



- » قوانین کلی کشور در بخش صادرات
- » جایگاه صنایع با فناوری‌های پیشرفته در سند چشم‌انداز ۲۰ ساله
- » برگزاری نخستین نمایشگاه کالا و خدمات دانش‌بنیان ایرانی در اربیل عراق
- » تقویم نمایشگاه‌های بین‌المللی داخلی و خارجی (اردیبهشت ۹۳)
- » ۵ کشور اول صادراتی ایران در سال ۹۲ کدامند؟
- » نکات مهم برای موفقیت در صادرات
- » نوآوری مستمر، کلید پیشرفت صادرات (سعید ذکایی)
- » راهنمای تجارت با ترکیه



سخن نخست

در طول سال‌های گذشته اهداف توسعه علم و فناوری کشور دچار تغییراتی شده است که مهمترین آن خارج شدن از حلقه تربیت دانشجو، استاد و برونداد نتایج حاصل از تحقیق و فناوری برای ایجاد ثروت، کارآفرینی، تولید دانش مبنا و صادرات کالاها و خدمات دانش‌بنیان است. این تغییر اهداف سبب می‌شود که بازیگران جدیدی وارد عرصه توسعه علم و فناوری شوند که از آن جمله می‌توان به سازمان ملی استاندارد در مباحث مربوط به کنترل کیفی، وزارت امور خارجه در بحث دیپلماسی علمی و فناوری و وزارت صنعت، معدن

و تجارت در بحث دانشی کردن تولیدات کشور اشاره کرد. در این میان صادرات کالاها و خدمات دانش‌بنیان نه تنها در بستر اقتصادی و ثروت‌زایی بلکه در محدوده علم و فناوری نیز اثرگذار است و جهت‌دهنده روند توسعه ملی در این زمینه به حساب می‌آید. در حال حاضر کالاها و خدمات دانش‌بنیان تنها در فناوری‌های برتر (High Tech) خلاصه نشده و بسیاری از کالاهای تولید شده با فناوری‌های متوسط (Med Tech) نیز می‌توانند با بهره‌گیری از دانش روز در میان این کالاها جای گرفته و در بستر رقابتی، بازارهای

داخلی، منطقه‌ای و جهانی را فتح نمایند. شرکت‌های دانش‌بنیان تولیدکننده این کالاها عمدتاً از شرکت‌های زایشی یا نوظهور هستند که از دل دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی و پارک‌های علم و فناوری سر برون آورده‌اند یا شعباتی از دیگر شرکت‌های دانش بنیان به حساب می‌آیند. این شرکت‌ها عمدتاً در ۴ محور اساسی نیاز به حمایت و نگاه مثبت مسئولان دارند که در رأس آن فراهم آوردن کشش بازار برای جذب و خرید این کالاها، فراهم آوردن تسهیلات در ایجاد کسب و کار، ارائه حمایت‌های مالی و

غیرمالی و همچنین قرار دادن سرمایه اولیه و در گردش است که تمامی این ۴ محور در لایحه حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان ارائه شده توسط دولت به مجلس شورای اسلامی تصویب و تبدیل آن به قانون دیده شده است و انتظار می‌رود با اجرایی شدن این قانون در سال جدید رشد فزاینده تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان و افزایش محصولات و امکان صادرات بیشتر آن مهیا شود. البته صادرات کالاها و خدمات دانش‌بنیان به عنوان نقطه اوج فعالیت‌های علمی و فناوری است که می‌تواند منجر به ایجاد اشتغال پایدار، ارزش افزوده فراوان، اقتدار ملی و ثروت برای کشورمان شود. از اینرو در سال ۱۳۹۱ به ۶ محوری که جزء محورهای اساسی صادرات بود، محور جدید صادرات کالاها و خدمات دانش‌بنیان نیز افزوده شد؛ به عبارتی دیگر در حال حاضر صادرات غیرنفتی ما دارای محورهای پتروشیمی و میعانات گازی، محصولات کشاورزی، فرش

و صنایع دستی، خدمات فنی و مهندسی، محصولات صنعتی و معدنی و کالاهای دانش‌بنیان می‌باشد که مورد آخر برای اولین بار در طول تاریخ صادرات محصولات جمهوری اسلامی ایران گنجانده شده است. بر این اساس و پیرو ابلاغ سیاست‌های اقتصاد مقاومتی توسط مقام معظم رهبری (مدظله العالی) توجه به صادرات غیرنفتی و توسعه آن در بخش‌هایی نظیر صنعت، معدن، کشاورزی و خدمات می‌تواند کشورمان را در جریان تحولات و بحران‌های مختلف و ابتلا به بیماری اقتصادی، نجات دهد. نکته مهم این است که اگر بنا را بر توسعه صادرات نهاده‌ایم، ناگزیر از ترویج فرهنگ صادرات می‌باشیم امری که نیازمند عزم ملی و همه جانبه است و در نظر گرفتن آموزش اجباری نیز بسیار مفید خواهد بود، چه‌بسا بدیهی است که موفقیت راهکارهای صادرات رابطه مستقیمی با فراگیری



یافته‌هایی دارد که پیشاپیش توسط صادرکنندگان موفق در سطح بین‌المللی تجربه شده‌اند و به کارگیری تجربیات به دست آمده در طی سال‌های متمادی و در مقاطع مختلف، آنها را به شکل قوانین و راهکارهای عملی و کاربردی درآورده است. آموزش تشکله‌ها، افراد و شرکت‌های دانش بنیان که با مقوله صادرات در ارتباطند در مجموع سطح کیفی صادرات را افزایش داده و نهایتاً توسعه صادرات کالا و خدمات دانش بنیان را در پی خواهد داشت. در همین راستا انتشار ماهنامه حاضر در فضای مجازی تحت عنوان “صادرات کالا و خدمات دانش بنیان” برای اولین بار در کشور می‌تواند بستر مناسبی را برای رشد و بهبود عملکرد شرکت‌های دانش بنیان در عرصه بین‌المللی و بالتبع آن افزایش صادرات کالا و خدمات دانش بنیان کشور فراهم آورد.

جایگاه صنایع با فناوری‌های پیشرفته (نوین یا Hi - Tech) در سند چشم‌انداز ۲۰ ساله

استراتژی توسعه صنعتی کشور به عنوان یکی از محورهای اصلی سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور مد نظر قرار گرفته و در پایان افق زمانی ۲۰ ساله ایران کشوری صنعتی و توسعه یافته خواهد بود. یکی از شاخه‌های اصلی استراتژی صنعتی کشور صنایع مبتنی بر فناوری‌های نوین است که به عنوان موتور توسعه تلقی می‌شود. بر اساس اهداف سند چشم‌انداز توسعه سریع و پایدار صنایع مبتنی بر فناوری‌های نوین نظیر نانو تکنولوژی، بیوتکنولوژی، فناوری اطلاعات، مواد نو و ... از طرق ذیل امکان پذیر است:

- افزایش سهم تولیدات مبتنی بر دانش در اقتصاد ملی و عرصه جهانی.
- رقابت پذیر کردن محصولات و خدمات صنعتی و معدنی.
- حمایت نظام‌مند از توسعه فناوری‌های پیشرفته در سطح ستادی، سازمان‌های توسعه‌ای، بنگاه‌های تولیدی و بخش خصوصی.
- حمایت از تاسیس مراکز رشد تخصصی و پارک‌های علمی و تکنولوژیک.
- حمایت از ایجاد و توسعه شرکت‌های مبتنی بر فناوری‌های پیشرفته برای گسترش تولید و خدمات مربوط

با تاکید بر بخش غیر دولتی. تاسیس و تامین سرمایه اولیه صندوق‌های ارایه‌دهنده ضمانت وام و سهام شرکت‌های فناوری پیشرفته.

- حمایت نظام‌مند از کلیه سطوح تحقیقات صنعتی و معدنی از مرحله ایده تا فناوری، محصول و بازاریابی.
- حمایت از شرکت‌های نوپا مستقر در مراکز رشد پارک‌های فناوری.
- حمایت از ارایه خدمات آموزشی، اطلاعاتی و مشاوره‌ای در زمینه تکنولوژیک، مدیریتی، بازاریابی، حقوقی و تامین منابع مالی به افراد و شرکت‌های نوآور.
- پیگیری و ساختار آفرینی برای حمایت از حقوق مالکیت فکری نوآوران عرصه صنعت و معدن کشور.
- پیگیری و تعامل با نهادهای و سازمان‌های ذیربط برای پیوستن به کنوانسیون‌ها و موافقتنامه‌های مرتبط با تقویت و اشاعه فناوری‌های نوین در کشور.
- حمایت از تجاری‌سازی دستاوردهای کارآفرینان و نوآوران.
- حمایت مالی از ثبت بین المللی نوآوری‌ها در بخش صنعت و معدن.

- تقویت تعاملات بین‌المللی و منطقه‌ای به منظور تبادل تجربیات و اطلاعات و دستیابی به فناوری‌های نوین.
- ترغیب شرکت‌های خارجی به انجام R&D و توسعه فناوری‌های پیشرفته در ایران به ویژه با بهره‌گیری از اهرم خریدهای دولتی.
- برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی فناوری در داخل و توسعه فن بازارهای ملی و نیز حمایت از شرکت هدفمند متخصصین کشور در نمایشگاه‌ها، همایش‌ها و مجامع بین‌المللی.
- حمایت قانونی از شرکت‌های ایرانی برای انجام پژوهش‌های مشترک و ایجاد جوینت ونچر با شرکت‌های خارجی به منظور کسب، جذب و صادرات فناوری به ویژه در حوزه فناوری‌های پیشرفته.
- تدوین و توسعه نظام‌های تشویقی انگیزشی اتصال، ارتباط، همکاری و هم‌افزایی بین بنگاه‌های بزرگ و کوچک صنایع غذایی همانند تشکیل خوشه‌ها، شبکه‌ها و انجام فعالیت‌هایی مانند برون سپاری.
- تعامل کلیه ارگان‌های دولتی در جهت هماهنگی سیاست‌ها با بهبود سیستم‌ها و روش‌های استفاده از زیست‌فناوری به

منظور کاهش ضایعات و تولید محصولات با ارزش افزوده بیشتر و با کیفیت بالا منطبق با استانداردهای جهانی.

- توسعه و به روز کردن فناوری‌های نگهداری، تبدیل، بسته‌بندی و توزیع محصولات تولیدی، بهره‌برداری از زیست فناوری با در نظر گرفتن ملاحظات زیست محیطی و بهینه‌سازی مصرف انرژی.
- شناسایی دقیق بازارهای منطقه‌ای و جهانی و بکارگیری مزیت‌های بی‌شمار کشور برای توسعه بازارهای بین‌المللی و بهره‌گیری از فرصت‌های شناسایی شده.
- فرهنگ‌سازی لازم برای مصرف محصولات فراوری شده سالم و مغذی جایگزین و یا مکمل و ایجاد زمینه لازم برای توسعه صنایع تبدیلی.
- فعالیت‌های تحقیق و توسعه برای تنوع بخشی به محصولات، تولید مواد غذایی با مأموریت تولید با کیفیت و سالم توسعه یابد.

در بخش اهداف کمی استراتژی توسعه صنعتی براساس سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور دستیابی به سهم صادرات کالاهای با فناوری پیشرفته در صادرات غیر نفتی ۲۰ درصد، و افزایش ارزش

افزوده صنایع پیشرفته (کدهای ۳۰، ۳۲، ۳۳) با نرخ رشد متوسط ۱۹/۹ درصد از مبلغ ۲/۳۷ هزار میلیارد ریال در سال ۱۳۸۳ به مبلغ حداقل ۱۰۸/۲ هزار میلیارد ریال پیش بینی شده است. سیاست‌های خرد و کلان توسعه صنعتی کشور در حوزه فناوری‌های برتر طبق سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور به شرح ذیل مشخص شده است:

سیاست کلان

نفوذ دادن فناوری‌های پیشرفته در بخش صنعت و معدن و ایجاد صنایع مبتنی بر فناوری‌های پیشرفته همراه با ارتقاء سطح علمی و فنی کشور در این زمینه.

سیاست خرد

تعیین اولویت‌های صنعتی برای سرمایه‌گذاری بر مبنای مزیت‌های نسبی و خلق مزیت رقابتی برپایه تعیین نیازهای داخلی کشور و رویکرد صادرات‌گرا و همچنین افزایش سهم تولیدات با فناوری برتر در تولیدات صنعتی. در بخش توسعه فناوری سند استراتژی توسعه صنعتی آمده است: بر اساس اطلاعات منتشره از سوی سازمان یونیدو، سهم ارزش افزوده تولیدات با فناوری پیشرفته

از متوسط ۲/۷۶ درصد در سال ۱۹۳۳ به ۵/۶ درصد در سال ۲۰۰۳ در جهان ارتقاء یافته است که نشان از رشد فزاینده آن در کشورهای صنعتی جهان دارد. بنابراین می‌توان انتظار داشت که توسعه صنایع نوین (صنایع مبتنی بر فناوری پیشرفته) در کشور علاوه بر افزایش توانمندی و رقابت پذیری کل صنعت می‌تواند ارزش افزوده بالا و مستمری در صنعتی ایجاد نماید.

با توجه به نقش منحصر به فردی که صنایع نوین در توسعه صنعتی ایفا می‌نمایند سیاست‌های توسعه این صنایع نیز می‌باید به گونه‌ای متفاوت طراحی گردد تا علاوه بر توسعه این صنایع که مبتنی بر تغییرات سریع فناوری است بتواند با تعامل پویا با سایر بخش‌های صنعتی موجبات ارتقای رقابت‌پذیری در آن را فراهم سازد. از این رو لازم است ساز و کار لازم نظیر فرآیند اجرای مأموریت‌ها و سازماندهی نیروی انسانی و بودجه و منابع مالی کافی جهت پشتیبانی هدفمند از طرح‌ها و برنامه‌های این حوزه در بخش فراهم گردد و در این راستا ضروری است مدیریت منسجم و دانایی محور بر توسعه فناوری در بخش بوجود آید.

منبع: سازمان توسعه تجارت ایران

<http://fa.tpo.ir/DataCategory/ItemViewDetail.aspx?itmId=720&count=2&q>

بسیاری از افراد و شرکت‌های علاقه‌مند به مقوله صادرات به دلیل عدم آشنایی با سازمان‌های حمایتی، قوانین و مقررات تجاری و ... گاهی در فرآیند صادرات کالا و خدمات خود دچار چالش می‌شوند و این در حالی است که آگاهی از این موارد می‌تواند کمک قابل توجهی به این شرکت‌ها در بهبود عملکرد ایشان برای صادرات داشته باشد.

در همین راستا در این بخش سعی می‌رود در هر شماره ضمن معرفی سازمان‌های حمایتی در امر صادرات، برخی از قوانین و مقررات تجاری کشور نیز مطرح گردد.

قانون مقررات صادرات و واردات

ماده ۲- کالاهای صادراتی و وارداتی به سه گروه زیر تقسیم می‌شوند:

۱. کالای مجاز: کالایی است که صدور یا ورود آن با رعایت ضوابط نیاز به کسب مجوز ندارد
 ۲. کالای مشروط: کالایی است که صدور یا ورود آن با کسب مجوز امکان‌پذیر است.
 ۳. کالای ممنوع: کالایی است که صدور یا ورود آن به موجب شرع مقدس اسلام (به اعتبار خرید و فروش یا مصرف) و یا به موجب قانون ممنوع گردد.
- ماده ۳-** مبادرت به امر صادرات و واردات کالا به صورت تجاری

مستلزم داشتن کارت بازرگانی است که توسط اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران صادر و به تایید وزارت صنعت، معدن و تجارت می‌رسد.

ماده ۱۳- کلیه کالاهای صادراتی کشور (به استثنای نفت خام و فرآورده‌های پایین دستی آن که تابع مقررات خاص خود است) از هرگونه تعهد یا پیمان ارزی معاف می‌باشند.

آئین‌نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات

ماده ۳۴- ارسال نمونه کالا:

ارسال کالا اعم از ساخت داخل یا خارج به عنوان نمونه تجاری، یا

برای آزمایش، تجزیه، یا تعمیر در صورتی که حجم تجاری نداشته و از انواع ممنوع‌الصدور شرعی یا قانونی نبوده و از نوع عتیقه نیز نباشد بدون مطالبه کارت بازرگانی و مجوز صدور بلامانع است و مازاد برآن با کسب مجوزهای لازم و رعایت مقررات مربوطه میسر خواهد بود.

ماده ۳۵- برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی داخلی و خارجی و ورود و خروج کالاهای نمایشگاهی (الف) برگزاری نمایشگاه در داخل و خارج از کشور

برگزاری نمایشگاه به نام جمهوری اسلامی ایران در خارج

از کشور و همچنین برگزاری نمایشگاه بین‌المللی در داخل کشور به منظور معرفی و عرضه محصولات و فرآورده‌های ایرانی و خارجی منوط به کسب مجوز از وزارت صنعت، معدن و تجارت و برگزاری نمایشگاه نظامی منوط به کسب مجوز از وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح است.

(ج) خروج کالاهای نمایشگاهی کالاهایی که با مجوز وزارت صنعت، معدن و تجارت به میزان متعارف به منظور عرضه در نمایشگاه‌های خارجی، به خارج از کشور ارسال می‌گردد. بدون مطالبه کارت بازرگانی و مجوز صدور و بدون سپرده پیمان ارزی با رعایت سایر مقررات قابل خروج از کشور می‌باشد.

ماده ۳۷- صدور کالا از طریق پست ارسال کالا از طریق پست با حفظ جنبه غیر تجاری باستثنای

کالاهایی که شرعاً یا قانوناً ممنوع‌الصدور هستند بدون مطالبه کارت بازرگانی و مجوز صدور به هر میزان از لحاظ قیمت با رعایت سایر مقررات مجاز است.

قانون معافیت صادرات کالا و خدمات از پرداخت عوارض

۱. ماده واحده- از تاریخ تصویب این قانون، صادرات کالا و خدمات از پرداخت هرگونه عوارض معاف است و هیچ یک از وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها، نهادها، دستگاه‌های اجرایی، شهرداری‌ها و شوراهای محلی، استانی و کشوری که بر طبق قوانین و مقررات حق وضع و اخذ عوارض را دارند، مجاز نیستند از کالاها و خدماتی که صادر می‌شوند عوارض اخذ نمایند یا مجوز اخذ آن را صادر کنند.

تبصره ۲- مرجع تایید کالاها و خدمات یاد شده گمرک جمهوری

اسلامی ایران است.
۲. بند (ب) ماده ۱۰۴ قانون برنامه پنجم توسعه کشور
بند (ب)- اخذ هرگونه مالیات و عوارض از صادرات کالاهای غیر نفتی و خدمات در طول برنامه ممنوع است.

قانون حمایت از شرکت‌های دانش بنیان

ماده ۲۰- درآمدهای مشمول مالیات شرکت‌ها و موسسات دانش بنیان ناشی از قراردادهای فعالیت‌های تحقیق و توسعه، تجاری‌سازی و تولید محصولات و خدمات دانش بنیان به مدت پانزده سال از مالیات موضوع ماده (۱۰۵) قانون مالیات‌های مستقیم معاف هستند.

ماده ۲۱- شرکت‌ها و موسسات دانش بنیان از پرداخت هزینه‌های عوارض و حقوق گمرکی و سود بازرگانی و عوارض صادراتی معاف هستند.





مصاحبه با شرکت پارسا پلیمر شریف

مدیر عامل: سعید ذکایی

لطفاً بیوگرافی از خود و حوزه فعالیت شرکت را بفرمایید.

من سعید ذکایی هستم مدیر عامل شرکت پارسا پلیمر شریف متولد ۷ فروردین ۱۳۵۸ و فارغ التحصیل رشته مهندسی مواد در مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد که در هر دو مقطع در زمینه پلیمر به صورت تخصصی فعالیت نمودم. سپس شرکت پارسا پلیمر شریف را با حمایت دکتر باقری در تاریخ ۳ شهریور ۱۳۸۶ به ثبت رساندم و دو سال قبل نیز توانستیم پس از ارزیابی شرکت توسط وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به عنوان یک شرکت دانش بنیان در کشور معرفی شویم.

از زمان ثبت شرکت تا به حال در زمینه تولید ترکیبات پیشرفته پلیمر نظیر الیازها، نانو کامپوزیت‌ها و ... فعالیت داریم. حوزه ای که ما فعالیت می‌کنیم

حوزه میان دستی ست بین صنایع بالادستی پتروشیمی و صنایع پایین دستی قطعه‌سازان. از آنجایی که پتروشیمی‌ها پلیمرها را در تناژهای وسیع و با تنوع پایین تولید می‌کنند و قطعه‌سازان پلیمرهایی با تنوع بالا مورد نیاز دارند شرکت‌های آمیزه‌ساز این پلیمرهای خام را به پلیمرهای کاربردی با تنوع بالا فرموله می‌نمایند و در این بین شرکت پارسا پلیمر شریف تمرکز خود را بر روی محصولات های تک قرار داده است. در حال حاضر این شرکت دارای ۶۰ پرسنل است و ظرفیت تولید آن ۴۰۰۰ تن در سال است که ان‌شالله در سال جدید سعی داریم با توسعه واحد تولیدی در شهرک صنعتی کاسپین ظرفیت تولید را تا ۱۵۰۰۰ تن در سال افزایش دهیم.

نوآوری محصولات شرکت در داخل و خارج از کشور چیست؟

نکته مهم در این موضوع این است که شرکت همواره در تلاش است تا با رصد مداوم بازار و شناسایی نیازهای مشتریان، نوآوری های لازم را در محصولات تولیدی خود ایجاد نماید.

نکته دیگر اینکه شرکت‌های مختلف فرمولاسیون خاص خود را دارند و ما نیز سعی داشته و داریم تا با توسعه و بهبود مداوم این فرمولاسیون‌ها و ایجاد نوآوری در آنها، در عرصه رقابت پیش‌تاز باشیم که در این بین محصولات تولیدی وجود دارند که به صورت یونیک در دنیا توسط مجموعه ما تولید می‌شوند.

اتفاقی که در مجموعه ما می‌افتد و از این جهت این اتفاق خوب است که جریان اطلاعات و تحقیق و توسعه و نوآوری به صورت پیوسته جاری ست و در حال حاضر ما یک گروه پلیمری در دانشکده مواد دانشگاه شریف داریم که تحقیقات پایه در آنجا انجام می‌گیرد. تیم دیگرمان در شرکت تیم مهندسی ست که تحقیقات نیمه صنعتی را انجام می‌دهند تا به تولید انبوه برسند و رصد بازار را براساس نیاز مشتری انجام می‌دهند. و از این طریق سعی داریم همیشه چند قدم نسبت به دیگران جلوتر باشیم همانطور که در حوزه خودرو این چنین هستیم.

ممکن است شرکت‌های دیگر بتوانند به دانش حال حاضر ما برسند اما ما همیشه سعی داریم با انجام فعالیت‌های تحقیق و توسعه پیش‌تازی خود را نسبت به آنها حفظ و افزایش دهیم و در برنامه‌های آتی قصد داریم مرکز تحقیق و توسعه خود را در این حوزه توسعه دهیم چراکه شرکت‌های موفق توانسته‌اند این نوع ساختار را به خوبی ایجاد نمایند.

به عنوان مثال یک شرکت بزرگ چینی که غول حوزه آمیزه‌های پلیمری در دنیا می‌باشد بیش از ۱۰۰ استاد برجسته دانشگاه را در عرصه تحقیقاتی به کار می‌گیرد. این نوع ساختار در مجموعه ما ایجاد شده است و سعی داریم سرعت چرخه تحقیق تا تولید را بیش از پیش افزایش داده و فرآیند بهبود و نوآوری را مثل خون در شرکت ساری و جاری نماییم. در این بین برخی از محصولاتمان به صورت ویژه و برخی تنها اندکی نسبت به رقبا جلوتر بوده است و در برخی دیگر سعی داریم با فعالیت‌های تحقیق و توسعه فاصله‌مان را با رقبا کمتر کنیم.

تا به حال به چه کشورهایی صادرات داشته‌اید و بازارهای هدف برای صادرات در آینده کدامند؟

از آنجایی که محصول تولیدی ما میانی ست ناچارا بایستی کشورهای را هدف قرار دهیم که صنعتی‌اند و قطعه‌سازی دارند.

در حال حاضر نمونه‌های مختلفی به کشورهای ترکیه و اسپانیا ارسال شده است که در برنامه‌های آتی قصد داریم محصولات خود را به کشورهای روسیه، برزیل و هند نیز صادر نماییم.

عوامل موفقیت محصول شما برای صادرات چیست؟

(۱) تداوم کیفیت محصول
(۲) با توجه به وجود منابع عظیم نفت و پتروشیمی در کشور ظرفیت بسیار بزرگی در حوزه تامین مواد پلیمری دارا هستیم.
(۳) کاهش فاصله زمانی از تحقیق تا تولید محصول

استراتژی شما برای بازاریابی در خارج از کشور چیست؟

در این زمینه مدل‌های مختلفی وجود دارد:
(۱) شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی (چراکه تا غرقه نداشته باشید به راحتی نمی‌توانید با مشتریان ارتباط برقرار کرده و گفتگو کنید).

(۲) ارتباط با شرکت‌های بازرگانی که تعامل خوبی با دیگر کشورها و بازار هدف دارند کاتالیزور مناسبی برای تعامل با مشتریان است. به عنوان مثال دریافت سفارش محصول در کشور ترکیه توسط یک شرکت بازرگانی ایرانی که در کشور ترکیه مستقر است صورت پذیرفت.

(۳) در برخی از مواقع که محصول ویژه است و تعداد محدودی شرکت در این حوزه وجود دارد می‌توان به صورت مستقیم با ایشان ارتباط برقرار نمود.

الزامات مورد نیاز برای ورود فناوری به کشورهای دیگر چیست؟

بسته به نوع محصول فرآیند ورود فناوری متفاوت است اما به طور کلی برای موفقیت در این حوزه بایستی شرکت جایگاه خود را در بازارهای داخلی مستحکم کند (در صورت وجود بازار داخلی) تا پس از رفع مشکلات و نواقص مربوط به محصول در بلندمدت و رعایت کامل استانداردها زمینه برای ورود فناوری به بازارهای بین‌المللی فراهم شود چراکه رفع خطا در بازارهای داخلی به مراتب آسان‌تر از بازارهای خارجی ست. نکته دیگر اینکه همیشه این سوال را از خودمان داشته باشیم که چرا باید مشتری محصول ما را بخرد و براساس آن و با مطالعه شرایط و ضوابط حاکم بر آن کشورها وارد بازار بین‌المللی شویم.

برنامه‌های آتی شرکت در زمینه تولید و صادرات محصول چیست؟

(۱) نفوذ و فروش محصولات در برخی از کشورهای هدف نظیر روسیه، برزیل و ...
(۲) افزایش تنوع محصولات تولید
(۳) زمینه‌سازی برای ایجاد برند بین‌المللی

محصولات شرکت پارسا پلیمر شریف شامل آمیزه‌های پیشرفته پلیمری است که در صنایع مختلف کاربرد دارد. این محصولات در ۶ خانواده ParsaFlex, ParsaNano, ParsaBio, ParsaFill, ParsaAdd, ParsaAlloy تولید می‌گردد. بخشی از کاربردهای این ترکیبات به شرح زیر می‌باشد:

لوله‌های بی صدا

زندگی مدرن امروزه، ناهنجاری‌های فراوانی را به دنبال داشته که آلودگی صوتی یکی از آن‌ها می‌باشد. کاهش فضای زندگی در شهرهای بزرگ و استفاده از مواد سبک و بادوام جدید، باعث بوجود آمدن استانداردهای اجباری به منظور کنترل سر و صدا در محیط زندگی انسان‌ها شده است. در این میان، ادوات نصب شده در داخل ساختمان مانند فن‌ها، فن کویل‌های سقفی و دیواری، لوله‌کشی‌های آب سرد و گرم ساختمان، سیستم‌های فاضلاب بهداشتی مهم‌ترین عوامل تولید سر و صدا در محیط زندگی هستند که در هنگام انتخاب هر یک می‌بایست استاندارد آن وسیله را مد نظر قرار داد. در میان این ادوات، لوله‌های انتقال فاضلاب نقش مهمی را در تولید صداهای ناخواسته به محیط زندگی بازی کرده که علت این موضوع، عدم نصب آن‌ها در زمین و نصب در فضای مسکونی می‌باشد.

پارسا پلیمر شریف با تولید نانو کامپوزیت عایق صدا (از خانواده ParsaNano) این امکان را ایجاد نموده است تا محصول نهایی براساس با دریافت استانداردهای اروپایی، علاوه بر خواص مکانیکی خوب، استاندارد لازم در خانواده لوله‌های بی صدا را از مرکز جهانی Fraunhofer آلمان کسب نماید.



ترکیبات پیشرفته در صنعت خودرو

در قطعات بزرگ و یک‌دست داخلی و بویژه تزئینی خودرو همانند داشبورد، رودری، سپر و گل پخش‌کن رنگ یکنواخت و خش‌پذیری کمتر آنان در هنگام قالب‌گیری از اهمیت بسزایی برخوردار است. پارسا پلیمر شریف توانسته با جلب نظر خودروسازان بزرگ همچون Renault فرانسه مواد اولیه قالب‌سازان را به گونه‌ای فراهم نماید که این مواد قابل رقابت با نمونه‌های مشابه و مطرح دنیا باشد. این شرکت بسیاری از ترکیبات پلیمری را به صورت خودرنگ برای قطعات داخلی، بیرونی و موتور تولید و در اختیار قطعه‌سازان قرار می‌دهد. همچنین نانو کامپوزیت‌های این شرکت جایگزینی بسیار مناسب و مقرون به صرفه برای مواد پلی‌آمیدی هستند که بعنوان مثال در ساخت قالباق خودرو مورد استفاده قرار می‌گیرد.



محصولات زیست تخریب پذیر

گروه محصولات زیست تخریب‌پذیر شرکت پارسا پلیمر شریف (ParsaBio) با توجه به تأثیر مثبت در کاهش زباله‌های غیر قابل بازگشت به طبیعت گامی تازه در جهت ارتقای سطح کیفی محیط زیست می‌باشد. امروز در دنیا پلاستیک‌های تخریب‌پذیر جایگاه ویژه‌ای در صنعت بسته‌بندی دارد. ظروف یکبار مصرف، فیلم‌های بسته‌بندی، فیلم‌های کشاورزی، کیسه‌های خرید و زباله نیز از پتانسیل مناسبی برای جایگزینی با پلاستیک‌های تخریب‌پذیر برخوردار می‌باشند.

در طراحی پلاستیک‌های فوق نهایت تلاش به عمل آمده است تا بدون هیچگونه تغییری در فرآیندهای جاری تولیدکنندگان، قابل مصرف باشند. بنابراین تولیدکنندگان می‌توانند به آسانی پلاستیک‌های فوق را با حداقل تغییر در قیمت تمام شده جایگزین پلاستیک‌های کنونی خود نمایند. همچنین برخلاف ذهنیت ایجاد شده در سطح جامعه، پلاستیک‌های تخریب‌پذیر از لحاظ کیفی در سطح بالایی بوده و خواص ظاهری و سطحی کاملاً مشابه با پلاستیک‌های رایج دارند.



لوله‌های چندلایه، عایق ورود اکسیژن

لوله‌های سدگر نوعی از لوله‌های پلاستیکی مجهز به لایه‌ها و یا پوشش‌های محافظتی هستند. بدون وجود این لایه‌های محافظتی اضافه، اکسیژن و دیگر گازها می‌توانند از دیواره لوله عبور کنند که خود به مرور زمان منجر به خوردگی درون سیستم لوله‌کشی می‌شود. برخی از این گازها حتی می‌توانند سبب آلودگی منبع آب و بروز بیماری بشوند. یک لوله سدگر، هوا و دیگر گازها به خصوص اکسیژن را از سیستم لوله‌کشی دور نگاه می‌دارد و موجب طول عمر لوله‌ها و دیگر اجزای آن می‌شود. این لوله‌ها در سامانه توزیع آب، سیستم گرمایش کف و یا سیستم آب گرم مورد استفاده قرار می‌گیرند. لذا در ساخت لوله‌های بکار رفته در این صنعت از موادی استفاده می‌گردد که مانع ورود اکسیژن به درون سامانه می‌گردد که معمولاً EVOH بدین منظور مورد استفاده قرار می‌گیرد.

پارسا پلیمر شریف با تولید یک نوع نانو کامپوزیت عایق در برابر اکسیژن، بعنوان جایگزینی برای EVOH توانسته علاوه بر تولید محصولی مطمئن، قیمت تمام شده محصول را بمراتب ارزان‌تر نماید.



(۱) مهمترین رمز برای موفقیت اعتقاد شما به عنوان تصمیم گیرنده به وارد شدن در بازار جهانی است.

شما از مزایای مالیات، مزایای حجم فروش، هیجان ناشی از تجربه بین‌المللی و بسیاری از منافع دیگر بهره می‌برید. بازی خود را تغییر دهید و وارد رقابت جهانی شوید. مشغول کار شوید و سهمی بیش از هفت تریلیون دلار را که در خارج از آن‌جا در انتظار بازرگانان علاقمند است، به دست آورید.

(۲) پشت سر گذاشتن موانع فرهنگی: این حقیقت را بپذیرید

که بقیه جهان دقیقاً همانند کشور خودتان نیست. کشورهای دیگر، روش خود را در انجام کارها می‌پسندند در غیر این صورت آن را تغییر می‌دادند. با این ایده کنار بیاورید که تفاوت‌های فرهنگی وجود دارند، اما مطمئن باشید که این تفاوت‌ها را می‌توان فرا گرفت و حتی می‌توان آنها را درک کرد. حداقل امر این که تفاوت‌ها را می‌توان درک کرد و به آنها احترام گذاشت. به خاطر داشته باشید که شباهت‌های موجود میان مردم جهان بیش از تفاوت‌های آنهاست. ژاپنی‌ها، اتومبیل را دوست دارند و از ماشین‌های آمریکائی بدشان نمی‌آید. مشکل این است که سازندگان اتومبیل آمریکائی، فقط این نکته را درک نکرده‌اند که

چگونه می‌توانند مشتریان ژاپنی اتومبیل را که به سبک متفاوتی عادت کرده‌اند و بالاتر از همه این که خدمات متفاوتی را که مورد پذیرش آنان است لحاظ کنند که بتوانند رضایت مشتریان ژاپنی را جلب کنند در نتیجه دنیا بیشتر جهانی (بین‌المللی) می‌شود.

(۳) برنامه: با تجارت بین‌المللی به عنوان یک فرایند منحصربه‌فرد رفتار نکنید. برای موفقیت برنامه‌ریزی کنید. فرض کنید که تحقیق اولیه بازار شما روشن ساخت که برای محصولتان به همان صورتی که هست یا با طراحی مجدد مختصری، تقاضاهائی وجود دارد، یک برنامه استراتژیک برای تجارت خود ایجاد کنید. از همان ابتدا، برنامه خود را بنویسید. چه مزیت رقابتی خواهید داشت؟ اولویت‌های جغرافیائی و خط تولیدتان چیست؟ چگونه می‌خواهید در بازار نفوذ کنید؟

(۴) بازار: یک تحقیق اولیه از بازار، کلید موفقیت است. برآوردی از تقاضا برای محصولاتی که قبلاً تولید کرده‌اید، به دست آورید. بهترین اطلاعات، از صنعت خودتان، در کشورتان و خارج از کشور، به دست خواهد آمد. با کسانی که تجربه دارند، صحبت کنید. آمارهای موجود و منابع کتابخانه‌ای را سرسری نگیرید. نقشه‌ای از جهان ترسیم کنید و

منطق متعددی را به کار گیرید. در صورتی که تصمیم گرفتید که صادرات انجام دهید، جهان را به مناطق صادرات تقسیم‌بندی کنید و مناطق را بر طبق فرضیه‌های گسترده‌ای از نیاز آنان به محصول شما و توانائی آنان در پرداخت پول اولویت‌بندی کنید. براساس درک مشترک از مناطق مختلف، فرهنگ، محیط و زبان آنان را درک کنید. یک یا چند کشور هدف را برای شروع انتخاب کنید. ثبات مالی و سیاسی کشور را در نظر بگیرید. از همین منطق برای واردات استفاده کنید. نقشه جغرافیائی کشور یا منطقه موردنظر خود را بررسی کنید و آن را به بخش‌های هدف تقسیم‌بندی کنید. سعی نکنید که محصولتان را در همه جهان، سراسر اروپا، امریکا یا حتی به کل یک کشور خارجی فوراً بفروشید. فقط به خاطر داشته باشید که اتفاقی نخواهد افتاد مگر این که شما چیزی بفروشید.

(۵) اطلاعات مهم است: تحقیق برای موفقیت برنامه بازاریابی از اهمیت دارد با فهرستی از اطلاعاتی که برای حمایت از تحلیل‌تان نیاز خواهید داشت، شروع کنید. بدانید چه اطلاعاتی را نیاز دارید در مورد استان‌های ایران (واردات) یا در مورد کشور خارجی که برگزیده‌اید (صادرات)،

سپس لیستی از منابع بالقوه تحقیقاتی را سازمان‌دهی کنید. منابع‌تان را دسته‌بندی کنید تا مطالب به صورت منطقی مرتب شود. مجدداً شما با مسافرت به بازار بالقوه‌تان می‌توانید پرمفهوم‌ترین و دقیق‌ترین اطلاعات را کسب کنید.

(۶) اهداف بازاریابی را تعریف کنید: یک برنامه بازار کاملاً مبتنی بر تحقیق و کاملاً معقول ایجاد کنید، این برنامه می‌بایست شامل یک نوع بازنگری پیشینه کاری‌تان، تحلیلی از محیط بازار و شرحی از اهداف شما برحسب شرکت‌تان باشد.

(۷) هر جا که رقبا باشند، بازاری وجود دارد: یک نظر دقیق به رقابت بیندازید. این امر به نفع شما خواهد بود که کشف کنید که رقابتی وجود دارد. به این خاطر

که هر جا رقابت وجود داشته باشد، بازاری وجود خواهد داشت **(۸) سمج و یک‌دنده باشید؛ تسلیم نشوید:** در صورتی که دریافتید که محصولتان در بازار بین‌المللی از زمان خود جلوتر (قبل از موعد) است، ناامید نشوید. در صادرات تسلیم نشوید. مک دونالد و کوکاکولا، یک بازار جهانی برای محصولات خود به وجود آوردند. در جست‌وجوی محصولاتی باشید که یک بازار خارجی دارند و شبیه محصول شما هستند.

(۹) محصول را با بازار تطبیق دهید: بیاموزید که مشتریان‌تان به چه محصولاتی علاقه دارند و چگونه به این محصولات علاقمند می‌شوند و آیا شما کالائی برای ذائقه ایرانی وارد می‌کنید یا محصولی را برای یک بازار خارجی صادر می‌کنید. برای منطبق

کردن محصولتان با بازار آمادگی داشته باشید. محصولتان را مجدداً طراحی کنید. **(۱۰) بودجه تعیین کردن برای موفقیت:** در تصمیمات مالی خود، اهداف بین‌المللی را جای دهید. همان‌گونه به شروع صادرات/ واردات مبادرت کنید که به هر نوع سرمایه‌گذاری دیگر اقدام می‌کنید. از ابتدا بودجه را تنظیم کنید و دفاتر مالی (حسابداری) خود را خوب تنظیم و نگهداری کنید. مواظب جریان نقدینگی و هزینه‌هایتان باشید. همانند هر تجارت جدید دیگری، انتظار زیان‌های کوتاه‌مدت را داشته باشید ولی برای سودهای بلندمدت برنامه‌ریزی کنید.

منبع: سازمان توسعه تجارت ایران

ترکیه در شمال غرب آسیا و جنوب شرق اروپا قرار دارد. این منطقه به آناتومی یا آسیای کوچک (آسیای صغیر) نیز معروف است. بخش بزرگی از مرزهای این کشور را سواحل دریاها تشکیل داده‌اند. در واقع ترکیه در حد فاصل دو دریای مهم سیاه و مدیترانه قرار گرفته است. کشور ترکیه پل ارتباط آسیا و اروپا به شمار می‌رود و از این رو این کشور محل ترکیب فرهنگ‌هاست و هر چه از شرق ترکیه به غرب پیش رویم، تمایل به زندگی غربی نمود بیشتری پیدا می‌کند.

کشور ترکیه که یکی از مهم‌ترین همسایگان ایران به شمار می‌رود با دارا بودن جمعیتی برابر با ۷۷/۸ میلیون نفر، هفدهمین کشور پرجمعیت جهان است و از این رو بازار بسیار مناسبی در عرصه تجارت به شمار می‌رود.

شهر آنکارا پایتخت این کشور است که تقریباً در مرکز خاک ترکیه قرار دارد ولی پرجمعیت‌ترین شهر ترکیه، استانبول است که با ده میلیون نفر جمعیت، در بخش اروپایی‌نشین این کشور قرار گرفته است.

دین رسمی این کشور اسلام است که پیروی از آموزه‌های دینی، پایبندی به احکام اسلامی و ایجاد خانواده و کسب و کار براساس نزدیکی به خداوند و رضایت او، کامل‌کننده تصویری ست که از الگوی زندگی شهروندان ترکیه می‌توان نشان داد.

واحد پول ملی این کشور لیره ترکیه است. در ماه آوریل سال ۲۰۱۴ میلادی، هر لیره ترکیه تقریباً برابر با ۳۰۰۰ ریال ایران بوده است.

نکته آخر اینکه ساعت بین‌المللی این کشور نسبت به ساعت گرینویچ دو ساعت جلوتر (2GMT+) و از ایران یک و نیم ساعت عقب‌تر است. در نیمه نخست سال که ساعت در ایران یک ساعت به جلو برده می‌شود، اختلاف زمانی شهر آنکارا با تهران منفی دو و نیم ساعت می‌شود.

پیشینه روابط بازرگانی ایران و ترکیه

با وجود این که کشورهای ایران و ترکیه از پرقدرت‌ترین کشورهای منطقه خاورمیانه به شمار می‌روند و در همسایگی یکدیگر هستند، ولی ارزش مبادلات تجاری میان دو کشور از میزان بالایی برخوردار نیست.

با این حال، در دهه کنونی، روابط تجاری دو کشور روند مثبت و رو به افزایش داشته است و شکل‌گیری دولت جدید ترکیه، فضای مناسبی را برای توسعه روابط اقتصادی فی‌مابین فراهم نموده است.

در پی اتخاذ سیاست گسترش روابط تجاری و سیاسی ایران با کشورهای همسایه در سال‌های گذشته و هم‌زمانی آن با سیاست‌های تنش‌زدایی ترکیه با همسایگان خویش، روابط دو کشور در دهه گذشته در مقایسه با دوره‌های قبل از آن گرم‌تر شده است. هر دو کشور تلاش کرده‌اند که از فراز و نشیب‌های گذشته دوری جسته و دیگری را به عنوان دروازه ورودی خویش به بازارهای هدف ارزیابی کنند. در واقع ترکیه دروازه ورود ایران به اروپاست.

ترک‌ها نیز طی چند سال گذشته به بازار ایران هم از دید تجاری و هم از دید سرمایه‌گذاری توجه زیادی نشان داده‌اند. با وجود مشکلاتی که بر سر راه سرمایه‌گذاری شرکت‌های ترک در ایران وجود داشته است، ترکیه دومین کشور بزرگ سرمایه‌گذار در ایران به شمار می‌رود. رویکرد مناسب ایران به بازسازی اقتصادی، فرصت‌های مناسبی برای این شرکت‌ها در کشورمان ایجاد کرده است. بنابراین با توجه به زمینه‌های موجود جهت همکاری دوجانبه، امکان گسترش و تعمیق روابط دو کشور فراهم است.

وضعیت ریسک سیاسی

بر اساس ارزیابی‌های انجام شده توسط مراجع بین‌المللی، ترکیه از ثبات نسبی متوسطی برخوردار

است. برابر ارزیابی‌هایی که صندوق ضمانت صادرات ایران انجام داده این کشور در طبقه‌بندی ریسک، رتبه چهار را داراست و سقف اعتبارات کوتاه‌مدت (زیر دو سال) برای این کشور معادل شصت میلیون دلار و برای اعتبارات میان‌مدت و بلندمدت (بالای دو سال) معادل صد و بیست و میلیون دلار است.

همچنین بر اساس گزارش موسسه بیمه اعتبار صادراتی اویلر هرمس آلمان، رتبه ریسک کشور ترکیه نسبتاً بالاست. هر چند در سال‌های گذشته، پیشرفت‌های فراوانی در اوضاع سیاسی و اقتصادی ترکیه رخ داده است ولی میزان ریسک این کشور تغییر چندانی نکرده و همچنان بالاست.

حقوق مالکیت

شهروندان خارجی (اشخاص حقیقی و حقوقی) نمی‌توانند مسکن، اماکن تجاری و صنعتی را به صورت

صد در صد در این کشور به تملک درآورند. ترکیه صرفاً برای شهروندان کشورهایی که اجازه خرید ملک برای اتباع ترکیه‌ای در کشور خود را فراهم می‌کنند، اجازه خرید تملک در این کشور را می‌دهد. به طور کلی در قوانین سرمایه‌گذاری این کشور، سرمایه‌گذار خارجی مجوز در اختیار داشتن ۴۹ درصد مالکیت شرکت ترکیه‌ای را داشته و ۵۱ درصد باقی مانده باید در مالکیت یک شریک محلی باشد.

قانون مالکیت فکری

قانون مالکیت فکری ترکیه از بسیاری از آثار معنوی و فکری حمایت می‌کند. این کشور به سازمان جهان مالکیت فکری پیوسته است. ترکیه از کشورهایی است که بسیاری از معاهده‌ها و پیمان‌های این سازمان را پذیرفته است.



گشایش دفاتر نمایندگی

در ترکیه به شرکت‌های خارجی اجازه داده می‌شود که دفاتر نمایندگی خود را مطابق قانون افتتاح کنند. در برابر این تسهیلات، دولت ترکیه انتظار دارد که سرمایه‌گذاران اطلاعات آماری عملکرد خود را در اختیار دولت قرار دهند. این اطلاعات تنها برای تهیه برنامه‌های کلان اقتصادی استفاده شده و به مصرف دیگری نخواهد رسید. مهمترین اطلاعات درخواست شده عبارتند از:

- وضعیت سرمایه و عملکرد
- وضعیت حساب‌ها و تراز پرداخت‌ها
- وضعیت انتقال حساب‌ها و نقدینگی میان شرکای داخلی و خارجی

قوانین گمرکی

ترکیه از سال ۱۹۹۰ سیستم دریافت مجوز برای واردات را لغو کرده است. بنابراین واردات همه کالاها

به استثنای برخی کالاهای منتخب و کالاهای ممنوع، آزاد است. واردات برخی کالاها به دلایل زیست محیطی، بهداشتی، اخلاقی و یا مطابق الزامات بین‌المللی ممنوع است. این اقلام شامل جانشین‌های رنگی سرطان‌زا، مواد شیمیایی مورد استفاده در ساخت ابزارآلات و جنگ‌افزارهای شیمیایی، نشان‌های بازرگانی تقلبی، ابزارآلات و وسایل قمار، مواد مخدر، مواد و اشیای تهدیدکننده و از بین برنده لایه ازن است.

واردات دوازده گروه کالایی به ترکیه نیاز به دریافت مجوز دارد. از جمله این اقلام می‌توان به کالاهای کشاورزی، تجهیزات مخابراتی، برخی ماشین‌آلات و وسایل نقلیه موتوری و برخی مواد شیمیایی اشاره کرد. واردات کالاهای قدیمی، مستعمل، تعمیرشده و معیوب نیاز به مجوز مستشاری تجارت خارجی دارد، ولی کالاهایی را که عمر بالای ده سال ندارند را می‌توان آزادانه وارد کرد.

ترکیه، اقتصادی نزدیک به معیارهای سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) و اتحادیه اروپا دارد و با عضویت در هر دو نهاد در زمینه کاهش تعرفه‌ها، به پیشرفت‌های بسیاری دست یافته است. این کشور نرخ تعرفه‌ای متناسب با اتحادیه اروپا و منطقه تجارت آزاد اروپا وضع نموده است، که به ترتیب برای کالاهای صنعتی صفر درصد و برای محصولات کشاورزی ۵۳ درصد است.

تعرفه‌های گمرکی این کشور با کشورهای توسعه‌یافته عضو اتحادیه اروپا و منطقه تجارت آزاد اروپا، متفاوت از نرخ تعرفه‌های این کشور با کشورهای در حال توسعه است. نرخ تعرفه ترکیه برای کالاهای کشورهای در حال توسعه به مراتب بیشتر از نرخ تعرفه‌های گمرکی برای کالاهای وارداتی از کشورهای توسعه‌یافته است.

قوانین بانکی

هرگونه نهاد مالی و اعتباری، از جمله موسسات واسطه‌ای، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، صندوق‌های تعاونی و یا دیگر موسسات مشابه با دریافت مجوز می‌توانند در ترکیه فعالیت کنند. کمترین سرمایه هر کدام از این موسسات را "هیأت بازار سرمایه" تعیین می‌کند که بایستی همه آن به صورت نقد وارد کشور شده و ثبت شود. افتتاح موسسات مالی و اعتباری نیز، نیازمند تاسیس یک شرکت سهامی ست.

قوانین ارزی

ترکیه کشوری ست که تبدیل ارز در آن امری معمول است و این کار در بسیاری از فروشگاه‌ها و مغازه‌ها نیز انجام می‌شود. به دلیل رونق صنعت گردشگری در این کشور، خدمات تبدیل ارز نیز در آن گسترده است و در این زمینه مشکلات کمی دیده می‌شود. نقل و انتقال ارزهای خارجی نیز در ترکیه براساس قوانین آزاد است. همچنین انتقال نقدینگی درآمدهای حاصل از فعالیت در مناطق آزاد، به راحتی و با آزادی کامل قابل انتقال به داخل خاک ترکیه و یا کشورهای دیگر است و نیاز به داشتن مجوز خاصی نیست.

قوانین کنسولی

اتباع ایران برای ورود به خاک ترکیه نیازی به دریافت روادید ندارند. هر شخصی با داشتن گذرنامه معتبر در هر یک از مبادی ورودی رسمی این کشور، می‌تواند مجوز سه ماه اقامت در این کشور را دریافت کند. روادید عادی و گردشگری برای ایرانیان در هنگام ورود در فرودگاه صادر می‌شود و اعتبار آن سه ماه است. برای تجدید روادید، متقاضیان باید هر سه ماه یک بار از ترکیه خارج و در هنگام ورود دوباره روادیدی سه ماهه دریافت کنند. هزینه روادید کار ترکیه برای شهروندان ایرانی عبارت است از:

- روادید کار یک ماهه - ده دلار آمریکا
- روادید کار سه ماهه - سی دلار آمریکا
- روادید کار بدون مدت - ۵۰ دلار آمریکا
- روادید کار مستقل - یک صد دلار آمریکا

این مطلب ادامه دارد...



راهاندازی مجمع تشکل‌های دانش‌بنیان



پیرو عقد تفاهم‌نامه مابین معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری و اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران مورخ ۱۳۹۱/۰۸/۲۸ و با توجه به بند الف ماده ۲ تفاهم‌نامه مذکور، مجمع تشکل‌های دانش‌بنیان ایجاد گردید. به عنوان گام اول، اساسنامه مجمع پس از ویرایش‌های متعدد تهیه و مورد تأیید قرار گرفت. پس از تهیه اساسنامه انتخابات مجمع تشکل‌های دانش‌بنیان برگزار گردید و در نتیجه آن اعضاء هیأت مدیره انتخاب گردیدند. پس از برگزاری انتخابات مجمع، دفتری در محل پارک فناوری پردیس برای این تشکل در نظر گرفته شد. در حال حاضر این مجمع ۲۴ عضو تشکلی دارد که در مجموع بالغ بر ۲۵۰۰ شرکت دانش‌بنیان عضو مجمع می‌باشد. برنامه کوتاه‌مدت آتی (با همکاری معاونت علمی و فناوری) برگزاری نمایشگاه صادرات فناوری در کشور عراق خواهد بود.



صادرات تولیدات ایرانی؛ شرط همکاری با کره جنوبی

وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت: حضور آژانس همکاری‌های بین‌المللی کره جنوبی در ایران باید توسعه روابط فنی، تجاری و صنعتی را به دنبال داشته باشد و با شرط صادرات تولیدات ایران همراه باشد.

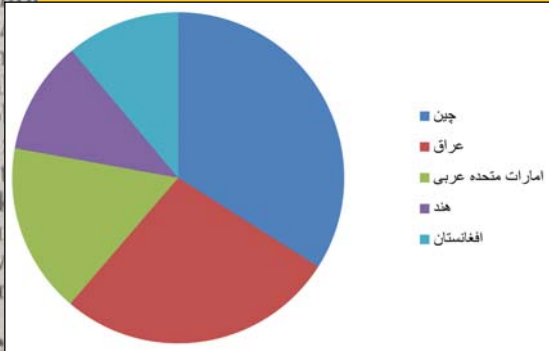
همکاری صنعتی با تأکید بر صادرات محصول، انتقال فناوری، کشتی‌سازی و مطالعات برای توسعه مناطق محروم برخی از محورهای نشست مشترک محمدرضا نعمت‌زاده با کیم یونگ موک بود.

وزیر صنعت، معدن و تجارت، انتقال دانش فنی از طریق مبادله کارشناسان در سطوح مختلف صنعتی بین دو کشور را ضروری دانست. کیم یانگ موک رئیس آژانس همکاری‌های بین‌المللی کره جنوبی در این دیدار گفت: شرکت‌های کره جنوبی آماده همکاری در زمینه‌های ایجاد و توسعه صنایع الکترونیک، خودرو، کشتی‌سازی، پروژه‌های برق، محیط زیست، انرژی سبز و دیگر صنایع سنگین در ایران هستند. این مقام کره‌ای افزود: در زمینه انتقال تجربیات فنی با پذیرش دانشجویان در سطوح مختلف آمادگی ارائه هرگونه آموزش در کشور کره جنوبی وجود دارد.

منبع: خبرگزاری ایرنا

کارنامه صادرات غیرنفتی ایران در سال ۹۲

بر اساس اعلام دفتر فناوری اطلاعات و ارتباطات در مورد میزان صادرات غیر نفتی ایران در دوازده ماهه سال ۱۳۹۲، این رقم در مجموع به ارزش ۴۰ میلیارد و ۳۷۶ میلیون دلار بوده که این میزان نسبت به مدت مشابه سال قبل ۲.۵۹ درصد کاهش داشته است.



عمده کشورهای هدف صادراتی ایران در سال ۱۳۹۲		
ردیف	کشور	ارزش (دلار)
۱	چین	۷میلیارد و ۴۳۲میلیون
۲	عراق	۵میلیارد و ۹۵۰میلیون
۳	امارات متحده عربی	۳میلیارد و ۶۲۷میلیون
۴	هند	۲میلیارد و ۴۱۸میلیون
۵	افغانستان	۲میلیارد و ۴۱۷میلیون

منبع: سایت عصر ایران

تقویم نمایشگاه‌های بین‌المللی داخلی و خارجی

ردیف	داخلی / خارجی	عنوان نمایشگاه	زمان	مکان	مجری
۱	داخلی	اولین نمایشگاه تجهیزات و مواد آزمایشگاهی ساخت ایران (IRAN LAB)	۷ الی ۱۰ اردیبهشت	نمایشگاه بین‌المللی تهران	معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری
۲	داخلی	نوزدهمین نمایشگاه بین‌المللی نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی (Iran Oil Show 2014)	۱۶ الی ۱۹ اردیبهشت	نمایشگاه بین‌المللی تهران	روابط عمومی وزارت نفت
۳	خارجی	نمایشگاه صنایع بسته‌بندی	۱۸ الی ۲۴ اردیبهشت	دوسلدورف آلمان	فوزان راهبران
۴	خارجی	همایش فرصت‌های سرمایه‌گذاری کشور بوسنی و هرزگوین	۲۴ و ۲۵ اردیبهشت	سارایوو	-
۵	داخلی	هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی تجهیزات پزشکی، دندانپزشکی، داروئی و آزمایشگاهی (IRAN HEALTH)	۲۵ الی ۲۸ اردیبهشت	نمایشگاه بین‌المللی تهران	شرکت خدمات نمایشگاهی صنعت سلامت
۶	داخلی	بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی مواد شوینده، پاک‌کننده، بهداشتی، سولوزی و ماشین‌آلات وابسته (IRAN BEAUTY & CLEAN)	۲۹ اردیبهشت الی ۱ خرداد	نمایشگاه بین‌المللی تهران	شرکت سامع پادنوین
۷	خارجی	نمایشگاه اختصاصی جمهوری اسلامی ایران در سلیمانیه عراق	۳۱ اردیبهشت الی ۳ خرداد	سلیمانیه عراق	اتاق بازرگانی و صنایع و معادن مازندران
۸	داخلی	سومین نمایشگاه بین‌المللی فناوری و نوآوری	۲ الی ۴ خرداد	نمایشگاه بین‌المللی تهران	شرکت همایش‌گستران ایماژ

در این تفاهم‌نامه وزارت علوم نیز متعهد شده است صدور محصولات دانش بنیان را تا ارزش ۲۵ میلیون دلار در مدت زمان ۱۸ ماهه با اولویت کشورهای آسیای میانه محقق سازد و گزارش پیشرفت و تحقق میزان صادرات را با مدارک معتبر در فواصل ۳ ماهه به معاونت علمی و فناوری رئیس‌جمهوری گزارش کند.

منبع: خبرگزاری فارس



رئیس مجمع تشکل‌های دانش‌بنیان اتاق بازرگانی ایران خبر داد: برگزاری نخستین نمایشگاه کالا و خدمات دانش بنیان ایرانی در اربیل عراق

افشین کلاهی در نشست خبری نخستین نمایشگاه تشکل‌های دانش‌بنیان که قرار است اردیبهشت ماه در اربیل عراق برگزار شود، گفت: برای رونق دادن به کسب و کار شرکت‌ها در فضای دانش‌بنیان و افزایش میزان صادرات به نظر می‌رسد تا شرکت‌های ما باید در بازارهای کشورهای منطقه حضور پررنگ‌تری داشته باشند و برگزاری نمایشگاه‌های خارجی به ویژه کشورهای همسایه به ارائه دستاورد شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی بسیار کمک می‌کند. وی افزود: در حال حاضر یکی از معضلات شرکت‌های دانش بنیان علی‌رغم مهندسی و تولید خوب، بازاریابی است و در همین راستا جلسات زیادی با معاونت علمی فناوری ریاست جمهوری برگزار کردیم.

رئیس مجمع تشکل‌های دانش‌بنیان اتاق بازرگانی ایران به جزئیات این نمایشگاه اشاره کرد و گفت: ۱۱ گروه کالایی که در حوزه دانش‌بنیان تعیین شده‌اند در محل دائمی اربیل عراق دستاوردهای خود را در قالب ۱۰۰ شرکت ارائه خواهند کرد و امیدواریم بازار جدیدی برای ارائه محصولات بویژه در حوزه فناوری‌های نوین باشد.

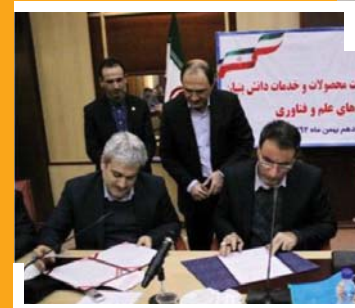
منبع: خبرگزاری فارس

وزارت علوم و معاونت علمی و فناوری رئیس‌جمهوری تفاهم‌نامه همکاری امضاء کردند

تفاهم‌نامه توسعه صادرات محصولات و خدمات دانش بنیان توسط پارک‌های علم و فناوری میان دکتر فرجی دانا، وزیر علوم و دکتر ستاری معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری به امضا رسید.

به گزارش روابط عمومی وزارت علوم، بر اساس ماده یک این تفاهم‌نامه که با هدف ارتقای صادرات محصولات دانش بنیان و انتقال دانش فناوری‌های نوین، امضا شد، معاونت علمی و فناوری رئیس‌جمهور از توسعه صادرات کالاها و خدمات دانش بنیان پارک‌های علم و فناوری حمایت مالی می‌کند.

در ماده ۳ این تفاهم‌نامه که مدت آن ۱۸ ماه است، معاونت علمی و فناوری رئیس‌جمهوری تعهد کرده است که مبلغ ۲۱ میلیارد ریال به حمایت از صادرات محصولات دانش بنیان اختصاص دهد.





دستگاه‌های علمی کشور به کمک اقتصاد کشور بیایند.

چیزی را به بازار خواست بشر در سطح جهان عرضه کنیم

که چشم‌ها را به طرف شما بگرداند

و به شما احساس احتیاج کنند.

فقط ادعا نباشد. در این میدان باید واقعا عمل باشد.

بعد، دستگاه‌های علمی کشور به کمک اقتصاد کشور بیایند.

بیانات مقام معظم رهبری