



- ۲ <<< توسعه بازار دانش بنیان
- ۳ <<< جزییات اعطای معافیت‌های مالیاتی شرکت‌ها و موسسات دانش بنیان اعلام شد
- ۴ <<< تایید ۳۰ کارگزاری حوزه فناوری برای بازاریابی محصولات شرکت‌های دانش بنیان
- ۵ <<< ارزش کالاهای صادراتی در گمرک
- ۶ <<< تصویب آیین‌نامه‌های حمایت از صادرات محصولات دانش بنیان
- ۷ <<< نکات مهم در بازاریابی
- ۸ <<< حمایت معاونت علمی و فناوری از نمایشگاه ArabLab2015
- ۹ <<< راهنمای تجارت با امارات متحده عربی
- ۱۱ <<< هواپیماها در سال ۲۰۵۰ چه فناوری‌هایی خواهند داشت؟
- ۱۲ <<< جایگاه فناوری زیستی در ایران و جهان
- ۱۴ <<< معرفی شرکت‌های مدیریت صادرات و نقش این شرکت‌ها در توسعه صادرات محصولات
- ۱۵ <<< دفتر توسعه کسب و کار بین‌المللی
- ۱۶ <<< استاندارد حلال
- ۱۷ <<< گام‌های بلند ایران برای صادرات فناوری‌های دانش بنیان
- ۱۹ <<< از حذف آلودگی‌ها تا معطری هوا
- ۲۰ <<< آگاهی از کد تعرفه کالا
- ۲۲ <<< نوارتیس نوآورترین شرکت دارویی جهان

سفن نفست

## توسعه بازار دانش بنیان

احراز صلاحیت آنها اقدام شده است. به همین دلیل همه دانشگاه‌ها و موسسات تحقیقاتی باید با صندوق‌های دانش بنیان، شرایط دانش بنیان شدن و اقداماتی که دولت در نوآوری‌های فنی انجام می‌دهد آشنا شوند تا به این ترتیب ارتباطی موثر در میان حلقه‌های مفقوده تولید تا صنعت برقرار شده و حرکتی دانش بنیان در توسعه پایدار کشور صورت پذیرد.

در این میان مطمئناً افزایش اعتبار صندوق نوآوری و شکوفایی پشتوانه بسیار خوبی برای شرکت‌های دانش بنیان خواهد بود. صندوق نوآوری و شکوفایی کمک خواهد کرد تا شرکت‌های دانش بنیان در سال آینده بتوانند توسعه بیشتری پیدا کنند و اقتصاد دانش بنیان را گسترش دهند.

به طور خاص در ارتباط میان دستاوردهای پژوهشی با کاربردهای اقتصادی و اجتماعی و تجاری سازی محصولات علمی تاکید دارد بودجه قابل توجهی را در سال گذشته، سال جاری و سال آینده برای صندوق‌های دانش بنیان تخصیص داده است. بطوریکه اختصاص اعتبار بسیار خوب به صندوق نوآوری و شکوفایی مهم‌ترین بخش در بودجه امسال بوده است. البته این روند در سال آینده ادامه خواهد داشت و به این صندوق در سال آینده بیش از ۸۰۰ میلیارد تومان بودجه تزریق خواهد شد.

مخاطبین اصلی صندوق نوآوری و شکوفایی، شرکت‌ها و موسسات دانش بنیان تایید صلاحیت شده هستند که از طریق کارگروه تشخیص صلاحیت مستقر در معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، نسبت به ارزیابی و

این روزها بیش از هر زمان دیگری مسئولان و متخصصان کشور در این عقیده به تفاهم رسیده اند که برای توسعه اقتصادی باید از هزینه درآمد نفتی دست بکشیم و کشور را به سمت اقتصاد دانش بنیان واقعی و متکی بر صنعت هایتک پیش ببریم. همین ضرورت رونق بازار اقتصادی کشور از طریق حمایت شرکتهای دانش بنیان باعث شده تا صندوق نوآوری و شکوفایی شکل گرفته و این روزها موضوعات مرتبط با این صندوق در صدر اخبار حوزه علم و پژوهش قرار گیرد.

فلسفه راه اندازی صندوق نوآوری و شکوفایی در واقع این است که بخشی از پول عمومی را به بخش خصوصی دانش بنیان اختصاص دهد تا رشد تکنولوژی و توسعه اقتصادی را موجب شود. در این میان از آنجاکه دولت



«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.»

## محصولات دانش بنیان

## و فناوری‌های هوایی ایران صادر می‌شود



به گزارش مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، دکتر منوچهر منطقی دبیر ستاد توسعه فناوری و صنایع دانش بنیان هوایی و هوانوردی معاونت علمی گفت: این ستاد قصد دارد صادرات دو بخش را گسترش

دهد. بخش اول مربوط به صادرات محصولات و خدمات دانش بنیان و بخش دوم به صادرات فناوری‌ها اختصاص خواهد داشت. از این رو در حال ایجاد مجموعه‌ای هستیم که برای فناوری‌هایی که شرکت‌های دانش بنیان دارند بازاریابی کرده و روند صادرات این فناوری‌ها تسهیل شود.

## تقویم نمایشگاه‌های داخلی و خارجی

ردیف	عنوان	زمان	مکان
۱	اولین همایش ملی مدیریت دانش شرکت‌های دانش بنیان با رویکرد جهادی	۶ الی ۷ دی ماه	دانشگاه افسری امام علی ع
۲	یازدهمین نمایشگاه بین المللی تبلیغات، بازاریابی و صنایع وابسته	۶ الی ۹ دی ماه	نمایشگاه بین المللی تهران
۳	بیست و یکمین نمایشگاه بین المللی چاپ، بسته بندی و ماشین آلات وابسته	۶ الی ۹ دی ماه	نمایشگاه بین المللی تهران
۴	دومین نمایشگاه بین المللی خشکبار، آجیل، میوه های خشک و صنایع وابسته	۶ الی ۹ دی ماه	نمایشگاه بین المللی تهران
۵	پنجمین نمایشگاه بین المللی خانه مدرن، معماری داخلی و دکوراسیون	۱۵ الی ۱۸ دی ماه	نمایشگاه بین المللی تهران
۶	چهاردهمین نمایشگاه بین المللی لوازم خانگی	۱۵ الی ۱۸ دی ماه	نمایشگاه بین المللی تهران
۷	نمایشگاه اختصاصی کشور ایتالیا	۱۵ الی ۱۸ دی ماه	نمایشگاه بین المللی تهران
۸	هشتمین نمایشگاه بین المللی کالا، خدمات و تجهیزات فروشگاه‌های و فروشگاه‌های زنجیره ای	۱۵ الی ۱۸ دی ماه	نمایشگاه بین المللی تهران
۹	بیست و دومین نمایشگاه بین المللی لوستر و چراغهای تزئینی	۲۳ الی ۲۶ دی ماه	نمایشگاه بین المللی تهران
۱۰	چهارمین نمایشگاه بین المللی مبلمان اداری	۲۴ الی ۲۷ دی ماه	نمایشگاه بین المللی تهران
۱۱	پنجمین نمایشگاه بین المللی محصولات و فناوری کشاورزی، گیاهی، ارگانیک و صنایع وابسته	۲۴ الی ۲۷ دی ماه	نمایشگاه بین المللی تهران
۱۲	نمایشگاه لیزر	۲۴ الی ۲۷ دی ماه	نمایشگاه بین المللی تهران
۱۳	هفتمین نمایشگاه بین المللی سیمان، بتن، تکنولوژیهای ساخت و ماشین آلات وابسته	۲۴ الی ۲۷ دی ماه	نمایشگاه بین المللی تهران

## آمار صادرات کالاهای با فناوری بالا اعلام می‌شود

مدیر کل دفتر توسعه کسب و کار بین‌المللی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، از تدوین چارچوبی برای اعلام رسمی و ماهیانه صادرات کالاهای با فناوری بالا خبر داد.



به گزارش خبرگزاری مهر، مهندس محمدرضا ایزدیان مدیر کل دفتر توسعه کسب و کار بین‌المللی معاونت علمی درباره اعلام میزان صادرات کالاهای با فناوری بالا اظهار کرد: طی همکاری معاونت امور بین‌الملل و تبادل فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با سازمان توسعه تجارت ایران، چارچوبی برای اعلام ماهیانه میزان صادرات کالاهای با فناوری بالا تعیین کرده‌ایم تا از این به بعد بتوانیم آمارهای صادرات این نوع کالاها را به صورت رسمی و ماهیانه اعلام کنیم. وی افزود: این چارچوب در دو دفتر مقررات صادرات و واردات و دفتر برنامه ریزی سازمان توسعه تجارت ایران در حال بررسی بین معاونت علمی و سازمان توسعه تجارت است و امیدوار هستیم که بزودی بتوانیم آمارهای ماهیانه صادرات محصولات با فناوری بالا را اعلام کنیم.

ایزدیان، با اشاره به اینکه در مناسبات بین‌المللی ارائه آمارهای یکسان با دیگر کشورها ضروری است، تصریح کرد: در مناسبات و مذاکرات بین‌المللی اگر آماری که یک کشور اعلام می‌کند با دیگر کشورها تفاوت فاحشی داشته باشد خوب نیست و باید بر اساس یک چارچوب مشخص، آمارهای درست و نزدیک به دیگر کشورها اعلام شود. وی بیان کرد: در حوزه صادرات محصولات دانش بنیان به دلیل تعاریف مختلفی که از این حوزه شده است یک مبنای آماری واحد نداریم در صورتیکه اگر بتوان آمار دقیق‌تری در این زمینه ارائه کرد اثربخشی برنامه‌ها در صادرات دانش بنیان قابل ارزیابی خواهد بود.

## جزئیات اعطای معافیت‌های مالیاتی شرکت‌ها و موسسات دانش بنیان اعلام شد

کارگروه اعلام کنند تا طبق ضوابط مربوط به سازمان امور مالیاتی معرفی شوند. سرپرست امور شرکت‌ها و موسسات دانش بنیان معاونت علمی و فناوری با اشاره به ارزیابی‌های سالانه از شرکت‌های دانش بنیان گفت: فهرست شرکت‌ها و موسسات دانش بنیان به صورت سالانه و پس از ارزیابی‌های دوره‌ای به سازمان امور مالیاتی ارسال خواهد شد به طوری که ممکن است اسامی شرکت‌ها و یا مصدق فعالیت‌های دانش بنیان هر شرکت تغییر یابد. صاحبکار افزود: اطلاعات شرکت‌های خارج از پارک‌های فناوری از سوی دبیرخانه «کارگروه ارزیابی شرکت‌های دانش بنیان» جمع‌آوری و به سازمان امور مالیاتی ارسال می‌شود و شرکت‌هایی که در پارک‌های علم و فناوری مستقر هستند با معرفی مدیریت هر پارک می‌توانند با مراجعه به سازمان امور مالیاتی مربوطه از مزیت‌های مندرج در ماده (۹) قانون استفاده نمایند.

### توصیه به شرکت‌های دانش بنیان مستقر در پارک‌ها

دبیر کارگروه ارزیابی شرکت‌های دانش بنیان در خصوص معافیت‌های مالیاتی موضوع ماده (۹) قانون افزود: شرکت‌های داخل پارک‌های فناوری برای همه فعالیت‌های «پژوهشی، فناوری و مهندسی» خود که در محدوده پارک فناوری انجام می‌شود، می‌توانند از معافیت مالیاتی استفاده کنند، در حالی که شرکت‌های خارج پارک‌های فناوری، صرفاً می‌توانند از معافیت بر درآمد ناشی از تولید کالا و خدمات دانش بنیان استفاده کنند و سایر درآمدهای شرکت، مشمول معافیت نمی‌شود. لذا به شرکت‌های داخل پارک‌های فناوری توصیه می‌شود که از معافیت مندرج در ماده (۹) قانون استفاده کنند که جامع‌تر است.

وی در ادامه بیان کرد: امور شرکت‌های دانش بنیان با هر کدام از این ۴۰ شرکت جلسات حضوری برگزار کرده و ضمن راهنمایی برای تکمیل اظهارنامه مالیاتی، اطلاعات دقیق میزان فروش کل کالاها و میزان فروش کالاهای دانش بنیان را استخراج نموده است. گزارش‌های آماری درباره معافیت‌ها نشان می‌دهد که شرکت‌های حوزه بیوتکنولوژی توانستند بیشترین معافیت مالیاتی در سال ۱۳۹۲ را استفاده نمایند.

## تدوین نظام‌نامه استاندارد محصولات فناورانه و دانش بنیان شرکت‌های ایرانی

مدیر کل دفتر تجاری‌سازی فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از برنامه تدوین نظام‌نامه استاندارد محصولات فناورانه و دانش بنیان شرکت‌های ایرانی با حمایت سازمان استاندارد خبر داد.

به گزارش مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، اسماعیل قادری‌فر مدیرکل دفتر تجاری‌سازی فناوری معاونت علمی با تأکید بر ضرورت



استانداردسازی کالاها و خدمات دانش بنیان تصریح کرد: در این راستا کارگروه مشترکی با سازمان استاندارد جهت تدوین آیین‌نامه و دستورالعمل شکل گرفته است تا شرکت‌ها بر طبق این دستورالعمل‌ها استانداردهایی را تدوین و نشان استاندارد ملی را دریافت کنند.

وی با بیان این که برای بسیاری از محصولات در کشور نظام استانداردسازی تدوین نشده است، افزود: در نظر است در این طرح یک نظام‌نامه استاندارد محصولات فناورانه و دانش بنیان شرکت‌های ایرانی ایجاد شود تا محصولات دانش بنیان ما استاندارد ملی داشته باشند.



## برگزاری کارگاه بین‌المللی سیاستگذاری علم و فناوری با حضور ۱۵ کشور عضو جنبش غیر متعهد



معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برپا شده است. در طول برگزاری این کارگاه، صاحب‌نظران مقالات خود را در خصوص شکل‌گیری و تکامل نظام ملی نوآوری در کشورهای در حال توسعه، ملزومات سیاستگذاری علم، فناوری و نوآوری در کشورهای در حال توسعه، جایگاه

کارگاه آموزشی بین‌المللی سیاستگذاری علم، فناوری و نوآوری در کشورهای در حال توسعه با حمایت معاونت علمی و فناوری رییس جمهوری از تاریخ ۷ تا ۱۰ آذرماه سال جاری در جزیره کیش برگزار شد.

براساس این گزارش، کارگاه آموزشی بین‌المللی سیاستگذاری علم، فناوری و نوآوری در کشورهای در حال توسعه، با حضور نمایندگانی از کشورهای هند، آفریقای جنوبی، مالزی، اندونزی، میانمار، گامبیا، زیمبابوه، کامبیا، کنیا، تانزانیا، عراق، فلسطین، سرلانکا، بوتسوانا و موریس به همت پژوهشکده مطالعات فناوری ریاست جمهوری با همکاری مرکز علم و فناوری کشورهای عضو جنبش عدم تعهد و با حمایت معاونت امور بین‌الملل و تبادل فناوری

سیاست‌های علم، فناوری و نوآوری در سیاست‌های کلان توسعه‌ای، چارچوب نهادی سیاستگذاری علم، فناوری و نوآوری در کشورهای در حال توسعه و نقش سیاستگذاری علم، فناوری و نوآوری در افزایش رقابت‌پذیری کشورهای در حال توسعه ارائه خواهند کرد. بر همین اساس، این کارگاه بستر مناسبی برای تبادل تجربیات کشورهای در حال توسعه در زمینه سیاستگذاری علم و فناوری و شکل‌گیری همکاری‌های دوجانبه در حوزه علم و فناوری به‌شمار می‌آید.

این رویداد مهم بین‌المللی با حضور نمایندگانی از ۱۵ کشور عضو جنبش عدم تعهد، به میزبانی جمهوری اسلامی ایران برپا شد.

## تأیید ۳۰ کارگزاری حوزه فناوری برای بازاریابی محصولات شرکت‌های دانش بنیان



گرفته‌اند و در چند استان مختلف فعالیت می‌کنند و تعداد ۵، ۶ شرکت دیگر نیز تقاضای تأسیس فن بازار را داشته‌اند که پس از مرحله بررسی از استان‌ها و دانشگاه‌های مختلف کشور دعوت شده‌اند.

صفاری نیا همچنین گفت: با توجه به اینکه کارگزارهای حوزه فناوری وظیفه بازاریابی محصولات شرکت‌های دانش بنیان را دارند فراخوانی را برای شناسایی آنها اعلام کردیم که در این فراخوان حدود ۸۰ مجموعه حقیقی و حقوقی تقاضای خود را ارائه دادند و از بین آنها ۳۰ مجموعه موافقت اولیه برای کارگزاری حوزه فناوری را به دست آوردند.

رییس پارک فناوری پردیس معاونت علمی در ادامه بیان کرد: تلاش ما بر این است که تا پایان سال جاری حجم قابل توجهی از محصولات شرکت‌های دانش

رییس پارک فناوری پردیس معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری گفت: تقویت بازاریابی و فروش محصولات دانش بنیان محور اصلی همکاری‌های فن بازارهای کشور و کارگزاران حوزه فناوری است.

به گزارش مرکز روابط عمومی و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، مهندس مهدی صفاری نیا، رییس پارک علم و فناوری پردیس معاونت علمی درباره برگزاری نشست مشترک فن بازارهای کشور و کارگزاران حوزه فناوری اظهار کرد: نشست‌های دوره‌ای به منظور هماهنگی و ارزیابی فعالیت‌های فن بازارهای کشور با کارگزاران حوزه فناوری برگزار می‌شود و محوریت اصلی این نشست‌ها نیز تقویت بازاریابی و فروش محصولات شرکت‌های دانش بنیان است. وی افزود: حدود ۱۱ فن بازار تاکنون مجوز فعالیت

## حضور نمایندگان معاونت علمی و فناوری در کارگاه بین‌المللی WTA و چهارمین همایش نوآوری جهانی

انجمن جهانی سیاستگذاری فناوری که تحت عنوان Wolrd technopolice association به مدیریت پروفیسور اوه، یکی از فناوران و نوآوران و صاحب‌نظران برجسته دنیا در زمینه اقتصادی فناوری، همه‌ساله با همکاری سازمان یونسکو یک کارگاه آموزشی را در راستای مباحث نوآوری و توسعه فناوری در کشور و نقش فناوری در توسعه اقتصادی کشورها برگزار می‌کند، امسال نیز همایش و کارگاه بین‌المللی WTA در هفته دوم ماه نوامبر در شهر ک فناوری دایدوک که یکی از شهرک‌های وابسته به شهر دیجون و یکی از مراکز نوآوری کره جنوبی است برگزار شد.

در این نشست یک هیأت از معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با حضور دکتر امید توکلی رییس مرکز فناوری‌های راهبردی و دکتر سیدمحمدحسین صاحبکار سرپرست امور شرکت‌ها و موسسات دانش بنیان و اسماعیل قادری فر مدیر کل دفتر تجاری سازی فناوری معاونت به عنوان اعضای هیأت ایرانی و کمیته اعزامی از معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به کره جنوبی اعزام شدند. در کنار این کارگاه آموزشی ۳ روزه، برای نخستین بار امسال کره جنوبی یک فروم و یک همایش بین‌المللی را تحت عنوان Global Innovation یا نوآوری جهانی برنامه‌ریزی و اجرا کرد. در کنار این فروم بین‌المللی که با شعاع گسترده‌ای برگزار شد یک نمایشگاهی از فناوری‌های پیشرفته‌ای که به طور عمده از دل پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد استخراج شده بودند تحت عنوان International fair of technology نمایشگاه بین‌المللی فناوری نیز دایر شده بود. خوشبختانه در این نمایشگاه هم چند شرکت و واحد فناور از شهرک علمی تحقیقاتی اصفهان حضور داشتند که به طور عمده در زمینه آی تی و فناوری اطلاعات کار کرده بودند و از شرکت‌های موفق ایرانی بودند که در این نمایشگاه حضور داشتند.

# ارزش کالاهای صادراتی

## در گمرک



و نوسانات نرخ ارز باشد. زمانی که شاخص بهای کالاهای صادراتی روند صعودی پیدا می کند به این معنی است که می توان آن را نشانه ای از افزایش قیمت تمام شده کالای صادراتی دانست. بسیاری از کارشناسان بر این باورند در دنیای امروز که با یک بازار رقابتی در زمینه صادرات کالا مواجه هستیم، افزایش قیمت کالای صادراتی در کشور می تواند به منزله کاهش شانس یافتن بازارهای جدید و رکورد بازار صادراتی کالاهای ایرانی باشد.

"بر اساس تفاهم نامه همکاری بین گمرک جمهوری اسلامی ایران و سازمان توسعه تجارت ایران، تعیین ارزش کالاهای صادراتی از ابتدای دی ماه سال ۱۳۹۱ به گمرک محول شد و تعیین ارزش گمرکی کالاهای صادراتی از آن تاریخ تاکنون در دفتر بررسی و تعیین ارزش گمرک جمهوری اسلامی ایران صورت می گیرد."

رییس کل سازمان توسعه تجارت ایران و یکی از معاونان وزارتخانه های ذیربط تشکیل شده است. این دبیرخانه از سال ۱۳۷۴ فعالیت خود را آغاز کرده است. این کمیته پس از پذیرش پرونده های متقاضیان و درخواست های ارسالی از دفتر صادرات گمرک ایران و طرح آن در جلساتی که در کمیته برگزار می شود نسبت به ارسال مصوبات به منظور اجرا به دفتر صادرات گمرک کشور اقدام می کند.

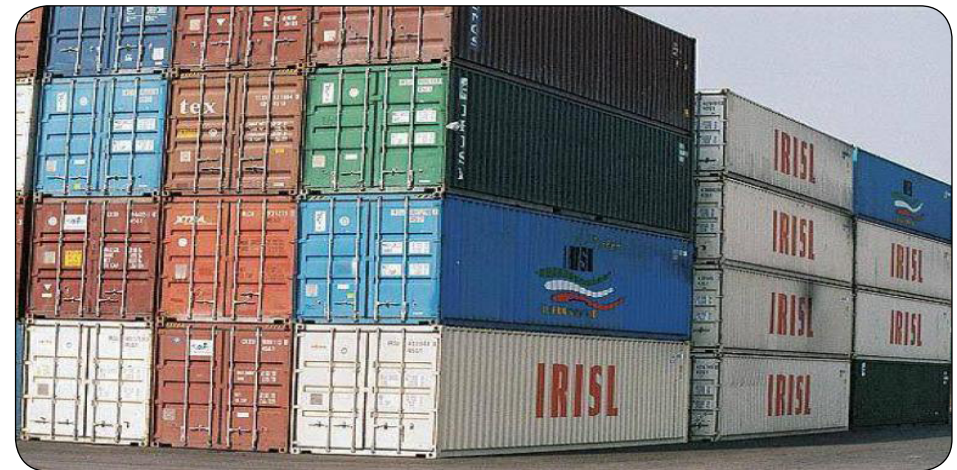
شاخص بهای کالاهای صادراتی در ایران یکی از انواع شاخص های قیمت است که نشان دهنده تغییرات سطح عمومی قیمت کالاهای صادراتی غیر نفتی در کشور است. برای تهیه این شاخص قیمت ارزی کالاهای صادر شده به قیمت ریالی تبدیل می شود.

بنابراین تغییرات این شاخص می تواند نشان دهنده تغییرات قیمت کالاهای صادر شده در بازارهای جهانی

کالاهای صادراتی این است که همه صادر کنندگان این قیمت ها را مدنظر قرار داده و در صادرات کالا آن را رعایت کنند تا به این ترتیب صادر کنندگان اجازه نداشته باشند قیمت کالای صادراتی را دلخواه اظهار کنند. در حقیقت قیمت گذاری کالاهای صادراتی به یکسان سازی ارزش کالاهای صادراتی منجر می شود.

دبیرخانه کمیته دائمی قیمت گذاری کالاهای صادراتی بر اساس مصوبه هیات وزیران و با عضویت

هر کالایی که با هدف صادرات به گمرک اظهار می شود. صرف نظر از قیمتی که برای آن تعیین شده و به طور کلی بدون در نظر گرفتن ارزش کالا در خارج، دارای قیمتی است که از سوی مرجع رسمی دولتی تعیین می شود. این قیمت که همان ارزش گمرکی کالا است به عنوان قیمت صادراتی در فهرستی در اختیار گمرک، بانک و دیگر سازمان ها قرار می گیرد. اظهار نامه های صادراتی بر اساس قیمت صادراتی تنظیم می شود. هدف از قیمت گذاری



# تصویب آیین نامه های حمایت از صادرات محصولات دانش بنیان

EPO، USPTO را مورد حمایت قرار می دهد.

**آیین نامه ۶-** خدمات مشمول حمایت در حوزه تحقیقات بازار بین الملل  
 \* بررسی و شناسایی بازار، پیشنهاد بازارهای هدف و روش های نفوذ به بازار  
 \* تعیین و معرفی پیش نیازهای مجوزی و استانداردهای محصول جهت ورود به بازار

\* آنالیز رقبا و بخش بندی بازار  
 \* ارزیابی و تحلیل الگوی خرید مصرف کنندگان در بازار هدف  
 \* تدوین استراتژی بازاریابی  
 \* تدوین استراتژی قیمت گذاری محصولات  
 \* تحلیل صنایع و پیش بینی تاثیر تحولات منطقه ای و جهانی در بازار محصول مورد نظر

\* ارزیابی کارکرد برند و همچنین تدوین استراتژی توسعه برند

**آیین نامه ۷-** کریدور 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.

شرط استفاده از تمامی خدمات و حمایت های کریدور صادرات داشتن "تاییدیه دانش بنیان" است و شرکت های دارای تاییدیه از کارگروه ارزیابی و تایید صلاحیت شرکت های دانش بنیان می توانند از تمامی خدمات و حمایت های استفاده نمایند. ارایه این خدمات از طریق شرکت های خدماتی "کارگزاران خدمات توسعه صادرات" و با حمایت و نظارت کریدور صادرات بر حسن اجرای خدمات صورت می پذیرد.

جهت دریافت اطلاعات تکمیلی فهرست آیین نامه های کریدور به وب سایت کریدور به نشانی [www.tesc.ir](http://www.tesc.ir) مراجعه نمایید. شایان ذکر است در صورت تغییرات اجرایی در آیین نامه ها، این موارد در شماره های بعدی به اطلاع خوانندگان می رسد. همچنین از کلیه صاحب نظران و ذینفعان آیین نامه دعوت می گردد پیشنهادات و دیدگاه های خود را به [info@tesc.ir](mailto:info@tesc.ir) ارسال نمایند.

**آیین نامه ۱-** سرفصل های قابل ارائه در پیشخوان های مشاوره صادرات عبارتند از:

\* ارائه مشاوره برای آغاز فعالیت صادرات  
 \* اعلام ترکیب صادراتی و وارداتی کشورهای مختلف  
 \* ارائه اطلاعات تعرفه ورود کالا به کشورهای مختلف  
 \* شناسایی مقدماتی بازارهای هدف  
 \* ارائه اطلاعات نمایشگاه های معتبر بین المللی  
 \* راهنمایی در زمینه استفاده از کمک ها و یارانه های صادراتی  
 \* ارائه مشاوره مقدماتی در زمینه قوانین و مقررات مرتبط با صادرات  
 \* معرفی وارد کنندگان کالای مورد نظر در کشورهای هدف  
 \* معرفی منابع اطلاعاتی معتبر در بازارهای هدف صادراتی  
 \* معرفی اشخاص حقیقی و حقوقی مجرب فعال در حلقه های مختلف زنجیره صادرات

**آیین نامه ۲-** حمایت از حضور در نمایشگاه های بین المللی شامل تامین بخشی از هزینه های قابل قبول شامل هزینه های اجاره و ساخت غرفه و حمل و نقل کالای نمایشگاهی می شود.

**آیین نامه ۳-** مجوزها و گواهینامه های مشمول حمایت  
 \* انواع گواهینامه های سیستم های مدیریتی نظیر (ISO(s), GMP و...)  
 \* انواع گواهینامه های انطباق محصول (Certificate of Compliance)  
 و یا گواهی محصول اروپا (CE Mark)، استاندارد محصول روسیه GOST و یا سایر گواهینامه ها و نشانهای محصول بنابر نیاز بازارهای صادراتی هدف.

**آیین نامه ۴-** موسسه در قالب حمایت از شرکتهای دانش بنیان، بخشی از هزینه های تهیه اقلام تبلیغاتی این شرکت ها مانند کاتالوگ، بروشور و CD تبلیغاتی را در قالب خدمات زیر مورد حمایت قرار می دهد:

\* هزینه های مشاوره، عکاسی و طراحی چاپ

**آیین نامه ۵-** کریدور در قالب حمایت از شرکتهای دانش بنیان، بخشی از هزینه های ثبت اختراع (پتنت) بین المللی شامل هزینه ثبت، پیاده سازی، دستمزد دو کیل و همچنین هزینه حفاظت، در یکی ادارات ثبت اختراع معتبر نظیر

در جلسه مشترک کریدور صادرات محصولات دانش بنیان و همچنین بخش معاونت بین الملل معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری آیین نامه های اجرایی کریدور صادرات به منظور توسعه صادرات محصولات دانش بنیان تایید و به کریدور بمنظور اجرا ابلاغ گردید. در این جلسه همچنین فرآیند اجرایی حمایت ها و ارایه خدمات از طریق شرکت های خدماتی هر حوزه نهایی گردید. کریدور صادرات متولی نیازسنجی و تدوین ابزارهایی است تا با کمک این ابزارها بتوان بخشی از نیازها و مشکلات شرکت های دانش بنیان را در مسیر صادرات رفع نمود. تمامی خدمات ارایه شده از طریق کریدور توسط معاونت علمی و فناوری حمایت شده و بخشی از هزینه های دریافت این خدمات (۵۰ تا ۱۰۰ درصد) بر مبنای آیین نامه های کریدور به شرکت ها بصورت بلاعوض اعطای می گردد.

میزان حمایت ها و سقف مبالغ حمایتی که بر مبنای آیین نامه های اجرایی کریدور به شرکت ها ارایه می گردد، به شرح زیر است:

ردیف	نوع خدمت	میزان حمایت	سقف مبلغ حمایتی برای هر شرکت
۱	خدمات مشاوره در خصوص فرآیندهای صادرات، نقل و انتقالات ارزی، حمل و نقل	۱۰۰ درصد	۱۰ ساعت مشاوره در ماه
۲	حمایت از حضور در نمایشگاه های بین المللی	۷۰ درصد	۱۰۰ میلیون ریال سالانه
۳	حمایت از دریافت مجوزها و تاییدیه های لازم برای صادرات	۵۰-۸۰ درصد	۲۰۰ میلیون ریال
۴	حمایت از طراحی و تهیه ابزارهای تبلیغاتی بین الملل	۷۰ درصد	۳۵ میلیون ریال
۵	حمایت از ثبت پتنت خارجی	۹۰ درصد	۳۰۰ میلیون ریال
۶	حمایت از تهیه گزارشات تحقیقات بازار بین الملل	۸۰ درصد	۳۰۰ میلیون ریال
۷	حمایت از طراحی صنعتی	۲۵ درصد + تسهیلات	۵۰۰ میلیون ریال



# نکات مهم در بازاریابی



باشد. مردم این طور اطلاعات را واقعی نمی دانند و این تصور در ذهنشان شکل می گیرد که صاحب این کسب و کار فقط می خواهد بازار گرمی کند. پس در این باره با دقت عمل نمایید.

۴- زمانی که می خواهید کالا یا خدماتی را به مشتری بالقوه ای عرضه کنید، برای بالا بردن امکان فروش، تخفیف ویژه ای قایل شوید و چند امتیاز رایگان را هم با محصول فروشی همراه کنید.

۶- همواره چند امکان و چند گزینه پیش روی مشتریان احتمالی قرار دهید. زمانی که او به شما مراجعه کرد یا از وب سایتتان بازدید نمود، به او بگویید که چند فرصت خوب و استثنایی برای خرید دارد که هر کدام تا

نکنید. زمانی که محصول یا خدمات تازه ای را به دایره فعالیت هایتان اضافه می نمایید، با آنها تماس بگیرید و این تغییرات و تسهیلات و خدمات جدید را به گوششان برسانید. شما راحت تر می توانید به کسی که از شرکتتان خرید کرده و در حال حاضر هم از شما راضیست، جنس بفروشید. راضی نمودن یک مشتری احتمالی که اصلاً کالا یا خدمات کسب و کارتان را تجربه نکرده، به سادگی میسر نخواهد شد.

۳- هرگز درباه کارتان و کالاها یا خدمات، میزان فروش یا نتایج نظرسنجی از مشتریان اغراق نکنید. اعداد و ارقام باورنکردنی و عجیب و غریب هم ارائه ننمایید؛ حتی اگر واقعاً کسب و کارتان اینقدر موفق و سودده

بازاریابی فنون خاص خودش را دارد و نکات ظریفی در لابه لای این فنون نهفته اند که می توانند امکان موفقیت یا شکست یک طرح بازاریابی را رقم بزنند. در ادامه تعدادی از نکات مهم در موفقیت بازاریابی ها بیان می شود:

۱- کالاها یا خدماتتان را فقط به یک نوع محدود نکنید بلکه هر کدام از آنها را در چند نوع عرضه کنید و برای هر یک محصولات و خدمات جانبی تهیه نمایید. علاوه بر این همواره استراتژی های چند گانه ای برای بازاریابی در پیش گیرید. اگر زمانی با بروز تغییر و تحولات بازار، یک استراتژی دیگر پاسخگو نباشد، راهبردهای دیگری در دست دارید که از آنها سود ببرید یا توسعه شان دهید. ولی اگر فقط و فقط از یک روش استفاده کنید، در چنین مواقعی به واقع مضطرب و نگران خواهید شد و به در دسر خواهید افتاد.

۲- مشتریان کنونی، مشتریان احتمالی نیز هستند. هرگز از این منابع ارزنده بازاریابی و فروش غفلت

مدت معینی مهلت دارد. وقتی که مهلت یکی به پایان رسید- چه مشتری از آن استفاده کرده باشد چه نکرده باشد- امکان ویژه بعدی را عرضه کنید. این کار باعث می شود که مشتری بالقوه و مشتری کنونی بتوانند انتخاب کنند و به طرفداران شما تبدیل گردند.

۷- اگر بازار هدفی انتخاب کرده اید که مخاطبان بسیاری برای کسب و کارتان دارد ولی این مشتریان بالقوه پول کافی برای خرید ندارند، باید بازار هدف را تغییر دهید. مخاطبان شما باید به کالاها و خدماتتان نیازمند باشند و شما هم بتوانید راضیشان کنید ولی مهم تر از آن باید پول کافی داشته باشند تا خرید کنند.

مترجم: آذین صحابی

منبع: روزنامه تفاهم



# حمایت معاونت علمی و فناوری از نمایشگاه ArabLab 2015

## برنامه حمایتی

در جهت کمک به صادرات شرکت‌ها و سازندگان تجهیزات و مواد آزمایشگاهی ساخت ایران و ایجاد یک برند ایرانی در این حوزه، کریدور صادرات محصولات دانش بنیان با همکاری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در نظر دارد تا از شرکت‌های منتخب ایرانی جهت حضور در قالب پايون ملی ایران حمایت کند.

این حمایت شامل پوشش ۱۰۰ درصد هزینه‌های اجاره فضای نمایشگاهی و همچنین ساخت غرفه‌های شرکت‌ها در نمایشگاه است. همچنین قرار است ۸ شرکت سازنده تجهیزات آزمایشگاهی پس از ارزیابی و انتخاب در پایون ملی ایران حضور یابند. به دلیل تعدد شرکت‌ها و تجهیزات، تنها شرکت‌هایی جهت حضور در نمایشگاه عرب‌لب مورد حمایت قرار خواهند گرفت که شرایط زیر را دارند:

- \* دارا بودن کالاها و تجهیزات مرتبط با حوزه آزمایشگاهی
- \* دارا بودن انگیزه و برنامه صادراتی در بلندمدت
- \* برخورداری از محصولات با کیفیت و قابل رقابت در عرصه بین‌المللی
- \* برخورداری از شرایطی همچون استانداردهای بین‌المللی مانند گواهینامه اتحادیه اروپا و طراحی مناسب محصول
- پس از درخواست شرکت‌ها و تایید اولیه، جهت توانمندسازی و آماده‌سازی شرکت‌ها برنامه‌های حمایتی در نظر گرفته می‌شود تا فرآیند حضور آن‌ها در حوزه بین‌المللی تسهیل گردد.

## اطلاعات برگزاری

نمایشگاه عرب‌لب در روزهای ۲۳ الی ۲۶ مارچ ۲۰۱۵ (۳ لغایت ۶ فروردین ۱۳۹۴) در کشور امارات متحده عربی، شهر دبی برگزار می‌گردد.  
برای اطلاعات بیشتر می‌توانید به آدرس اینترنتی [www.arablab.com](http://www.arablab.com) مراجعه فرمایید.



- \* شناخت بازار و بررسی پتانسیل بازار خارج کشور جهت صادرات
- \* آشنایی با روند حرکت شرکت‌های پیشرو و جهت‌گیری فناوری
- \* شناخت نیاز مشتریان و دریافت بازخورد از آنان
- \* مقایسه محصولات با نمونه‌های مشابه خارجی و موقعیت‌یابی فناوری و برند شرکت
- \* امکان ایجاد ارتباط‌های بین‌المللی برای همکاری‌های مشترک، تامین قطعات و نمایندگی فروش
- \* ایجاد انگیزه در شرکت‌های داخلی جهت ارتقا کیفیت
- \* ایجاد و شناساندن برند ایرانی در حوزه تجهیزات آزمایشگاهی

## معرفی نمایشگاه

نمایشگاه عرب‌لب تنها نمایشگاه منطقه در حوزه تجهیزات آزمایشگاهی است که خریدارانی را از بازارهای رو به رشد خاورمیانه، آفریقا، شبه قاره هند، آسیا و چین دور هم جمع می‌نماید. در آخرین سال برگزاری که در ماه مارچ سال ۲۰۱۴ برگزار شد، ۹۱۲ شرکت از ۶۶ کشور به عنوان شرکت کننده و بیش از ۱۱۰۰ نفر از ۱۰۱ کشور به عنوان بازدیدکننده در این رخداد شرکت نموده‌اند.

حوزه کاری نمایشگاه عرب‌لب شامل موارد متعددی است که از آن دسته می‌توان به تشخیص طبی، شناسایی دارو، نانو تکنولوژی، علوم زیستی و زیست فناوری، انرژی، فناوری آزمایشگاه و اتوماسیون اشاره نمود.

بخش‌های عمومی نمایشگاه شامل موارد زیر است:

- \* مدی‌لب (MEDILAB) که مربوط به حوزه تحقیقات دارویی و پزشکی است.
- \* بیولب (BIOLAB) که مربوط به حوزه علوم زیستی و زیست فناوری است.
- \* پترولب (PETROLAB) که مربوط به حوزه نفت و پتروشیمی است.
- \* انوایرولب (ENVIROLAB) که مربوط به حوزه محیط زیست است.
- \* نانولب (NANOLAB) که مربوط به حوزه فناوری نانو است.
- ساختار کلی شرکت کنندگان در نمایشگاه به سه دسته؛ (۱- گروه‌های ملی: که شامل شرکت‌هایی از کشورهای آلمان، انگلستان، اتریش، اسپانیا، کره، چین و سوئیس است که بین ۸ (اتریش) تا ۱۶۲ (آلمان) شرکت هستند. ۲- شرکت امارات متحده عربی: که عموماً شامل نمایندگی‌ها می‌باشند ۳- شرکت‌های بین‌المللی: که شامل شرکت‌هایی هستند که مستقل در نمایشگاه حضور دارند.

## مزایای شرکت در نمایشگاه عرب‌لب

- \* آشنایی با بازار بین‌المللی و رقبا



# امارات متحده عربی



• در امارات کارت بازرگانی وجود ندارد و به جای آن، کد و گواهی صادرات و واردات وجود دارد. در این کشور هر شرکتی می تواند اعتبار اسنادی باز کند و بانک نیز کد ویژه با گواهی واردات را برای دریافت کالا از گمرک، از تاجر مطالبه نمی کند. ولی برای وارد کردن محصولات به امارات بایستی قراردادی با یک شرکت صادرات و واردات اماراتی وجود داشته باشد، اگر برای محل تحویل کالا کشور سومی مشخص شود، نیازی به این قرارداد نیست.

• در امارات نظارت بر ورود و خروج ارز وجود ندارد و این کشور با اعمال کمترین کنترل، محدودیتی برای داد و ستد با ارزهای خارجی ایجاد نکرده است.

• انواع ویزاهای اقامت در امارات باید زیر پوشش یک شرکت با یک شخص اماراتی باشد. یکی از راه های دریافت ویزا، ویزای سرمایه گذاری در مناطق آزاد تجاری است. از دیگر راه های دریافت ویزای اقامت، مشارکت با یک شهروند اماراتی در یک شرکت است. ویزای استخدام، نوع دیگری از ویزای اقامت است که زیر پوشش یک شرکت به عنوان کارفرما قابل دستیابی است.

• صنایع عمده این کشور شامل ماهی گیری، آلومینیوم، سیمان، کود، تعمیرات کشتی های تجاری، صنایع تبدیلی، قایق سازی، صنایع دستی، پوشاک و نساجی می باشد.

• وجود فرودگاه ها و خطوط جاده ای، ریلی و آبراهی باعث شده که سیستم

امارات در جنوب غربی آسیا واقع شده است. این کشور با دو کشور عمان و عربستان و آب های خلیج فارس هم مرز است.

جمعیت این کشور نزدیک به ۵ میلیون نفر است و هشتاد درصد ساکنان امارات، از شهروندان آن کشور نیستند. واحد پول آن درهم امارات است و زبان رسمی این کشور، زبان عربی و دین رسمی امارات اسلام است.

ابوظبی پایتخت این کشور می باشد. شهرهای مهم این کشور دبی، شارجه و العین است و ساعت بین المللی امارات نیم ساعت از ایران جلوتر است.

## محیط سیاسی، قانونی و اقتصادی

• حکومت امارات از نوع دولت فدرال است. ولی هر شیخ نشین، دولت محلی مستقل دارد و می تواند برای خود قوانین جداگانه ای تصویب کند. حکام موروثی امیر نشین های امارات که سلاطین مطلق به شمار می روند، شورای عالی اتحاد را تشکیل می دهند و یک نفر را از میان خود به ریاست شورا انتخاب می کنند.

• بر اساس ارزیابی های انجام شده توسط نهادهای بین المللی، امارات از ثبات نسبی بالایی برخوردار است.

• در قوانین کنونی، سرمایه گذار خارجی مجوز در اختیار داشتن ۴۹ درصد مالکیت شرکت اماراتی را داشته و ۵۱ درصد باقی مانده باید در مالکیت یک شریک اماراتی باشد.

• اگر شرکت در یکی از مناطق آزاد تجاری ثبت شود، امکان مالکیت صد درصد برای سرمایه گذار خارجی وجود دارد و نیازی به کفیل اماراتی نیست. از مهمترین مزایای سرمایه گذاری در مناطق آزاد برخورداری از معافیت مالیاتی است.

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



## آداب مذاکره

از ویژگی های مهم بازرگانان و سرمایه گذاران اماراتی، وابستگی به فرهنگ سنتی و قبیله ای است. فرهنگ مخاصمه، رقابت و حذف رقبای، علاقه به نزدیکان و واگذاری سمت های کلیدی به افراد خاندان، بی اعتمادی به افراد غریبه و محافظه کاری شدید از جمله این ویژگی ها است.

برخی از نکات قابل توجه در زمینه مذاکره در این کشور عبارتند از:

• در اولین دیدار، دست دادن با دیگران امری عادی است.

## سفارت خانه ها

## سفارت امارات در ایران

آدرس: ولی عصر، خ وحید دستگردی، شماره ۳۵۵  
تلفن: ۸۸۷۸۸۵۱۵، ۸۸۷۸۱۳۳۳ (۲۱+۹۸)  
دورنگار: ۸۷۷۸۹۰۸۴ (۲۱+۹۸)

## سفارت ایران در امارات

آدرس: ابوظبی، منطقه دیپلماتیک، خیابان کرامه، شماره پستی ۴۰۸۰ (P.O.BOX)  
www.iranembassy.org.ae  
پست الکترونیک: iranemb@emirates.net.ae

## بانک های مهم

## Abu Dhabi Islamic

Abu Dhabi	مکان
۰۲ ۶۳۴۳۰۰۰	تلفن
۰۲ ۶۳۴۴ ۲۲۲۲	فکس

## Abn Amro

Dubai	مکان
۰۴ ۳۵۱ ۲۲۰۰	تلفن
۰۴ ۳۵۱ ۱۵۵۵	فکس

## Abu Dhabi Commercial

Abu Dhabi	مکان
۰۲ ۶۷۲ ۰۰۰۰	تلفن
۰۲ ۶۷۷ ۶۴۹۹	فکس

• عمده محصولات صادراتی ایران به کشور امارات به شرح زیر می باشد:

نام محصول	ردیف
کل محصولات	
آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم	۱
سوختهای معدنی و نفت خام	۲
مروارید طبیعی یا پرورده، سنگهای گرانیتها یا نیمه گرانیتها	۳
نمک، گوگرد، خاک و سنگ، گچ، آهک و سیمان	۴
میوه های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند	۵
چدن، آهن و فولاد	۶
سبزیجات، نباتات، ریشه و غده های زیر خاکی خوراکی	۷
محصولات شیمیایی آلی	۸
دیگ های بخار و آبگرم	۹
قهوه، چای ماته و ادویه	۱۰
مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان، پنبه نسوز (Asbestos)، میکا یا از مواد همانند	۱۱
ماهی ها و قشرداران، صدفداران و سایر آبزیان بدون ستون فقرات	۱۲
وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه آهن یا تراموا	۱۳
فرش و سایر کفپوش ها از مواد نسجی	۱۴
محصولات شیمیایی غیر آلی، ترکیبات آلی یا غیر آلی فلزات گرانیتها	۱۵

قیمت، کیفیت، زمان تحویل کالا و چگونگی ارائه خدمات

• ایجاد تنوع در کیفیت و بهای کالا، با توجه به سلیقه های گوناگون مردم این کشور

• عرضه پیوسته کالا به بازار این کشور و اجتناب

از اعمال تغییرات پیش بینی نشده در ارزش و بهای کالا

• معرفی محصولات و خدمات در نمایشگاه های تخصصی و عمومی به عنوان بهترین راهکار جذب مشتریان بالقوه در امارات

• ارائه کالاهای لوکس و گران قیمت با توجه به بالا بودن میانگین سطح قدرت خرید مردم این کشور

• بهره برداری از دانش و تجربه تجار محلی

• ارائه گواهی های استاندارد جهانی دریافت شده در تولید محصول به مشتریان

• توجه به اصول و اعتقادات دین اسلام در همه فرایندهای بازرگانی، بازاریابی و فروش

## تجارت خارجی

• اقلام عمده واردات کشور امارات شامل کالاهای دسته بندی نشده (سایر)، سنگ های گرانیتها، دیگ های بخار و آبگرم، خودرو، ماشین آلات و دستگاه های برقی و قطعات آنها، مواد پلاستیکی و چدن، آهن و فولاد هستند.

• کشورهای چین، هندوستان، آمریکا، آلمان، ژاپن، انگلستان، ایتالیا و عربستان هشت شریک عمده وارداتی امارات (صادر کنندگان به امارات) را تشکیل می دهند.

• ملاقات و جلسات تجاری ابتدایی، بیشتر به منظور ایجاد شناخت و آشنایی اولیه است.

• استفاده از یک مترجم یا فرد آشنا به زبان عربی به همراه تیم در هنگام مذاکرات تجاری ضروری است.

• مذاکره با تجار اماراتی نیاز به صبر و حوصله دارد. لذا بایستی از بی حوصلگی و عجله خودداری کرد. در فرآیند مذاکره تصمیم گیری با صرف زمان زیادی انجام می شود.

• اماراتی ها مانند بسیاری از عرب ها دارای دیدگاهی کوتاه مدت در مذاکرات هستند.

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

## راهکارهای بازاریابی و فروش

برای بازاریابی و فروش محصولات در این کشور توجه به نکات زیر ضروری به نظر می رسد:

• اعتماد سازی و دادن اطمینان به خریداران و تجار در بازار امارات

• جذابیت بسته بندی، درج اطلاعات کامل و زمان تولید و مصرف کالا بر روی آن

• عرضه محصولات با کیفیت به مشتریان و ارائه خدمات پس از فروش

• مطالعه گزارش های بازاریابی و بازاریابی، پیش از ورود به بازار این کشور

• دادن آگاهی به طرف های مذاکره کننده درباره ویژگی های کالا و جزئیات معامله مانند



# هواپیماها در سال ۲۰۵۰ چه فناوری‌هایی خواهند داشت؟

بزرگ نیروی محرکه و سکانهای مورد نیاز امروزی نبوده و به یک طراحی کاملاً متفاوت منجر خواهد شد.

بالهای هواپیماهای آینده ممکن است از شکل متفاوت یا حتی منعطفتر نسبت به نمونه‌های امروزی برخوردار باشند. ناسا به نمایش طرحی شبیه به فضایی با «بدنه آمیخته» پرداخته، در حالیکه مفهوم ۲۰۵۰ شرکت ایرباس بنظر می‌رسد که از بالهای بسیار خمیده و یک دم نامتعارف برخوردار باشد. همچنین هواپیماها و کنترل ترافیک هوایی در سال ۲۰۵۰ از رایانه‌های هوشمندتر بهره خواهند برد. اکنون فناوری رایانه با گذشت هر ساعت نسبت به ۹۰ سال ابتدایی آن، بیشتر ارتقا می‌یابد. کارشناسان با توجه به این امر، پیش‌بینی می‌کنند که یک رایانه ۱۰۰۰ دلاری امروزی در سال ۲۰۲۳ بسیار قدرتمندتر از نیروی مغز یک انسان خواهد بود و تا سال ۲۰۴۵، این توانایی از قدرت مغزی همه انسانها فراتر خواهد رفت. هواپیماهای آینده

مانند پروژه E-Thrust گروه EADS علاوه بر ظاهر متفاوتشان، دارای رایانه‌های بسیار پیچیده‌تر خواهند بود. کوچک‌سازی دستگاه‌های الکترونیکی در نیم قرن گذشته با یک روند نمایی مشابه به اندازه درگاه ترانزیستورها در رایانه‌ها همراه بوده که اندازه ۱۰۰۰ نانومتری آنها در سال ۱۹۷۰ را به ۲۳ نانومتر امروزی کاهش داده است. با ظهور ترانزیستورهای گرافنی نویدبخش، انتظار می‌رود که این کوچک‌سازی تا سال ۲۰۲۵ به هفت نانومتر (به اندازه یک سلول خون انسان) برسد.

منبع: [hitechiran.ir](http://hitechiran.ir)



به رشد و خطرناک افزایش سطح گازهای گلخانه‌ای در جو و کاهش منابع سوخت‌های فسیلی قطعاً در آینده نزدیک شاهد حضور هواپیماهای عظیم مسافربری با سوخت پاک الکتریسته و پیل‌های جذب نور خورشید هستیم. به گفته ماسک، با توجه به اینکه موتور احتراقی تا اواسط قرن حاضر از دور خارج خواهد شد، بنظر می‌رسد که نوآوری در زمینه‌های دیگر از قبیل طراحی بدنه، تحقیقات مواد، طراحی نیروی محرکه الکتریکی و کنترل ترافیک هوایی می‌تواند اقتصادی‌تر و سازگارتر با محیط زیست باشد. اگر هواپیماها الکتریکی شوند، دیگر نیازی به سیستمهای

کارشناسان صنعت هوا و فضا معتقدند که با توجه به افزایش هفت برابری ترافیک هوایی و انتشار چهار برابری گازهای گلخانه‌ای در سال ۲۰۵۰، انقلابی گسترده در طراحی هواپیماها کاملاً ضروری است. برای مقابله با این مشکلات، صاحبان صنایع هواپیمایی و مهندسان جوان به طراحی هواپیماهای مفهومی آینده روی آورده‌اند که از برق و سوخت‌های زیستی برای تامین نیرویشان استفاده می‌کنند. هواپیماهای آینده همچنین می‌توانند از طراحی بال‌ها و بدنه نوآورانه با الهام از طبیعت در کنار رایانه‌های هوشمندتر و کوچکتر آنبرد بهره ببرند.

به گفته اش دوو جی، محقق مهندسی هوا و فضا در دانشگاه بریستول، گام مهم بعدی در جهت اطمینان از سازگار شدن صنعت هواپیمایی با محیط زیست، برقی کردن کامل هواپیماهای تجاری است. چنین سیستم‌هایی به معنی انتشار صفری اکسید کربن و اکسید نیتروژن بوده و انرژی مورد نیاز هواپیما از پایگاه‌های نیروی سبز تامین خواهد شد.

الون ماسک، مدیر ارشد شرکت تسلا نیز با تاکید بر نیاز به انقلابی شگرف در تولید باتری‌هایی با ظرفیت بسیار بالا گفت: یکی از مشکلات عمده برای کنار گذاشتن سوخت‌های فسیلی، فقدان فناوری ساخت باتری‌هایی با ظرفیت بسیار بالا برای ذخیره انرژی پیش‌رانه‌های هواپیماهای تجاری است. وی در ادامه افزود: تنها زمانی رویای ساخت هواپیماهای مسافربری به واقعیت تبدیل می‌شود که بتوان نوعی باتری تولید کرد که در هر کیلوگرم





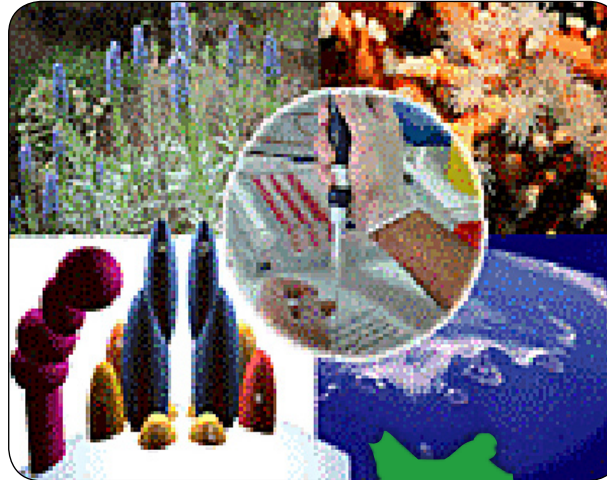
**بازگشت به صفحه اول**

این در حالی ست که رشد واردات محصولات زیست فناوری در کشور از سال ۸۸ تا ۹۱ حدود ۱۳۰ درصد بوده است که این عدد نگران کننده و نشاندهنده رشد وابستگی ایران به واردات است.

در پایان ذکر این نکته ضروری ست که با توجه به اهمیت این حوزه، ستاد توسعه زیست فناوری کشور بر اساس مصوبه دی ماه سال ۹۰ شورای عالی انقلاب فرهنگی و به منظور شکوفایی و رشد این فناوری تشکیل شده و بر اساس این مصوبه، ستاد مذکور مرجع اصلی سیاستگذاری، برنامه‌ریزی، راهبری اجرایی، هماهنگی و رصد حوزه زیست فناوری است و در این مسیر به تدوین برنامه‌های اجرایی در چارچوب نقشه جامع علمی کشور و سیاستهای شورای عالی انقلاب فرهنگی و اسناد بالادستی ک شور می‌پردازد.

عضویت ایران در فدراسیون انجمن‌های بیوتکنولوژی آسیا، حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی و رصد نمایشگاه‌های بین‌المللی و معرفی آنها به شرکت‌های زیست فناوری، بخشی از تعامل ستاد زیست فناوری ایران با کشورهای جهان و نهادهای بین‌المللی بخش دیگری از دستاوردهای ستاد زیست فناوری بر شمرده شده است.

منبع: ستاد توسعه زیست فناوری



### سهم ۲۴ درصدی ایران در بازار زیست فناوری منطقه

علیرغم اینکه ایران از سال ۲۰۰۹ تاکنون در حوزه زیست فناوری رشد قابل توجهی نداشته است اما هدف کشور کسب ۳ درصد از بازار جهانی است که در حال حاضر تنها یک درصد بازار جهانی و ۲۴ درصد بازار منطقه‌ای در اختیار ایران قرار دارد.

در حال حاضر ۴۳۰ میلیارد دلار سهم صادرات محصولات زیست فناوری در دنیا است که سهم ایران از این عدد تنها ۳۰ میلیون دلار است و به کشورهای روسیه، سوریه، ترکیه، آذربایجان، پاکستان، عراق، کشورهای آسیای جنوب شرقی، آمریکای جنوبی، کلمبیا، پرو، پاناما، آرژانتین و کشورهای قاره اروپا صادرات صورت گرفته است.

### افزایش ۶ برابری صادرات تا ۳ سال آینده

هدف صادراتی ایران تا سال ۹۲ برای محصولات زیست فناوری حدودا ۲۰۰ میلیون دلار بوده که این میزان صادرات تا سال ۹۶ تا ۶ برابر افزایش خواهد یافت.

فاصله با جهان بردارد؛ اما با توجه به سرعت بسیار بالای پیشرفت این علم، این سرمایه‌گذاری‌ها به هیچ وجه کافی نبوده است. این در شرایطی است که کشور از نقاط قوت و توانمندی‌های بالقوه بسیار زیادی در این زمینه برخوردار است. وجود مراکز و موسسات تحقیقاتی معتبر و نیروی متخصص ماهر که بعضاً از فرصت‌های اندک استفاده کرده و دستاوردهای پژوهشی و حتی تولیدی قابل توجهی نیز برای کشور به ارمغان آورده اند، از جمله این توانمندی‌ها می‌باشند.

### وضعیت زیست فناوری در ایران

بر اساس آمارها گردش مالی حوزه زیست فناوری در دنیا ۲ تریلیون دلار است و همین عدد نشان می‌دهد که این حوزه می‌تواند در توسعه اقتصادی کشورها موثر باشد.

بر اساس آمارهای اعلام شده، شاخه زیست فناوری ۲۲ میلیون شغل در جهان ایجاد کرده است و ۹ درصد نیروی کار اتحادیه اروپا را نیز این حوزه تشکیل می‌دهد.

در دنیا استفاده از زیست فناوری، بهره وری کشاورزی را افزایش داده است به گونه ای که بازار زیست فناوری کشاورزی در سال ۲۰۱۴، ۱۴ میلیارد تعیین شده است که پیش بینی می‌شود این رقم تا سال ۲۰۱۷ به ۲۰ میلیارد دلار افزایش یابد.

این در حالی ست که رتبه ایران در حوزه زیست فناوری ۱۰ سال است که چندان تغییری نکرده و در رتبه‌های ۱۳ و ۱۴ درج می‌زند و در حال حاضر ۶ وزارتخانه، ۴۲۰ شرکت دانش بنیان و ۱۵ مرکز رشد و پارک علم و فناوری، ۸۰ مرکز دانشگاهی و ۱۲ سازمان مرتبط در این حوزه فعالیت می‌کنند و اگر توجه ویژه‌ای به این حوزه صورت گیرد از نظر اقتصادی برای کشور منافع زیادی خواهد داشت.





## معرفی شرکت‌های مدیریت صادرات و نقش این شرکت‌ها در توسعه صادرات محصولات

یک دپارتمان انحصاری برای صادرکننده‌ها عمل می‌کند. یک شرکت مدیریت صادرات معمولاً یک قرارداد رسمی، جهت مدیریت امر صادرات شرکت‌ها با آنها می‌بندد. در بعضی موارد شرکت مدیریت صادرات نمایندگی تمام محصولات خط تولید آنها را می‌پذیرد ولی ممکن است همیشه بدین شکل نباشد.

معمولاً شرکت مدیریت صادرات حق انحصاری فروش در تمامی بازارهای خارجی را دارد ولی باز ممکن است همیشه اینگونه نباشد. تعهد در قبال حفظ رابطه بلند مدت با تولید کنندگان و مصرف کنندگان ماهیت شرکت مدیریت صادرات را از سایر واحدهای تجاری متمایز می‌نماید.

به عنوان بخشی از این تعهد شرکت‌های مدیریت صادرات در زمینه ارتقای ارزش افزوده می‌کوشند که این خود یعنی زمینه‌های غیر از بازاریابی بین‌المللی را نیز پوشش می‌دهند. شرکت مدیریت صادرات خدمات را در راستای شناسایی و انگیزش تقاضای بازارهای بین‌المللی و همچنین نحوه پردازش و پاسخ صحیح به تقاضای بازارهای خارجی (physical fulfillment activities) و به عبارتی تسهیل تجارت خارجی به بنگاه‌های تولیدی - صادراتی ارائه می‌دهد که در نتیجه بنگاه‌های اقتصادی از ورود به بازارهای جهانی منتفع می‌شوند و شرکت مدیریت صادرات هم از ایجاد رابطه بلند مدت بین صادرکننده و خریدار سود می‌برد و حاصل آن برای کشور هم نیل به یکی از اهداف مهم توسعه یعنی توسعه صادرات غیرنفتی می‌باشد.

منبع: سازمان توسعه تجارت ایران



شرکت مدیریت صادرات یکی از انواع واسطه‌های صادراتی است که برای کمک به بنگاه‌های اقتصادی در جهت ورود به بازارهای جهانی ایفای نقش می‌کند. این شرکت‌ها بسته به شرایط و نیاز می‌توانند مدیریت تمام یا بخشی از فعالیت‌های صادراتی بنگاه‌های اقتصادی مخصوص بنگاه‌های کوچک و متوسط را بعهده بگیرند. این شرکت‌ها در اروپا به (EMC) Export Managing Company، در آمریکا با نام یا General trading Company در ژاپن و کشورهای جنوب شرقی آسیا با نام trading house یا سوگوشوا شناخته میشوند؛ ولی این واسطه‌ها در تمام دنیا خدمات تقریباً مشابهی را ارائه میدهند. شرکت مدیریت صادرات فروش صادراتی یک شرکت کاملاً مستقل می‌باشد که مانند

## فراخوان ثبت نام در طرح شناسایی و احصای ۳۰۰ محصول فناورانه دارای قابلیت صادرات در حوزه برق، الکترونیک، مخابرات و کامپیوتر

(مهلت ثبت نام ۲۰ آذرماه لغایت ۲۰ دیماه ۱۳۹۳)

مانند یک فرستنده گیرنده تلویزیونی (یا یک زیر مجموعه) مانند یک اسیلاتور یا منبع تغذیه یا یک کارت دیجیتال (یا حتی بصورت یک المان یا قطعه) مانند یک سنسور یا فیلتر باشند.

• محصولات باید دارای مشخصات کامل فنی و در صورت نیاز گزارش تست (Test Report) لازم باشند.

• محصولات دارای استاندارد داخلی و یا خارجی یا دارای تاییدیه کاربر معتبر، در اولویت انتخاب قرار دارند.

شرکت خدمات فناوری تکچی با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در راستای حمایت از تولید محصولات و خدمات شرکت‌های دانش بنیان و با هدف افزایش صادرات محصولات فناورانه در نظر دارد نسبت به شناسایی و احصای ۳۰۰ محصول فناورانه که قابلیت عرضه در سطح بین الملل را داشته باشند، اقدام نماید. شرکت‌های علاقه‌مند به شرکت در این طرح می‌توانند با توجه به شرایط و مراحل زیر در این طرح مشارکت نمایند:

### شرایط شرکت کنندگان

- دارای شخصیت حقوقی (شرکت) ثبت شده
- دارای سابقه فروش یا قرارداد فروش به مشتریان داخلی یا خارجی در خصوص محصولات یا خدمات معرفی شده

### شرایط محصولات قابل شرکت در طرح

- مرتبط با یکی از حوزه‌های برق، الکترونیک، مخابرات و کامپیوتر
- قابلیت تعریف بصورت یک محصول و یا خدمت مشخص
- محصولات میتوانند شامل یک مجموعه کامل)

### مراحل ثبت نام و انتخاب محصولات

- پرکردن دقیق و کامل فرم ثبت نام توسط شرکت‌های متقاضی حداکثر تا تاریخ ۹۳/۱۰/۲۰ (فرم ثبت نام را می‌توانید از آدرس [www.techchi.ir](http://www.techchi.ir) دریافت نمایید)
- بررسی اولیه طرح‌ها توسط کارشناسان
- انتخاب اولیه محصولات
- بررسی فنی کاملتر، در صورت نیاز مذاکره حضوری و بازدید از محصولات و انتخاب ۳۰۰ محصول نهایی

منبع: [daneshbonyan.ir](http://daneshbonyan.ir)



## دفتر توسعه

# کسب و کار بین‌المللی



### اهداف و وظایف

و اجرا نموده است.

دفتر توسعه کسب و کار بین‌المللی که یکی از زیرمجموعه‌های معاونت امور بین‌الملل و تبادل فناوری معاونت علمی و فناوری است، در چارچوب اهداف و وظایف ذیل که بر اساس مأموریت‌های معاونت علمی و فناوری و اسناد بالادستی کشور تنظیم شده‌اند، در تلاش است تا سهمی شایسته در تحقق اقتصاد دانش بنیان ایران اسلامی داشته باشد.

دفتر توسعه کسب و کار بین‌الملل از جمله جدیدترین گام‌های موثر در جهت ایجاد زیرساخت‌ها و مکانیزم‌های توسعه فعالیت شرکت‌های دانش بنیان در عرصه بین‌الملل محسوب می‌شود.

رشد و توسعه صادرات کالا و خدمات دانش بنیان، یکی از اهداف معاونت امور بین‌الملل و تبادل فناوری است که نیازمند شناسایی ظرفیت شرکت‌های فناور داخلی و بازارهای بین‌المللی می‌باشد.

چگونگی فراهم‌سازی بستر مناسب به منظور تحقق این مهم نیازمند برنامه‌ریزی کلان و سیاستگذاری اجرایی است تا منجر به تجاری‌سازی، رشد و توسعه فعالیت‌های شرکت‌های دانش بنیان، ورود به بازارهای بین‌المللی و در نهایت ثروت‌زایی گردد.

یکی از مهمترین شاخصه‌های اقتصاد مقاومتی حضور فعالانه و گسترده مردم و بخش خصوصی در عرصه فعالیت‌های اقتصادی است و چون صادرات غیرنفتی که اصلی‌ترین محرک و موتور رشد اقتصادی و رونق آن و مهمترین عامل برای دستیابی به توسعه پایدار است، جز با حضور بخش خصوصی و حمایت‌های دولت گسترش نمی‌یابد، حمایت‌های دولت بسیار حیاتی است.

بر اساس همین ضرورت بوده که معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در حوزه ساماندهی صدور کالاها و خدمات دانش بنیان در چارچوب تقسیم کار ملی که نقشه جامع علمی کشور، سیاست‌های کلان اقتصاد مقاومتی، برنامه پنجم توسعه و شورای اقتصاد تعیین کرده‌اند، با هدف هدایت ظرفیت‌های جامعه علمی و فناوری کشور به سمت تبدیل ایده‌ها به کالاها و خدمات دانش بنیانی که از کیفیت لازم برای ورود به بازارهای داخلی و بین‌المللی برخوردار باشند، سیاست‌ها و برنامه‌های مختلفی را تدوین

برنامه‌های صادرات، واردات نهاده‌های صادراتی، ترخیص کالاها و رفع موانع اجرایی در حوزه شرکت‌های دانش بنیان.

- سیاستگذاری و حمایت از رویه‌های تجاری مرتبط نظیر هیأت‌های تجاری، کارگاه‌ها و سمینارها، برپایی نمایشگاه‌های محصولات و خدمات فناورانه ایران در کشورهای هدف.

- سیاستگذاری و حمایت از ایجاد و توسعه تریبیت متنوع یکپارچه سازی SME ها و از جمله شرکت‌های مدیریت صادرات و خوشه‌های صادراتی و شبکه‌های صادرات به منظور کمک به رشد صادرات شرکت‌های دانش بنیان.

- حمایت از تهیه و به‌روزرسانی مستندات و بانک‌های اطلاعاتی محصولات و خدمات فناورانه قابل صادرات به زبان‌های خارجی.

- برنامه ریزی جهت جذب سرمایه‌های خارجی برای مشارکت در پروژه‌های فناورانه و تدوین و پیگیری سیاست‌ها، ضوابط و برنامه‌های حمایتی مربوط به امور سرمایه‌گذاری خارجی و سرمایه‌گذاری‌های شرکت‌های دانش بنیان در خارج از کشور.

- برنامه‌ریزی در خصوص نحوه همکاری و جذب کمک‌های فنی و اقتصادی از نهادهای اقتصادی بین‌المللی با استفاده از ارتباطات و همکاری‌های نهادهای ذیربط داخلی.

- مدیریت تحقیق و مطالعه تطبیقی قوانین و مقررات در زمینه‌های سرمایه‌گذاری خارجی، اقتصادی، بازرگانی، مالی، پولی و بانکی، صادرات، واردات، گمرکی، بیمه، کارگری و مالیاتی در دیگر کشورها.

- برنامه ریزی جهت تشویق شرکتهای دانش بنیان جهت گسترش فعالیت‌های صادراتی، پیشنهاد کمک‌ها و مشوق‌ها به منظور توسعه صادرات فناورانه.

- تدوین و اجرای برنامه‌ها و خط‌مشی‌ها و بسته‌های حمایتی مرتبط با توسعه صادرات کالاها و خدمات دانش بنیان با مشارکت مراجع ذیربط.

- برنامه‌ریزی، هدایت و تشویق شرکت‌های دانش بنیان توانمند به منظور ورود در بازارهای منطقه‌ای و توسعه بازارهای پیرامونی و گسترش زنجیره ارزش منطقه‌ای.

- تهیه و اجرای دستورالعمل‌های لازم و همکاری با سازمان‌های ذیربط در جهت تسهیل و حسن اجرای

# استاندارد حلال



استاندارد حلال سال ۱۹۹۷ برای نخستین بار به عنوان استاندارد در سطح بین المللی مطرح شد. بر اساس این آیین نامه نه تنها تولید و فراوری محصولات بلکه حمل و نقل، نگهداری، ذخیره سازی و همچنین هر ابزاری که به نوعی در این فرایند مورد استفاده قرار می گیرد را شامل می شود. این استاندارد به طور اختصاصی در کشورهای اسلامی کاربرد دارد و رعایت می شود. همان طور که از نام آن بر می آید استاندارد حلال در صنعت مواد غذایی بیشترین کاربرد را دارد. دستیابی به تولید غذای حلال و افزایش اعتماد به نفش مصرف کننده مسلمان، توسعه الزامات اقتصادی و بازرگانی تحت عنوان توسعه بازارهای اسلامی بر پایه غذای حلال و همچنین برقراری چارچوب اساسی برای قوانین و آیین نامه ها در غذای حلال و گواهی نامه های مرتبط با محصول از جمله اهداف مطرح در اجرای این استاندارد است.

در فراوری و تولید مواد اولیه و فرآورده های غذایی باید رعایت شرایط بهداشتی مناسب و تولید محصول بر اساس ضوابط فنی و دستورالعمل های اجرایی مراجع ذیصلاح در حوزه بهداشت و استانداردهای خاصی که برای هر فرآورده در نظر گرفته می شود الزامات مربوط به استاندارد حلال نیز مورد توجه قرار گرفته و رعایت شود. در تدوین استاندارد حلال علاوه بر در نظر گرفتن قوانین فقهی شرع اسلام و اصول فقهی از نظرات کارشناسان و صاحب نظران این حوزه بهره گرفته می شود. بنابراین تدوین چنین استاندارد می تواند در بردارنده الزامات و ویژگی های اساسی و پایه



اسلامی وجود ذره ای از مواد غیر حلال در ترکیب فرآورده ها یا محصولات غذایی غیر مجاز است. از این رو استاندارد حلال از سوی گروهی از کارشناسان استاندارد سازمان کنفرانس اسلامی ایجاد شده و توسعه پیدا کرده است.

در این استاندارد احکام اسلامی یعنی احکام پذیرفته شده و باورهای اسلامی رایج میان کلیه مذاهب بدون در نظر گرفتن تنوع مذاهب در کشور های مختلف مورد توجه قرار گرفته است. اگرچه این استاندارد فقط در کشورهای اسلامی رعایت می شود اما مسلمانانی که در کشورهای غیر مسلمان زندگی می کنند ترجیح می دهند محصولاتی را بخورند که نشان استاندارد حلال روی آن درج شده باشد. بنابراین این گروه از افراد می توانند از فرآورده های غذایی صادراتی که در کشورهای اسلامی و مطابق با این استاندارد تولید شده است استفاده کنند.

برای انطباق مواد اولیه و محصولات و فرآورده های غذایی با احکام و قوانین اسلامی باشد. این استاندارد برای مواد اولیه و افزودنی های غذایی که ممکن است از منابع غیر حلال تهیه شود قابل کاربرد است. بر

این اساس استفاده از هر گونه ماده اولیه یا افزودنی یا فرآورده ای که ممکن است در هر مرحله از زنجیره غذایی یا مواد غیرحلال در تماس باشد مجاز نخواهد بود. همچنین این استاندارد برای موادی که ممکن است در فرایند تولید آن اصل ماده غذایی تغییر کند هم قابل کاربرد خواهد بود.

امروزه محصولات غذایی به روش های بسیار پیچیده ای تولید می شود که موجب خواهد شد بعضی از اجزای ترکیبی در فهرست عناصر ترکیبی مورد استفاده در فرآورده غذایی ذکر نشود. اما بر اساس احکام شریعت

# گام‌های بلند ایران برای صادرات فناوری‌های دانش بنیان

گفتگوهایی با مقامات علمی و دانشگاهی روسیه، بحث صادرات محصولات دانش بنیان به روسیه از جمله دارو و تجهیزات پزشکی را مطرح کرده است.

## گام سوم؛ راه اندازی نظام آماری صادرات محصولات دانش بنیان

در حال حاضر آمار دقیقی از صادرات محصولات دانش بنیان وجود ندارد اما قرار است معاونت علمی و فناوری با همکاری سازمان توسعه و تجارت گمرک، نظام آماری صادرات محصولات دانش بنیان را تا سه ماه دیگر راه اندازی کند تا براساس استانداردهای بین المللی، آمار واقعی محصولات دانش بنیان به دست بیاید.

## گام چهارم؛ برندسازی برای صادرات محصولات دانش بنیان

سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهور، برندسازی در محصولات دانش بنیان را در توسعه صادرات ضروری دانست و اظهار داشت: اگر محصولات ایرانی برند شوند، کشش بیشتری برای کشورهای دیگر وجود خواهد داشت و صادرات و فروش آنها نیز افزایش پیدا می کند؛ همچنین تا زمانی که شرکتهای بزرگ و کلان دانش بنیان شکل نگیرد به موفقیت در حوزه صادرات محصولات دانش بنیان نمی رسیم، به همین دلیل معاونت علمی و فناوری درصدد است تا شرکتهای دانش بنیان بزرگی را راه اندازی کند.



## گام دوم؛ راه اندازی دفتر توسعه کسب و کار بین الملل

بخش، نسخه ای برای رسیدن به مرحله صادرات ارائه کند.

در این راستا مهمترین دغدغه معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در سال جاری، ایجاد بازار برای شرکتهای دانش بنیان عنوان شده که معاون علمی و فناوری رئیس جمهور به کشورهای زیادی جهت به میان انداختن بحث صادرات سفر کرده و اخیراً نیز طی

صادرات محصولات ایرانی شرکتهای دانش بنیان به عنوان یکی از اصلی ترین راه های رسیدن به توسعه اقتصادی، هم اکنون با برنامه ریزی های صورت گرفته کلید خورده و برخی شرکتهای دانش بنیان توانسته اند زمینه حضور در بازارهای خارجی را برای عرضه محصولات خود فراهم کنند. هم اکنون در کنار تولید محصولات دانش بنیان که می تواند نیاز داخلی کشور را برطرف کند، سیاستگذاری هایی از سوی معاونت علمی فناوری رئیس جمهور برای صادرات محصولاتی که توان رقابت در بازارهای جهانی را دارند صورت گرفته است که این اقدامات را می توان در ۵ گام تقسیم بندی کرد.

## گام اول؛ راه اندازی دفتر مشاوره بازاریابی صادراتی

فراهم سازی زیرساخت صادرات محصولات دانش بنیان از سوی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در دولت یازدهم باره اندازی دفتر مشاوره بازاریابی صادراتی محصولات دانش بنیان کلید خورد؛ هدف از راه اندازی این دفتر، حمایت از صادرات محصولات دانش بنیان و ارائه راهکارهای ورود به بازارهای صادراتی و همچنین رفع مشکلات آنهاست که بصورت مشاوره ای در کریدور خدمات صادرات محصولات دانش بنیان راه اندازی شده تا صادرات از کشورهای همسایه آغاز و سپس به کشورهای اروپایی برسد.



## گام پنجم؛ بهره‌مندی از تسهیلات بانکی و گمرکی

معاون علمی فناوری رئیس‌جمهور، گفت: برای توسعه صادرات محصولات دانش بنیان، تامین تسهیلات بانکی و گمرکی باید انجام گیرد که در این زمینه معاونت علمی می‌تواند کمک‌های ویژه‌ای ارائه کند؛ در همین حال گمرک ایران برای به روز رسانی تشریفات گمرکی کالاهای صادراتی، برای تسریع و تسهیل در صدور کالا و اختصاص برخی گمرکات کشور به امر صادرات شیوه‌های مناسبی اتخاذ کرده است.

## محصولات دانش بنیان ایرانی که صادر شدند

گام‌های اولیه در حوزه صادرات محصولات دانش بنیان، هم‌اکنون صادرات برخی محصولات به کشورهای منطقه و اروپا را در پی داشته است؛ در راستای این تحولات و ورود شرکت‌های ایرانی به بازارهای رقابت خارجی، به تازگی داروی ضد سرطان توسط یک شرکت دانش بنیان به کشور سوریه صادر شده است.

مهناز قمی مدیرعامل شرکت دانش بنیان اکسیر نانو سینا در خصوص این داروی ضد سرطان می‌گوید: داروی ضد سرطان نانولیپوزومی دو کسور و بیسین هیدروکلراید تزریقی ۲۰ mg/ml با نام تجاری سینا دو کسوزوم، برای نخستین بار، پس از اخذ مجوز تولید از سوی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در سال ۹۱ در شرکت سبحان آنکولوژی تولید و به بازار دارویی کشور، در خاورمیانه عرضه شده است.

حجت‌الله ذبیحی، رئیس سندیکای تولید کنندگان و مصرف کنندگان داروهای دام پزشکی کشور و مدیرعامل شرکت دانش بنیان دارو درمان سلفچگان نیز از ۱۲

میلیون و ۸۰۰ هزار دلار صادرات به کشورهای خارجی خبر داد.

درهمین حال سیف‌اله سعدالدین - رئیس پارک علم و فناوری دانشگاه سمنان در زمینه صادرات محصولات دانش بنیان این پارک گفت: در دو سال اخیر توانستیم محصول دانش بنیان خود که "مصالح ساختمانی پیشرفته سبک"

و بیشتر این داروها به چند کشور مانند روسیه، ارمنستان، آذربایجان، پاکستان و سوریه نیز صادر می‌شود.

سید حسن علم‌الهدی، رئیس پارک علم و فناوری خراسان رضوی از صادرات افشانه‌ها و داروهای گیاهی تولیدی این پارک به کشورهای منطقه خلیج فارس، عمان، تاجیکستان، افغانستان و قزاقستان خبر داد و



گفت: محصول دانش بنیان دیگری که در پارک علم و فناوری خراسان رضوی صادر شده "گیت‌های امنیتی" است که تاکنون به عراق، اربیل کردستان و کشورهای همسایه صادر شده است؛ در همین حال شرکت دانش بنیان "کیان ترانسفور" نیز از شرکت‌های دانش بنیانی است که سیستم موتور برق تولید خود را به چین و کردستان عراق صادر کرده است.

لاله حجازی، مدیرعامل شرکت دانش بنیان باریج اسانس نیز در خصوص صادرات انجام شده از سوی این شرکت گفت: در هلدینگ دانش بنیان باریج اسانس، محصولات تولیدی به کشورهای ترکیه، روسیه و تاجیکستان صادر می‌شود که در راستای افزایش زمینه‌های صادراتی،

شرکتی در این کشورها برای توزیع مویرگی داروهای گیاهی و دانش بنیان ایرانی ایجاد شده و محصولات ارائه شده نیز با استقبال بالای مردم این کشورها روبرو شده است

خرسند کاظمی، مدیرعامل شرکت نوین اندیش سهند آرام نیز با اشاره به صادرات محصولات شرکت دانش بنیان خود، گفت: این شرکت در زمینه دستگاه‌های برش لیزری به ترکیه صادرات داشته است، همچنین در زمینه رزوناتورهای لیزری هم برنامه میان مدت داریم تا بعد از این که فعالیت هایمان در حوزه صنعتی شروع شد، بازار ترکیه را به عنوان اولین بازار هدف، به دست بگیریم.

## موانع پیش روی صادرات محصولات دانش بنیان

اگرچه در شرایط فعلی و با توجه به جدید بودن قانون شرکت‌های دانش بنیان، شرکت‌های نوپای بسیاری در کشور وجود دارند که در ابتدای یادگیری الفبای تجارت هستند و صادرات به نوعی برای آنها ریسک محسوب می‌شود اما معاون امور بین الملل و تبادل فناوریهای معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از فراهم کردن زمینه صادرات برای این شرکت‌ها خبر داد و گفت: ما به فکر تسهیل فرآیند صادرات برای این شرکت‌ها هستیم.

به گفته این مقام مسئول، اقدامات معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای صادرات محصولات دانش بنیان نیازمند ۳ تا ۴ سال زمان است و از این رو لازم است شرکت‌های دانش بنیان ابتدادر نمایشگاه‌های بین‌المللی معتبر حضور یابند تا اعتماد برای عقد قرارداد صادرات در کشورهای هدف ایجاد شود.

منبع: خبرگزاری مهر

# از حذف آلودگی ها تا معطری هوا

مدیر عامل: مهندس سید رضا امام پور



**آلودگی روز افزون و بوی نامطبوع هوا یکی از معضلاتی است که اغلب مردم در کلانشهرها با آن مواجه اند اما یکی از شرکت های دانش بنیان ایرانی توانسته است با بکارگیری علم نانو راهی برای خاتمه دادن این مشکل بیابد.**

**اهمیت این موضوع باعث شد تا خبرنگار ماهنامه صادرات و خدمات دانش بنیان گفت و گویی اختصاصی با**

**سید رضا امام پور، کارشناس رشته میکروبیولوژی و مدیر عامل شرکت پردیس هوا رایحه انجام دهد که در ادامه می آید.**

\*\*\*

**فعالیت عمده این شرکت از چه سالی شروع شد؟  
عمده محصولات شما معطوف به چیست؟**

آغاز فعالیت رسمی شرکت در خصوص مسایل زیست محیطی از سال ۷۳ بود که پس از ۵-۶ سال موفق به طراحی و ساخت سیستم پالایش هوا شد؛ این سیستم می تواند با حذف میکروارگانیسم ها، بسیاری از مشکلات آلودگی های هوا و بوهای نامطبوع را از بین ببرد. نخستین محصول ما سال ۷۸ در حرم مطهر امام رضا (ع) اجرایی شد و پس از آن در دیگر مراکز خدماتی مانند فرودگاه ها، متروها، مصلی تهران مورد استفاده قرار گرفت. شرکت پس از سال ها تلاش توانست با کمک فناوری نانو

و بدون گازهای زیان آور خوشبوکننده ای معطر سازد؛ برای ساخت این خوشبوکننده از عصاره های گیاهی استفاده شده است. این خوشبوکننده نمونه مشابه خارجی نداشته و عوارض شیمیایی و زیست محیطی نیز ندارد. یکی از بارزترین ویژگی های این محصول چند منظوره بودنش است. این محصول ضمن خنثی کنندگی بوهای نامطبوع، خاصیت ضد عفونی کنندگی دارد. این خوشبوکننده ها از لحاظ قیمت، ماندگاری رایحه و صرفه جویی بسیار کاربرد دارند.

یکی دیگر از کارهای ما ساخت دستگاهی برای معطر سازی فضاهای بزرگ است؛ با این دستگاه فضاهای بزرگ مساجد، اداره ها، فرودگاه ها را معطر می شوند. متأسفانه این طرح هنوز به تولید صنعتی نرسیده است.

**این محصولات دارای چه تاییدیه ها و استانداردهایی هستند؟**

این محصولات گواهی ثبت اختراع، تاییدیه های لازم از سازمان غذا و دارو و بسیاری از نهادها و ارگان ها مانند جهاد دانشگاهی، دانشگاه علوم پزشکی و استاندارد اتحادیه اروپا را دریافت کرده اند.

**بازار هدف صادراتی شما کدام کشورهاست؟**  
بسیاری از کشورهای اطراف و حتی اروپایی. ما چندی پیش در یکی از نمایشگاه های کشور چین حضور یافتیم.

اغلب صادرات محصول در این کشورها به دلیل قوانین خاص سخت است اما محصول خوشبوکننده ما با توجه به جمعیت میلیاردي این کشور مورد استقبال زیاد واقع شد. کشوری نیست که محصول ما را تست کرده باشد اما اعلام نیاز نکند. متأسفانه هم اکنون ضعف منابع مالی ما فرصت های بزرگمان را گرفته است.

**امروزه اغلب شرکت های دانش بنیان برای تولید محصولات و عرضه آن در بازارهای داخلی و خارجی با چه مشکلات و چالش هایی مواجه اند؟**

متأسفانه نخبه ها و فرهیختگان محروم ترین قشر اجتماعند و حمایت خاصی نیز از این افراد نمی شود. بخشی از مشکلات این افراد نتیجه مدیریت غلط و قسمت عمده آن نیز مربوط به تصویب قوانین ساده لوحانه توسط افراد غیر متخصص است. در دنیا چیزی به نام مالیات بر

تولید جوک و مسخره است. ما باید یک سری هزینه های سنگین و بودجه های کلان صرف فرهنگ سازی و شناسایی محصولات کارآمد کنیم.

تسهیلات وام های بانکی نیز از دیگر مشکلاتی است که اغلب محققان و مدیران شرکت های دانش بنیان با آن مواجه اند. درصدهای نجومی و داشتن تضمین معتبر اغلب بانک ها هم نور علی نور است. یکی از دوستان محقق و تولید کننده آلمانی طی یک هفته تقاضای وام ۲ درصدی به بانک ها داده بود. همزمان ۴ بانک با پرداخت سود ۲/۷ درصدی به او پیشنهاد داده بود. از او پرسیدم برای بانک چه تضمینی گذاشته اید؟ او متوجه کلمه تضمین نبود. تضمین آنها بر بند شرکت شان است به همین دلیل امروز بنز آلمان ملکه ذهن هر ایرانی است و خیلی از طراح های خوب شرکت های بنز و بی ام او ایرانی اند. در حال حاضر معاونت علمی ریاست جمهوری تنها جایی است که می تواند ملجا و پناهی برای ما مخترعان و تولید کنندگان باشد اما این معاونت هم بودجه هایش محدود و دستشان بسته است.

**تهیه شده توسط: فرزانه صدقی**



Nature In Life

# آگاهی از کد تعرفه کالا

## ۱- آگاهی از کد تعرفه کالا

جهت انجام فعالیت صادرات آگاهی از مراحل آن حایز اهمیت می باشد. در ادامه بر آنیم تا ضمن پاسخگویی به سوالات صادر کنندگان محصولات دانش بنیان در بخش پیام مشاور مراحل انجام فعالیت صادرات را بیان کنیم. لذا ابتدا فلوجارتی از مراحل اصلی صادرات محصولات دانش بنیان ارایه شده و در هر شماره از ماهنامه به تفصیل هر یک از این موارد توضیح داده می شود. در این شماره مرحله اول، یعنی شناسایی و تعیین کد تعرفه توضیح داده می شود.

## فلوجارت مراحل صادرات کالای دانش بنیان

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

## مزایای استفاده از سیستم هماهنگ شده (HS) کد

- استفاده از سیستم مزبور باعث خواهد شد که شرکت های حمل و نقل از ماهیت کالایی که حمل می کنند اطلاعات بیشتری حاصل نموده و نتیجتاً کرایه مناسبتری دریافت نمایند. استفاده از یک کد واحد برای توصیف کالا در کلیه اسناد از قبیل فاکتور، بیمه نامه، اسناد بانکی و گمرکی، آگاهی از ماهیت کالا و جلوگیری از تقلبات را امکان پذیر می سازد.
- سیستم هماهنگ شده موجب سرعت بخشیدن به انجام تشریفات گمرکی می گردد. تعدد فرمها و استفاده از کدهای مختلف عامل بازدارنده ای در تحقق این امر می باشد. استفاده از یک زبان مشترک در توصیف کالا، بالقوه در راستای تسریع و تسهیل اقدامات قرار دارد.
- در سیستم هماهنگ شده، کالاهایی که از برخی جهات به یکدیگر تعلق دارند در یک قسمت (Section) گروه بندی شده اند. سیستم هماهنگ شده دارای ۲۱ قسمت است. در ذیل هر قسمت فصول مرتبط با آن قرار گرفته است. به عنوان مثال قسمت ششم مربوط به گروه محصولات صنایع شیمیایی یا صنایع وابسته به آن می باشد.

ردیف	نوع کالا	شرح کالا	کد تعرفه	توضیحات
۱	کالاهای صادراتی	کالاهای صادراتی	۱	کالاهای صادراتی
۲	کالاهای وارداتی	کالاهای وارداتی	۲	کالاهای وارداتی
۳	کالاهای ترانزیت	کالاهای ترانزیت	۳	کالاهای ترانزیت
۴	کالاهای مصرفی	کالاهای مصرفی	۴	کالاهای مصرفی
۵	کالاهای سرمایه گذاری	کالاهای سرمایه گذاری	۵	کالاهای سرمایه گذاری
۶	کالاهای خدماتی	کالاهای خدماتی	۶	کالاهای خدماتی
۷	کالاهای فرهنگی	کالاهای فرهنگی	۷	کالاهای فرهنگی
۸	کالاهای ورزشی	کالاهای ورزشی	۸	کالاهای ورزشی
۹	کالاهای تفریحی	کالاهای تفریحی	۹	کالاهای تفریحی
۱۰	کالاهای آموزشی	کالاهای آموزشی	۱۰	کالاهای آموزشی
۱۱	کالاهای علمی	کالاهای علمی	۱۱	کالاهای علمی
۱۲	کالاهای هنری	کالاهای هنری	۱۲	کالاهای هنری
۱۳	کالاهای تاریخی	کالاهای تاریخی	۱۳	کالاهای تاریخی
۱۴	کالاهای مذهبی	کالاهای مذهبی	۱۴	کالاهای مذهبی
۱۵	کالاهای طبیعت	کالاهای طبیعت	۱۵	کالاهای طبیعت
۱۶	کالاهای صنعتی	کالاهای صنعتی	۱۶	کالاهای صنعتی
۱۷	کالاهای کشاورزی	کالاهای کشاورزی	۱۷	کالاهای کشاورزی
۱۸	کالاهای دامپروری	کالاهای دامپروری	۱۸	کالاهای دامپروری
۱۹	کالاهای ماهیگیری	کالاهای ماهیگیری	۱۹	کالاهای ماهیگیری
۲۰	کالاهای صید	کالاهای صید	۲۰	کالاهای صید
۲۱	کالاهای معدنی	کالاهای معدنی	۲۱	کالاهای معدنی
۲۲	کالاهای انرژی	کالاهای انرژی	۲۲	کالاهای انرژی
۲۳	کالاهای خدماتی	کالاهای خدماتی	۲۳	کالاهای خدماتی
۲۴	کالاهای فرهنگی	کالاهای فرهنگی	۲۴	کالاهای فرهنگی
۲۵	کالاهای ورزشی	کالاهای ورزشی	۲۵	کالاهای ورزشی
۲۶	کالاهای تفریحی	کالاهای تفریحی	۲۶	کالاهای تفریحی
۲۷	کالاهای آموزشی	کالاهای آموزشی	۲۷	کالاهای آموزشی
۲۸	کالاهای علمی	کالاهای علمی	۲۸	کالاهای علمی
۲۹	کالاهای هنری	کالاهای هنری	۲۹	کالاهای هنری
۳۰	کالاهای تاریخی	کالاهای تاریخی	۳۰	کالاهای تاریخی
۳۱	کالاهای مذهبی	کالاهای مذهبی	۳۱	کالاهای مذهبی
۳۲	کالاهای طبیعت	کالاهای طبیعت	۳۲	کالاهای طبیعت
۳۳	کالاهای صنعتی	کالاهای صنعتی	۳۳	کالاهای صنعتی
۳۴	کالاهای کشاورزی	کالاهای کشاورزی	۳۴	کالاهای کشاورزی
۳۵	کالاهای دامپروری	کالاهای دامپروری	۳۵	کالاهای دامپروری
۳۶	کالاهای ماهیگیری	کالاهای ماهیگیری	۳۶	کالاهای ماهیگیری
۳۷	کالاهای صید	کالاهای صید	۳۷	کالاهای صید
۳۸	کالاهای معدنی	کالاهای معدنی	۳۸	کالاهای معدنی
۳۹	کالاهای انرژی	کالاهای انرژی	۳۹	کالاهای انرژی
۴۰	کالاهای خدماتی	کالاهای خدماتی	۴۰	کالاهای خدماتی
۴۱	کالاهای فرهنگی	کالاهای فرهنگی	۴۱	کالاهای فرهنگی
۴۲	کالاهای ورزشی	کالاهای ورزشی	۴۲	کالاهای ورزشی
۴۳	کالاهای تفریحی	کالاهای تفریحی	۴۳	کالاهای تفریحی
۴۴	کالاهای آموزشی	کالاهای آموزشی	۴۴	کالاهای آموزشی
۴۵	کالاهای علمی	کالاهای علمی	۴۵	کالاهای علمی
۴۶	کالاهای هنری	کالاهای هنری	۴۶	کالاهای هنری
۴۷	کالاهای تاریخی	کالاهای تاریخی	۴۷	کالاهای تاریخی
۴۸	کالاهای مذهبی	کالاهای مذهبی	۴۸	کالاهای مذهبی
۴۹	کالاهای طبیعت	کالاهای طبیعت	۴۹	کالاهای طبیعت
۵۰	کالاهای صنعتی	کالاهای صنعتی	۵۰	کالاهای صنعتی

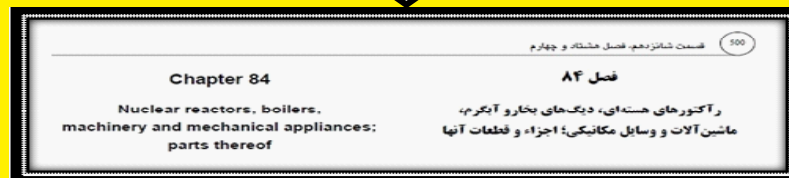
ردیف	نوع کالا	شرح کالا	کد تعرفه	توضیحات
۱	کالاهای صادراتی	کالاهای صادراتی	۱	کالاهای صادراتی
۲	کالاهای وارداتی	کالاهای وارداتی	۲	کالاهای وارداتی
۳	کالاهای ترانزیت	کالاهای ترانزیت	۳	کالاهای ترانزیت
۴	کالاهای مصرفی	کالاهای مصرفی	۴	کالاهای مصرفی
۵	کالاهای سرمایه گذاری	کالاهای سرمایه گذاری	۵	کالاهای سرمایه گذاری
۶	کالاهای خدماتی	کالاهای خدماتی	۶	کالاهای خدماتی
۷	کالاهای فرهنگی	کالاهای فرهنگی	۷	کالاهای فرهنگی
۸	کالاهای ورزشی	کالاهای ورزشی	۸	کالاهای ورزشی
۹	کالاهای تفریحی	کالاهای تفریحی	۹	کالاهای تفریحی
۱۰	کالاهای آموزشی	کالاهای آموزشی	۱۰	کالاهای آموزشی
۱۱	کالاهای علمی	کالاهای علمی	۱۱	کالاهای علمی
۱۲	کالاهای هنری	کالاهای هنری	۱۲	کالاهای هنری
۱۳	کالاهای تاریخی	کالاهای تاریخی	۱۳	کالاهای تاریخی
۱۴	کالاهای مذهبی	کالاهای مذهبی	۱۴	کالاهای مذهبی
۱۵	کالاهای طبیعت	کالاهای طبیعت	۱۵	کالاهای طبیعت
۱۶	کالاهای صنعتی	کالاهای صنعتی	۱۶	کالاهای صنعتی
۱۷	کالاهای کشاورزی	کالاهای کشاورزی	۱۷	کالاهای کشاورزی
۱۸	کالاهای دامپروری	کالاهای دامپروری	۱۸	کالاهای دامپروری
۱۹	کالاهای ماهیگیری	کالاهای ماهیگیری	۱۹	کالاهای ماهیگیری
۲۰	کالاهای صید	کالاهای صید	۲۰	کالاهای صید
۲۱	کالاهای معدنی	کالاهای معدنی	۲۱	کالاهای معدنی
۲۲	کالاهای انرژی	کالاهای انرژی	۲۲	کالاهای انرژی
۲۳	کالاهای خدماتی	کالاهای خدماتی	۲۳	کالاهای خدماتی
۲۴	کالاهای فرهنگی	کالاهای فرهنگی	۲۴	کالاهای فرهنگی
۲۵	کالاهای ورزشی	کالاهای ورزشی	۲۵	کالاهای ورزشی
۲۶	کالاهای تفریحی	کالاهای تفریحی	۲۶	کالاهای تفریحی
۲۷	کالاهای آموزشی	کالاهای آموزشی	۲۷	کالاهای آموزشی
۲۸	کالاهای علمی	کالاهای علمی	۲۸	کالاهای علمی
۲۹	کالاهای هنری	کالاهای هنری	۲۹	کالاهای هنری
۳۰	کالاهای تاریخی	کالاهای تاریخی	۳۰	کالاهای تاریخی
۳۱	کالاهای مذهبی	کالاهای مذهبی	۳۱	کالاهای مذهبی
۳۲	کالاهای طبیعت	کالاهای طبیعت	۳۲	کالاهای طبیعت
۳۳	کالاهای صنعتی	کالاهای صنعتی	۳۳	کالاهای صنعتی
۳۴	کالاهای کشاورزی	کالاهای کشاورزی	۳۴	کالاهای کشاورزی
۳۵	کالاهای دامپروری	کالاهای دامپروری	۳۵	کالاهای دامپروری
۳۶	کالاهای ماهیگیری	کالاهای ماهیگیری	۳۶	کالاهای ماهیگیری
۳۷	کالاهای صید	کالاهای صید	۳۷	کالاهای صید
۳۸	کالاهای معدنی	کالاهای معدنی	۳۸	کالاهای معدنی
۳۹	کالاهای انرژی	کالاهای انرژی	۳۹	کالاهای انرژی
۴۰	کالاهای خدماتی	کالاهای خدماتی	۴۰	کالاهای خدماتی
۴۱	کالاهای فرهنگی	کالاهای فرهنگی	۴۱	کالاهای فرهنگی
۴۲	کالاهای ورزشی	کالاهای ورزشی	۴۲	کالاهای ورزشی
۴۳	کالاهای تفریحی	کالاهای تفریحی	۴۳	کالاهای تفریحی
۴۴	کالاهای آموزشی	کالاهای آموزشی	۴۴	کالاهای آموزشی
۴۵	کالاهای علمی	کالاهای علمی	۴۵	کالاهای علمی
۴۶	کالاهای هنری	کالاهای هنری	۴۶	کالاهای هنری
۴۷	کالاهای تاریخی	کالاهای تاریخی	۴۷	کالاهای تاریخی
۴۸	کالاهای مذهبی	کالاهای مذهبی	۴۸	کالاهای مذهبی
۴۹	کالاهای طبیعت	کالاهای طبیعت	۴۹	کالاهای طبیعت
۵۰	کالاهای صنعتی	کالاهای صنعتی	۵۰	کالاهای صنعتی

ردیف	نوع کالا	شرح کالا	کد تعرفه	توضیحات
۱	کالاهای صادراتی	کالاهای صادراتی	۱	کالاهای صادراتی
۲	کالاهای وارداتی	کالاهای وارداتی	۲	کالاهای وارداتی
۳	کالاهای ترانزیت	کالاهای ترانزیت	۳	کالاهای ترانزیت
۴	کالاهای مصرفی	کالاهای مصرفی	۴	کالاهای مصرفی
۵	کالاهای سرمایه گذاری	کالاهای سرمایه گذاری	۵	کالاهای سرمایه گذاری
۶	کالاهای خدماتی	کالاهای خدماتی	۶	کالاهای خدماتی
۷	کالاهای فرهنگی	کالاهای فرهنگی	۷	کالاهای فرهنگی
۸	کالاهای ورزشی	کالاهای ورزشی	۸	کالاهای ورزشی
۹	کالاهای تفریحی	کالاهای تفریحی	۹	کالاهای تفریحی
۱۰	کالاهای آموزشی	کالاهای آموزشی	۱۰	کالاهای آموزشی
۱۱	کالاهای علمی	کالاهای علمی	۱۱	کالاهای علمی
۱۲	کالاهای هنری	کالاهای هنری	۱۲	کالاهای هنری
۱۳	کالاهای تاریخی	کالاهای تاریخی	۱۳	کالاهای تاریخی
۱۴	کالاهای مذهبی	کالاهای مذهبی	۱۴	کالاهای مذهبی
۱۵	کالاهای طبیعت	کالاهای طبیعت	۱۵	کالاهای طبیعت
۱۶	کالاهای صنعتی	کالاهای صنعتی	۱۶	کالاهای صنعتی
۱۷	کالاهای کشاورزی	کالاهای کشاورزی	۱۷	کالاهای کشاورزی
۱۸	کالاهای دامپروری	کالاهای دامپروری	۱۸	کالاهای دامپروری
۱۹	کالاهای ماهیگیری	کالاهای ماهیگیری	۱۹	کالاهای ماهیگیری
۲۰	کالاهای صید	کالاهای صید	۲۰	کالاهای صید
۲۱	کالاهای معدنی	کالاهای معدنی	۲۱	کالاهای معدنی
۲۲	کالاهای انرژی	کالاهای انرژی	۲۲	کالاهای انرژی
۲۳	کالاهای خدماتی	کالاهای خدماتی	۲۳	کالاهای خدماتی
۲۴	کالاهای فرهنگی	کالاهای فرهنگی	۲۴	کالاهای فرهنگی
۲۵	کالاهای ورزشی	کالاهای ورزشی	۲۵	کالاهای ورزشی
۲۶	کالاهای تفریحی	کالاهای تفریحی	۲۶	کالاهای تفریحی
۲۷	کالاهای آموزشی	کالاهای آموزشی	۲۷	کالاهای آموزشی
۲۸	کالاهای علمی	کالاهای علمی	۲۸	کالاهای علمی
۲۹	کالاهای هنری	کالاهای هنری	۲۹	کالاهای هنری
۳۰	کالاهای تاریخی	کالاهای تاریخی	۳۰	کالاهای تاریخی
۳۱	کالاهای مذهبی	کالاهای مذهبی	۳۱	کالاهای مذهبی
۳۲	کالاهای طبیعت	کالاهای طبیعت	۳۲	کالاهای طبیعت
۳۳	کالاهای صنعتی	کالاهای صنعتی	۳۳	کالاهای صنعتی
۳۴	کالاهای کشاورزی	کالاهای کشاورزی	۳۴	کالاهای کشاورزی
۳۵	کالاهای دامپروری	کالاهای دامپروری	۳۵	کالاهای دامپروری
۳۶	کالاهای ماهیگیری	کالاهای ماهیگیری	۳۶	کالاهای ماهیگیری
۳۷	کالاهای صید	کالاهای صید	۳۷	کالاهای صید
۳۸	کالاهای معدنی	کالاهای معدنی	۳۸	کالاهای معدنی
۳۹	کالاهای انرژی	کالاهای انرژی	۳۹	کالاهای انرژی
۴۰	کالاهای خدماتی	کالاهای خدماتی	۴۰	کالاهای خدماتی
۴۱	کالاهای فرهنگی	کالاهای فرهنگی	۴۱	کالاهای فرهنگی
۴۲	کالاهای ورزشی	کالاهای ورزشی	۴۲	کالاهای ورزشی
۴۳	کالاهای تفریحی	کالاهای تفریحی	۴۳	کالاهای تفریحی
۴۴	کالاهای آموزشی	کالاهای آموزشی	۴۴	کالاهای آموزشی
۴۵	کالاهای علمی	کالاهای علمی	۴۵	کالاهای علمی
۴۶	کالاهای هنری	کالاهای هنری	۴۶	کالاهای هنری
۴۷	کالاهای تاریخی	کالاهای تاریخی	۴۷	کالاهای تاریخی
۴۸	کالاهای مذهبی	کالاهای مذهبی	۴۸	کالاهای مذهبی
۴۹	کالاهای طبیعت	کالاهای طبیعت	۴۹	کالاهای طبیعت
۵۰	کالاهای صنعتی	کالاهای صنعتی	۵۰	کالاهای صنعتی



سوال: با سلام و خسته نباشید. شرکت ما در زمینه طراحی و تولید "اسکنرهای اتوماتیک کتاب" و "اسکنرهای سند و پرونده" فعالیت دارد. لطفاً کد تعرفه این محصولات را مشخص نمایید؟

**پاسخ:** با مراجعه به قسمت شانزدهم فصل ۸۴ کتاب قوانین مقررات صادرات و واردات، کد تعرفه ۸۴۷۱۴۹۳۰ اسکنرهای اتوماتیک می باشد.



DATE	DESCRIPTION	AMOUNT	CREDIT	DEBIT	BALANCE	PAGE	NO.
1971-01-01	Balance forward						
1971-01-15	Cash on hand	100.00			100.00		
1971-01-31	Cash on hand	100.00			100.00		
1971-02-15	Cash on hand	100.00			100.00		
1971-02-28	Cash on hand	100.00			100.00		
1971-03-15	Cash on hand	100.00			100.00		
1971-03-31	Cash on hand	100.00			100.00		
1971-04-15	Cash on hand	100.00			100.00		
1971-04-30	Cash on hand	100.00			100.00		
1971-05-15	Cash on hand	100.00			100.00		
1971-05-31	Cash on hand	100.00			100.00		
1971-06-15	Cash on hand	100.00			100.00		
1971-06-30	Cash on hand	100.00			100.00		
1971-07-15	Cash on hand	100.00			100.00		
1971-07-31	Cash on hand	100.00			100.00		
1971-08-15	Cash on hand	100.00			100.00		
1971-08-31	Cash on hand	100.00			100.00		

ردیف	توضیحات	تاریخ	مکان	شرح	تاریخ	مکان	شرح	ردیف
5471	49 10	---	Personal data processing machines (PC) as a complete unit	تجهیزات کامل ماشین های پردازش داده های شخصی (PC)	4	80	ARVN 879 10	
5471	49 20	---	Special voice Braille processing machines for the blind	تجهیزات ماشین های پردازش نقطه های صوتی ویژه برای نابیناها	4	80	ARVN 879 20	
5471	49 30	---	Automatic data processing unit including computer, printer, copier, fax, telephone, radio, television, camera (still & moving), CD and DVD (Play & Record) all in one unit	تجهیزات پردازش داده های خودکار شامل رایانه، پرینتر، کپی، فاکس، تلفن، رادیو، تلویزیون، دوربین (ثابت و متحرک)، CD و DVD (پخش و ضبط) همه در یک واحد	4	4	ARVN 879 30	
5471	49 80	---	Other	سایر	4	4	ARVN 879 80	

دفتر (پیشخوان) مشاوره بازاریابی صادراتی محصولات دانش بنیان با هدف تسهیل در فرآیند صادرات، شناسایی و تعیین کد تعرفه کالا را برعهده گرفته است تا بتواند شرکتهای دانش بنیان را در اتخاذ تصمیمات بهینه و درست جهت شناسایی بازار هدف مناسب و دقیق کالا یاری نماید. علاقه‌مندان می توانند سوالات و دیدگاه‌های خود را از طریق شماره تماس ۰۲۱۶۳۱۰۲۳۱۳ و یا پست الکترونیک [conslt@tesc.ir](mailto:conslt@tesc.ir) اعلام نمایند.

شیمی در معنای خاص کلمه یعنی ترکیبات جداگانه تعریف شده، از نظر شیمی اگر غیر آلی باشند در فصل ۲۸ و اگر آلی باشند در فصل ۲۹ جای دارند. فصول ۳۰ لغایت ۳۸ شامل سایر محصولات صنایع شیمیایی (محصولات دارویی، کودها، صابون، مواد آرایشی، رنگها، مواد منفجره و غیره) می باشند.

روش کلی بر این است که کالاها بر حسب میزان کار انجام شده بر روی آنها و درجه ساختشان تنظیم شده اند، یعنی: مواد خام، محصولات کار نشده، محصولات نیمه ساخته و محصولات ساخته شده.

یک شماره اصلی متشکل از یک شماره ۴ رقمی و یک شرح کالا (متن شماره) است.

4	Medicaments (excluding goods of heading 30.02, 30.05 or 30.06) consisting of mixed or unmixed products for therapeutic or prophylactic uses, put up in measured doses (including those in the form of transdermal administration systems) or in forms or packings for retail sale.				داروهای (باستانی محصولات شماره ۳۰.۰۵، ۳۰.۰۶ یا ۳۰.۰۷) متشکل از محصولات مخلوط شده یا نشده برای مصارف درمان یا پیشگیری از بیماری، عرضه شده به شکل مقادیر معین (از جمله آنهایی که از طریق عبور از پوست تجویز شده‌اند) یا به صورت بسته‌بندی برای فروش خرد.
---	--	--	--	--	--

دو رقم اول آن نمایانگر آن است که کالا متعلق به کدام فصل است. دو رقم آخر نمایانگر وضعیت قرار گرفتن آن شماره اصلی در فصل مربوطه است. بطور مثال ۳۰/۰۴ ممبین این امر است که داروها در فصل ۳۰ طبقه بندی شده و ۰۴ یعنی دارو در چهارمین ردیف از این فصل جای دارد.

6004 10	- Containing penicillins or derivatives thereof, with a penicillanic acid structure, or streptomycins or their derivatives	6	دارای بنی سلین ها با مشتقات این محصولات با ساختار اسید بنی سیلانیک یا استر بنیولامین ها با مشتقات این محصولات	14040000
---------	--	---	---	----------

با جمع بندی مطالب فوق الذکر با مراجعه به کتاب قوانین و مقررات صادرات و واردات می توان کد تعرفه کالا را شناسایی و تعیین کرد. چنانچه کد تعرفه کالا قابل جستجو در کتاب نباشد، می توان ضمن در دست داشتن اصل کاتالوگ، نمونه کالا، بروشور و پروفرما به دفتر تعیین تعرفه گمرک مراجعه و کد تعرفه دقیق کالا را از این مرکز استعلام نمود.

# نوارتیس نوآورترین شرکت دارویی جهان



و دام است، متخصص هستند. در سال ۲۰۱۳ شرکت نوآرتیس در راس ۱۰ شرکت معظم در زمینه تولید و فروش محصولات دارویی، بیولوژیک و شیمیایی در جهان قرار گرفت. با دارا بودن ۱۲۷ هزار شاغل و درآمدی حدود ۵۸/۶ میلیارد دلار این شرکت ادعای کند ۱/۲ میلیارد نفر از مردم جهان از تولیدات این شرکت استفاده می کنند. در سال ۲۰۰۵ به بعد با خرید دو شرکت دارویی هگزال آلمان و ایون لبز آمریکا به یکی از بزرگترین شرکت های سازنده داروهای ژنریک (مشابه) در جهان تبدیل شده است. در سال ۲۰۱۰ نوآرتیس با پرداخت ۳۹/۳ میلیارد

در سال ۲۰۱۳ برای سومین سال متوالی شرکت دارویی نوآرتیس به عنوان تحسین برانگیزترین شرکت داروسازی جهان توسط مجله فورچون برگزیده شد. این شرکت هم چنین عنوان نوآورترین شرکت داروسازی جهان را برای سومین سال متوالی از آن خود ساخت. این شرکت چند ملیتی مستقر در بازل سوئیس، در سال ۱۹۹۶ از ادغام دو شرکت سیبا گایگی و ساندوز به وجود آمد. نوآرتیس یک گروه چندملیتی از مجموع شرکت هایی است که در زمینه تحقیق و توسعه، تولید و بازاریابی مجموع محصولات مراقبت پزشکی که مهمترین آنها داروهای انسانی

دلار مالکیت آلکون یعنی بزرگترین شرکت تولیدکننده مرتبط با داروها و محصولات مراقبت از چشم و ارائه کننده خط کامل محصولات جراحی چشمی را تصاحب نمود. این بخش پیشرو نوآوری و فناوری در حوزه مراقبت های چشمی است. فروش ۱۰ میلیارد دلاری آن در سال ۲۰۱۲ تنها بخشی از موفقیت آلکون است. ساندوز بخش تولید داروهای ژنریک نوآرتیس، رهبر جهانی ارائه دهنده داروهای مقرون به صرفه ارزان اما با کیفیت بالا است. از کل فروش سال ۲۰۱۲ این شرکت، ۹/۵ میلیارد دلار متعلق به این بخش بود. ۳۰ شرکت دارای پنج بخش است: بخش دارویی، شامل داروهای تجویزی دارای ثبت امتیاز است، بخش آلکون، مه تولیدات مراقبت بینایی، داروهای چشمی و لوازم جراحی را عهده دار است، بخش ساندوز، شامل داروسازی عمومی می باشد. بخش واکسن ها و لوازم تشخیصی، که واکسن های انسانی و تشخیص آزمایش خون را پوشش می دهد و در نهایت بخش بهداشت و سلامت مصرف کننده که دارای داروهای فروخته شده خارج از بورس و بهداشت و سلامت حیوانات می باشد. بخش عمده فروش تولیدات این شرکت در بازارهای نوظهور، یعنی چین و هند رخ می دهد و شرکت های تولیدی مستقر در این دو کشور علاوه بر تامین نیاز بازار این دو کشور تولیدات خود را به سایر کشورهای جهان از جمله ایران صادر می کنند.

**منبع: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی**



# NOVARTIS

## شناسنامه ماهنامه

ماهنامه مجازی پیام صادرات کالا و خدمات دانش بنیان  
سال اول، شماره نهم  
آذر ماه ۱۳۹۳

**با حمایت:** معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

**مجری:** ویکی آیدیا (شبکه مبادلات فناوری)

**دبیر اجرایی:** مهندس میثم دهقانی منش

**همکاران این شماره:** بهاره صفوی،

فرانک فراهانی جم، سهیل امیری،

یوسف حسن پور، محمد عباسی،

امیر حسین یزدان پرست، داود زحمتکش،

گیتی ضیایی، غلامرضا یعقوبی

**گرافیکست:** فهیمه کیان خواه

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

**تلفکس:** ۰۲۱۸۸۹۳۰۱۶۵

**پست الکترونیک:** Export@wikiidea.ir

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

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

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