



- ۲ <<< نقش سیاستهای اقتصادی کشور در کالاهای دانش بنیان
- ۳ <<< فصلی نو در مناسبات تجاری ایران و کرواسی
- ۴ <<< امضای دیجیتال لازمه حضور در دنیای تجارت امروز
- ۵ <<< مصاحبه با آقای حمیدرضا حاتمی به عنوان کارشناس امور صادراتی و آشنا به تجارت بین الملل
- ۶ <<< فرهنگ مذاکره، راهنمای تجارت با عراق
- ۸ <<< گواهی مبدا چیست؟
- ۹ <<< روند صادرات جهانی کالاهای با فناوری بالا و دانش بنیان، سهم و جایگاه ایران
- ۱۰ <<< سیاستها و برنامههای حمایتی صنایع با فناوری بالا و دانش بنیان در کشور کره جنوبی
- ۱۱ <<< مصاحبه با مدیرعامل شرکت ایمان مهر، آقای مهندس رضایی
- ۱۲ <<< گزارش برگزاری نمایشگاه صادرات کالا و خدمات دانش بنیان در اربیل عراق
- ۱۳ <<< سازمان توسعه تجارت ایران
- ۱۴ <<< شناخت بازار هدف، اصلی مهم در صادرات کالا

سفر نفست

نقش سیاستهای اقتصادی کشور در کالاهای دانش بنیان

رقم بسیار کمتر بوده و به نظر هم نمی رسد تا زمانی که سیاستهای اقتصادی کشور ثبات داشته باشد این امر محقق شود.

سه نکته اساسی در این زمینه وجود دارد که نباید فراموش شوند. اول اینکه اقتصاد مقاومتی همان اقتصاد دانش بنیان است و با تحقیق و توسعه و ایجاد فضایی برای پرورش اندیشه های مبتکرانه در این زمینه می توانیم حرکت کنیم.

در ضمن تا عزمی برای تغییر سیاستهای کلان وجود نداشته باشد نمی توان به استفاده از اقتصاد دانش بنیان رسید. و در نهایت، شرکت های دانش بنیان ایرانی ظرفیت تولید و صادرات کالا و خدمات فناوری نوین و دانش بنیان را دارند که قابلیت شان برای رقابت با کشورهای دیگر در سطح بالایی قرار دارد.

علم جایگاه خوبی دارد و حتی در رده کشورهای توسعه یافته در این زمینه قرار گرفته است.

این در حالی است که تا زمانی که با معقوله اقتصادی، علمی برخورد نشود و تا زمانی که صاحبان علم جایگاه و منزلت واقعی خود را پیدا نکنند، تمام این رتبه ها بیهوده خواهد بود. به عبارت دیگر مادامیکه در سیاستهای اقتصادی کشور ثبات وجود نداشته باشد و از تجارب غیر علمی دنیا استفاده شود طبیعی است که فعالیتهای دانش بنیان اولویت پیدا نخواهند کرد.

با وجود آنکه در سال های اخیر و به ویژه در دولت جدید توجه ویژه ای به مسایل علمی و فناوری شده شاید روند نه چندان مثبت گذشته باعث شده تا در حالیکه طبق سند چشم اندازی بایست ۲۰ درصد صادرات ما مربوط به کالاهای دانش بنیان باشد، سال گذشته این

دهه اخیر را می توان نقطه عطفی در دستیابی به اقتصاد مبتنی بر دانش و فناوری قلمداد کرد. اقتصادی که جایگاه ویژه ای در اغلب کشورهای توسعه یافته پیدا کرده و کشور ما نیز چشم اندازی وسیع برای دستیابی به این مهم در نظر گرفته است.

در این راستا هدایت بنگاهها و تشکلهای بخش خصوصی دانش بنیان و حمایت از آنها برای کاهش مخاطرات احتمالی بسیار مهم است. به خصوص اینکه علی رغم تلاش های صورت گرفته فاصله معناداری میان اعداد و ارقامی که در عملکرد اقتصادی ما ارائه می شود با بخش تولید علم و دانش که از جامعه جوان ما بیرون می آید وجود دارد. این گسست عمیق در حالی در میان زنجیره های چرخه علم، نوآوری و صنعت دیده می شود که در مجامع مختلف گفته می شود کشور ما در تولید



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

ثبت نام متقاضیان انتخاب صادر کنندگان نمونه سال ۹۳



کلیه شرکت های صادر کننده می توانند به منظور ثبت نام در فرآیند انتخاب صادر کننده نمونه در سال ۱۳۹۳ به آدرس اینترنتی زیر مراجعه نمایند.

<http://nemoonesh.tpo.ir>

نکته مهم این است که جهت شرکت در این فرآیند، دارا بودن وب سایت حداقل به دو زبان با قابلیت معرفی محصولات / خدمات الزامی می باشد.

لیست نمایشگاه های بین المللی در تیر ماه ۱۳۹۳

ردیف	تاریخ	عنوان	مکان
۱	۱ تا ۴ تیر ماه	بیست و دومین نمایشگاه بین المللی کاشی، سرامیک و چینی بهداشتی	نمایشگاه بین المللی تهران
۲	۱ تا ۴ تیر ماه	دوازدهمین نمایشگاه بین المللی صنایع و تجهیزات آشپزخانه، حمام، سونا و استخر	نمایشگاه بین المللی تهران
۳	۴ تا ۷ تیر ماه	دومین نمایشگاه بین المللی ابزار آلات کارگاهی و ماشین ابزار	نمایشگاه بین المللی تهران
۴	۴ تا ۷ تیر ماه	چهارمین نمایشگاه بین المللی لوله و اتصالات، ماشین آلات و تجهیزات وابسته	نمایشگاه بین المللی تهران

افغانستان فرصت مناسبی برای صدور خدمات فنی و مهندسی

مسول دفتر امور تجاری افغانستان در سازمان توسعه تجارت با اشاره به مناسبات اقتصادی و تعاملات دو جانبه کشور ایران و افغانستان تصریح کرد: این کشور بازار خوبی برای صادرات محصولات و صدور خدمات فنی و مهندسی خواهد بود. به گزارش شاتا، «فرهاد مجللی» اقلام عمده صادراتی را شامل ۶ گروه کالایی ذکر کرد و گفت: مواد غذایی، مصالح ساختمانی، شوینده ها، دارو، پلاستیک و فرآورده های سوختی شامل هیدرو کربن و حلال ها این اقلام را تشکیل می دهند. وی همچنین با اشاره به وضعیت صدور خدمات فنی و مهندسی به کشور افغانستان خاطر نشان کرد: این کشور با توجه به شرایط جنگهای داخلی نیازمند خدمات فنی و مهندسی هست از این رو ایران با تکیه بر توانمندیها و پتانسیلی که در این رابطه دارد کمک خوبی برای افغانستان به شمار آید.



نشست نمایندگان اتحادیه کشورهای حاشیه اقیانوس هند



نخستین نشست نمایندگان عضو مرکز منطقه ای علوم و انتقال فناوری اتحادیه کشورهای حاشیه اقیانوس هند IORA با محوریت نوآوری، فناوری پیشرفته، تحقیق و توسعه و تجاری سازی در کشورهای حاشیه اقیانوس هند برگزار گردید. رویکرد اصلی این نشست، تسهیل فرآیند تبادل فناوری و تجاری سازی و تعامل بخش های خصوصی کشورهای

مراکز پیشرفته علمی و صنعتی منطقه ای و جهانی از اهداف اصلی این نشست بود. این نشست با همکاری معاونت آموزش، پژوهش و فناوری وزارت صنعت، معدن و تجارت و مرکز منطقه ای علوم و انتقال فناوری اتحادیه کشورهای حاشیه اقیانوس هند IORA و با حضور نمایندگان نهادها و سازمانهای مرتبط و نیز جمعی از سفرا و نمایندگان کشورهای عضو اتحادیه ۱۹ تا ۲۱ خرداد در ساختمان شهید نادری وزارت صنعت، معدن و تجارت برگزار گردید.

انتقال دانش فنی و فناوری های روز و ایجاد نظام ملی نوآوری؛ بازار یابی و بازار سازی و تعامل سازنده با

عضو با یکدیگر بود. هدایت و تقویت تحقیق و توسعه، تجاری سازی فناوری محصول و بهره گیری از جذب و

فصلی نو در مناسبات تجاری ایران و کرواسی

گذشته و ایجاد راههای جدید همکاری است. وی با بیان گستردگی بسترهای تعاملات بین دو کشور گفت: کرواسی به دنبال انعقاد قراردادهای اقتصادی با ایران است و دولت این کشور نیز از فعالیت شرکت های ایرانی حمایت های لازم را به انجام می رساند.

در این نشست هیات تجاری کرواسی بر توسعه همکاری های تجاری دو جانبه در بخش های سیستم های میکرو کنترل و هشدار شرایط خاص، اکتشاف نفت و گاز، خدمات مهندسی اطلاعات IT، طراحی و ساخت پروژه های نیروگاهی، تجهیزات انتقال نیرو و جریان مستقیم، صنایع کشتی سازی، طراحی محافظ های کاندی، تولید غذای کودک، تجهیزات ریلی و پزشکی و بهداشتی تاکید کردند.

معاون وزیر امور خارجه و هیات تجاری کرواسی به منظور گسترش روابط اقتصادی و تجاری با کشورمان به ایران سفر کردند.

به گزارش شاتا از سازمان توسعه تجارت، در این جلسه رییس کل سازمان توسعه تجارت، همکاری دو کشور در عرصه نمایشگاه های بین المللی را به عنوان راهحلی در افزایش تبادل اطلاعات و توسعه همکاری ها خواند و گفت: اگر بخواهیم روابط تجاری دو جانبه را افزایش دهیم باید دو کشور در برگزاری نمایشگاه با یکدیگر همکاری کنند زیرا نمایشگاه ها عرصه ارائه قابلیت های کالایی و خدماتی است.

معاون وزیر امور خارجه کرواسی از علاقه و توانمندی کشورش در گسترش تعاملات تجاری با ایران خبر داد و افزود: هدف از سفر به ایران، احیای روابط مطلوب

نخستین نمایشگاه تخصصی

صنعت ساختمان، برق، نفت، گاز
و خدمات فنی و مهندسی ج.ا.ایران
در عشق آباد - ترکمنستان

نخستین نمایشگاه تخصصی صنعت ساختمان، برق، نفت، گاز و خدمات فنی و مهندسی ج.ا.ایران در عشق آباد - ترکمنستان از تاریخ ۱۵ لغایت ۱۷ مرداد ماه سال جاری توسط شرکت پارس پگاه تجارت، برگزار می گردد.

متقاضیان جهت دریافت اطلاعات یا ثبت نام می توانند با شماره ۴۴۰۵۵۰۷۷-۴۴۰۵۰۸۲۰-۴۴۰۵۰۳۱۷۴۵ تماس حاصل نمایند.

امضای دیجیتال لازمه حضور در دنیای تجارت امروز



قابل پیگیری خواهد بود. به این ترتیب علاوه بر این که امکان شناسایی فرد امضا کننده سند فراهم خواهد شد، امنیت اسناد نیز قابل تضمین خواهد بود. اگر فردی متقاضی ثبت امضای الکترونیک یا دیجیتال است باید برای تکمیل فرم ثبت نام صدور گواهی الکترونیک و ثبت امضای دیجیتال به اتاق بازرگانی صنایع و معادن مراجعه کند. اگر بخواهیم به زبانی ساده امضای دیجیتال را تعریف کنیم می توانیم بگوییم این امضا یک نام کاربری و یک رمز عبور است که در سیستم اسنادی به نام هر فرد ثبت می شود و در دنیای مجازی هویت فرد را نشان می دهد و با آن چه ما به عنوان امضا با آن سرو کار داریم بسیار متفاوت است. هر فردی که امضای الکترونیک او به ثبت رسیده باشد می تواند از این طریق ثابت کند چه کسی است و مهم تر این که در اطلاعاتی که با این امضا ارسال می شود این اطمینان وجود دارد که هیچ دخل و تصرفی در آن ایجاد نشده است.



الکترونیک می توان به امکان احراز هویت کاربر برای ارسال هر گونه اسنادی با امضای دیجیتال اشاره کرد که از مدتی پیش از سوی این وزارتخانه اجرایی شده است و این اقدام در پررنگ تر شدن نقش و جایگاه کشور مادر میان دیگر کشورها نقش مهمی داشته است. اما باید توجه داشت فراگیر شدن فرهنگ استفاده از امضای دیجیتال یا الکترونیک به جای شیوه های سنتی که در عرصه تجارت و خرید و فروش کاربرد دارد به زیرساخت ها و ابزارهایی مانند گواهینامه دیجیتال و همچنین راه اندازی مراکز صدور چنین گواهینامه های نیاز دارد. در این گواهینامه علاوه بر مشخصات فردی، امضای دیجیتال یا الکترونیک افراد هم ثبت می شود.

خدمات صدور امضای دیجیتال در دفاتر ثبت نام گواهی الکترونیک ارائه می شود تا به این ترتیب ایمنی این فرایند و راه های مبادله تجاری در فضای مجازی یا به اصطلاح سایبر تضمین شده و امکان سوء استفاده و جعل امضای افراد تا حد زیادی تحت کنترل قرار گیرد. در زمینه های مختلفی از جمله در کارت هوشمند بازرگانی، امور گمرکی، سیستم بانکی کشور و همچنین کارت های هوشمند ملی که قرار است در آینده ای نزدیک کاربرد آن در سطح کشور فراگیر شود می توان از امضای دیجیتال استفاده کرد. در اسناد الکترونیکی که امضای دیجیتال داشته باشد این اطمینان وجود دارد که تولید کننده این سند همان شخصی است که این سند به امضای او رسیده است و به این ترتیب متن سند با اثر امضا شده

مطرح شده تضمین امنیت مبادلات تجاری الکترونیکی است. انجام مبادلات و معاملات تجاری در دنیای مجازی با نگرانی های ویژه ای همراه است که این نگرانی ها برای دو طرف معامله وجود دارد. با توجه به اهمیت این موضوع ارائه امضای دیجیتال از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت و با هدف تضمین ایمنی فضای تجارت الکترونیک مورد توجه قرار گرفته است. با راه اندازی این امکان یک نسخه امضای دیجیتال در اختیار همه تجار قرار می گیرد که صحت آن از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت مورد تایید قرار می گیرد. بدون تردید این اقدام می تواند نقش مهمی در تسهیل روند مبادلات تجاری در فضای مجازی داشته باشد. از جمله مزیت ها و قابلیت های عرضه شده در دفاتر گواهی دیجیتال یا

امروزه اغلب مبادلات تجاری و اقتصادی به شیوه سنتی انجام می شود و هنوز شیوه های نوین نتوانسته است به طور کامل جایگزین شیوه های مدرن و امروزی شود. اما با توجه به گسترش فناوری های جدید و امروزی که نقش آنها در زندگی روزمره پررنگ تر شده، تجارت الکترونیک بیش از پیش در حال گسترش و رونق گرفتن است. بر اساس این روند پیش بینی می شود به تدریج مبادلات الکترونیک جایگزین مبادلات تجاری به شیوه سنتی شود. این روش در مقایسه با روش های قدیمی بسیار آسان تر است و محدودیت ها و موانع پیشین در این زمینه را از میان بر می دارد. انجام مبادلات به شیوه الکترونیک روند مبادلات را از نظر زمانی و مالی تسهیل می کند. تنها نگرانی که در حوزه تجارت الکترونیک



**در این بخش جناب آقای حمیدرضا حاتمی
به عنوان کارشناس امور صادراتی و آشنا به
تجارت بین الملل به بیان دیدگاه های خود
جهت حضور موفق شرکت های دانش بنیان
در بازارهای بین المللی و صادرات
کالا و خدمات دانش بنیان
آنها می پردازد.**

بنیان به طور کلی شامل دو بخش موضوعات فنی و بازار خواهد بود که اکثر شرکت های دانش بنیان و سایر بخش های علمی کشور، بخش اول را به خوبی دارا هستند اما متأسفانه ساختار حمایتی برای هدایت و نفوذ این فناوری ها در بازارهای بین المللی در کشور وجود ندارد در کشورهای دیگر حمایت های قوی از فعالین محصولات دانش بنیان و همچنین شرکتهای مشاوره ای و بازاریابی و فعال در کشورهای هدف به عمل می آید و در نتیجه ارزش افزوده زیادی نصیب اقتصاد ملی آنها می شود.

به نظر می رسد با توجه به اینکه تجار و شرکت های بازرگانی ایرانی در داخل و خارج از کشور از تخصص و آگاهی کاملتری نسبت به بازارها، شبکه های توزیع، فنون بازاریابی و ... در کشور هدف برخوردار هستند حمایت مادی و معنوی دولت از این شرکت ها به عنوان خط شکن صادرات کالا و خدمات دانش بنیان می تواند به عنوان یکی از استراتژی های مهم جهت توسعه این مسیر در کشور مطرح شود و با پشتیبانی اینگونه فعالین با کمترین سرمایه گذاری موفق به ایجاد پایگاه های صادراتی و استفاده از ظرفیت ها و ارتباطات و امکانات آنها که حاصل سالها حضور عملی در بازار هدف بوده می تواند در این عرصه مثمر ثمر واقع شود و با عنایت به اینکه بسیاری از شرکت های دانش بنیان توان مالی برای پرداخت هزینه های مربوط به این نوع شرکت ها را ندارند بنابراین حمایت مادی و اجرایی از شرکت های بازاریابی در عرصه بین المللی می تواند نتایج بهتر و بیشتری را داشته باشد یک شرکت مستقر در بازار هدف همزمان می تواند برای ده ها محصول اقدام به بازاریابی نماید یعنی حمایت از یک شرکت بازاریابی و بازرگانی حاضر در بازار هدف راهگشای ده ها شرکت دانش بنیان خواهد بود.

حوزه محصولات شیمیایی و محصولات غذایی کاملاً متفاوت خواهد بود.

برای موفقیت در بازار بایستی از مشاوران خبره و مجرب در حوزه های مختلف استفاده نمود. ما شاید مخترع و تولید کننده خوبی باشیم اما ممکن است مذاکره کننده خوبی نباشیم، شاید تبلیغ کننده خوبی نباشیم، شاید جستجوگر بازار خوبی نباشیم و مهمتر از اینها شاید لابی ها و مناسبات نه چندان اشکار بازار هدف و ذی نفعان آن را شناسیم از همین رو بایستی از تخصص های مکمل استفاده نمود. هنر اصلی شرکت اختراع و نوآوری و یا تولید محصول نهایی که میدان عمل طبیعی و شاید انحصاری او می باشد و در تکمیل آن باید از هنر و تخصص و امکانات مشاوران فعال، مجرب و حاضر در بازار بهره برداری کند تا بتواند نتایج خوبی را در عرصه بین المللی کسب نماید.

نکته پایانی اینکه مبحث صادرات کالا و خدمات دانش

شرکت ها در عرصه صادرات بایستی نسبت به قوانین بین الملل و نیز قوانین تجاری کشور هدف آشنایی کامل داشته باشند تا در ادامه با چالش های حقوقی و خسارت مواجه نشوند.

کیفیت، انجام تعهدات به موقع و قیمت تمام شده رقابتی سه فاکتور مهم در عرصه صادرات و رقابت بین المللی به حساب می آید که بایستی شرکت ها همیشه به آن توجه ویژه ای داشته باشند.

اخذ مجوزها و استانداردهای مربوط به محصولات مختلف برای ورود آن به بازارهای بین المللی از اهمیت بالایی برخوردار است. شرکت ها بایستی با آگاهی کامل از الزامات مربوط به استانداردهای محصولات خود، اقدامات مناسبی را برای کسب آن انجام دهند به طور مثال استانداردها و مجوزهای مورد نیاز در

برای اختراع و نوآوری اقدام به ثبت بین المللی نمایند تا بتوانند از پشتیبانی های حقوقی و کپی رایت بین المللی در این عرصه بهره مند گردند.

برای محصولات و خدمات دانش بنیان که دارای مزیت های رقابتی و نوین می باشد پس از بررسی و مطالعه بازار در مقایسه با محصولات مشابه و رقیب، شناسنامه محصول و خدمات خود را به صورت علمی و کاربردی تنظیم و قابل ارایه کنند.

همان طور که این شرکت ها برای بخش نوآوری و تولید خود اهمیت قائل می شوند بایستی برای محیط بازار و فروش خود نیز برنامه هایی داشته باشند مثلاً وجود یک تیم تحقیقات بازار از اهمیت بالایی در این نوع شرکت ها به حساب می آید. شرکت ها بایستی رقبا خود و دانش ها و محصولات جایگزین برای کالاها و خدمات خود را در بازار هدف به خوبی بشناسند و همچنین بازیگران، ذی نفعان، شبکه فروش و پیشبرد فروش و بازاریابی و تبلیغ و فرصت ها و محدودیتهای آن را بشناسند.

به منظور تمرکز و تلاش هدفمند در عرصه صادرات بایستی شرکت ها بخش مشخصی را در این حوزه فعال کرده و در صورت عدم وجود توجه اقتصادی، از ظرفیت شرکت های مشاوره ای و بازرگانی جهت بازاریابی و صادرات بهره گیرند.

عراق



کشور عراق به سبب قرار داشتن در میان سه قاره آسیا، آفریقا و اروپا و نیز همسایگی با کشورهای ایران و ترکیه که از ابعاد مختلف بین المللی دارای اهمیت (از جمله حمل و نقل، تجارت، سیاست و ...) می باشند، دارای موقعیت جغرافیایی استراتژیکی است.

واحد پول این کشور، دینار و دین رسمی آن اسلام است که اکثر مردم آن را نیز شیعه تشکیل می دهند و نکته آخر اینکه براساس ارزیابی های انجام شده توسط مراجع بین المللی، کشور عراق یکی از مناطق با ثبات نسبی کم می باشد.

قوانین و تسهیلات حقوقی

* کشور عراق از سال ۱۹۷۶ عضو سازمان مالکیت فکری است و کنوانسیون پاریس را نیز در زمینه حمایت از حقوق مالکیت صنعتی امضا کرده است و دولت با جدیت از این مالکیت حفاظت و متخلفین را مورد پیگرد قانونی قرار می دهد.

* قانون سرمایه گذاری عراق، سرمایه گذاری عراقی ها و خارجی ها در کلیه زمینه ها به جز موارد زیر را مجاز اعلام نموده است:

- ۰ سرمایه گذاری در میادین استخراج و تولید نفت و گاز
- ۰ سرمایه گذاری در بخش شرکت های بانکی و بیمه ای
- ۰ سرمایه گذاری جهت تملک اراضی خاص (به جز برای پروژه های خانه سازی)، این زمین ها صرفاً توسط اتباع عراقی قابل تملیک می باشد و اتباع خارجی تنها می توانند به مدت

۵۰ سال (این مدت قابل تمدید است) از این زمین ها بهره برداری نمایند.

* جهت حضور در مناقصات و کسب و کار در کشور عراق و بازاریابی و فروش مستقیم در این کشور، باید شرکت در اداره ثبت شرکت های کشور عراق ثبت رسمی شده باشد. ثبت شرکت علاوه بر امکان بازاریابی، فروش و مشارکت در مناقصات عراق مزایای دیگری از جمله دریافت اقامت تجاری بلندمدت، اخذ مجوز افتتاح فروشگاه و دفاتر تجاری، استفاده از تسهیلات مختلفی که کشور عراق و یا مجامع بین المللی به شرکت های عراقی اعطا می نمایند به همراه دارد.

* جهت ورود به خاک عراق نیاز به روادید وجود دارد که از سفارت عراق در تهران و یا کنسول گری های واقع در شهرهای دیگر ایران قابل صدور خواهد بود.

صدور روادید تجاری بلند مدت با ارائه کارت بازرگانی و متقاعد نمودن سفارت عراق در ایران مینی بر نیاز به چند بار ورود به عراق ممکن خواهد بود. همچنین سرمایه گذاران ایرانی به صورت های مختلف می تواند مشمول این نوع روادید گردند.

محیط اقتصادی

* کشور عراق از لحاظ اقتصادی در رتبه ۶۳ اقتصاد بزرگ جهان قرار دارد.

* صنایع عمده این کشور شامل موارد زیر می باشند:
صنایع نفت، شیمیایی، منسوجات و پارچه، تولید و فرآوری چرم، صنایع غذایی، کالاهای ساختمانی، ترکیبات شیمیایی، صنایع فرآوری و کود، فرآوری و ساخت فلزات
* مواد غذایی، ابزار و قطعات، مواد شوینده و بهداشتی، دارو و تجهیزات پزشکی و ... از جمله کالاهای مصرفی مورد نیاز مردم عراق در این برهه از زمان است.

بازاریابی و تبلیغات

کشور عراق به عنوان یک بازار تجاری رو به رشد، از بازاریابی و تبلیغات به عنوان یکی از ابزارهای کلیدی توسعه اقتصادی بهره می برد. روش های تبلیغاتی مناسب در عراق عبارتند از:

- حضور در نمایشگاه ها و بازارهای تجاری ویژه
- تبلیغ در رسانه های جمعی عراق و شبکه های ماهواره ای این کشور
- تهیه و ارائه کارت ویزیت دوزیانه
- تدوین مکاتبات، کاتالوگ ها و در کل تبلیغات به زبان عربی و در درجه دوم به زبان انگلیسی
- همکاری با اعضای انجمن ها و سایر موسسات فعال در زمینه نمایشگاه های تجاری
- ارائه محصولات با کیفیت به مشتریان
- درج آگهی کالا و خدمات در مجلات بازرگانی عراق

راهکارهای بازاریابی و فروش

در کشور عراق همانند سایر نقاط جهان راهکارهای ویژه ای برای بازاریابی و فروش محصولات مطرح می شوند. برخی از راهکارهای یاد شده عبارتند از:

- در هنگام مذاکرات تجاری در کشور عراق بهتر است همه مکاتبات و فرآیندهای بازاریابی به زبان عربی و در منطقه کردستان به زبان کردی مکاتبه شود.
- با افزایش امنیت و ثبات کشور عراق به تدریج حضور شرکت های خارجی بیشتر و رویکرد دولت و تجار عراقی به دیگر کشورهای جهان متمایل خواهد گشت. بنابراین بهتر است شرکت های ایرانی نسبت به جایگاه یابی، تبلیغات موثر و کنترل کیفیت کالاهای خود هر چه سریعتر برنامه ریزی نمایند.
- به جهت نامناسب بودن بستر ایجاد کارخانجات در عراق از جمله مشکل برق و سوخت تا چند سال آینده،



وب سایت اینترنتی

شرکت نمایشگاه های عراق

ردیف	نام شرکت	وب سایت
۱	شرکت نمایشگاههای عراق	www.motiraq.org

بانک های مهم دولتی عراق

Rafidain Bank

آدرس	Baghdad- Al-Rashid Street- Street banks- Street/O.ph-8160068,8160166
پست الکترونیکی	User3001@rafidain-Bank.org

Rashid Bank

آدرس	Baghdad- Al-Rashid Street- Street banks- Street/O.ph-19143605968
پست الکترونیکی	Netbank@uruklink

بانک های مهم خصوصی عراق

Warka Bank For Investment and Finance

آدرس	Baghdad-Square Alkhalani-Bank building AL-warkaa
پست الکترونیکی	info@warka-bank-iq.com

Bank of Baghdad

آدرس	Baghdad / Karada Kharge / near al-masrah al-watani/O.ph-7171257,7170496,7175009
پست الکترونیکی	bankofbaghdad@yahoo.com

منبع: سازمان توسعه تجارت ایران

* عمده محصولات صادراتی ایران به کشور عراق به شرح زیر می باشد:

نام محصول
کل محصولات
سبزیجات، نباتات، ریشه و غده های زیرخاکی خوراکی
میوه های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند
مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد
چدن، آهن و فولاد
فراورده های غلات، آرد، نشاسته، فکول یا شیر، نانهای شیرینی
رآکتورهای هسته ای، دیگهای بخار و آبگرم
مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد
نوشابه ها، آبگوینهای الکلی و سرکه
محصولات سرامیکی
ماشین آلات و دستگاه های برقی و اجزا و قطعات آنها

اطلاعات مهم

وب سایت اینترنتی	نام وزارت یا سازمان
www.cabinet.iq	مجلس عراق
www.mot.gov.iq	وزارت بازرگانی
www.krg.org	دولت منطقه ای کردستان عراق
www.industry.gov.iq	وزارت صنایع و معادن عراق
www.baghdadbusinesscenter.org	مرکز تجاری عراق
www.ir-iqcc.com	اتاق مشترک ایران و عراق



همچنان کشور عراق نیاز به واردات کالا دارد. لذا یکی از بهترین پیشنهادات، مشارکت دادن تجار عراقی در سهام کارخانجات تولیدی ایرانی می باشد.

- ارائه گواهی های استاندارد جهانی اخذ شده در تولید محصول، به مشتریان سودمند خواهد بود. ضمناً مشخصات استاندارد یاد شده باید در کاتالوگ ها، بروشورها و سایر ابزارهای تبلیغاتی درج شوند.
- گردآوری اطلاعات به روز و دقیق از علائق مردم و شرایط اقتصادی جامعه عامل بسیار مهمی در دستیابی به موفقیت است. در صورتی که دسترسی به اطلاعات مورد نظر میسر نباشد، بهره برداری از دانش و تجربه تجار محلی مفید خواهد بود.

- خرید نقدی درب کارخانه در ایران و یا تحویل مرز گمرکی توسط تجار عراقی روش های رایج و مورد درخواست بازار عراق است.
- با توجه به بی ثباتی اوضاع در عراق، عدم

وجود سیستم انتظامی و قضایی مدون و دشواری یافتن افراد و شرکت های عراقی جهت وصول مطالبات، بهتر است مبادلات به صورت نقدی با اعتبارات اسنادی باشد.

تجارت خارجی

* اقلام عمده واردات کشور عراق شامل ماشین آلات و دستگاه های برقی، دیگ های بخار و آبگرم، خودرو، مواد غذایی، پوشاک، ماشین آلات و تجهیزات، مواد بهداشتی، دارو و مواد پلاستیکی می باشند.

* کشورهای ترکیه، امارات متحده عربی، ایران، آمریکا، سوریه، اردن، چین و آلمان هشت شریک عمده وارداتی عراق (صادرکنندگان به عراق) را تشکیل می دهند. * دولت عراق به منظور تشویق شرایط سرمایه گذاری خارجی، در سال های اخیر معافیت ها و تسهیلات ویژه ای را برای سرمایه گذاران در این کشور در نظر گرفته است. مناسبترین زمینه های سرمایه گذاری در این کشور عبارتند از:

صنایع تولید و فرآوری مواد غذایی، مبللمان اداری و دکوراسیون داخلی، مخابرات و شبکه، فناوری اطلاعات و ارتباطات، مونتاژ خودرو

بازرگانی واحدی مستقر است که صادر کنندگان می‌توانند با پرداخت هزینه در نظر گرفته شده از خدمات ارائه شده در این واحد بهره‌مند شوند. امضای گواهی مبدأ توسط صادر کننده الزامی است. ممکن است این سوال مطرح شود که چه افرادی حق امضای گواهی مبدأ را دارند. بر اساس قوانین مصوب دارندگان کارت بازرگانی یا افراد دیگری از جمله اعضای هیئت مدیره که نام آنها در روزنامه رسمی آمده باشد و به طور رسمی به اتاق بازرگانی معرفی شده باشند می‌توانند این گواهی را امضا کنند. اگر قرار باشد فرد دیگری به جز دارنده کارت بازرگانی این گواهی را امضا کند باید امضای این فرد از سوی دارنده کارت بازرگانی که امضای او در صفحه نخست کارت بازرگانی درج شده است به واحد صدور گواهی مبدأ معرفی شود.

1. Exporter HIFED ARTEMIA CYSTS CO., LTD NO. 56 INDUSTRY PARK, BENZHOU CITY, CHINA		Certificate No. CCPIT 135320255 CHINA (3100000000)	
2. Consignee HIFED ARTEMIA CYSTS CO., LTD NO. 56 INDUSTRY PARK, BENZHOU CITY, CHINA		CERTIFICATE OF ORIGIN OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA	
3. Means of transport and route FROM HANGZHOU PORT, CHINA TO PORT LOUIS, MAURITIUS BY VESSEL.		5. For certifying authority use only	
4. Country / region of destination MAURITIUS			
6. Marks and numbers N/A	7. Number and kind of packages, description of goods DRIED FISH FOOD ARTEMIA CYSTS -20, 4 KG/-4 CARTONS DRIED FISH FOOD STYRENE POLYSTYRENE -200 KG/-20 CARTONS *** *** ***	8. H.S. Code 0511.9990.00 2006.0000	9. Quantity 2000KG
10. Number and date of invoice			
11. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct, that all the goods were produced in China and that they comply with the Rules of Origin of the People's Republic of China.		12. Certification It is hereby certified that the declaration by the exporter is correct.	
SHENZHEN, CHINA MAY 22, 2013 Place and date, signature and stamp of authorized signatory		SHENZHEN, CHINA MAY 22, 2013 Place and date, signature and stamp of certifying authority	

مبدأ صادر می‌شود به چه کشوری ارسال شود فرم‌های خاصی برای صدور گواهی مبدأ در نظر گرفته شده است. اگرچه ممکن است صادرات کالا به بعضی از کشورها به گواهی مبدأ نیازی نداشته باشد اما در بسیاری از کشورها صادرات کالا مستلزم ارائه گواهی مبدأ از سوی کشور صادر کننده است. در گواهی مبدأ صادر شده از سوی اتاق بازرگانی علاوه بر تایید کشور مبدأ که تولید کننده کالای مورد نظر برای صادرات است، درباره این کالای اطلاعاتی درج می‌شود که مهر و امضای اتاق بازرگانی نیز تضمین کننده این اطلاعات است.

در بازرگانی در عرصه بین‌المللی بعضی از کشورها برای کالاهای تولید شده در کشورهایی که با آنها رابطه تجاری داشته باشند مزایایی در نظر گرفته شده است. تخفیف در اخذ حقوق گمرکی یا معافیت از پرداخت حقوق گمرکی از جمله مزایا و کاربردهای گواهی مبدأ است. با توجه به این که ممکن است کشور وارد کننده کالا از این مزیت به نفع خودش استفاده کرده و کالای کشور دیگری را به نام کشوری که از مزایای معافیت یا تخفیف حقوق گمرکی برخوردار است، به کشور وارد کند، ارائه گواهی مبدأ در بسیاری از کشورها ضروری است. به این ترتیب مقامات گمرکی این کشورها می‌توانند با توجه به کشور مبدأ صادر کننده کالا، نرخ گمرکی را بر اساس تعرفه‌های در نظر گرفته شده یا معافیت در نظر گرفته شده برای کالای صادر شده از یک کشور خاص محاسبه کنند.

در خواست کنندگان گواهی مبدأ باید هزینه‌ای را بابت صدور این گواهی بپردازند و چنانچه ارزش کالای موضوع گواهی مبدأ از سطح مشخصی بیشتر باشد این هزینه تعرفه هم بیشتر خواهد بود.

تایپ گواهی مبدأ بر عهده صادر کننده است. در اتاق

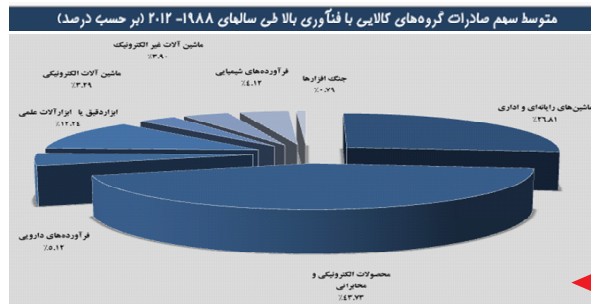


گواهی مبدأ چیست؟

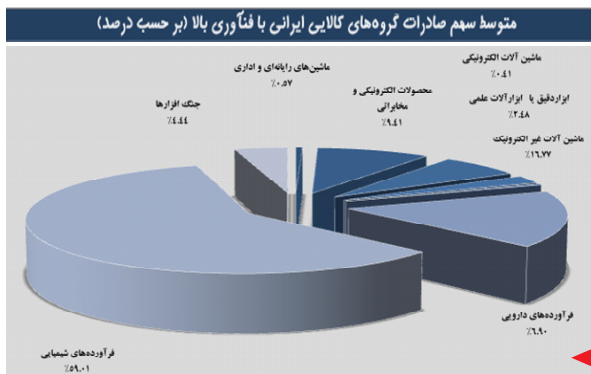
صدور گواهی مبدأ را بر عهده دارند و در مناطق آزاد این مسئولیت به سازمان منطقه آزاد واگذار شده است. تصویر پروانه گمرکی، تصویر بارنامه حمل، تصویر کارت بازرگانی، فرم گواهی مبدأ مه‌به‌بان انگلیسی تایپ شده و فاقد هر گونه خط خوردگی باشد و همچنین فیش بانکی هزینه صدور گواهی مبدأ از جمله مدارک مورد نیاز برای اخذ این گواهی است. در سامانه اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی امکاناتی برای صدور آنلاین گواهی مبدأ الکترونیکی فراهم شده است که متقاضیان می‌توانند از طریق این سامانه برای دریافت گواهی مبدأ اقدام کنند. گواهی مبدأ می‌توان به فرم‌های مختلفی صادر شود. در واقع بر اساس این که قرار است کالایی که برای آن گواهی

گواهی مبدأ سند ویژه‌ای است که در آن منبع موثق یا شخصی که اختیار صادرات کالایی را دارد ارتباط کالای موضوع گواهی مبدأ را به کشورهای خاص مورد تایید قرار داده و تولید کالای صادر شده در کشور مبدأ را تصدیق می‌کند. در حقیقت گواهی مبدأ از نظر کیفیت و مشخصات کالا اطمینان خریدار یا کشوری که قرار است این کالا به آن صادر شود را جلب می‌کند و این سند علاوه بر خریدار برای مراکز و سازمان‌هایی از جمله بانک‌ها یا وزارتخانه‌های مختلف صنعتی، کشاورزی یا بهداشتی و درمانی و همچنین دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی حائز اهمیت است. در کشور ما اتاق‌های بازرگانی صنایع و معادن مسئولیت

روند صادرات جهانی کالاهای با فناوری بالا و دانش بنیان، سهم و جایگاه ایران



شکل روبه‌رو ترکیب صادرات کالاهای با فناوری بالا را در سطح جهانی و ایران نشان می‌دهد. براساس این شکل، بیشترین تقاضای جهانی برای صنایع با فناوری بالا به ترتیب شامل محصولات الکترونیکی و مخابراتی، ماشین‌های رایانه‌ای و اداری، ابزار دقیق یا ابزارآلات علمی، محصولات صنایع هوا-فضا، فرآورده‌های دارویی، ماشین‌آلات الکترونیکی، ماشین‌آلات غیرالکترونیک، فرآورده‌های شیمیایی، جنگ‌افزارها اختصاص دارد.

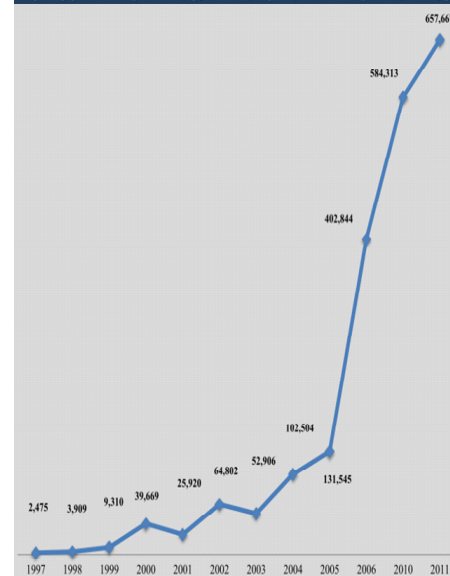


اما آنچه که از شکل روبه‌رو مشهود است ایران در صادرات کالاهای با فناوری بالا برخلاف ترکیب و سمت سوی تقاضای جهانی از تنوع صادراتی در گروه کالایی کالاهای با فناوری بالا برخوردار نمی‌باشد و بخش اعظمی از درآمد ناشی از صادرات کالاهای با فناوری بالا آن به سه گروه کالایی فرآورده‌های صنایع شیمیایی، ماشین‌آلات غیرالکترونیک، محصولات الکترونیکی و مخابراتی و فرآورده‌های دارویی اختصاص دارد. بخش‌های مذکور مجموعاً ۹۵ درصد از کل صادرات کالاهای با فناوری بالا کشور را تشکیل می‌دهد.

سهم صادرات صنعتی کالای ایرانی بر حسب سطح فناوری (درصد)

سال	فناوری بالا	فناوری پایین	فناوری متوسط به بالا	فناوری متوسط به پایین	فناوری بالا و متوسط به بالا
۱۹۹۷	۰.۲	۵۱.۲	۲۳.۷	۲۵.۰	۲۳.۹
۱۹۹۸	۰.۳	۵۱.۱	۲۴.۶	۲۴.۰	۲۴.۹
۱۹۹۹	۰.۵	۵۱.۰	۱۸.۰	۳۰.۵	۱۸.۵
۲۰۰۰	۰.۷	۴۴.۸	۲۱.۸	۳۲.۷	۲۲.۵
۲۰۰۱	۱.۱	۳۶.۴	۲۶.۸	۳۵.۷	۲۷.۹
۲۰۰۲	۱.۵	۳۶.۷	۲۷.۲	۳۴.۷	۲۸.۷
۲۰۰۳	۱.۹	۳۳.۸	۲۲.۱	۳۲.۲	۳۴.۰
۲۰۰۴	۱.۴	۲۶.۳	۲۹.۹	۴۲.۴	۳۱.۳
۲۰۰۵	۱.۶	۱۹.۳	۳۳.۹	۴۵.۳	۳۵.۵
۲۰۰۶	۱.۷	۱۵.۸	۳۰.۶	۵۱.۹	۳۲.۳
۲۰۱۰	۱.۱	۱۰.۰	۴۳.۹	۴۵.۰	۴۵.۰
۲۰۱۱	۱.۱	۸.۲	۴۶.۴	۴۴.۳	۴۷.۵

روند کل صادرات کالاهای ایرانی با فناوری بالا (بر حسب هزار دلار)



جدول زیر سهم ایران از صادرات جهانی کالاهای با فناوری بالا را در طی سال‌های ۱۹۹۷-۲۰۱۱ نشان می‌دهد. براساس این جدول، سهم ایران از صادرات جهانی کالاهای با فناوری بالا از رقم ۰/۰۰۷ درصد در سال ۲۰۰۴ به ۰/۰۲۲ درصد در سال ۲۰۰۶ و ۰/۰۲۹ درصد در سال ۲۰۱۱ افزایش یافته است. آنچه مسلم است روند سهم صادرات کالاهای با فناوری بالا ایران در طی سال‌های اخیر به نحو چشم‌گیری رشد یافته است. به بیان دیگر در طی سال‌های اخیر، مشارکت ایران در تقسیم‌کار بین‌المللی کالاهای با فناوری بالا رو به افزایش بوده ولی از حیث اندازه و میزان صادرات بسیار پایین ارزیابی می‌گردد.

سهم صادرات کالاهای ایرانی با فناوری بالا

به تفکیک گروه‌های کالایی از کل صادرات جهانی (درصد)

سال	کل ارزش صادرات	محصولات صنایع هوا-فضا	محصولات ماشین‌های رایانه‌ای و اداری	محصولات الکترونیکی و مخابراتی	فرآورده‌های دارویی	فرآورده‌های شیمیایی	محصولات صنایع شیمیایی	محصولات صنایع فلزی	محصولات صنایع نساجی	محصولات صنایع غذایی	محصولات صنایع سایر	محصولات صنایع دیگر	محصولات صنایع نامشخص
۱۹۹۷	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰
۱۹۹۸	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰
۱۹۹۹	۰.۰۰۱	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰
۲۰۰۰	۰.۰۰۳	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰
۲۰۰۱	۰.۰۰۲	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰
۲۰۰۲	۰.۰۰۶	۰.۰۰۱	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰
۲۰۰۳	۰.۰۰۴	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰
۲۰۰۴	۰.۰۰۷	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰
۲۰۰۵	۰.۰۰۸	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰
۲۰۰۶	۰.۰۲۲	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰
۲۰۱۰	۰.۰۲۹	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰
۲۰۱۱	۰.۰۲۹	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰

در این شکل فهرست

درصد عمده‌ترین

اقدام صادراتی

کالاهای با فناوری بالا

ایران طی سال‌های

۲۰۰۴-۲۰۱۰ را

مشاهده می‌نماید.

سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی صنایع با فناوری بالا و دانش بنیان در کشور کره جنوبی



کره جنوبی را می‌توان پیشاهنگ و پرچم‌دار کشورهای تازه صنعتی شده نامید که الگو و مدل بسیار موفق‌تری را به کشورهای دور و نزدیک آسیای جنوب شرقی نظیر سنگاپور، مالزی، اندونزی، تایوان و اخیراً فیلیپین و چین ارائه کرد تا شایستگی‌های نژاد زرد را در سخت‌کوشی، قناعت، پیشگی و کنجکاوی به معرض نمایش بگذارند. در اینجا به چکیده اقدامات و سیاست‌های کره جنوبی در راستای دستیابی به اهداف توسعه صادرات در پنج دسته می‌توان اشاره نمود:

۱) ایجاد امکانات و انگیزه برای صادرات
* سرمایه‌گذاری در امور زیربنایی جاده، راه آهن، برق و ...

* اعطای اعتبارات ترجیحی و کاهش مالیات در صنایع فناوری بالا

* اعطای جواز واردات به صادرکنندگانی که بیش از یک میزان تعیین شده در سال صادرات داشته‌اند

۲) تامین و کاهش هزینه‌های تولید و

صدور کالاهای صادراتی

* معافیت عوارض برای ماشین‌آلات و

صنایع سنگین صادراتی

* ایجاد مدرسه عالی صادرات توسط (Kotra).

* فعالیت گسترده (Kotra) در اکثر کشورهای جهان، در زمینه گردآوری آمار و اطلاعات، شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی، ایجاد امکانات بازدید تجاری خبرنگاران خارجی از کره، جمع‌آوری نمونه‌های تولیدات خارجی و آرایه به تولیدکنندگان داخلی جهت شبیه‌سازی

* ایجاد سازمان‌های متعدد کنترل کیفیت کالا بر اساس استانداردهای بین‌المللی

* ایجاد مراکز طراحی و تحقیق در دانشگاه‌ها به ویژه در زمینه‌های تک

* ایجاد مرکز طراحی و بسته‌بندی صنعتی
* راهنمایی‌های دولتی در زمینه قیمت‌گذاری کالاهای صادراتی

۴) ایجاد محیط امن برای فعالیت‌های

صادراتی

* افزایش سرمایه‌گذاری خارجی

* بیمه اعتبارات صادراتی

۵) سایر اقدامات

* حمایت نسبی از تولیدکنندگان داخلی اقلیمی که ورودشان آزاد است

* وام‌های خارجی جهت تامین سرمایه‌گذاری‌ها

* ایجاد مؤسسات عمومی اعتباری بر اساس الگوهای شرکت‌های عمده تجاری ژاپن

* تشویق شرکت‌هایی که بخش معینی از بودجه خود را صرف تحقیق و توسعه می‌کنند

* دادن اعتبار مالیاتی به شرکت‌ها

* دادن بخشی از هزینه‌های تحقیق و توسعه

تولید کالاهای فناوری بالا

اما سؤال این است، که این سیاست‌ها و برنامه‌ها چگونه به رشد صنایع با فناوری بالا کمک کرد؟

به‌طور خلاصه برنامه‌ها و اعتبارات دولتی کره در جهت توسعه صنایع فناوری بالا را می‌توان در سه حوزه تصویب قوانین، ارائه مشوق‌ها، ایجاد مراکز دولتی و منابع انسانی بصورت زیر بیان نمود:

۱- تصویب قانون‌های عمده برای ارتقاء علم و فناوری

عنوان	محدوده و شمول
قانون ارتقای علم و فناوری ۱۹۶۷	ایجاد سیاست‌ها و برنامه‌هایی برای علم و فناوری و مکانیزم‌های حمایتی کلی برای پروژه‌ها و آژانس‌های مربوطه
قانون توسعه فناوری ۱۹۷۲	تهیه مشوق‌های مالی و مالیاتی برای تشویق و تسهیل فعالیت‌های توسعه فناوری برای شرکت‌های خصوصی
قانون ارتقای سرویس‌های مهندسی ۱۹۷۳	بهبود صنایع مهندسی در شرکت‌های تولیدی و تسريع بخشیدن به تجاری‌سازی نتایج تحقیق و توسعه
قانون ارتقای تحقیقات مبنایی	تهیه حمایت‌های مالی برای تحقیقات در علوم پایه برای تشویق نوآوری در مؤسسات تحقیق و توسعه و دانشگاه‌ها

۲- ابزارهای حمایت مالی برای توسعه

فناوری داخلی

ابزارها و مشوق‌های مالی در نظر گرفته شده در کشور کره برای ارتقاء صنایع فناوری بالا را می‌توان در سه حوزه سیاست‌های ارتقاء سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، سیاست‌های ارتقاء انتقال فناوری و سیاست‌های تجاری سازی فناوری نام برد.

۳- ابزارهای حمایت غیر مالی برای

توسعه فناوری داخلی

* سیستم اطلاعاتی شامل جمع‌آوری اطلاعات،

کاربرد و توزیع فناوری

* استانداردسازی و کنترل کیفیت

* حفاظت از مالکیت فردی

* سیستم تدارکات

* همکاری و تحقیق و توسعه بین صنعت،

آکادمی و مؤسسات تحقیقاتی

۴- تأسیس مؤسسات تحقیقاتی دولتی و

پروژه‌های ملی تحقیق و توسعه

دهه ۱۹۶۰	ایجاد مؤسسات علمی تأسیس وزارت علم و فناوری قانون ارتقای علم و فناوری توسعه منابع انسانی
دهه ۱۹۷۰	تنظیم زیربناسازی علمی تأسیس مؤسسات تحقیقاتی دولتی قانون ارتقای تحقیق و توسعه توسعه نیروی انسانی با کیفیت بالا
دهه ۱۹۸۰	ارتقای آزمایشگاه‌های تحقیقاتی خصوصی و تحقیق و توسعه اعتبار مالی تحقیق و توسعه ارتقای ایجاد آزمایشگاه‌های تحقیقاتی خصوصی ارتقای تحقیق و توسعه صنعتی
دهه ۱۹۹۰	نقش راهبردی در زمینه‌های راهکار پروژه HAN تقویت ظرفیت تحقیقاتی دانشگاه‌ها ارتباط بین صنعت، دانشگاه و مؤسسات تحقیقاتی دولتی
دهه ۲۰۰۰	ایجاد نوآوری در سطح ملی

۵- تجهیز صنایع کشور به نیروی کار ماهر

دولت کره برای تجهیز صنایع خود از طریق پیدا کردن دانش‌آموزان نخبه کره‌ای و افزایش حمایت از آنها برای آموزش‌های فوق‌لیسانس داخلی و مقاطع بالاتر اقدامات قابل توجهی را به عمل آورد. میزان پذیرش ظرفیت دوره‌های پیشرفت را افزایش و بالا بردن کیفیت نیروی انسانی جهت فعالیت در تحقیق و توسعه در زمینه‌های صنایع با فناوری بالا را در دستور کار خود قرار داد.

منبع: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

مصاحبه با شرکت ایمان مهر

مدیرعامل: مهندس رضایی



لطفاً بیوگرافی از خود و شرکت مطرح نمایید.

بنده محمد علی رضایی هستم مدیر عامل شرکت دانش بنیان ایمان مهر و صادر کننده برتر کشور شرکت ایمان مهر به عنوان شرکت مادر، دارای سه شرکت زیر مجموعه در حوزه تولید و فرآوری گیاهان دارویی و طبیعی فعالیت می نماید. در حال حاضر مدیریت ۱۲۰۰ هکتار زمین در حال کشت را با استفاده از فعالیت های تحقیق و توسعه توسط کارشناسان و اساتید دانشگاه و نیز بهره گیری از جدیدترین فناوری های نوین دنیا به محصولات متنوع دارویی و گیاهان دارویی و اسانسهای طبیعی تبدیل نموده که بیش از ۹۵ درصد محصولات تولیدی شرکت به بازارهای بین المللی صادر می شود. با توجه به لزوم سرمایه گذاری های بالا برای خرید زمینهای کشاورزی، شرکت پس از عقد قرارداد با کشاورزان و صاحبان زمین هادر مناطق مختلف کشور، مواد اولیه گیاهان دارویی مورد انتظار خود را براساس دستورالعمل های کارشناسان تحقیق و توسعه کاشت، داشت و برداشت می نمایند. این شرکت برای اولین بار در ایران فروشگاه را در تهران (خ ولیعصر ابتدای نیایش) در مکان فرهنگی سینما پردیس ملت ایجاد نموده است که در آینده ای نزدیک در سطح کشور به صورت فروشگاه های زنجیره ای تحت عنوان سلامتکده دکتر بین توسعه داده خواهد شد که این فروشگاه شامل ۸ کافی شاپ گیاهی است که صرفاً دمنوش

ها و نوشیدنی های گیاهی سرو می نماید و همچنین هفته ای دو روز پزشک طب سنتی و مشاور تغذیه به طور رایگان افراد را ویزیت می نماید و بازدید کنندگان می توانند محصولاتی در زمینه گیاهان دارویی، داروهای گیاهی، اسانس، گلاب و عرقیات و محصولات ارگانیک و سالم، دمنوشهای گیاهی را خریداری نمایند.

مهمترین عوامل موفقیت شرکت در عرصه بین الملل چیست؟

یکی از مهمترین عوامل موفقیت شرکت در عرصه صادرات استفاده از فناوری های نوین و روز دنیا در مراحل کاشت، برداشت، فرآوری و بسته بندی بوده است. با توجه به تنوع اقلیمی و رویش عمده گیاهان دارویی در کشور، ظرفیت بسیار بالایی در این حوزه وجود دارد که خوشبختانه شرکت ایمان مهر توانسته با استفاده از تعامل با نخبگان داخلی و خارجی کشور و با توجه به نیازهای بازار که اکثر کشورهای جهان به سمت مصرف مواد طبیعی برای سلامت انسان ها حرکت کرده اند با اشتغالزایی، تولید و بسته بندی، ایجاد ارزش افزوده صادرات و نهایتاً ارزآوری در زمینه گیاهان دارویی برای نیل به موفقیت های بیشتری در این عرصه ایجاد نماید.

نکته دیگر اینکه در عرصه بین الملل بایستی محصول از بهترین کیفیت برخوردار باشد و ما خوشبختانه توانستیم با مدیریت صحیح و تلاش شبانه روزی تیم و اساتید دانشگاهی که در این حوزه با ما همکاری می نمایند این محصولات را برداشت و پس از فرآوری و بسته بندی، ارزش افزوده ایجاد کرده و آن را صادر نماییم.

مثلاً ما صادرات زیادی به کشور چین که یکی از تولید کنندگان و صادر کنندگان مهم در این حوزه در دنیا است داشته ایم که یکی از دلایل آن کیفیت برتر محصولات ما به دلیل شرایط آب و هوایی کشور بوده است.

تاکنون به چه کشورهایی صادرات داشته اید؟

بیشتر محصولات شرکت به کشورهای ژاپن، چین، فرانسه، اسپانیا، کانادا و آلمان صادر شده اند.

رقبای شرکت در عرصه بین الملل چه کشورهایی هستند؟

بازار گیاهان دارویی در دنیا در اختیار کشور آلمان است. کشورهای چین و هند نیز با توجه به شرایط جغرافیایی در رتبه های بعدی قرار دارند.

استراتژی شرکت برای جذب مشتری در کشورها چگونه است؟

۱) شناسایی نیازهای بازار و پتانسیل های صادراتی

۲) شناسایی و سرمایه گذاری بر روی توانمندی های گیاهان منحصر به فرد کشور (برای مثال آویشن شیرازی ما در دنیا منحصر به فرد بوده و زمینه صادرات و نفوذ به سایر کشورها را به خوبی دارا می باشد)

۳) شرکت در نمایشگاه های بین المللی

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

۱) تحریم های موجود که مشکلات زیادی را برای تبادل مالی ایجاد نموده است. ۲) مشکلات و چالشهای گمرک (برای مثال به دفعات زیاد محصولات شرکت در بنادر مختلف و در شرایط آب و هوایی گرم و شرجی ماه ها در انتظار کشتی بوده که موجب خرابی آن شده است) ۳) عدم دسترسی به ماشین آلات بسته بندی و ضعف در این صنعت جهت ایجاد ارزش افزوده بیشتر برای صادرات ۴) چالش های موجود در حمل و نقل هوایی و دریایی (هزینه های بیش از حد)

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

۱) ایجاد نمایشگاه های بین المللی و بازارسازی برای شرکت ها ۲) حمایت برای حضور شرکت ها در نمایشگاه های مهم خارج از کشور ۳) ارائه یارانه در حوزه تکنولوژی ها جهت واردات ماشین آلات مدرن جهت بسته بندی (چراکه موضوع بسته بندی مناسب یکی از مهمترین الزامات صادرات می باشد) ۴) ارائه اطلاعات بروز و تجاری در زمینه میزان مصرف و نیاز کشورها برای محصولات صادراتی ۵) انجام کار کارشناسی در حوزه های مختلف صنعت و شناسایی نیازها و توانمندی های کشور در این صنایع ۶) آماده سازی بسته های حمایتی در عرصه بازاریابی و فروش ۷) ایجاد پایگاه های صادراتی در کشورهای مختلف از طریق کاردار بازرگانی سفارتخانه های ایران ۸) برپایی نمایشگاه های دائمی محصولات دانش بنیان کشور در سفارتخانه ها (حتی در سطح کوچک)





گزارش برگزاری نمایشگاه صادرات کالا و خدمات دانش بنیان در اربیل عراق

نخستین نمایشگاه اختصاصی صادرات کالا و خدمات فناوری نوین و دانش بنیان ایران، با حضور بیش از ۸۰ شرکت ایرانی که در حوزه های فناوری اطلاعات و ارتباطات، الکترونیک، صنایع پیشرفته، پزشکی و دارویی، هوا و فضا، نفت و گاز و انرژی، چاپ و بسته بندی، خدمات فنی و مهندسی فعالیت می کنند و نزدیک به ۱۰ پارک علم و فناوری کشور، از ۱۸ الی ۲۱ خرداد در اربیل عراق برگزار گردید. ارائه آخرین دستاوردهای فناوری نوین و دانش بنیان ایران در بازار کشورهای مجاور از جمله اهداف برپایی این رویداد بود.

علیرضا دلیری معاون توسعه مدیریت و منابع معاونت علمی فناوری ریاست جمهوری در مراسم افتتاحیه این نمایشگاه که با حضور وزیر صنعت اقلیم کردستان عراق، استاندار اربیل عراق و استاندار آذربایجان شرقی ایران برگزار شد، گفت:

با توجه به اینکه حمایت از تولید داخل و ارتقای فناوری از جمله رویکردهای دولت جدید جمهوری اسلامی ایران است؛ به همین منظور در تلاش هستیم ضمن حمایت از شرکت های دانش بنیان، صادرات کالا و خدمات آنان به کشورهای همسایه را گسترش دهیم. وی افزود: با توجه به اینکه اربیل عراق بازار خوبی را



برای شرکت های ایرانی ایجاد کرده است؛ به همین منظور معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در صدد است تا با شناسایی نیازهای این منطقه روابط دو جانبه ای را برای گسترش فعالیت شرکت های دانش بنیان برقرار سازد. دلیری با اشاره به اینکه شرکت های فعال در حوزه فناوری اطلاعات بیش از سایر حوزه ها در اولین نمایشگاه صادرات کالا و خدمات فناوری نوین و دانش بنیان حضور دارند، عنوان کرد: حضور این شرکت ها در کشور عراق و به ویژه اقلیم کردستان می تواند تحول بزرگی را در صادرات این نوع کالاها ایجاد کند. استاندار اربیل عراق نیز گفت: اقلیم کردستان عراق مشتاق حضور شرکت های دانش بنیان برای ارایه کالاها و

در پایان گزارش ارائه چند نکته حائز اهمیت است:

(۱) هر کشوری متناسب با وضعیت علمی و فنی خود به نوع خاصی از تجهیزات دانش بنیان نیازمند است و شناسایی این نیازها بسیار می تواند در موفقیت نمایشگاه تاثیر گذار باشد. مثلاً برای کشور عراق میتوان نیاز به تجهیزات حوزه برق را از جمله نیازهای آنها دانست.

(۲) تامین استانداردهای بین المللی برای محصولات داخلی می توانند اعتماد و اطمینان خریداران خارجی را برای خرید محصولات ایرانی به خود جلب کنند. لذا کمک به شرکت های دانش بنیان که عمده ی آن ها تازه کار هستند و با اصول و مقررات کسب استانداردها آشنا نیستند، می تواند به سهولت در این امر منجر شود.

(۳) یک روش رایج در دنیا برای اینکه شرکت های نوپا توانایی رقابت با بنگاه های بزرگ را داشته باشند این است که شرکت هایی که حوزه ی کاری آن ها نزدیک به هم است و می تواند به یک محصول کامل تر منجر شود، ذیل یک برند مشترک فعالیت کنند تا بتوانند بازارهای جهانی را به تسخیر خود در آورند. لذا ایجاد برندهای مشترک و ملی و حضور در نمایشگاهها با این برندها زمینه حضور جدی و موثر را در بازارهای هدف به ما می دهد که برای شروع بایستی از ظرفیت چنین نمایشگاهی استفاده شود.



سازمان توسعه تجارت ایران

تجارب موفق کشورهای پیشرو در عرصه‌های اقتصادی حاصل تلاش و توجه آن کشورها به توسعه صادرات و افزایش سهم آنان در تجارب جهانی است. در شرایطی که تحولات اقتصادی شتابان به سوی تغییرات اساسی در حرکت است، سازمانهای توسعه تجارت (Tpos) از جایگاه ویژه‌ای در گسترش فعالیت‌های تجاری و رقابت آمیز ساختن کسب و کار در کشورها برخوردار می‌باشند و نقش مهمی را در توسعه اقتصادی ایفا می‌نمایند.

سازمان توسعه تجارت ایران، سازمانی است فعال، مشارکت‌جو و مبتنی بر دانش که در راستای برنامه‌های کلان کشور، به دنبال توسعه و تقویت تجارت خارجی و دستیابی به سهم بیشتر بازار هدف به نحوی یکپارچه و اثر بخش می‌باشد. این سازمان، توسعه تجارت را با عنایت به برقراری تعاملات سازنده با طرفین تجاری و ذینفعان خود، منابع انسانی کارآمد و بکارگیری دانش و فناوری جدید دنبال کرده و سعی دارد با برنامه ریزی سیاستگذاری، حمایت و نظارت عالیه، بستر مناسبی جهت مدیریت کلان صادرات و تقویت زیربنایها و ظرفیت‌های لازم برای تسهیل و توسعه تجارت خارجی کشور فراهم نماید.

توسعه تجارت خارجی، بازاریابی، تبلیغ و گسترش بازارهای جهانی کالا و خدمات صادراتی کشور، فراهم آوردن موجبات توسعه بنگاههای تجاری و افزایش توانمندی آنها بمنظور توسعه صادرات غیرنفتی و بهبود تراز بازرگانی، اطلاع‌رسانی تجاری و انجام اقدامات لازم بمنظور روان‌سازی و حذف تشریفات زائد تجاری و همچنین تهیه و تنظیم قوانین و مقررات مناسب برای فعالیتهای تجاری و توسعه همکاریهای دو جانبه، چند جانبه و منطقه‌ای با سایر کشورها و نیز ارائه تسهیلات و کمک برای توسعه صادرات و ارتقاء کیفی کالاها و خدمات

با توجه به مزیت‌های نسبی و رقابتی کشور.

استراتژی‌های اصلی سازمان توسعه تجارت

- ارتقاء صادرات و توسعه تجارت خارجی
- گسترش و متنوع‌سازی بازارهای هدف صادراتی (کالا و خدمات)
- تشویق و حمایت از سرمایه‌گذاری خارجی
- توسعه و تمرکز بر صادرات محصولات و خدمات جدید و با ارزش افزوده بالا
- یکپارچه‌سازی مدیریت رویدادهای تجاری و توسعه تبلیغات و بازاریابی نوین
- حفظ بازارهای سنتی صادرات
- ارتقاء دانش و فرهنگ صادراتی و تجارت خارجی
- ارتقاء مهارت‌های علمی و تخصصی صادرکنندگان و بنگاههای تجاری کشور
- تبادل دانش فنی و مدیریت و مشارکت فعالانه در رویدادها و مجامع بین‌المللی اقتصادی و تجاری
- ساماندهی منابع اطلاعات تخصصی و اطلاع‌رسانی تجارت خارجی
- توسعه و تقویت فرهنگ صادرات
- تقویت و توسعه ظرفیت‌های تجاری در سطح کشور
- بستر سازی و همکاری برای ایجاد مزیت

- و ظرفیت‌های تولیدی مناسب در بخش تولید و صادرات کالا و خدمات (تولید صادرات محور)
- توسعه زیر ساختها و ارائه خدمات مناسب جهت صدور محصولات و خدمات
- توسعه و تقویت بنگاه‌های تجاری و حمایت از تشکیل شرکتهای کوچک و متوسط، تبپ‌ها و شرکت‌های بزرگ صادراتی
- اعطای مشوق‌های صادراتی هدفمند
- تعامل مستمر با ذینفعان



کلیدی سازمان، شامل اتحادیه‌ها، تشکل‌ها، اتاق‌های بازرگانی و صادرکنندگان کالا و خدمات و ارائه خدمات مشاوره‌فنی در امر توسعه تجارت خارجی به آنها

• تفوق تراز تجاری

- سیاستگذاری تجاری و بستر سازی جهت الحاق به سازمان جهانی تجارت
- توسعه روابط اقتصادی و تجاری با دیگر کشورها
- ایجاد جریان اطلاعات و تصمیم سازی و تصمیم‌گیری در خصوص سیاستهای وارداتی و صادراتی کشور
- برنامه ریزی، سیاستگذاری و اعمال نظارت عالیه در امر توسعه تجارت خارجی
- توسعه یکپارچه راهبردهای تجارت خارجی در سطح کشور
- نوسازی و روانسازی جریان تجارت خارجی با بهره‌گیری از الگوها و فناوری‌های نوین
- همکاری و مشارکت در جهت توسعه تجارت الکترونیک در بخش تجارت خارجی
- ایجاد وحدت فرماندهی در توسعه تجارت خارجی
- واگذاری امور تصدی‌گری صادرات به بخش خصوصی
- ارتقاء سطح کارایی و اثر بخشی منابع سازمانی
- توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات
- توسعه و ارتقاء مهارت‌های علمی و عملی منابع انسانی
- ساماندهی ساختار و تشکیلات سازمانی
- اعمال جهت‌گیری استراتژیک در برنامه‌های سازمان

شناخت بازار هدف، اصلی مهم در صادرات کالا

بسیاری از کارشناسانی که در حوزه تجارت و بویژه در زمینه صادرات کالا فعالیت می کنند بر این باورند کیفیت مهم ترین اصل در صادرات کالا است. به عبارت دیگر اگر کالایی با کیفیت باشد می تواند در مدت زمان کوتاهی در بازارهای جهانی مطرح شده و مورد توجه مصرف کنندگان قرار گیرد و نیازهای آنها را برآورده سازد. اما علاوه بر این شناخت بازار هدف و رفتار خریداران و به عبارتی سبک زندگی آن جامعه نیز از جمله معیارهایی است که باید در صادرات کالا به دقت مورد بررسی و ارزیابی قرار گیرد. گاهی می توان بسیاری از کالاها را با قیمت مناسب در داخل کشور عرضه کرد و این در حالی است که اگر بخواهیم همین کالا را به کشورهای دیگری صادر کنیم باید این کالا را با قیمت پایین تری در آن کشورها عرضه کنیم. بنابراین بازاریابی علمی و اصولی درباره کالاهای صادراتی از ضرورت های مهم در عرصه مبادلات تجاری به شمار می آید که اگر مورد توجه قرار نگیرد ما در حوزه صادرات کالا به بیراهه می رویم.



منظور از بازاریابی علمی بررسی دقیق بازارهای هدف و کسب اطلاعاتی درباره نیاز و سلیقه یا به عبارتی ذائقه مصرف کنندگان است. باید توجه داشت مردم به طور معمول کالایی را می خرند که به آن نیاز داشته باشند یعنی نیاز عامل اصلی تعیین کننده رفتار مصرف کنندگان است. با توجه به این که اساسا مصرف کنندگان منابع محدودی دارند تا زمانی که به کالایی نیاز نداشته باشند نسبت به خرید آن اقدام نمی کنند.

بنابراین مصرف کننده با توجه به نیازی که دارد کالایی را می خرد که بتواند نیازش را برآورده کند. بنابراین تردیدی نیست که شناخت رفتار مصرف کننده و به طور کلی آگاهی کامل از بازار هدف رمز اصلی توسعه صنعتی در کشورهای در حال توسعه باشد. اگر بین صادر کنندگان و بازار هدف یک ارتباط منطقی وجود نداشته باشد صادرات کالا به آن کشور موفقیت آمیز نخواهد بود. بر این اساس شناسایی و تعیین بازارهای صادراتی نیز باید هدف کاهش احتمال شکست و افزایش امکانات و مزایای سودآوری برای همه کشورها و بخصوص کشورهایی که می خواهند در بازارهای جهانی صاحب نام شوند ضروری خواهد بود. این اصلی است که در بسیاری از کشورهای مسیر صادرات را تضمین کرد.

شناسنامه ماهنامه

ماهنامه مجازی پیام صادرات کالا

و خدمات دانش بنیان

سال اول، شماره سوم

خرداد ماه ۱۳۹۳

با حمایت: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

مجری: ویکی آیدیا (شبکه مبادلات فناوری)

همکاران این شماره: بهاره صفوی،

فرانک فراهانی جم، سهیل امیری،

یوسف حسن پور، محمد عباسی،

امیر حسین یزدانپرست، داود زحمتکش،

گیتی ضیایی

گرافیکست: فهیمه کیان خواه

نشانی: تهران، خیابان انقلاب اسلامی،

چهارراه کالج، کوچه سعیدی، پلاک ۵،

شرکت مدیریت فناوری پکتا دانش مفید

کد پستی: ۱۵۹۹۶۱۶۳۱۳

تلفکس: ۰۲۱۸۸۹۳۰۱۶۵

پست الکترونیک: export@wikiidea.ir

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

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

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