت این روابط تاثیر گذار بوده اند. تراز تجاری ایران با عمان در سال های گذشته با روند مثبتی همراه بوده که این امر ناشی از حجم و ارزش بالای واردات عمان از ایران است. در سال ۱۳۹۹ میلادی تراز تجاری ایران با عمان معادل ۱۲۳ میلیون دلار منفی بوده است. با افزایش صادرات ایران در سال ۱۴۰۰ میزان تراز تجاری، به ۹۷.۶ میلیون دلار رسیده است. در سال ۱۴۰۱ میلادی به دلیل افزایش مجدد حجم صادرات ایران به عمان، تراز تجاری به ۲۸۷ میلیون دلار مثبت رسید. جدول روند تراز تجاری ایران با عمان در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ را نشان می دهد.

جدول ۴۷- روند تراز تجاری ایران با عمان در سال های ۱۳۹۹-۱۴۰۱ (میلیون دلار)

سال	میزان صادرات	میزان واردات	تراز تجاری	روند تغییر تراز تجاری
۱۳۹۹	۳۱۰.۱۴	۴۳۳.۸۶	-۱۲۳.۷۲	به زیان ایران
۱۴۰۰	۷۱۶.۱۹	۶۱۹.۱۳	۹۷.۰۶	به نفع ایران
۱۴۰۱	۱۰۸۷.۰۵	۷۹۹.۸۶	۲۸۷.۱۹	به نفع ایران

نمودار روند تراز تجاری ایران با عمان در سال های را نشان می دهد.



نمودار ۹- روند تراز تجاری ایران با عمان در سال های (میلیون دلار)

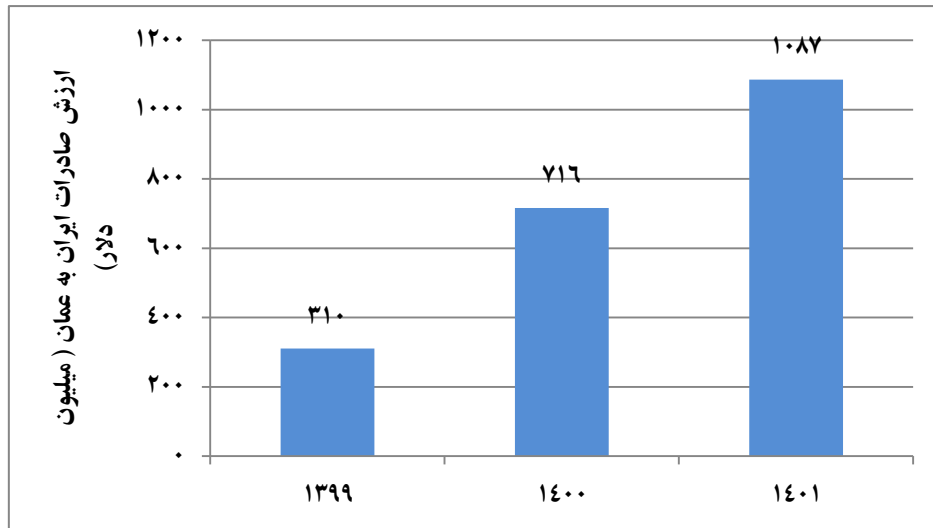
واردات عمان از ایران

در سال ۱۳۹۹ ارزش صادرات ایران به عمان معادل ۳۱۰ میلیون دلار بوده که در سال ۱۴۰۰ با رشد بیش از ۵۷ درصد به ۷۱۶ میلیون دلار افزایش یافت. این میزان صادرات در سال ۱۴۰۱ با افزایش روبرو بوده و با رشدی برابر ۳۴ درصد به ۱۰۸۷ میلیون دلار رسید. بنابراین ارزش صادرات ایران به عمان در طول دوره ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ نزدیک به ۹۱ درصد رشد پیدا کرده است.

جدول ۴۸- ارزش صادرات ایران به عمان در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱

سال	ارزش صادرات	نرخ رشد (درصد)
۱۳۹۹	۳۱۰.۱۴	-
۱۴۰۰	۷۱۶.۱۹	۰.۵۷
۱۴۰۱	۱۰۸۷.۰۵	۰.۳۴

نمودار ارزش صادرات ایران به عمان در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ را نشان می دهد.



نمودار ۱۰- ارزش صادرات ایران به عمان در سال های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ (میلیون دلار)

کالاهای عمده صادراتی ایران به عمان در سه سال گذشته شامل حیوانات زنده، سوخت ها و روغن های معدنی، آهن و فولاد، محصولات لبنی، سبزیجات و میوه های خوراکی می شود.

کشورهای امارات متحده عربی، یمن، هند، مصر، آمریکا، تایلند، سوئیسریال قطر، انگلیس و ایران بیشترین حجم صادرات این گروه از محصولات به عمان را در اختیار دارند. این ده کشور ۹۰ درصد از بازار این محصولات در بازار عمان را از آن خود ساخته اند. با توجه به جایگاه مناسب کشور ایران در زمینه تولید و پرورش میوه های خوراکی، وجود زمین های حاصلخیز در سطح کشور، فاصله جغرافیایی کم با عمان و وجود راه دریایی مستقیم بین دو کشور، امکان افزایش سهم بازار ایران در این گروه کالایی در بازار عمان وجود دارد. ایران در سال ۲۰۱۹ با صادرات ۶۸۳ هزار دلار میوه به عمان، جایگاه دهم صادرات و سهم بازار ۲ درصدی را در اختیار دارد.

جدول زیر مهمترین رقبا در تامین میوه های خوراکی، پوست مرکبات و همانند آن در بازار عمان در سال ۲۰۱۹ را نشان می دهد.

جدول ۴۹- مهمترین رقبا در تامین میوه های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند در بازار عمان (۲۰۱۹)

ردیف	مهمترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به عمان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در عمان (درصد)
۱	امارات متحده عربی	۶۰۴۸	۲۸
۲	یمن	۴۳۰۷	۱۵
۳	هند	۳۸۲۹	۹
۴	مصر	۲۵۴۶	۷
۵	آمریکا	۱۹۴۰	۶
۶	تایلند	۱۸۰۴	۵
۷	سوئیس	۱۵۴۲	۴
۸	قطر	۱۰۹۲	۳

جدول ۴۹- مهمترین رقبا در تامین میوه های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند در بازار عمان (۲۰۱۹)

ردیف	مهمترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به عمان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در عمان (درصد)
۹	انگلیس	۹۱۵	۲
۱۰	ایران	۶۸۳	۲

واردات کیوی

عمان در سال ۲۰۱۹ میلادی معادل ۴۱۶۱ هزار دلار کیوی وارد کرده است. جدول ۵۰ ارزش وارداتی کیوی ایران و کیوی جهان در دوره زمانی ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۹ نشان می دهد.

جدول ۵۰- ارزش واردات کیوی به عمان در دوره زمانی ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۹ (هزار دلار)



روند	ارزش واردات کیوی ایران										ردیف	
	۲۰۱۹	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۶	۲۰۱۵	۲۰۱۴	۲۰۱۳	۲۰۱۲	۲۰۱۱	۲۰۱۰		
واردات												جهان
افزایشی	۲۰۰۳	۱۵۲۹	۱۱۲۶	۲۱۵۳	۲۰۹۳	۲۱۱۱	۱۲۳۹	۹۱۶	۹۲۵	۸۰۴	ایران	
افزایشی	۴۹۵	۶۱۹	۳۵۳	۱۰۷۸	۱۶۲	۴۱	۷۰	۲۵	۲	۲۳		

کشورهای عمده ی بزرگ صادرکننده کیوی به عمان در جدول ۵۱ معرفی می شوند. این اطلاعات می تواند تصویر روشنی از رقبای بالقوه و رقبای کنونی در محصول کیوی صادراتی به عمان برای بازرگانان ایرانی فراهم کند. برابر آمار، دو کشور نخست در کیوی بیش از هشتاد درصد کیوی را وارد کرده اند. در جدول دو کشور نخست صادرکننده و سهم هر کدام در محصول کیوی ارائه شده است. مهمترین صادرکنندگان کیوی به عمان و ارزش صادرات آن ها در سال ۲۰۱۹ در جدول ۵۱ آمده است.

جدول ۵۱ - مهمترین کشورهای صادرکننده کیوی به عمان در سال ۲۰۱۹ (میلیون دلار)

رتبه	نام کشور (مهمترین رقبای موجود)	ارزش صادرات کیوی به عمان (هزار دلار)	سهم از کل صادرات (درصد)
۱	امارات متحده عربی	۱۱۷۳	۵۹
۲	ایران	۴۹۵	۲۵

با بررسی کشورهای اصلی تامین کننده کیوی عمان، نشان می دهد که ایران با وجو توانمندی صادرات کیوی و برخورداری از مزیت های نزدیکی جغرافیایی و دسترسی آسان به بازار کشور، جزو تامین کنندگان اصلی کیوی وارداتی عمان می باشد. بررسی ها نشان می دهد که ایران از ظرفیت گسترده ای در تامین نیاز بازار کشور عمان برخوردار است.

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۳۲	

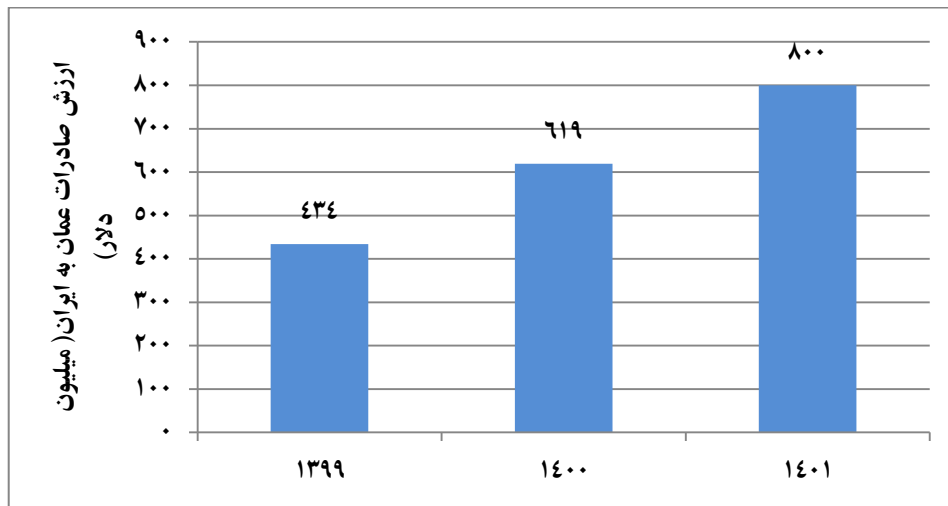
صادرات عمان به ایران

در سال ۲۰۱۷ ارزش صادرات عمان به ایران معادل ۴۳۳ میلیون دلار بوده که در سال ۲۰۱۸ با رشد ۳۰ درصد به ۶۱۹ میلیون دلار افزایش یافت. این میزان صادرات در سال ۲۰۱۹ با افزایش روبرو بوده و با رشدی برابر ۲۳ درصد به ۷۹۹ میلیون دلار رسید. بنابراین ارزش صادرات عمان به ایران در طول دوره ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹ نزدیک به ۵۳ درصد رشد پیدا کرده است.

جدول ۵۲- ارزش صادرات عمان به ایران در سال های ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹

سال	ارزش صادرات (میلیون دلار)	نرخ رشد (درصد)
۲۰۱۷	۴۳۳.۸۶	
۲۰۱۸	۶۱۹.۱۳	۳۰٪
۲۰۱۹	۷۹۹.۸۶	۲۳٪

نمودار ۱۲ ارزش صادرات عمان به ایران در سال های ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹ را نشان می دهد.

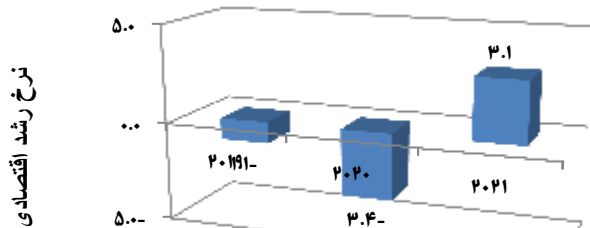


نمودار ۱۱- ارزش صادرات عمان به ایران در سال های ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹ (میلیون دلار)

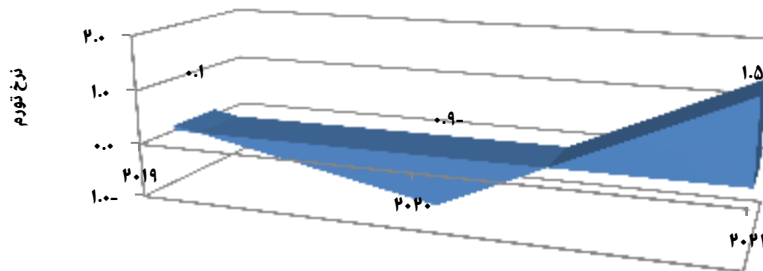
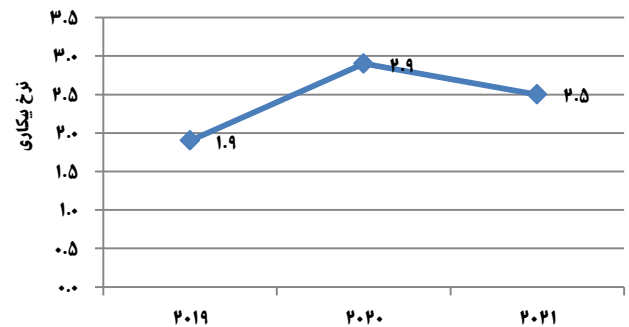
نگاهی به روند تجاری عمان

کل جمعیت عمان در سال ۲۰۲۱: ۴۵۲۰۴۷۱
 سهم جمعیت ۱۵ الی ۶۴ ساله (درصد از کل): ۷۰.۴

نرخ رشد اقتصادی



نرخ بیکاری



نمودار ۱۲- نرخ بیکاری، نرخ رشد اقتصادی و نرخ تورم کشور عمان (منبع: صندوق ملی پول)

تحلیل رقبا

با توجه به برآورد شاخص مزیت نسبی آشکار شده در جدول ۵۳، مزیت صادراتی ایران طی سال های ۲۰۰۵-۲۰۲۱، روند افزایشی را دنبال می کرده است. در مجموع در طی این سال ها متوسط رشد سالیانه ی مزیت نسبی آشکار شده برای ایران به طور میانگین ۱۱.۳۹ درصد خواهد بود. سایر کشورهای رقیب ایران از رشد مناسبی در این مورد برخوردار نبوده اند. به گونه ای که بیشترین رشد در طی این سال ها مربوط به ایران می باشد.

با توجه به ضعف شاخص مزیت نسبی آشکار شده، همانگونه که از جدول ۵۵ ملاحظه می شود، شاخص مزیت نسبی آشکار شده متقارن برآورد گردید و همانگونه که ملاحظه می شود، براساس این شاخص نیز کشورهای صادرکننده ایران و امارات متحده عربی از مزیت صادراتی برخوردارند. رشد این شاخص در تمامی سال ها برای ایران مثبت می باشد که نشان از مناسب بودن مزیت صادراتی ایران می باشد. مقدار این شاخص از ۰.۹۲ در سال ۲۰۰۵ به ۰.۷۸ در سال ۲۰۲۱ رسیده است. همانگونه که مشخص است، این شاخص در مورد کشور امارات متحده عربی منفی بوده و بیانگر عدم مزیت صادراتی این کشور در مورد محصول کیوی است.

با توجه به این که شاخص مزیت صادراتی کیوی در هر کشور وابسته به صادرات کیوی در سطح آن کشور و در سطح جهانی و همچنین وابسته به صادرات کل محصولات کشاورزی در سطح آن کشور و جهان دارد. لذا در ادامه این مسئله بررسی می شود که صادرات کیوی هر کشور چه مقدار بر مزیت صادراتی آن کشور موثر است. در واقع رشد مزیت صادراتی در هر کشور یا ناشی از افزایش نسبت صادرات کیوی کشور یاد شده به کل صادرات کشاورزی آن کشور خواهد بود و یا می تواند نتیجه ی کاهش سهم صادرات کیوی جهانی نسبت به کل صادرات کشاورزی جهانی باشد.

هرچه این افزایش مزیت صادراتی ناشی از مورد نخست باشد، نشان دهنده موفقیت بیش تر و مناسب تر کشور صادرکننده در بازارهای جهانی خواهد بود. با توجه به جدول ۵۷، مزیت صادراتی ایران بخوبی متأثر از مقدار صادرات وی در طی دوره مورد بررسی بوده است. به گونه ای که با افزایش صادرات در هر سال، مزیت صادراتی کیوی ایران نیز افزایش یافته است، لذا رشد صادرات کیوی ایران نسبت به صادرات جهانی وضعیتی مناسب داشته و این رشد بیش از آن که ناشی از تضعیف سایر رقبا بوده باشد، ناشی از تقویت و رشد صادرات کیوی ایران بوده است.



همین رابطه در مورد کشور امارات متحده عربی نیز برقرار است. همانگونه که در این جدول مشاهده می شود در مورد امارات متحده عربی، مزیت صادراتی در این کشور در بازارهای جهانی در حال تضعیف شدن است. همانگونه که در جدول ۵۳، نیز مشاهده شد، از میان کشورهای بزرگ صادرکننده، رشد مزیت صادراتی امارات متحده عربی منفی بوده است.

همانطور که از جدول ۵۳ مشاهده شده از میان کشورهای صادرکننده، رشد مزیت صادراتی امارات متحده عربی منفی بوده است. با توجه به نتیجه ی جدول ۵۶، چنانچه صادرات سایر کشورها تقویت شود، صادرات امارات متحده عربی توان حفظ مزیت صادراتی این کشور را نخواهد داشت و مزیت صادراتی آن کاهش خواهد یافت.

بیشترین اثر صادرات در مزیت صادراتی، مربوط به ایران بوده است. در مورد امارات متحده عربی نیز با توجه به جدول ۵۳، تضعیف مزیت صادراتی در طی دوره ۲۰۰۵-۲۰۲۱ مشاهده شده که این روند کاهش با میزان صادرات رابطه ی مثبت داشته است. به بیان دیگر تضعیف مزیت صادراتی امارات متحده عربی در این دوره، بیش از آن که مربوط به افزایش صادرات سایر کشورها باشد، ناشی از تضعیف صادرات کیوی در این کشور است.

با توجه به نتایج ارائه شده در جدول ۵۷، مزیت صادراتی ایران در بازارهای جهانی تاثیر چندانی از عملکرد رقبا نپذیرفته و با توجه به جدول قبل، بیشترین اثر بر مزیت صادراتی ایران ناشی از عملکرد این کشور در صادرات به بازارهای جهانی بوده است. با توجه به این جدول، از میان کشورهایی که همبستگی مثبت با مزیت صادراتی ایران داشته اند، اثر مزیت صادراتی کشورهای صادرکننده معنی دار بوده است. این امر بیانگر آن است که تغییرات مزیت صادراتی ایران با این کشورها در یک راستا بوده است و این کشور بیش از آن که با ایران رقیب باشد، در یک راستا عمل کرده اند.

جدول ۵۴، مزیت وارداتی را در کشور عمان نشان می دهد. همانگونه که از این جدول پیداست، عمان در تمام سال ها مزیت وارداتی داشته و رشد شاخص مزیت وارداتی در مورد این کشور ۲۷۳۱.۵۳۱ بوده است.

	مجری: شرکت ناب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۳۵	

با توجه به نتایج جدول ۵۷، کشورهای رقیب اثر معنی داری بر مزیت صادراتی ایران نداشته اند، لذا در ادامه بازار عمان به عنوان کشور هدف ایران و اثر آن ها بر مزیت صادراتی ایران مورد بررسی قرار می گیرد.

همانگونه که از جدول ۵۸ استنباط می شود، افزایش مزیت وارداتی کشور عمان به شدت بر مزیت صادراتی ایران تاثیر داشته و سبب افزایش آن می شود. با توجه به این نتیجه، این کشور بازار هدف مناسبی برای ایران بوده و به دلیل نزدیکی به کشور و صرفه جویی در هزینه های حمل و انبارداری، محصولی با کیفیت بالا و ارزانتر می تواند به این کشور صادر شده و در نهایت به افزایش موقعیت ایران در بازارهای جهانی و بهبود مزیت صادراتی کیوی ایران منجر خواهد شد.

مزیت رقبا

مزیت نسبی آشکار شده

این معیار با منطق محاسباتی ذکر شده در مطالعه کشور عراق و براساس رابطه ۱ محاسبه و در جدول زیر نمایش داده شده است.

جدول ۵۳- مزیت نسبی آشکار شده در کشورهای مهم صادرکننده کیوی به عمان (منبع: برآورد تحقیق)

سال	ایران	امارات متحده عربی
۲۰۰۵	۲۳.۳۶	۱.۱۱
۲۰۰۶	۱.۵۰	-
۲۰۰۷	۱.۲۵	۱.۳۰
۲۰۰۸	۲.۵۰	۱.۰۴
۲۰۰۹	۳.۳۵	-
۲۰۱۰	۳.۷۵	-
۲۰۱۱	۴.۶۱	-
۲۰۱۲	۴.۰۸	۰.۶۹
۲۰۱۳	۴.۳۷	۰.۷۴
۲۰۱۴	۳.۸۵	۰.۶۶
۲۰۱۵	۳.۲۱	۰.۵۴
۲۰۱۶	۴.۰۳	۰.۵۲
۲۰۱۷	۴.۴۳	۰.۶۵
۲۰۱۸	۶.۲۹	۰.۵۳
۲۰۱۹	۱۴.۲۷	۰.۶۴
۲۰۲۰	۱۰.۵۷	۰.۵۴
۲۰۲۱	۸.۲۵	۰.۵۳
رشد (درصد)	-۶۴.۶۸	-۵۲.۲۵
رشد متوسط سالانه (درصد)	۱۱.۳۹	-۱۴.۷۳

مزیت وارداتی

این معیار با منطق محاسباتی ذکر شده در مطالعه کشور عراق و براساس رابطه ۲ محاسبه و در جدول زیر نمایش داده شده است.

جدول ۵۴ - مزیت وارداتی کشور عمان (منبع: برآورد تحقیق)

رشد	۲۰۲۱	۲۰۲۰	۲۰۱۹	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۶	۲۰۱۵	۲۰۱۴	۲۰۱۳	۲۰۱۲	۲۰۱۱	۲۰۱۰	۲۰۰۹	۲۰۰۸	۲۰۰۷	۲۰۰۶	۲۰۰۵	
۲۳۳۱. ۵۳۱	۰.۰۹۰	۰.۰۰۶	۰.۰۱۸	۰.۰۱۳	۰.۰۰۷	۰.۰۰۱	۰.۰۰۶	۰.۰۰۹	۰.۰۰۳	۰.۰۱۷	۰.۰۱۵	۰.۰۱۲	۰.۰۰۸	۰.۰۰۶	۰.۰۰۰	۰.۰۱۶	۰.۰۰۳	عمان

مزیت نسبی آشکار شده متقارن

این معیار با منطق محاسباتی ذکر شده در مطالعه کشور عراق و براساس رابطه ۳ محاسبه و در جدول زیر نمایش داده شده است.

جدول ۵۵ - مزیت نسبی آشکار شده متقارن در کشورهای مهم صادرکننده کیوی به عمان (منبع: برآورد تحقیق)

امارات متحده عربی	ایران	سال
۰.۰۵	۰.۹۲	۲۰۰۵
-۱.۰۰	۰.۲۰	۲۰۰۶
۰.۱۳	۰.۱۱	۲۰۰۷
۰.۰۲	۰.۴۳	۲۰۰۸
-۱.۰۰	۰.۵۴	۲۰۰۹
-۱.۰۰	۰.۵۸	۲۰۱۰
-۱.۰۰	۰.۶۴	۲۰۱۱
-۰.۱۸	۰.۶۱	۲۰۱۲
-۰.۱۵	۰.۶۳	۲۰۱۳
-۰.۲۰	۰.۵۹	۲۰۱۴
-۰.۳۰	۰.۵۲	۲۰۱۵
-۰.۳۲	۰.۶۰	۲۰۱۶
-۰.۲۱	۰.۶۳	۲۰۱۷
-۰.۳۱	۰.۷۳	۲۰۱۸
-۰.۲۲	۰.۸۷	۲۰۱۹
-۰.۳۰	۰.۸۳	۲۰۲۰
-۰.۳۱	۰.۷۸	۲۰۲۱

علاوه بر محاسبه ی شاخص های ارائه شده، همبستگی و رابطه میان مزیت نسبی آشکار شده در کشورهای مهم صادرکننده با میزان صادرات کیوی در این کشورها، رابطه ی میان مزیت نسبی آشکار شده در صادرات کیوی ایران با مزیت نسبی آشکار شده در کشورهای رقیب، رابطه میان عدم مزیت صادراتی (مزیت وارداتی) بازارهای عمده ی هدف ایران و میزان مزیت نسبی آشکار شده محصول کیوی در ایران بررسی می گردد.

جدول ۵۶- رابطه ی همبستگی صادرات با مزیت صادراتی در کشورهای مهم صادرکننده (منبع: برآورد تحقیق)

سطح معناداری	آماره t	برآورد	
در سطح ۵ درصد رابطه معنادار است.	۵۸۹	۲.۱۲	ایران
در سطح ۵ درصد رابطه معنادار نیست.	۲۰.۸۵	۲.۱۲	امارات متحده عربی

جدول ۵۷- محاسبه همبستگی میان مزیت نسبی آشکار شده کیوی ایران در مقابل کشورهای رقیب (منبع: برآورد تحقیق)

سطح معناداری	آماره t	برآورد	
در سطح ۵ درصد رابطه معنادار نیست.	۴.۱۲	۲.۰۴	امارات متحده عربی

جدول ۵۸- رابطه ی همبستگی مزیت صادراتی ایران با مزیت وارداتی بازار عمان (منبع: برآورد تحقیق)

سطح معناداری	آماره t	برآورد	کشور
در سطح ۵ درصد رابطه معنادار است.	۴.۵۳	۲.۱۲	عمان

منابع

آمارنامه کشاورزی وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۹

ابراهیمی، مرتضی، نواختی مقدم، امین و اصولی، قاسم، ۱۳۹۹، عامل های تعیین کننده روابط ایران با منطقه آسیای مرکزی از دیدگاه اقتصاد سیاسی (مطالعه موردی ترکمنستان و تاجیکستان)، مطالعات اوراسیای مرکزی، دوره ۱۳، شماره ۲.

افشاری، زهرا، تجارت مواد اولیه در جهان، مجله علوم انسانی دانشگاه الزهراء، سال اول، شماره ۱، ۱۳۶۸، ص ۹۸.

بخت آزما، جلال، اولویت بندی بازارهای کشورهای آسیای میانه برای صادرات غیرنفتی ایران با توجه به موانع پیش رو، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۳۹۰

دوجی گمش تپه، رسول، تحلیل ژئوپلیتیکی رابطه ایران و ترکمنستان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۳۹۲.

میرشجاعی، فخری، بی ثباتی صادرات و رشد اقتصادی گروه کشورهای اوپک (بررسی برخی علل بی ثباتی در یاران به عنوان نمونه)، ۹۴-۱۹۷۴، رساله کارشناسی ارشد، ۱۳۷۵، ص ۵-۸.

نواختی مقدم، امین و اصولی، قاسم، ۱۳۹۹، فرصت ها و چالش های همکاری ژئواکونومیک ایران و ترکمنستان، پژوهش نامه ایرانی سیاست بین الملل، سال ۹، شماره ۲، ص ۲۶۴-۲۲۴.

Khalaf, N. G. (۱۹۷۶). Country size and economic instability. *The Journal of Development Studies*, ۱۲(۴), ۴۲۳-۴۲۸.

آدرس سایت های منتخب مورد استفاده:

<https://www.fao.org>

<https://www.trademap.org>

<https://www.worldbank.org>



<https://tpo.ir>

<https://ssicenter.mcls.gov.ir>

<https://www.wto.org>

<https://www.imf.org>

<https://www.imf.org>

	مجری: شرکت تاب آوران ناب گیل		
	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲	صفحه ۱۳۹	

<https://www.contactdetails.info>

[/https://www.tradefairdates.com](https://www.tradefairdates.com)

<https://oec.world>

<https://www.alibaba.com>



<https://ads.google.com>

<https://procurementmap.intracen.org>

<https://www.amazon.com>

[/https://iccima.ir](https://iccima.ir)

<https://www.amar.org.ir/>

 شرکت ناب آوران ناب گیل	مجری: شرکت ناب آوران ناب گیل		کارفرما: شرکت شهرک های صنعتی گیلان	 شرکت شهرک های صنعتی استان گیلان
	صفحه ۱۴۰	تاریخ: خرداد ۱۴۰۲		