

رییس اتاق ایران و امارات: اماراتی‌ها میوه‌های ایرانی را ترجیح می‌دهند



رییس اتاق بازرگانی مشترک ایران و امارات اظهار کرد: عدم صدور ویزا برای ایرانیان در امارات نیز مسئله کاملاً موقتی است و با اطلاعی که کسب کرده‌ایم این موضوع رفع خواهد شد.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی، به نقل از ایلنا؛ فرشید فرزانیان در مورد ورود میوه‌های اسرائیلی در بازار امارات اظهار داشت: موتور متحرکه هر کشور تجارت آزاد آن کشور است، میوه‌های اسرائیلی در بازار امارات دیده می‌شوند و با اینکه قیمت این میوه‌ها در بازار امارات بسیار پایین است اما چندان استقبال از آن نشده است.

وی افزود: با وجود اینکه قیمت میوه‌های اسرائیلی در بعضی موارد به یک سوم رسیده اما عموم مردم کشور همسایه میوه ایرانی را با اینکه دو تا سه برابر گران‌تر است را می‌پسندند.

رییس اتاق بازرگانی ایران و امارات در مورد علت ترجیح میوه‌های ایرانی تصریح کرد: میوه ایرانی را طبیعی‌تر می‌دانند و طعم و مزه آن را می‌پسندند. همچنین سال‌ها به طعم و مزه آن عادت کرده‌اند. لذا عوض کردن ذائقه مشتریان در بازار کار چندان ساده‌ای نیست، پس این

موضوع چندان نگران‌کننده نیست.

فرزانگان افزود: از طرف دیگر ما باید بدانیم که در بازارهای صادراتی ما رقابت سنگینی وجود دارد. بسیاری سعی می‌کنند تا صادرات ما را کمتر کنند ما باید برای خودمان برنامه‌ریزی داشته باشیم تا اقتصاد به صورت مولد، تولید و صادرات کند. اگر ما اقتصاد را قوی‌تر و فضای کسب و کار را بهتر کنیم و به نوعی از سیستم بوروکراسی بکاهیم ، نباید نگران این مسائل باشیم.

وی ادامه داد: اگر بخشنامه صادره چند ماه قبل اعلام، حتی چند ماهی به صورت پایلوت اجرا، و با مشارکت و هم‌فکری بخش خصوصی و تشکل‌های تخصصی تصمیمات گرفته شود، ناهماهنگی بین دستگاه‌های مختلف از بین برود و واقعا دغدغه در کشور تولید و صادرات شود، برخی مشکلات در بازارهای رقابتی قابل حل خواهد بود.

رییس اتاق مشترک ایرات و امارات در مورد توقف صدور ویزا برای ایرانی‌ها از طرف امارات گفت: در مورد عدم صدور ویزا برای ایرانیان در امارات نیز مسئله کاملا موقتی است و با اطلاعی که کسب کرده‌ایم این موضوع رفع خواهد شد، گمانه‌زنی‌های مختلفی در مورد دلیل این تصمیم داریم اما به هر حال این موضوع رفع می‌شود و به نظر نمی‌رسد برای کار ما مشکل ایجاد کند.

وی افزود: ما نباید از مسائل این‌چنینی وا همه داشته باشیم بلکه باید روی مسائل درونی اقتصاد خودمان کار کنیم، به جای نگرانی در مورد اینکه در بازارهای مختلف چه کسانی آمده‌اند باید به مسائلی مانند بهبود کیفیت، بهبود بسته‌بندی، بازاریابی مداوم، برنامه‌های توسعه چشم‌انداز، صادرات و کمک به تجار برای حفظ بازار خود پردازیم تا نگرانی ما از مسائل پیرامونی کمتر شود.

سرویس خبری: صنعت غذا

منبع: ایلنا