



- ۲ <<< تجارت و صادرات دانش بنیان لازمه موفقیت در مسیر توسعه
- ۳ <<< آمادگی جمهوری اسلامی ایران برای صدور فناوری های کشاورزی به کردستان عراق
- ۴ <<< اجرایی شدن معافیت گمرکی شرکت های دانش بنیان
- ۵ <<< در راستای انعکاس پیشرفت ها و بی اثر کردن تحریم ها صورت گرفت
- ۶ <<< لزوم تشکیل کارگروه مشترک برای توسعه صادرات محصولات دانش بنیان
- ۷ <<< از اعتبار خرید تا ریفاینانس
- ۸ <<< طراحی صنعتی عاملی مهم در تولید محصولات دانش بنیان رقابتی و با کیفیت در عرصه صادرات
- ۱۰ <<< آیین نامه حمایت از طراحی صنعتی محصولات دانش بنیان
- ۱۱ <<< همایش تجارت با ترکیه
- ۱۲ <<< استاندارد TUV
- ۱۳ <<< شاخص کیفیت صادرات صنعتی
- ۱۴ <<< صادرات ۳ داروی گیاهی شرکت های دانش بنیان به ۴ کشور دنیا با «یک سی ام» قیمت نمونه خارجی
- ۱۵ <<< فرهنگ مذاکره، راهنمای تجارت با برزیل
- ۱۷ <<< گزارشی از بزرگترین نمایشگاه اختصاصی ایران در بغداد با حضور شرکت های دانش بنیان
- ۱۹ <<< صندوق ضمانت سرمایه گذاری صنایع کوچک
- ۲۰ <<< آگاهی از فرهنگ و آداب و رسوم و قوانین داخلی بازار هدف مورد نظر
- ۲۲ <<< تولید طعم و رنگ های طبیعی متناسب با ذائقه ایرانی
- ۲۳ <<< سامسونگ
- ۲۵ <<< عوامل تاثیرگذار موفقیت در صادرات

## تجارت و صادرات دانش بنیان لازمه موفقیت در مسیر توسعه



«چیزی را به بازار خواست بشر

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

هرچند پس از انقلاب به ویژه در سال‌های اخیر اقدامات گسترده پژوهشی در حوزه‌های مختلف از طریق معاونت علمی ریاست جمهوری صورت گرفته و خوشبختانه اکنون وزارت صنعت، معدن و تجارت نیز در جهت استفاده بیشتر از پژوهش در این مسیر گام برداشته است.

در این میان نباید فراموش کرد که رسیدن به اقتصاد دانش بنیان در کوتاه مدت میسر نیست و نیاز به سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی بلندمدت دارد. آنچه نباید در این مسیر پر پیچ و خم فراموش شود این است که توسعه تجارت و صادرات نیازمند دانش و فناوری است و همه صنایع باید دانش بنیان شوند. در واقع هرچه بتوانیم استفاده از دانش نوین را در کاربردهای مختلف صنعت، معدن، کشاورزی و بهداشت به طور هماهنگ تر رشد دهیم، بهره‌برداری بیشتر و مفیدتری از این حوزه‌ها خواهیم داشت و برای گام برداشتن در مسیر پژوهش و اقتصاد دانش بنیان موفق‌تر خواهیم بود.

محمدرضا نعمت‌زاده وزیر صنعت، معدن و تجارت و سورتا ستاری معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری رسید. شنیدن زمزمه‌هایی مبنی بر تشکیل کارگروه مشترک معاونت علمی و سازمان توسعه برای توسعه صادرات محصولات دانش بنیان از دیگر اخبار خوبی بود که در ماه گذشته و در جهت حمایت از شرکت‌های دانش بنیان منتشر شد. کارگروهی که قرار است در قالب آن بتوان بخش‌های مربوط به صادرات محصولات دانش بنیان را تشکل داده و تمام خدمات مورد نیاز این بخش را در قالب آن انجام داد. عزم عمومی دولت در جهت حمایت از شرکت‌های دانش بنیان در حالی شدت گرفته که تقریباً همه با این عقیده که اقتصاد دانش بنیان تنها راه نجات از وابستگی به اقتصاد نفتی است هم‌داستان هستند. به خصوص اینکه در سال‌های پیش از انقلاب و بعد از آن تنها در صنعت نفت پژوهش داشتیم و دیگر صنایع تقریباً از پژوهش بی بهره بودند.

بهمن، ماهی پر از خبر درباره دستاوردهای فناورانه و محصولاتی بود که اکثراً توسط شرکت‌های دانش بنیان تولید شده‌اند. البته اخبار مربوط به تصمیمات و حمایت‌های مختلف از این شرکت‌ها نیز در ماه بهمن زیاد بود. از جمله اینکه معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و وزارت صنعت، معدن و تجارت در نخستین روز از ایام دهه فجر، تفاهم‌نامه همکاری علمی و پژوهشی را به منظور ورود شرکت‌های بزرگ به اقتصاد دانش بنیان و توسعه صادرات محصولات دانش بنیان ایرانی امضا کردند.

این تفاهم‌نامه همکاری مشترک، به منظور تحقق اهداف سند چشم‌انداز ۲۰ ساله، قوانین و برنامه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی، گسترش و تقویت تعاملات پژوهشی و اجرایی کشور و در نهایت، پیش‌تازای اقتصاد دانش بنیان به عنوان رکن اساسی در پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی، در سال اقتصاد و فرهنگ با عزم ملی و مدیریت جهادی، به امضای

## منطقه ویژه فناوری در صنعت نفت ایجاد می‌شود



خصوصی وجود دارد، افزود: یکی از بزرگترین بازارهای مصرف فناوری نفتی کشور در خوزستان است و همچنین بزرگترین شرکت‌های نفتی و غنی‌ترین تولیدکنندگان نفت و بازار مصرف انرژی نیز در خوزستان وجود دارند، از این رو این استان می‌تواند بهترین مکان برای ایجاد منطقه ویژه فناوری در صنعت نفت باشد. توفیقی در ادامه اظهار داشت: این تجربه می‌تواند در استان‌های دیگر نیز اجرا شود، چراکه مناطق دیگری از جمله جنوب شیراز و یا مناطق مربوط به پارس جنوبی نیز قابلیت ایجاد چنین منطقه ویژه فناوری را دارند و ایده آن را در ذهن داریم، ولی برای اجرایی شدن آن، نیاز به تجربه ایجاد منطقه ویژه فناوری در خوزستان داریم.

دبیر ستاد توسعه فناوری و نوآوری صنعت نفت، گاز و ذغال سنگ معاونت علمی از ایجاد منطقه ویژه فناوری در صنعت نفت خبر داد و گفت: هدف از راه‌اندازی این مناطق، محقق کردن تجاری‌سازی علم است. وی با اشاره به اینکه اساساً یکی از تجربیاتی که در دنیا هست و در کشور ما هم مقدمات آن فراهم شده، مناطق ویژه فناوری هستند، اظهار داشت: با ایجاد چنین مناطقی می‌توانیم ایده تجاری‌سازی و نتایج تحقیقاتی علم و ایده‌ها را ثروت را محقق کنیم. وی که به خبرگزاری مهر گفت و گو می‌کرد، با تأکید بر اینکه در استان خوزستان تمام ظرفیت‌ها اعم از دانشگاه‌های خوب دولتی و غیردولتی، پارک علم و فناوری و ۲۰ شرکت تولیدکننده تجهیزات نفتی

## اعزام هیأت تجاری - صنعتی اتاق ایران به جمهوری ترکمنستان

اعزام هیأت تجاری - صنعتی اتاق ایران در معیت ریاست محترم جمهوری اسلامی ایران به سرپرستی جناب آقای مهندس شافعی ریاست محترم اتاق ایران به جمهوری ترکمنستان، از ۱۹ الی ۲۲ اسفندماه ۱۳۹۳ انجام می‌گیرد. هزینه رفت و برگشت از تهران و مشهد به عشق آباد و بالعکس بر عهده اتاق ایران خواهد بود. جهت کسب اطلاعات بیشتر در خصوص پرداخت سایر هزینه‌ها از جمله روایت، هتل محل اقامت، ایاب و ذهاب و ... با شرکت پارس پگاه تجارت مجری هیأت اعزامی به شماره تلفن‌های ۶-۴۴۰۳۱۷۴۵ و ۶-۴۴۰۳۴۳۳۵ تا روز شنبه ۹ اسفندماه تماس حاصل فرمایند.



## کمک ۵۰ درصدی دولت برای حضور تولیدکنندگان در نمایشگاه‌های خارجی واحدهای خصوصی برای افزایش صادرات وارد عمل شوند



وزیر صنعت، معدن و تجارت در کارگروه صادرات دارو و تجهیزات پزشکی ضمن تأکید بر حل مشکلات صادرکنندگان دارو از کمک ۵۰ درصدی دولت در پرداخت هزینه‌های حضور در نمایشگاه‌های خارجی از محل درآمدهای حاصل از حضور شرکت‌های خارجی در نمایشگاه‌های ایران خبر داد.

از مهمترین موارد گفتگویی در این جلسه می‌توان به موارد زیر اشاره نمود: فقدان استراتژی مناسب در صادرات دارو (مشکل در قیمت‌گذاری، ناکارآمدی بازاریابی، ضعف در بسته‌بندی، ضعف در تبلیغات و ایجاد باور در کشورهای هدف نسبت به توان تولیدکنندگان ایرانی، نبود مشوق‌های صادراتی و نبود اعتبار و نقدینگی برای نوسازی خطوط تولید)، وجود فرصت‌های ویژه صادرات دارو به کشورهای سوریه، عراق و افغانستان، توانایی تولید ۱۷ قلم از ۲۶ قلم داروی بیوتکنولوژی موجود در دنیا توسط شرکت‌های دانش بنیان ایرانی.

## آمادگی جمهوری اسلامی ایران برای صدور فناوری‌های کشاورزی به کردستان عراق

ستاری در دیدار وزیر کشاورزی اقلیم کردستان عنوان کرد:

دانشگاه‌ها و کارشناسان حوزه کشاورزی همکاری دارند. از این رو آمادگی داریم به اقلیم کردستان کارشناسی اعزام کنیم یا از حضور کارشناسان آن اقلیم در پژوهشگاه‌ها استقبال می‌کنیم.

دکتر عبدالستار مجید القادر، وزیر کشاورزی و منابع آبی اقلیم کردستان، بر لزوم افزایش همکاری‌های دو طرف تأکید کرد و گفت: اقلیم کردستان عراق در تلاش است تا توافقات و همکاری با جمهوری اسلامی ایران در حوزه‌های مختلف از جمله منابع آبی و کشاورزی را گسترش دهد و کمک‌های ایران در این مسیر می‌تواند سازنده باشد.

در این نشست همچنین حوزه‌های آموزش عالی، مزارع نمونه کشت، کشاورزی و دامپروری، ارائه خدمات و تجهیزات آزمایشگاهی، فناوری‌های آبیاری و منابع آبی، از ظرفیت‌ها و زمینه‌های همکاری بین دو طرف عنوان شد.



خواهیم بود. از این رو امیدواریم بتوانیم زمینه‌های گسترش همکاری بین دو طرف را افزایش دهیم.

رئیس بنیاد ملی نخبگان با بیان این که حجم عمده‌ای پژوهشکده‌های جمهوری اسلامی ایران در حوزه کشاورزی فعالیت می‌کنند، ابراز کرد: پژوهشکده‌های کشور ما در حوزه کشاورزی با میزان قابل توجهی از اعضای هیئت علمی

دکتر سورا ستاری معاون علمی و فناوری رییس جمهوری اسلامی ایران در دیدار دکتر عبدالستار مجید القادر وزیر کشاورزی و منابع آبی اقلیم کردستان با اشاره به زمینه‌های متعدد موجود همکاری میان دو طرف، در حوزه فناوری‌های کشاورزی اظهار کرد: جمهوری اسلامی ایران در حوزه‌های صادرات محصولات، تجهیزات و فناوری‌های حوزه کشاورزی به طور کامل آمادگی همکاری دارد.

ستاری با اشاره به ظرفیت موجود ایران برای ارائه خدمات به اقلیم کردستان در قالب شرکت‌های دانش بنیان، لزوم بهره‌گیری از فرآیندهای ترویجی در حوزه ورود فناوری به کشاورزی را ضروری دانست و افزود: واردات فناوری در حوزه کشاورزی دشواری‌های خاصی دارد که فعالیت‌های ترویجی در این حوزه، می‌تواند بر سهولت روند تبادل محصولات و فناوری‌ها کمک کند. با نفوذ فناوری‌های اطلاعات در حوزه ترویج، بهبود کیفیت کشاورزی و افزایش بهره‌وری را شاهد

## ایران به کشور نخست منطقه در فناوری انرژی‌های تجدیدپذیر تبدیل می‌شود

در علم و فناوری انرژی‌های تجدیدپذیر، ساخت تجهیزات حداقل ۸۰ درصد تجهیزات لازم در این بخش در داخل از کشور، دستیابی به سهم ۱۰ درصدی از صادرات خدمات فنی و مهندسی، توجه ویژه به ظرفیت بیوگاز حاصل از زباله‌های شهری به میزان معادل ۲ در ۱۰۰۰ گاز مصرفی کشور و

توانایی کاهش سالانه ۱۰ میلیون تن از گازهای گلخانه‌ای در افق چشم انداز سند جای دارد.



عضو شورای عالی انقلاب فرهنگی گفت: تعاریف، ارزش‌های حاکم بر این توسعه، توسعه دانش بنیان این حوزه، چشم انداز و سیاست‌های کلان این بخش جزء مواردی بود که پس از اصلاحات پیشنهادی اعضا از تصویب گذشتند. کبگانیان ادامه داد: دستیابی به ظرفیت ۱۰ درصد ظرفیت نیروگاه‌های فسیلی در بخش حرارتی به منظور حفاظت از محیط زیست و افزایش بازدهی و بهره‌وری از انرژی، ایجاد تعادل در استفاده از انرژی‌های متفاوت مانند انرژی خورشیدی، زمین گرمایی، باد و ... رسیدن به ۱۰ هزار مگاوات انرژی در بخش انرژی حرارتی، دستیابی به جایگاه اول منطقه

در نشست ستاد راهبری اجرای نقشه جامع علمی کشور، به ریاست دکتر محمدرضا مخبر دزفولی دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی در محل دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی برگزار شد. در این جلسه پیش نویس نهایی سند ملی انرژی‌های تجدیدپذیر به منظور بحث و بررسی اعضا ارائه شد.

دکتر منصور کبگانیان قائم مقام این ستاد گفت: مسئولان وزارت نفت، نیرو و سازمان حفاظت محیط زیست در این جلسه حضور داشتند و جزئیات سند پیشنهادی که به صورت منسجم تدوین شده است، را مورد بحث و بررسی قرار دادند.

## زمینه همکاری های علمی و فناوری ایران و عراق گسترش می یابد

در دیدار وزیر ارتباطات عراق با معاون علمی و فناوری رییس جمهوری، زمینه های گسترش همکاری های علمی و فناوری طرفین، به ویژه در حوزه اطلاعات و ارتباطات مورد بررسی قرار گرفت.

به گزارش مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، سوزنا ستاری معاون علمی و فناوری رییس جمهوری اسلامی ایران و کاظم الراشد وزیر ارتباطات عراق وزیر ارتباطات جمهوری عراق طی دیداری یک ساعته، زمینه گسترش همکاری های علمی و فناوری بین دو کشور به ویژه در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات را بررسی کردند.

ستاری در این نشست بر لزوم گسترش همکاری های بین دو کشور ایران و عراق در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات تأکید کرد و افزود: حوزه ICT از



حوزه های بسیار مهم فناوری های راهبردی است که می تواند زمینه بسیار خوبی را برای اشتغال جوانان دو کشور فراهم کند. در جمهوری اسلامی ایران بر روی این حوزه حساب ویژه ای باز شده است و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری اسلامی

ایران آمادگی دارد از شرکت های دانش بنیان، حمایت های لازم را صورت دهد.

ستاری با اعلام آمادگی معاونت علمی و فناوری در راستای انتقال دانش و فناوری به عراق افزود: آموزش نقش بسیار مهمی دارد و بسیاری از اتفاقات در پیشرفت فناوری به آموزش بر می گردد. از این رو، آماده ایم به لحاظ تجهیزات و انتقال دانش و فناوری و آموزش های لازم در حوزه ICT که پایه گسترش دانش است، به تسهیل روند ایجاد زمینه های لازم کمک کنیم.

مهندس سیدمجتبی هاشمی دبیر ستاد توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و میکروالکترونیک معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری اسلامی ایران نیز در بخش دیگری از این نشست از معرفی ظرفیت های شرکت های دانش بنیان و توانمندی های کشور در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات خبر داد و افزود: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در تلاش است که زمینه ارتباطات با کشورهای در حوزه فناوری را گسترش دهد و از ظرفیت های همکاری های بین دو کشور حمایت کند. وی افزود: شرکت ها و واحدهای فناوری ایران که کاملاً حساب شده فعالیت می کنند و از توانایی بالایی در این حوزه برای همکاری و ارائه خدمات برخوردارند، معرفی می شوند تا زمینه ایجاد این ارتباطات بهتر فراهم شود.

## اجرایی شدن معافیت گمرکی شرکت های دانش بنیان

اعطای معافیت حقوق گمرکی، سود بازرگانی و عوارض به شرکت های دانش بنیان «کارگروه ارزیابی و تشخیص صلاحیت شرکت ها و موسسات دانش بنیان و نظارت بر اجرا» به تصویب رسیده است.



صاحبکار چهار دسته از کالاهایی به شرط استفاده در راستای فعالیت های دانش بنیان، مشمول معافیت حقوق گمرکی، سود بازرگانی و عوارض خواهند بود، به شرح ذیل اعلام کرد:

۱. ماشین آلات خط تولید مورد نیاز برای تولید کالا و خدمات دانش بنیان مورد تایید کارگروه (مشروط به عدم ساخت داخل)

۲. تجهیزات آزمایشگاهی، تجهیزات تست و کنترل کیفیت به شرط استفاده غیر تجاری و برای تجهیز بخش تحقیق و توسعه شرکت (مشروط به عدم ساخت داخل)

۳. ماشین آلات، تجهیزات، مواد اولیه، کالاهای قطعات مورد نیاز، به عنوان نمونه و به صورت محدود (در حدی که نمونه تلقی شود) و صرفاً برای انجام مهندسی معکوس یک کالای دانش بنیان

۴. مواد اولیه، کالاهای و قطعات مورد نیاز به صورت محدود و صرفاً برای انجام فعالیت های تحقیق و توسعه تا حد ساخت نمونه اولیه و پیلوت از کالاهای و خدمات دانش بنیان

دبیر کارگروه ارزیابی و تشخیص صلاحیت شرکت های دانش بنیان معاونت علمی با بیان این که بر اساس مقررات موجود، کالاهای تجاری (شامل مواد اولیه، کالاهای قطعاتی که در فرایند تولید محصول نهایی، مصرف شده و به کار برده می شوند و به فروش می رسند) مشمول این معافیت ها نیستند.

به گزارش مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری؛ دکتر محمد صاحبکار خراسانی سرپرست امور شرکت ها و مؤسسات دانش بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در نشست «بررسی

نحوه ارائه معافیت های گمرکی به شرکت های دانش بنیان» اظهار کرد: با همکاری گمرک جمهوری اسلامی، معافیت گمرکی شرکت های دانش بنیان اجرایی خواهد شد.

صاحبکار با تأکید بر ضرورت اجرایی شدن ماده ۳ قانون حمایت از شرکت ها و مؤسسات دانش بنیان افزود: بر اساس قانون حمایت از شرکت ها و مؤسسات دانش بنیان، امکان استفاده این شرکت ها از «معافیت عوارض، حقوق گمرکی، سود بازرگانی و عوارض صادراتی» به مدت ۱۵ سال میسر خواهد شد. سرپرست امور شرکت ها و مؤسسات دانش بنیان با تشریح شیوه نامه معافیت های گمرکی شرکت های دانش بنیان گفت: مراحل اعطای معافیت های گمرکی و الزامات اجرای آن با همکاری دستگاه های ذیربط تهیه شده و برای فراهم آوردن مقدمات اجرای آن، به کارگزاران ارزیابی شرکت های دانش بنیان ابلاغ شده است.

### برگزاری نشست های متعدد با هدف

#### تحقق معافیت ها

وی با اشاره به برگزاری نشست های کارشناسی متعدد بین معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و گمرک جمهوری اسلامی برای اجرایی شدن این معافیت ها افزود: طی این نشست ها «شیوه نامه

## انعقاد تفاهم نامه علمی مرکز ملی ذخایر ژنتیکی و زیستی ایران با دانشگاه اراسموس روتردام هلند



در راستای تحقق اهداف و رسالت‌های مرکز ملی ذخایر ژنتیکی و زیستی ایران، تفاهم‌نامه همکاری‌های مشترک علمی و بین‌المللی میان مرکز پزشکی دانشگاه روتردام هلند و مرکز ملی ذخایر ژنتیکی و زیستی ایران منعقد شد.

به گزارش دیپلماسی علم و فناوری به نقل از ایسنا، دکتر سید ابوالحسن شاهزاده فاضلی، رئیس مرکز ملی ذخایر ژنتیکی و زیستی

ایران در خصوص عقد این تفاهم‌نامه گفت: یکی از برنامه‌های مرکز ایجاد تعامل علمی و روابط با مراکز علمی و معتبر بین‌المللی جهت ارتقای موقعیت علمی - پژوهشی مرکز در سطح ملی، منطقه‌ای و جهانی است. در همین راستا مرکز ضمن بررسی پتانسیل‌های علمی و حوزه تخصصی این دانشگاه موفق به ایجاد ارتباطات بسیار خوب با این مجموعه شد.

وی افزود: طرفین پس از بررسی‌های لازم جهت انجام همکاری‌ها، تفاهم‌نامه‌ای را منعقد کردند. در این تفاهم‌نامه نسبت به اصول همکاری علمی، از لحاظ فعالیت‌های مشترک در جهت حفظ منافع متقابل هر دو مجموعه، توافق حاصل شد.

شاهزاده فاضلی تصریح کرد: تبادل پژوهشگر، انجام نشست‌های علمی، طرح‌های پژوهشی مشترک و ... از جمله مفاد این تفاهم‌نامه است.

بر اساس این گزارش، دانشگاه اراسموس روتردام یکی از بزرگترین مراکز آموزش عالی در هلند است که در سال ۱۹۱۳ میلادی بنیان نهاده شده است و به عنوان یکی از معتبرترین مراکز پزشکی اروپا به شمار می‌آید.

### چهارمین تور علمی و کارگاه دیپلماسی علم و فناوری برای مدیران وزارت امور خارجه

مهندس علی مرتضی بیرنگ گفت: چهارمین تور علمی و کارگاه دیپلماسی علم و فناوری برای مدیران وزارت امور خارجه امروز، اول بهمن ۹۳ در پارک فناوری پردیس معاونت علمی برگزار شد.

مهندس علی مرتضی بیرنگ، معاون امور بین‌الملل و تبادل فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، توضیح داد: این دوره چهارمین جلسه از مجموعه کارگاه‌هایی است که با همکاری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و وزارت امور خارجه برگزار می‌شود. وی عنوان کرد: در این دوره ۳۰ نفر از مدیران وزارت امور خارجه از بخش‌های مختلف این وزارتخانه شرکت داشتند.

بیرنگ درباره کارگاه یک روزه دیپلماسی علم و فناوری گفت: این کارگاه یک روزه از دوره اقتصاد مقاومتی وزارت امور خارجه بوده است که یک روز از آن به دیپلماسی علم و فناوری اختصاص داشت برگزار شد.

## در راستای انعکاس پیشرفت‌ها و بی‌اثر کردن تحریم‌ها صورت گرفت

تدوین "سند دیپلماسی علم و فناوری" توسط معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در نشست ستاد راهبری نقشه جامع علمی کشور، سند دیپلماسی علم و فناوری که توسط معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تدوین شده است، مورد بررسی قرار گرفت که به موافقت وزارت امور خارجه رسید.

ایجاد مزیت نسبی برای استفاده از فناوری‌های تولید داخل، استفاده از ظرفیت‌های دیپلماسی علم و فناوری در راستای انعکاس پیشرفت‌های علمی و فناوری کشور و بکارگیری از دیپلماسی علم و فناوری در بی‌اثر کردن تحریم‌ها، از موضوعاتی بود که توسط اعضای ستاد راهبری نقشه جامع علمی کشور، مورد بحث و بررسی قرار گرفت. در ادامه جلسه نماینده وزارت امور خارجه از موافقت این وزارتخانه با پیش نویس تهیه شده در ستاد راهبری اجرای نقشه جامع علمی کشور در زمینه سند دیپلماسی علم و فناوری خبر داد.

کیگانیان قائم مقام ستاد راهبری اجرای نقشه جامع علمی کشور گفت: در سند "دیپلماسی علم و فناوری" یک رابطه دو طرفه تعیین شده است و امروز کلیات آن به بحث گذاشته شد و بدون مشکل خاصی از آن عبور کردیم.

وی افزود: در بخش جزئیات و تعیین تکلیف دستگاه‌ها و همچنین ساختار مدیریتی این بخش مقرر شد تا کارشناسان دستگاه‌های مسئول در موضوع با هماهنگی ستاد راهبری اجرای نقشه جامع علمی کشور موضع را بیشتر بررسی کنند.

وی ادامه داد: مسئولان وزارت خارجه تا کنون همکاری خوبی داشته‌اند و ما هم معتقدیم تمام ارتباطات برون مرزی کشور باید با مدیریت این وزارتخانه پیش برود ولی این موضوع نیاز به یک دستگاه فرابخشی دارد تا بتواند آن را به صورت بهینه مدیریت کند.





## لزوم تشکیل کارگروه مشترک برای توسعه صادرات محصولات دانش بنیان



دکتر امید توکلی، رئیس مرکز فناوری های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، درباره ضرورت تشکیل کارگروه صادرات محصولات دانش بنیان، بیان کرد: باید مذاکراتی با سازمان توسعه تجارت داشته باشیم تا کارگروهی برای صادرات محصولات دانش بنیان تشکیل

ملی شکل بگیرد و در معاونت نیز باید از تمام ظرفیت و توان ستادها و زیر مجموعه های آنها در همین جهت استفاده کنیم.

رئیس مرکز فناوری های راهبردی معاونت علمی با اظهار امیدواری از تشکیل این کارگروه، گفت: امیدوار هستیم کارگروهی تشکیل شود بین معاونت و سازمان

توسعه تجارت که در قالب آن بتوانیم بخش هایی که مربوط به صادرات محصولات دانش بنیان است را شکل دهیم و تمام خدمات مورد نیاز این بخش را در قالب همین کارگروه انجام دهیم.

وی در پایان اظهار کرد: در خصوص ضرورت تشکیل این کارگروه با سازمان توسعه تجارت و دفتر کسب و کار بین المللی معاونت مذاکراتی داشته ایم ولی هنوز نهایی نشده است.

دهیم. وی با تاکید بر اینکه صادرات محصولات دانش بنیان بسیار مهم است و باید برای توسعه این نوع محصولات تمام تلاش و توان خود را به کار ببندیم، ادامه داد: برای رفع موانع و تسریع در امر توسعه محصولات دانش بنیان جلسات متعددی در داخل معاونت، در کمیسیون تخصصی محصولات دانش بنیان و در کارگروه توسعه تجارت داشته ایم.

وی همچنین عنوان کرد: برای صادرات محصولات دانش بنیان باید یک عزم

## اعزام هیأت نمایشگاهی اتاق ایران به نمایشگاه بین المللی ویتنام

به آگاهی می رساند بیست و پنجمین نمایشگاه بین المللی ویتنام، موسوم به VIETNAM EXPO از تاریخ ۲۶ الی ۲۹ فروردین ماه سال ۱۳۹۴ با هدف عرضه و معرفی توانمندی های تولیدی، صنعتی، خدماتی و کالاهای مصرفی کشورهای مختلف و ایجاد زمینه لازم برای مذاکرات تجاری و همکاری و سرمایه گذاری مشترک در مرکز نمایشگاهی ویتنام در شهر هانوی پایتخت این کشور برگزار می شود.

باعنایت به بازار روبه رشد ویتنام، فرصت های اقتصادی و نگاه ویژه به این کشور به جهت مزیت های موجود و فراهم آوردن زمینه های گسترش تعاملات تجاری با ویتنام، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران در نظر دارد همزمان، هیأت نمایشگاهی متشکل از فعالان اقتصادی کشور را جهت بازدید از نمایشگاه و اطلاع از شرایط بازار و فعالیت رقبا و همچنین انجام مذاکرات تجاری با مشارکت کنندگان داخلی (ویتنامی) و خارجی جهت همکاری و سرمایه گذاری های مشترک، اعزام نماید.

با توجه به محدودیت زمانی و لزوم انجام اقدامات ضروری، علاقمندان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر و حضور در این هیأت، با آقایان: مصطفی شیر محمدیان به شماره ۸۵۷۳۲۳۵۶ و علیرضا اسماعیلی به شماره ۸۵۷۳۲۳۸۵ تماس حاصل نمایند.

ضمناً با توجه به هماهنگی های به عمل آمده، تسهیلات ویژه ای (تخفیف در هزینه اجاره غرفه) برای شرکت های علاقمند، به جهت مشارکت در این رویداد نیز توسط برگزار کنندگان نمایشگاه در نظر گرفته شده است که در صورت تمایل شرکت ها می توانند آمادگی خود را در این ارتباط از طریق همین فرم اعلام دارند.

## تقویم نمایشگاه ها

ردیف	عنوان	زمان	مکان
۱	چهاردهمین نمایشگاه بین المللی محیط زیست	۲ الی ۵ اسفند	نمایشگاه بین المللی تهران
۲	هفتمین نمایشگاه بین المللی انرژی های نو، تجدید پذیر	۲ الی ۵ اسفند	نمایشگاه بین المللی تهران
۳	علم تا عمل	۳ الی ۵ اسفند	مصلی امام خمینی ره تهران
۴	کنفرانس بین المللی برند	۴ و ۵ اسفند	سالن همایش های صدا و سیما
۵	اولین نمایشگاه بین المللی زیتون، روغن زیتون و تکنولوژی	۱۱ الی ۱۴ اسفند	نمایشگاه بین المللی تهران



# از اعتبار خرید تا ریفاینانس

را برای پرداخت وجه اسناد گشایش یافته به متقاضی اختصاص می دهد. این نوع اعتبار از نظر فروشنده اعتبار دیداری یا نقدی است. اما استفاده از تسهیلات کوتاه مدت بین بانکی که معمولاً یک ساله است به ریفاینانس معروف است که فروشنده یا به عبارتی ذینفع زمان معامله و بر اساس شرایط اعتبار وجه اسناد به صورت نقد از بانک کارگزار دریافت می کند.

خریدار نیز با توجه به قرارداد منعقد شده با بانک در زمین تعیین شده در قرارداد نسبت به پرداخت وجه اسناد اقدام می کند. حداکثر مهلت خریدار برای پرداخت وجه اسناد یک سال است. اما ریفاینانس با آنچه تحت عنوان اعتبار خرید از آن نام برده می شود متفاوت است. اعتبار اسنادی عبارت است از تسهیلات خریداران یا کارفرمایان خارجی برای خرید کالا و

یکی از اصطلاحاتی که در حوزه صادرات مطرح می شود فاینانس و ریفاینانس است. هرگاه فروشنده کالا به هر علتی حاضر به پذیرش اعتبار اسنادی مدت دار نباشد و خریدار به علت فقدان نقدینگی قادر به افتتاح اعتباری اسنادی نباشد خریدار می تواند از یک موسسه مالی درخواست کند وارد معامله شود و به جای خریدار وجه معامله را به صورت نقدی به فروشنده پرداخت کند. این تسهیلات که معمولاً بلندمدت است به فاینانس معروف است. قرارداد چنین اعتباراتی در صورتی که خط اعتباری فعال وجود داشته باشد بین بانک ایرانی و خارجی یا به عبارتی اعتبار دهنده و تحت نظارت بانک مرکزی منعقد می شود.

این تسهیلات بلند مدت است و بانک خارجی تا ۸۵ درصد مبلغ پروفرما

خدمات ایرانی در چهارچوب قرارداد تایمن مالی.

این نوع تسهیلات با هدف فراهم کردن امکان فروش کالا و خدمات به صورت مدت دار اعطا می شود. معمولاً خریدار ترجیح می دهد وجه کالا یا خدمات را به صورت نقدی دریافت کند. در چنین شرایطی بانک می تواند به عنوان یک واسطه مالی ایفای نقش کند. به عبارت دیگر بانک وجه پرداختی فروشنده را به صورت نقدی پرداخت می کند و این وجه را در سررسید مقرر از خریدار یا بانک خارجی دریافت می کند.

این تسهیلات به خریداران خارجی کالا و خدمات ایرانی که حداقل ۶۰ درصد ارزش آن کالا ساخت ایران یا ۶۰ درصد ارزش آن خدمات توسط متخصصان ایرانی قابل ارائه باشد پرداخت می شود.

به این ترتیب که پس از صدور کالا یا خدمات موردنظر بانک از جانب خریدار خارجی یا بانکی که خریدار معدفی می کند حداکثر ۸۵ درصد ارزش سیاهه تجاری را به صادر کننده ایرانی پرداخت می کند و خریدار خارجی یا بانک او علاوه بر سودی که به این اعتبار تعلق می گیرد وجه مورد توافق را در سررسیدهای مقرر به بانک بازپرداخت می کند. این درحالی است که به موجب بخشنامه بانک مرکزی از اعتبار کوتاه مدت بین بانکی حداکثر یک ساله بابت واردات کالا برای گشایش اعتبارات اسنادی تحت عنوان ریفاینانس نام برده می شود که با اعتبار خریدار متفاوت است.



# طراحی صنعتی عاملی مهم در تولید

## محصولات دانش بنیان رقابتی و با کیفیت در عرصه صادرات

عنوان مثال می توان نور آبی برای شیر آب سرد و نور قرمز برای شیر آب گرم تعبیه کرد تا فرد یک مرتبه دستش زیر آب گرم نرود.

**از دید شما محصولات تولید شده داخلی باید چه قابلیت هایی از نقطه نظر طراحی صنعتی داشته باشند که بتوانند در فضاهای بین المللی ورود پیدا کرده و موفق باشند؟**

به نظر من تولید کنندگان داخلی که قصد صادرات محصولاتشان را دارند باید یک نگاه فرا مرزی داشته باشند؛ کاری که چین و ژاپن سال ها پیش انجام دادند و به موفقیت دست یافتند. به عنوان مثال وقتی ما قصد داریم یک محصولی را صادر کنیم باید شناخت مان نسبت به آن کشور نیز کامل باشد. جدا از این مسایل، اغلب مشکلاتی برای تولید کنندگان داخلی وجود دارد. تحریم ها، موانع بانکی، انزوای فرا گرفته شده و نوع نگاه جهانی به ایران از جمله مشکلات پیش روی اغلب تولید کنندگان داخلی ما است. به غیر از این مشکلات، تکنولوژی های بکار گرفته شده ما مربوط به ۱۵ سال گذشته دنیاست. امکانات اندک و استفاده از این تکنولوژی ها باعث شده تا کیفیت محصولات ما نسبت به شرکت های بزرگ کشورهای صنعتی عقب تر باشد بنابراین تولید یک محصول تنها کافی نیست



می تواند به تمامی حوزه های مرتبط با انسان از صنایع غذایی و خودرو گرفته تا مسایل خیلی ساده و روزمره زندگی، اطلاعات جامعه شناسی و روان شناسی ورود پیدا کند. بسیاری از کارهای طراحی صنعتی تقریباً محصول نیستند و در حوزه حس گرایی یا ایموشنال تعریف می شوند که پاسخ منطقی به کاربر می دهند به

ارزش ها، مرغوبیت و ظاهر محصول یا خدمات، مطرح می شود و وظیفه آن ایجاد یک رابطه متقابل سودبخش میان مصرف کننده و تولید کننده است. تعریف و دیدگاه من از این مفهوم، شناسایی مشکلات، نیازها و پاسخگویی و ارائه راه حل های مناسب برای رفع این نیازهای بشری است. در واقع طراحی صنعتی

ناصر امامی رضوی، مدیر عامل شرکت نوآفرینان آکسون و مشاور طراحی صنعتی، فعالیت در این رشته را از سال ۱۳۷۳ در دانشگاه علم و صنعت آغاز کرد. فارغ التحصیلی او همزمان با پذیرشش در دانشگاه هنر برای کارشناسی ارشد بود و در سال ۱۳۷۵ با تاسیس شرکتی، کار حرفه ای خود را آغاز کرد. او طی سال های اخیر طراحی و بسته بندی فیلدهای مختلف مواد غذایی، محصولات خانگی (ماشین لباسشویی، جاروبرقی و...)، تجهیزات پزشکی (مانیتورهای پزشکی، دستگاه های فیزیوتراپی) و... را تجربه کرده است. او عاقبت در سال ۱۳۹۰ با کوله باری از تجربه های مختلف به ستاد نانو ورود پیدا کرد و با شرکت های دانش بنیانی گسترده ای مواجه شد که نیاز شدیدی به طراحی صنعتی داشتند. اهمیت این موضوع باعث شد تا خبرنگار ماهنامه پیام صادرات کالا و خدمات دانش به این منظور گفت و گویی اختصاصی با او انجام دهد.

\*\*\*

**در حال حاضر اغلب شرکت های نوپا و آکادمیک، آشنایی زیادی با مفهوم طراحی صنعتی ندارند. لطفاً در ابتدا مفهوم طراحی صنعتی را تعریف کنید و توضیحاتی درباره مزیت ها و کاربردهای آن ارائه بدهید.**

از دیدگاه انجمن طراحی صنعتی آمریکا، طراحی صنعتی حرفه ای است که در بهینه سازی عملکردها،



بلکه شناخت مسایل و نیازهای ارگونومیکی و عملکردی محصول از اهمیت بیشتری برخوردار است.

اگر نگاه تولیدکننده این گونه باشد که کاربر و متخصص ارتباط کاملاً مناسبی با محصول او برقرار کرده و نیازهای ارگونومیکی و عملکردی محصول او در حد عالی است، با وجود تمام مشکلات، محصول او در همه جای دنیا خریدار خواهد داشت. در حال حاضر صنایع ما به واسطه سیاست های داخلی با مشکلات زیادی مواجه اند. عضو نبودن در سازمان جهانی مالکیت فکری (WIPO) و رعایت نکردن قوانین جهانی باعث شده تا بسیاری از تولیدکنندگان ما با منطق خودشان به سمت کپی کردن محصولات نمونه خارجی بروند. این دیدگاه ذهن تولیدکنندگان ما را بسته و باعث شده تا آنها تحقیق و توسعه نداشته باشند. این چنین نقطه ضعفی باعث شده است تا آنان هنگام صادرات با مشکلات عدیده ای مواجه شوند؛ اگر چنانچه فردی محصولی را کپی برداری کند باید طبق قوانین WIPO ضرر و زیان هنگفتی بپردازد.

نکته آخر اینکه تنها اتکا به دانش بومی برای تولید محصول کافی نیست. آیتم های دیگری مانند زیبایی هم ملاک است. شرکت های دانش بنیان ما هم اکنون به نحوی پروسه انقلاب صنعتی را تجربه می کنند؛ سال ۱۹۱۹، ماشین بخار ابداع و امکان تولید انبوه آن فراهم شد اما کمتر توجهی به فرم، زیبایی و هنر انسانی داده شد. شرکت های پیشرو پس از چند دهه و سده به جایگاه کنونی شان در جهان رسیده اند بنابراین طبیعی است که نابرابری بین محصولات تولیدی کشور ما با کالاهای کشورهای دیگر باشد. ما باید این فاصله را کم کنیم

تا محصولات ما هم در رقابت با کالاهای خارجی حرفی برای گفتن داشته باشند.

**شرکت ها برای تولید محصولات شان مستلزم رعایت یک سری استانداردها و قوانین و کسب مجوزهای خاصی هستند، آیا در حوزه طراحی صنعتی هم چنین استانداردها و الزامات قانونی وجود دارد؟**

طراحی صنعتی مفهوم بسیار گسترده ای دارد به همین دلیل استاندارد خاصی برای آن تعریف نشده است. اکنون در جهان استانداردهای خاصی وجود دارد که ما حتی در ایران به صورت خیلی وسیع آن را نداریم چه برسد به طراحی صنعتی که خود یک مفهوم وسیعی را در بر می گیرد. البته هم اکنون نه تنها در ایران بلکه در هر جای دنیا استاندارد خاصی برای طراحی صنعتی وجود ندارد.

**امروزه اغلب تولید کنندگان بر این باورند که طراحی صنعتی برای آنها مقرون به صرفه نیست. در واقع طراحی صنعتی زمانی اتفاق می افتد که منجر به سودآوری شود. شما برای توجیه کردن تولید کنندگان برای انجام طراحی صنعتی چه پیشنهاد و راهکاری ارائه می دهید؟**

از دید من (به عنوان یک طراح صنعتی)، اگر تمام آیتم ها برای یک محصول رعایت نشود. کالای تولید شده از ایده تا تولید نهایی، بسته بندی و حتی فروش، منجر به سودآوری، کاهش هزینه ها و موفقیت نخواهد بود این یعنی تولیدکننده راه خودش را درست نرفته است. اما اگر این تولیدکننده نه تنها از طراح صنعتی بلکه از سایر متخصص ها (تولید، مارکتینگ و فروش) نیز کمک بگیرد، مطمئناً با کمترین هزینه به نتیجه مطلوب

و بهتری خواهد رسید. شاید در وهله اول تولیدکننده مجبور به پرداخت هزینه اولیه ای برای تولید طرح و توسعه کالایش باشد اما اینها هزینه محسوب نمی شود و عموماً باید تولیدکننده این سرمایه ها را پرداخت کند. به عنوان مثال اگر ما برای تولید انبوه تلفن همراه از روش های جدید و نو استفاده کنیم، قطعاً هزینه زیادی باید پردازیم زیرا رقیب ما همین تلفن را با روش های مناسب تولید کرده است. اعتماد کردن به متخصصان امر مهمترین مساله است که نباید از آن غفلت کنیم. اگر چه عمر طراحی صنعتی در ایران کم است و باید اعتراف کنم طراحان صنعتی به روز و خیلی قوی و به تعداد کافی نداریم اما با همین عمر کوتاه متخصصان این رشته توانسته اند به نتایج قابل قبولی برسند. در واقع اعتماد کردن تولیدکنندگان به طراحان صنعتی می تواند از رخ دادن بسیاری از رویدادهای بد و تهدیدها و موانع پیش روی این افراد بکاهد.

**آیا مصداق بارزی هم در این خصوص دارید که با انجام مشاوره، باعث ارتقای فروش یا صادرات کالایی شده باشید؟**

مثلاً یکی از محصول های شرکت پوشش های نانو ساختار، کالای بسیار خوبی بود اما از نظر طراحی با چند نقطه ضعف مواجه بود. این محصول سال گذشته باید در یکی از نمایشگاه های بین المللی در خارج از کشور حضور پیدا می کرد. ما با پیشنهاد راه حلی مناسب (راه حلی که کمترین هزینه را در بر داشت)، تنها با جا به جایی یک قطعه و طراحی ظاهر محصول باعث شدیم تا این کالا برای شرکت برند و رقیب جذاب و جالب باشد و حتی برای خرید آن وارد مذاکره شود.





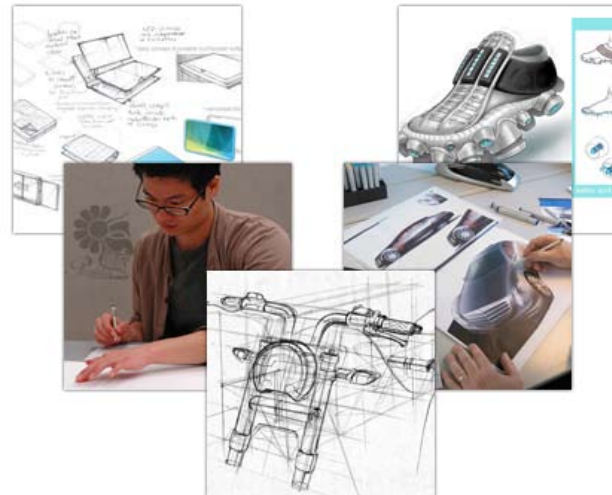
# آیین نامه حمایت از طراحی صنعتی محصولات دانش بنیان

تبصره ۱: نحوه بازپرداخت تسهیلات اعطایی شامل دوره تنفس، تعداد اقساط و مبلغ هر قسط بر اساس قیمت محصول، تیراژ تولیدی شرکت و میزان صادرات موفق آن محصول توسط شرکت تعیین میشود.

تبصره ۲: در صورتی که بر اساس شاخص های طراحی صنعتی مصوب کريدور و همچنین نظر کمیته مشاوران طراحی صنعتی، طراحی محصول شرکت از وضعیت قابل قبولی برخوردار باشد، تا سقف ۹۲ درصد از هزینه های مذکور) تا سقف

۱۲۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال) از تسهیلات اعطایی به صورت بلاعوض در نظر گرفته خواهد شد.

۲-۲ حداکثر تسهیلات کريدور برای هر شرکت دارای تاییدیه مجموعاً در



راهنمایی های اصولی در مورد کشیدن طرح اولیه محصول

مقوله طراحی صنعتی و بسته بندی با تاثیر در کیفیت، عملکرد، ارگونومی، شکل ظاهری، گرافیک و بسته بندی محصولات میتواند نقش مهمی در جلب رضایت مصرف کنندگان و بازاریابی محصول ایفا نماید و از همین رو، طراحی صنعتی و بسته بندی دارای جایگاه مهمی در بازاریابی و توسعه بازار محصولات خصوصاً در بازارهای بین المللی است. محصولات و تجهیزات تولید داخل عموماً بدلیل طراحی صنعتی ضعیف و یا فقدان بسته بندی مناسب با وجود مزیت های فنی و قیمتی، در ترغیب مشتریان و رقابت با محصولات خارجی مشابه عملکرد مناسبی ندارند. لذا و با توجه به حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از شرکتهای دانش بنیان جهت توسعه بازارهای صادراتی محصولات خود، ارایه این خدمات در سبد خدمات کريدور صادرات در دستور کار قرار گرفته است. شرکتهای دارای تاییدیه دانش بنیان میتوانند از خدمات طراحی صنعتی بر مبنای روند ذکر شده در این آیین نامه استفاده نمایند.

\*\*\*

## ماده (۱) خدمات طراحی صنعتی مشمول حمایت

کريدور در قالب حمایت از شرکتهای دانش بنیان، بخشی از هزینه های اخذ خدمات طراحی صنعتی (شامل مشاوره ساخت، طراحی، طراحی محصول، بسته بندی، قالب سازی و طراحی و ساخت) را مورد حمایت قرار می دهد.

## ماده (۲) میزان حمایت

۱-۲ هزینه های خدمات طراحی صنعتی و بسته بندی مطابق با ماده ۱ به صورت تسهیلات قرض الحسنه در اختیار شرکتهای واجد شرایط قرار میگیرد.

حدود ۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال است.

## ماده (۳) شرایط اعطای حمایت

۱-۳ استفاده از حمایت های این آیین نامه منوط به دارا بودن تاییدیه دانش بنیان از طرف معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری است. همچنین محصول مورد نظر بایستی جز محصولات تایید شده از طرف کارگروه تشخیص و ارزیابی شرکتهای دانش بنیان باشد. ۲-۳ تناسب و اولویت خدمات طراحی صنعتی با نیازهای شرکت و محصول بایستی به تایید کريدور برسد.

## ماده (۴) نحوه دریافت حمایت

در مورد خدمات مرتبط با این آیین نامه، تسهیلات و حمایت های موضوع ماده ۲، در حین عقد قرارداد بین متقاضی و کارگزار و بر اساس زمانبندی مندرج در قرارداد و در هر مرحله پس از تایید شرکت به کارگزار پرداخت خواهد شد. لذا شرکتهای متقاضی واجد شرایط، میتوانند پس از ارسال درخواست کتبی و ضمیمه نمودن مستندات لازم (شامل اسناد هویتی و رزومه کارگزار، نمونه قرارداد یا پروپوزال کارگزار، پیش فاکتور خدمات و...) از تسهیلات و حمایت های موضوع این آیین نامه استفاده نمایند.

منبع: [www.tesc.ir](http://www.tesc.ir)



# همایش تجارت با ترکیه

مقامات، سفرا و مدیران حاضر در همایش: (به ترتیب حروف الفبا)

 <b>R. Hakan TEKIN</b> سفیر ترکیه در ایران	 <b>مجتبه خسرو تاج</b> قائم مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت
 <b>Himmet GERİŞ</b> رایزن بازرگانی ترکیه در ایران	 <b>علیرضا بیگداری</b> سفیر جمهوری اسلامی ایران در ترکیه
 <b>Ekrem DEMIRTAŞ</b> رئیس اتاق بازرگانی ازمیر	 <b>یحییٰ آل اسحاق</b> رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
 <b>Bilgin AYGÜL</b> نایب رئیس شورای بازرگانی ترکیه و ایران در میاتر و روابط اقتصادی خارجی ترکیه	 <b>علی اکبر فرای</b> معاون امور بین الملل اتاق بازرگانی ایران
	 <b>حمید زکیم</b> رایزن بازرگانی فعلی ایران در ترکیه
	 <b>فرز جمنی</b> رایزن بازرگانی سابق ایران در ترکیه
	 <b>علیرضا بیگداری</b> مدیرکل کمرک بازرگان
	 <b>سید جلال آغایه</b> دبیرکل شورای بازرگانی ایران و ترکیه
	 <b>علی اسغفر فرشچی</b> مدیرکل آسیا و اقیانوسیه اتاق بازرگانی ایران
	 <b>همایون نکونام</b> مدیرکل دفتر ارزیابی کیفیت کالاهای صادراتی و وارداتی سازمان ملی استاندارد
	 <b>امیر انصاری</b> تاجر موفق ایرانی و عضو هیات مدیره اتاق بازرگانی ازمیر
	 <b>یونس هرمزی</b> مدیر بانک ملت شعبه استانبول ترکیه



## محورهای همایش

۱. نقش و جایگاه ترکیه در تجارت جهانی و منطقه
  ۲. تشریح فرصت های مضاعف تجاری ایجاد شده بواسطه موافقتنامه تجاری دو جانبه (ایران - ترکیه)
  ۳. عمده رقبای تجاری ایران در ترکیه
  ۴. نیازها و انتظارات مشتریان ترکیه
  ۵. مزیت های ایران برای صادرات به ترکیه
  ۶. حقوق تجارت و نحوه ثبت شرکت های مستقل و مشترک
  ۷. نحوه بازاریابی کالاها و خدمات ایرانی در ترکیه
  ۸. موضوعات و مسائل بانکی
  ۹. حمل و نقل کالا به ترکیه و بالعکس
  ۱۰. استانداردهای مورد تایید ترکیه
- زمان برگزاری:** سه شنبه ۱۲ اسفند ماه، ساعت ۹ تا ۱۸ عصر
- محل برگزاری:** سالن همایش های بین المللی صدا و سیما
- 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.

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 و چین در ماه های گذشته توسط این مرکز، همایش کاربردی "تجارت با ترکیه" با حضور معاونین و مشاورین وزیر صنعت، معدن و تجارت، مدیران کل مرتبط وزارت امور خارجه، روسای اتاق مشترک بازرگانی ایران و ترکیه، رایزنان بازرگانی ایران و ترکیه، در اسفند ماه سال جاری در محل سالن همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار می گردد.





# A P P R O V A L

Approval No 11-L-20331-ATC

WE HEREBY APPROVE THAT

**International Khavaran Ballar Industrial Co.**

Number 689, Rush Alley, Ghadir Boulevard, Ghadir square,  
Shokuhie Industrial State, Qom, Iran

IS IN COMPLIANCE WITH REQUIREMENTS OF

**ISO 17025 : 2005**

THIS APPROVAL IS VALID FOR THE FOLLOWING ACTIVITIES

### Analysis of coloured metals

AN AUDIT WAS PERFORMED, REPORT No. RC-0311-L-ATC-20331

EXPIRING DATE 29.03.2014



TÜV Interact Iran Director Manager

# استاندارد TUV

باشد. به این ترتیب بر اساس استاندارد TUV ساخت و عملکرد موتور خودروهای سبک و سنگین مورد بررسی قرار می گیرد کمترین پیامد را از نظر سلامت انسان و آسیب های زیست محیطی به همراه داشته باشد. این استاندارد با انواع استانداردهای ایزو ۹۰۰۱ در مدیریت کیفیت و ایزو ۱۶۹۴۹ در رابطه با مدیریت کیفیت دستگاه های اتوماتیک قابل انطباق است.

اتحادیه بازرسی و پایش فنی که به طور اختصار تحت عنوان TUV یا توف از آن نام برده می شود سازمانی در کشور آلمان است.

هر یک از زیرشاخه های دارنده این استاندارد می توانند به عنوان سازمان دهنده و گسترش دهنده در زمینه انرژی عمل کنند و بر این اساس برای حل مشکلات زیست محیطی راهکارهایی ارائه کنند. این زیرشاخه های موظف هستند از قوانینی که بر مبنای TUV ارائه شده است تبعیت کنند و در راستای حفظ سلامت و محیط زیست عمل کنند.

توجه به حفظ محیط زیست و سلامت انسان از جمله مقوله‌های مهمی است که در سطح دنیا مورد توجه است و تعیین استاندارد با این هدف می‌تواند در جلوگیری از تولید محصولات بی کیفیت که می‌تواند چنین پیامدهایی را به همراه داشته باشد بسیار تاثیرگذار باشد. بر این اساس اگر بخواهیم هر گونه محصول صنعتی را به کشورهای اروپایی و بویژه آلمان صادر کنیم باید این استانداردها را مورد توجه قرار دهیم.

یکی از استانداردهای معتبر در سطح دنیا استاندارد به نام TUV (Technischer Überwachungs-Verein) است. این استاندارد به سازمانی در کشور آلمان تعلق دارد که بر سلامت کالاهای صنعتی ارائه شده توسط شرکت های مختلف نظارت دارد. هدف این سازمان از تعریف استاندارد TUV این است که محصولات تولید شده بتواند سلامت انسان و محیط زیست را تامین کند و هیچ پیامدی برای انسان و محیط زیست به همراه نداشته باشد.

این سازمان که به عنوان یک مشاور مستقل عمل می کند بر سلامت عملکرد طیف وسیعی از محصولات و کالاهای مختلف از محصولات کشاورزی و وسایل نقلیه تاموتور خودرو و تاسیسات انرژی نظارت دارد. برای مثال یکی از وظایف این سازمان نظارت بر عملکرد خودورها و دیگر وسایل نقلیه موتوری است تا از نظر دودزایی و آلودگی محیط زیست کمترین اثرگذاری را داشته

**TÜV**  
**PRODUCT SERVICE**

# شاخص کیفیت صادرات صنعتی

اقدامات انجام شده توسط کشور های موفق

## \* تایوان:

- طراحی پارک های علم و فناوری علمی برای صنعت در مناطقی از تابوان
- هدایت و کمک دانشگاه ها و موسسات تحقیقاتی به سوی مراکز انتقال تکنولوژی
- کاهش محدودیت های ورود به بازار

## \* کره جنوبی:

- تصویب قانون های عمده برای ارتقا علم و تکنولوژی مانند قانون ارتقای علم و تکنولوژی ۱۹۶۷ و قانون توسعه تکنولوژی ۱۹۷۲ تمرکز این قوانین در مورد تهیه مشوق های مالی و مالیاتی برای تشویق و تسهیل فعالیت های توسعه کنولوژی برای شرکت های خصوصی است.

- حمایت دولت از طرح های متمرکز بر توسعه تکنولوژی های پایه، کمپانی های بزرگ تا ۵۰ درصد حمایت مالی
- کمپانی های کوچک، تا ۸۰ درصد حمایت مالی
- حمایت دولت از تجاری کردن تکنولوژی های توسعه یافته داخلی کمپانی های بزرگ ۴۰-۵۰ درصد و کمپانی های کوچک ۵۰-۶۶ درصد

## \* تایلند:

- جذب سرمایه گذاری خارجی از طریق حذف تدریجی محدودیت مالکیت خارجیان در سرمایه شرکت ها و بنگاه های اقتصادی

- اجرای سیاست های نوگرایانه علوم و فناوری از طریق وزارت علوم، فناوری و انرژی به منظور انتخاب و تطبیق فناوری مناسب جهت بهبود موقعیت کشور

در بازارهای جهانی

- کاهش نرخ تعرفه ها از سال ۱۹۹۹ در مورد مواد خام مورد نیاز صنایع پیشرفته و کالاهای سرمایه ای مورد نیاز آن ها

- حمایت های مالی از SMEs در تایلند بواسطه منابع مالی ویژه با نرخ بهره اندک توسط شش موسسه، SIFCT، IFCT، بانک مشارکت کشاورزی، بانک ذخایر دولتی، بانک اگزیم تایلند و بانک تایلند

## پیشنهادهای

- ایجاد سازو کارهای لازم جهت تضمین حقوق مالکیت فکری، نوآوری و ابتکارات در حوزه تقنین، اجرا و نظارت صنایع با فناوری بالا در بازار داخلی و خارجی

- اصلاح و تنظیم برنامه های آموزش فنی - حرفه ای و دانشگاهی متناسب با نیاز های صنایع با فناوری بالا با هدف نوسازی، احیا و بازسازی صنایع در راستای ارتقا رقابتمندی

- اصلاح نظام تعرفه ای کشور با رویکرد رقابت پذیری صنایع با فناوری بالا

- ترغیب شرکت های خارجی به انجام تحقیق و توسعه فناوری های پیشرفته در ایران به ویژه با بهره گیری از اهرم خرید های دولتی

- تقویت تشکیلات خوشه های صنایع فناوری بالای کشور از طریق ارتباط با شرکت های بین المللی پیشرو در فناوری

منبع: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی



## Industrial Export Quality Index

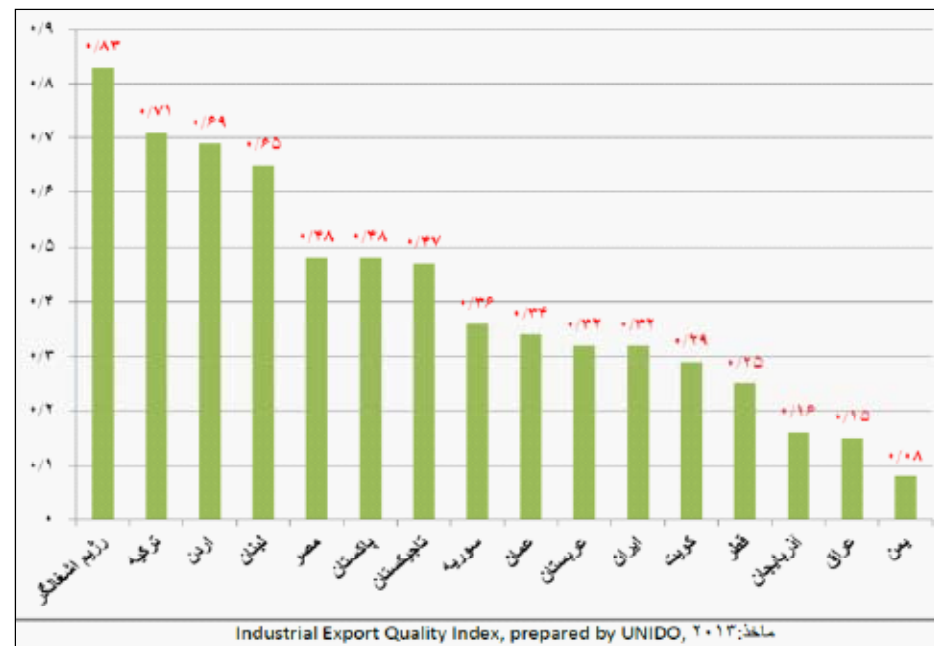
**تعریف:** سازمان توسعه صنعتی سازمان ملل (UNIDO) در سال ۲۰۱۰ شاخصی تحت عنوان شاخص کیفیت صادرات صنعتی ارائه نمود. این شاخص نشانگری برای بررسی سهم محصولات با فناوری بالا در کل صادرات صنعتی یک کشور می باشد.

**محاسبه:** این شاخص با استفاده رگرسیون خطی از سهم صنایع با فناوری بالا و متوسط در صادرات و همچنین سهم صادرات صنعتی از کل صادرات کشور حاصل می شود.

بر مبنای گزارش ۲۰۱۳ یونیدو، فیلیپین با نمره ۰/۹۶ رتبه اول جهان را دارد. ایران در این رتبه بندی مقام ۹۹ را دارد.

## تحلیل وضعیت ایران

نمودار بالا آخرین گزارش ارائه شده توسط یونیدو در خصوص شاخص کیفیت صادرات صنعتی در سال ۲۰۱۳ می باشد. رژیم اشغالگر بالاترین نمره را در منطقه دارا می باشد و یمن کمترین نمره را در این حوزه کسب کرده است.



# صادرات ۳ داروی گیاهی شرکت های دانش بنیان به ۴ کشور دنیا با «یک سی ام» قیمت نمونه خارجی

هزار تومان عرضه می کند. این در حالی است که قیمت محصول تولیدی ما ۲۵۰۰ تومان است. اگر این دارو بسته ای تهیه شود قیمت آن ۲۵ هزار تومان است.

ذبیحی تاکید کرد: پایین تر بودن قیمت داروی تولید ایران نسبت به نمونه فرانسوی خود به این معنی نیست که کم ارزش تر است. تنها به این جهت که قشری که دچار زخم بستر، زخم دیابت و سوختگی هستند قشر ضعیف جامعه هستند و هدف ما این بوده است تا با قیمت های ارزان بتوانیم کمکی به این قشر کرده باشیم. این محصولات کاملاً بومی است و مواد آن توسط محققان خودمان تولید شده است.

## صادرات به چین

ذبیحی درباره صادرات این داروها گفت: همزمان با تولید این محصولات موفق شدیم قرارداد صادرات به چین را داشته باشیم که هم اکنون ۳ کانتینر دارو در حال ارسال به این کشور است. چین اعلام کرده است این دارو جزو محصولاتی است که اجازه ورود به چین را دارد. امیدواریم در هفته آینده دومین محموله هم به این کشور حرکت کند. وی محصول سومی که برای کشور چین قابل توجه بوده است را داروی درد مفاصل عنوان کرد و توضیح داد: این دارو سال گذشته رونمایی شد و شرکت های چینی اعلام کردند آمادگی دارند کل ۱۰۰ میلیون دلار قرارداد بسته شده از این محصول را خریداری کنند.

رییس سندیکای تولید کنندگان و صادر کنندگان داروی دامپزشکی کشور گفت: امیدواریم با حمایت های معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و ستاد گیاهان دارویی و طب سنتی این معاونت، با توجه به کمک هایی که تا کنون به ما کرده اند، تا سقف ۱۰۰ میلیون دلار تولید داشته باشیم و به صورت مستمر به صادرات این محصولات بپردازیم.



تولید کننده باند و گاز جمهوری اسلامی، قراردادی منعقد شده که پدهای سوختگی را در اشکال ۱۰ در ۱۰ و ۱۰ در ۳، در قالب آلومینیوم فویل و با کیفیت بالا تولید می کند. رییس سندیکای تولید کنندگان و صادر کنندگان داروی دامپزشکی کشور همچنین توضیح داد: هر سه این داروها به صورت پماد و پد عرضه شده اند. داروی زخم دیابت پماد ۱۰۰ گرمی و پد ۱۰ در ۱۰، داروی زخم بستر به صورت پماد ۱۲۰ گرمی و پد ۱۰ در ۱۰ و پماد سوختگی در بسته های ۵۰ گرمی و پد سوختگی ۱۰ در ۱۰ تولید کرده ایم.

## ارزانت تر و با کیفیت تر از نمونه خارجی

وی درباره قیمت این محصولات نسبت به مشابه خارجی آن بیان کرد: قیمت این محصولات یک سی ام نمونه تولید کشور فرانسه به مردم عرضه می شود. فرانسه هر عدد پماد زخم بستر را در ابعاد ۲۰ در ۲۰ برگی هشتاد

به مناسبت دهه مبارک فجر، تولید و عرضه داروی گیاهی در زمینه های زخم بستر، سوختگی و زخم دیابت با قیمت یک سی ام نمونه خارجی آن آغاز شد. این داروها پروانه چند کشور خارجی را گرفته و در حال صادرات است. حجت الله ذبیحی، رییس سندیکای تولید کنندگان و صادر کنندگان داروی دامپزشکی کشور و عضو کارگروه دامپزشکی ستاد گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی درباره صادرات محصولات گیاهی تولید شده در کشور اظهار کرد: این داروها برای درمان زخم بستر، زخم پای دیابت و سوختگی هستند. همگی آن ها پروانه مربوطه تولید را در ایران دریافت کرده اند و برخی از آن ها موفق به کسب پروانه از کشورهای دیگر از جمله عراق، چین، سوریه شده اند. ذبیحی همچنین توضیح داد: داروی زخم بستر قدرت درمان کنندگی بسیار بالا دارد و از نمونه فرانسوی خود کیفیت بالاتری را دارا است. به طوری که شرکت تولید کننده این محصول در فرانسه نیز، درخواست خریداری آن را کرده است. این فعال عرصه تولید داروهای گیاهی تاکید کرد: صورتی که هر گونه زخم بستر، زخم دیابت و سوختگی در افراد به وجود آید، ما این آمادگی را داریم تا اگر بیماری توانایی مالی نداشت، به صورت کاملاً رایگان دارو را در اختیار وی قرار دهیم.

## صادرات محصول، پیش از عرضه در کشور

عضو شورای گفت و گوی شرکت های دانش بنیان همچنین عنوان کرد: خدا را شاکریم که توانستیم محصولی تولید کنیم که قبل از این که محصول در کشور خودمان عرضه عمومی شود، از کشورهای دیگر درخواست صادرات دریافت کرده است. وی افزود: قراردادهای صادراتی این محصول با کشورهای چین، عراق، سوریه، افغانستان در حال انعقاد است. با یک شرکت آلمانی هم برای صدور این داروها به آن کشور، مکاتباتی صورت گرفته است.

ذبیحی درباره دیگر محصولات دارویی برای درمان سوختگی بیان کرد: برای تولید پدهای سوختگی، زخم بستر و زخم دیابت، با یک شرکت



# برزیل



**معرفی:** برزیل در شرق آمریکای جنوبی قرار دارد. این کشور با اقیانوس اطلس هم مرز است. برزیل با کشورهای آرژانتین، بولیوی، کلمبیا، گینه فرانسوی، گویان، پاراگوئه، پرو، اوروگوئه، سورینام و ونزوئلا مرز خاکی مشترک دارد. جمعیت این کشور بالغ بر ۲۰۰ میلیون نفر است. واحد پول آن ریل برزیل است و زبان رسمی این کشور پرتغالی و بیش تر مردم آن پیروان آیین مسیحیت می باشند. برازیلیا پایتخت این کشور می باشد. شهرهای مهم و عمده این کشور ریودوژانیرو، سائوپولو، فورتاله زا و ... می باشد و ساعت بین المللی برزیل به طور میانگین شش و نیم ساعت عقب تر است.

## محیط سیاسی، قانونی و اقتصادی

- برزیل دارای حکومت جمهوری فدرال است.
- بر اساس ارزیابی های انجام شده توسط نهادهای بین المللی، برزیل در میان کشورهای آمریکای جنوبی از ثبات نسبی بالایی برخوردار است.
- بر اساس قوانین برزیل، اتباع خارجی محدودیتی برای خرید املاک در این کشور ندارند. شهروندان خارجی می توانند املاک را برای اقامت یا سرمایه گذاری خریداری کنند. تنها محدودیت در زمینه حق مالکیت خارجی ها، عدم امکان تملک زمین های قابل استفاده برای کشاورزی، زمین های دارای منابع معدنی و زمین های مناطق روستایی است.

- قانون مالکیت فکری برزیل از بیش تر آثار معنوی و فکری حمایت می کند. این کشور به سازمان جهانی مالکیت فکری پیوسته است. برزیل بسیاری از معاهده ها و پیمان های این سازمان را پذیرفته است.
- در این کشور محدودیتی برای ارسال ارز به خارج از کشور وجود دارد. بر اساس قوانین بانکی برزیل، انتقال ارز به خارج از کشور تنها با داشتن حساب بانکی در کشور مقصد ممکن است.

- برای صادر کنندگان ایرانی، تعیین نمایندگی ها یا توزیع کنندگان کالا در مناطق شمالی، جنوب شرقی و جنوبی سودمند و به صرفه است. این پیشنهاد با توجه به میزان تمرکز جمعیت و شرایط مالی مناسب مردم این مناطق ارایه شده است.
- صنایع عمده این کشور شامل پارچه و پوشاک، کفش، پتروشیمی و ساخت مواد شیمیایی، سیمان، چوب و الوار، ماشین آلات و تجهیزات هواپیما، صنایع فلزات و فرآوری آن، صنایع هواپیمایی و صنایع وابسته به آن، توربین و دستگاه های مولد برق، موتور و دیگر قطعات خودروها می باشد.
- عمده ترین محصولات کشاورزی برزیل عبارتند از: قهوه، گندم، برنج، ذرت، نیشکر، کاکائو، مرکبات
- خدمات مالی، بانکی، رفاهی و بیمه از مهمترین بخش های خدماتی ارایه شده در این کشور هستند.
- مناسب ترین زمینه های سرمایه گذاری در برزیل عبارتند از: صنایع خودروسازی، زیرساخت های حمل و نقل؛

سیستم های آبیاری محصولات کشاورزی، ساخت خانه، آپارتمان و مسکن، توسعه شبکه برق؛ تولید کود، سم و نیازمندی های کشاورزان، دامداری و دامپروری، خدمات مالی، فناوری اطلاعات، رسانه ها، مخابرات، غذایی، صنایع چاپ و تولید کاغذ

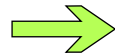
- وجود فرودگاه ها و خطوط جاده ای، ریلی و آبراهی باعث شده که سیستم حمل و نقل کالا در این کشور وضعیت مناسبی داشته باشد.

## آداب مذاکره

مذاکره در کشور برزیل با آرامش و بدون شتاب در رسیدن به نتیجه انجام می شود. برخی از دانستنی هادر باره فرهنگ مذاکره در این کشور عبارتند از:

- پیش از دیدار و گفتگو، طرفین باید دست یکدیگر را فشرده و در چشمان یکدیگر نگاه کنند.
- برای بازرگانان برزیلی شناسایی فرد مذاکره کننده و جایگاه او بسیار مهم است. در این شرایط فرد مذاکره کننده مهم تر از شرکت اعزام کننده فرد است.
- بازرگانان برزیلی دیدار و گفتگوی رودر رو را به مکاتبات تجاری ترجیح می دهند.
- دستپاچه شدن فرد در هنگام دیدار باعث می شود که اعتبار او خدشه دار شود.
- اجازه دهید تجار برزیلی بحث همکاری را آغاز کنند.
- دیدارها معمولاً غیر رسمی بوده و از چارچوب خاصی پیروی نمی کند.
- ایجاد وقفه در گفتگوی فرد مقابل، کاری ناپسند به شمار نمی رود.
- در هنگام گفتگو صبر و حوصله داشته باشید و از بروز نشانه های بی حوصلگی و عجله خودداری کنید.





## سایت های اینترنتی وزارتخانه ها و سازمان ها

نام وزارت یا سازمان	سایت اینترنتی
وزارت امور اقتصادی	www.fazenda.gov.br
وزارت هواوردی	www.emaer.fab.mil.br
وزارت ارتباطات	www.mc.gov.br
وزارت محیط زیست، منابع آب و منطقه آمازون	www.mma.gov.br
وزارت مدیریت فدرال و تغییرات استانی	www.seap.gov.br
وزارت روابط خارجی	www.mre.gov.br
وزارت بهداشت	www.saude.gov.br
وزارت صنعت، تجارت و گردشگری	www.mdic.gov.br
وزارت معادن و انرژی	www.mme.gov.br
وزارت علوم و فناوری	www.mct.gov.br
وزارت ارتش	www.eme.mil.br
وزارت کشاورزی	www.agricultura.gov.br
وزارت توسعه، صنعت و تجارت	www.desenvolvimento.gov.br

## بانک های برزیل

ردیف	نام بانک	پایگاه اینترنتی
۱	Banco Central do Brasil	www.bcb.gov.br
۲	Bank of Brazil	www.bancobrazil.com.br
۳	Barazilian Development Bank	www.bndes.gov.br
۴	Caixa Economica Federal	www.cef.gov.br
۵	Bradesco	www.brdesco.com.br

## سفارت خانه ها

سفارت ایران در برزیل
نشانی: SES AVE.DAS NACOES LOTE 31 70900-421-, BRASILIA DF, 61 تلفن: ۰۰۵۵) ۶۱ ۳۲۴۵۹۱۵ ۰۰۵۵) ۶۱ ۳۲۴۵۱۲۴ ۰۰۵۵) ۶۱ ۳۹۸۶۵۲۰ دورنگار: ۰۰۵۵) ۶۱ ۳۲۴۴۹۶۴۰
سفارت برزیل در ایران
نشانی: رهفرانیه، خیابان ولیعصر (هج)، خیابان شهید فلاحی، خیابان یکتا، شماره ۲۴. تلفن: ۰۰۹۸-۱۰-۲۲۷۵۳۱۰۸-۲۱-۲۱ دورنگار: ۰۰۹۸-۲۱-۲۲۷۴۴۰۰۹-۲۱-۲۱

گونگون شیمیایی و مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد می شود.

• کشورهای آمریکا، چین، آرژانتین، آلمان، ژاپن، کره جنوبی، نیجریه و ایتالیا هشت (صادر کنندگان به برزیل) را تشکیل می دهند.

## عمده محصولات صادراتی ایران

به کشور برزیل به شرح زیر می باشد:

ردیف	نام محصول
	کل محصولات
۱	نمک، گوگرد، خاک و سنگ، گچ، آهک و سیمان
۲	مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد
۳	توتون و تنباکو و بدل توتون و تنباکوی ساخته شده
۴	میوه های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند
۵	وسایل نقلیه زمینی غیر از نوافل روی خط راه آهن یا تراموا
۶	محصولات شیمیایی غیر آلی، ترکیبات آلی یا غیر آلی فلزات گرانبها
۷	فرش و دیگر کفپوش ها از مواد نسجی
۸	کائوچو و اشیای ساخته شده از کائوچو
۹	دانه و میوه های روغن دار، دانه و بذر و میوه های گوناگون
۱۰	محصولات شیمیایی آلی
۱۱	چدن، آهن و فولاد
۱۲	مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان، پنبه تسوز (Asbestos)، میکا یا از مواد همانند
۱۳	دیگ های بخار و آبگرم
۱۴	فرآورده های خوراکی گوناگون

بازاریابی و تبلیغات به عنوان یکی از ابزارهای توسعه اقتصادی بهره می برد. برخی روش های تبلیغاتی مناسب در این کشور عبارتند از:

- ایجاد ارتباط با سازمان دهندگان رویدادهای نمایشگاهی و موسسات فعال در زمینه تجارت خارجی و بازاریابی در برزیل
- حضور در نمایشگاه ها و بازارهای تجاری ویژه در برزیل
- ایجاد ارتباط با توزیع کنندگان کلیدی کالا در این کشور

- طراحی و ارائه کارت ویزیت به زبان های انگلیسی و پرتغالی
- تدوین مکاتبات، کاتالوگ ها و در کل تبلیغات به زبان های یاد شده
- عرضه محصولات با کیفیت به مشتریان و ارائه خدمات پس از فروش مناسب

- چاپ آگهی کالا و خدمات در مجلات بازرگانی برزیل
- برگزاری سمینارها و نشست های تخصصی برای انجام رایزنی با بازرگانان و مدیران شرکت های برزیلی

- تجارت خارجی
- اقلام عمده واردات کشور برزیل شامل دیگ های بخار و آبگرم، سوخت های معدنی و نفت خام، ماشین آلات و دستگاه های برقی و قطعات آنها، وسایل نقلیه زمینی، محصولات شیمیایی آلی، آلات و دستگاه های اپتیک، عکاسی، سینماتوگرافی، مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد، محصولات دارویی، کودهای شیمیایی، محصولات

• شاید برای مرور مطالب عنوان شده زمان بسیاری صرف شود. از این رو آمادگی روبرو شدن با چنین وضعیتی را داشته باشید.

• در صورتی که به زبان پرتغالی تسلط ندارید، از مترجم استفاده کنید.

• آقایان بهتر است از پیراهن رسمی و کت مشکی برای دیدارها استفاده کنند.

• تنهادر صورتی می توان با یک خانم دست داد که ایشان، خود برای دست دادن پیشقدم باشد.

• تجار برزیلی علاقه بسیاری به ایجاد روابط و برگزاری نشست های متعدد تجاری دارند. این کار نباید با عدم توجه بازرگانان خارجی روبرو شود، زیرا موجب ناراحتی تجار برزیلی می شود.

• بهتر است برای مذاکره برنامه ای از پیش تهیه شود و هنگام برگزاری نشست ابتدا درباره موضوعاتی که از اهمیت بیشتری برخوردارند صحبت شود.

• کارت ویزیت در زمان معرفی طرفین مبادله می شود. در صورت امکان کارت ویزیت دوزیانه به همراه داشته باشید و آن را از سمت پرتغالی زبان ارائه کنید.

• با توجه به وجود سنت ها و باورهای مردم برزیل، تخطی از تعهدات موجب بدنامی فرد یا شرکت خواهد شد. از این رو مردم و به ویژه بازرگانان برزیلی تلاش فراوانی برای اجرای تعهدات دارند.

رعایت این موارد، چه برای خرید کالا از برزیل، چه فروش کالا به این کشور ضروری است.

## راهکارهای بازاریابی و فروش

برزیل به عنوان یک بازار تجاری روبه رشد، از

گزارشی از بزرگترین نمایشگاه اختصاصی ایران در بغداد

# با حضور شرکت های دانش بنیان



جهانگیری ضمن اشاره به لطمات وابستگی اقتصادی به نفت گفت: اکنون که در این برهه زمانی با توطئه سیاسی برخی کشورها، قیمت نفت کاهش یافته است، کشورهای اسلامی و بویژه ایران و عراق باید با توسعه صنعت و صادرات خود گام های بلندی برای قطع وابستگی به نفت بردارند و با سعی و تلاش خود نفت را به جایگاه واقعی خود برسانند.

جهانگیری، معاون اول رئیس جمهوری با تاکید بر استفاده از فرصت ها و ارتباط بیش از پیش با شرکای تجاری، تصریح کرد: مسیر توسعه ایران و عراق، مسیر برگشت ناپذیری است و هر دو کشور باید برای تحکیم روابط تلاش کنند.

وی در پایان از سفیر عراق در تهران، وزیر صنعت معدن و تجارت ایران، وزیر بهداشت درمان و آموزش پزشکی، وزیر راه و شهرسازی، وزیر جهاد کشاورزی و معاونت گردشگری برای برپایی نمایشگاه اختصاصی ایران در بغداد تشکر کرد.

فرآیند انتخاب شرکت های دانش بنیان شامل معرفی شرکت های دانش بنیان از طریق ستادهای مربوطه به کریدور بوده و فرآیندهای هماهنگی، اجرا و انتخاب توسط کریدور صادرات صورت گرفته است." در ادامه گزارش کلی این نمایشگاه جهت اطلاع خوانندگان آمده است:

## جهانگیری: اراده سیاسی رهبران دو کشور در ارتقای مناسبات همه جانبه برگشت ناپذیر است

معاون اول رییس جمهوری در نشست تجار و بازرگانان ایرانی و عراقی در بغداد گفت: وظیفه ما به عنوان دولتمردان دو کشور این است که بسترهای لازم را

مهیما و موانع پیش رو را برداریم تا به اهداف مورد نظر برسیم.



فعال در حوزه های نفت و گاز، تجهیزات پزشکی و خدمات فنی مهندسی حضور گسترده ای را در این نمایشگاه تدارک دیده بودند.

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با درک این مهم و بمنظور تسهیل حضور شرکت های دانش بنیان در این نمایشگاه، از حضور شرکت ها در نمایشگاه به شکل پویون حمایت به عمل آورد. این حمایت تمامی هزینه های ساخت غرفه و اجاره فضای نمایشگاهی را در بر گرفته و شرکت های دارای تاییدیه دانش بنیان حاضر در نمایشگاه از پرداخت هزینه های ساخت غرفه و اجاره فضای غرفه در پویون هایتک معاف بودند.

به گفته مهندس قاسمی، مسئول کریدور صادرات محصولات دانش بنیان: "بر مبنای برنامه ریزی های صورت گرفته توسط کریدور صادرات، حدود ۱۵ شرکت در دانش بنیان پویون هایتک به معرفی محصولات و خدمات خود پرداختند که این شرکت ها از حوزه های مختلفی نظیر هوافضا، تجهیزات آزمایشگاه، تجهیزات پزشکی، محصولات و تجهیزات نانوفناوری، دارو و داروهای گیاهی انتخاب گردیده بودند. لازم بذکر است

نمایشگاه اختصاصی جمهوری اسلامی ایران در بغداد در زمینه های پزشکی و تجهیزات پزشکی؛ نفت و گاز؛ آب و برق؛ مصالح ساختمانی؛ خدمات فنی مهندسی از ۲۷-۳۰ بهمن ماه سال جاری در شهر بغداد برگزار گردید. این نمایشگاه با هدف توسعه صادرات محصولات ساخت ایران به کشور عراق و با برنامه ریزی سازمان توسعه تجارت و شرکت سهامی نمایشگاهی ایران صورت گرفته بود. در همین راستا و با برنامه ریزی های صورت گرفته، جناب آقای مهندس جهانگیری، معاون اول ریاست جمهوری و جناب آقای مهندس نعمت زاده، وزیر محترم صنعت، معدن و تجارت و هیات همراه نیز جهت رایزنی و برپایی هر چه بهتر در این نمایشگاه حضور داشتند. با عنایت به اهمیت بازار آن کشور و لزوم حضور شرکتهای دانش بنیان توانمند، کریدور صادرات محصولات دانش بنیان با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری اقدام به برپایی پویون محصولات هایتک در نمایشگاه مذکور نمود.

این نمایشگاه فرصت بسیار منحصر بفردی جهت بازاریابی و معرفی محصولات ایرانی به تجار و فعالان اقتصادی کشور عراق بوده و عموم بخش های اقتصادی



پزشکی گفت: بیش از ۹۵ درصد نیازهای داخلی ایران تولید داخل است و در سال ۲۰۱۴ نزدیک به ۲۰۰ میلیون دلار صادرات دارویی داشتیم.

دکتر دیناروند در نشست با شرکت‌های دارویی حاضر در نمایشگاه اختصاصی ایران در بغداد اظهار کرد: بخش عمده‌ای از شرکت‌های حاضر در این نمایشگاه دارویی و پزشکی هستند. ما امیدواریم یخ روابط ۳۰-۴۰ ساله ایران و عراق سریع‌تر آب شود؛ البته خیلی از سال گذشته سطح روابط بیشتر شده است اما در حوزه بهداشت و درمان باید ارتباطات جدی برقرار کنیم.

وی ادامه داد: بعد از پیروزی انقلاب اسلامی تحولات



زیادی در زمینه دارویی و تجهیزات پزشکی داشته‌ایم و شاهد رشد شرکت‌های بخش خصوصی بوده‌ایم. امروز بیشتر از ۹۵ درصد نیازهای دارویی ایران توسط

تولیدات داخلی تامین می‌شود و در سال ۲۰۱۴ قریب به ۲۰۰ میلیون دلار صادرات داشته‌ایم.

در این نشست همچنین معاونت وزارت بهداشت عراق با تقدیر از حضور هیئت بلندپایه ایران در عراق اظهار کرد: امیدواریم موانع پیش روی شرکت‌ها شناسایی و رفع شود. باید برای برطرف کردن مشکلات گفتگو کنیم.

دکتر الساعدی یادآور شد: متأسفانه در عراق تولیدات دارو و لوازم پزشکی نداریم. ما آماده‌ایم که بیمارانمان را برای درمان به ایران اعزام کنیم و یا از پزشکان ایرانی در عراق استفاده کنیم. همچنین این تقاضا وجود دارد که کلینیک‌های تخصصی پزشکی در کشور ما راه‌اندازی شود.



رضازاده رایزن بازرگانی ایرن در عراق درخصوص اینکه نمایشگاه بغداد فرصت‌های زیادی را برای ایران ایجاد می‌کند تصریح کرد: شرکت‌های ایرانی می‌توانند در نمایشگاه بغداد کالاهایشان را معرفی کنند. شرکت‌های عراقی هم برای دریافت امتیاز نمایندگی و یا مشارکت در تولید ترغیب می‌شوند. در این نمایشگاه مردم عراق با توانمندی‌ها و دستاوردهای جدید ایران به ویژه در محصولاتی با فناوری پیشرفته مانند دارو و تجهیزات پزشکی بیشتر آشنا خواهند شد.

رضا زاده به شرکت‌های کوچک و متوسط که مایل به حضور در بازار عراق هستند توصیه کرد: این شرکت‌ها می‌توانند اقدام به تشکیل کنسرسیوم یا خوشه‌های صادراتی کنند و یا از طریق شرکت‌های مدیریت صادرات، دفاتر فروش و توزیع در بازار عراق دایر کنند.

**دیناروند: ۲۰۰ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴**

**دارو صادر کردیم**

معاون دارویی وزارت بهداشت و درمان و آموزش

آرایشی می‌توانند با ایجاد پلنت‌های تولیدی چه به صورت کالایی و چه به صورت همکاری مشترک فعالیت‌های خود در عراق را توسعه دهند. ما باید روی تک تک این بازارها حساس باشیم و برای آینده‌ای بهتر برنامه ریزی کنیم. وی در خصوص نحوه معرفی شرکت‌های ایرانی به بازارهای هدف گفت: در جلسات کمیته توسعه صادرات که به ریاست مهندس نعمت‌زاده، همکاری سازمان توسعه تجارت ایران و معاونت امور صنایع برگزار می‌شود، بازارهای هدف شناسایی و با توجه به نیاز بازار، نوع کالا و میزان تیراژ مشخص می‌شود و بر اساس رتبه‌بندی شرکت‌ها، آنها را به بازارهای هدف سوق می‌دهیم.

همچنین دبیر کل اتاق مشترک ایران و عراق طی سخنانی با بیان این که همه تمهیدات لازم برای بسترسازی توسعه روابط صورت گرفته است، اظهار کرد: حجم مبادلات تجاری ایران به ۱۲ میلیارد دلار رسیده است. بیش از ۵۰ درصد آن مربوط به صادرات کالا و کمتر از ۵۰ درصد به صادرات خدمات فنی - مهندسی و درآمد ناشی از ترانزیت، توریست و برق اختصاص دارد.

## صالحی‌نیا: خواهان سرمایه‌گذاری مشترک و درآمدزا میان دو کشور هستیم

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت در مراسم افتتاحیه نمایشگاه اختصاصی ایران در بغداد گفت: ایران به دنبال سرمایه‌گذاری‌های مشترک و تولید بر اساس تکنولوژی‌های موجود است که برای هر دو کشور دارای منفعت باشد.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت با توجه به حضور ۲۶۰ شرکت ایرانی در نمایشگاه اختصاصی بغداد ادامه داد: با توجه به مذاکراتی که میان فعالان اقتصادی دو کشور انجام می‌شود، امیدوارم شاهد رشد و شکوفایی تبادلات صنعتی، تجاری و خدمات فنی - مهندسی باشیم.



صالحی‌نیا معاون امور صنایع نیز با اشاره به اینکه صنایع مختلفی در نمایشگاه

اختصاصی ایران در بغداد حاضر هستند، گفت:

لوازم خانگی، صنایع تبدیلی، صنایع غذایی، صنایع دارویی و تجهیزات پزشکی و خودروسازی در نمایشگاه عراق شرکت دارند. برای صادرات خدمات فنی و مهندسی نیز شرایط مساعدی فراهم است. کشور عراق کشوری در حال توسعه است و ما باید بر اساس قابلیت‌هایی که در ایران داریم به افزایش صادرات به عراق بیندیشیم.

صالحی‌نیا در پاسخ به این سوال که به غیر از صنایع خودروسازی و صنایع غذایی در چه زمینه‌های دیگری بسترهای حضور در عراق وجود دارد گفت: تجهیزات پزشکی و دارویی، صنایع و لوازم خانگی، فولاد، مصالح ساختمانی، سنگ‌های ساختمانی و صنایع بهداشتی و

# صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری صنایع کوچک

افزایش می‌یابد.

در این میان صندوق حسب مقررات ملزم به دریافت وثیقه نوع اول و دوم از متقاضیان ضمانت نامه است اما ترکیب این وثایق به گونه‌ای است که متقاضیان، وثیقه نوع اول کمتری به صندوق خواهند سپرد ضمن آنکه اگر متقاضی در چند مرحله دریافت ضمانت نامه از صندوق، خوش حساسی خود را با بازپرداخت به موقع اقساط تسهیلات دریافتی، نشان دهد ضمن ارتقاء درجه اعتباری شرکت خود، ترکیب وثایق دریافتی باز هم به سمت وثایق نوع دوم پیش خواهد رفت. به موارد فوق باید خدمات مشاوره‌ای رایگان صندوق را نیز افزود که تولیدکنندگان را برای بهینه‌سازی وضعیت کسب و کار خود یاری می‌کنند.

منبع: [sif-gov.ir](http://sif-gov.ir)

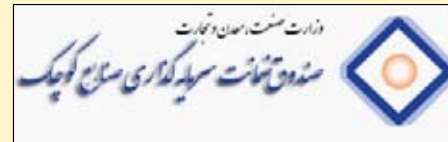


ملاک صنعتی بودن طرح‌ها برای برخورداری از تسهیلات صندوق، دارا بودن کد آیسک در جواز تأسیس یا پروانه بهره‌برداری است. سقف تضمین صندوق نیز ده میلیارد ریال در نظر گرفته شده است که در آینده نزدیک در صورت اصلاح اساسنامه، افزایش خواهد یافت. تسهیلات و اعتبارات ربالی و ارزی داخلی و خارجی به طرح‌های در زمینه احداث، توسعه، بهسازی و نوسازی، سرمایه در گردش، توسعه پیمانکاری‌های فرعی، تحقیق و توسعه، خرید فناوری و دانش فنی و تجهیزات آزمایشگاهی اعطا خواهد شد که در حوزه‌های تولیدی صنعتی، دانش بنیان و مانند آن فعال هستند.

## همکاری تمامی بانکها و موسسات دولتی و غیردولتی در پذیرش ضمانت نامه صندوق

طی بخشنامه بانک مرکزی تمامی بانکها و موسسات دولتی و غیردولتی (صنعت و معدن، کشاورزی، ملی، توسعه تعاون و.....) برای پذیرش ضمانت نامه صندوق همکاری می‌کنند.

کارمزد صندوق برای سال اول یک و نیم درصد مبلغ ضمانت نامه در نظر گرفته شده است که به ازاء هر سال اضافه بیست و پنج صدم درصد به مبلغ کارمزد سال اول



شرکت‌ها جزو اولویتهای موضوعی ۹ گانه مصوب جلسه هیات مدیره صندوق قرار گرفته و از دیدگاه صندوق در چند دسته اصلی تقسیم بندی شده اند که شامل موارد زیر می‌شوند:

- فناوری زیستی (پزشکی، کشاورزی، صنعتی، محیط زیست).

- فناوری نانو (محصولات و مواد)

- اپتیک و فوتونیک (مواد، قطعات و سامانه‌ها)

- مواد پیشرفته (فلزات، کامپوزیت‌ها، سرامیک‌ها، پلیمرها)

- الکترونیک و کنترل (میکروالکترونیک، قطعات، مدارها، سخت افزار کامپیوتر و سامانه‌ها)

- فناوری اطلاعات و ارتباطات و نرم افزارهای کامپیوتری.

- تجهیزات پیشرفته ساخت، تولید و آزمایشگاهی. بطور کلی طرح‌هایی که تعداد کارکنان در جواز تأسیس آن زیر ۵۰ نفر باشد (صنایع کوچک) و ماهیت صنعتی داشته باشد می‌توانند از تسهیلات این صندوق بهره ببرند. هم متقاضیان حقوقی و هم حقیقی با دارا بودن شرایط لازم برای صندوق می‌توانند درخواست صدور ضمانت نامه دهند.

صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری صنایع کوچک زیر نظر وزارت صنعت، معدن و تجارت تأسیس گردیده و مرکز اصلی آن در تهران است. کمک به توسعه صنایع کوچک از طریق تضمین حداکثر هفتاد درصد (در مناطق کمتر توسعه یافته تا هشتاد و پنج درصد) اصل و سود تسهیلات اعطایی بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری به صنایع و استفاده از وجوه اداره شده و سایر منابع مالی در چارچوب سیاست‌های صنعتی و برنامه‌های توسعه کشور در زمینه احداث، توسعه، بهسازی و نوسازی، سرمایه گردش، توسعه پیمانکاری‌های فرعی، تحقیق و توسعه، خرید فناوری و دانش فنی و تجهیزات آزمایشگاهی و توسعه منابع انسانی و همچنین انجام سایر اموری که در راستای تحقق هدف صندوق است، از مأموریت‌های اصلی صندوق می‌باشد.

فراهم آوردن موجبات توسعه سرمایه‌گذاری بخش غیردولتی در صنایع کوچک، کوتاه کردن مدت زمان اجرای طرح‌های اشتغالزا و دارای توجیه اقتصادی با اولویت مناطق کمتر توسعه یافته و تضمین و تسهیل در وثیقه تسهیلات اعطایی بانکها و موسسات مالی و اعتباری به صنایع کوچک از مهمترین اهداف و وظایف صندوق است.

## شرایط پذیرش طرح‌ها برای صدور ضمانت نامه

حمایت از شرکتهای دانش بنیان از جمله اولویتهای موضوعی صندوق در حوزه صدور ضمانت نامه است. این



# آگاهی از فرهنگ و آداب و رسوم و قوانین داخلی بازار هدف مورد نظر

جهت انجام فعالیت صادرات آگاهی از مراحل آن حایز اهمیت می باشد. در این شماره و در ادامه بخش پیام مشاور، مرحله سوم فلوچارت مراحل صادرات کالای دانش بنیان با عنوان "آگاهی از فرهنگ و آداب و رسوم و قوانین داخلی بازار هدف مورد نظر" 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 و 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	اطهات 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

### ۳- آگاهی از فرهنگ و آداب و رسوم و قوانین داخلی بازار هدف مورد نظر

پس از شناسایی بازار هدف مرحله سوم آشنایی با آداب و رسوم و فرهنگ در کشور مورد نظر است. هر کشوری دارای معتقدات، معیارها و منهیات مخصوص به خود است. (کاتلر، فروزنده، بهمن ۱۳۷۹) موضوع انطباق فرهنگی مهمترین چالش بازاریابان بین المللی است، آنها باید تلاش های بازاریابی خود را با فرهنگی که با آن هماهنگ نیستند تنظیم کنند. در واقع در عرصه بین الملل شناخت دقیق عوامل فرهنگی در بازار هدف مورد نظر بسیار حایز اهمیت است. این عوامل شامل آداب و رسوم، زبان، مذهب، اعتقادات و باورها، هنر، زیبایی شناختی، رنگ می باشند که در چگونگی مصرف، نامگذاری، بسته بندی، تبلیغات و شبکه توزیع محصول نقش موثری را ایفا می کند. با توجه به اهمیت این بخش در بازاریابی بین الملل در چند شماره این نشریه به توضیح و بررسی آن خواهیم پرداخت.

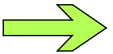
### آداب و رسوم و فرهنگ مصرف کشورها و اثرات آن در فعالیتهای بازاریابی

آداب و رسوم مدل های آشکار رفتاری در افراد که

بصورت توافقی و مورد قبول در موقعیت های خاص از افراد بروز می کنند. رسم و رسوم در هنگام رویدادهای مهم زندگی افراد قابل مشاهده اند. برای مثال هنگام تولد، ازدواج، مرگ و یارویدادهای مهم سال مثل عید نوروز، ماه رمضان، روز مادر و.... درواقع زندگی پر از رسوم است، یعنی الگوهای رفتاری و تاثیر متقابل که آموخته و تکرار می شوند. زندگی مملو از مراسم های کوچک است. آیین نیز دارای اهمیت است. آنها بر خوردهای روزانه و فرصت های ویژه را با یکدیگر هماهنگ می کنند و به مردم می گویند که انتظار چه چیزی را داشته باشند (فیلیپ کاتورا، مری گیلی و دیگران؛ روستا، احمد: ۱۳۹۱)







### آداب و رسوم تجاری

آداب و رسوم تجاری به سه گروه ضروری، انتخابی و انحصاری تقسیم می شوند. در ادامه توضیحات مختصری در باره لزوم آگاهی از آنها در راستای انجام تجارت موفق داده خواهد شد.

**۱- آداب اجباری و ضروری:** یک فروشنده موفق در عرصه بین الملل برای توفیق در کار خود باید به آنها توجه و عمل کند. برای ارتباط موفقیت آمیز باید با این عادت‌ها مواجه و منطبق شد یا از آنها اجتناب کرد. بطور مثال در بعضی از فرهنگ‌ها رفتار افراد بسیار با اهمیت تر از دیگر فرهنگ‌هاست. به عنوان مثال این موضوع اصلاً قابل قبول نیست که تاجر عصبانی شود و صدایش را در جمع بلند کند یا خطای کسی را در جمع متذکر شود. در بعضی از فرهنگ‌ها چنین برخوردی را

بی نزاکتی جلوه می دهند و در برخی دیگر ممکن است به قطع معامله بیانجامد.

**۲- آداب و سنن جاری یا انتخابی:** تاجر می تواند به آنها سازگاری پیدا کند یا نکنند. در واقع تاجر ممکن است به مشارکت در آن تمایل داشته باشند، اما به انجام آن نیازی نیست. به عنوان مثال ژاپنی‌ها انتظار ندارند غربی‌ها با خم شدن احترام بگذارند و آیین خم شدن را در میان ژاپنی‌ها درک کنند، اما در عین حال یک خم شدن نمادین نشانه علاقه و تاحدودی حساسیت به فرهنگ ژاپنی است که به عنوان حسن تفاهم در نظر گرفته می شود.

**۳- آداب و سنن اختصاصی:** تاجر از انجام آنها معاف هستند. این رسوم الگوهای رفتاری هستند که

منحصر به افراد محلی بوده و بیگانگان از آنها منع می شوند. به عنوان مثال یک تاجر مسلمان مجبور به حضور در مراسم‌های مسیحیان در جریان ارتباطات تجاری خود نخواهد بود. (فیلیپ کاتورا، مری گیلی و دیگران؛ روستا، احمد: ۱۳۹۱)

بعلاوه یک فروشنده برای ورود به بازارهای خارجی باید فرهنگ مصرف و طرز فکر مصرف کنندگان خارجی را نیز در باره مصرف کالاهای معینی مورد مطالعه قرار دهد. به عنوان مثال جهت صادرات قهوه به آلمان باید موارد زیر مورد بررسی قرار گیرد.

\* چگونگی استفاده قهوه (دانه، آسیاب شده، پودر شده)

\* آلمانی‌ها قهوه را بعد از ناهار یا با صبحانه میل می کنند؟

\* آیا آن را با شیر یا خامه یا خالی مصرف می کنند؟

\* آیا شب قهوه می نوشند؟

\* مردم از چه سنی به نوشیدن قهوه روی می آورند؟

\* آیا قهوه یک نوشیدنی سنتی است؟

\* آیا مانند انگلستان نوشیدن قهوه نوعی سرکشی در بین جوانان محسوب می شود؟

\* یا مانند ژاپن یک هدیه است؟

عدم شناسایی فرهنگ مصرف کالا در کشورهای مختلف منجر به ارایه محصولات نامتناسب برای بازار مورد نظر، یا اشتباهات پرهزینه در قیمت گذاری، ترویج یا تبلیغات، علی رغم قابل توجه بودن آن بازار هدف می شود.



# تولید طعم و رنگ‌های طبیعی متناسب با ذائقه ایرانی

## در حال حاضر تاییدیه‌های لازم این محصولات را از کجا گرفته اید؟

ما تاییدیه‌های محصولات مان را از اداره نظارت بر مواد غذایی از دانشگاه علوم پزشکی و انیستیتو صنایع غذایی دانشگاه شهید بهشتی دریافت کرده ایم. همچنین ما اکنون ایزوهای ۹۰۰۱، ۱۸۰۰۱، ۱۴۰۰۱ و گواهینامه های بین المللی سیستم ایمنی غذایی (GMP)، HACCP را اخذ کرده ایم و به دنبال کسب مجوز ایزو ۱۷۰۲۵ هستیم.

## محصولات تان مورد استقبال کشورهای دیگر هم قرار گرفته است؟

هم اکنون محصولات شرکت ما به کشورهای عراق، افغانستان، آذربایجان، ارمنستان و چند کشور اروپایی صادر شده است. چندی پیش نیز درخواستی از شرکت اسپانیایی داشتیم.

## مهمترین وجه تمایز محصولات شما نسبت به نمونه های مشابه خارجی در چیست؟

بومی سازی دانش، منطبق بودن با ذائقه ایرانی، ارزش افزوده زیاد، طراحی طعم مورد نیاز مشتری در مدت زمان کوتاه، انجام سرویس دهی و پشتیبانی فنی، در اختیار قرار گرفتن آزمونگاه هابه کارخانه ها و قیمت کمتر آن نسبت به محصولات رقبای خارجی از جمله مهمترین ویژگی های بارز محصولات ما است.



به عنوان مثال رنگ طبیعی زرد محصولات ما از کور کومین است! این رنگ از زردچوبه گرفته می شود. همچنین رنگ های نارنجی یا پاپریکا از فلفل قرمز شیرین، سبز از اسفناج، لیکوپن از پوسته گوجه فرنگی، بتاکارتن از هویج و آنتاسیانین از پوسته انگور قرمز استخراج می شود.

## پس با این حساب خاصیت گیاهی این محصولات با کمترین عوارض همراه است!

محصولات طبیعی هم ممکن است گاهی همراه با عوارضی مانند آلرژی باشند اما به مراتب عوارض این محصولات نسبت به نمونه های سنتتیک کمتر است؛ متأسفانه بیشتر رنگ های سنتتیک از مواد نفتی یعنی از قطران زغال سنگ یا نفت استخراج می شوند. به این دسته از رنگها آزو می گویند. این رنگ ها عوارض بسیار جدی دارند و باعث ایجاد سرطان هایی مانند مغز، آدرنال فوق کلیوی، کلیه و تیروئید و اختلالات کروموزمی، ناباروری (به خصوص برای آقایان) و سندرم بیش فعالی در کودکان می شوند. در مقابل رنگ های طبیعی نه تنها عوارضی ندارند بلکه آثار و فواید مفید درمانی دارند مثلاً کور کومین (ماده موثر استخراج شده از زرد چوبه) برای کاهش التهاب و درمان بیماری رماتیسم و یک سری بیماری های پوستی بسیار کاربرد دارد.

شرکت طعم و عطر ما گنولیا از جمله شرکت هایی است که اردیبهشت امسال از سوی کمیته تخصصی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به عنوان یک شرکت دانش بنیان شناخته شد؛ این شرکت در سال ۱۳۸۳ تاسیس شد. سال ۱۳۸۴ هم کارخانه تولید طعم و اسانس خوراکی در شهر صنعتی کاوه احداث و در سال ۱۳۸۵ نیز این شرکت موفق به اخذ پروانه های ساخت برای محصولات خود شد. سال ۱۳۸۹ هم خط تولید رنگ های طبیعی خوراکی نیز آغاز به کار کرد و در سال ۱۳۹۰ این شرکت به دلیل انجام صد هزار طرح تحقیقاتی و چند مورد ثبت اختراع به شرکت تعاونی دانش بنیان تغییر ماهیت داد و عاقبت در سال ۱۳۹۱ به عنوان تعاونی برتر ویژه کشور برگزیده شد. اینک این شرکت با تولید بیش از ۴۰۰ نوع طعم و اسانس خوراکی و رنگ طبیعی خوراکی پاسخگوی بخشی از نیاز صنایع غذایی کشور است. دستیابی به چنین دستاوردی باعث شد تا خبرنگار ماهنامه پیام صادرات کالا و خدمات دانش بنیان گفت وگویی اختصاصی با دکتر فرحناز موسوی مدنی، رییس هیات مدیره شرکت طعم و عطر ما گنولیا انجام دهد.

\*\*\*

## هدف اصلی تان از راه اندازی چنین شرکت دانش بنیانی چه بود؟

هدف اصلی ما طراحی و فرمولاسیون طعم مطابق با ذائقه، سلیقه و فرهنگ ایرانی برای واحدهای صنایع غذایی بود. تحقیقات بیشمار ما طی سال های اخیر از مناطق مختلف کشور منجر به تولید ۴۰۰ طعم دهنده برای واحدهای مختلف از جمله صنایع لبنی، اسنک، نوشیدنی، گوشتی، شیرینی و شکلات و صنایع کنسرو و سس شد. سال ۱۳۹۰ هم شرکت ما با بهره گیری از تکنولوژی روز دنیا و با استفاده و انتخاب دقیق مواد اولیه با بهترین کیفیت، موفق به تولید رنگ های طبیعی خوار کی شد؛ امروزه تولید رنگ های طبیعی خوراکی را آغاز کردیم؛ رنگ عاملی بسیار مهم و اساسی در کنار طعم و بافت محصول برای موفقیت یک محصول است. از ویژگی های مهم رنگ های این شرکت، شفافیت، نداشتن بو خاص، قدرت بسیار بالا، ماندگاری و پایداری مناسب در محصول است.



# سامسونگ



سامسونگ (Samsung) شرکت خوشه‌ای کره‌ای و چندملیتی می‌باشد، که از تعداد زیادی شرکت تابعه، زیرمجموعه و فرعی تشکیل شده‌است. گروه سامسونگ در سال ۱۹۳۸ توسط لی بیونگ چول در قالب یک شرکت بازرگانی تأسیس شد. در طول ۳ دهه این گروه در حوزه‌های فناوری هوافضا، نساجی، بیمه، اوراق بهادار و خرده‌فروشی فعالیت داشته‌است. گروه سامسونگ در اواخر دهه ۱۹۶۰ وارد عرصه الکترونیک شد و در اواسط دهه ۱۹۷۰ به صنایع کشتی‌سازی وارد گردید.

در سال ۱۹۸۷ لی درگذشت، که در پی آن سامسونگ به چهار گروه تقسیم شد: گروه سامسونگ، شینسنگی، سی‌جی‌گروپ و گروه هانسل. از دهه ۱۹۹۰ سامسونگ فعالیت‌هایش را جهانی کرد، که تمرکز اصلی آن را صنایع الکترونیک، گوشی تلفن همراه و نیم‌رساناها، تشکیل می‌دادند.

دفتر مرکزی این شرکت در شهر سئول قرار دارد و سهام آن در بازار بورس نیویورک معامله می‌شود.

امروزه گروه سامسونگ شامل مجموعه‌ای از ۸۰ شرکت می‌باشد، که بزرگترین مجموعه تجاری-صنعتی در کره جنوبی محسوب می‌شود. شمار کارکنان این گروه در سال ۲۰۱۳ نزدیک به ۴۲۷,۰۰۰ نفر اعلام شد. شرکت‌های زیرمجموعه آن عبارتند از: سامسونگ الکترونیکس (بزرگترین شرکت فناوری اطلاعات جهان) بزرگترین شرکت این گروه است، صنایع سنگین سامسونگ (دومین شرکت بزرگ صنایع کشتی‌سازی کره)، شرکت مهندسی سامسونگ و سامسونگ سی‌اند‌تی (بترتیب سیزدهم و سی و ششمین شرکت‌های بزرگ ساختمانی جهان) هستند. دیگر شرکت‌های تابعه

سریع، سامسونگ به یکی از ۱۰ شرکت بزرگ کره تبدیل گردید.

در سال ۱۹۶۹ شرکت سامسونگ الکترونیکس بعنوان یک شرکت تابعه در گروه سامسونگ متولد شد. این شرکت در دهه ۱۹۷۰ با سرمایه‌گذاری در صنایع سنگین، صنایع شیمیایی و پتروشیمی و کشتی‌سازی، راه صنعتی شدن را در پیش گرفت.

در ۱۹۷۳ دومین برنامه پنج ساله مدیریت اعلام و گذار از مرحله ساخت مواد اولیه به محصول نهایی، بعنوان هدف اصلی شرکت اعلام گردید. دهه ۱۹۷۰ دهه

قابل توجه شامل سامسونگ لایف (چهاردهمین شرکت بزرگ بیمه عمر جهان)، سامسونگ اورلند (قدیمی‌ترین شهر بازی در کره جنوبی)، سامسونگ تکوین و چیل و رلدواید (پانزدهمین شرکت تبلیغاتی جهان)

## تاریخچه

گروه سامسونگ در سال ۱۹۳۸ توسط لی بیونگ چول به عنوان یک شرکت بازرگانی تأسیس شد و بیشترین حجم کاری خود را بر صادرات ماهی، میوه و سبزی به چین قرار داد. طی یک دهه، با رشدی بسیار

توسعه شرکت سامسونگ بود، آنچنان که شرکت‌های صنایع سنگین، پتروشیمی، کشتی‌سازی و صنایع دقیق سامسونگ تأسیس و اولین صادرات صنایع الکترونیک از سوی سامسونگ الکترونیکس صورت گرفت. محصولات این شرکت در دهه ۱۹۸۰ توانست به بازارهای جهانی راه یابد.

در سال ۱۹۸۷ با درگذشت بنیانگذار گروه، پسرش لی کان-هی جانشین او گردید. لی کان-هی یک سال بعد برنامه توسعه دوم سامسونگ را، در شرکت به راه انداخت. این برنامه مشتمل بر تجدید ساختار کسب و کار قدیمی و تبدیل شدن شرکت، به یکی از پنج شرکت برتر الکترونیک و یکی از شرکت‌های چندملیتی، در کلاس جهانی بود.

اوایل دهه ۱۹۹۰ را می‌توان دوران مدیریت نوین در سامسونگ دانست. در این دوران شعار «اول کیفیت» انتخاب و تبلیغ گردید. در این دوره، ۱۷ محصول مختلف نظیر نیمه‌هادی، نمایشگرهای رایانه و ... در بازار جهانی تولید شد و در برخی از آنها، نظیر نمایشگرهای ال‌سی‌دی به مقام اول جهانی دست یافت. هم‌زمان، علاوه بر جهت گیری به سمت بکارگیری شش سیگما و تولید محصول کیفی، کیفیت کارکنان نیز مورد توجه قرار گرفت.

از ابتدای قرن جدید، حرکت به سمت دوران دیجیتال برای این شرکت تشدید شد، به گونه‌ای که به سرعت در حوزه‌های مختلف فناوری اطلاعات و ارتباطات، محصولات متنوعی عرضه می‌گردد.

## ریشه نام

واژه سامسونگ در زبان کره‌ای هانجا به معنی "tristar" یا "سه ستاره" است. لغت "سه" نشان دهنده



EXHIBIT 2 | The 50 Most Innovative Companies of 2014

1 to 10	11 to 20	21 to 30	31 to 40	41 to 50
1 Apple	11 Honda-Porsche	21 Volkswagen	31 Procter & Gamble	41 Fast Retailing
2 Google	12 General Electric	22 IBM	32 Fiat	42 Wal-Mart
3 Samsung	13 Intel	23 Lenovo Group	33 Airbus	43 Tata Consultancy Services
4 Microsoft	14 Cisco Systems	24 Nike	34 Boeing	44 Nestle
5 IBM	15 Siemens	25 Danisco	35 Huawei Technology	45 Bayer
6 Amazon	16 Coca-Cola	26 General Motors	36 Italcis	46 Starbucks
7 Tesla Motors	17 LG Electronics	27 Shell	37 Hitachi	47 Tencent Holdings
8 Toyota Motor	18 BMW	28 Audi	38 McDonald's	48 SAP
9 Facebook	19 Ford Motor	29 Philips	39 Oracle	49 Unilever
10 Sony	20 Dell	30 SoftBank	40 Salesforce.com	50 Huawei Technologies

Source: 2014 RICS Global Innovation Survey  
Includes all Samsung business groups (excluding electronics and heavy industry).  
Excludes banks.  
Excludes American Express.

### سامسونگ در رتبه هفتم گرانترین برندهای جهان در سال ۲۰۱۴

سامسونگ، اولین مارک غیر آمریکایی در رده بندی اینتربرند با ارزش ۴۵،۴۶ میلیارد است که در جایگاه هفتم قرار دارد. این شرکت کره ای که البته چند ملیتی هم هست، توانسته موفقیت‌های بزرگی را در عرصه ارائه تلفن‌های همراه و تبلت بدست آورد و به تک تازی اپل پایان دهد. سامسونگ در طول سال ۲۰۱۴ توانست ارزش خود را به میزان ۱۵ درصد افزایش دهد.

01 Apple	02 Google	03 Coca-Cola	04 IBM
05 Microsoft	06 GE	07 Samsung	08 Toyota

### سامسونگ در رتبه دوم بیشترین ثبت اختراعات در سال ۲۰۱۴

بر اساس بررسی‌های بدست آمده از شرکت‌های مختلف در سراسر جهان، شرکت Samsung با ۴۹۵۲ پتنت پس از شرکت IBM در رتبه دوم بیشترین ثبت اختراعات در سال ۲۰۱۴ قرار گرفته است. این شرکت با میانگین حدود ۱۴ ثبت اختراع در روز تبدیل به دومین شرکتی شد که در طول یکسال موفق به ثبت بیش از ۴۰۰۰ پتنت شده است.

این بررسی در ۶ زمینه مختلف صورت گرفته است و سامسونگ در ۴ تای آنها جز ۵ شرکت برتر لیست است. در مقابل اپل تنها در ۲ تای آنها جز ۵ شرکت برتر است. سامسونگ در زمینه های emotional appeal, financial performance, product quality and services و vision and leadership توانسته است جز ۵ شرکت برتر امریکا باشد. در مقابل اپل در زمینه های vision and leadership و financial performance جز ۵ شرکت برتر امریکا است.

harris poll

WEGMANS IS THE ONLY COMPANY TO BE RANKED IN THE TOP 5 ON ALL SIX REPUTATION DIMENSIONS

Samsung shows strength in four of six dimensions, public takes notice of CVS Social Responsibility stance

SOCIAL RESPONSIBILITY	EMOTIONAL APPEAL	PRODUCTS & SERVICES
1. Wegmans Food Markets 84.32	1. Amazon.com 85.54	1. Amazon.com 85.46
2. Whole Foods Market 82.95	2. Wegmans Food Markets 84.75	2. Wegmans Food Markets 85.08
3. Publix Supermarkets 80.84	3. L.L. Bean 81.99	3. Samsung 85.48
4. CVS (CVS Health) 80.76	4. Costco 81.85	4. Intel Corporation 85.01
5. The Walt Disney Company 80.69	5. Samsung 81.77	5. Costco 84.76

VISION & LEADERSHIP	FINANCIAL PERFORMANCE	WORKPLACE ENVIRONMENT
1. Wegmans Food Markets 85.38	1. Wegmans Food Markets 83.74	1. Wegmans Food Markets 86.48
2. Apple 84.29	2. Berkshire Hathaway 83.60	2. Costco 85.44
3. Berkshire Hathaway 84.28	3. Samsung 83.18	3. L.L. Bean 84.18
4. Amazon.com 84.11	4. Apple 82.84	4. Google 83.70
5. Samsung 83.89	5. Microsoft 82.88	5. Microsoft 83.28

### سامسونگ سومین شرکت نوآور جهان در سال ۲۰۱۴

از نه سال بدین سو، شرکت اپل به عنوان نوآورترین شرکت جهان شناخته شده است.

بر اساس گزارش نهاد پژوهشی گروه مشاوره بوستن از شرکت‌های جهان در سال ۲۰۱۴، شرکت سامسونگ پس از اپل و گوگل در جایگاه سوم نوآورترین شرکت‌های جهان قرار گرفته است.

هر سال از سال ۲۰۰۵ تا اکنون، این نهاد بیش از ۱۵۰۰ مدیران ارشد شرکت‌های بزرگ و خلاق جهان را بررسی میکند و از آن میان خلاق‌ترین شرکت‌ها در صنایع مختلف، از جمله تکنولوژی نوین، انترتین، موتورسازی، تکنولوژی سخت افزار و غیره را انتخاب و معرفی می‌کند.

قدرت و بزرگی و لغت "ستاره" به معنی جاودانگی است.

### سامسونگ در خانه اپل، محبوب‌تر از این شرکت است

شاید سامسونگ از نظر تعداد فروش تلفن‌های همراه هوشمند، تحت فشار اپل باشد و در این مقوله نتواند رقابت بارزی را بین پرچمدارهایش با آیفون‌های همیشه پرچمدار اپل از خود نشان دهد اما محبوبیت این شرکت در امریکا یعنی خانه اپل رشد خوبی داشته است و حالا سامسونگ است که از اپل محبوب‌تر است. اوضاع از چه قرار است؟ با ترنجی باشید.

طبق گزارش منتشر شده از Harris Poll سامسونگ در امریکا توانسته است رشد خوبی را در زمینه رضایت مشتری کسب کند. این در حالی است که اپل با چند پله سقوط به جایگاهی پایین‌تر از سامسونگ رسیده است. سامسونگ در سال ۲۰۱۵ توانسته است جایگاه سوم محبوب‌ترین برند را از آن خود کند، این در حالی است که در سال ۲۰۱۴ نام این شرکت در جایگاه هفتم نوشته شده بود. در مقابل اپل از رتبه ۳ در سال ۲۰۱۴ به رتبه ۹ سقوط کرده است. نکته جالب دیگر این گزارش حذف شدن نام سونی و مایکروسافت از لیست ۱۰ شرکت برتر در سال ۲۰۱۵ و اضافه شدن گوگل به آن است.

harris poll

THE TOP TEN

General Public Rankings 2014 vs. 2015

2014	2015
1. Amazon.com	1. Wegmans Food Markets
2. Coca-Cola	2. Amazon.com
3. Apple	3. Samsung
4. Disney	4. Costco
5. Honda	5. Johnson & Johnson
6. Costco	6. Kraft
7. Samsung	7. L.L. Bean
8. Whole Foods	8. Publix Supermarkets
9. Microsoft	9. Apple
10. Sony	10. Google

# عوامل تاثیرگذار موفقیت در صادرات

در حوزه اقتصادی صادرات کالا از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. بر این اساس تحقیقات گسترده ای با هدف ارائه یک الگوی موفق انجام شده است. به طور کلی متغیرهای متعددی وجود دارد که می توان با شناسایی آنها به عنوان یک عامل تاثیرگذار به راهکارهایی برای توسعه صادرات دست یافت. یکی از این مجموعه عوامل تاثیرگذار عوامل فردی است که مجموعه ای از عوامل مختلف از میزان تحصیلات فرد، کسب تجربه و تسلط به دانش صادرات را شامل می شود. در کنار آن باید به مجموعه عوامل اقتصادی نیز توجه داشت. به طور کلی بازارهای صادراتی، قیمت گذاری و بازاریابی از جمله متغیرهایی است که می توان آنها را در گروه عوامل اقتصادی قرار داد. از دیگر عوامل تاثیرگذار بر صادرات می توان به متغیرهایی

نظیر قوانین و مقررات، فرهنگ کلی حاکم

بر جامعه، فناوری، ارتباطات و

همچنین عوامل سیاسی

حاکم بر جوامع اشاره کرد

که مجموعه این متغیرها در

گروه عوامل طبیعی طبقه

بندی می شود. همان طور

که می دانید طراحی و بسته

بندی محصول، کیفیت محصولات

صادراتی، ضمانت، ارائه خدمات

پس از فروش و برند محصول

نیز می تواند در رسیدن به این

موفقیت در حوزه صادرات

کالا نقش مهمی داشته

باشد. این گروه از متغیرها

از دیگر عوامل تاثیرگذار بر

صادرات است و بررسی های

انجام شده در سطح دنیا نشان داده است کشورهایی در حوزه صادرات موفق بوده اند که به عوامل محیطی توجه ویژه ای داشته اند. در حقیقت قوانین و مقررات تصویب شده در حوزه صادرات، متغیرهای فرهنگی حاکم در سطح جوامع و همچنین توجه خاص به نوآوری و فناوری در رسیدن به چنین موفقیتی قدم اول است. پس از آن ضمانت کالا، ارائه خدمات پس از فروش، بسته بندی و طراحی و کیفیت محصول صادر شده است که می تواند مورد توجه متقاضیان قرار گیرد. بررسی ها و تحقیقات انجام شده در کشورهای مختلف نشان می دهد در کشورهایی که صادر کنندگان کالا و خدمات تجربه کافی در این زمینه داشته اند و از دانش اقتصادی لازم برای استحکام قدم هایی که

در این زمینه برمی دارند برخوردار بوده اند در مقایسه با دیگر

کشورها بسیار موفق تر عمل کرده اند. برخلاف

آنچه به نظر می رسد بازاریابی صادراتی

از جمله متغیرهایی است که در

اولویت های بعدی قرار می گیرد.

اگرچه اغلب افراد بر این باورند

در رسیدن به موفقیت در حوزه

صادرات بازاریابی بیشترین

اثرگذاری را دارد اما بازاریابی

در مقایسه با دیگر متغیرهایی که به

آن اشاره شد نقش کم رنگ تری دارد.

در واقع توجه به دیگر متغیرهای

که از اولویت هایی اولیه هستند

موجب می شود زمینه مناسبی

برای صادرات کالا فراهم شود و

توجه به هر یک از آنها به عنوان

یک راهکار غیر مستقیم برای

بازاریابی عمل می کند.



## شناسنامه ماهنامه

ماهنامه مجازی پیام صادرات کالا

و خدمات دانش بنیان

سال اول، شماره یازدهم

بهمن ماه ۱۳۹۳

مجری: ویکی آیدیا (شبکه مبادلات فناوری)

دبیر اجرایی: میثم دهقانی منش

همکاران این شماره: بهاره صفوی،

فراک فراهانی جم، سهیل امیری،

محمد عباسی، غلامرضا یعقوبی،

فرزانه صدقی، مرجان پرورش محسنی

گرافیکست: فهیمه کیان خواه

نشانی: تهران - امیرآباد شمالی - خیابان

شهید فکور - پلاک ۱۶۹ - طبقه ۴ -

شرکت مدیریت فناوری یکتا دانش مفید

تلفن: ۰۲۱۸۸۳۵۹۵۰۸

پست الکترونیک: Export@wikiidea.ir

■ ماهنامه از کلیه صاحب نظران و علاقه مندان

این حوزه دعوت به همکاری می نماید.

■ کلیه عزیزان می توانند نظرات و

پیشنهادهای خود را به پست الکترونیک

ماهنامه ارسال فرمایند.

■ 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.