

- ۲ <<< عزم ملی برای تکمیل چرخه اقتصاد دانش بنیان
- ۳ <<< پیش بینی اعتبار برای حمایت از بازار تولیدات دانش بنیان در بودجه سال ۹۴
- ۴ <<< تدوین برنامه توسعه تولید محصولات دانش بنیان طی ۶ ماه
- ۵ <<< آمادگی ژاپن در انتقال دانش فنی به ایران
- ۶ <<< صادرات قطعی یا موقتی
- ۷ <<< صادرات نانو اسکوپ AFM؛ ساخت ایران (باکیفیت و ارزان)
- ۸ <<< آیین نامه حمایت از ثبت پتنت و خدمات مالکیت فکری
- ۹ <<< نحوه دریافت و اخذ گواهی نامه COC و تاثیر آن روی تولید و بازاریابی محصولات دانش بنیان
- ۱۱ <<< همایش کاربردی تجارت با چین
- ۱۲ <<< از استانداردهای ملی تا بین المللی
- ۱۳ <<< جایگاه فناوری نانو در ایران و جهان
- ۱۵ <<< سومین دوره تور علمی و کارگاه دیپلماسی علم و فناوری با هدف آشنایی رایزنان بازرگانی ایران
- ۱۶ <<< تکنیک های مذاکره
- ۱۷ <<< راهنمای تجارت با ژاپن
- ۱۹ <<< صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران
- ۲۰ <<< رویش مجدد مو با کمک دانش زیست فناوری
- ۲۱ <<< شناسایی بازار هدف
- ۲۳ <<< معرفی شرکت اپل

عزم ملی برای تکمیل چرخه اقتصاد دانش بنیان

سفن نفست

به خصوص در حوزه فناوری های نوین از قبیل هوافضا، ریزفناوری (نانو)، زیست فناوری (بایو) و زیست مهندسی را منتشر کند.

براین اساس کلیه دستگاه های موضوع ماده پنج قانون مدیریت خدمات کشوری و ماده پنج قانون محاسبات عمومی و دارندگان ردیف در قوانین بودجه سنواتی مکلفند با رعایت قوانین، حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی در تامین نیازهای کشور و تقویت آنها در امر صادرات و اصلاح ماده ۱۰۴ قانون مالیات های مستقیم، مصوب ۱۳۹۱/۵/۱ در برگزاری مناقصه ها از تولید کنندگان داخلی موضوع مناقصه با اولویت محصولات مذکور دعوت و در شرایط مساوی به لحاظ قیمت و کیفیت بین تولید کنندگان داخلی و خارجی موظف به خرید و عقد قرارداد با تولید کنندگان داخلی هستند.

حمایت دولت و مجلس از شرکت های دانش بنیان و عزم عمومی در جهت حرکت بسوی اقتصاد دانش بنیان در حالی شدت گرفته است که به نظر می رسد این بار نوبت شرکتها و دارندگان ایده ها و طرح های برتر است تا با گسترش فعالیت خود در حوزه پژوهش اقدام کنند. در این میان تولید کنندگان و سرمایه گذاران خصوصی نیز می بایست به سمت فعالیت های دانش بنیان و دانش محور حرکت کرده و تلاش کنند تا واحد تحقیق و توسعه خود را گسترش دهند. در این صورت است که می توان به تکمیل زنجیره تولید تا عرضه محصولات دانش بنیان و عدم وابستگی صادرات کشور به نفت امیدوار بود.

اختصاص بودجه به صندوق نوآوری و شکوفایی در سال ۹۴ به منظور حمایت هرچه بیشتر شرکت های دانش بنیان از جمله اقداماتی است که در راستای عملیاتی کردن اقتصاد منجر به تولید محصول دانش بنیان، ارائه شده است. در کنار این افزایش بودجه، تعیین مزیت ها و اولویت های کشور در حوزه های فناوری نوین به منظور تمرکز در بخش های مورد نیاز و پرهیز از اتلاف منابع انسانی و مالی و هماهنگی همه دستگاه ها اعم از مجلس، دولت و قوه قضائیه برای همسو بودن قوانین و آئین نامه ها در جهت توسعه برنامه ریزی شده شرکت های دانش بنیان از جمله موارد مهم دیگری محسوب می شوند که در تحقق گسترش تولیدات دانش بنیان می بایست مورد توجه قرار گیرند. در همین راستا نمایندگان مجلس به دولت فرصت ۶ ماهه دادند تا به منظور افزایش تولید محصولات دانش بنیان برنامه توسعه تولید محصولات دانش بنیان را تدوین کند.

در جلسه علنی مجلس شورای اسلامی که در ادامه بررسی لایحه یک فوریتی رفع موانع تولید رقابت پذیر و ارتقاء نظام مالی کشور برگزار شد، نمایندگان با تصویب یک ماده الحاقی دیگر دولت را موظف کردند که به منظور افزایش تولید محصولات دانش بنیان، کسب و گسترش سهم بین المللی ایران در صادرات این محصولات و افزایش تقاضای داخلی از این محصولات، حداکثر ظرف ۶ ماه پس از تصویب این قانون، برنامه توسعه تولید محصولات دانش بنیان را تدوین نماید و فهرست انواع حمایت ها از شرکت های تولید کننده این محصولات را

«چیزی را به بازار خواست بشر

در سطح جهان عرضه کنیم که چشم ها را به طرف شما برگرداند و به شما احساس احتیاج کنند. فقط ادعا نباشد. در این میدان باید واقعا عمل باشد. بعد، دستگاه های علمی کشور به کمک اقتصاد کشور بیایند.»



لیزینگ محصولات دانش بنیان با هدف بازار سازی برای شرکت های دانش بنیان اجرایی شود



کشور دنیا در این نمایشگاه حضور خواهند داشت. در ادامه این مراسم، مهندس سیدروح الله میرامینی، مدیرعامل صندوق توسعه فناوری های نوین درباره شرایط دریافت تسهیلات لیزینگ تا پایان سال جاری اشاره کرد و گفت: نرخ سود ثابت تسهیلات تا پایان سال جاری ۱۲ درصد، تنفس خریدار بین ۳ تا ۶ ماه، دوره بازپرداخت حداکثر ۳۰ ماه، میزان تسهیلات، ۷۰ درصد مبلغ قرارداد با پیش فاکتور تا سقف پنج میلیارد ریال برای هر خریدار است. میرامینی افزود: برای دریافت این تسهیلات آورده خریدار باید ۳۰ درصد مبلغ قرارداد با پیش فاکتور باشد و کل مبلغ قابل پرداخت به فروشنده دو میلیارد ریال خواهد بود.

همایش یک روزه "توسعه بازار فناوری، تشریح طرح لیزینگ محصولات دانش بنیان" در محل دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران برگزار شد. این همایش با هدف معرفی و تشریح طرح توسعه بازار فناوری و لیزینگ محصولات شرکت های دانش بنیان و با حضور رییس هیات عامل صندوق نوآوری و شکوفایی، دبیر کارگروه ارزیابی شرکت های دانش بنیان معاونت علمی و فناوری، رییس مرکز فن بازار ملی ایران، مدیرعامل صندوق توسعه فناوری های نوین و جمعی از شرکت های دانش بنیان برگزار شد.

در بخشی از این همایش، مهندس اکبر قنبر پور، رییس مرکز فن بازار ملی ایران درباره برنامه های بین المللی این فن بازارها اعلام کرد: نشست های تخصصی تبادل فناوری، تورهای تخصصی فناوری، شبکه بین المللی فناوری و نمایشگاه های بین المللی فناوری از جمله برنامه های بین المللی این فن بازارها هستند که در این رابطه چهارمین دوره نمایشگاه بین المللی فناوری و نوآوری در خرداد ماه سال ۹۴ در تهران برگزار می شود و حدود ۲۰۰ شرکت از ۱۵

صادرات سبد کاملی از فناوری و محصولات دانش بنیان به اتحادیه آفریقا



یادداشت تفاهمی با موضوع همکاری های علمی و فناوری میان معاون امور بین الملل و تبادل فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری اسلامی ایران و کمیسیون منابع انسانی، علوم و فناوری اتحادیه آفریقا، با حضور دکتر ستاری منعقد شد. گسترش همکاری های علمی و فناوری در حوزه های منابع انسانی، علوم و فناوری میان جمهوری اسلامی ایران و اتحادیه آفریقا مشتمل بر حوزه فناوری های پیشرفته و راهبردی، فناوری های نو، محصولات و تجهیزات، گسترش کار آفرینی، توسعه پارک های علم و فناوری و مراکز رشد و مسائلی از این دست اصلی ترین راهبردهای این تفاهم نامه مشترک عنوان شده است. در این مراسم سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رییس جمهور نیز با بیان اینکه ظرفیت انتقال و صادرات سبدی کامل از دانش و فناوری ایران به اتحادیه آفریقا ایجاد شده است، اظهار داشت: «زمینه های بسیار خوبی هم چون حوزه تجهیزات پزشکی، تجهیزات و فرآورده های دارویی، فناوری های راهبردی هم چون نانو فناوری، زیست فناوری و دیگر حوزه های فناوری برای انتقال دانش و صادرات محصولات به کشورهای آفریقا وجود دارد که امیدواریم با بهتر شکل گرفتن ارتباطات زمینه همکاری های گسترده، بهتر شکل بگیرد.

پیش بینی اعتبار برای حمایت از بازار تولیدات دانش بنیان در بودجه سال ۹۴

شرکت های بخش خصوصی ایجاد بازار و شرایط رقابتی است. وی در ادامه بیان کرد: برای حمایت از بازار و ایجاد این شرایط رقابتی میان شرکت های بخش خصوصی، باید محصولات و تولیدات آنها خریداری شود تا آنها برای تولید محصولات دانش بنیان تشویق شوند.

دلیری با اشاره به اهمیت اهرم های تشویقی حمایت از بازار و خرید محصولات شرکت های دانش بنیان اذعان کرد: با توجه به اهمیت این موضوع، مقرر شده تا دولت در بودجه سال آینده درصدی اعتبار به خرید محصولات دانش بنیان اختصاص دهد تا با تمرکز تجهیزات دستگاه های اجرایی و دانشگاه ها را از طریق خرید محصولات این شرکت ها تامین کنیم.



در بودجه سال ۹۴، اعتباری برای حمایت از بازار تولیدات و محصولات شرکت های خصوصی دانش بنیان و ایجاد فضای رقابتی میان آنها پیش بینی می شود. به گزارش مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، دکتر علیرضا دلیری، معاون توسعه مدیریت و منابع معاونت علمی درباره حمایت از بازار تولیدات و محصولات شرکت های دانش بنیان در بودجه سال آینده اظهار کرد: با توجه به اهمیت گسترش فعالیت شرکت های خصوصی در بحث پژوهش و حرکت تولید کنندگان و سرمایه گذاران خصوصی به سمت فعالیت های دانش بنیان و دانش محور و ارتقای واحد تحقیق و توسعه آنها، یکی از ابزارهای تشویق این

تقویم نمایشگاه های داخلی و خارجی

ردیف	عنوان	زمان	مکان
۱	اولین نمایشگاه بین المللی موتورسیکلت، دوچرخه، اسکوتر، اسکی، جت اسکی، صنایع و تجهیزات وابسته	۳۰ دی الی ۳ بهمن	مصلی امام خمینی ره تهران
۲	سی و یکمین نمایشگاه بین المللی بازرگانی خارطوم - سودان	۱۱ الی ۸ بهمن	خارطوم سودان
۳	ششمین نمایشگاه بین المللی در و پنجره و صنایع وابسته	۳ الی ۶ بهمن	نمایشگاه بین المللی تهران
۴	سیزدهمین نمایشگاه بین المللی یراق آلات، ماشین آلات مبلمان و صنایع وابسته	۱۲ الی ۱۵ بهمن	نمایشگاه بین المللی تهران
۵	دومین نمایشگاه تخصصی پوشاک ایران	۱۲ الی ۱۵ بهمن	نمایشگاه بین المللی تهران
۶	ششمین نمایشگاه بین المللی صنایع چوب و تجهیزات وابسته	۱۲ الی ۱۵ بهمن	نمایشگاه بین المللی تهران
۷	نمایشگاه اختصاصی پوشاک ترکیه	۱۲ الی ۱۵ بهمن	نمایشگاه بین المللی تهران
۸	هشتمین نمایشگاه بین المللی خدمات و تجهیزات صنعت گردشگری و هتلداری ایران	۲۳ الی ۲۶ بهمن	نمایشگاه بین المللی تهران
۹	چهارمین نمایشگاه بین المللی شهر بازی، پارک ها، تجهیزات و فن آوری اوقات فراغت	۲۳ الی ۲۶ بهمن	نمایشگاه بین المللی تهران
۱۰	هفتمین نمایشگاه بین المللی طلا، نقره، جواهر، ساعت و صنایع وابسته	۲۳ الی ۲۶ بهمن	نمایشگاه بین المللی تهران
۱۱	نمایشگاه اختصاصی جمهوری اسلامی ایران در دوحه - قطر	۲۶ الی ۳۰ بهمن	دوحه قطر
۱۲	نمایشگاه اختصاصی جمهوری اسلامی ایران در بغداد - عراق	۲۷ الی ۳۰ بهمن	بغداد عراق
۱۳	نمایشگاه اختصاصی جمهوری اسلامی ایران در افغانستان	۲۸ بهمن الی ۱ اسفند	کابل افغانستان
۱۴	پنجمین جشنواره علم تا عمل	۳ الی ۱۷ اسفند	مصلی امام خمینی ره تهران
۱۵	نمایشگاه اختصاصی جمهوری اسلامی ایران در ترکمنستان	۶ الی ۸ اسفند	عشق آباد ترکمنستان

دومین هم‌اندیشی نقش دیپلماسی علم و فناوری

در پیشبرد روابط خارجی برگزار شد



دومین هم‌اندیشی از سلسله هم‌اندیشی‌های دیپلماسی علم و فناوری با موضوع «نقش دیپلماسی علم و فناوری در پیشبرد روابط خارجی؛ بررسی موردی ایالات متحده آمریکا» با حضور کارشناسان و دست‌اندرکاران این عرصه برگزار شد.

دکتر محمدحسن شیخ‌الاسلامی رئیس دانشکده روابط بین‌الملل با بیان سه بعد مطرح برای دیپلماسی علم و فناوری گفت: اگر بخواهد دیپلماسی برای علم و فناوری عمل کند، مدیرپتش با نهادهای علمی و فناوری است، و اگر علم و فناوری بخواهد در خدمت دیپلماسی باشد، تشخیص و استفاده از آن به عهده وزارت خارجه است.

وی تأکید کرد مأموریت وزارت خارجه تسهیل روابط خارجی است و براساس قانون تمامی تعاملات خارجی با هماهنگی این وزارت خانه باید صورت گیرد.

مهندس علی مرتضی بیرنگ معاون امور بین‌الملل و انتقال فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نیز با بیان اقداماتی که در معاونت علمی و فناوری با همکاری وزارت امور خارجه در راستای توسعه دیپلماسی علم و فناوری کشور انجام شده است، بر ضرورت انجام فعالیت‌های نظری در کنار توجه به فرصت‌های عملی تأکید کرد.

دومین هم‌اندیشی از سلسله هم‌اندیشی‌های دیپلماسی علم و فناوری در دانشکده روابط بین‌الملل وزارت امور خارجه و به همت گروه دیپلماسی شبکه کانون‌های تفکر ایران (ایتان) برگزار شد.

تدوین برنامه توسعه تولید محصولات دانش بنیان طی ۶ ماه

نمایندگان مردم در مجلس شورای اسلامی در جلسه علنی روز چهارشنبه ۱۷ دی ماه ۱۳۹۳ و در جریان رسیدگی به گزارش کمیسیون مشترک درباره لایحه یک فوریتی رفع موانع تولید رقابت پذیر و ارتقای نظام مالی کشور با ماده الحاقی ۸ این لایحه موافقت کردند. براساس ماده الحاقی ۸- دولت موظف است به منظور افزایش تولید محصولات دانش بنیان و کسب و گسترش سهم بین‌المللی ایران در صادرات این محصولات و افزایش تقاضای داخلی از این محصولات، حداکثر ظرف شش ماه پس از تصویب این قانون، برنامه توسعه تولید محصولات دانش بنیان را تدوین نماید و فهرست انواع حمایت‌ها از شرکتهای تولیدکننده این محصولات را به خصوص در حوزه فناوری‌های نوین از قبیل: هوا فضا، ریزفناوری (نانو)، زیست‌فناوری (بایو) و زیست مهندسی را منتشر کند.

کلیه دستگاههای موضوع ماده (۵) قانون مدیریت خدمات کشوری و ماده (۵) قانون محاسبات عمومی و دارندگان ردیف در قوانین بودجه سنواتی مکلفند با رعایت قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی در تأمین نیازهای کشور و تقویت آنها در امر صادرات و اصلاح ماده (۱۰۴) قانون مالیات‌های مستقیم مصوب ۱۳۹۱/۵/۱، در برگزاری مناقصه‌ها از تولیدکنندگان داخلی موضوع مناقصه با اولویت محصولات مذکور دعوت و در شرایط مساوی به لحاظ قیمت و کیفیت بین تولیدکنندگان داخلی و خارجی موظف به خرید و عقد قرارداد با تولیدکننده داخلی هستند.

از ۱۹۵ نماینده حاضر در جلسه ۱۱۶ نماینده به این ماده رای موافق، ۸ نماینده رای مخالف و ۸ نماینده رای ممتنع دادند.

صادرات ۳ محصول دانش بنیان به چین

پماد زخم بستر، پماد زخم دیابت و پماد سوختگی از اولین محصولات دانش بنیانی هستند که مجوز فروش آنها در چین گرفته شد. رئیس هیات مدیره کنسرسیوم فروشگاههای بین‌المللی اوسینا (متشکل از ۵۲ شرکت دانش بنیان) با بیان اینکه تا کنون این سه محصول، از ایران به هیچ کجا صادر نشده است، افزود: این محصولات از یک سال گذشته در کشور شروع به تولید شده و از همان سال اقدام به صادرات آنها شد تا علاوه بر تأمین نیاز در کشور بتوانیم نیاز کشورهای دیگر را نیز تأمین کنیم.

ذبیحی با اشاره به اینکه پمادهایی که در شرکت داروسلفچگان تولید می‌کنیم، می‌تواند مشکل چینی‌ها را برطرف کند، اظهار داشت: به دلیل آنکه چینی‌ها از زخمهای مختلف در بدنشان رنج می‌برند تصمیم به صادرات پماد و پدهای زخم بستر، زخم دیابت و پماد سوختگی به چین شدیم و دولت چین هم با واردات این نوع محصولات به مدت یک سال از سوی ایران موافقت کرده است.

رئیس سندیکای تولید کنندگان و صادر کنندگان داروهای دامپزشکی کشور با تأکید بر اینکه بعد از یک سال امکان تمدید قرار داد وجود دارد، عنوان کرد: این سه محصول تاییدیه‌های خود را در کشور اخذ کرده و از وزارت بهداشت نیز پروانه استاندارد گرفته است. وی با اشاره به اینکه تا کنون ۵۰ هزار یورو از این محصولات به چین به عنوان نمونه ارسال شده، اظهار داشت: البته امکان صادرات این نوع محصولات به افغانستان، عراق و سوریه نیز وجود دارد.

همچنین صادرات این محصولات به چین بعد از یک سال به شرط رضایت دولت چین تمدید می‌شود.

نمایشگاه بین المللی صنعت ساختمان تونس

بدینوسیله به اطلاع تجار و فعالین اقتصادی عضو اتاق ایران می رساند؛ نمایشگاه بین المللی صنعت ساختمان تونس در اسفند ماه سال جاری در شهر صفاقس کشور تونس برگزار خواهد شد. این نمایشگاه در رشته های مختلف از جمله طراحی داخلی، نما، سنگ ها و مصالح ساختمانی، انواع کف پوش و کاغذ دیواری، خانه های پیش ساخته، لوازم و تجهیزات ساختمانی برگزار می گردد و شرکت های زیادی از کشورهای مختلف دنیا در آن حضور دارند. علاقمندان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت www.salonmedibat.com مراجعه نمایند.

آمادگی ژاپن در انتقال دانش فنی به ایران



در دیدار رییس سازمان توسعه تجارت ایران با سفیر ژاپن، دو طرف بر گسترش روابط موجود تاکید کرده و طرف ژاپنی آمادگی خود را در راستای انتقال دانش فنی به صنایع ایرانی اعلام کرد. رییس سازمان توسعه تجارت، ضمن اعلام آمادگی ایران برای گسترش مناسبات با طرف ژاپنی، افزود: بسترهای لازم برای انتقال دانش فنی متخصصان ژاپنی به صنایع مادر ایران ایجاد شده و امیدواریم با تقویت همکاری های دو سویه شاهد ارتقای بهره وری و توانمندسازی صنایع داخلی باشیم. در ادامه این دیدار «کوجی هان دا» سفیر ژاپن ضمن ابراز خشنودی از حضور در ایران اعلام کرد: ما آماده تقویت بنیان های موجود و گسترش همه جانبه روابط با کشور کهن ایران هستیم.

تسهیلات بانک توسعه صادرات به ۱۹ شرکت دانش بنیان

تسهیل خدمات دهی به شرکتهای تازه تاسیس دانش بنیان مقرر شده است که این شرکتهای بتوانند بنا بر شرایط احراز شده، در قبال سفته، قرارداد لازم الاجرا، وثایق ملکی و نیز ضمانت نامه های صادره توسط صندوق های توسعه و فناوری از تسهیلات یادشده بهره مند شوند. اسفندماه سال ۹۱ تفاهم نامه ای میان بانک توسعه صادرات و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به امضا رسید که براساس آن، این بانک پس از تصویب طرح های دانش بنیان در کارگروه تعیین شده نسبت پرداخت تسهیلات به شرکت های دانش بنیان اقدام کند.

مهندسی مواد، نانو مواد و فناوری اطلاعات از تسهیلات خط اعتباری شرکتهای دانش بنیان استفاده نموده اند. وی با اشاره به سقف فعلی این خط اعتباری که رقم یکصد میلیارد ریال را در بر می گیرد، تاکید کرد: در صورت وجود افزایش درخواستهای شرکت های دانش بنیان و دریافت بازخورد مناسب از عملکرد این خط اعتباری امکان افزایش سقف یاد شده وجود دارد. رییس اداره امور نظارت بر تسهیلات و پیگیری مطالبات بانک در پاسخ به سوالاتی در خصوص نحوه اخذ وثایق از شرکتهای دانش بنیان گفت: به منظور روان سازی و

رییس اداره امور نظارت بر تسهیلات و پیگیری مطالبات بانک توسعه صادرات اعلام کرد: تاکنون بالغ بر ۷۰ میلیارد ریال از محل خط اعتباری شرکت های دانش بنیان برای ۱۹ شرکت مصوب شده است. آقای سیدحسین حسینیان افزود: بانک توسعه صادرات در جهت ظرفیت سازی برای صادرات محصولات دانش بنیان و بالفعل کردن ظرفیت های بالقوه در عرصه های جدید، ارائه خدمت به شرکت های دانش بنیان را توسعه می دهد. وی یادآور شد: شرکتهایی در حوزه های برق با گرایش مخابرات و الکترونیک، مکانیک، نرم افزارهای آموزشی، صنایع دارویی، تجهیزات پزشکی،

ارائه ۸۰۰ محصول دانش بنیان

ایرانی در نمایشگاه بزرگ فناوری چین



معاون امور بین الملل و انتقال فناوری های معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری اعلام کرد: در نمایشگاه بزرگ فناوری که در چین برگزار می شود ۸۰۰ محصول دانش بنیان ایرانی در حوزه داروهای گیاهی ارائه می شود.

علی مرتضی بیرنگ با اشاره به اینکه نمایشگاه در شن زن چین برگزار می شود، عنوان کرد: در این نمایشگاه ۸۰۰ محصول مربوط به ۵۲ شرکت دانش بنیان از ایران در فضای صدمتری حضور دارند. وی با بیان اینکه نمایندگانی از ۱۲ شرکت نیز برای عقد قرارداد در نمایشگاه فناوری حضور دارند، یادآور شد: حضور محصولات دانش بنیان و شرکت ها در این نمایشگاه توسط پایگاه صادراتی صورت گرفته که در نهایت منجر به صادرات این محصولات به کشورهای دیگر می شود. بیرنگ با اشاره به اینکه این نمایشگاه در ۲۹ دی ماه به مدت ۴ روز برگزار می شود، اظهار داشت: از بیشتر کشورهای دنیا در چین حضور می یابند، تا با محصولات دانش بنیان آشنایی پیدا کنند و محصولات دانش بنیان آنها منجر به صادرات شود.



صادرات قطعی یا موقتی



صادرات قطعی را پشت سر بگذارد. اما اگر لازم باشد ماشین آلات و دستگاه هایی به منظور تعمیر موقت به خارج از کشور ارسال شود باید تشریفات صدور موقت انجام شود.

کالاهای که به تشخیص گمرک برای فروش وارد یا صادر می شود بدون در نظر گرفتن این که این کالا به همان شکل به فروش می رسد یا پس از انجام عملیات تولیدی، تفکیک یا بسته بندی به فروش می رسد کالای تجاری تلقی می شود. بر این اساس آنچه به تشخیص گمرک برای فروش به خارج از کشور ارسال می شود باید تشریفات صادرات قطعی تجاری در خصوص آن انجام شود.

چنانچه صادرات کالا از طریق پست و مسافر انجام شود صادرات قطعی غیر تجاری تلقی می شود.

چنانچه کالای خارجی با انجام تشریفات مربوط به ورود قطعی از گمرک ترخیص شده باشد و در مرحله بعد به کشور دیگری صادر شود این کالا مشمول قوانین صدور مجدد خواهد بود.

اگر کالاهای ایرانی تشریفات صادرات قطعی را پشت سر گذاشته و از کشور خارج شده باشد و در ارسال به مقصد بعدی لازم باشد از سرزمین ایران عبور کند باید تشریفات ترانزیت خارجی برای این کالاها انجام شود.

گاهی برای بازاریابی نمونه بازرگانی به کشورهای دیگر ارسال می شود. این نمونه ها دارای ارزش تجاری است و معمولاً به صورت موقت برای نمایش یا جلب سفارش و معرفی از قلمرو گمرکی کشور خارج می شود. در این شرایط اخذ تعهد برای بازگشت کالا طبق ضوابط قانونی کافی است.

در غیر این صورت یعنی اگر صادرات کالای تجاری موقتی نباشد طبق ضوابط مقررات صادرات و واردات سالانه عمل می شود. در حال حاضر بر اساس همین مقررات و قوانین مصوب صدور کالایی که به عنوان نمونه و با هدف بازاریابی به کشور دیگری ارسال می شود چنانچه قیمت صادراتی برآورده شده برای این کالا کمتر از محدوده مشخصی باشد خروج آن از کشور با نظر و موافقت مرکز توسعه صادرات بلامانع خواهد بود. برای صدور نمونه های بازرگانی تنظیم اظهارنامه و ارائه کارت بازرگانی ضروری خواهد بود.

و صادرات آن اقدام کنند. در مقابل این مفهوم، فرایند دیگری تحت عنوان صادرات موقت وجود دارد.

در این نوع صادرات کالا به منظور عرضه و نمایش در نمایشگاه های با تعمیر و تکمیل و فرآوری در خارج از قلمرو گمرکی کشور از مرز کشور خارج شده و سپس به داخل قلمرو گمرکی کشور به داخل کشور بازگردانده می شود.

در مورد کالاهای مصرفی که در نمایشگاه های خارج از کشور عرضه می شود چنانچه در این نمایشگاه های فروخته شود باید مراحل تشریفات

صادرات عبارت است از انتقال کالا از یک مبدأ به یک مقصد. اما با توجه به وود تنوع در اهداف، چگونگی انجام صادرات و همچنین چگونگی انجام فرایند صادرات، شاهد وجود تنوع در صادرات هستیم. فرایند خارج کردن کالا از قلمرو گمرکی کشور به منظور فروش، استفاده یا مصرف آن در خارج از محدوده قلمرو گمرکی کشور صادرات قطعی است. بر اساس مقررات صادرات و واردات صادرات قطعی را می توان از طریق بازارچه های مرزی و شرکت های تعاونی مرز نشینان و تجار انجام داد. البته واحدهای تولیدی نیز می توانند از طریق خرید متقابل و ورود موقت مواد اولیه نسبت به تهیه کالا

صادرات نانو اسکوپ AFM؛ ساخت ایران (با کیفیت و ارزان)

مراحل تغییر و دستیابی را مشاهده کرد. برای مثال تأثیر دارو روی ویروس را می‌توان دید.

وی تأکید کرد: اما کاربردهای دستگاه نانو اسکوپ AFM تنها به عکس‌برداری محدود نمی‌شود. این دستگاه ۱۴ کاربرد دارد که می‌تواند هر خاصیت ماده را به صورت جداگانه در مقیاس نانو اندازه‌گیری کند.

این عضو پیشین هیئت علمی دانشگاه مالک اشتر درباره این مسئله که چرا در ابتدا اقدام به تحقیق بر روی چنین محصولی را کرده‌اند، گفت: جرقه این مسئله زمانی به ذهن من رسید که مشاور علمی در دفتر فناوری‌های ریاست جمهوری بودم. در آن زمان جلسه‌ای برای تشکیل ستاد نانو برگزار شد، در این جلسه طی بررسی اقدامات توسعه کاربرد نانو، مطرح کردم که باید ابزار این حوزه در اختیار مخترعین قرار بگیرد. دستگاه نام برده شده هم

درونی‌ترین دستگاه در حوزه نانو است که در ۱۵ سال پیش که این پیشنهاد به ذهن من رسید بسیار فناوری نوینی بود. وی از برنامه‌های آینده این شرکت ساخت دستگاه نانو ایندیتور اشاره کرد و گفت: این دستگاه برای رشته مکانیک و متالوژی کاربردی است که با استفاده از آن سطحی را در مقیاس نانو فشرده می‌کنند تا سطح سختی را پیدا کنند.

شاهمرادی زواره درباره دیگر فعالیت‌های تحقیقاتی این مجموعه بیان کرد: وقتی یک تشکیلات علمی رشد می‌کند، پیشرفت آن دست هیچکس نیست. باید نقش‌های جدید برای کار تعریف کرد. چرا که می‌خواهیم تحقیقات را روز به روز گسترش دهیم.



ذراتی معلق هستند که شفافیت تصویر را می‌گیرند. اما در خلا این ذرات وجود ندارند. همچنین این ذرات موجب تغییر دما می‌شوند. عکس‌برداری در خلا این امکان را می‌دهد تا بتوان درجه حرارت را تنظیم کرد و به صورت ثابت نگه داشت. به این صورت نتیجه تحقیقات مطمئن‌تر خواهد بود.

شاهمرادی زواره چهارمین مدل کار این دستگاه را عکس‌برداری‌های اسپید بیان کرد. با استفاده از این روش می‌توان در زمان کوتاه‌تری عکس‌برداری کرد و نتیجه به صورت فیلم در خواهد آمد. امروزه دنیا تلاش دارد تا به سمتی برود که بتواند تصاویری AFM را به صورت فیلم داشته باشد. با استفاده از این روش می‌توان

جنوب شرق آسیا هستند. با توجه به این که محصول تولیدی ما از نمونه‌های کشورهای دیگر قیمت پایین‌تری دارد اما از کیفیت آن مطمئن هستیم که یک پله بالاتر است، پس در صادرات می‌تواند موفق عمل کند.

وی کاربردهای این محصول را این‌گونه بیان کرد: مأموریت اصلی دستگاه نانو اسکوپ AFM عکس‌برداری است. این عکس‌برداری در ۴ مدل صورت می‌گیرد. اول عکس‌برداری از هوا. دوم عکس‌برداری از مایع، برای سلول‌های باکتری در محیط کشت.

به گفته این محقق، سومین کاربرد این محصول عکس‌برداری در خلا است. این نوع عکس‌برداری به این علت صورت می‌گیرد که موقع عکس‌برداری از هوا،

مدیرعامل یک فناوری عرصه نانو که دستگاه نانو اسکوپ AFM تولید می‌کنند بیان کرد: در دنیا تنها ۶ کشور این دستگاه را می‌سازند. دستگاهی که ما ۱۰ سال بر روی آن تحقیق کرده‌ایم کیفیت بهتری نسبت به دیگر نمونه‌ها دارد و با قیمت تمام شده پایین‌تری عرضه می‌شود.

سید عباس شاهمرادی زواره، مدیرعامل یک شرکت فناوری نانو مستقر در پارک فناوری پردیس معاونت علمی، درباره محصول تولیدی این شرکت گفت: کار ما ساخت دستگاه نانو اسکوپ AFM است. این دستگاه مانند میکروسکوپ که میکروپ را می‌بیند، می‌تواند ذرات نانو را ببیند.

وی ادامه داد: این دستگاه در مقیاس اتمی و مولوکولی برای محققینی که با نانو سر و کار دارند، کاربردی است. که امروزه نانو در تمام بحث‌ها از جمله پزشکی، زیست، بیو، مواد، فیزیک، شیمی و غیره وارد شده است.

به گفته عباس شاهمرادی زواره، از این دستگاه تنها ۶ کشور خارجی دیگر تولیدات دارند. این گروه برای دستیابی به این فناوری ده سال وقت صرف کرده و تحقیقات بسیار گسترده‌ای صورت گرفته است.

وی افزود: مراحل تحقیقات تا تولید اولیه نمونه از این محصول ۱۰ سال طول کشید. پس از آن دو سال تلاش کردیم تا آن را به تجاری‌سازی برسانیم و می‌دانیم محصول تولید شده پتانسیل بالایی برای موفقیت در تجاری شدن دارد.

مدیرعامل شرکت آرا پژوهش با امیدواری به صادرات این محصول گفت: جامعه هدف ما هندوستان و کشورهای

آیین نامه حمایت از ثبت پتنت و خدمات مالکیت فکری

ماده ۵: گردش کار حمایت از ثبت اختراعات در واحد مالکیت فکری

- مراجعه به سایت www.tesc.ir و آغاز فرآیند ثبت اختراع خارجی از طریق پرتال جامع کریدور وارد کردن کلیه اطلاعات شخصی و نیز جزئیات مربوط به تقاضای ثبت اختراع توسط متقاضی
- بررسی کلی اطلاعات، کارشناسی مدارک و مستندات ارسالی از طرف متقاضی توسط واحد مالکیت فکری
- اطلاع رسانی به متقاضی در خصوص تکمیل و رفع نواقص (در صورت نیاز)
- بررسی و ارزیابی پرونده از جهت دارا بودن نوآوری، گام اختراعی (بدیهی بودن) و قابلیت تولید (کاربرد صنعتی) توسط تیم ارزیابی
- بررسی نهایی درخواست در جلسه شورای مالکیت فکری و تصمیم گیری نهایی
- اعلام نتیجه نهایی به متقاضی
- ارجاع پرونده به کارگزار (در صورت تایید پرونده)
- عقد قرارداد ثبت اختراع بین مخترعین و کارگزار و پرداخت ۱۰ درصد از هزینه ثبت از طرف مخترعین به کارگزار
- ارسال تصویر قرارداد ثبت اختراع بین مخترع و کارگزار و تایید پرداخت ۱۰ درصد مبلغ قرارداد توسط مخترع
- بررسی مدارک ارسالی و انعقاد قرارداد بین کارگزار و کریدور، پرداخت ۹۰ درصد مبلغ باقیمانده توسط کریدور بر اساس مراحل پیشرفت کار

منبع: www.tesc.ir

باشد و این نتایج همگی براساس آزمایشات و مستندات معتبر ارائه گردد.

۲-۳- مقایسه با طرح و به صرفه بودن آن در مقایسه با طرحهای مشابه باید اثبات گردد.

۳-۲- افزایش راندمان طرح باید کاملاً اثبات شود.

۳-۳- حمایت از درخواستهای ثبت اختراع منوط به انجام کلیه مراحل ثبت توسط کارگزاران مورد تایید کریدور است و برای استفاده از حمایتهای این آیین نامه، استفاده از کارگزاران بیرونی کریدور مجاز نیست.

ماده ۴: نحوه دریافت حمایت

حمایت کریدور پس از پرداخت سهم مخترع متناسب با مراحل پیشرفت کار و گزارشات ارسالی کارگزار در وجه کارگزار پرداخت میگردد.



هزینه حفاظت، در یکی ادارات ثبت اختراع معتبر نظیر EPO, USPTO را مورد حمایت قرار می دهد.

ماده ۲: میزان حمایت

هزینه های ثبت اختراع مرتبط با ماده ۱ برای اختراعاتی که متعلق به شرکت های دارای تاییدیه دانش بنیان هستند، به میزان ۹۰ درصد مورد حمایت کریدور قرار می گیرد.

ماده ۳: شرایط حمایت از ثبت اختراع

- ۳-۱- حمایت از ثبت اختراع تنها در مواردی انجام میشود از شرایط عمومی زیر برخوردار باشد:
- ۳-۱-۱- داشتن نوآوری
- ۳-۱-۲- دارا بودن گام اختراعی (بدیهی نبودن ادعای مرتبط با اختراع)
- ۳-۱-۳- قابلیت تولید (برخورداری از قابلیت کاربرد صنعتی)
- ۳-۱-۴- افشاء کامل
- ۳-۲- همچنین درخواستهایی مورد حمایت قرار می گیرند که از شرایط اختصاصی زیر نیز برخوردار باشند:
- ۳-۲-۱- طرح ارسالی نباید در حد ایده باشد.
- ۳-۲-۲- محصول یا فناوری باید حداقل در مقیاس آزمایشگاهی تولید/سنتز شده باشد.
- ۳-۲-۳- بهبود خواص باید کاملاً اثبات شده و تکرارپذیر



یکی از مهمترین الزامات و پیش نیازهای ورود محصولات دانش بنیان به بازارهای بین المللی اطمینان از حفاظت از حقوق مالکیت فکری و اثبات حق مالکیت فناوران و شرکتهای آنهاست. از این رو نظام های مالکیت فکری و بویژه نظام ثبت اختراع (پتنت) برای ثبت رسمی این دستاوردها و احراز مالکیت افراد بر نوآوری ها و ابتکاراتشان در کشورهای مختلف ایجاد شده است.

عدم توجه به قوانین مالکیت فکری در بازار بین المللی می تواند خسارات زیادی را از جمله افشاء شدن فناوری در بازار هدف و یا مورد پیگرد قرار گرفتن از طرف رقبای سازندگان محصولات مشابه گردد. به همین منظور و در راستای حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از ورود محصولات شرکتهای دانش بنیان به بازارهای صادراتی جدید، بخشی از هزینه های خدمات مالکیت فکری نظیر ثبت اختراع بین الملل در بازار هدف و بررسی عدم نقض پتنت برای شرکتهای دانش بنیان پوشش داده می شود. شرکتهای دارای تاییدیه دانش بنیان از معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و حایز شرایط تعریف شده در این آیین نامه، مشمول این حمایت هائی باشند.

ماده ۱: خدمات مورد حمایت

کریدور در قالب حمایت از شرکتهای دانش بنیان، بخشی از هزینه های ثبت اختراع (پتنت) بین المللی شامل هزینه ی ثبت، پیاده سازی، دستمزد وکیل و همچنین

گفتگو با شرکت آرتاش کامپوزیت

نحوه دریافت و اخذ گواهینامه COC و تاثیر آن روی تولید و بازاریابی محصولات دانش بنیان

این گفتگو با هدف چگونگی اخذ گواهینامه COC و تاثیرات آن بر روی تولید و بازاریابی محصول الکترو جوش (آرترود) با مدیرعامل این شرکت، جناب آقای مهندس کمانکش ترتیب داده شده است.

شرکت آرتاش کامپوزیت در سال ۱۳۸۰ فعالیت خود را با تحقیق در مورد مس و نانو کامپوزیت های آن آغاز نمود. پس از گذشت چند سال، مهندسین شرکت به فرآیند ساخت نانو کامپوزیت مس آلومینا دست یافتند. این شرکت از سال ۱۳۸۴ محصول خود را با نام ARTRODE روانه بازار کرده و در حال حاضر یکی از بزرگترین تامین کنندگان کلاهک جوش نقطه ای و نازل های جوش زیر بودری در ایران می باشد.

چگونه متوجه نیاز و موانع ناشی از مجوز مورد نظر شدید؟ مصداق واقعی بیاورید که کدام بخش شرکت شما درگیر نداشتن چنین مجوزهایی بوده است؟

بحث استاندارد ها هنگامی مطرح می شود که محصول برای عرضه به بازار و مشتری فرستاده می شود و باید اعتماد آنان را جلب نماید. گام اول در اعتماد سازی برای مشتری این است که کلیه مستندات اعم از کاتالوگ، بروشور، رزومه، استانداردهای اخذ شده و سابقه محصول در اختیار مشتری قرار گیرد.

لزوم اخذ استانداردها و مجوزها بیشتر در کارکردهای فرامرزی و بین المللی احساس می شود. مطمئناً هنگام کار با یک شرکت خارجی محصول را با روشی صحیح باید ارائه داد در غیر این صورت خریدار وارد مذاکره نشده و محصول را خریداری نخواهد کرد.

در اینجا جا دارد نمونه ای که خود شرکت آرتاش با آن درگیر بوده را بیان کنم. در مراجعه به کشور ترکیه، شرکت سازنده قطعات خودروسازی از تست محصول ارائه شده توسط شرکت آرتاش سرباز زد. پس از راینی های متعدد با مدیران آن شرکت متوجه شدیم که محصول خود را به شکل صحیح و با ارائه مستندات لازم ارائه نکرده ایم و می بایست مدارک موجود به همراه مستندات قابل اطمینان به شرکت خریدار داده می شد تا خریدار بتواند بررسی های لازم را انجام دهد. به این ترتیب شد که شرکت آرتاش کامپوزیت به دنبال اخذ گواهینامه انطباق محصول (Certificate of Compliance) یا COC رفت.

قبل از گرفتن مجوز در نمایشگاه های خارج از کشور شرکت داشته اید؟ آیا محصول را از شما خریداری کردند؟

بله شرکت داشته ام. شرکت آرتاش به همراهی کریدور و ستاد نانو در چندین نمایشگاه شرکت کرده است و با مشکل خاصی روبرو نشدیم چرا که در آن زمان



قصد صادرات محصول را نداشتیم. بحث صادرات زمانی در شرکت مطرح شد که بازار داخلی ایران دچار رکود شد و شرکت لزوم داشتن چندین بازار هدف را احساس نمود. داشتن چندین بازار همزمان باعث می شود تا اگر یکی از بازارها دچار مشکل شود بتوان با استفاده از بازارهای دیگر شرکت را سرپا نگه داشت. و بدین ترتیب داشتن استاندارد جهت جذب به بازارهای فرامرزی ضروری شد.

آیا این مجوز با مجوزی که خودتان برای محصولاتان مدنظر داشتید یکسان بوده است؟ اگر خیر بفرمایید چگونه مجوز و استاندارد مخصوص محصول خود را ساختید؟

هدف ما بازار اروپا بود. استاندارد اروپا نیز با CE شناخته می شود. لذا برای اخذ این مجوز به کریدور مراجعه کردیم و از ایشان در مورد اینکه چگونه باید برای محصولمان این مجوز CE را دریافت کنیم، مشاوره گرفتیم. پس از راهنمایی های ایشان، ارتباط با کارشناس مربوطه و بررسی محصول، مشخص شد که استاندارد CE به محصول ما تعلق نمی گیرد زیرا CE برای تمامی محصولات صادر نمی شود و فقط مربوط به یک سری محصولات با مشخصات خاص می باشد. پس از کارشناسی های مکرر استاندارد مدنظر مشخص گردید که COC یا استاندارد انطباق محصول نام داشت.

فرآیند دریافت مجوز و همچنین پیاده سازی سیستم مدیریت کیفیت در شرکت شما شامل چه مواردی بود و شرکت مشاوره چه کارهایی را انجام داده اند؟

کریدور شرکت آرتاش را به کارگزار مربوطه معرفی کرد و از این طریق در بدو قضیه، متوجه شدیم پیش نیاز دریافت استاندارد

شده بتوانیم به این امر دست پیدا کنیم.

باز خوردهای شرکت های خریدار نسبت به شما پس از آنکه این مجوز را دریافت نموده اید چه تغییریاتی کرده است؟

بعد از گرفتن گواهینامه COC فقط در یک نمایشگاه حضور داشته ایم که هدف از شرکت در این نمایشگاه جلب اعتماد یک مشتری خاص بود که بحمد اله حاصل شد و با داشتن مجوز COC تمام نگرانی ها بر سر میز مذاکره از بین رفت و توانمندی محصول ثابت گردید. در حقیقت داشتن این مجوز باعث افزایش حس اعتماد به نفس در هنگام مذاکره با مشتریان می گردد.

چه توصیه ای به شرکت های دیگر در زمینه اخذ استانداردها و گواهینامه های بین المللی دارید؟

برای جذب بازارهای موفق و کسب اطمینان و اعتماد مشتری، اخذ این گواهینامه ضروری است زیرا برای بازارهای خارجی داشتن استانداردهای جهانی بسیار حائز اهمیت است.

آیا این گواهینامه مدت اعتبار دارد؟

مدت اعتبار گواهینامه ۳ سال است، مشروط بر اینکه هر سال به روز شود در غیر این صورت گواهینامه به صورت تعلیق در می آید.

و اما توضیحات پایانی.

هدف هر شرکت و یا بنگاه اقتصادی که در حال تولید محصول بومی است، گرفتن بخشی از بازارهای بین المللی است. اینکه به کشورها و بازارهای جهانی صادرات داشته باشد، زیرا هم برای کشور افتخار آفرین می شود و هم کسب درآمد می کند و لازمه داشتن صادرات به بازارهای جهانی اخذ استانداردها و مجوزهای بین المللی می باشد.

منبع: www.tesc.ir



ولی در زمینه فروش خارجی داشتن این مجوز شرطی لازم است ولی کافی نیست. امر صادرات در ایران به علت داشتن شرایط خاص در بین کشورهای دیگر دور از دسترس است ولی امید است که با وجود تحولات و روند مثبتی که ایجاد

دریافت این مجوز کدام بخش از مشکلات شما را در بخش فروش شرکت حل نموده است؟

بازار داخلی نیاز چندانی به دریافت مجوز ندارد و محصول از طریق توانمندی و ارتباطات به فروش می رسد.

COC، داشتن گواهینامه ISO 9001: 2008 می باشد. از آنجایی که شرکت آرتاش به علت جابجایی کارخانه و وجود مشکلات فنی در شرایط نامناسبی بود، گواهینامه ISO 9001 که قبلاً اخذ شده بود مورد قبول واقع نشد. شرکت مشاور کمک های بسیاری در اخذ، پیاده سازی و اجرای گواهینامه ISO 9001 نموده و سپس بحث استاندارد COC پیش گرفته شد.

به پیشنهاد شرکت مشاور با یکی از معتبرترین شرکت های صادرکننده گواهینامه های بین المللی یعنی شرکت SGS ارتباط برقرار کردیم. نمونه برداری ها انجام شد و پس از بررسی در آزمایشگاه، تایید شد. سرانجام با پیگیری های مکرر کریدور و شرکت مشاور در اسفند ماه سال ۱۳۹۱ استاندارد COC به شرکت تحویل داده شد.

آزمون ها و ارزیابی های انجام شده روی محصول شما شامل چه مواردی بوده و در کجا انجام شده است؟

برای دریافت گواهینامه انطباق محصول ما، کارشناس مربوطه از شرکت SGS جهت بررسی نمونه ها، یک شاخه از الکترودها را انتخاب نمود و چند سانتی متر از آن را برش داد و به آزمایشگاه انتخابی (آزمایشگاه متالورژی رازی) ارسال نمود. تست های لازم انجام و نتایج حاکی از آن بود که محصول هیچگونه عدم انطباقی با استانداردها ندارد و اینگونه بود که گواهینامه COC اخذ شد.

در مورد زمان و هزینه های پیاده سازی و دریافت گواهی دریافت شده توضیح دهید.

از ابتدای امر تا اخذ گواهینامه، حدود ۵ تا ۶ ماه به طول انجامید و هزینه های دریافت گواهینامه جدای تمام حمایت ها حدود ۱۶ میلیون تومان بود که ۸۰ درصد آن توسط کریدور حمایت شد.

همایش کاربردی تجارت با چین

ثبت نام سومین نمایشگاه تجهیزات و مواد آزمایشگاهی ساخت ایران



به گزارش مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، سومین نمایشگاه تجهیزات و مواد آزمایشگاهی ساخت ایران در ده بخش موضوعی نفت و پتروشیمی، برق - الکترونیک - نرم افزار، عمران و ساختمان، مکانیک، شیمی و متالورژی، کشاورزی و محیط زیست، فیزیک پایه، تجهیزات عمومی آزمایشگاهی، مواد آزمایشگاهی، مهندسی پزشکی و زیست مواد، تجهیزات و ماشین آلات در حوزه فناوری های راهبردی در اردیبهشت ماه سال ۱۳۹۴ در محل دائمی نمایشگاه های بین المللی تهران برگزار خواهد شد. بنا بر این گزارش، هدف از برگزاری این نمایشگاه حمایت از اشتغال پایدار در شرکت های دانش بنیان؛ توسعه فناوری از طریق ایجاد کشتش بازار برای توانمندسازی شرکت های سازنده از طریق حمایت از خرید تجهیزات، تقویت شرکت های دانش بنیان در پاسخگویی به نیازهای کشور، ظرفیت سازی برای صادرات محصولات دانش بنیان و ... می باشد.

کلیه شرکت های سازنده تجهیزات و تولیدکنندگان مواد آزمایشگاهی در داخل کشور می توانند به منظور ثبت نام در این نمایشگاه تا تاریخ ۳۰ بهمن ماه سال جاری به نشانی www.iranlabexpo.ir مراجعه کرده و یا با دبیرخانه نمایشگاه با شماره ۰۲۱-۸۸۹۶۵۷۸۳ تماس حاصل نمایند.

آقای سیدآزاده: رایزن بازرگانی ایران در چین
آقای کمالی اردکانی: رایزن بازرگانی سابق ایران در چین

آقای تفضلی: رئیس انجمن کشتیرانی و خدمات وابسته

آقای ادب: مدیرکل ثبت و موسسات غیرتجاری
آقای سیدموسویان: مدیرکل آسیا و اقیانوسیه سازمان توسعه تجارت ایران

آقای Ye Young: وابسته اقتصادی و بازرگانی چین در ایران

آقای اصغرزاده: مدیر شعب خارجی بانک پارسیان و نماینده سابق بانک تجارت در چین

آقای نکونام: مدیرکل صادرات و واردات سازمان ملی استاندارد

تاریخ و محل برگزاری: دوشنبه ۶ بهمن ماه، ساعت ۹ تا ۱۸ عصر، سالن همایش های بین المللی صدا و سیما

جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت مرکز آموزش بازرگانی به آدرس ibtc.ir مراجعه یا با شماره ۸۶۹۵ تماس حاصل فرمایید.

در صورت تمایل جهت دریافت فرم ثبت نام همایش، عدد ۱۱۴ به شماره ۰۲۱۸۶۹۵ پیامک فرمائید.

شایان ذکر است مرکز آموزش بازرگانی برای شرکت کنندگان در همایش، گواهینامه معتبر مرکز را صادر خواهد کرد.

- مذاکرات تجاری
- هشدارهای لازم برای تجارت با شرکت های چینی
- حل اختلافات تجاری
- نحوه تاسیس دفاتر تجاری
- اعتبارسنجی و شناسایی تولیدکنندگان معتبر چینی
- معرفی نمایشگاه های معتبر تجاری چین
- حمل و نقل، بیمه و بانک

مقامات، سفرا و مدیران حاضر در همایش

آقای افخمی: معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت و رئیس سازمان توسعه تجارت ایران

آقای رضوی: رئیس موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی

آقای عسگر اولادی: رئیس اتاق بازرگانی مشترک ایران و چین

آقای Pang Sen: سفیر چین در ایران

آقای صفری: سفیر سابق ایران در چین

آقای Guo Chuanwei: رایزن چین در ایران



تجارت و توسعه روابط تجاری به صورت حرفه ای با کشورهای هدف، در شرایط کنونی اقتصاد ایران بسیار حائز اهمیت است. بدین منظور مرکز آموزش بازرگانی وابسته به موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی وزارت صنعت، معدن و تجارت سلسله همایش های کاربردی تجارت با کشورهای هدف را در دستور کار دارد. این همایش ها که با حضور گسترده تجار، بازرگانان، تولیدکنندگان، فعالان اقتصادی، مدیران اقتصادی، مدیران اقتصادی و مسئولین تجاری برگزار می گردد ضمن بررسی راهکارهای حضور و افزایش سهم بازار کالا و خدمات ایرانی در کشورهای هدف، نحوه استفاده حداکثری از شرایط و ظرفیت های موجود را با رویکرد ارتقای تراز تجاری مدنظر قرار خواهد داد. در این راستا پس از برگزاری موفق همایش های کاربردی تجارت با کشورهای عراق، روسیه، قطر و امارات در ماه های گذشته توسط این مرکز، همایش کاربردی "تجارت با چین" با حضور معاونین و مشاورین وزیر صنعت، معدن و تجارت، مدیران کل مرتبط وزارت امور خارجه، روسای اتاق مشترک بازرگانی ایران و چین، رایزنان بازرگانی ایران در چین و چین در ایران در بهمن ماه سال جاری در محل سالن همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار می گردد.

محورهای همایش

- پتانسیل های صادراتی ایران به چین

از استانداردهای ملی تأیین المللی

موسسات استاندارد از جمله عواملی هستند که در آسودگی خاطر صادرکنندگان و واردکنندگان نقش بسیار مهمی را ایفا می کنند. در حقیقت این موسسات در ارتباط با کمیت و کیفیت کالاهایی که مبادله می شود تعاریف مشخص و مدونی را ارائه می کنند که از سوی دو طرف معامله پذیرفته می شود.

زبان استاندارد در عرصه تجارت زبان تفاهم بین المللی است. بنابراین مطابقت کالا و خدمات با استاندارد به این معنی است که بر اساس اصول و مقررات ویژه ای ارائه می شود.

اگر خریدار و فروشنده به استاندارد خاصی پایبند باشند می توانند بر پایه این زبان مشترک هر گونه داد و ستدی را به راحتی انجام دهند. اما استاندارد یا همین زبان مشترک در حوزه تجارت انواع مختلفی دارد و استانداردها را می توان در گروه های جداگانه ای تقسیم بندی کرد.

بر اساس این که خریدار و فروشنده از یک ملیت یا دو ملیت مختلف باشند داد و ستد بین آنها خرید و فروش داخلی یا صادرات و واردات تعریف خواهد شد. هر یک از این معاملات تابع استانداردهای خاصی است. بر این اساس انواع مختلف استانداردها را می توان در سه گروه ملی، منطقه ای و بین المللی طبقه بندی کرد.

استاندارد ملی در سطح یک کشور و از

سوی موسسه استاندارد آن کشور تعیین و منتشر می شود. در تعیین و تدوین استانداردهای ملی شرایط اقتصادی، جغرافیایی و امکانات موجود در آن کشور

هستند و باید بر اساس این استانداردها عمل کنند. استانداردهای منطقه ای از دیگر انواع استانداردها هستند که با هدف تسهیل مبادلات تجاری در منطقه جغرافیایی خاص که از تعدادی کشور همجوار یا گروهی از کشورهایی که مبادلات بازرگانی مشترکی دارند تهیه و تدوین می شود.

از استانداردهای منطقه ای می توان به استاندارد CE اشاره کرد که برای کالاهای مبادله شده در کشورهای

عضو اتحادیه اروپا مصداق و کاربرد دارد.

استاندارد CE به معنی انطباق با استانداردهای

اروپایی است و نشان دهنده این است که

کالای مورد نظر با شرایط تعیین شده

درباره ایمنی، بهداشت، محیط زیست و

حمایت از مصرف کننده انطباق دارد.

اگر صادر کننده و وارد کننده یک کالا مقیم دو

کشور در منطقه ای خاص مانند اتحادیه اروپا باشند

باید بر اساس استاندارد منطقه ای مورد نظر داد و

ستد کنند.

از دیگر انواع استانداردهای ملی می توان به استاندارد

های بین المللی اشاره کرد. این استاندارد با

توجه به شرایط روز دنیا و بر اساس ضرورت

از سوی سازمان های بین المللی مانند سازمان

جهانی استاندارد یا ISO تهیه، تدوین و

منتشر می شود. این استانداردهای همان طور

که از نامشان برمی آید در همه کشورها در سطح

دنیا اعتبار دارند. به عبارت دیگر صادرکنندگان و

واردکنندگان در دو کشور مختلف می توانند به پشتوانه

این استانداردهای بین المللی کالای مورد نظرشان را

داد و ستد کنند.

اجرای استانداردهای ملی است.

خریداران و فروشندگانی که در محدوده داخل کشور

داد و ستد می کنند ملزم به تبعیت از استانداردهای ملی

در نظر گرفته می شود. حفظ و ارتقای سطح فناوری،

حمایت از مصرف کنندگان و تولید کنندگان و در نهایت

تأیمن منافع مالی از مهم ترین اهداف مورد نظر در تهیه و



جایگاه فناوری نانو در ایران و جهان

سراسر کشور فعالیت دارند. همچنین بیش از ۳۰۰ شرکت دانش بنیان در کشور فعال هستند که از این تعداد ۱۴۸ شرکت محصولات کشاورزی، نساجی، صنایع غذایی، مواد و تجهیزات را تولید می کنند.

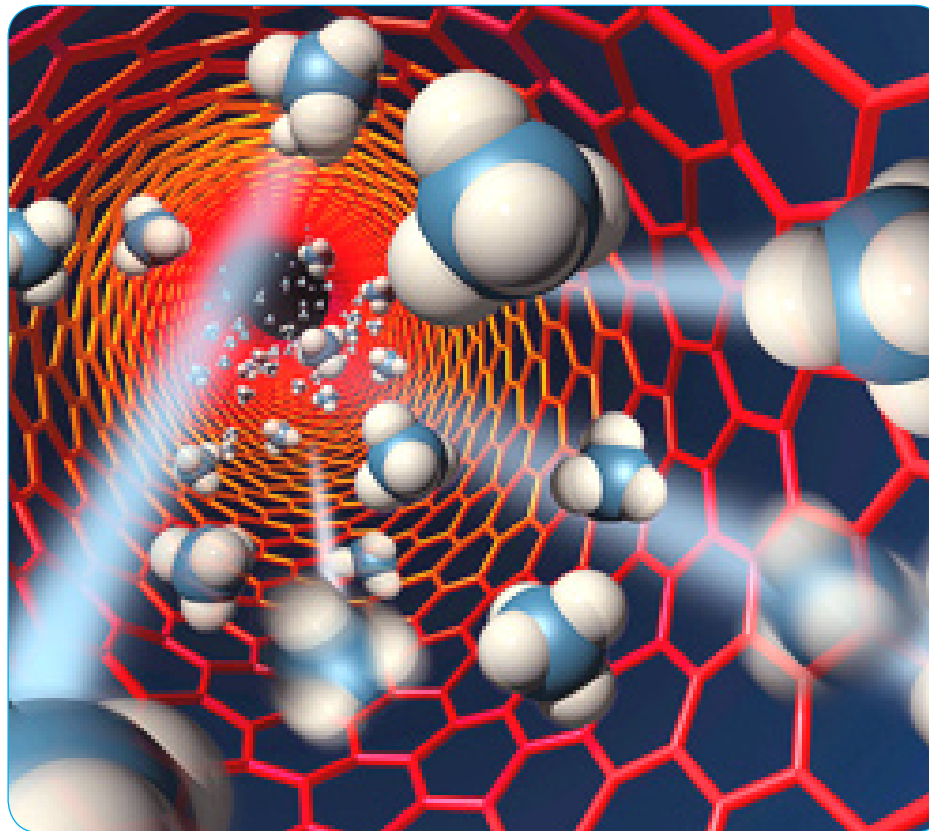
فناوری نانو و حوزه های کاربردی آن

در حال حاضر فناوری نانو بحثی است که تمام حوزه ها را در بر می گیرد و بر طیف گسترده ای از صنایع و محصولات تاثیر می گذارد.

برای مثال در بحث دارو، در آینده بیش از ۵۰ درصد داروها، داروهای نانویی خواهند بود که داروهایی هدفمند و هوشمند هستند.

از این رو اگر امروز صنعت دارویی کشور به فناوری نانو توجه نکند در آینده داروهای امروزی بازار نخواهند داشت و مردم کشور در آینده هزینه گزافی را بابت بی توجهی امروز صاحبان صنایع دارویی کشور پرداخت می کنند.

امروز نانو در صنایع کشاورزی، محصولات غذایی، پوشاک، نساجی، خودرو، نفت و پتروشیمی، آب و محیط زیست، ساختمان و به طور کلی تمامی صنایع کاربرد دارد. چنانچه نمی توان صنعت و یا حوزه ای را پیدا کرد که متاثر از فناوری نانو نباشد. از همین رو یکی از برنامه هایی که در بخش ترویج فناوری نانو توسط ستاد توسعه فناوری نانو در کشور مورد تمرکز است، ترویج فناوری نانو در صنعت می باشد.



در حال حاضر بیش از ۲۵ هزار متخصص نانو در بخش های مختلف علمی در کشور در حال تحقیق و پژوهش هستند و این در حالی است که در آغاز کار در این زمینه کمتر از ۱۰ نفر فعالیت داشتند. همچنین در این رابطه نیز بالغ بر ۸۸۰ دستگاه آموزشی و ۶۰ آزمایشگاه در

که در بازه زمانی ۱۰ ساله تغییر و تحولات بسیاری در حوزه فناوری های نوین بروز می کند.

در حال حاضر نیز با توجه به اتمام دوره اول ۱۰ ساله، مراحل پایانی تهیه و تدوین سند ۱۰ ساله دوم نیز توسط ستاد توسعه فناوری نانو صورت گرفته است.

فناوری نانو یا نانو تکنولوژی رشته ای از دانش کاربردی و فناوری است که جستارهای گسترده ای را پوشش می دهد. موضوع اصلی آن نیز مهار ماده یا دستگاه هایی در ابعاد کمتر از یک میکرومتر، معمولاً حدود ۱ تا ۱۰۰ نانو متر است.

در واقع نانو تکنولوژی فهم و به کارگیری خواص جدیدی از مواد و سیستم هایی در این ابعاد است که اثرات فیزیکی جدیدی - عمدتاً متاثر از غلبه خواص کوانتومی بر خواص کلاسیک - از خود نشان می دهند. از این رو نانو فناوری یک دانش به شدت میان رشته ای است و به رشته هایی چون فیزیک کاربردی، مهندسی مواد، ابزارهای نیم رسانا، شیمی ابرمولکول و حتی مهندسی مکانیک، مهندسی برق و مهندسی شیمی نیز مربوط می شود. در کشور ما نیز در مورد فناوری نانو یک سند راهبردی توسعه فناوری نانو تدوین شد که یک سند ۱۰ ساله بود و در شورای عالی انقلاب فرهنگی و هیات دولت به تصویب رسید.

یکی از مهمترین اهداف ارایه شده در این سند این بود که تا سال ۲۰۱۵ میلادی در تمام حلقه های زنجیره فناوری نانو از توسعه منابع انسانی، تولید علم، توسعه تکنولوژی و تولید محصولات نانو میان ۱۵ کشور برتر جهان قرار بگیریم.

از آنجایی که این سند با یک حوزه تکنولوژی کاملاً پویا مواجه بود در نتیجه نمی توانست سندی ایستا و ایستاتیک باشد بلکه باید سندی پویا را طراحی کرد چرا

بسیست کشور اول دنیا

در تولید علوم نانو در سال ۲۰۱۴

رتبه	کشور	مقالات نانو	سهم (درصد)
۱	چین	۳۸۱۴۶	۳۲.۲۷
۲	ایالات متحده	۲۰۴۳۷	۱۷.۲۹
۳	هند	۸۶۷۸	۷.۳۴
۴	کره جنوبی	۷۵۷۲	۶.۴۱
۵	آلمان	۷۱۹۲	۶.۰۸
۶	ژاپن	۶۷۴۵	۵.۷۱
۷	ایران	۵۰۲۶	۴.۲۵
۸	فرانسه	۴۸۳۶	۴.۰۹
۹	انگلستان	۳۹۷۸	۳.۳۶
۱۰	اسپانیا	۳۶۴۲	۳.۰۸
۱۱	ایتالیا	۳۴۵۶	۲.۹۲
۱۲	تایوان	۳۱۳۹	۲.۶۶
۱۳	روسیه	۳۰۶۰	۲.۵۹
۱۴	استرالیا	۲۸۵۹	۲.۴۲
۱۵	کانادا	۲۶۹۱	۲.۲۸
۱۶	سنگاپور	۲۱۳۰	۱.۸۰
۱۷	برزیل	۱۸۹۲	۱.۶۰
۱۸	لهستان	۱۷۴۷	۱.۴۸
۱۹	عربستان	۱۶۰۱	۱.۳۵
۲۰	سوئیس	۱۵۴۵	۱.۳۱

قلب را منقبض می کند تا از عوارض بعدی سکتة جلوگیری کند.

جایگاه ایران در رتبه هفتم علم نانو در سال ۲۰۱۴

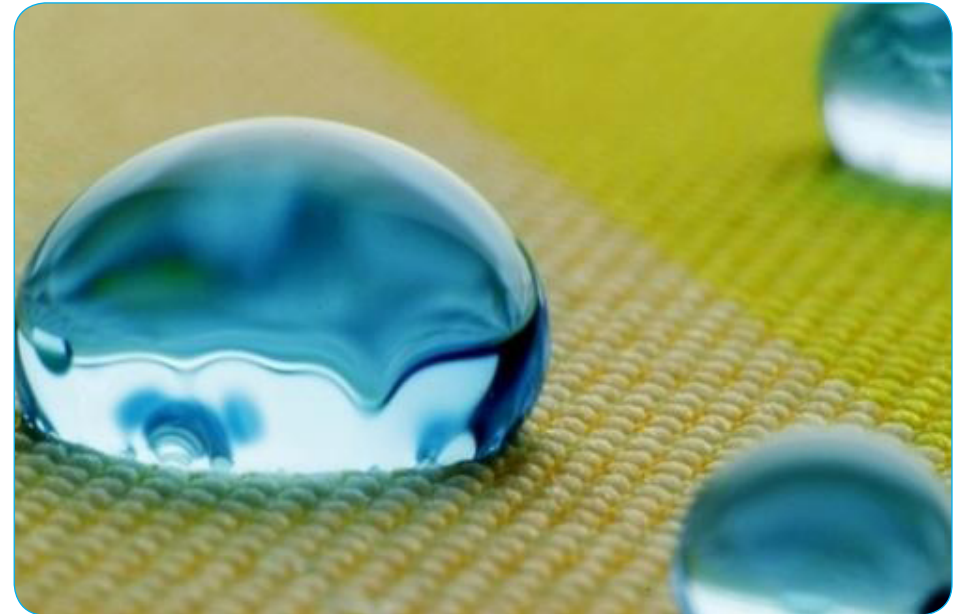
بر اساس آمار استت نانو، در سال ۲۰۱۴ در حدود ۹ درصد از یک میلیون و سیصد هزار مقاله‌ای که در بانک اطلاعات Web of Science نمایه شده‌اند به حوزه علوم و فناوری نانو مربوط می‌شوند. ایران با اختصاص ۴.۲۵ درصد از مقالات فناوری نانو دنیا به خود، در جایگاه هفتم این رتبه بندی تثبیت شد. کشورهای چین، ایالات متحده و هند بیشترین تعداد مقالات مرتبط با فناوری نانو را در سال ۲۰۱۴ داشته‌اند.

چین همچنان رتبه اول را در اختیار دارد و با رشد مستمر، فاصله خود را با سایر کشورها بیشتر کرده است. بیش از یک سوم از مقالات نانو را محققان چینی منتشر کرده‌اند و پس از آن، آمریکا با ۱۷.۳ درصد و هند با ۷.۳ درصد در رده‌های بعدی قرار دارند. فهرست ۲۰ کشور اول در تولید علوم نانو در جدول ۱ نمایش داده شده است.

عربستان سعودی با رشد ۳۱ درصدی، بیشترین رشد را نسبت به سال ۲۰۱۳ داشته و از رتبه ۲۳ به رتبه ۱۹ صعود کرده است. پس از عربستان، هند با ۱۲ درصد بیشترین رشد را داشته است. هم‌اکنون عربستان پس از ایران، در رده دوم کشورهای اسلامی در انتشار مقالات نانو ایستاده است. ایران نیز از رتبه هشتم در سال ۲۰۱۳ به رتبه هفتم رسیده است.

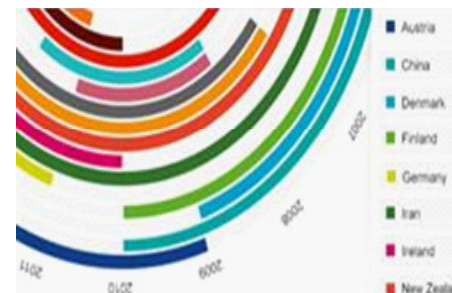
منابع: ستاد توسعه فناوری نانو

www.isti.ir



دارو فقط سلول سرطانی را از بین می‌برد و سایر سلول‌ها، سالم می‌مانند و این در حالی است که در درمان شیمیایی بیماران سرطانی شخص بیمار بعد از مصرف دارو دچار عوارض جانبی مانند ریزش مو، دندان و کندی فعالیت کلیه می‌شود.

در بیماری سکتة قلبی، داروی هوشمند به محض دریافت کوچکترین علائم در بدن آزاد شده و ماهیچه



همچنین از آنجایی که کشور ما از لحاظ منابع نفت، گاز و انرژی خورشیدی قوی است بنابراین به کارگیری نانو در حوزه انرژی، تولید انرژی، ذخیره سازی آن و صرفه جویی در مصرف یکی از اولویت‌های ستاد نانو است.

با عنایت به اینکه نانو تکنولوژی در سه فاز شامل نانو مواد پایدار، فناوری نانو در صنعت و نانو فناوری هوشمند فعالیت می‌کند، در حال حاضر ایران طیف وسیعی از مواد پایه نانو را تولید می‌کند و به حد تولید صنعتی در حد یک تن رسیده است و در آینده پارچه، فلزات و داروهای هوشمند به بازار خواهند آمد و مردم نتایج و بازخورد این تحقیقات در دانش نوین را در زندگی روزمره خواهند دید.

در حوزه دارو نیز؛ داروهایی هدفمند ساخته شده که با استفاده از نانو تکنولوژی برای درمان بیماری سرطان،

سومین دوره تور علمی و کارگاه دیپلماسی علم و فناوری با هدف آشنایی رایزنان بازرگانی ایران به منظور توسعه صادرات کالا و خدمات دانش بنیان

معاون امور بین الملل و تبادل فناوری معاونت علمی در پایان ابراز کردند: اگر سفرا، رایزنان و کارشناسان دستگاه دیپلماسی کشور با مباحثی مانند علم و فناوری آشنا شوند می توانند در دوره فعالیت خود در توسعه علم و فناوری کشور و توسعه صادرات محصولات دانش بنیان نقش موثری داشته باشند.

بر اساس این گزارش، معاون علمی و فناوری رییس جمهوری شخصا به دعوت از وزرا و مسوولان عالی رتبه برای شرکت در برنامه ها و تورهای علمی این معاونت اقدام کرده است و طی این مدت اعضای محترم کابینه و سایر مسوولان در برنامه های مختلف به بازدید از پارک

فناوری پردیس معاونت علمی پرداخته اند. معاونت علمی و فناوری رییس جمهوری همچنین تورهای مختلفی را برای اقشار مختلف جامعه در برنامه های خود در سال جاری گنجانده است که تا کنون چند تور علمی شامل بازدید از مجموعه مپنا و شرکت سیناژن، پارک های علمی و فناوری و ویژه اهالی رسانه برگزار شده است و برای سایر اقشار و گروه ها از جمله اساتید دانشگاه و دانشجویان و رایزنان علمی نیز برنامه های متنوعی در دست اجرا است.



خود رایزنان و کارشناسانی که در دوره شرکت می کردند نیز نظرات و تجربیات شان را در زمینه همکاری های فناوری ارائه دادند.

به گفته علی مرتضی بیرنگ معاون امور بین الملل و تبادل فناوری معاونت علمی برگزاری این کارگاه ها دو بعد دارد؛ یکی نهادینه شدن گفتمان علم و فناوری در توسعه مناسبات سیاسی و دیپلماسی و یکی هم استفاده از ظرفیت دستگاه دیپلماسی برای توسعه همکاری های علمی و فناوری ایران با دیگر کشورها.

دوره، متخصصانی مطالبی در حوزه نانو تکنولوژی و بیوتکنولوژی ارائه دادند و شرکت کنندگان با وضعیت این فناوری ها، بیشتر آشنا شدند.

کارشناسان شرکت کننده، بازدیدهایی نیز از پارک فناوری پردیس معاونت علمی و برخی شرکت های فناوری مستقر در آن داشتند تا از نزدیک و به طور ملموس با بحث اقتصاد دانش بنیان و دستاوردهای فناوری کشور علم و فناوری آشنا شوند.

در کارگاه سوم آیتمی در نظر گرفته شد که بر این اساس

در راستای اجرایی شدن برنامه اقدام مشترک میان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و وزارت امور خارجه در حوزه دیپلماسی علم و فناوری، معاونت امور بین الملل و تبادل فناوری معاونت علمی اقدام به برگزاری تور و کارگاه دیپلماسی علم و فناوری در کشور نموده است.

سومین دوره تور علمی و کارگاه دیپلماسی علم و فناوری در پارک فناوری پردیس معاونت علمی برگزار شد و جمعی از کارشناسان شرکت کننده در دوره ارتقا به درجه رایزن یکمی در این کارگاه آموزشی شرکت کرده اند.

این کارگاه ها با هدف توسعه دیپلماسی علمی و فناوری کشور و آشنا کردن رایزنان با مقوله علم و فناوری و توسعه صادرات محصولات دانش بنیان کشور و در ادامه تورهای علمی و فناوری توسط معاونت علمی برگزار شد.

این دوره ها از مهر ماه آغاز شده است و دو دوره آن در مهر و آبان ماه برگزار شد. سومین دوره آن نیز با حضور ۶۷ کارشناس وزارت امور خارجه برپا شده است که در ابتدا این افراد با مباحثی مانند اقتصاد دانش بنیان و دیپلماسی علم و فناوری آشنا شده اند.

برای آشنایی کارشناسان شرکت کننده در این

تکنیک‌های مذاکره



پیتر دراگر اندیشمند و صاحب‌نظر بزرگ آمریکایی در عرصه مدیریت معتقد است، هنر متقاعد کردن راز موفقیت انسانها و یا شرکت‌های تجاری موفق است. امروزه بسیاری از شرکت‌ها جهت برنده شدن در مناقصات و مزایده‌ها در عرصه تجارت، از متخصصین زبده در امر مذاکرات تجاری بهره می‌گیرند. در ادامه چند راهکار در مذاکرات تجاری ذکر می‌شود که حاصل تجربیات این مشاوران حرفه‌ای می‌باشد:

۱. هیچگاه اولین پیشنهاد را شما ندهید

بسیار ساده است، اینطور نیست؟ تا آنجا که می‌توانید، در هر موقعیتی هم که برای مذاکره قرار دارید، اولین پیشنهاد را شما ندهید. اگر طرف شما با یک پیشنهاد بزرگ جلو آمد، نشان می‌دهد که ممکن است معامله انجام نشود و آنها راهشان را بکشند و بروند چون سنگ بزرگ همیشه نشانه نزدن است. با رعایت این نکته می‌توانید از قصد و نیت طرفتان مطلع شوید.

۲. همیشه دو خریدار را در کنار هم قرار دهید

کاری که به شما خیلی قدرت عمل می‌دهد این است که همیشه برای یک جنس مشخص دو خریدار را کنار هم قرار دهید. چه در کار باشد و چه در تجارت، اینکه دو نفر خواستار شما باشند همیشه باعث افزایش قدرت شما می‌شود.

۳. همیشه قیمت بالاتری بدهید

همیشه قیمتی بالاتر از قیمت واقعی خودتان اعلام کنید، اما نه اینقدر بالا که کسی حتی برای نگاه کردن هم جلو نیاید چون با اینکار فقط یک طمعکار جلوه خواهید کرد.

۴. هیچگاه خود را مشتاق نشان ندهید

هر چقدر هم که به نظرتان معامله عالی باشد و کلی با آن سود کرده باشید و بسیار خوشحال باشید، هیچوقت چهره خود را شاد و مشتاق به طرف مقابل نشان ندهید. چون با اینکار درونتان را به آنها نشان خواهید داد و این اصلاً خوب نیست. همیشه خونسرد و آرام باشید.

۵. همیشه برای ترک مذاکره آماده باشید

اصلاً مهم نیست که چقدر دوست دارید آن معامله انجام شود، باید همیشه خود را برای سرنگرفتن معامله هم آماده نشان دهید. ممکن است این سخت‌ترین کار در طی یک مذاکره باشد، اما گاهی بسیار به نفع شما خواهد بود. اگر می‌بینید که مذاکره‌ای درست نیست و ممکن است سرتان کلاه گذاشته شود، می‌توانید سریعاً کناره‌گیری کنید.

۶. فکر کنید که طرف معامله به شما نیاز دارد

یکی از سخت‌ترین قسمت‌های معامله این است که شما فکر کنید طرف شدیداً به شما نیاز دارد. اگر اینطور

فکر نکنید، اعتماد به نفستان پایین خواهد آمد. همیشه در ذهنتان مجسم کنید که طرف معامله عمیقاً خواستار کالای شماست.

۷. یاد بگیرید که ساکت بمانید

گاهی اوقات وقتی پیشنهادی به شما ارائه می‌شود، خیلی مهم است که جوابی نداده و چیزی نگویید. برای ۳۰ دقیقه، ۹۰ دقیقه، یک ساعت، برای هر چقدر که شده دهانتان را باز نکنید. سکوتی ناراحت‌کننده ایجاد کنید و طرف مقابل برای شکستن این سکوت جزئیات بیشتری بیان خواهد کرد. شما ساکت بمانید، کناره‌گیری نکنید اما فقط به آنچه که طرف مقابل بازگو می‌کند گوش |فرا دهید.

۸. در مورد همه چیز تحقیق کنید

چه با دانستن در مورد گذشته طرف معامله‌تان باشد، چه اتفاقاتی که در جریان مذاکره می‌افتد یا تحقیق در مورد کالای مورد نظر باشد، همیشه بدانید که در چه مورد می‌خواهید صحبت کنید.

۹. هیچگاه در وسط کار مذاکره را بر هم نزنید

در معاملات همیشه تخفیف و امتیاز دهی صورت می‌گیرد. مهم نیست که از چقدر می‌گذرید تا مذاکره را تمام کنید، اما مهم این است که مذاکره نباید بر هم بخورد. هر چند که ممکن است آخر کار اصلاً رضایت زیادی از آن مذاکره نداشته باشید.

۱۰. همیشه مودب باشید

مهم نیست که طرف مقابلتان با شما بد حرف می‌زند یا کالایتان را تحقیر می‌کند، شما هیچگاه خونسردی خود را از دست ندهید. با بدرفتاری چیزی جز شرمندگی نصیبتان نخواهد شد.

منبع: www.e-modiran.com

ژاپن



ژاپن (سرزمین خورشید تابان) کشوری جزیره ای در شرق آسیا و در حاشیه غربی اقیانوس آرام است. این کشور از چهار جزیره اصلی به نام های هوکایدو، هونشو، شیکوکو و کیوشو تشکیل شده است. این کشور با هیچ کشوری مرز خاکی مشترکی ندارد. جمعیت این کشور بالغ بر ۱۳۰ میلیون نفر است. واحد پول آن ین ژاپن است و زبان رسمی این کشور، ژاپنی و شینتو، بودا و کنفوسیوس ادیان مهم ژاپن هستند. توکیو پایتخت این کشور می باشد. شهرهای مهم و بزرگ این کشور یوکوهاما، ناگويا، هیروشیما، اوزاکا، کیوتو، اکییتا است و ساعت بین المللی ژاپن پنج و نیم ساعت از ایران جلوتر است.

محیط سیاسی، قانونی و اقتصادی

- با پذیرش امپراتور به عنوان نماد کشور، ژاپن یک نظام مشروطه سلطنتی است. ولی بر اساس قانون، حکومت این کشور دارای سیستم پارلمانی است. در قانون اساسی، پارلمان به عنوان عالی ترین ارگان تصمیم گیری در زمینه مسائل کشور تعیین شده است. امپراتور ژاپن در امور اجرایی کشور دخالتی ندارد و امور حکومتی تعیین شده در قانون اساسی را انجام می دهد.
- بر اساس ارزیابی های انجام شده توسط نهادهای بین المللی، ژاپن از ثبات بالایی برخوردار است.

- در قوانین کنونی، سرمایه گذار خارجی می تواند تنها با اطلاع قبلی به وزارتخانه مربوطه در ژاپن، آزادانه در این کشور سرمایه گذاری کرده و پس از آن سرمایه خود را با همان ارز از کشور خارج کند.

- گمرک ژاپن همواره یکی از منظم ترین گمرک های جهان بوده و در عین حال مقررات و فرآیندهای خاص خود را دارد. بر اساس قوانین گمرکی ژاپن، ورود هر گونه مواد غذایی همراه مسافر، هنگام ورود به این کشور ممنوع است.

- قانون مالکیت فکری ژاپن از تمامی آثار معنوی و فکری حمایت می کند. این کشور به سازمان جهانی مالکیت فکری پیوسته است. ژاپن بسیاری از معاهده ها و پیمان های این سازمان را پذیرفته است.

- بر اساس قانون ارز و تجارت خارجی ژاپن، انتقال ارز از این کشور به سایر کشورها با کم ترین میزان کنترل دولت انجام می شود. بانک مرکزی این کشور، در مقایسه با بانک مرکزی سایر کشورها با اعمال کم ترین کنترل، محدودیتی

برای داد و ستد و انتقال ارزهای خارجی ایجاد نکرده است.

- بر اساس قوانین کنسولی، همه اتباع خارجی برای ورود به خاک ژاپن باید روادید بگیرند. تمدید روادید در این کشور به سختی انجام می شود، بنابراین پیشنهاد می شود که مدت اقامت را بر مبنای زمان تعیین شده برنامه ریزی کنید تا با مشکل مواجه نشوید.

- صنایع عمده این کشور شامل تجهیزات الکترونیکی، فولاد و فلزات غیر آهنی، خودروسازی، مواد شیمیایی، کشتی سازی، بافندگی و منسوجات، ماشین ابزار، صنایع غذایی فرآوری شده می باشد.

- غلات، میوه و سبزیجات درصد بالایی از محصولات کشاورزی ژاپن را تشکیل می دهند. امروزه تولید و صادرات ماکارانی و برنج در این کشور افزایش یافته است.

- خدمات بانکداری، بیمه و آموزشی از جمله صنایع تراز اول و جهانی این کشور هستند و حجم قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی این کشور را تشکیل می دهند.

- مناسب ترین زمینه های سرمایه گذاری در ژاپن عبارتند از: خودرو و صنایع وابسته به آن، خرده فروشی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، بیوتکنولوژی، فناوری نانو، بانکداری و بیمه، خدمات بهداشتی، درمانی و پزشکی و خدمات زیست محیطی
- وجود فرودگاه ها و خطوط جاده ای، ریلی و آبراهی درجه یک و فعال باعث شده که سیستم حمل و نقل کالا در این کشور وضعیت بسیار مناسبی داشته باشد.

آداب مذاکره

چکیده ای از ویژگی های فرهنگی مردم و بازرگانان ژاپنی به منظور بهبود فرآیند مذاکره در زیر بیان شده است:

- پیشنهاد می شود در ژاپن براهر گونه نشست و ملاقات، سر وقت حاضر شوید و برای وقت دیگران ارزش قایل باشید. ولی حتی اگر کسی دیرتر از موعد هم خود را برساند، دیگران ناراحتی خود را در این باره کمتر آشکار می کنند.

- ژاپنی ها مردمی ساده، جدی و سخت کوش هستند و حس وطن دوستی در آنها قابل توجه است.

- حفظ ارتباط چشمی با فرد مذاکره کننده در جلسات مهم است.

- بیشتر بازرگانان ژاپنی به زبان انگلیسی صحبت نمی کنند.

- نظم و انضباط، پوشش لباس رسمی، همراه داشتن کارت ویزیت و دادن هدیه به طرف مقابل در ملاقات ها و به ویژه در نخستین برخورد مهم است.

- ژاپنی ها بیشتر ترجیح می دهند به جای نامه، فکس یا پست الکترونیک از تماس تلفنی جهت ارتباطات استفاده شود.

- سرباز زدن از تعهدات و وقت شناس نبودن، موجب بدنامی فرد یا موسسه خواهد شد.

- هر چیزی که موجب از میان رفتن غرور و اعتبار اجتماعی افراد شود، در نشست های بازرگانی با ژاپنی ها بسیار زیان بخش است.

راهکارهای بازاریابی و فروش

در ژاپن مانند دیگر کشورهای جهان راهکارهای ویژه بازاریابی و فروش محصولات وجود دارد. برخی از این راهکارها عبارتند از:



بانک های مهم

ردیف	نام بانک	سایت اینترنتی
۱	Bank of Tokyo-Mitsubishi	www.btm.co.jp
۲	Sumitomo Bank	www.sumitomobank.co.jp
۳	Dai-ichi Kangyo Bank	www.dkb.co.jp
۴	Mizuho Financial Group	www.mizuhobank.co.jp
۵	Sakura Bank	www.sakura.co.jp
۶	Fuji Bank	www.fujibank.co.jp

اطلاعات دفتر سازمان تجارت خارجی ژاپن در تهران

دفتر سازمان تجارت خارجی ژاپن (جترو) در تهران
نشانی نمایندگی در تهران: خیابان ولی عصر (هج)، بالاتر از بزرگراه نیاش، خیابان حافظ، شماره ۱۰۶، طبقه ۵، جترو. تلفن: ۰۰۹۸ ۲۱ ۲۲۰۱۲۲۰۱ دورنگار: ۰۰۹۸ ۲۱ ۲۲۰۱۲۶۲۲ سایت: www.jetro.go.jp

سایت های اینترنتی وزارتخانه ها و سازمان ها

نام وزارت یا سازمان	سایت اینترنتی
دفتر نخست وزیری	www.kantei.go.jp
وزارت کشاورزی، جنگلیاتی و شیلات	www.maff.go.jp
وزارت زمین، ساختمان، حمل و نقل و گردشگری	www.mlit.go.jp
وزارت آموزش، فرهنگ، ورزش، علوم و تکنولوژی	www.mext.go.jp
سازمان تجارت خارجی ژاپن	www.jetro.go.jp
وزارت امور مالی	www.mof.go.jp
وزارت دفاع	www.mod.go.jp
وزارت عدالت	www.moj.go.jp
وزارت کار، بهداشت و رفاه	www.mhlw.go.jp
وزارت امور داخلی و ارتباطات	www.soumu.go.jp
وزارت امور خارجه	www.mofa.go.jp
وزارت اقتصاد، تجارت و صنعت	www.meti.go.jp
وزارت محیط زیست	www.env.go.jp

عمده محصولات صادراتی ایران به کشور ژاپن به شرح زیر می باشد:

ردیف	نام محصول
۱	کل محصولات
۱	سوخت های معدنی و نفت خام
۲	محصولات شیمیایی آلی
۳	فرش و سایر کفپوش ها از مواد نسجی
۴	آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم
۵	چدن، آهن و فولاد
۶	ماهی ها و قشرداران، صدفداران و سایر آبزیان بدون ستون فقرات
۷	میوه های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند
۸	قهوه، چای ماته و ادویه
۹	سنگ فلز، جوش و خاکستر
۱۰	فرآورده ها از سبزیجات، میوه ها یا از سایر اجزای نباتات
۱۱	روی و مصنوعات از روی
۱۲	فرآورده های گوشت، ماهی یا قشرداران، صدفداران یا سایر آبزیان بدون ستون فقرات
۱۳	کالا های دسته بندی نشده (سایر کالاها)
۱۴	انگرم ها، صمغ ها، رزین ها و سایر شیرها و معصاره نباتی
۱۵	مس و مصنوعات از مس

مراجعه نموده و رسید رسمی دریافت کنید. بانک های ژاپنی از روزهای دوشنبه تا جمعه تا ساعت ۳ بعد از ظهر فعالیت دارند.

- سفر به سراسر ژاپن آسان ولی کمی گران است. تاکسی ها همواره امن و در دسترس و جاده ها نیز به لحاظ ساختاری و ایمنی، مطلوب و بدون مشکل هستند.

تجارت خارجی

- اقلام عمده واردات کشور ژاپن شامل سوخت های معدنی و نفت خام، ماشین آلات و دستگاه های برقی، دیگ های بخار و آبگرم، سنگ فلز، جوش و خاکستر، آلات و دستگاه های اپتیک، عکاسی، سینما توگرافی، وسایل نقلیه زمینی، محصولات شیمیایی آلی، اشیای چوبی و پوشاک هستند.
- کشورهای چین، آمریکا، عربستان سعودی، امارات، استرالیا، کره جنوبی، اندونزی و تایوان هشت شریک عمده وارداتی ژاپن (صادر کنندگان به ژاپن) را تشکیل می دهند.

سفارت خانه ها

سفارت ایران در ژاپن
آدرس: توکیو ۱۰۶، میناتو-کو، مینامی - آزابو، ۳-۱۰-۳۲ شماره پستی: ۳۴۴۸۹۰۲۲ تلفن: (۰۰۸۱) ۳۳ ۳۴۴۶۸۰۱۱ (۰۰۸۱) ۳۳ ۳۴۴۶۸۰۱۳ (۰۰۸۱) ۳۳ ۳۴۴۶۸۰۱۴ (۰۰۸۱) ۳۳ ۳۴۴۶۸۰۱۵ تلفن بخش کنسولی: (۰۰۸۱) ۳۳ ۳۴۴۶۸۰۲۱ (۰۰۸۱) ۳۳ ۳۴۴۶۸۰۲۳ دورنگار: ۳۴۴۶۲۳۸۳ (۰۰۸۱) ۳۳

سفارت ژاپن در ایران
آدرس: تهران، میدان آرژانتین، خیابان شهید احمد قصر (بخارست)، نیش خیابان پنجم، شماره ۱۲ تلفن تماسی از داخل ایران: ۸۸۷۱۷۹۲۲ (۰۰۹۸) ۲۱ تلفن: ۸۸۷۱۷۹۲۳ (۰۰۹۸) ۲۱ ۸۸۷۱۳۳۹۶ (۰۰۹۸) ۲۱ دورنگار: ۸۸۷۱۳۵۱۵ (۰۰۹۸) ۲۱

- پیشنهاد می شود، اطلاعات مرتبط با کیفیت کار، نوع جنس و خدمات پس از فروش به صورت سازمان یافته ارایه شود. در این راستا می توان از نظرات کارشناسان و متخصصین ژاپنی و ایرانی و بازرگانان توانمند و شناخته شده بهره برد.

- مطالعه گزارش های بازارشناسی و بازاریابی، پیش از ورود به بازار این کشور راه گشاست.

- در بسیاری از موارد ناگهان ماندن صادرات مواد غذایی به ژاپن ناشی از کیفیت و بسته بندی نامطلوب است. لذا بایستی کیفیت مواد غذایی و بسته بندی آن جهت صادرات به ژاپن بهبود یابد.

- پیشنهاد می شود با توجه به دقت خریداران در زمینه کیفیت و استاندارد کالاها، برای دریافت گواهی های جهانی مرتبط با استاندارد محصول، اقدام شود. مشخصات استاندارد یاد شده باید در کاتالوگ ها، بروشورها و ابزارهای تبلیغاتی درج شوند.

- تبدیل دلار و ارزهای خارجی به ین در بانک ها و هتل های بزرگ انجام می شود. بهتر است پیش از انجام هر گونه معامله، پول جاری این کشور را در اختیار داشته باشید.

- در این کشور ارایه خدمات به مشتری در اولویت است. اگر به ژاپن سفر کنید، خواهید دید که کارمندان و مسولان ادارات، برای خدمت به شما داوطلب هستند. ژاپنی ها عقیده دارند که رسیدگی به کارهای ارباب رجوع در اولویت است. برخورد خوب تعهدی است که ژاپنی ها در خود احساس می کنند. بنابراین بهتر است در برخورد با ژاپنی ها، مانند آنها ارایه خدمات مطلوب را فراموش نکنید.

- برای تبدیل دلار بهتر همراه با گذرنامه به بانک ها

صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران



گسترش و کاربرد اختراع و نوآوری و تجاری‌سازی نتایج تحقیق و توسعه (شامل طراحی و تولید کالا و خدمات) در حوزه فناوری‌های برتر و با ارزش افزوده فراوان به ویژه در تولید نرم‌افزارهای مربوط تشکیل شده‌اند.

به منظور کمک به تجاری‌سازی نوآوری‌ها و حمایت از اختراعات و شکوفاسازی و کاربردی نمودن دانش فنی توسط شرکتهای دانش بنیان، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری پس از بررسی و داوری طرح‌های دانش بنیانی که در حوزه‌های مختلف علم و فناوری ارائه می‌شوند، تسهیلاتی را به صورت کمک یا قرض الحسنه برای طرح‌های منتخب و برگزیده اختصاص می‌دهد. ارائه این کمک‌ها و تسهیلات به شرکت‌های دانش بنیان از طریق صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران کشور صورت می‌پذیرد. صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران کشور در راستای تسریع و تسهیل ارائه این کمک‌ها و تسهیلات، با بهره‌گیری از به روزترین فرآیندهای الکترونیکی و ارتباطی، امکان تشکیل پرونده و پیگیری مراحل گردش کار پرداخت تسهیلات را از هر نقطه‌ی کشور، برای شرکت‌های دانش بنیان فراهم آورده‌است.

کلیه مراحل پرداخت به شرکتهای دانش بنیان به صورت الکترونیکی و از راه دور در نهایت سرعت و دقت انجام گرفته و آخرین گزارشات مربوط به مراحل گردش کار از طریق پیامک و ایمیل به اطلاع متقاضیان محترم می‌رسد.

منبع: insf.gov.ir

تحقیقات پژوهشی محققین کشور و استفاده از مزیت‌های متراتب فاصله بین تحقیق و توسعه (R&D) را کوتاه نموده و ارتباط بین مراکز علمی و صنعتی را به شکل اصولی و علمی سامان‌دهی و حمایت نماید.

زمینه‌های حمایت از شرکت‌های دانش بنیان

یکی از انواع خدماتی که صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران کشور انجام می‌دهد، حمایت از طرح‌های پژوهشی بنیادی و کاربردی پژوهشگران با هدف کمک به پیش برد مرزهای دانش و حل مسائل اساسی کشور بر اساس اولویت‌های علمی کشور در شاخه‌های مختلف علوم در چارچوب عرصه‌های اولویت‌داری که هر ساله توسط صندوق اعلام می‌شود، می‌باشد.

طبق قانون حمایت از شرکتها و مؤسسات دانش بنیان و تجاری‌سازی نوآوریها و اختراعات، شرکت‌ها و مؤسسات دانش بنیان شرکت یا مؤسسه‌ای خصوصی یا تعاونی هستند که به منظور هم‌افزایی علم و ثروت، توسعه اقتصاد دانش محور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی (شامل

سازی مناسب جهت تولید و انتقال تکنولوژی، حمایت از ثبت اختراع و اکتشاف و نتایج پژوهش، کمک به گسترش مرزهای دانش و تولید علم، کمک به تجاری‌سازی نتایج پژوهش و تسهیل در بهره‌گیری جامعه از نتایج پژوهش از جمله این اهداف هستند.

در صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران کشور پروژه‌های تحقیقاتی مورد حمایت قرار می‌گیرند که بر اساس نیازها و مزیت‌های کشور توصیف شده باشند. منبع مورد استفاده در تعیین اولویت‌های تحقیقاتی کتاب چاپ شده در اولویت تحقیقاتی شورای پژوهشهای علمی وقت کشور است. کارگروه‌های تخصصی صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران کشور موظف هستند اولویت‌ها را در رشته‌های مختلف با شرایط زمانی تطبیق داده و استفاده نمایند.

صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران کشور تلاش دارد با توسعه و ثبت اختراعات و تجاری‌سازی نتایج



توسعه پایدار و پیشرفت هر کشوری مرهون پرورش، حفظ و نگهداری سرمایه‌های علمی، پژوهشی و فناورانه آن کشور است. پژوهشگران و فن‌آوران موجب ترقی، تعالی، توسعه علمی و فناوری و در نهایت توسعه پایدار همه جانبه را برای کشور فراهم می‌سازند، از این رو شناسایی، برقراری ارتباط و حمایت از این قشر توانمند جامعه به منظور استفاده از مشارکت و همکاری‌های علمی آنان در زمینه‌های گوناگون در راستای تولید علم و فناوری و توسعه از اولویت ویژه‌ای برخوردار است. برای نیل به این هدف، در راستای تحقق بند ۴ اصل سوم قانون اساسی و به استناد بند ۱۶ مصوبه جایگاه، اهداف و وظایف شورای عالی انقلاب فرهنگی، «صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران» به منظور رفاه محققان و سامان‌دهی مناسب برای تولید علم و فناوری و هم‌افزایی علم، تولید و ثروت و آماده‌سازی بستر اجرایی آن‌ها در جهت سوق دادن منافع تحقیقاتی و فناوری به مردم و در نهایت توسعه پایدار کشور، تأسیس شده‌است.

اهداف و رسالت صندوق

هدف از تأسیس صندوق، شکوفایی امور تحقیقاتی در راستای تولید علم، فناوری و تجاری‌سازی و بهره‌مند شدن مردم از نتایج آن‌ها، از طریق ارائه کمک‌ها و خدمات حمایتی و مادی و معنوی به پژوهشگران و فناوران حوزوی و دانشگاهی ایرانی اعم از حقیقی و حقوقی می‌باشد. فراهم نمودن زمینه تبادل اطلاعات پژوهشی، ایجاد ساختار و زمینه‌های مناسب جهت همکاری‌های پژوهشی، بستر



رویش مجدد مو با کمک دانش زیست فناوری

مدیر عامل: سرکار خانم پروین برادران

نانو تکنولوژی و متالوژی تاسیس کنم.

جدیدترین محصول شما در حوزه زیست فناوری کدام است؟

جدیدترین محصول ما که هم اکنون به تولید انبوه رسیده، تولید آل آمینو اسید است؛ اسید آمینه کنونی بازار به صورت راستگرد و در حدود ۴ تا است. ما آمديم ۲۰ اسید آمینه ضروری را به صورت چپگرد با کاربری های فراوان ساختم؛ تولید کودهای گیاهی، تامین خوراک دام و طیور از جمله موارد قابل استفاده از این اسید آمینه هاست. رشد مجدد مو و ابرو نیز از دیگر محصولات حیوانی است که حاصل خالص سازی این اسید آمینه هاست. این محصول ۲۰ اسید آمینه ضروری دارد و بر مبنای پروتئین ها گرفته شده است و از آنجایی که آمیختگی بسیار خوبی با بدن دارد، باعث تقویت مو و ابرو می شود؛ زمانی که فولیکول موهای فرد آسیب ندیده باشد، این محصول می تواند عمل غذا رسانی به فولیکول را انجام دهد و موجب رشد مجدد مو و ابرو شود.

آیا این محصولات تاییدیه های لازم را اخذ و استانداردهای بین المللی را رعایت کرده اند؟

این محصول تاییدیه های لازم بهداشتی اش را از وزارت بهداشت دریافت کرده و به ثبت اختراع رسیده است. همچنین استانداردهای لازم بین المللی را هم رعایت کرده است. در حال حاضر ما از ظرفیت های خالی از کارخانه های بزرگ ایران برای تولید انبوه این محصول استفاده کرده ایم.

چه مزیتی باعث تمایز این محصول نسبت به نمونه های مشابه خارجی شده است؟

هم اکنون محصولاتی موجود در بازار مانند ماینوکسین شیمیایی هستند. این محصولات اگر چنانچه پس از مدتی مورد استفاده قرار نگیرد،

امروزه دستیابی به دانش های نوین زیست فناوری، شیمی زیست محیطی، نانو تکنولوژی و متالوژی برای انجام ماموریت های مختلف از اهمیت ویژه ای برخوردار است؛ در این بین کشورهایی صاحب اقتدارند که به چنین تکنولوژی های دست یابند. اهمیت این موضوع باعث شد تا خبرنگار ماهنامه صادرات و خدمات دانش بنیان گفت و گویی اختصاصی با سرکار خانم پروین برادران، مدیر عامل شرکت دانش بنیان فناوران ابزار دقیق کوهرنگ و یکی از شش زن برتر کار آفرین فناور جهان در دیده بان جهانی کارآفرینی در سال ۲۰۱۲ (کنسرسیوم دانشگاهی متشکل از تیم های علمی پژوهشی است که ماموریت اصلی آن ارزیابی و ارایه داده های پژوهشی معتبر در سطح بین المللی در خصوص فعالیت های کارآفرینانه است) انجام دهد که در ادامه می آید.

چگونه شما به عنوان یک کارآفرین برتر به حوزه زیست فناوری ورود پیدا کردید و شرکت دانش بنیانی برای تحقق این موضوع تاسیس کردید؟

من حدود ۱۳ سال مدیر تحقیق و توسعه یکی از کارخانه های بزرگ ایران بودم. متأسفانه اغلب کارخانه ها و سازمان ها و نهادها، منابع انسانی را به عنوان سرمایه نگاه نمی کنند و کمتر بها و ارزشی به محصولات طراحی و ساخته شده این افراد می دهند. من پس از گذشت مدت زمانی به این ذهنیت رسیدم که خودم می توانم محصولاتی را تولید کنم که مفید واقع شوند و بخشی از نیاز مردم جامعه ام را برطرف کند به همین دلیل تصمیم گرفتم در حوزه تولید محصولات فناوری های پیشرفته وارد شوم و شرکت دانش بنیانی در حوزه زیست فناوری، شیمی زیست محیطی،

فرد ریزش مو پیدا می کند در صورتی که فرد با استفاده از این محصول دچار چنین مشکلی نمی شود؛ این محصول برخلاف نمونه های شیمیایی پوست یا رگ های خونی را تحریک نمی کنند و کاملاً طبیعی است و حتی در آن رنگ و اسانس اضافه نشده است. در ضمن این محصول نسبت به نمونه های خارجی بسیار ارزان قیمت تر است. محصولات خارجی از ۴ اسید آمینه اما محصول ما از ۲۰ اسید آمینه ضروری درست شده است بنابراین نه تنها قیمت آن بلکه کیفیت آن نیز از نمونه های مشابه بازار بهتر است.

بازار هدف صادراتی شما کدام کشورهاست؟

بسیاری از کشورهای اطراف و حتی اروپایی.

برنامه آینده تان چیست؟

من قصد دارم شرکتی را به یک شرکت چند ملیتی تبدیل و اندیشه های بزرگی را طراحی کنم. قطعاً برای طراحی اندیشه های بزرگ راهی سخت در پیش دارم و نمی توانم راکد باقی بمانم به همین دلیل من برای تجاری سازی محصولاتم تنها نمی توانم به همین مملکت فکر کنم. اینک من به این می اندیشم که چگونه در بازارهای جهانی سهمی را به خود اختصاص دهم.

شناسایی بازار هدف

جهت انجام فعالیت صادرات آگاهی از مراحل آن حایز اهمیت می باشد. در این شماره و در ادامه بخش پیام مشاور، مرحله دوم فلوچارت مراحل صادرات کالای دانش بنیان با عنوان "شناسایی بازار هدف مناسب کالا با در نظر گرفتن پتانسیل های داخلی شرکت" توضیح داده می شود.

فلوچارت مراحل صادرات کالای دانش بنیان

مرحله اول	شناسایی کد تعرفه کالا
مرحله دوم	شناسایی بازار هدف مناسب کالا با در نظر گرفتن پتانسیل های داخلی شرکت
مرحله سوم	آگاهی از فرهنگ و آداب رسوم و قوانین داخلی بازار هدف مورد نظر
مرحله چهارم	آگاهی از قوانین و مقررات صادرات کالا
مرحله پنجم	شناسایی خریدار کالا
مرحله ششم	تعیین قیمت پایه صادراتی
مرحله هفتم	ارسال پیش فاکتور به خریدار کالا در کشور مقصد
مرحله هشتم	اعتبارسنجی خریدار خارجی
مرحله نهم	عقد قرارداد با خریدار خارجی
مرحله دهم	کسب مجوز صدور از ارگانها و سازمانهای ذیربط
مرحله یازدهم	آگاهی از نحوه بسته بندی کالا
مرحله دوازدهم	اظهار کالا به گمرک
مرحله سیزدهم	عقد قرارداد حمل، بیمه کالا و بیمه پول
مرحله چهاردهم	دریافت گواهی بازرسی کالا در صورت لزوم
مرحله پانزدهم	صدور فاکتور و اخذ گواهی مبدا
مرحله شانزدهم	مراجعه به گمرک و ارسال کالا

۲- شناسایی بازار هدف مناسب کالا با در نظر گرفتن پتانسیل های داخلی شرکت

پس از شناسایی کد تعرفه کالا مرحله دوم یافتن بازار هدف مناسب در کشورهای دیگر است. جهت انتخاب بازارهای هدف مناسب باید شاخصهای متعددی را مورد توجه قرار داد. از جمله مهمترین این شاخصها می توان به بررسی میزان رشد واردات جهانی محصول در کشورهای دیگر، تراز تجاری کشور، میزان حقوق ورودی محصول، بعد مسافت، سابقه صادراتی این محصول طی سالهای گذشته از ایران را اشاره کرد که به واسطه آن میتوان بر مبنای اطلاعات گذشته بازار هدف مناسب را پیدانمود. در ادامه به بررسی شاخص های ذکر شده خواهیم پرداخت.

الف) میزان رشد واردات جهانی محصول

نرخ رشد واردات، نشان دهنده پتانسیل ورود کالا به آن کشور است. جهت یافتن نرخ رشد واردات کشور می توانیم با مراجعه به سایت <http://www.trademap.org> و با وارد کردن کد تعرفه کالای مورد نظر نرخ رشد واردات کشورها را طی سالهای گذشته مشاهده و مورد بررسی قرار دهیم. هر چقدر نرخ رشد واردات کشوری از میانگین نرخ رشد واردات بیشتر باشد نشان دهنده این است که کشور مطلوبیت بیشتری در واردات محصول مورد نظر دارد. به طور مثال نرخ رشد واردات کنتور گاز طی سالهای ۲۰۰۹-۲۰۱۳ در جدول زیر آمده است. همانطور که مشاهده می کنید نرخ رشد واردات (۱۹) از میانگین رشد واردات (۸) بیشتر است و این امر نشان دهنده این است که محصول مورد نظر در این کشور یکی از شاخصهای بازار هدف مناسب را دارا می باشد. ضمن اینکه باید رتبه در رشد

واردات نیز جهت اولویت بندی بازار هدف مناسب نیز در نظر گرفته شود.

ب) تراز تجاری کشور

دومین شاخص در تعیین بازار هدف صادراتی، تراز تجاری است. به تفاوت بین صادرات و واردات کالاها و خدمات "تراز تجاری" گفته می شود. به طور خلاصه تراز تجاری نتیجه خالص صادرات یک جامعه اقتصادی است و مانده مثبت نشان دهنده صادرات بیشتر و مانده منفی نشان دهنده واردات بیشتر خواهد بود. درواقع مقدار مثبت (اگر صادرات بیشتر از واردات باشد) به نام «مازاد تجاری» مشخص و مقدار منفی به نام «کسری تجاری» یا «شکاف تجاری» مشخص می شود. چنانچه تراز تجاری کشوری منفی باشد، نشان دهنده این است که میزان واردات کشور بیشتر از میزان صادرات آن می باشد بنابراین کشور مورد نظر از دومین فاکتور مطلوبیت بهره مند می باشد. به طور مثال تراز تجاری کشور روسیه



یافته می باشد. جهت شناسایی بازار هدف مناسب بررسی هزینه های حمل و نقل حایز اهمیت است. چرا که ممکن است شاخص های ذکر شده بازار هدف مناسب باشند ولی هزینه بالای حمل و نقل نتواند توجیه اقتصادی مناسبی برای شرکت جهت صادرات محصول مورد نظر به کشوری با بعد مسافت طولانی تری از کشور مبدأ داشته باشد.



پتانسیل خوبی جهت صادرات محصول برخوردار است. به منظور استخراج حقوق ورودی کشورهای مختلف برای محصول مورد نظر از مبدأ ایران به آن کشورها، با ورود به سایت www.macmap.org و با وارد کردن کد تعرفه ۶ رقمی بین المللی آن محصول می توانید میزان حقوق ورودی محصول مورد نظر را مشاهده نمایید. به طور مثال تعرفه ورودی محصول "کنتور گاز" به کشور روسیه در سال ۲۰۱۴، ۱۰ درصد و به کشور سنگاپور ۰ درصد می باشد و این امر نشان دهنده این است که کشور روسیه حقوق ورودی بالایی را جهت ورود کالا از ایران در نظر گرفته است.

(د) بعد مسافت

بعد مسافت جهت تعیین هزینه های حمل و نقل نقش بسزایی دارد. هزینه های حمل و نقل بخش قابل توجه ای از قیمت تمام شده کالا را در بر دارد. کشورهای در حال توسعه به طور معمول نرخ بالاتری برای حمل محمولات خود بصورت درصدی از ارزش وارداتی سیف شامل هزینه کرایه و بیمه را می پردازند. همچنین هزینه های حمل و نقل زمینی و عوارض ترانزیت کالا و سایر هزینه های مربوطه در این کشورها بسیار گران تر از کشورهای توسعه

در سال ۲۰۱۳، ۲۸۱۵۳- هزار دلار می باشد و این امر نشان دهنده این است که این کشور یکی از شاخصهای بازار هدف مناسب را دارا می باشد. علاوه بر تمرکز بر تراز تجاری منفی، رتبه در تراز تجاری منفی نیز جهت اولویت بندی بازار هدف مناسب حایز اهمیت است.

(ج) میزان حقوق ورودی محصول

متداولترین محدودیت وارداتی برای کالاهای خارجی در سیستم بازرگانی بین المللی تعرفه گمرکی می باشد. در این نوع محدودیت، دولت خارجی مقرراتی را برای دریافت مالیات تحت نام های حقوق گمرکی، سود بازرگانی، و یا کلمات مشابه آن برای کالاهای وارداتی وضع می نماید. حقوق گمرکی که خود یک نوع مالیات غیر مستقیم محسوب می گردد و عبارت از وجوهی است که به موجب جدول تعرفه گمرکی از کالاهای ورودی دریافت می گردد و برای توسعه اقتصادی و حمایت از صنایع داخلی هر کشوری می باشد. تعرفه می تواند برای تولید درآمد مالیاتی یا دلسرد کردن واردات کالا یا هر دو اعمال شود. به صورت کلی هر چقدر میزان حقوق ورودی محصول مورد نظر از کشور مبدأ به کشور مقصد پایین تر (نزدیک به صفر) باشد، کشور مورد نظر از

جدول ۱ - کشورهای عمده واردکننده «کنتور گاز» با شماره تعرفه ۹۰۲۸۱۰ در دنیا

کشور	میزان پولی واردات در سال ۲۰۱۳ (۱۰۰۰ دلار)	تراز بازرگانی در سال ۲۰۱۳ (۱۰۰۰ دلار)	حجم واردات در سال ۲۰۱۳ (تن)	ارزش واحد (دلار بر تن)	رشد واردات بین سال های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۳ (درصد)	سهم از واردات جهانی (درصد)
کل کشورها	653528	6047	0	-	8	100
کانادا	52108	-44542	715433	73	24	8
ایالات متحده آمریکا	41066	47288	635149	65	19	6.3
فدراسیون روسیه	36997	-28153	2404	15390	19	5.7
انگلستان	32709	-16335	1470	22251	10	5
هلند	31945	-22762	1053	30337	37	4.9
ایتالیا	26054	-12067	0	-	-14	4

کشور وارد کننده	سال	ورژن سیستم هماهنگ شده نام گذاری	حقوق ورودی (درصد)
رومانی	2014	HS12	2.10%
سنگاپور	2014	HS12	0%
عراق	2014	HS12	5.00%
عربستان سعودی	2014	HS12	5.00%
فدراسیون روسیه	2014	HS12	10.00%
فدرال کره	2009	HS07	8.00%

شناسنامه ماهنامه

ماهنامه مجازی پیام صادرات کالا
و خدمات دانش بنیان

سال اول، شماره دهم

دی ماه ۱۳۹۳

مجری: ویکی آیدیا (شبکه مبادلات فناوری)

دبیر اجرایی: مهندس میثم دهقانی منش

همکاران این شماره: بهاره صفوی،

فرانک فراهانی جم، سهیل امیری،

یوسف حسن پور، محمد عباسی،

امیر حسین یزدان پرست، داود زحمتکش،

گیتی ضیایی، غلامرضا یعقوبی،

فرزانه صدقی، مرجان پرورش محسنی

گرافیکست: فهیمه کبان خواه

نشانی: تهران، خیابان انقلاب اسلامی،

چهارراه کالج، کوچه سعیدی، پلاک ۵،

شرکت مدیریت فناوری یکتا دانش مفید

تلفکس: ۰۲۱۸۸۹۳۰۱۶۵

پست الکترونیک: Export@wikiidea.ir

■ ماهنامه مجازی پیام صادرات کالا و خدمات دانش بنیان آماده انتشار اخبار، مقالات و دیدگاه های شخصیت های حقیقی و حقوقی فعال در حوزه صادرات می باشد.

■ مسئولیت صحت مطالب بر عهده منبع ذکر شده می باشد.

■ علاقه مندان جهت دریافت ماهنامه می توانند نام و نام خانوادگی خود را به پست الکترونیک ماهنامه ارسال فرمایند.

۱۲،۸ درصد، توانست که از جایگاه سیزدهم که در سال ۲۰۱۳ در آن قرار داشت ۲ رتبه صعود کند و به جایگاه ۱۱ ام بیايد. شرکتی که در جایگاه دهم قرار دارد Panasonic است که تنها ۹۲ پتنت بیشتر از اپل داشته است. رتبه اول از آن IBM Big Blue می باشد که ۷۵۳۴ پتنت در سال گذشته میلادی ثبت کرده است. جایگاه دوم نیز از آن سامسونگ، یکی از بزرگ ترین رقبای اپل می باشد که نشان می دهد این شرکت کره ای نیز فکری های زیادی در سر دارد. شرکت های Canon، Sony و Microsoft نیز به ترتیب در جایگاه های سوم تا پنجم قرار دارند.

اپل در صدر لیست صد برند با ارزش سال ۲۰۱۴

شرکت اپل با رشد ۲۱ درصدی ارزش خود، توانست در سال ۲۰۱۴ ارزش کلی برند خود را به ۱۱۸ میلیارد دلار برساند و تبدیل به با ارزش ترین برند دنیا در سال جاری میلادی شود. پس از آن شرکت گوگل با رشد ۱۵ درصدی توانست به ارزش ۱۰۷ میلیارد دلار برسد و جایگاه دوم را به چنگ آورد. شرکت بزرگ IBM نیز با عقب گردی ۸ درصدی، به ارزش ۷۲ میلیارد دلاری رسید. شرکت مایکروسافت رشدی ۳ درصدی را تجربه کرد و توانست ارزش برند خود را به ۶۱ میلیارد دلار برساند و جایگاه پنجم را امسال کسب کند. از نکات جالب توجه لیست برترین برندهای امسال، عقب ماندن غول های خودروسازی دنیا مانند تویوتا، بنز و بی ام دبلیو از شرکت های بزرگ تکنولوژی در رده های بالا است.

سه معیار اصلی این رده بندی عبارتند از: ۱. کارکرد مالی محصولات برند، ۲. میزان تأثیر برند در انتخاب محصول و ۳. میزان تأثیر برند در افزایش قیمت محصول.



شرکت اپل (Apple Inc) یک شرکت چند ملیتی آمریکایی است که در زمینه طراحی و ساخت لوازم الکترونیکی مصرفی و نرم افزار کامپیوتر فعالیت می کند. این شرکت ابتدا با نام شرکت کامپیوتری اپل (Apple Computer Inc) در شهر کوپرتینو در ایالت کالیفرنیا، واقع در دره سیلیکون کشور آمریکا تاسیس شد.

این شرکت در دهه هفتاد میلادی با معرفی ریزرایانه های اپل I، اپل II، اپل III و پس از آن مکینتاش به بازار به آغاز و گسترش نوعی رایانه شخصی کمک فراوانی نمود.

اپل معمولاً به تولید سخت افزارهای نوین و دارای طراحی صحیح معروف است. از محصولات سخت افزاری این شرکت می توان آی پاد، آی مک، مک بوک و آی فون را نام برد. همچنین این شرکت در زمینه تولید نرم افزار هم فعالیت دارد. نرم افزارهای

آی تونز، آی لایف، آی ورک و سیستم عامل مورد استفاده در رایانه های این شرکت مک او اس ده نیز نمونه هایی از فعالیت نرم افزاری این شرکت هستند. مدیریت اجرایی این شرکت بر عهده استیو جابز بوده است. وی یک ماه قبل از مرگش از ریاست این شرکت کناره گیری کرد و به جای آن تیم کوک ریاست این شرکت را بر عهده گرفته است. استیو جابز همراه با استیو ورنیاک و رونالد وین این شرکت را بنیانگذاری کردند. رونالد وین در کمتر از دو هفته پس از تاسیس شرکت سهام خود را به جابز و ورنیاک واگذار کرد.

اپل در جایگاه یازدهم ثبت پتنت در سال ۲۰۱۴

در سال ۲۰۱۴، کمپانی بزرگ اپل ۲۰۰۳ پتنت مختلف ثبت کرده است که نشان دهنده اهداف بسیار زیاد این شرکت برای سال های آتی است. ثبت پتنت های متعدد توسط یک شرکت؛ نشان دهنده اهداف آن شرکت است و مشخص می کند که یک شرکت چه میزان به دنبال ایده های نو و خلاقانه رفته است. نزدیک شدن اپل به ۱۰ شرکت برتر تهدیدی بسیار جدی برای شرکت های دیگر به حساب می آید زیرا ممکن است که در سال های آتی شاهد یک محصول فوق العاده از این شرکت باشیم. البته لازم به ذکر است که در لیست شرکت های برتر از اپل در این رده بندی نیز نام های آشنایی از جمله سامسونگ به چشم می خورد. شرکت اپل با افزایش تعداد پتنت های ثبت شده نسبت به سال گذشته به میزان