



- ۲ <<< سند راهبرد ملی توسعه صادرات محصولات دانش بنیان در راه است
- ۳ <<< زمینه ضمانت صادرات و فروش محصولات دانش بنیان به صورت اعتباری فراهم شد
- ۴ <<< اعتبار اسنادی چیست؟
- ۵ <<< تسهیلات معاونت علمی و فناوری برای صادرات کالا و خدمات دانش بنیان
- ۶ <<< فرهنگ مذاکره، راهنمای تجارت با مالزی
- ۸ <<< درس هایی از صادرات کالاهای دانش بنیان ترکیه
- ۹ <<< گواهی بهداشت برای محصولات صادراتی
- ۱۰ <<< صنعت داروسازی
- ۱۲ <<< مصاحبه با مدیر عامل شرکت دانش بنیان ایده پرداز پاسارگاد کیان، مهندس مسعود ولی نیا
- ۱۳ <<< صندوق ضمانت صادرات ایران
- ۱۴ <<< ارتباط با مشتری نیازمند مدیریت است

سند راهبرد ملی توسعه صادرات محصولات دانش بنیان در راه است

سفن نخست

دانش بنیان و دستیابی به رتبه اول اقتصاد دانش بنیان در منطقه را مدنظر قرار داده و به عنوان یکی از اهداف اصلی اقتصاد مقاومتی عنوان کرده اند.

در این میان تولید بالای محصولات دانش بنیان در دنیا و سهم اندک آن در ایران، ارزش افزوده بالای محصولات دانش بنیان، زیرساخت های مناسب و فراوان در کشور، جمعیت و تراکم بالای جمعیت شهرنشین و جایگاه اقتصاد دانش بنیان در استقلال کشور از جمله مواردی هستند که ضرورت توجه ویژه به توسعه صادرات محصولات دانش بنیان را دوچندان کرده اند. البته از آنجا که سیاستگذاری توسعه صادرات کار پیچیده و چند وجهی است و متغیرها و دستگاه های

متنوعی در آن دخالت دارند به چارچوب و سندی علمی و تجربه شده نیاز است تا در ارکان ذیربط هماهنگی، همدلی و همراستایی ایجاد کند. بنابراین سند راهبرد ملی توسعه صادرات محصولات دانش بنیان پاسخ مناسبی به این نیاز می باشد و در آن تقسیم کار ملی پیش بینی شده تا از این طریق نقش و وظیفه هر کدام از ارکان نظام فن آوری در حوزه صادرات محصولات دانش بنیان مشخص شود. آنطور که محمدرضا ایزدیان، مدیر کل دفتر توسعه کسب و کار بین المللی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری اعلام کرده زمان زیادی تا نهای شدن این سند باقی نمانده است. چراکه در حال حاضر این سند در مرحله آماده سازی قرار دارد و قرار است پس از تایید مراجع ذیربط و نیز معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری به اجرا درمی آید.



تدوین سند راهبرد ملی توسعه صادرات محصولات دانش بنیان در حالی مورد توجه قرار گرفته که صادرات محصولات دانش بنیان و بطور کلی توجه به اقتصاد دانش بنیان برای کشور امری ضروری است و از مهم ترین محورهایی که در سیاست های ابلاغی اقتصاد مقاومتی به آن توجه خاصی گردیده محسوب می شود. این سند در واقع از آنجا نشأت می گیرد که می بایست در قالبی منظم و منسجم راه حلی برای رفع بخش مهمی از مشکلات صادرات محصولات دانش بنیان اندیشیده شود.

رهبر معظم انقلاب نیز بارها ارتقای جایگاه جهانی کشور و افزایش سهم تولید و صادرات محصولات و خدمات



«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.»

نرخ تسهیلات فعالیت های دانش بنیان ۴ درصد کاهش یافت

معاون علمی و فناوری رییس جمهوری گفت: هیات امنای صندوق توسعه ملی با توجه به لزوم حمایت از شرکت های دانش بنیان و با پیگیری های صورت گرفته از سوی این معاونت با کاهش ۴ درصدی نرخ تسهیلات فعالیت های دانش بنیان موافقت کرد.

به گزارش ایرنا دکتر سورنا ستاری در نشست با اساتید و هنرمندان برجسته، به حمایت های ویژه از شرکت های دانش بنیان اشاره کرد و افزود: در حوزه شرکت های دانش بنیان تسهیلات فوق العاده ای در نظر گرفته شده است که از آن جمله می توان به پرداخت تسهیلات ۳۰۰ میلیون تومانی و نیز اعطای معافیت های مالیاتی و گمرکی اشاره کرد. وی گفت که به منظور آسان سازی فرایند دریافت تسهیلات تنها با دریافت چک و سفته به شرکت های دانش بنیان وام پرداخت می شود. ستاری خاطر نشان کرد که اعتبار صندوق توسعه ملی برای حمایت از شرکت های دانش بنیان ۱۰۰۰ میلیارد تومان است و صندوق آمادگی دارد تا به شرکت های دانش بنیان با ارایه ضمانت نامه های بانکی تسهیلات پرداخت کند.

تقویم نمایشگاه های داخلی و خارجی

ردیف	عنوان	زمان	مکان
۱	دومین نمایشگاه بین المللی فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال	۱۶ الی ۱۸ شهریور	نمایشگاه بین المللی تهران
۲	سیزدهمین نمایشگاه بین المللی ماشین آلات ماشین آلات و مواد اولیه بیسکویت، شیرینی و شکلات ایران	۲۴ الی ۲۷ شهریور	نمایشگاه بین المللی تهران
۳	ششمین نمایشگاه بین المللی نوشیدنی ها و صنایع وابسته	۲۴ الی ۲۷ شهریور	نمایشگاه بین المللی تهران
۴	اولین نمایشگاه بین المللی دارو، صنایع و تجهیزات وابسته (IRANPHARMA ۲۰۱۴)	۲۴ الی ۲۷ شهریور	نمایشگاه بین المللی تهران
۵	نهمین نمایشگاه بین المللی ایران پلاست	۴ الی ۷ مهر	نمایشگاه بین المللی تهران
۶	نمایشگاه بین المللی مواد غذایی	۲۷ مهر الی ۱ آبان	سیال - فرانسه



تسهیل و کاهش هزینه های تأمین مالی شرکتهای دانش بنیان جهت حضور موفق در بازارهای صادراتی، کمک به ایجاد و توسعه شبکه های کسب و کار در سطح شرکت های دانش بنیان با رویکرد صادرات، تقویت همکاری با سیستم بانکی در جهت توسعه اعطای اعتبارات صادراتی، بیمه و تضمین اعتبارات و سرمایه گذاریهای مربوط به کالاها و خدمات صادراتی شرکت های دانش بنیان، ایجاد تسهیلات لازم به منظور توسعه صادرات با کمترین هزینه و با استفاده بهینه از منابع موجود، تسریع در صدور انواع پوشش های ضمانتی و بیمه ای و قبول ریسک های تجاری و سیاسی آن، تسریع در اعتبار سنجی مشتریان به منظور تعیین سقف اعتباری و رتبه بندی صادر کنندگان و ارائه گزارش های تحلیلی و تخصصی در رشته مربوط حسب درخواست طرفیت است.

با امضای تفاهم نامه میان معاونت علمی و صندوق ضمانت صادرات ایران؛ زمینه ضمانت صادرات و فروش محصولات دانش بنیان به صورت اعتباری فراهم شد

در واقع این مجموعه فعالیت هایی که در حوزه علم و فناوری نهادهای زیر مجموعه دولت اتفاق می افتد را هدایت و هماهنگ می کند. این معاونت با دستور مقام معظم رهبری تأسیس شد تا برای حوزه علم و فناوری کشور راهبری کند.

طاهر شه حامد، رئیس صندوق ضمانت صادرات ایران درباره زمینه های همکاری صندوق ضمانت صادرات ایران با معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری خاطر نشان کرد: این صندوق می تواند در زمینه ضمانت صادرات و فروش محصولات به صورت اعتباری هم مشارکت داشته باشد و ریسک های صادراتی را پوشش دهد چرا که ما بعد از بیمه ایران بزرگترین شرکت بیمه کننده هستیم. براساس این گزارش موضوع همکاری این تفاهم نامه شامل مواردی چون کمک به توسعه بازارهای خارجی کالاها و خدمات شرکت های دانش بنیان، مشارکت و همکاری در تهیه بانک اطلاعاتی جامع صادراتی شرکت های دانش بنیان، کمک به

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در راستای گسترش حمایت از توسعه صادرات و تجاری سازی محصولات و خدمات دانش بنیان و هدایت نهایی این فعالیت ها به مجاری صادراتی تفاهم نامه ای با صندوق ضمانت صادرات ایران امضا کرد.

به گزارش مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، دکتر علیرضا دلیری معاون توسعه مدیریت و منابع معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در راستای گسترش حمایت از توسعه صادرات و تجاری سازی محصولات و خدمات دانش بنیان و هدایت نهایی این فعالیت ها به مجاری صادراتی، تفاهم نامه ای با طاهر شه حامد، رئیس صندوق ضمانت صادرات ایران امضا کرد.

دکتر دلیری در جلسه امضای تفاهم نامه مذکور، با اشاره به وظایف تعریف شده معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، اظهار کرد: این معاونت حوزه بالادستی عرصه علم و فناوری است

نشست انجمن بازرگانان و صاحبان صنایع مستقل ترکیه (موسیاد)

به گفته رایزن بازرگانی سفارت ترکیه در تهران، انجمن بازرگانان و صاحبان صنایع مستقل ترکیه (موسیاد) دومین نشست توسعه کسب و کار منطقه ای خود را در تاریخ ششم سپتامبر ۲۰۱۴ برابر با ۱۵ شهریور ۱۳۹۳ در محل مرکز فرهنگی و همایش های دانشگاه فنی دریای سیاه (کارادنیز) در شهر ترابوزان ترکیه برگزار خواهد کرد. در نظر گرفته شده تا هیأت هایی متشکل از بازرگانان ایرانی و گرجستانی در قالب هیأت های خرید در این نشست شرکت کنند. بازرگانان ایرانی در این نشست امکان آشنایی و عقد قراردادهای کاری با همتایان خود از کشور ترکیه و گرجستان را خواهند داشت.

علاقه مندان به شرکت در این نشست می توانند برای کسب اطلاعات بیشتر و چگونگی حضور در این رویداد با شماره های زیر تماس حاصل کنند.

۰۹۱۲۲۰۷۷۲۸۰ - ۸۸۳۲۱۶۳۷ - ۸۸۳۲۱۶۳۶

چشم انداز صادرات ۵۰۰ میلیون دلاری محصولات و خدمات دانش بنیان به اندونزی

استمرار تعامل و همکاری های مثبت و سازنده دو طرف به انجام رسیده است و از این رو، انتظار می رود شرکت های دانش بنیان ایرانی با استفاده از این فرصت، بازارهای جدید خود را در این کشور که جمعیتی بیش از ۲۰۰ میلیون نفر دارد، پیدا کنند. بی شک حضور شرکت های دانش بنیان در این بازار بزرگ، صادرات محصولات و خدمات دانش بنیان در میزان قابل توجهی را سبب خواهد شد. وی همچنین گفت: انتظار می رود با هماهنگی های بین بخشی در چشم انداز کوتاه مدت ۱۰ میلیون دلار و در بلند مدت تا ۵۰۰ میلیون دلار کالا و خدمات دانش بنیان به اندونزی صادر شود.

گونه ای موفقیت داشته ایم که هر گرم ماده موثره تولیدی یک تا دو میلیون دلار ارزش دارد که این فناوری و محصولات قابلیت بالایی برای صادرات به کشورهای مختلف بویژه کشورهایی که دارای پیوستگی فرهنگی و سیاسی بیشتری با کشور هستند، است.

امیری نیا با اشاره به اینکه انتقال فناوری و نیز حمایت های مالی با استفاده از خطوط اعتباری برای صادرات تجهیزات های تک، از جمله موضوعات مورد بحث دیدار وزیر تحقیقات و تکنولوژی اندونزی با معاون علمی و فناوری رییس جمهور بود، افزود: این اقدام در راستای

بسیاری از زمینه های علمی و فناوری توانسته است خود را در جهان مطرح و معرفی کند، اظهار کرد: اینک در برخی محصولات تولیدی زیست فناوری در داروهای خاص به



به گزارش ایسنا، مهندس حمیدرضا میری نیا، مشاور معاون علمی و فناوری رییس جمهور در راستای دیدار وزیر تحقیقات و تکنولوژی اندونزی با معاون علمی و فناوری رییس جمهور اظهار کرد: حوزه علم و فناوری در اندونزی از رشد و توسعه خوبی برخوردار بوده است به گونه ای که در این کشور، نهاد علم و فناوری در قالب آژانس های علمی، سازماندهی شده اند که این مراکز دارای ساختارهای پیشرفته و منسجمی مانند چین، هند و برزیل که در زمره کشورهای در حال پیشرفت از نظر فناوری در جهان به شمار می روند، هستند. وی با اشاره به اینکه جمهوری اسلامی ایران نیز در

اعتبار اسنادی چیست؟



اسنادی استفاده می شود. البته باید توجه داشت و هر یک از طرفین معامله می توانند بعضی از این مقررات و قوانین تدوین شده در UCP را مجزا کرده و از آنها پیروی نکنند. بر اساس قوانین مصوب از سوی اتاق بازرگانی بین المللی اعتبار اسنادی توافقی است که بانک بر اساس آن به تقاضای مشتری که همان تقاضای اعتبار یا خریدار است عمل می کند. خریدار یا متقاضی باید برای گشایش اعتبار اسنادی تقاضای خود را به بانک گشاینده اعتبار یا بانک خریدار اعلام کند. فرم ثبت سفارش، کارت بازرگانی معتبر، بیمه نامه، پیش فاکتور دریافتی از فروشنده به نام خریدار، اعتبار سنجی یا به عبارتی اخذ اطلاعات اعتباری از مراجع ذی صلاح و تعیین و اخذ وثیقه ها و تضمین ها و اطمینان از نبود ذی نفع واحد در خریدار و فروشنده از مدارک مورد نیاز برای گشایش اعتبارات اسنادی است که مسئولیت بررسی آن از وظایف بانک گشاینده اعتبار به شمار می آید.

انواع مختلفی از اعتبارات اسنادی وجود دارد که با توجه به محدودیت های وضع شده از سوی بانک مرکزی بعضی از این اعتبارات اسنادی در ایران غیر قابل استفاده است و به مجوز بانک مرکزی نیاز دارد. یکی از انواع این اعتبارات، اعتبار اسنادی وارداتی یا صادراتی است. اعتبار اسنادی که خریدار برای واردات به کشور خود استفاده می کند اعتبار اسنادی وارداتی محسوب می شود. این اعتبار اسنادی از نظر فروشنده کالا که در کشور دیگری قرار دارد اعتبار اسنادی صادراتی است. داشتن اهلیت قانونی، دارا بودن کارت بازرگانی معتبر و سوابق کافی برای واردات کالا از مهم ترین شرایط و مدارک لازم برای متقاضیان گشایش اعتبار اسنادی است. متقاضی باید در بخش بازرگانی جواز کسب داشته باشد و کلیه ضوابط و شرایط بانک را در این خصوص باشد. با توجه به سیاست های کشور در خصوص گسترش صادرات غیر نفتی، بانک ها با اعطای تسهیلات در قالب مشارکت مدنی صادراتی، سدنارز، خرید اعتبارات اسنادی صادراتی مدت دار و فروش اقساطی مواد اولیه جهت صدور کالا و خدمات گشایش اعتبار اسنادی صادراتی را انجام می دهند. اطمینان فروشنده از دریافت وجه اعتبار اسنادی، امکان کنترل تاریخ حمل و تحویل نهایی کالا از مهم ترین مزایای استفاده از اعتبار اسنادی در انجام معاملات در زمینه خرید و فروش و بخصوص در سطح بازار بین المللی است.

نهاد مالی و معمولاً از سوی بانک گشایش می یابد و در درجه اول اعتبار در امور بازرگانی و تجاری مورد استفاده قرار می گیرد. گشایش اعتبار اسنادی از وظایف بانک هاست که تحت نظارت بانک مرکزی و بر اساس مقررات تدوین شده از سوی بانک مرکزی هر کشور انجام می شود. اتاق بازرگانی بین المللی مقررات یکسان و هماهنگی برای اعتبارات اسنادی تدوین کرده است که به عنوان روشی یکنواخت تحت عنوان UCP در گشایش اعتبارات

اعتبار اسنادی یا LC (letter of credit) تعهدی از سوی بانک مرکزی است که به خریدار و فروشنده داده می شود. بانک با گشایش LC متعهد می شود مبلغ پرداختی از سوی خریدار به موقع به دست فروشنده خواهد رسید. از سوی دیگر بانک به نمایندگی از خریدار تازمانی که تایید حمل کالاهای خریداری شده را دریافت نکرده باشد وجه مورد توافق را به فروشنده پرداخت نمی کند. در حقیقت اعتبار اسنادی یک سند مالی است که از سوی یک

مصاحبه با جناب آقای دکتر دلیری، معاون توسعه مدیریت و منابع معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

تسهيلات معاونت علمی و فناوری برای صادرات کالا و خدمات دانش بنیان

چه تسهیلات مادی و معنوی برای شرکت های دانش بنیان برای صادرات کالا و خدمات دانش بنیان وجود دارد؟

حمایت معاونت علمی و فناوری از شرکت هایی که فناوری دانش بنیان صادراتی داشته باشند ویژه تر خواهد بود. در این زمینه ما همکاری های متعددی را با برخی از بانک ها و نیز صندوق نوآوری و شکوفایی داشته و به امضای رسانده ایم. برای مثال به منظور ارائه تسهیلات ویژه به صادرکنندگان فناوری های دانش بنیان قراردادی با بانک توسعه صادرات ایران امضا نموده ایم. همچنین در زمینه صدور ضمانت نامه تسهیلات نیز با صندوق ضمانت صادرات وارد همکاری شده ایم.

برگزاری نمایشگاه های کالا و خدمات دانش بنیان ایرانی در سایر کشورها از دیگر مواردی است که معاونت در دستور کار خود دارد که برگزاری نمایشگاه در اربیل عراق نمونه ای از آن می باشد. نکته مهم این است که در جریان برگزاری این نمایشگاه دفتر بازاریابی کالا و خدمات دانش بنیان توسط بخش خصوصی و با حمایت معاونت علمی و فناوری افتتاح و راه اندازی گردید.

در همین راستا قصد داریم این نوع دفاتر را با مدیریت بخش خصوصی در سایر کشورها و به ویژه کشورهای همسایه توسعه دهیم.

از دیگر مواردی می توان به تسهیل و حمایت معاونت برای حضور شرکت های فناور در نمایشگاه های معتبر بین المللی در زمینه های مختلف فناوری اشاره نمود.



ها و حتی مجموعه ای های استارت آپ نیز در حال امضای قرارداد با صندوق مهر امام رضا هستیم که تا سقف ۱۰۰ میلیون تومان برای صادرات و نیز توانمندسازی آنها جهت دانش بنیان شدن پرداخت گردد.

برخی از طرح های فناورانه بنگاه ها که جزو موارد فوق نیز نیستند از طریق خط های اعتباری بانک ها و با معرفی معاونت علمی و فناوری مورد حمایت قرار می گیرند.

متقاضیان جهت دریافت این تسهیلات بایستی چه اقداماتی را انجام دهند؟

شرکت های دانش بنیان تایید شده از طریق مراجعه به صندوق نوآوری و شکوفایی تسهیلات را دریافت می نمایند.

طرح ها و فناوری هایی که دانش بنیان نباشند و مبلغ آنها بالای ۵ میلیارد تومان است پس از اعلام درخواست به بنده، به بانک های عامل معرفی می گردند.

سایر فناوری ها پس از امضای قرارداد با صندوق مهر امام رضا به آن معرفی و تسهیلات را دریافت می نمایند.

شرکت های خدمات فناوری که در زمینه بازاریابی و صادرات کالا و خدمات دانش بنیان نیز فعال هستند می توانند از طریق مراجعه به صندوق نوآوری و شکوفایی

از تسهیلات مالی تا سقف ۵۰ میلیون تومان بهره مند گردند. در موارد خاص نیز این شرکت ها می توانند از طریق نامه نگاری با معاونت، درخواست خود را مطرح نموده و پس از بررسی و معرفی به بانک ها، تسهیلات را دریافت نمایند.

و انتقال فناوری معاونت علمی در حال تدوین برنامه های جامع حمایتی می باشد و ارتباطات خوبی با نمایندگان سایر کشورها در زمینه صادرات کالا و خدمات دانش بنیان کشور به آن ها انجام گرفته است.

آیا این تسهیلات فقط به شرکت های دانش بنیانی که توسط کارگروه ارزیابی شرکت های دانش بنیان تایید شده اند ارائه می گردد؟

ملاک ما در ارائه تسهیلات طرح های فناورانه خواهد بود. حال در این راستا شرکت هایی که دانش بنیان شده اند جهت دریافت تسهیلات صادراتی و تولیدی به صندوق نوآوری و شکوفایی معرفی می گردند و از آن طریق بهره مند می گردند. برای حمایت از سایر شرکت

نمونه دیگر حمایت ها مدلی است که برای مثال ستاد توسعه فناوری نانو دارد و آن هم اعطای درصدی از میزان صادرات فناوری به کشورهای خارجی به شرکت می باشد که در قالب جایزه صادرات به آنها پرداخت می شود. البته این مورد به طور کامل در تمام ستادهای معاونت عملی نشده است که سعی داریم در آینده ای نزدیک پس از بررسی نقاط ضعف و قوت آن را توسعه دهیم. به طور کلی اعتقاد بر این است که شرایطی را به وجود آوریم که شرکت ها تشویق به صادرات شوند که این حمایت ها یا در قالب جوایز صادراتی، پرداخت بخشی از هزینه های حضور در نمایشگاه و یا اعطای تسهیلات مالی سرمایه در گردش و... باشد. در این زمینه نیز معاونت امور بین الملل

مالزی

کشور مالزی در جنوب شرقی قاره آسیا، در کنار دریای چین جنوبی و در جوار کشور های اندونزی، پادشاهی بروئی و تایلند قرار دارد. این کشور توسط دریای چین جنوبی به دو بخش شرقی و غربی تقسیم شده است. جمعیت این کشور نزدیک به ۲۷ میلیون نفر است و واحد پول آن رینگیت مالزی می باشد. دین اصلی مردم مالزی اسلام است. ساعت بین المللی تر کمینستان چهار و نیم ساعت از ایران جلو تر است. شهر کوالالامپور پایتخت این کشور می باشد. شهر های مهم و بزرگ مالزی، ایپوه، جوهور باهارو، کوچینگ، ملاکا، کوتا کینابالو، پتالینگ جایا و کلانگ هستند.

محیط سیاسی، قانونی و اقتصادی

- مالزی کشوری با حکومت پادشاهی مشروطه است. پادشاه مالزی رئیس کشور است اما دارای قدرت محدود و تشریفاتی است. نخست وزیر، رئیس دولت و اداره کننده اصلی کشور محسوب می شود.
- بر اساس ارزیابی های انجام شده توسط مراجع بین المللی، مالزی در میان کشورهای آسیای جنوب شرقی از ثبات نسبی بالایی برخوردار است.
- قانون مالکیت فکری مالزی از تمامی آثار معنوی و فکری حمایت می کند. این کشور به سازمان جهانی مالکیت فکری پیوسته است.



- دولت مالزی سرمایه گذاری خارجی در زمینه تولیدات صادراتی و صنایع بر خور دار از فن آوری پیشرفته، راتشویق و حمایت می کند و تسهیلاتی را برای سرمایه گذاری خارجی در زمینه فعالیت های چند منظوره و فن آوری اطلاعات قابل شده است و از سرمایه گذاری در زمینه صنایع خدماتی، کشاورزی و صنایع زیر بنایی نیز استقبال می کند.
- قانون سرمایه گذاری مالزی، سهم سرمایه گذاری خارجی را تا مرز سی درصد محدود می کند، اما مالکیت خارجی در مورد کارخانه هایی که تولیدات صادراتی دارند، می تواند صد درصد باشد. همچنین شرکت های واقع در برخی ایالت های مالزی، مجازند تا صد در صد مالکیت خارجی داشته باشند.
- با توجه به اینکه مالزی به سازمان جهانی تجارت پیوسته است. این کشور عوارض گمرکی بیش از پنج هزار قلم کالا را کاهش داده و یا به طور کلی حذف نموده است. به منظور تسهیل تجارت، مواد اولیه ای که به طور مستقیم برای تولید کالاهای صادراتی مورد استفاده قرار می گیرند،

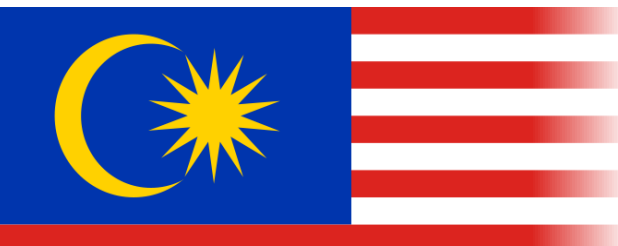
از عوارض وارداتی معاف هستند.

- کارخانه های دارای تولیدات صادراتی، که مواد خام مورد استفاده آنها در داخل کشور تولید نمی شود و یا دارای کیفیت قابل قبول نمی باشد نیز، از معافیت گمرکی برای واردات مواد اولیه برخوردار هستند.
- بر اساس قوانین کنسولی، اتباع خارجی برای ورود به خاک مالزی باید روادید بگیرند. تمامی افرادی که به مالزی وارد می شوند باید گذرنامه معتبر یا اسناد معتبر بین المللی همراه داشته باشند. این مدارک باید از تاریخ ورود به مالزی حداقل تا شش ماه اعتبار داشته باشد. شهروندان ایرانی برای سفرهای به مدت دو ماه نیاز به روادید ندارند.
- مالزی عضو پیمان های اقتصادی و موافقت نامه های تجاری منطقه ای و بین المللی بسیاری است.
- عمده صنایع مالزی عبارتند از: وسایل الکترونیک، قطعات کامپیوتر، منسوجات، شیر آلات، تجهیزات خودکار پردازش اطلاعات، تجهیزات و لوازم ماشین های اداری، دستگاه های ارتباطی، مواد شیمیایی و پتروشیمی و...

- مالزی تولید کننده و صادر کننده انواع زیادی از محصولات با فناوری بالا نظیر دستگاه های خودکار پردازش اطلاعات، قطعات رایانه، ریز پردازنده ها، تراشه ها، مدار های تکمیل شده، تجهیزات مخابراتی و ارتباطات راه دور، گوشی های موبایل، دوربین های دیجیتالی، تجهیزات پیشرفته پزشکی و لوازم الکتریکی و الکترونیکی است.
- با توجه به پتانسیل های ایران به نظر می رسد تعامل تجار در صنایع ساختمانی و پلاستیک زمینه های همکاری بسیاری را با کشور مالزی ایجاد خواهد کرد.

فرهنگ مذاکره

- تجار مالزی دارای نظم و ترتیب در کارها به شکل کاملاً اروپایی هستند. با توجه به سرمایه گذاری های شرکت های ژاپنی در این کشور و نظارت و مدیریت ژاپنی ها، این نظم در همه جا مشهود است. بومی ها که اکثر مسلمان هستند دست و دل باز و دارای اخلاق خوب هستند.
- بی تجربگی و عدم شناخت فرهنگ های مختلف گاهی باعث ایجاد تعارضاتی برای تجار خارجی می شود. مشکل ضعف در زبان انگلیسی از مشکلاتی است که در مذاکره و چانه زنی ایرانی ها با طرف مالزیایی به وجود می آید. بهتر است برای مذاکره برنامه ای از پیش تهیه شود و هنگام برگزاری نشست ابتداء باره موضوعاتی که از اهمیت بیشتری برخوردارند صحبت شود.





● با توجه به اینکه تنوع قومیتی زیادی در مالزی وجود دارد، سبک مذاکره و چانه زنی آنها نیز تا حدودی با یکدیگر متفاوت است. به طوری که مالایی های مسلمانان انعطاف پذیر تر و قومیت چینی دارای سبک چانه زنی خاصی هستند. به گونه ای که قیمت ها را بیش از قیمت واقعی اعلام می کنند و سپس تخفیف قایل می شوند.

راهکارهای بازاریابی و فروش

در مالزی راهکارهای ویژه ای برای بازاریابی و فروش محصولات وجود دارد. برای بازاریابی و فروش محصولات در این کشور توجه به نکات زیر، ضروری به نظر می رسد:

- معرفی محصولات و خدمات در نمایشگاه های تخصصی و عمومی، یکی از بهترین راهکارهای جذب مشتریان بالقوه در مالزی است.
- فروش مستقیم یا خرده فروشی مستقیم کالا در مالزی یک کانال توزیعی مهم است. شرکت های زیادی در حوزه خرده فروشی این کشور فعال هستند، که عمدتاً با روش های فروش خانه به خانه، برنامه پورسانت دهی ساده و بازاریابی چند سطحی کالاهای خود را به فروش می رسانند.

فهرست برخی از شرکت های بازاریابی و تبلیغاتی مالزی

Primacipta Network Sdn Bhd	
نشانی	61-A, Jln Up 15/, Ukay Perdana, 68000 Hulu Klang, Selangor
شماره تلفن	Phone: 038577- 4107
Ledtronics Sdn Bhd	
نشانی	No. 32, Jln Tago 9, Taman Perindustrian Tago, 52200 Kuala Lumpur, Wilayah Persekutuan
شماره تلفن	Phone: 035991- 6275
DQ Advertising Sdn Bhd	
نشانی	292-, Jln Pju 716/a, Mutiara Damansara, 47800 Petaling Jaya, Selangor
شماره تلفن	Phone: 039762- 7726

- اعتماد سازی و دادن اطمینان به خریداران و تجار در بازار مالزی اهمیت بالایی دارد.
- بهره برداری از دانش و تجربه تجار محلی بسیار مفید است.
- مطالعه گزارش بازار شناسی و بازاریابی، پیش از ورود به بازار این کشور راهگشاست.
- 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.

تجارت خارجی

- اقلام عمده واردات کشور مالزی شامل ماشین آلات و دستگاه های برقی، دیگ های بخار و آبگرم، سوخت های معدنی و نفت خام، چدن، آهن و فولاد، مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از آن، آلات و دستگاه های اپتیک و عکاسی و خودرو می شود.
- کشورهای چین، ژاپن، سنگاپور، آمریکا، تایلند، تایوان، اندونزی، کره جنوبی و آلمان، ۹ شرکت عمده وارداتی مالزی (صادر کنندگان به مالزی) هستند.

عمده محصولات صادراتی ایران به کشور مالزی به شرح زیر می باشد

ردیف	نام محصول
کل محصولات	
۱	سوخت های معدنی و نفت خام
۲	محصولات شیمیایی آلی
۳	آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم
۴	میوه های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند
۵	پنبه
۶	نمک، گوگرد، خاک و سنگ، گچ، آهک و سیمان
۷	لکوموتیوهای راه آهن یا تراموا، نواقل روی خط راه آهن و اجزاء و قطعات آنها
۸	مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد
۹	ماشین آلات و دستگاه های برقی و اجزاء و قطعات آنها
۱۰	آلات و دستگاه های اپتیک، عکاسی، سینما توگرافی

فهرست شرکت های صادرات و واردات و ترخیص کار گمرک در مالزی

Harrisons Trading (Sarawak) Sdn Bhd	
نشانی	No. 8939, 2nd Floor, Jln Pending, 93450 Kuching, Sarawak
شماره تلفن	Phone: 0823700- 34
King Bee Importers & Exporters Sdn Bhd	
نشانی	8 KM, Kinabalu Furniture Sdn Bhd, Jln Bundusan, 89500 Penampang, Sabah
شماره تلفن	Phone: 0882188- 71
Harrisons Trading (Sabah) Sdn Bhd	
نشانی	No. 19, 1st Floor, Jln Haji Saman, 88000 Kota Kinabalu, Sabah
شماره تلفن	Phone: 0885011- 21

سفارت مالزی در ایران
نشانی: تهران، ولنجک، بین خیابان هجدهم و بیستم، شماره ۴۴.
تلفن: ۰۰۹۸- ۲۱ - ۲۲۴۰۴۰۸۱ - ۳
دورنگار: ۰۰۹۸- ۲۱ - ۲۲۴۱۷۹۲۱

سفارت ایران در مالزی
نشانی:
1, LORONG U THANT 1 OFF JALAN U THANT 55000 KUALALAMPUR-MALASIA
تلفن: ۰۰۶۰۳- ۴۲۵۳۳۰۲۹ ۴۲۵۱۴۸۲۴ - ۴۲۵۱۴۸۳۰
دورنگار: ۰۰۶۰۳- ۴۲۵۶۲۹۰۴

سایت های اینترنتی مهم کشور مالزی

نام وزارت یا سازمان	سایت اینترنتی یا پست الکترونیکی
وزارت تجارت و صنایع بین المللی	http://www.miti.gov.my
وزارت تجارت داخلی و امور مصرف کنندگان	http://www.kpdnhep.gov.my
وزارت صنایع و محصولات کشاورزی	http://www.kppk.gov.my
وزارت توسعه شهری و منطقه ای	http://www.rurallink.gov.my
وزارت علم، فناوری و نوآوری	http://www.mosti.gov.my
وزارت انرژی، فناوری سبز و آب	http://www.kttha.gov.my
وزارت کشاورزی و صنایع وابسته به کشاورزی	http://www.moa.gov.my

بانک های مالزیایی مورد قبول صندوق ضمانت صادرات ایران

ردیف	نام بانک	رتبه
1	CIMB Bank Berhad	B
2	HSBC Bank Malaysia Berhad	B
3	Malayan Banking Berhad-Maybank	B
4	Public Bank Berhad	B
5	RHB Bank Berhad	B
6	Standard Chartered Bank Malaysia Berhad	B
7	CIMB Investment Bank Berhad	B

یوسف حسن پور کار سالاری، موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

درس‌هایی از صادرات کالاهای دانش بنیان ترکیه



صنعتی از محل صادرات کالاهای با فناوری بالا حاصل شده است. این امر نشان می‌دهد صنایع این کشور که در گذشته به تولید محصولات با سطح فناوری پایین و عمدتاً کاربر وابسته بودند اکنون با دسترسی بیشتر به فن‌آوری‌های نوین قادرند محصولات دانش بنیان را تولید و صادر نمایند. صادر کنندگان این کشور توانسته‌اند همزمان با رشد تقاضای جهانی، سهم خود را در بازار جهانی به نحو چشمگیری افزایش دهند. ارزش صادرات محصولات دانش بنیان این کشور از رقم ۱،۳ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۸ به ۴۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۲ افزایش یابد که نزدیک به ۴۰ برابر شده است. به ویژه اینکه در یک دهه اخیر رقابت پذیری این کشور در صادرات کالاهای دانش بنیان بنحو چشمگیری افزایش داشته‌اند. سهم این کشور از صادرات جهانی کالاهای صنعتی دانش بنیان از رقم ۰،۳ درصد در سال ۲۰۰۰ به ۰،۶ درصد (دو برابر) در سال ۲۰۱۲ افزایش یافته است. در

حال حاضر ارزش صادرات کالاهای دانش بنیان ترکیه ۵ برابر کشورمان است. چنانچه این روند ادامه یابد تا سال ۲۰۲۰ به یکی از صادر کنندگان عمده کالاهای دانش بنیان در منطقه آسیای جنوب غربی تبدیل خواهد

ترکیه یکی از معدود کشورهای منطقه خاور میانه است که توانسته صادرات صنعتی خود را طی یک دهه نزدیک به ۴ برابر افزایش دهد و سهم آن از صادرات صنعتی جهان از رقم ۰،۶ درصد در سال ۲۰۰۲ به ۱ درصد در سال ۲۰۱۲ افزایش یابد. تردیدی نیست که این کشور در ادوار اخیر تحولات قابل ملاحظه‌ای را در رشد کمی و کیفی صادرات صنعتی تجربه کرده است. علی‌الخصوص با اصلاحات ساختاری در سطح کلان تحولی بزرگ در ساختار صادرات این کشور بوجود آمد.

پیشرفت برون‌مرزی صنایع ترکیه تنها در کمیّت نبوده و به لحاظ کیفی نیز رشد قابل ملاحظه‌ای مشاهده می‌شود. بررسی‌ها نشان می‌دهد که در سال‌های اخیر قریب به ۴۷ درصد از صادرات صنعتی این کشور، کالاهای دانش بنیان (کالاهایی با سطح فناوری بالا و متوسط به بالا) تشکیل داده است. نکته قابل توجه اینکه ۵ درصد ارزش صادرات

شد. کشور ترکیه در سال ۲۰۱۳، با انتشار سند توسعه فناوری نو در افق ۲۰۲۰ افزایش مقیاس تولید کالاهای دانش بنیان از طریق سرمایه‌گذاری و اجرای تحقیقات در فناوری‌های نوو تجاری سازی تحقیقات، استفاده از فن‌آوری‌های جدید، تکمیل علوم نو و پیشرفته، استفاده از فن‌آوری‌های نو و سیاست‌های نوآورانه را هدف قرار داده و یکی از محورهای اصلی این استراتژی اطمینان از تولید نوآورانه، پایدار، رقابتی همراه با رشد بالاست.

دورس کلیدی

• دولت ترکیه در گام اول با انجام اصلاحات اقتصادی در سطح کلان و درک جدید از نقش دولت در اقتصاد، توانسته بسیاری از اهداف کلان خود از جمله هدف گذاری نرخ تورم به سطح کمتر از ۱۰ درصد، مشارکت

حداکثر بخش خصوصی در اقتصاد، حکمرانی خوب، سرمایه‌گذاری در توسعه ظرفیت انسانی، زمینه توسعه صادرات کالاهای دانش بنیان را بدون اینکه سیاست‌های حمایتی خاص و ویژه‌ای برای توسعه کسب و کارهای دانش بنیان اتخاذ کند مهیا سازد.

• در گام دوم دولت با اتخاذ سیاست‌های پولی پیشرفته عمدتاً در راستای سالم سازی نظام مالی باعث شده انباشت سرمایه به جای آنکه وابسته به سیاست‌های دولتی باشد مبتنی بر بازار گردد. نتیجه اینکه رفتارهای رانت جویانه در میان کارآفرینان کاهش یابد و رشد سرمایه‌گذاری به صنایع دانش بنیان بر خودار از مزیت رقابتی هدایت شود.

• در گام سوم دولت با اتخاذ راهبرد تعاملی پیش برنده با قطب‌های اقتصادی جهان باعث مشارکت بیشتر سرمایه گذاران خارجی در تولید و تجارت کالاهای دانش بنیان گردید. در حال حاضر میزان کل سرمایه‌گذاری خارجی در این کشور به بیش از ۱۴۰ میلیارد دلار بالغ می‌گردد.

منبع: www.hitechiran.ir



گواهی بهداشت برای محصولات صادراتی

زنده، تخم مرغ، فراورده های خام دامی، دارو، واکسن، سرم و مواد بیولوژیک، مواد ضد عفونی کننده، مواد غذایی متراکم، مکمل غذای دام و موادی که برای ساخت هر یک از موارد نامبرده مورد نیاز است باید بر اساس موافقت وزارت جهاد کشاورزی باشد. برای این محصولات گواهی بهداشت دامی صادر می شود که گواهی سازمان دامپزشکی است. توجه داشته باشید چنانچه محصول صادراتی به هر علتی به کشور صادر کننده برگردانده شود یا صادر کننده نتواند آن کالا را صادر کند، چنانچه مورد تایید آزمایشگاهی قرار گیرد و تاریخ مصرف آن منقضی نشده باشد محصول مشروط به نصب برچسب فارسی در داخل کشور قابل توزیع است.

نام تجاری، وزن خالص و ناخالص، نوع بسته بندی، تاریخ تولید و انقضای محصول، مرز خروجی و مقصد کالا ذکر شده باشد از مدارک مورد نیاز برای صدور گواهی بهداشت است. پس از تایید کارشناس مربوطه به اداره نظارت مبنی بر بلامانع بودن صادرات، فرم انگلیسی مهیور شده به مهر و امضای شرکت در پنج نسخه تنظیم می شود و در آخرین مرحله گواهی بهداشت صادر خواهد شد.

بر اساس آیین نامه اجرایی قانون حفاظت نباتات، فراورده های نباتی که از ایران به کشورهای دیگر صادر می شود از سوی کارشناسان قرنطینه مورد بررسی قرار می گرفته و در صورتی که سلامت کالا مورد تایید باشد برای این کالا گواهی بهداشت نباتی صادر می شود. البته بر اساس قانون دامپزشکی کشور ورود و صدور هر نوع دام

در خصوص فراورده خوراکی و آشامیدنی و لوازم آرایش و بهداشتی که پروانه ساخت معتبر دارد به استناد این پروانه ساخت در صورتی که شرایط فنی و بهداشت موسسه تولید کننده این کالا مورد تایید باشد گواهی بهداشت از سوی اداره نظارت بر مواد غذایی و بهداشتی مربوطه یا اداره کل نظارت صادر می شود. البته در بعضی موارد بر اساس تشخیص کارشناسی در صورت لزوم از محموله صادراتی نمونه برداری انجام می شود. در این شرایط گواهی بهداشت پس از تایید آزمایشگاه صادر خواهد شد.

چنانچه محصول سنتی فاقد پروانه بهداشتی برای صادرات مد نظر باشد یا این که محصول مورد نظر برای صادرات کد بهداشتی نداشته باشد باید پس از بازدید از محموله صادراتی نمونه برداری شود. پس از آن نمونه محصول مورد بررسی و آزمایش قرار گرفته و پس از تایید آزمایشگاه گواهی بهداشت برای این محموله صادراتی صادر خواهد شد. در خواست معتبر و کتبی موسسه صادر کننده کالا برای صدور گواهی بهداشت محصول که در آن نام محصول، شماره پروانه ساخت،

یکی از گواهی های مرسوم و متعارف در حوزه صادرات کالا گواهی بهداشت است. گواهی بهداشت در زمینه صادرات بعضی از انواع کالاها ضروری است و نیز داشتن این گواهی برای محموله ها و کالاهایی ضروری است که در کشور مقصد به عنوان یکی از مدارک مورد نیاز برای ترخیص کالا ضروری اعلام شده است. در کشورهایی که گواهی بهداشت به عنوان مدارک مورد نیاز برای ترخیص کالا در نظر گرفته نشده است داشتن این گواهی ضروری نخواهد بود.



صنعت داروستازی



شرکت جانسون اند جانسون بالاترین رشد را تا سال ۲۰۱۵ خواهد داشت. شرکت فایزر که پرفروش ترین شرکت در سال ۲۰۱۱ بود در سال ۲۰۱۵ در رده دوم خواهد بود.

جدول شماره ۱ بزرگترین بازارهای دارو در جهان در سال های ۲۰۰۹ و ۲۰۱۱ را نشان می دهد.

جدول ۱: بزرگترین بازارهای مصرف دارو در جهان در سال های ۲۰۰۹ و ۲۰۱۱

کشور	۲۰۰۹		۲۰۱۱	
	رتبه	میلیون دلار	رتبه	میلیون دلار
ایالات متحده	۱	۳۰۱،۹۵۵	۳	۳۲۲،۲۹۰
ژاپن	۲	۸۹،۸۶۵	۱۶	۱۱۱،۶۴۲
چین	۳	۴۵،۲۶۱	۲۲	۶۶،۸۰۵
آلمان	۴	۴۱،۲۸۷	۷	۴۴،۹۱۶
فرانسه	۵	۴۰،۴۵۲	۶	۴۱،۱۹۷
برزیل	۱۰	۱۷،۶۲۹	۲۳	۲۸،۲۶۵
ایتالیا	۶	۲۷،۰۸۵	۷	۲۸،۳۵۷
اسپانیا	۷	۲۲،۷۲۲	۲	۲۲،۶۷۹
هند	۹	۱۹،۱۴۳	۳	۲۲،۲۹۴
تایوان	۸	۱۹،۸۳۰	۶	۲۱،۵۶۴

برخلاف صنایعی مانند رایانه و نرم افزار، داروستازی صنعتی است که برای اطمینان از ایمنی و اثربخشی تولیداتش به شدت توسط نهادهای دولت تحت کنترل و نظارت قرار دارد. سازمان غذا و داروی آمریکا (FDA) ایالات متحده آمریکا مرجع این کنترل و نظارت در این کشور است. بخش عمده سرمایه گذاری در تولید داروهای جدید صرف آزمایش های بالینی مورد نیاز برای برآورده ساختن شروط ایمنی و اثربخشی تولیدات هزینه می گردد. انتظار می رود در سال ۲۰۱۵ بازار جهانی فرآورده های دارویی از مرز ۱،۱ تریلیون دلار فراتر رود. سهم آمریکا از مصرف جهانی از ۴۱ درصد در سال ۲۰۰۵ به ۳۱ درصد در سال ۲۰۱۵ خواهد رسید. در همین مدت سهم اروپا نیز از ۲۷ درصد مصرف جهانی به ۱۹ درصد تقلیل پیدا خواهد کرد. انتظار می رود سهم اقتصادهای نوظهور، چین، هند، روسیه، برزیل و مکزیک در مصرف جهانی دارو از ۱۲ درصد به ۲۸ درصد افزایش یابد. در میان گروه های دارویی، انتظار می رود مصرف داروهای ضد سرطان و دیابت رشد بیشتری را داشته باشند. در میان ۵ شرکت دارویی بزرگ در سراسر دنیا،

صنعت داروستازی یکی از سه صنعت مبتنی بر فناوری است که در آن ارزش حق اختراع تقریباً برابر با محصول است. صنایع شیمیایی و صنعت بیوفناوری دو صنعت بعدی هستند. از آنجا که سرمایه گذاری در صنعت داروستازی به جای تولید محصول نهایی به طور نامتناسبی صرف تحقیقات آزمایشگاهی و راهبری آزمایشات بالینی می شود، انحصار ثبت اختراع تنها راه موثر برای محافظت از بازگشت سرمایه گذاری مصرفی است. انحصار ثبت اختراع در صنعت دارو عامل اصلی موفقیت در جذب سرمایه گذاری در این صنعت در اکثر کشورهای پیشرو بوده است.

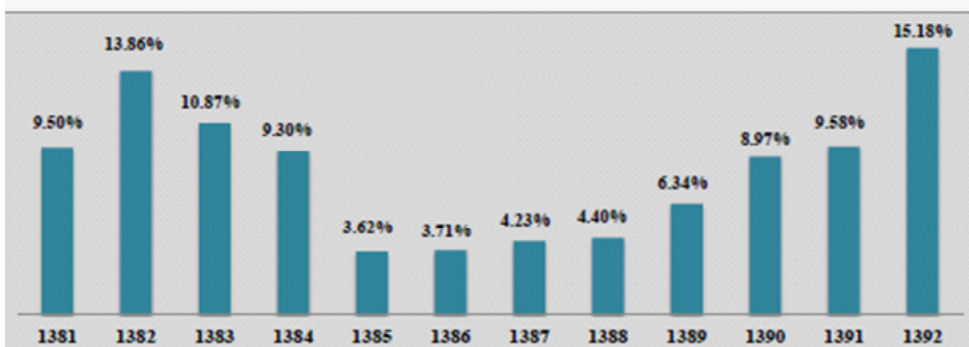
در بازار جهانی، موقعیت صنعت داروستازی متفاوت از سایر صنایع با فناوری پیشرفته است. توسعه صنعت داروستازی بیشتر از سایر صنایع تابع تحقیقات نوآورانه، سرمایه گذاری و مقررات دولتی است. این صنعت از جمله سودآورترین صنایع در گروه صنایع با فناوری پیشرفته است. با رشد مصرف دارو در جهان انتظار می رود ارزش بازار جهانی محصولات دارویی از ۹۸۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۱ به ۱،۶ تریلیون دلار در سال ۲۰۱۸ افزایش یابد.





روند رو به رشد سرمایه گذاری در صنایع تولید دارو در ایران نیز حاکی از این واقعیت است که جذابیت های سرمایه گذاری در این صنعت سالانه افزایش یافته است.

درصد وزنی صادرات محصولات دارویی از کل صادرات هایتک کشور طی سالهای ۹۲-۱۳۸۱



دارا بودن مزیت نسبی کشور در زمینه تولید داروهای گیاهی به خاطر طبیعت متنوع در حالی است که تولید محصول نهایی دارویی از مواد اولیه، تنها به فناوری و دانش فنی بستگی دارد. نرخ سودآوری صنعت داروسازی ایران بیش از ۲۵ درصد و بیشتر از اکثر صنایع داخلی است. در این معیار صنعت داروسازی در ایران تقریباً در مقیاس شرکت های بزرگ دارویی قرار دارد. ایران از لحاظ مصرف دارو، جزو ۲۰ کشور دنیا است و در آسیا بعد از ژاپن و چین مقام سوم را دارد.

در زمینه صادرات دارویی، مهمترین اقلام دارویی کشور که در بازار جهانی و عمدتاً بازارهای کشورهای همسایه مورد تقاضا قرار می گیرد را سرم های مخصوص که از حیوان یا انسان مصون تهیه شده تشکیل می دهد.

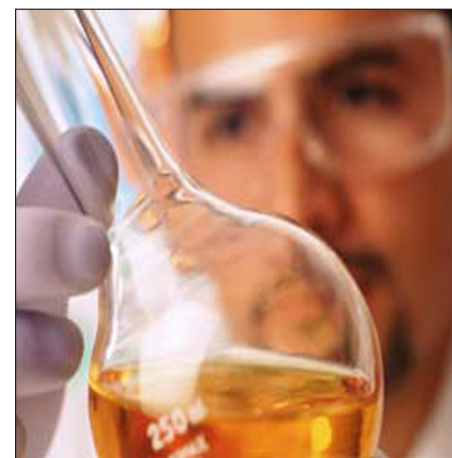
در حال حاضر مواد اولیه ۹۹ درصد داروهای تولید داخل از محل واردات تامین می گردد و سهم داروهای تولید شده از کل بازار مصرف مشور حدود ۹۵ درصد است و ۵ درصد بقیه داروهایی است که با نام تجاری مستقیماً وارد می شوند و با توجه به گران قیمت بودن آنها نزدیک به ۴۵ درصد هزینه و ارزش بازار داروی کشور را به خود اختصاص می دهند. نرخ بالای وابستگی به واردات مواد اولیه سبب شده بزرگترین مشکل شرکت های داروسازی شامل تامین نقدینگی برای واردات و نگهداری از مواد اولیه گردد.

منبع: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

جدول شماره ۲ عمده ترین بازارهای تجاری دارو در سال ۲۰۱۱ را به تصویر کشیده است.

جدول ۲: تجارت جهانی دارو در سال ۲۰۱۱ (میلیون دلار)

کشور	صادرات	واردات	تراز تجاری
ایرلند	۵۵۴۵۳	۶۹۸۵	۴۸۴۶۸
سوئیس	۶۱۶۲۹	۲۵۶۱۱	۳۶۰۱۸
آلمان	۷۲۳۹۱	۵۶۸۰۹	۱۵۵۸۲
هلند	۱۸۱۴۳	۱۵۵۰۲	۲۶۸۱
فرانسه	۳۴۸۳۹	۳۳۰۷۸	۱۷۶۱
انگلستان	۳۶۸۳۲	۲۸۱۳۱	۸۶۰۱
اسپانیا	۱۲۱۸۱	۱۶۱۹۵	-۴۰۱۴
ایالات متحده	۴۶۴۵۶	۷۸۷۷۱	-۳۲۳۱۵
چین	۱۶۶۳۲	۱۲۴۳۲	۴۲۰۰
ژاپن	۵۴۵۰	۲۳۶۵۰	-۱۸۲۰۰
برزیل	۲۲۰۴	۸۶۲۹	-۶۴۲۵
هند	۱۰۱۵۹	۳۲۸۲	۶۸۷۷
اسرائیل	۷۲۹۲	۲۰۲۱	۵۲۷۱



مصاحبه با شرکت دانش بنیان ایده پرداز پاسارگاد کیان

مدیر عامل: مهندس مسعود ولی نیا



فناوری، اطلاعات را با بیشترین پوشش محیطی، بالاترین دقت، کمترین هزینه و در سریعترین زمان به منظور آنالیز و تصمیم گیری از نقاط مختلف شبکه ارسال می کند.

تاکنون محصولات شرکت را به چه کشورهایی برای صادرات معرفی نموده اید؟
ترکیه و مالزی

به نظر شما مهمترین الزامات مورد نظر برای موفقیت در صادرات کالاها و خدمات دانش بنیان چیست؟

وجود یک ایده جدید و تمایز رقابتی با دیگر شرکت ها تولید کالا و خدمات براساس نیاز بازار که از قبل بایستی به طور دقیق توسط شرکت شناسایی و رصد شده باشد.

مهمترین چالش ها و مشکلات موجود برای توسعه صادرات محصولات کدامند؟

تحریم ها که مشکلات زیادی را برای مذاکره و معرفی محصول به بازارهای بین المللی ایجاد نموده است.

کمبود اطلاعات تجاری و اقتصادی از نیازهای سایر کشور هادر حوزه های فناوری در برخی موارد مشکل ارائه خدمات پس از فروش محصول به کشور مقصد

به نظر شما مهمترین اقداماتی که مسئولین بایستی برای توسعه صادرات کالا و خدمات دانش بنیان کشور انجام دهند کدامند؟

۱- ایجاد پایگاه های تخصصی مشاوره ای و بازاریابی کالا جهت صادرات و خدمات دانش بنیان به سایر کشورها

۲- وجود دغدغه و عزم راسخ در بین مسئولین کشور در زمینه بها دادن به جایگاه فناوری های نوین و دانش بنیان

صورت کامل در سیستم انجام گردید. این شرکت در سال ۱۳۹۱ از سوی معاونت علمی و فناوری برای حضور در نمایشگاه سبیت ترکیه ۲۰۱۲ انتخاب گردید که در قرقه ایران استقبال خوبی از نرم افزارهای این شرکت قرار گرفت. محصول دیگر این شرکت کار بر روی تکنولوژی سنسور نتورک می باشد. شرکت فعالیتی را حدود سه سال پیش در این زمینه شروع نموده است و لازم به ذکر است این فناوری از لحاظ فنی در زمره فناوری های نوین و دانش بنیان در جهان مطرح می باشد. از این فناوری در زمینه های مختلف نظیر کنترل ترافیک، مونیتورینگ مسائل مرتبط با محیط زیست نظیر آلودگی هوا... استفاده می شود. این سنسورها مجهز به ابزار اندازه گیری هستند و با ایجاد یا شبکه بین کلیه سنسورها اطلاعات تجمیعی را به مرکز مونیتورینگ ارسال می نمایند. نمونه اجرایی این پروژه در کشور سوئد در زمینه آلودگی هوای می باشد که با استفاده از سنسورهای موجود، الگوی کامل آلودگی هوا در پایتخت توسط داده های جمع آوری شده کنترل می گردد. به طور کلی این

از جمله محصولات این شرکت با قابلیت صادرات افزار مدولاسیون فرآیند تولید است که مدولاسیون قطعات پیچیده صنعتی و ارائه نمای گرافیکی سه بعدی براساس اطلاعات دقیق مهندسی خروجی هایی ارائه می کند. از جمله کاربردهای آن ارائه دمو فنی از قطعات در جلسات فروش ارائه مدولاسیون کامل نحوه چیدمان قطعات و اسمبل و دیس اسمبل قطعه جهت استفاده در فرآیند تعمیر و نگهداری ارائه آموزشهای لازم دستگاهها و قطعات پیچیده صنعتی به پرسنل را می توان نام برد.

نرم افزار مدولاسیون فرآیند تولید با تسهیل فرآیندهای کاری و کاهش هزینه های تعمیر و نگهداری و آموزش می تواند نقش بسیار مهمی در کلیه مجموعه های صنعتی که با قطعات پیچیده ارتباط دارند را ایفا کند. از جمله قرارداد های منعقد این شرکت با شرکت مینالو کوموتیو به جهت لوکوموتیو ER۲۴ بود که فرآیند مدلسازی لوکوموتیو به



لطفاً بیوگرافی از خود و شرکت را مطرح فرمایید.
بنده مسعود ولی نیا هستم مدیر عامل شرکت ایده پرداز پاسارگاد کیان. این شرکت در سال ۱۳۸۴ و با ایده تولید یک نرم افزار در خصوص مکانیزاسیون فرآیندهای رشته بیمه مسئولیت حمل و نقل داخلی در صنعت بیمه تاسیس گردید و از آن سال تاکنون انحصاراً این شرکت مجری نرم افزار مذکور در کلیه شرکت های بیمه کشور می باشد و نرم افزار در کلیه نقاط کشور توسط شعب بیمه مورد استفاده قرار می گیرد. این شرکت از سال ۱۳۸۶ به عضویت مرکز رشد شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان درآمد و با توجه به حمایت های سازنده و خوب شهرک و کار، تلاش خستگی ناپذیر اعضای شرکت و استفاده از دانش روز توانستیم در رشته بیمه ای در حوزه حمل و نقل و ترانزیت کشور انحصاراً نرم افزارهای شرکت را در سراسر کشور راه اندازی و به مرحله اجرا در آوریم. در حال حاضر علاوه بر قراردادهای منعقد به صنعت بیمه که ذکر گردید، این شرکت با معاونت فناوری اطلاعات نهاد ریاست جمهوری در زمینه تولید سند تعاملات دولت الکترونیک جمهوری اسلامی ایران، با سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای در خصوص نرم افزار آنالیز تصادفات و حوادث جاده ای کشور و شرکت مینالو کوموتیو در خصوص نرم افزار مدولاسیون فرآیند تولید و قراردادهایی منعقد نموده است.

در مورد محصولات شرکت و نوآوری آنها در مقایسه با سایر محصولات داخلی و خارجی توضیحاتی را بفرمایید.

صندوق ضمانت صادرات ایران



صندوق ضمانت صادرات ایران
EXPORT GUARANTEE FUND OF IRAN

با اخذ بیمه نامه / ضمانتنامه از صندوق، شما نه تنها می‌توانید خود را در مقابل خطر عدم دریافت مطالبات از خریدار خارجی ناشی از بروز ریسکهای سیاسی و تجاری تحت پوشش قرار دهید، بلکه می‌توانید منابع مالی مورد نیاز برای فعالیتهای صادراتی خود را نیز فراهم نمایید.

نکته مهم این است صندوق بعنوان تنها موسسه بیمه اعتبار صادراتی ایران، در اتحادیه‌های مختلف بین المللی (همچون کلپ پراگ و اتحادیه امان) و پایگاه‌های داده‌های اعتباری (همانند شبکه کردیت آلیانس و بانک اسکوپ) عضویت داشته و با موسسات هم‌تا و سایر موسسات مالی بین المللی نیز مرتبط می‌باشد، که این ارتباطات دسترسی به اطلاعات اعتباری شرکتها و بانکهای خارجی و کشورها را میسر می‌سازد که یک شخص حقیقی و یا حقوقی ساده به آن اطلاعات دسترسی ندارد.

از سوی دیگر سفارتخانه‌های ج.ا.ایران در سایر کشورها و سایر نهادهای دولتی ایرانی، بهنگام بروز خسارت در مورد یک شرکت/بانک خارجی، از صندوق و صادرکننده تحت پوشش آن، حمایت می‌نمایند. ضمن آنکه در اجلاس گذشته اتحادیه امان، مدیرعامل صندوق ضمانت صادرات ایران به عنوان نماینده کشورمان به عضویت شورای مدیران این اتحادیه انتخاب شد که دستاورد بین المللی باارزشی محسوب می‌شود.

ضمانتنامه اعتباری، به تامین منابع مالی مورد نیاز صادرکنندگان نیز کمک می‌نماید. ریسکهایی که تحت پوشش صندوق قرار می‌گیرند صندوق با صدور بیمه‌نامه‌ها و ضمانتنامه‌های مختلف، ریسک عدم بازپرداخت اعتبارات صادراتی و یا عدم ایفای تعهدات قراردادی صادرکنندگان محلی و یا خریداران خارجی را برای موسسات مالی/بانکها/اعتبار دهندگان داخلی و خارجی تحت پوشش قرار میدهد. ضمناً ریسکهای تجاری و سیاسی زیر نیز تحت پوشش بیمه نامه‌های مختلف این صندوق قرار می‌گیرند:

- ۱- استنکاف خریدار از قبول کالای صادرشده یا خدمت انجام شده
- ۲- عدم پرداخت بهای کالا یا خدمت در سررسید مقرر
- ۳- عدم توانایی مالی خریدار به دلیل ورشکستگی یا اعسار یا توقف
- ۴- بروز جنگ یا حالت جنگ
- ۵- تیره شدن روابط و یا قطع روابط سیاسی با کشور خریدار به نحوی که در نتیجه آن صادرکننده موفق به دریافت مطالبات خود در سررسید آنها نشود
- ۶- اعمال سیاستهای اقتصادی که موجب مسدود شدن مطالبات صادرکنندگان شود
- ۷- اعمال سیاستهای مربوط به محدودیتهای وارداتی و ارزی در کشور خریدار
- ۸- سلب مالکیت از خریدار بر اثر ملی شدن یا مصادره

یکی از عواملی که همواره موجبات نگرانی صادرکنندگان را فراهم می‌آورد، وجود ریسکهای سیاسی و تجاری در روند صادرات آنها میباشد، چرا که تحقق هر یک از این ریسکها موجب عدم وصول وجه کالا و خدمات صادره از سوی آنها می‌گردد. عدم وصول بموقع مطالبات از خریداران خارجی در اغلب اوقات صادرکننده را در تنگنای مالی قرار داده و در نتیجه باعث ناتوانی وی در ایفای تعهدات مالی وی به اعتبار دهندگان داخلی و گاهی اوقات منجر به ورشکستگی کامل وی می‌گردد.

بمنظور تشویق صادرکنندگان به توسعه فعالیتهای صادراتی خود و کاهش نگرانی آنها در این زمینه و ارائه پوششهای لازم به آنها در مقابل ریسکهای سیاسی و تجاری، دولتها اقدام به ایجاد شرکتها بیمه اعتبار صادراتی می‌نمایند. این قبیل شرکتها بیمه عمدتاً وابسته به دولت و متکی به حمایتهای مالی آن بوده و اغلب ریسکهایی را پوشش می‌دهند که معمولاً از سوی شرکتها بیمه تجاری قابل پوشش نیستند. در این راستا و بمنظور تامین امنیت مالی صادرکنندگان ایرانی و در نتیجه توسعه موثر صادرات غیر نفتی کشور، صندوق ضمانت صادرات ایران بعنوان یکی از زیرمجموعه‌های وابسته به وزارت صنعت، معدن و تجارت با شخصیت مالی و حقوقی مستقل تاسیس گردید. این صندوق به پشتوانه حمایتهای مالی دولت، علاوه بر پوشش ریسکهای سیاسی و تجاری صادرات، با صدور انواع

امکانات و پوشش‌های صندوق

صندوق ضمانت صادرات ایران کلیه کالاهای و خدمات مجاز صادراتی را تحت پوشش قرار میدهد. در ضمن برای اعتبارات کوتاه مدت، کلیه کشورها به استثنای رژیم صهیونیستی و آمریکا تحت پوشش صندوق ضمانت صادرات ایران قرار دارند. برای اعتبارات میان و بلند نیز بجز تعداد معدودی کشور که از لحاظ اقتصادی یا سیاسی در وضعیت نامساعدی بسر می‌برند، سایر کشورها تحت پوشش هستند.

ارتباط با مشتری نیازمند مدیریت است

فناوری اطلاعات و شیوه های نوین ارتباطی امروزه بیش از پیش در حوزه های مختلف زندگی ما نفوذ کرده است. فرایند تجارت نیز از این قاعده مستثنی نبوده است و تاثیر گذاری آن در حوزه های مختلف تجارت و کسب و کار غیر قابل انکار است. یکی از مهم ترین مباحث فناوری اطلاعات چگونگی مدیریت ارتباط با مشتریان است. از مفاهیم مورد توجه در کسب و کار و تجارت مفهومی می توان به

مفهومی تحت عنوان CRM اشاره کرد که از سه بخش مشتری یا Customer، روابط یا Relationship

و مدیریت یا Management تشکیل شده

است. این مفهوم به معنی مدیریت ارتباط

با مشتریان یا بازاریابی روابط مشتریان در

تجارت در نظر گرفته می شود. CRM

مجموعه ای از فرایندها و فناوری هایی

برای مدیریت روابط با مشتریان فعلی

و بالقوه دست اندر کاران کسب و کار در

بخش بازاریابی فروش و خدمات است

که بدون تردید می تواند در مدیریت

روابط با مشتریان به عنوان یک استراتژی

تجاری برای انتخاب و مدیریت مشتریان و

از همه مهم تر با هدف بهینه سازی و افزایش

ارزش شرکت در بلند مدت مورد استفاده قرار

گیرد. در این فرایند مشتری مصرف کننده نهایی است

که در روابط ارزش آفرین نقش حمایت کننده را ایفا می کند.

جلب توجه و رضایت مشتریان و حمایت از آنها از طریق ارتباط یادگیرنده

امکان پذیر خواهد بود. مدیریت و خلاقیت او در هدایت فرایند کسب و کار مولفه مهمی

است که در قرار گرفتن مشتری در مرکز فرایندها و تجارب یک سازمان یا موسسه

تجاری نقش بسیار مهمی دارد. مدیریت ارتباط با مشتری به عنوان یک ساز و کار

جامع برای کسب و کار و بازاریابی می تواند همه فعالیت ها، فناوری ها و فرایندهای

کسب و کار را بر اساس خواسته مشتری هماهنگ سازد. در این فرایند با استفاده از

آخرین فناوری های اطلاعاتی ارتباط با مشتری به منظور مدیریت و ارائه خدمات به آنها

امکان پذیر است. در دنیای امروز استفاده مناسب از فناوری های جدیدی که در حوزه

ارتباطات و اطلاعات از آن رونمایی شده و همچنین استفاده از ابزارهای

متعددی مانند وب و تلفن در تعامل مشتریان با سازمان ها

و موسسات ارائه کننده کالا و خدمات بسیار تاثیر گذار

است که می تواند بیانگر نوعی رابطه جدید و به روز

بین مشتری و موسسه یا سازمان ارائه کننده

محصول باشد. سازمان ها و موسسات از این

طریق مشتریان جدیدی پیدا کرده و در

میان مشتریان قبلی آن دسته از مشتریانی

که در ارزش آفرینی برای آنها بیشترین

تاثیر گذاری را داشته اند شناسایی می

کنند و به این ترتیب می توانند برای جلب

توجه و رضایت این گروه و حفظ این دسته

از مشتریان اقداماتی را انجام دهند. رضایت

مشتری، منافع مشتریان و سهم بازار از جمله

معیارهایی است که می توان از آنها به عنوان

مولفه های اصلی در سنجش موفقیت یک موسسه

یا سازمان تولید کننده کالا و خدمات در مدیریت ارتباط

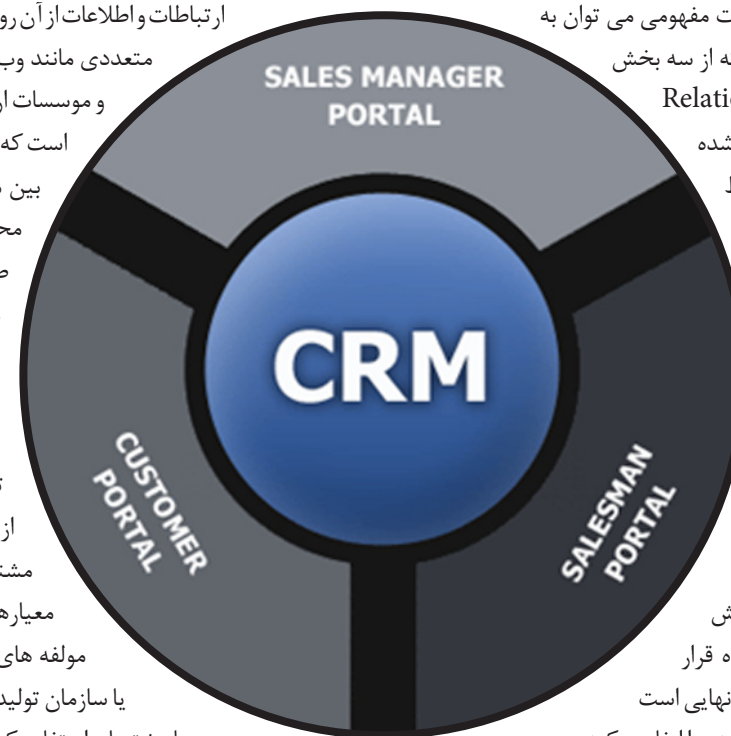
با مشتریان استفاده کرد. اگرچه شاید توجه به ارتباط با مشتری

در کشور ما کمتر مورد توجه قرار گرفته باشد اما این مفهوم ابزاری است که

نه تنها برای مصرف کنندگان و مشتریان داخلی بلکه برای آن دسته از مشتریانی که

مصرف کننده محصولات صادر شده هستند نیز می تواند به عنوان یک راهکار مناسب

در موفقیت کسب و کار مورد توجه قرار گیرد.



شناسنامه ماهنامه

ماهنامه مجازی پیام صادرات کالا
و خدمات دانش بنیان
سال اول، شماره چهارم
تیر ماه ۱۳۹۳

با حمایت: معاونت علمی و فناوری
ریاست جمهوری

مجری: ویکی آیدیا (شبکه مبادلات فناوری)

مدیر مسئول: مهندس مهدی متقیان

سر دبیر: 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

گرافیک: فهیمه کیان خواه

نشانی: تهران، خیابان انقلاب اسلامی،
چهارراه کالج، کوچه سعیدی، پلاک ۵،
شرکت مدیریت فناوری یکتا دانش مفید

کد پستی: ۱۵۹۹۶۱۶۳۱۳

تلفکس: ۰۲۱۸۸۹۳۰۱۶۵

پست الکترونیک: Export@wikiidea.ir

■ ماهنامه مجازی پیام صادرات کالا و
خدمات دانش بنیان آماده انتشار مقالات و
دیدگاه های محققان و صاحب نظران 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.