



- ۲ <<< لزوم تکیه بر پژوهش و فناوری
- ۳ <<< ایران در حال فاصله گرفتن از اقتصاد نفتی است
- ۴ <<< ایران پنجم علم نانو در جهان می شود
- ۵ <<< همکاری های علمی و فناوری ایران و سوریه گسترش می یابد
- ۶ <<< به دنبال برندسازی و اعتباربخشی به شرکت های فناور و دانش بنیان هستیم
- ۷ <<< اعتبارات اسنادی یوزانس یا نسیه
- ۸ <<< شناسایی نیازمندی های سایر کشورها لازمه دیپلماسی علم و فناوری
- ۱۰ <<< سایه روشن های صادرات محصولات صنایع هوایی و فضایی
- ۱۲ <<< آیین نامه حمایت از تهیه اقلام تبلیغات بین الملل
- ۱۴ <<< کره جنوبی، موفق در صادرات
- ۱۵ <<< استاندارد DIN
- ۱۶ <<< شاخص های مهم کیفی در تولید محصولات نرم افزاری صادرات گرا
- ۱۸ <<< بسته های دارویی ارگانیک برای درمان گیاهان
- ۱۹ <<< راهنمای تجارت با چین
- ۲۱ <<< صندوق توسعه فناوری های نوین
- ۲۲ <<< تجربه ای متفاوت از پرواز به روی زمین
- ۲۳ <<< معرفی شرکت برتر مایکروسافت
- ۲۵ <<< گزارش برپایی پابون هایتک در نمایشگاه اختصاصی جمهوری اسلامی ایران در بغداد
- ۲۸ <<< هفت اصل برای برندسازی به کمک مشتریان
- ۲۹ <<< رنگ در فرهنگ کشورها و اثرات آن در فعالیتهای بازاریابی

سفن نفست

لزوم تکیه بر پژوهش و فناوری



«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.»

کاهش جهانی قیمت نفت و به دنبال آن محصولات پتروشیمی و احتمال ادامه دار شدن این روند برای سال آینده موجب شد تا وزارت صنعت، معدن و تجارت علاوه بر سناریوهای ارزی که چندی پیش به منظور مدیریت مازاد تقاضای ارز مطرح کرد، طرح تغییر سبد صادراتی را در دستور کار قرار دهد. براساس طرح پیشنهادی، تمرکز وزارت صنعت برای سال آینده روی صادرات کالاهای دانش بنیان و خدمات فنی و مهندسی خواهد بود و تکیه صادراتی بر محصولات با پایه نفتی و پتروشیمی برداشته خواهد شد.

این تصمیم در حالی مطرح شده که مدتهاست صاحب‌نظران و کارشناسان تنها راه مقابله با ضربه پذیری درآمد حاصل از صادرات نفت و گاز و برون رفت از اقتصاد متکی بر نفت را دانش بنیان کردن اقتصاد کشور می‌دانند و حالا که بهای نفت در یک روند ناگهانی به شدت سقوط کرده و تقریباً ۶۰ درصد از ارزش قیمتی خود را از دست

داده این موضوع بیش از گذشته اهمیت پیدا کرده است. در چنین شرایطی ناگفته پیداست که می‌بایست از مسیر شرکت‌های دانش بنیان و صادرات برای کشور در آمدزایی کنیم و راهکار تجاری سازی علم در اقتصاد دانش بنیان، پیوند واقعی مراکز علمی با بنگاه‌های اقتصادی است. این در حالی است که در یک سال اخیر حرکت‌های جدی در حوزه شرکت‌های دانش بنیان رخ داده و برای پژوهش نیز کم هزینه نشده ولی همچنان، برخلاف تولید علم وضعیت خوبی در تجاری سازی علم نداریم. همچنین رئیس کمیسیون چشم انداز و امور نخبگان مجمع تشخیص مصلحت نظام نیز با تأکید بر اینکه باید مراکز آموزشی، مغز متفکر بنگاه‌های اقتصادی شوند، به این موضوع اشاره کرده که «متأسفانه نظام آموزش عالی کشور، تولیدگراست و مولد نیست و تا زمانی که آموزش منحصرأ برای آموزش باشد و دانشگاه شهری یا شهر دیگر تفاوتی نداشته باشد، نمی‌توانیم نظام

آموزشی مولد داشته باشیم».

در حال حاضر دارای چهار هزار شرکت دانش بنیان و بیش از ۲۰ هزار کارآفرین در پارک‌ها و مراکز رشد هستیم اما بررسی‌ها نشان می‌دهد درک و شناخت عمیق از نحوه عملکرد شرکت‌های دانش بنیان و عوامل موفقیت آنها وجود ندارد و سیاست‌ها و برنامه‌ها چندان معطوف به رشد و پایداری این شرکت‌ها نبوده است. این در حالی است که به اعتقاد وزیر علوم آگاهی از عوامل اصلی در موفقیت شرکت‌های دانش بنیان موجب هموار شدن فعالیتهای پیش روی آنها خواهد شد و مجموعه دولت نیز باید مشکلات، روش‌ها، قوانین و مقررات موجود در این زمینه را بررسی و تسهیل نماید.

به نظر می‌رسد ارتقاء کیفی پارک‌ها و مراکز رشد، توانمندسازی مدیران پارک‌ها و تشویق و ترغیب شرکت‌ها به صادرات محصولات دانش بنیان می‌بایست از اولویتهای برنامه‌های اصلی دولت قرار گیرد.

دکتر وطنی: نرخ سود تسهیلات اعطایی به شرکت‌های دانش بنیان کاهش می‌یابد

معاون توسعه فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در پانزدهمین کنگره ملی مهندسی شیمی، از کاهش نرخ سود تسهیلات اعطایی به شرکت‌های دانش بنیان خبر داد. وطنی با اشاره به بند ۹ قانون شرکت‌های دانش بنیان گفت: این قانون بر این مبنا است که این شرکت‌ها تا ۱۵ سال از پرداخت مالیات معاف هستند چرا که، یکی از مشکلات مهم شرکت‌های دانش بنیان بحث پرداخت مالیات است. وی یکی از دلایل عمده موفق نشدن، توسعه فناوری و تجاری سازی را دخالت بیش از حد بخش دولتی دانست و گفت: باید این واقعیت را بپذیریم که تجاری سازی یعنی بخش خصوصی.

وی توضیح داد: صندوق نوآوری و شکوفایی برای سال ۹۳ حدود ۱۰۰۰ میلیارد تومان اعتبار دریافت کرده است. حدود ۲۰۰ میلیارد

تومان آن برای حمایت از تولید محصولات دانش بنیان به شرکت‌های دانش بنیانی که تشخیص صلاحیت شده اند اختصاص یافته است. وطنی ادامه داد: به گفته دولت در سال ۹۴ و ۹۵ هم سالی هزار میلیارد تومان بودجه به این صندوق اختصاص می‌یابد. بنابراین میزان این صندوق از اعتبارات برخی بانک‌ها بیشتر، خواهد شد. ولی مبتنی بر اساسنامه صندوق، این صندوق نمی‌تواند به بخش‌های دولتی وام دهد. همانطور که صندوق توسعه ملی که ارزی است هم همین شرایط را دارد.

وی افزود: باید فضای کسب و کار را با تشکیل و تشویق شرکت‌های دانش بنیان افزایش داد و همه به جای نوامیدی باید کمک کنند تا جایگاه خود را ارتقا دهیم.

بودجه ۳۰۰ میلیون دلاری

صندوق نوآوری و شکوفایی تصویب شد

معاون تجاری سازی فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و رئیس نمایشگاه علم تا عمل گفت: بودجه ۳۰۰ میلیون دلاری صندوق نوآوری و شکوفایی در مجلس شورای اسلامی برای سال ۹۴ تصویب شد. به گزارش خبرنگار علمی ایرنا، دکتر محمود شیخ زین الدین در آیین اختتامیه پنجمین جشنواره و نمایشگاه علم تا عمل افزود: تصویب این بودجه نشان از عزم و شکوفایی نظام دارد که تا با هماهنگی بین قوا، دستورات مقام معظم رهبری را در حوزه سیاست‌های ابلاغی فناوری به نتیجه برسانیم. وی بیان کرد: جدا شدن از اقتصاد نفتی با ۱۰۰ سال سابقه و توجه به رویکرد جدید در اقتصاد دانش بنیان عزم و اراده ملی می‌خواهد و مردم نیز باید به عنوان مطالبه جوی از دولت بخواهند.

بازدید وزرای علوم و فناوری زیمبابوه و تانزانیا از دستاوردهای شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی

در نخستین روز از پنجمین نمایشگاه و جشنواره ملی علم تا عمل، و وزیر علوم زیمبابوه و وزیر ارتباطات، علم و فناوری تانزانیا با حضور در این نمایشگاه به بازدید از دستاوردهای تجاری کشورمان پرداختند.

خانم دکتر اولیو با موچه نابه همراه هیأتی از مدیران و معاونان از اختراعات تجاری سازی شده، فناوری‌ها و دستاوردهای عرضه شده با دکتر محمود شیخ‌زین‌الدین رییس پنجمین جشنواره و نمایشگاه ملی علم تا عمل دیدار کرد.

دکتر ماکامه‌نیاباراوا ضمن ابراز خرسندی از حضور در این نمایشگاه، فناوری‌های عرضه شده در این نمایشگاه را بسیار سطح بالا ارزیابی کرد و ارتباط و استفاده از فناوری‌های ایران را ضروری دانست.

وی با اشاره به این که از حضور در این نمایشگاه شگفت‌زده و خرسند شدم، به زمینه‌های گسترده همکاری‌های فناورانه دو کشور اشاره کرد و افزود: ایران با توانمندی و سطح بالای فناوری می‌تواند در حوزه‌های مختلفی همچون نانو، فناوری اطلاعات و ارتباطات، برق و دیگر حوزه‌های فناوری به پیشرفت و توسعه فناوری تانزانیا کمک کند.



آماده همکاری در تمامی زمینه‌های علم و فناوری با بلاروس هستیم



رییس کمیته دولتی علوم و فناوری بلاروس همچنین گفت: البته شرکت‌های ایرانی نیز از سال‌های گذشته بسیار در بازار علم و فناوری بلاروس فعال بوده‌اند و هر سال به میزان سرمایه‌گذاری آنها افزوده شده است به طوری که در سال گذشته میزان سرمایه‌گذاری شرکت‌های ایرانی در بلاروس بیش از ۱۰۰ میلیون دلار بوده است که البته امیدواریم با حضور در اتحادیه گمرکی بازار خیلی وسیعی میان دو کشور شکل گیرد و دسترسی به کشورهای CIS و کشورهای اروپایی نیز فراهم شود زیرا کشور بلاروس نزدیک به مرز کشورهای اروپایی است.

وی افزود: در حال حاضر در حوزه فناوری‌های پیشرفته سالانه بیش از ۱۰ میلیون دلار صادرات فناوری در کشور بلاروس وجود دارد.

دکتر سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری در دیدار دکتر شومیلین رییس کمیته دولتی علوم و فناوری بلاروس، درباره ظرفیت همکاری دو کشور ایران و بلاروس اظهار کرد: با توجه به پیشرفت‌های چشمگیری که در حوزه فناوری وجود داشته، ظرفیت دو کشور در این زمینه بسیار بالاست و ما نیز اعلام آمادگی خود را برای همکاری در تمامی زمینه‌ها با کشور بلاروس اعلام می‌کنیم.

وی در ادامه گفت: ما می‌توانیم همانند همکاری که با کشور روسیه داشته‌ایم با کشور بلاروس نیز همکاری‌هایی را آغاز کنیم و با توجه به شرایط صندوق و خط اعتباری مشترکی با عدد قابل توجهی با یکدیگر ایجاد کنیم. معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری با تأکید بر فراهم کردن زیرساخت‌های همکاری دو کشور توسط این معاونت، گفت: باید زیرساخت‌های همکاری دو کشور در هر زمینه‌ای فراهم شود و شرکت‌های دانش‌بنیان بتوانند یکدیگر را پیدا کنند.

دکتر شومیلین رییس کمیته دولتی علوم و فناوری بلاروس نیز در ادامه این دیدار درباره ظرفیت‌های کشورشان در حوزه فناوری اظهار کرد: پروژه‌های بسیار خوبی را می‌توان در حوزه علم و فناوری اجرایی کرد و محصول نهایی آن را تولید کرد اما مشکلات و مباحث مالی در برخی از موارد مانع اجرایی شدن این کار می‌شود.

ایران در حال فاصله گرفتن از اقتصاد نفتی است

به گزارش مرکز روابط عمومی و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، دکتر سورنا ستاری معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری در دیدار با ماریو مونتئو وزیر علوم فیلیپین با اشاره به ظرفیت همکاری‌های دو جانبه میان ایران و فیلیپین عنوان کرد: کشور ایران علیرغم مواجهه با شرایط تحریم موفق شده است در زمینه علم و فناوری رشد چشمگیری داشته باشد. وی ادامه داد: از موارد مورد تأکید دولت، توجه به شرکت‌های دانش‌بنیان و پایه ریزی اقتصاد کشور بر این اساس بوده است.

ستاری همچنین بیان کرد: ایران در حال فاصله گرفتن از اقتصاد نفتی است و شرایط تحریم‌ها به ما آموخته است تا بتوانیم از منابع دیگری همچون دانش کسب ثروت کنیم.

معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری با اشاره به مذاکرات مثبت بین دو کشور افزود: از هر گونه همکاری در زمینه علم و فناوری استقبال می‌کنیم و آماده ارتقاء سطح همکاری‌ها در آینده هستیم. وی در ادامه گفت: ایران می‌تواند در زمینه‌هایی همچون دانشگاه‌ها، مراکز پژوهشی، شرکت‌های دانش‌بنیان و پارک‌های فناوری با کشور فیلیپین همکاری داشته باشد و به آن کشور در گسترش چنین مراکزی کمک کند.

در ادامه این جلسه ماریو مونتئو، وزیر علوم فیلیپین ضمن ابراز خرسندی از حضور در ایران، فناوری‌های پیشرفته ایران را از جمله زمینه‌های مثبت همکاری برشمرد و گفت: ایران می‌تواند در بسیاری از حوزه‌های دانش و فناوری با کشور فیلیپین همکاری داشته باشد.

زعفران در بسته‌های دانش بنیان

یکی از غرفه‌های برتر و برگزیده‌ای که در نمایشگاه امسال علم تا عمل حضور داشت، غرفه زعفران قاینات بود که با محصولات متنوع خود در بین غرفه‌ها خودنمایی می‌کرد. در این غرفه انواع مختلف زعفران در شکل‌های مختلف عرضه می‌شد، زعفران به صورت قرص جوشان، آدامس زعفرانی، قرص زعفران و حتی قرص جوشان زرشک که همه اینها جدیدترین محصولات تولیدی شرکت تولید زعفران قاینات است. یکی از جدیدترین محصولات تولیدی شرکت، تولید آدامس زعفرانی است که باعث نشاط آوری در مصرف کننده می‌شود و در هضم غذایز موثر است، همچنین این آدامس تولیدی بدون رنگ و طعم شیمیایی است و از کاهش دید در سالخوردگان جلوگیری می‌کند، ضد آلزایمر و افر دگی است و باکتری‌ها و میکروب‌های دهانی را از بین می‌برد.

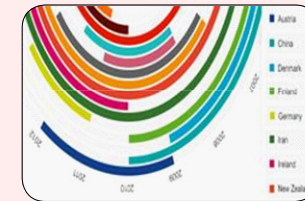
از دیگر محصولات تولیدی این شرکت می‌توان به تولید قرص جوشان زعفران و زرشک اشاره کرد که تولید این نوع از زعفران و زرشک نحوه استفاده از آنها را تسهیل می‌کند یعنی به راحتی در آب حل می‌شوند و در دسرهای گذشته آماده شدن را ندارند، زرشک نیز به مصرف کننده این اجازه را می‌دهد که به شکل‌های دیگری نیز از این ماده مغذی استفاده کنند یعنی آن را در آب حل کرده و در شربت، پودینگ و حتی کیک‌های خانگی استفاده کنند.

عرضه زعفران در بسته‌های دانش بنیان یکی دیگر از اقدامات شرکت است به طور مثال عرضه زعفران در بسته‌های سنتی ترمه دوزی شده، منبت کاری شده و جدید برای ارائه این محصول پرخاصیت خراسان جنوبی یکی از طرح‌هایی است که به تازگی در شرکت اجرایی شده است. بسته بندی‌های شکیل و زیبا برای زعفران‌های تولیدی زمینه مناسب برای صادرات این محصول در قالب ارزش افزوده بالاتر را مهیا خواهد کرد.

مطابق چشم انداز ۱۴۰۴

ایران پنجم علم نانو در جهان می‌شود

آزمایشگاهی و ماشین آلات صنعتی، حضور فعال در سطح بین الملل برای تأثیر گذاری در تصمیم گیری‌های بین المللی و ورود فناوری نانو به اولویت‌های اجتماعی اقتصادی کشور.



در چشم انداز ۱۴۰۴ بر اساس اهداف نقشه جامع علمی کشور کسب ۲ درصد از بازار جهانی نانو و رسیدن به رتبه پنجم جهانی در این علم، رتبه دهم در فناوری نانو، رتبه پانزدهم در صنعت و بازار همچنین رتبه پانزدهم نوآوری جهانی، از اهداف کلان توسعه فناوری نانو معاونت علمی در جمهوری اسلامی ایران بر شمرده شده است.

گفتنی است طبق این گزارش اجرایی کردن برنامه‌های سند پیشنهادی ۱۰ ساله دوم توسعه فناوری نانو در ایران در سه دوره سه ساله، برنامه‌ریزی شده و برنامه‌های اصلی این حوزه عبارتند از: ترویج و آموزش، زیرساخت‌های فناوری، همکاری‌های بین المللی، توسعه سرمایه‌های انسانی، توسعه فناوری‌های بدیع، تجاری‌سازی، توسعه صنعتی و بازار و سیاست گذاری و ارزیابی.

در پایان این گزارش نیز اعلام شد در صورت اختصاص ۲۰۰ میلیارد تومان در سال اول اجرای برنامه دوم توسعه فناوری نانو با ۲۵ درصد رشد بودجه سالانه، حجم بازار در سال ۱۳۹۷ پنج میلیارد دلار خواهد بود.

به گزارش مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، جلسه ۱۵۱ کارگروه مشورتی ستاد راهبری اجرای نقشه جامع علمی کشور به ریاست دکتر منصور کبک‌نیاان قائم مقام این ستاد در محل دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی برگزار شد.

در این جلسه که به بررسی نحوه استفاده از تجربه سیاست گذاری توسعه فناوری نانو در ایران در ده سال اخیر برای تدوین سند جامع راهبردی ده ساله دوم اختصاص داشت، گزارش ستاد توسعه فناوری نانو معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری پیرامون این موضوع ارائه شد. در این گزارش ضمن دسته بندی شاخص ارزیابی‌های انجام شده در ده سال اخیر در حوزه‌های پایش شاخص‌های عملکرد که شامل ۱۴۸ شاخص می‌شود، گزارش تفصیلی عملکرد سالانه و بازنگری دوره‌ای این شاخص‌ها نیز مورد اشاره قرار گرفته است.

بر پایه همین گزارش برخی از عناوین شاخص‌ها به این شرح است: تعیین چشم انداز تولید ثروت و بهبود کیفیت زندگی مردم، برنامه‌ریزی در تمامی حلقه‌های زنجیره علم تا بازار، تعیین مأموریت براساس حضور در رقابت‌های جهانی، غلبه بر تحریم با حمایت از ساخت تجهیزات



معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری می‌کند

سومین نمایشگاه تجزیرت و مواد آزمایشگاهی ختالین

IranLab Expo 2015

همراه با یارانه خرید

ویژه دانشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی و لیزینگ برای خریداران خصوصی

<http://iranlabexpo.ir>

کرانه‌های علمی و صنعتی

۴ الی ۷ اردیبهشت ۱۳۹۴

نمایشگاه بین المللی تهران، سالن های خلیج فارس و ۴۰

ساعت بازدید: ۹ الی ۱۷



همکاری‌های علمی و فناوری ایران و سوریه گسترش می‌یابد

درمان ضایعات نخاعی را به کشور سوریه ارائه کنند. وی افزود: کشور ایران در حوزه اعصاب و روان نیز موفقیت‌های خوبی را به دست آورده که در مرحله تجاری سازی فناوری‌های آن قرار داریم.



به گزارش مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری رییس جمهوری، دکتر سورنا ستاری معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری در دیدار با دکتر عامر الماردینی وزیر آموزش عالی سوریه با اشاره به روابط مثبت میان دو کشور گفت: ماضمن آمادگی همکاری

دکتر ستاری خاطر نشان کرد: توانمندی‌های

کمک به بیماران قطع نخاعی در آینده نزدیک در کلینیک‌ها تجاری سازی خواهد شد و دانش آن قابل انتقال به سایر کشورها خواهد بود. در ادامه این جلسه عامر الماردینی وزیر آموزش عالی سوریه با تاکید بر ضرورت افزایش سطح همکاری‌ها در حوزه آموزش عالی و انتقال فناوری‌های ایران به آن کشور اظهار کرد: دولت سوریه کمک‌های جمهوری اسلامی ایران را فراموش نخواهد کرد و قدردان زحمات این کشور خواهد بود.

در زمینه علمی و فناوری با کشور سوریه، می‌توانیم در موضوعاتی که از گذشته مورد تفاهم دو کشور بوده است نیز همکاری داشته باشیم. ستاری با اشاره به دستاوردهای ارزشمند کشور در حوزه سلول‌های بنیادی با بیان آمادگی ایران در این حوزه گفت: در حال حاضر ایران نسبت به سال‌های گذشته توانایی‌های بیشتری در حوزه درمانی پیدا کرده و موسسات علمی و پژوهشی دولتی و خصوصی همچون رویان از مراکزی موفق هستند که می‌توانند خدماتی مختلفی از جمله حوزه

ایران آماده گسترش همکاری با سوماتی برای توسعه اقتصاد دانش بنیان است

دکتر قاسم حسن وزیر علوم سوماتی با دکتر سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رییس جمهوری کشورمان دیدار و گفت و گو کرد. در این دیدار ستاری با اشاره به تلاش کشور برای فاصله گرفتن از اقتصاد نفتی، ضمن اعلام آمادگی جمهوری اسلامی ایران برای گسترش همکاری‌ها با سوماتی برای توسعه اقتصاد دانش بنیان، افزود: در حوزه امنیت فناوری و فناوری‌های نوین، همکاری‌های بسیار خوبی با کشورهای دوست و همکار داشته ایم و در زمینه تبادل دانشجو و همکاری‌های حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات آماده هستیم. ستاری با بیان اینکه ایران در حوزه‌های مختلفی از فناوری همچون فناوری نوین مانند نانو و بایو جزو سرآمدان دنیاست، ابراز کرد: از همین رو ما می‌توانیم در زمینه‌های متعدد فناوری به سوماتی دانش و تجارب خود را منتقل کنیم. در ادامه دیدار، دکتر قاسم حسن وزیر علوم سوماتی اظهار کرد: تمرکز ما بر روی لایه‌های مختلفی از مسائل اجتماعی، اقتصادی و علمی است و تلاش می‌کنیم تا چرخش مثبتی به سمت توسعه داشته باشیم. وی افزود: در کشور سوماتی این ظرفیت فراهم است تا بتوانیم از فناوری‌های روز استفاده کنیم و در این راستا توجه ویژه‌ای به اقتصاد مجازی و بدون کاغذ داشته ایم. وزیر علوم سوماتی با استقبال از همکاری‌ها با جمهوری اسلامی ایران برای توسعه دانش بنیان و تحصیلات تکمیلی در سوماتی، ابراز کرد: در سوماتی ما دارای منابع انسانی بسیار خوبی هستیم که امیدواریم با ایجاد همکاری‌های علمی و فناوری و دانشگاهی با ایران، در جهت بهبود وضعیت شغلی نسل جوان کشورمان گام‌های ارزنده‌ای برداریم.

بازرسی و کنترل کالاهای ایرانی در مرز عراق حذف شد

رییس سازمان ملی استاندارد ایران از حذف بازرسی و کنترل کالاهای ایرانی در مرز عراق خبر داد و گفت: براساس تفاهم نامه صورت گرفته بین دو کشور و به منظور تسهیل تجارت با عراق، بازرسی‌ها در مبدا انجام خواهد شد و مورد توافق طرف عراقی قرار خواهد گرفت.

نیره پیروزبخت در گفت و گو با ایرنا، با اشاره به سفر هیات تجاری و اقتصادی ایران به ریاست معاون اول رییس جمهوری به عراق، افزود: در این سفر تفاهم نامه‌هایی با سازمان استاندارد عراق صورت گرفت و با توجه به حجم صادرات ایران به عراق بحث تسهیل تجارت مورد توافق طرفین قرار گرفت.

وی با اشاره به وجود مقررات گمرکی و مقررات کنترل کیفیت کالاها بین دو کشور، اظهار داشت: طرفین سعی کردند با ایجاد مفاهمه بیشتر برخی مسایل و موانع فراروی صادرکنندگان ایرانی به عراق برطرف شود.

رییس سازمان ملی استاندارد در ادامه با اشاره به استانداردهایی که مورد توافق طرفین است، تصریح کرد: در این مورد قرار شد طرف عراقی قوانین استاندارد ملی ایران را بپذیرد. پیروزبخت سپس با اشاره به برخی از استانداردهایی که با استانداردهای عراق تطبیق ندارد، گفت: براساس توافق به عمل آمده قرار شد کارگروهی مشترک به منظور شناسایی کالاهایی مثل مواد لبنی، مواد غذایی، مصالح ساختمانی و لوازم خانگی شناسایی شود تا استانداردها برای این اقلام تطبیق داده شود.

همچنین قرار شد کالاهایی که استاندارد آنها با استانداردهای عراق مغایرت دارد را سازمان ملی استاندارد مورد بررسی قرار داده و در نهایت برای آنها تاییدیه استاندارد صادر شود.

به گفته رییس سازمان ملی استاندارد ایران، قرار است هیاتی از سازمان استاندارد عراق به زودی به ایران سفر کند تا فهرست کالایی برای این دسته از استانداردها تعیین شود. پیروزبخت سپس تصریح کرد: سازمان ملی استاندارد فهرستی شامل ۱۰۰ کالا در حوزه‌های مواد غذایی، لبنیات، مصالح ساختمانی و لوازم خانگی آماده کرده تا در اختیار هیات عراقی قرار گیرد و استانداردهای آن مورد تطبیق قرار گیرد.

به دنبال برندسازی و اعتباربخشی به شرکت‌های فناور و دانش بنیان هستیم



و پیدا کردن و یارگیری از شرکت‌های ایرانی که به ارزش فناوری پی برده اند و در جهت توانمندسازی گام برمی دارند از محورهای اصلی جایزه ملی مدیریت فناوری و نوآوری بوده است. الیاسی با اشاره به اینکه این جایزه تنها جایزه ای است

به گزارش مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، دکتر مهدی الیاسی مدیرکل دفتر هماهنگی دانش، صنعت و بازار معاونت علمی و رییس کمیته اجرایی و ارزیابی سومین جایزه ملی مدیریت فناوری و نوآوری در اختتامیه این جایزه اظهار کرد: رویکرد ما در این جایزه، پرداختن به طبیعت اقتصاد دانش بنیان است و ما به دنبال این هستیم که شرکت‌هایی که در مسیر طبیعی اقتصاد هستند را شناسایی و به آنها کمک کنیم و با تلاش و سعی آنها را در مسیر خودارزیابی و بهبود توانمندی‌هایشان قرار دهیم. وی ادامه داد: این شرکت‌ها باید در مسیر رقابت پذیری بین المللی که تنها راه اقتصاد دانش بنیان است گام بردارند. وی با اشاره به اینکه در این دوره از مراسم جایزه سه مفهوم اصلی پیگیری شده است ابراز کرد: بحث جستجو

ارائه مواد پیشنهادی قانون برنامه ششم توسعه در حوزه فناوری و صنایع دانش بنیان

است، مورد بررسی قرار گرفت. در این گزارش به مواردی مانند:

- افزایش نسبت هزینه‌های تحقیق و توسعه به تولید ناخالص داخلی به میزان سالیانه پنج دهم درصد
- کاهش وابستگی منابع مالی دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی به بودجه دولتی و شهری
- استقرار نظام شناسایی، اولویت‌بندی و ارجاع نیازهای علمی و تحقیقاتی واحدهای تولیدی و صنعتی
- تدوین سند جامع توسعه اقتصاد دانش بنیان
- ایجاد و توسعه فن بازارهای تخصصی با استفاده از ظرفیت بخش خصوصی
- ایجاد پوشش بیمه‌ای مناسب جهت کاهش خطرپذیری در صنایع دانش بنیان
- ایجاد سازو کار لازم جهت بهره‌گیری از ظرفیت

به گزارش سرویس علمی ایسنا، در هفدهمین جلسه کمیسیون خبگان و آینده‌نگاری علم و نوآوری دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی مواد پیشنهادی مرتبط با حوزه فناوری و صنایع دانش بنیان جهت اعمال در برنامه ششم توسعه ارائه شد. در این بررسی اشاره شد که در تدوین مواد پیشنهادی، ارتباط آن با اسناد بالادستی و با استناد به بیانات مقام معظم رهبری «مدظله العالی»، سیاست‌های کلی علم و فناوری، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، نقشه جامع علمی کشور و عناوین فصول برنامه سوم، چهارم و پنجم توسعه مورد توجه قرار گرفته است. همچنین در این گزارش، پیش‌نویس سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه که از سوی معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رئیس جمهور در مرداد ماه امسال تدوین شده

سیاست‌های حمایتی از کسب و کارهای نوپا

در فضای مجازی تدوین شد

شورای معین مرکز ملی فضای مجازی کشور، سیاست‌های حمایت از کسب و کارهای نوپا (استارت آپ) و فرصت‌های این شرکت‌ها را مورد بررسی و ارزیابی قرار داد.

در راستای اقتصاد مقاومتی در حوزه فضای مجازی و حمایت از کسب و کارهای نوپا در جلسه شورای معین مرکز ملی فضای مجازی کشور با حضور اعضای حقیقی شورای عالی فضای مجازی و نمایندگان دستگاه‌های عضو شورای عالی فضای مجازی، چگونگی فعالیت شرکت‌های دانش بنیان و کسب و کارهای نوپا (استارت آپ) مورد بحث و بررسی قرار گرفت. در این جلسه از سوی معاونت فناوری مرکز ملی فضای مجازی کشور، مطالبی در خصوص روند ایجاد و شکل‌گیری این تشکل‌ها، هدف از گسترش آن در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه ارائه شد. در ادامه نکاتی در خصوص هدف از شکل‌گیری اینگونه از فعالیت‌ها و تأثیرات اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و امنیتی این کسب و کارها در ایران را با بر شمردن نمونه‌های موفق آن ترسیم کرد. در ادامه اعضای جلسه دیدگاه‌های خود را در خصوص فرصت‌ها و تهدیدات این فعالیت‌ها بیان داشته و تأکید کردند: در فاز نخست که گام حمایتی است اصلاح قوانین و مقررات حوزه کارآفرینی، اشتغال، تربیت کارآفرینان جدید از طریق آموزش‌های تخصصی و در گام دوم شناسایی نیازهای بازار داخلی و پشتیبانی و راه اندازی این شرکت‌ها باید انجام شود.

همچنین در توصیه‌های سیاستی مواردی همچون توسعه کارآفرینی، صادرات محصولات و خدمات کسب و کارهای نوآورانه و نوپای حوزه فضای مجازی، تدوین قوانین حمایتی از کسب و کار شرکت‌های نوپا، ایجاد حمایت از مراکز خدمات مشاوره ای و توسعه شرکت‌های دانشگاهی مورد تأکید قرار گرفت. کسب و کارهای نوپا یا همان استارت آپ‌ها سازمان‌هایی موقتی هستند که با هدف یافتن تحقق‌پذیری یک مدل کسب و کار و یا تکرار پذیر بودن آن به وجود آمده‌اند و معمولاً مسیر تحولات آن از تولید ایده تا نتیجه مطلوب بین ۶ تا ۷ سال به طول می‌انجامد.

اعتبارات اسنادی یوزانس یا نسبه



خریدار تقاضای ابطال با تغییر شرایط داشته باشد باید بانک صادر کننده اعتبار و ذینفع موافقت خود را در این باره اعلام کنند.

در شرایطی که کشور وارد کننده کالا از نظر ارزی با محدودیت مواجه باشد می تواند از امکان گشایش اعتبار مدت دار یا یوزانس استفاده کند. در این نوع اعتبار بانک کارگزار مبلغ اعتبار را پس از مدتی که می تواند از ۳۰ روز تا شش ماه و حتی بیش تر از یک سال متغیر باشد و در اعتبار به آن اشاره می شود، از بانک ابلاغ کننده یا گشایش دهنده دریافت می کند.

در این اعتبار وجه اعتبار بلافاصله بعد از ارائه اسناد از سوی ذینفع پرداخت نمی شود بلکه پرداخت وجه آن بعد از مدت تعیین شده انجام می شود. در واقع فروشنده به خریدار این امکان را می دهد که بهای کالا را بعد از دریافت و فروش آن پرداخت کند.

معامله یوزانس یا اعتبار مدت دار معمولاً در کشورهایی انجام می شود که با کمبود ارز مواجه هستند. معمولاً یوزانس به صورت اعتبار استادی غیر قابل برگشت تایید شده صادر می شود تا تضمینی برای فروشنده کالا وجود داشته باشد. آنچه موجب می شود فروشنده گان به گشایش اعتبارات یوزانس تمایل داشته باشند تعهد پرداخت وجهی است که بانک گشاینده اعتبار در سر رسید اعتبار بر عهده می گیرد. البته ممکن است تایید یک بانک دیگر هم به بانک گشاینده اعتبار افزوده شود.



تحت آن اعتبار معامله نشده باشد. در این صورت خریدار نمی تواند نسبت به مبلغ پرداخت شده تحت شرایط اعتبار دستور برگشت صادر کند و این دستور فقط نسبت به مبلغ باقی مانده و استفاده نشده اعتبار قابل اجرا خواهد بود.

اعتبار اسنادی غیر قابل برگشت اعتباری است که صرفاً با موافقت طرفین قابل اصلاح یا ابطال است. امروزه در زمینه استفاده از اعتبارات اسنادی غیر قابل برگشت به دلایلی که به آن اشاره شد شرایطی در نظر گرفته می شود که به موجب این شرایط در اغلب قراردادهای خرید و فروش تصریح می شود که پرداخت کالا به وسیله گشایش اعتبار اسنادی برگشت پذیر انجام می شود. ویژگی منحصر به فرد این نوع اعتبار این است که پس از گشایش به هیچ وجه بدون موافقت ذینفع قابل ابطال یا تغییر شرایط نیست. بدیهی است اگر

اگر بخواهیم اعتبارات اسنادی را از نقطه نظر خریدار تقسیم بندی کنیم می توانیم اعتبارات اسنادی را در دو گروه اعتبارات اسنادی قابل برگشت و غیر قابل برگشت قرار دهیم. در اعتبارات اسنادی قابل برگشت خریدار می تواند در هر زمانی بدون اطلاع قبلی به فروشنده یا ذینفع یا حتی بانک کارگزار هر تغییری که مورد نظرش باشد در شرایط اعتبار ایجاد کند یا اعتبار اسنادی را لغو کند. این نوع اعتبار زمانی مورد استفاده قرار می گیرد که فروشنده به خریدار اطمینان کامل داشته باشد و از این نظر محدودیتی وجود نداشته باشد. البته باید این موضوع را در نظر داشت که خریدار یا وارد کننده کالا و خدمات تا زمانی می تواند دستور برگشت اعتبار یا فسخ آن را صادر کند که از محل آن اعتبار به فروشنده یا ذینفع وجهی پرداخت نشده باشد یا برای



شناسایی نیازمندی‌های سایر کشورها

لازمه دیپلماسی علم و فناوری

تهیه شده توسط: سهراب آسا

دانشگاه یک سفارتخانه بزرگ علمی است که می‌تواند روابط گسترده‌ای را با مراکز علمی و صنعتی در اقصی نقاط جهان برقرار کند. در این راستا استفاده از شخصیت‌های ذی نفوذ در دانشگاه‌ها به پیشبرد دیپلماسی علمی و فناوری و اهداف آن بسیار کمک می‌کند.

اینها بخشهایی از صحبت‌های آقای دکتر موسوی موحدی، استاد ممتاز دانشگاه تهران است که در ادامه متن کامل آن را مشاهده می‌کنید.

اشاره داشتید که افراد دخیل در این موضوع باید عاری از سبقه سیاسی باشند، پس نقش سیاستمداران و دیپلمات‌های سیاسی در این عرصه کجاست؟

ببینید سیاستمداران باید زیر ساخت‌های ارتباط بین کشورها را درست کنند. ولی اگر زمانی از این هدف دور شدند این دانشمندان هستند که باید جبران کنند. اگر این بستر سازی (توسعه سیاسی) صورت نگیرد راه برای برقراری ارتباط هموار نخواهد بود. توسعه سیاسی زیر بنای سایر توسعه‌ها حتی علمی

دیپلماسی یعنی روابط دوستانه بین کشورهای متفاوت، وقتی هم از علم سخن می‌گوییم منظور اینست که مبنا در این روابط می‌باید علم باشد. دیپلمات‌های علمی، همان سیاستگذاران علمی هستند یعنی دانشمندان، پژوهشگران، صنعتگران، دانش‌آموزان و به طور کلی افرادی که در دو قلمرو علم و فناوری فعالیت می‌کنند، کسانی که تلاشی می‌کنند تا رابطه بین کشورها از طریق علم تحکیم کنند. لذا



به نظر می‌رسد که شما ترکیب دانشمندان دیپلمات یا دیپلمات‌های دانشمند را یاد نمی‌پسندید.

دانشمندان و پژوهشگران عرصه علم و فناوری نباید وارد حوزه سیاست شوند، یا بهتر بگویم دانشمندان نباید مارک بخورند اگر اینطور شود، دوباره همان داستان گذشته است و در به همان پاشنه قدیم می‌چرخد. دانشمندان و رابط‌های علمی باید دارای انعطاف باشند.

بنابراین شما افراد و سطح بسیار گسترده‌ای را دخیل در این نوع از دیپلماسی می‌بینید.

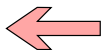
قطعاً، به همین خاطر هم آن را در حوزه دیپلماسی عمومی می‌بینم. همانطور که گفتم افرادی که در این رابطه فعالیت می‌کنند باید افرادی از جنس علم و فناوری باشند، پس کلیه افراد و موسسات چه در حوزه صنعت چه در حوزه علم، چه خصوصی و چه دولتی امکان ایفای نقش را دارند.

در راستای گسترش دیپلماسی علم چه موانعی را پیش‌رو می‌بینید؟

موانع بسیار زیادی را می‌توان نام برد، یکی از آنها موضوع ویزاست. امروزه در دنیا کشورهای کوچکی وجود

دارند که شهروندان آن کشورها بدون دریافت هیچگونه ویزایی قادر هستند از بیش از ۱۶۰ کشور دیگر جهان به راحتی بازدید کنند. علم بی تردید نیازمند جابجایی است. پیامبر گرامی اسلام می‌فرمایند: «خداوند علم را در غربت گذاشت، مردم در شهر به دنبال آن هستند» یا در جایی دیگر فرموده‌اند «دانشمند ترین افراد کسی است که علوم دیگران را دریافت می‌کند و به علوم خود می‌افزاید.» من قبول دارم که دنیای مجازی بسیار به این جابه جایی کمک کرده ولی حضور فیزیکی یک مقوله دیگر است، پس اینجاست که دیپلمات‌های رسمی کشور می‌توانند نقش ایفا کنند و بستری را به وجود آورند.

مانع دوم عدم روابط مستمر، مستحکم و پایدار موسسات و مراکز علمی ما با جهان پیرامونی است. یعنی ضعف در روابط بین المللی مراکز و کانون‌های علمی ما اعم از دانشگاه‌ها، مدارس، موسسات و... است که این نیز ناشی از نبود کالبد مجازی مناسب جهت نفوذ و گسترش می‌باشد.



توسعه آنچه شما دیپلماسی خوب (دیپلماسی علمی) از آن نام بردید در نظر گرفت؟

به هر طریق میزان پیشرفت یک کشور در میزان سلامت موجود در آن کشور هویدای می‌گردد، لذا سلامت یک پارامتر بسیار تعیین کننده در استفاده مناسب از علوم و فناوری‌ها خواهد بود، بنابر این پیشبرد دیپلماسی علم و فناوری بر این بستر می‌تواند بسیار موثر و کارا باشد.

به عنوان اولین اقدام چه راهکاری را پیشنهاد می‌کنید؟

یکی از موارد آنست که شرایطی فراهم آوریم تا حضور دانشمندان مطرح دنیا در ایران میسر گردد. بستر سازی برای این مورد نیز از زوایای مختلف قابل بحث است، ابتدایی ترین نحوه اجرای آن احترام گذاردن به مفاخر جهان است. یکی از دلایلی که کشور کره جنوبی در سالهای اخیر این چنین مطرح شده است، سرلوحه قراردادن اصول اخلاقی کنفوسیوس در بزرگداشت مقام دانشمندان و حکیمان است.

تعریفی ثابت و قدیمی باشد. این نگاه جهانی به صرفه و در راستای منفعت ملی است. دقت داشته باشید عرض بنده معطوف به منافع ملی است.

نگاه کنید، اغلب کشورهای پیشرفته اقتصادی بیشترین درآمد خود را از طریق منابع خارجی تامین می‌کنند. مثلاً بیماری سارس در چین بروز پیدا کرد ولی این آمریکایی‌ها بودند که برای حل این مشکل وارد رقابت شدند و در حل این مشکل پیش دستی کردند و به طبع آن ثروتی کلان را نصیب کشور خود کردند. روشن است آنها برای تامین منافع ملی خودشان این طور عمل می‌کنند. اینها همان پایه‌هایی است که برای اجرای دیپلماسی خوب به آن نیازمندیم. رصد کردن و شناسایی نیازمندیهای کشورهای دیگر، اینجاست که تاکید دارم بحث دیپلماسی علم و فناوری نیازمند مدیریتی با دیدگاه فرایندی و فراملی است.

با توجه به اینکه الگوهای مختلفی برای توسعه دیپلماسی علم و فناوری مطرح است، آیا سلامت را می‌توان به عنوان الگویی مناسب در راستای

منظور تان سایت‌ها و خبرگزاری‌های مناسب و کارادر این خصوص است؟

قطعاً، ما یا فاقد این کالدهای مجازی هستیم یا اینکه وبگاه‌ها و خبرگزاری‌های مراکز علمی مان کارایی لازم را ندارد. در این عرصه، ارتباطات ما با جهان بسیار محدود است. کشوری مثل آمریکا دارای هشت درگاه بزرگ اطلاعاتی و ارتباطی است، امپراطوری‌های مجازی در دست آنهاست، گوگل، فیس بوک، یاهو، و... ارائه خدمات در این حوزه‌های مجازی و رصد افراد نیز بسیار مهم است. حال نقش ما چه بوده؟ ما چه کرده‌ایم؟

از ظرفی دیگر نبود سرعت مناسب جهت دستیابی به اطلاعات مانع دیگری را پدید آورده است، ما برای تبادل علمی با جهان نیازمند ارتباط سریع، سهل و در لحظه هستیم، دیگر امروزه کسی نمی‌تواند با کجاوه به پیمایش زمین اقدام کند. سرعت و کیفیت پایین اینترنت، محدودیت و دسترسی دیر هنگام به اطلاعات جهان دیگر پذیرفتنی نیست. روایت‌هایی وجود دارد که علم جهان در یک بازه بسیار محدود زمانی دوبرابر می‌شود. بعضی می‌گویند در چند ساعت این اتفاق می‌افتد، حالا فرض کنید در چند روز، نه، در چند هفته، اما قدرت ما در خصوص رصد این تغییرات چقدر است؟ ما اصلاً ابزارش را داریم؟ پس نبود پهنای باند جهت رصد تحولات جهانی معضل دیگری است.

حال اگر این مشکلات و موانع با هم ترکیب شوند ببینید چه حجم بازدارنده‌ای را در پیش روی پیشرفت و عملی شدن دیپلماسی علمی و فناوری پدید می‌آورد. در این راستا نبود کالبد بین المللی مراکز رانیز به دیگر مشکلات بیافزاید، کالبدی که جهت بر آورده ساختن نفع ملی و نیل به اهداف کلی گام بردارد.

زمینه‌ساز فقدان چنین کالبدهایی در عرصه علمی و فناوری چه عواملی است؟ مشکل در عدم برقراری ارتباط کلامی است؟ ناشی از عدم سازگاری بین فرهنگ‌هاست؟ یا منبعث از نحوه نگاه و عملکرد مادر عرصه مدیریت روابط بین الملل؟

اولین زمینه‌ساز این معضل بحث مدیریت روابط بین الملل و دومین آن بحث نوع نگاهی است که مدیران ما دارند. زاویه دید و نوع نگاه ما به مسائل باید جهانی باشد، ما باید خودمان را در حل مسائل جهانی سهیم بدانیم، نوع نگاه ما نباید محدود به نیازهای ما در مرزهای جغرافیایی کشورمان یا حیطه وظایف





سایه روشن‌های صادرات محصولات صنایع هوایی و فضایی

فرزانه صدقی

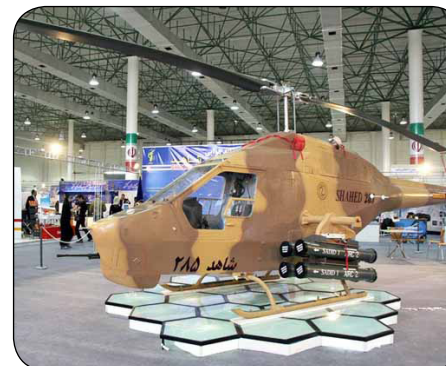
فناوری معاونت ریاست جمهوری بر شمرده و گفت: قطعا ما به تنهایی قادر نیستیم تمام مشکلات بخش خصوصی را در حوزه کسب و کار بین الملل حل کنیم. ما به کمک شرکت‌های دانش بنیان بخش خصوصی در تحقق این امر نیاز داریم به همین منظور ما دفتری به نام تبادل فناوری با رویکرد توانمندسازی شرکت‌ها با استفاده از مدل مشارکت بخش خصوصی ایجاد کرده‌ایم؛ هدف این دفتر انجام هماهنگی‌های بین ظرفیت‌های داخل با استفاده از توانمندی‌های کشورهای دیگر است.

وی بیان کرد: ما برای تحقق این امر می‌توانیم با همکاری وزارت امور خارجه، ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های در خارج از کشور فراهم کنیم؛ گفتمان علمی و فناوری

امروزه صادرات محصولات از جمله کالاهای صنایع هوایی و فضایی همراه با مشکلات عدیده‌ای است. مشکلاتی که عزم جدی دولت در کنار بخش خصوصی را می‌طلبد. چندی پیش با حضور جمعی از مسوولان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سازمان توسعه تجارت و مدیران شرکت‌های خصوصی هو فضایی از طرح شرکت مدیریت صادرات صنایع هوایی و فضایی رونمایی شد. در این مراسم بر عزم جدی بخش خصوصی برای صادرات محصولات دانش بنیان هوا فضایی تاکید فراوان شد؛ نیازی که سال‌ها در کشور مانع مغفول مانده بود.

توانمندسازی شرکت‌ها با استفاده از مدل مشارکت بخش خصوصی

علی مرتضی بیرنگ، معاون امور بین الملل و تبادل فناوری معاونت علمی ریاست جمهوری در مراسم رونمایی از طرح شرکت مدیریت صادرات صنایع هوایی و فضایی، حمایت از مبادلات فناوری با کشورهای دیگر، کمک به توسعه صادرات دانش بنیان و حمایت از صادرکنندگان و نهادهای تسهیل‌گر فعال در این حوزه را از جمله برنامه‌های معاونت امور بین الملل



و توانمندی‌های ما در حوزه فناوری می‌تواند جذابیت کشور را براساس توسعه مناسبات سیاسی کشورهای دیگر ارتقا دهد.

بیرنگ اظهار کرد: هم‌اکنون رعایت نکردن استانداردهای لازم و بحث نقص پتنت از جمله مشکلاتی است که اغلب تولیدکنندگان ما در کشور با آن مواجه‌اند. ما با آرایه مشاوره به این شرکت‌ها می‌توانیم به آنان اظهار کنیم که آیا طرح تولید شده مطابق با سلیقه و پسند یک کشور است یا خیر.

معاون امور بین الملل و تبادل فناوری معاونت علمی ریاست جمهوری بیان کرد: در حال حاضر پایگاه صادراتی ما در عراقیلم کردستان کشور عراق راه افتاده است. یکی از مجموعه‌های ما با رویکرد داروهای گیاهی هم به کشور چین صادرات داشته است. سال آینده هم دفاتری در لبنان، ترکیه و چند کشور دیگر راه اندازی خواهیم کرد. وی گفت: اکنون یک حلقه مفقوده‌ای به نام شرکت مدیریت صادرات در کشور وجود دارد. هیچ شرکتی کمکی برای معرفی محصولات های تک شرکت‌های دانش بنیان و ورود تخصصی این محصولات به بازارهای بین المللی نمی‌کنند. قطعا ورود اتحادیه صهفا با یک برند مشخص در نمایشگاه‌های بین المللی و محافل تخصصی موثرتر خواهد بود.

۳ پارادایم ذهنی برای توسعه صادرات

دکتر کارگر، مدیر یکی از شرکت‌های دانش بنیان نیز در این مراسم به ۳ پارادایم ذهنی اشاره کرد و گفت: یکی از پارادایم‌های ما در این ۳۰ سال، صنعتی شدن بر مبنای جایگزینی آنچه که تاکنون وارد می‌کردیم، است. تجربه جهانی نشان داده هیچ کشوری بر این مبنا تاکنون موفق نبوده است. دومین پارادایم، به راحتی نفوذ پیدا نکردن در بازارهای بین المللی است. سومین پارادایم رشد پیدا نکردن بنگاه‌ها با سرمایه گذاری و حمایت مستقیم دولت است. همه کشورهایی که سرانه‌شان پایین است مانند هند، برزیل، ونزولا، کلمبیا و یک زمان چین و کره شمالی، اولین استراتژی‌شان گذاشتن تعرفه برای جلوگیری از واردات، ایجاد صنایع وابسته به دولت، آرایه سو پسید به بنگاه‌ها و پشتیبانی دولت از بخش صنعت تا رسیدن به حد بلوغ بود اما هیچ کدام از این راه‌ها باعث موفقیت آنان نشد.

وی افزود: تجربه ثابت کرده است، سرمایه گذاران با اعلام کمک دولت به یک بخش، آن صنعت را ورشکسته می‌پندارند. متأسفانه مداخلات دولت همیشه با الزامات مدیریتی همراه است. این الزامات مدیریتی هم



چاره‌ای برای رفع مشکلات صنایع هوایی اندیشیده شود

مهندس سعیدی، مدیر شرکت دانش بنیان فرنانس نیز در این مراسم به مشکلات شرکت‌های بخش خصوصی برای انجام صادرات کالاهایشان اشاره کرد و گفت: اغلب شرکت‌ها در سال‌های اخیر به دلیل شرایط تحریم با مشکلات عمده صادراتی مواجه بوده‌اند مثلاً مبادله با کشورهای خارجی به دلیل نداشتن حساب بانک‌های خارجی در اینجا و فعال نبودن شرکت‌های ما در خارج از کشور به طور مستقیم و راحت، شدنی نیست. در این بین شرایط صادرات برای صنایع حوزه هوافضا سختگیرانه‌تر و همراه با مشکلات امنیتی بیشتری است. ضرورت دارد برای رفع این مساله تدابیری ویژه اندیشیده شود.

وی افزود: دومین مشکل مربوط به ضمانت‌نامه‌هاست. اصلاً بانک مرکزی و دولت خود را موظف به دادن چنین ضمانت‌نامه‌ای نمی‌کنند؛ هرچند شرکت‌ها به تجربه خود فرصت صادرات پیدا می‌کنند اما معامله کردن در فضای اقتصادی دنیا به راحتی نیست و باید برای این مساله هم چاره‌ای اندیشیده شود.

آیین نامه ویژه اعتبار خریدار برای ارایه تسهیلات ویژه صادراتی

محمدرضا ایزدیان، مدیر کل دفتر توسعه کسب و کار بین‌المللی معاونت علمی ریاست جمهوری در پاسخ به این مشکل گفت: هم اکنون بحث ضمانت‌نامه‌های صادراتی از طریق صندوق ضمانت صادرات و تسهیلات بانک توسعه صادرات دنبال می‌شود؛ در این بین صندوق ضمانت صادرات تنها ۱۰ درصد صادرات ایران را پوشش می‌دهد. این میزان به میانگین جهانی نزدیک است.

وی افزود: از حدود ۶ ماه پیش با تاکید دکتر ستاری و مهندس بیرنگ در صدد شدیم با حمایت بانک توسعه صادرات و همکاری صندوق ضمانت صادرات و صندوق نوآوری و شکوفایی با تدوین آیین نامه خاص ویژه اعتبار خریدار، تسهیلات ویژه صادراتی برای شرکت‌های دانش بنیان ایجاد کنیم تا مشکل ضمانت نامه این عزیزان برطرف شود.



ما دپارتمان صادراتی برای خود ایجاد کنند و یک شرکت حرفه‌ای صادراتی، تمام این بنگاه‌ها را به یکدیگر متصل و به آنها خدمات ارایه دهد. چه بسا بسیاری از دوستان شرکت مدیریت صادراتی تاسیس کرده‌اند اما آن را با شرکت بازرگانی اشتباه گرفته‌اند. ما با تشکیل جلسات و مشاوره‌های مختلف سعی داریم به این دوستان یادآوری کنیم که رسالت این شرکت با شرکت‌های بازرگانی بسیار متفاوت است. در واقع شرکت مدیریت صادرات پل ارتباطی بین تولیدکننده و بازار است.

متاثر از جا به جایی‌ها، تغییر سیاست‌ها و است.

وی بیان کرد: ما چاره‌ای جز ملحق شدن به بازارهای جهانی نداریم بنابراین باید دولت شکل حمایت‌هایش را تغییر دهد. هم اکنون روابط سیاسی ما حرف اول را می‌زند اما ما تاکنون تجربه‌ای نداشتیم که تعامل اقتصادی ما منجر به پیوند دوستی یا دشمنی با کشور دیگری شده باشد. معمولاً مبادلات اقتصادی ما متاثر از روابط سیاسی ماست.

وی عنوان کرد: هم اکنون اقتصاد صنعت هوا فضا پنجمین صنعت پر رونق جهان محسوب می‌شود. هر کشوری به تنهایی قادر به تولید این صنعت نیست. رونق این صنعت در گرو همکاری‌های جهانی و گره خوردن با شرکت‌های پیشگام این عرصه است.

توسعه صنعت هوایی با ایجاد شرکت مدیریت صادراتی

دکتر امین سالاری، رئیس اتحادیه صنایع هوایی و فضایی ایران نیز در این مراسم گفت: هم اکنون ما به دنبال توسعه صنعت هوایی و ورود به بازارهای بین‌المللی و وصل شدن به شبکه‌های تولید جهانی و اتصال شرکت‌های بخش خصوصی به زنجیره‌های ارزش جهانی هستیم. ما برای تحقق این امر نیاز به یک سری زیرساخت‌ها داریم تا در چارچوب برنامه‌های اتحادیه و با راه اندازی پایگاه‌های صادراتی و ایجاد شرکت‌های مدیریت صادرات، بحث ارتقای کیفیت محصولات شرکت‌های عضو این اتحادیه را داشته باشیم. شرکت مدیریت صادرات هم به این منظور تاسیس شده است تا در آینده‌ای نزدیک ما هم سهمی در بازارهای منطقه داشته باشیم.

شرکت مدیریت صادرات؛ پل ارتباطی بین تولیدکننده و بازار

توانا، مدیر کل دفتر امور بنگاه‌های سازمان توسعه تجارت ایران نیز در این مراسم گفت: متأسفانه ما هم اکنون به این باور نرسیده‌ایم که مدیریت کاری کاملاً حرفه‌ای است و باید بین مالکیت و مدیریت خط جداگانه‌ای کشید. تنها راه حل این مشکل ایجاد شرکت‌های مدیریتی است. وی افزود: یکی از روش‌های توسعه تجارت این است که تک تک بنگاه‌های

آیین نامه حمایت از تهیه اقلام تبلیغات بین الملل



در راستای حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از ورود محصولات شرکتی دانش بنیان به بازارهای صادراتی جدید، بخشی از هزینه های تهیه اقلام تبلیغات و بازاریابی بین الملل شامل کاتالوگ، بروشور و CD تبلیغاتی و... را به شرکت های دانش بنیان پرداخت می گردد.

این حمایت در راستای ایجاد توانمندی های شرکتی و به منظور تامین الزامات اولیه تبلیغات و بازاریابی بین المللی در نظر گرفته شده است. شرکت های دارای تأییدیه دانش بنیان از معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و حایز شرایط تعریف شده در این آیین نامه، مشمول این حمایت ها می باشند.

ماده (۱) خدمات مشمول حمایت

موسسه در قالب حمایت از شرکت های 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

ماده (۲) میزان حمایت

شرح حمایت های موسسه در خصوص خدمات فوق الذکر به صورت زیر است:

- ۵۰ درصد هزینه های مشاوره، عکاسی و طراحی تا سقف بیست میلیون ریال
- ۷۰ درصد هزینه های چاپ کاتالوگ و بروشور تا سقف بیست میلیون ریال

ماده (۳) شرایط اعطای حمایت

۱-۳ استفاده از حمایت های این آیین نامه منوط به داشتن تأییدیه دانش بنیان از معاونت علمی و فناوری

ریاست جمهوری است.

۲-۳ شرکت بایستی دارای برنامه و مدارک مشخص مبنی بر شناخت بازار محصول باشد. همچنین تناسب خدمات درخواستی

شرکت با نیازهای و برنامه های شرکت بایستی به تأیید پشتیبان مربوطه برسد.

۳-۳ استفاده از کارگزاران بیرونی موسسه در صورتی که کارگزار دارای شرایط عمومی کارگزاران کریدور بر مبنای آیین نامه

عمومی جذب کارگزاران و همچنین تأیید صلاحیت کارگزار توسط کریدور امکان پذیر است.

۴-۳ شرکت های متقاضی دریافت خدمات طراحی و چاپ، بایستی نمونه اولیه ای از چاپ برای کریدور ارسال نموده و ضمن تأیید یا ارایه اصلاحات از طریق مشاوران طراحی کریدور بر مبنای شاخص های ذکر شده در این آیین نامه، از حمایت برخوردار می گردند.

تبصره: اگر شرکت بطور مستقل و بدون استفاده از کارگزاران موجود در فهرست کارگزاران مورد تأیید کریدور اقدام به خدمات این آیین نامه نماید، شرکت میتواند پس از بررسی و ارزیابی بروشور و کاتالوگ تهیه شده بخشی از هزینه های خدمات را به عنوان حمایت دریافت نماید. شاخص های ارزیابی کریدور شامل موارد مربوط به جدول است:

همچنین توصیه میشود موارد زیر در تهیه کاتالوگ و بروشور مورد توجه قرار گیرد:

- ادبیات متن کاتالوگ باید متناسب با مشتریان باشد.
- برای مشتریان متخصص پزشکی استفاده از کلمات تخصصی به محصول اعتبار میدهد ولی برای مشتریان عمومی باید ادبیات ثابت بکار برد.
- از کلمات تعریفی و توصیفی نسبت به محصول برای برجسته نمایی نباید استفاده کرد، چون امکان دارد اثر منفی روی مخاطب گذارد.



شاخصهای ارزیابی کريدور

ردیف	شاخص	بخش
۱	استفاده از تصاویر با وضوح (resolution) بالا	ویژگی های ظاهری و گرافیکی
۲	استفاده از فونت و سایز مناسب	
۳	استفاده از کاغذ مناسب	
۴	تناسب حجمی کاتالوگ با کاربرد آن	
۵	خلاصه ای از معرفی و تاریخچه شرکت (Company history) و شناساندن فعالیتها در شروع مباحث کاتالوگ، معرفی امتیازات و رتبه های تولید، استانداردهای پیاده سازی شده و...	ویژگی های محتوایی
۶	ارائه کاربردهای محصول Application	
۷	ارائه اطلاعات و قابلیت های خاص و وجه تمایز محصول نسبت به تولیدات متشابه (Features)، چه در تولیدات گذشته کارخانه و یا آنچه در بازار فعلی موجود است	
۸	مشخصه ها و ویژگیهای محصول (Specification)	
۹	کارایی محصول Performance	
۱۰	اطلاعات تماس (Contact) شامل آدرس، تلفن و آدرس اینترنتی و...	
۱۱	شرایط نگهداری و بسته بندی: (Packaging & maintenance) در صورت نیاز نحوه بسته بندی و نگهداری محصول مناسب است که توضیح داده شود.	

• استفاده از کلمات و عبارات یانمودارهای معرفی کننده خواص محصول به جای توصیف آنها اثربخشی بیشتری دارد.

• در کاتالوگهای معرفی شرکت، درج نمونه کارهای قبلی شرکت باعث انتقال حس اعتبار به مشتری می باشد.

• تیتترهای اصلی کاتالوگ مناسب تر است بیان کننده کارایی محصول باشد تا عنوان برند محصول. لذا درج توضیحی از محصول و کارایی آن جذب کننده مشتری میباشد.

• فونت نوشتاری باید کانتراستی مناسبی با پس زمینه داشته باشد تا نمایش خوبی برای بیننده داشته باشد. لذا رنگهای روشن روی پس زمینه تیره یا برعکس توصیه میشود.

• استفاده از تم یکسان در سبد کاتالوگهای یک شرکت سبب انسجام کلیه طرحها می شود.

• کاتالوگهای معرفی محصول خاص باید مختصر و حداکثر در قالب دو برگ باشد، اما کاتالوگهای معرفی شرکت میتواند دفترچه ای باشد و تعداد برگهای بیشتری داشته باشد

• کاتالوگهای کم صفحه و محصولی برای اظهار چهره شکیل می تواند از کاغذهای گرم (بالا) حداقل ۸۰ گرمی استفاده کنند.

ماده (۴) نحوه دریافت حمایت

شرکتهای متقاضی می بایست درخواست خود را مبنی بر استفاده از این خدمت و معرفی کارگزار صاحب صلاحیت را به همراه مستندات لازم (پیش فاکتور خدمات، قرارداد منعقد با کارگزار، نمونه طرح گرافیکی کاتالوگ و...) به کريدور ارائه نمایند.

مراحل و نحوه پرداخت حمایت به صورت زیر است:

هزینه ها پس از دریافت مستندات مالی مورد تایید سازمان مالیاتی (فاکتور رسمی فروش از طرف طراح و چاپخانه) و نیز به منظور استفاده های تبلیغاتی کريدور صادرات، تعداد ۱ نسخه از کاتالوگ چاپ شده، در صورت تایید آن پرداخت میگردد.

منبع: www.tesc.ir



کره جنوبی، موفق در صادرات



کشور کره در این حوزه به شکلی همه جانبه و گسترده عمل کرده است. این کشور از یک سو با کاهش ارزش پول خود قیمت کالاهای صادراتی را در بازارهای جهانی کاهش داده است و همزمان با تأسیس نهادهای کنترل کیفی و تسهیل دستیابی به مواد وارداتی مورد نیاز برای صادرات، کیفیت و تنوع کالاهای صادراتی خود را بهبود بخشیده است.

یکی از دیگر اقدامات جالب توجه در این زمینه تربیت نیروی متخصص در زمینه‌های مختلف صادراتی از طراحی تا بازاریابی است. سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و زیربنای تبدیل درآمدهای صادراتی به گواهینامه‌های ارزی قابل فروش در بازار آزاد، اعطای اعتبارات ترجیحی و کاهش مالیات در بعضی صنایع کلیدی، اعطای اجازه ورود دو برابر مواد اولیه توسط صادرکنندگان و همچنین سیستم ارتباط صادرات و واردات از امکانات مختلفی است که این کشور به منظور ایجاد زمینه‌ای مناسب برای صادرات فراهم کرده است. البته باید در نظر داشت در این کشور اقدامات مهم دیگری با هدف تامین و کاهش هزینه‌های تولیدات صادراتی فراهم شده است که نمی‌توان نقش آنها را در موفقیت این کشور نادیده گرفت.

از جمله این اقدامات می‌توان به معافیت عوارض برای ماشین‌آلات و کالاهای واسطه‌ای مورد نیاز صنایع اشاره، بازپرداخت عوارض دریافتی به واردکنندگان مواد خام مورد نیاز صادرات، کاهش تدریجی بهره اعتبارات صادراتی، تامین مالی هزینه‌های حمل و نقل و لغو مالیات‌های غیر مستقیم صادرات و واردات نهادهای به کار گرفته در صادرات اشاره کرد. بنابراین می‌توان گفت کره‌ای موفقیت خود را مدیون عزم جدی در اصلاح ساختارهای تجاری است.

تشویق صادرات از مهم‌ترین عوامل موثر در موفقیت‌های اقتصادی و صنعتی شدن این کشور بوده است.

از دیگر عوامل تاثیر گذار در رسیدن به این موفقیت می‌توان به تخصیص منابع در جهت توسعه صنایع، افزایش هزینه‌های تحقیق و توسعه و ارتقای سطح مهارت و تخصص‌های فنی افراد اشاره کرد. بررسی اقدامات انجام شده در این کشور در راستای تحقق اهداف چندگانه توسعه صادرات نشان دهنده این است که بیشتر اقدامات با هدف افزایش توان رقابت بین‌المللی انجام شده است.

تشویق صادرات در کشورهای در حال توسعه است. بعضی‌ها بر این باورند توسعه اقتصادی این کشور را می‌توان بعد از تجربه کشور ژاپن به عنوان دومین معجزه توسعه تلقی کرد. این کشور در سال‌های اخیر انگیزه‌های صادراتی متعددی را فراهم کرده است و به همین دلیل از کشورهای موفق در حوزه صادرات بوده است.

اگر بخواهیم اقدامات انجام شده در این کشور به منظور تحقق توسعه صادرات را به عنوان یک الگوی موفق مورد بررسی قرار دهیم باید بگوییم نقش دولت و سیاست‌های

کره جنوبی از کشورهای جنوب شرقی آسیاست که می‌توان آن را از نظر اقتصادی منحصر به فرد و پیشگام تلقی کرد. این کشور بعد از چند دهه رشد چشمگیر در بازار بسیاری از کشورهای نفوذ کرده است. رشد صنعتی چشمگیر این کشور در یک بازه زمانی کوتاه موجب شده صنعت در تولید ناخالص داخلی نقش مهمی داشته باشد و به موجب چنین تحولاتی در آمد سرانه این کشور در نیم قرن به حدود ۲۰۰ برابر افزایش یافته است. این کشور از موفق‌ترین نمونه‌های اجرای سیاست

استاندارد DIN

صادرات کالا و خدمات به این کشور داشته باشد. اگر می‌خواهید برای اخذ این استاندارد اقدام کنید یکی از این راه‌ها تماس با موسسه DIN آلمان و کسب اطلاعات لازم در این زمینه است. روش‌هایی برای اخذ گواهینامه استاندارد کالا و خدمات به روش الکترونیکی در نظر گرفته شده است. البته در کشور ما شرکت‌هایی تاسیس شده‌اند که در این زمینه خدماتی را در اختیار متقاضیان قرار می‌دهند.

اگر صادر کنندگان بخواهند کالاها یا خدمات مبتنی بر فناوری را به کشور آلمان یا حتی دیگر کشورهای اروپایی که این استاندارد را پذیرفته‌اند صادر کنند می‌توانند با دریافت گواهینامه استاندارد DIN کیفیت کالا یا خدمات ارائه شده را مورد تایید قرار دهند. البته به روش الکترونیکی هم می‌توان برای دریافت این استانداردها اقدام کرد. برای کسب اطلاعات بیشتر در این زمینه می‌توانید به نشانی اینترنتی <http://www.din.de> مراجعه کنید.

در زمینه تولید لوله و اتصالات در این سازمان مورد توجه قرار گرفته، استانداردهای DIN در این زمینه از سوی تولید کنندگانی که در این زمینه فعالیت می‌کنند مورد توجه است. هدف اصلی این سازمان ایجاد گذرگاهی برای استاندارد سازی محصولات در سطح جهانی است. چنین تسهیلاتی به صادر کنندگان این امکان را می‌دهد هر گونه مانعی که در مسیر داد و ستد و تجارت با دیگر کشورها وجود دارد از میان بردارند. بنابراین اخذ این استاندارد می‌تواند نقش مهمی در تضمین موفقیت

استاندارد DIN آلمان از جمله استانداردهای سخت گیرانه در سطح دنیاست. بسیاری از تولید کنندگانی که در زمینه تولید انواع مختلف کالا بخصوص کالاهای مبتنی بر فناوری در سطح دنیا فعالیت می‌کنند از این استاندارد برای تولید محصولات خود استفاده می‌کنند.

در این استاندارد مجموعه‌ای از قوانین و مقررات در زمینه ساخت، تولید، اندازه گیری و تست محصولاتی که به روش صنعتی تولید می‌شود در نظر گرفته شده است. برای مثال با توجه به قوانین سخت گیرانه‌ای که

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌هایی که کیفیت خدمات و محصولات ارائه شده را تضمین می‌کند پیشرفت‌های فنی مبتنی بر نوآوری در سایه قوانین و مقرراتی است که تحت عنوان استاندارد از آن نام برده می‌شود. صادر کنندگانی که به این مقوله توجه دارند باید از شرایط و ضوابط استانداردها از جمله شرایط و چگونگی اخذ این استانداردها و همچنین دستور العمل انجام آزمایش‌های لازم برای محصول آگاهی داشته باشند.

موسسه استاندارد آلمان موسوم به DIN سازمانی است که در زمینه استاندارد سازی فعالیت می‌کند و از سوی کشور آلمان به عنوان عضوی از سازمان بین‌المللی استاندارد سازی فعالیت می‌کند.

این موسسه فعالیت خود را از سال ۱۹۱۷ آغاز کرده است و استانداردهای این موسسه با عنوان استانداردهای DIN در سراسر دنیا مورد استفاده قرار می‌گیرد. استانداردهای DIN که شامل ۳۰ هزار عنوان استاندارد است جنبه‌های مختلف فناوری را در بر می‌گیرد.



شاخص‌های مهم کیفی در تولید محصولات نرم افزاری صادرات گرا



با توجه به اهمیت و گستردگی صنعت فناوری اطلاعات، تضمین کیفیت و قابلیت اطمینان از محصولات و خدمات آن نیازمند توجه ویژه و اساسی می‌باشد. عدم توجه به استانداردهای، تست و آزمون محصولات فناوری اطلاعات (نرم افزار و سخت افزار) در تولید و واردات کالاها و تجهیزات این صنعت باعث توزیع و انتشار کالاهای غیراستاندارد در سطح جامعه شده که موجب به خطر افتادن سلامتی، خسارات و فجایع جبران ناپذیر و اجحاف در حق جامعه مصرف کننده، بدلیل ارائه کالاهای بدون کیفیت و همچنین عدم اطمینان به محصولات این صنعت خواهد شد. از طرفی در حال حاضر فناوری اطلاعات در بسیاری از کاربردهای حساس و بحرانی انسان نقش دارند، به طوریکه یک خطای کوچک میتواند منجر به بروز مشکلات جدی و خطرناکی شود. این خطاها میتواند به صورت یک خطا در طراحی نادرست واسط کاربر تا خطای موجود در کد برنامه باشد. در این شماره قصد داریم شاخص‌های مهم کیفی یک محصول نرم افزاری را به اطلاع خوانندگان برسانیم تا شرکت‌ها با آگاهی و رعایت این موارد در ساخت محصولات خود، زمینه‌های لازم به منظور جهانی سازی و صادرات محصولات خود را به بازارهای بین المللی بیش از پیش افزایش دهند.

مشخصات یک محصول نرم افزاری

بررسی خصوصیات کیفی باید در مراحل طراحی، پیاده سازی و توسعه مورد توجه قرار گیرد. خصوصیات کیفی نه کاملاً به مرحله طراحی و نه کاملاً به مرحله پیاده سازی وابسته است بلکه به تمام این مراحل بستگی دارد. یک مجموعه سه تایی از خصوصیات یک محصول نرم افزاری از دیدگاه مشتری عبارت است از:

- کیفیت
- هزینه
- زمانبندی

هزینه و زمان قابل پیش بینی می‌باشد و با یک فرایند کامل سازماندهی شده قابل کنترل است ولی کیفیت اینگونه نمی‌باشد. طبق استاندارد IEEE «کیفیت نرم افزار درجه ای است که نرم افزار ترکیبی از خصوصیات مطلوب را دارا می‌باشد.» همچنین در استاندارد ISO ۸۴۰۲ «کیفیت، توانایی بر آوردن نیازهای تعیین شده و تلویحی می‌باشد.» کیفیت پائین به جهت امکان نیاز به پیکربندی، کدنویسی مجدد و حتی طراحی دوباره، بر روی هزینه و زمانبندی تأثیر می‌گذارد. کشف سریعتر مشکلات کیفی در نرم افزار مقرون به صرفه تر می‌باشد زیرا با افزایش زمان نقص در نرم افزار

صفات کیفیتی

با توجه به بزرگتر شدن پروژه هزینه لازم برای حل مشکل نیز بیشتر می‌شود. دست یافتن به خصوصیات کیفی تنها وابسته به شیوه کد برنامه مانند (انتخاب زبان، الگوریتم و ساختمان داده و...) نیست بلکه وابسته به معماری نرم افزار نیز می‌باشد.

انواع صفات کیفی چه قابل مشاهده در زمان اجرا و چه غیر قابل مشاهده در زمان اجرا، مربوط به خود سیستم و برنامه کاربردی هستند و به آنها صفات کیفیتی نیز میگویند ولی یک سری ویژگی‌هایی تحت عنوان صفات کیفیتی تجاری از آنها یاد میشود که در معماری اثر گذار هستند مانند طول عمر پیش بینی شده برای سیستم، زمانبندی جهت ساخت

یک نسخه از محصول، زمان مورد نیاز برای فروش و هزینه و سود آوری.

در واقع خط مشی‌های مختلفی در مورد کیفیت نرم افزار وجود دارد که عبارتند از:

- برای سیستم‌های Real time و با ظرفیت پردازش بالا: Performance
- برای سیستم‌های قابل اطمینان و تحملپذیر در برابر خرابی: Dependability
- برای سیستم‌های با کارکرد سیستم‌های انسانی: Usability
- : برای سیستم‌هایی که در مخاطره هستند و سیستم‌های با امنیت: Safety
- برای سیستم‌های امنیتی مثل بانک‌ها و دانشگاه‌ها: Security
- اکثر سیستم‌های موجود: Integrity, Modifiability
- کارایی

کارایی ریشه در خاصیت منابع استفاده شده جهت بر آوردن نیازها و همچنین چگونگی به اشتراک گذاری منابع در زمان مواجهه با درخواستهای چندگانه که باید روی یک منبع یکسان انجام شود، دارد. این نوع مسائل تحت عنوان مسائل زمانبندی مطرح میشود. کارایی صفتی است که به پاسخگویی سیستم مربوط می‌شود. مسئله زمانبندی میتواند با استفاده از چهار نوع اطلاعات متفاوت بیان شود:

۱. Job ها و عملیات پردازش شده
۲. تعداد و نوع ماشینها
۳. دیسپلین‌هایی که شرایط و محدودیتهایی جهت تخصیص ایجاد میکنند.
۴. شرایطی که بتوان زمانبندی را ارزیابی کرد.

در مسائل زمانبندی به دو صورت میتوان کارایی را محاسبه کرد، به این صورت که یا مدت زمان لازم برای پاسخگویی به یک رویداد را اندازه گرفت و روش دوم اینکه تعداد taskهای انجام شده در یک واحد زمانی را اندازه بگیریم.

آزمایشگاه کیفیت نرم افزار

مهمترین استانداردهای مورد استفاده کنونی در زمینه آزمون کیفیت نرم افزار، استفاده از سری استانداردهای ISO ۲۵۰۰۰ (SQuaRE) می باشد و تا حدی نیز از استانداردهای قدیمی تر ISO ۹۱۲۶ و ISO ۱۴۵۹۸ نیز استفاده می شود. بخشی از آزمون های مورد اجرا در آزمایشگاه کیفیت نرم افزار:

• آزمون وظیفه مندی

اطمینان از پاسخگویی به تمامی نیازها
اطمینان از صحت پاسخگویی به نیازها
اطمینان از عکس العمل مناسب در مقابل ورود داده های غیر معتبر
اطمینان از تعامل صحیح داده ها بین اجزاء مختلف سیستم
اطمینان از گزارش خطاهای مناسب
اطمینان از گزارش گیری مناسب

• آزمون کارایی

زمان پاسخگویی سیستم در شرایط عادی
زمان پاسخگویی سیستم در بدترین شرایط

آزمون پایگاه داده

اطمینان از صحت پیکربندی پایگاه داده
اطمینان از صحت ذخیره سازی، جستجو، حذف، و به روز رسانی داده ها
اطمینان از امنیت و سطوح دسترسی

• آزمون امنیت



امنیت در سطح کنترل سطوح دسترسی کاربران مجاز به بخش های مختلف سیستم

امنیت در سطح کنترل دسترسی کاربران تعریف شده در جهت ورود به سیستم

• آزمون فشار

کنترل عملکرد سیستم در هنگام کمبود RAM, CPU, HARD در سرور

• آزمون بار

اطمینان از پاسخگویی مناسب با حداکثر تعداد کاربر

• آزمون حجم

بررسی وضعیت سیستم در حداکثر ارتباط موفق ممکن با پایگاه داده

بررسی وضعیت سیستم در استفاده از دستورات SQL با حداکثر میزان داده و رکورد

• آزمون واسط کاربری

کنترل سهولت استفاده از قسمت های مختلف، پنجره های مختلف، فیلدهای مختلف
کنترل مشخصات پنجره ها مانند منوها، اندازه ها،

موقعیت ها، رنگ ها و....

• آزمون پیکربندی

اطمینان از صحت عملکرد در محیط های مختلف نرم افزاری و سخت افزاری مشخص شده

• آزمون نصب

کنترل نصب با پیکربندی های مختلف در شرایط نرمال و غیر نرمال. (غیر نرمال مانند کمبود حافظه)

اطمینان از صحت عملکرد سیستم با یکبار نصب

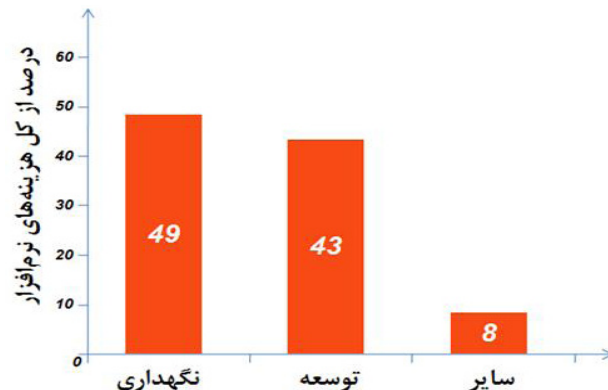
• آزمون دوام تجاری

اطمینان از مطابقت سیستم با مدل تجاری مورد نیاز

اطمینان از پایداری ماندن با شرایط مختلف در محیط اجرا
بطور کلی آزمون نرم افزار و وجود مراکز آزمون نرم افزار در پنج حوزه ذیل تأثیرات بسزایی خواهد داشت:

- تأثیرات اقتصادی
- کمک به صادرات نرم افزار
- تأثیرات اجتماعی
- کمک به توسعه فناوری اطلاعات در کشور
- اصلاح فرهنگ تولید نرم افزار در کشور

شکل ذیل بیانگر هزینه های مرتبط با توسعه و نگهداری محصولات نرم افزاری در ۴۸۷ سازمان بزرگ جهان است:



همانطور که در شکل فوق مشاهده می شود هزینه نگهداری ۶ درصد بیش از هزینه توسعه محصول نرم افزاری شده است، که با وجود مراکز آزمون نرم افزار و اجرای دقیق آزمون های نرم افزاری، هزینه نگهداری بسیار کاهش می یابد.

گردآوری توسط:

زهرا ضیائی کارشناس رتبه عالی فناوری اطلاعات و رئیس گروه صنعت فناوری اطلاعات وزارت صنعت، معدن و تجارت
هدیه سپهروند کارشناس ارشد فناوری اطلاعات دفتر توسعه و کاربرد فناوری اطلاعات وزارت صنعت، معدن و تجارت

بسته‌های دارویی ارگانیک برای درمان گیاهان

نمونه خارجی خود است. این محصول شامل اکثر ترکیبات آلی مورد نیاز گیاه را به همراه ۱۶ عنصر مورد نیاز گیاه، به صورت ترکیبات آلی همسو با فعالیت متابولیکی از نقطه نظر آنانتیومرها، بدون ترکیبات هورمونی و لیگندهای شیمیایی مخرب (EDTA-EDDHA) و... سنتز و به صورت کتوردیناسیون، عناصر را غنی سازی کرده است و توانسته ساختارهایی با توزیع اندازه زیر یک میکرون با پایداری صد در صد $pH=9$ تولید داشته باشد.

علاوه بر افزایش کمیت، کیفیت نیز افزایش خواهد یافت و به این صورت که در دانه‌های برنج تا ۲۰ درصد افزایش پروتئین را شامل می‌شود. همچنین توانسته است مقدار اسید تولید شده از گندم را به میزان زیادی کاهش دهد و از تجمع نیترات در محصولات جلوگیری کند. افزایش ماندگاری محصولاتی که در انبار نگهداری می‌شود و افزایش سودآوری برای کشاورزان از دیگر مزایای این محصول ارائه شده است.

افزایش میزان تولیدات سالانه با احداث کارخانه مادر

تولید سالانه این شرکت فناور به میزان ۲۰ تن در سال است که با راه اندازی کارخانه جدید این میزان به ۵۰۰ تن نیز در سال خواهد رسید. نمونه‌های تولید شده در خصوص درمان گیاهان دارویی از ۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار تومان است که این مکمل‌ها فاقد مواد شیمیایی و هورمون و فوق‌العاده پیشرفته تر از



و درک فرایندهای دخیل در امر رشد و نمو، باید علاوه بر کود دهی، مکمل‌هایی را در نظر گرفت که گیاه را برای بهینه مصرف کردن ترغیب نموده و گیاه را برای پایین نگه داشتن انرژی مصرفی، نسبت آنابولیسم (که با مصرف انرژی همراه است) به کاتابولیسم (که با تولید انرژی همراه است) در جهت تقویت گیاه برای رشد و نمو و مقابله با تنش‌های یاری نمود. و این شاخصه‌ها دلیل بر افزایش سودآوری در بخش صادرات است.

شاخصه‌های بارز مکمل‌های تقویتی غنی شده برای گیاهان

تولید این مکمل تقویتی در جهت کمک به کشاورزان و تکمیل کننده چرخه زیستی گیاهان است که باعث افزایش برداشت گیاهان از ۳۰ تا ۲۰۰ درصد خواهد شد و این توانایی افزایش برداشت برای نخستین بار در کشور به انجام رسیده است.

تولید انواع مکمل‌های تقویتی برای گیاهان با انواع روش مصرف از جمله محلول پاشی، مصرف خاکی و تزریق در تنه درختان برای نخستین بار در کشور توانسته است بسیاری از بیماری‌های درختان را به روش بیوتکنولوژی بدون سموم شیمیایی مدوا کند. به دلیل تأثیرات کودهای شیمیایی بر سلامت خاک و کیفیت محصولات کشاورزی موضوع استفاده از کودهای آلی و حذف کامل کودهای شیمیایی از چرخه تولید و تمرکز بر تولیدات ارگانیک مسئله مهم دیگری است که مسیر کشاورزی نوین را روشن می‌سازد.

هدف از تولید محصولات توسعه کشاورزی ارگانیک و ترویج دانش‌های روز بیوتکنولوژی است که توسط شرکت فناور "بسپار دانش سبز" از شرکت‌های حاضر در پنجمین نمایشگاه و جشنواره ملی علم تا عمل ارائه شد. سودآوری بالای محصول در حوزه صادرات این شرکت تنها در حوزه صادرات فعال بوده است و فروش داخلی نداشته است و در حال حاضر در حال مذاکره با کشورهای نظیر ترکیه، قبرس، عراق و کانادا نیز است.

برطرف کردن نیاز غذایی گیاهان ضامن تولید اقتصادی و بهره‌برداری مناسب بود از این رو شناخت دقیق نیاز غذایی گیاهان و نقش هر یک از عناصر غذایی در چرخه سوخت و ساز یا متابولیسم گیاه راهنمای ما در مدیریت و نگهداری باغات و مزارع است. توجه به فرایند متابولیسمی چرخه حیات در گیاهان



چین



معرفی: جمهوری خلق چین در نیمکره شمالی در قسمت شرقی قاره آسیا و ساحل غربی اقیانوس آرام قرار دارد. در شرق آمریکای جنوبی قرار دارد. این کشور با کشورهای افغانستان، بوتان، برمه، هندوستان، قزاقستان، کره شمالی، قرقیزستان، لائوس، مغولستان، نپال، پاکستان، روسیه شمال شرقی، روسیه شمال غربی، تاجیکستان، ویتنام، هنگ کنگ و ماکائو می باشد.

جمعیت این کشور بالغ بر یک میلیارد و ۳۰۰ میلیون نفر است. واحد پول آن یوان است و زبان رسمی این کشور چینی ماندارین و سه آئین کنفوسیوس، دائو و بودا به عنوان مهمترین ادیان تاریخی چین به شمار می آیند.

پکن پایتخت این کشور می باشد. شهرهای مهم و عمده این کشور شانگهای، وهان، شن یانگ، گوانگ ژو و کونینگ دائو می باشد و ساعت بین المللی چین به طور میانگین چهار و نیم ساعت جلوتر است.

محیط سیاسی، قانونی، فرهنگی و اقتصادی

- جمهوری خلق چین یک کشور سوسیالیستی است. نظام سوسیالیسم مظام اصلی جمهوری خلق چین است. اهم سیستم مرکزی دولت اداره کننده چین را شش جایگاه تشکیل می دهد که عبارت اند از: کنگره ملی نمایندگان خلق و کمیته مرکزی حزب کمونیست چین، رئیس جمهور، شورای دولتی چین، کمیسیون نظامی حزب کمونیست چین، دادگاه عالی خلق و دادستانی عالی خلق سیستم حکومتی چین، جمهوری خلق و مبتنی بر حاکمیت مطلق حزب کمونیست است.
- بر اساس ارزیابی های انجام شده توسط نهادهای بین المللی، چین از ثبات نسبی بالایی برخوردار بوده و جهت سرمایه گذاری مناسب است.
- طبق قانون اساسی چین، تصاحب و یا تخریب اموال کشور و یا دسته جمعی توسط هر سازمان و شخصی به هر شیوه ای ممنوع است. کشور از منافع

اقتصادهای غیر دولتی مانند اقتصادهای شخصی و خصوصی حفاظت می کند و اموال قانونی اتباع غیر قابل تجاوز است.

- کشور چین دارای سیاست های گمرکی در بخش واردات کالا می باشد. کالاهای مشمول کاهش نرخ عوارض وارداتی در دو بخش قرار می گیرند:
- مواد خام طبیعی و کالاهای اولیه نظیر چرم، الوار و خمیر کاغذ
- تجهیزات و ماشین آلات پیشرفته و ماشین آلات با فناوری بالا، قطعات، لوازم و غیره.
- اشخاصی که تمایل دارند به چین سفر کنند، بایستی برای کسب روادید به کنسولگری یا سفارت چین در کشور متبوع خود مراجعه نمایند. در زمان درخواست برای روادید، لازم است از سازمان چینی میزبان دعوت نامه ارائه شود. ویزای صادر شده عموماً برای یک بار ورود صادر می شود و برای مدت محدودی اعتبار دارد.
- چین کشوری کثیر المذهب است. این کشور در کل با داشتن ۵۶ قومیت

به عنوان کشوری با نژادها و اقوام فراوان به حساب می آید. از این تعداد ۱۰ قوم مسلمان بوده و جمعیت آنان در حدود ۲۰ میلیون نفر است.

- صنایع عمده این کشور شامل استخراج معدن و فراوری کانه های معدنی، آهن و فولاد، آلومینیوم، ذغال سنگ، منسوجات، ماشین آلات، تسلیحات، جامه، نفت خام، سیمان، مواد شیمیایی، فراوری مواد غذایی، کود شیمیایی، اتومبیل و دیگر تجهیزات حمل و نقل شامل ماشین ریلی و لوکوموتیو، کشتی و هواپیما، محصولات مصرفی شامل کفش، اسباب بازی و لوازم برقی، مخابراتی و فناوری اطلاعات می باشد. این کشور بزرگترین تولید کننده فولاد در جهان است.
- چین پرجمعیت ترین کشور جهان و بزرگترین تولید کننده و مصرف کننده محصولات کشاورزی است. این کشور بزرگترین تولید کننده برنج و یکی از تولید کنندگان اصلی محصولات چوبی چون گندم، ذرت، تنباکو، بادام زمینی، پنبه، سیب زمینی، چای، ارزن، جو، دانه های روغن، لوبیای سویا چغندر در جهان می باشد.



"عمده محصولات صادراتی ایران
به کشور چین به شرح زیر می باشد:

نوع کالا
ساختها
سنگ فلز، جوش و خاکستر
محصولات آلی
نمک و گوگرد
مواد پلاستیکی
مس
میوه
لوکوموتیوهای راه آهن یا تراموا
کائوچو
پوست خام و چرم
ماهیهها و قشر داران
آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم

جلسات باید تعطیلات رسمی چین، علی الخصوص سال جدید چینی مورد توجه قرار گیرند.

• جلسه باید با سخن کوتاه و خلاصه آغاز شود. اگر اولین جلسه است، در ارتباط با تجارب شخصی در کشور چین صحبت کوتاهی شود و توجه گردد که این مورد باید مثبت و خودداری از هر گونه بحث سیاسی انجام پذیرد.

• بایستی سر وقت و یا زودتر در جلسه حاضر شوید. چینی ها به نکات ریز بسیار توجه دارند و دیر حاضر شدن در جلسه را بی احترامی تلقی نموده و در نگرش منفی آنها نقش دارد.

• به همراه آوردن مترجم در جلسات به خصوص زمانی که مباحث قانونی و فنی هستند، الزامی است.

چینی ها در دنیا به عنوان مذاکره کنندگان بی مانندی مشهور شده اند. هدف اصلی چینی ها در جلسات دستیابی به امتیازات است. با در نظر گرفتن این مورد، بایستی راهبردی تدوین گردد و در جلسات باید مصالحه نشان داده شود و این اطمینان به مذاکره کنندگان چینی داده شود که آنها به امتیازهای اصلی دست خواهند یافت.

تجارت خارجی

• اقلام عمده واردات کشور چین شامل ماشین آلات و دستگاه های برقی و اجزا و قطعات آنها، دستگاه های ضبط و پخش صوت، دستگاه های ضبط و پخش صوت و تصویر تلویزیونی، اجزا و قطعات و متفرعات این دستگاه ها، راکتورهای هسته ای، دیگ بخار و آبگرم، ماشین آلات و وسایل مکانیکی، اجزا و قطعات آنها بوده است.

• کشورهای ژاپن، کره، تایوان، آمریکا، آلمان، مالزی و استرالیا سهم عمده ای از صادرات محصول به چین را دارا هستند.

منبع: سازمان توسعه تجارت ایران

• چینی ها از انجام دادن تجارت با شرکت هایی که نمی شناسند استقبال نمی نمایند و بایستی حتما از طریق واسطه ای این کار انجام گردد. این واسطه می تواند یک شخص حقیقی و یا شرکت حقوقی باشد که شرکت مورد نظر را به طور رسمی معرفی نموده و قابلیت اطمینان آن را تضمین نماید.

• پیش از ورود به چین جهت مذاکره، مواردی را برای معرفی شرکت خود همچون رزومه به همراه فعالیت ها و خدمات به زبان چینی برای شرکت مورد نظر ارسال نمایید. چینی ها معمولاً سوالات خود را از طریق واسطه مطرح می نمایند و ترجیح می دهند که این امر را به طور مستقیم انجام ندهند.



آداب مذاکره

انجام تجارت در چین نیازمند

یادگیری فرهنگ تجارت، آداب تجارت، قواعد برگزاری جلسه و تکنیک های مذاکره در چین می باشد تا به کمک این موارد بتوان تاثیر پذیری از تباطات تجاری را به حداکثر رساند.

لذا در این بخش سعی گردیده است تا موارد بسیار مهم در امر انجام تجارت در چین مورد آشنایی معرفی شوند.

• جهت برقراری روابط تجاری با چینی ها باید بسیار صبور بود، زیرا زمان قابل توجه و بروکراسی بسیار زیادی را می طلبد.

• چینی ها ملاقات رودرو را به تلفن و مکاتبه بیشتر ترجیح می دهند.

• در مورد قرار ملاقات با طرف چینی، سعی شود تاریخ جلسات بین آوریل تا ژوئن و سپتامبر تا اکتبر رزرو گردد. در تنظیم تاریخ



صندوق توسعه فناوری های نوین

مربوط به دانش فنی، ایجاد کسب و کارهای جدید در حوزه های مختلف فناوری های پیشرفته دارای ارزش افزوده بالا و تسريع در فرايند تبديل ايده به ثروت (نوآوری) و جلوگیری از بروکراسی معمول را نیز می بایست به اهداف شکل گیری صندوق توسعه فناوری های نوین اضافه کرد.

ضرورت ایجاد صندوق های پژوهش و فناوری

کارآفرینان متخصص و نوآوران به دلیل ضعف ساختارهای تامین مالی و سرمایه گذاری در کشور امکان بروز و ظهور قابلیت های فناورانه خود را به قدر توان خود و نیازهای کشور نمی یابند. در همین راستا صندوق های پژوهش و فناوری، با هدف ارائه خدمات مالی ویژه به کارآفرینان متخصص و نوآور کشور و در راستای کمک به فعالیت های پژوهشی، علمی و فناوری بخش غیر دولتی تاسیس گردیده اند.

بطور کلی لزوم ایجاد صندوق های پژوهش و فناوری را می توان بصورت ذیل عنوان نمود:

- ۱- عدم تمایل نهادهای مالی سنتی (بانکها) برای سرمایه گذاری در فناوری های نو و ریسک پذیر
- ۲- جبران خلأ ناشی از فقدان ادبیات مشترک بین بانک ها و محققان و نوآوران خصوصاً مسائل مربوط به دانش فنی
- ۳- ایجاد کسب و کارهای جدید در حوزه های مختلف فناوری های پیشرفته
- ۴- راهبری تخصصی پروژه های دانش بنیان تا تجاری سازی یافته های پژوهشی
- ۵- ارایه مشاوره مالی و سرمایه گذاری

صندوق توسعه فناوری های نوین از جمله صندوق های غیردولتی پژوهش و فناوری است که به منظور ایجاد زمینه های مشارکت و سرمایه گذاری بخش غیردولتی و حمایت کمی و کیفی از فعالیتهای پژوهشی کاربردی- توسعه ای و فناوری و همچنین ارائه خدمات مالی ویژه و منحصر به فرد به کارآفرینان متخصص و نوآوران با حمایت دولت و پارک فناوری پردیس مستند بر ماده ۱۰۰ قانون برنامه سوم توسعه کشور (مکرر در ماده ۴۵ قانون برنامه چهارم توسعه) و بر اساس مجوز کارگروه مربوطه، در سال ۱۳۸۶ تاسیس شد.

سهمداران این صندوق شامل وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، پارک فناوری پردیس ریاست جمهوری، شرکت کارآفرینی و فناوری ایران، موسسه توسعه فناوری نخبگان و موسسه توسعه علم و فناوری ایرانیان می شوند. ماموریت صندوق توسعه فناوری های نوین، ارائه خدمات مالی به منظور کمک به تولید، توسعه و فروش فناوری های نوین می باشد.

اهداف صندوق توسعه فناوری های نوین بر اساس آیین

نامه اجرایی ماده ۱۰۰ قانون برنامه سوم توسعه کشور و

اساسنامه مصوب هیئت محترم دولت بسیار متنوع

است. ایجاد زمینه مشارکت و سرمایه گذاری

بخش غیردولتی در بخش پژوهش و فناوری،

کمک به دستگاه های اجرایی در جهت تجاری

سازی، دستاوردهای پژوهش و فناوری و رفع

مشکلات و موانع ایشانو جبران عدم تمایل

نهادهای مالی سنتی (همچون بانکها) برای

سرمایه گذاری در فناوری های نوین و دانش بنیان

بدلیل ریسک بالای آنها از جمله این اهداف است.

جبران خلأ ناشی از فقدان ادبیات مشترک بین

بانک ها و محققان و نوآوران خصوصاً در مسائل



صندوق توسعه فناوری های نوین
HI-TECH DEVELOPMENT FUND

جهت تشویق سرمایه گذاران در حوزه فناوری های نوین

۶- ارائه ابزارهای مناسب برای کمک به ترویج فناوری های نوین با ایجاد و توسعه بنگاه های دانش بنیان

۷- کاهش ریسک و تشویق سایر نهادهای مالی برای سرمایه گذاری در حوزه فناوری های نوین

در این میان یکی از وظایف صندوق توسعه فناوری های نوین، تضمین اجرای به موقع و صحیح تعهدات طرح ها و محصولات شرکت های دانش بنیان در انعقاد قراردادها با افراد حقیقی و حقوقی میباشد. لذا صندوق با بررسی تخصصی ریسک های معمول طرح ها و محصولات، گارانتی طرح و یا محصول مورد نظر را تضمین می نماید و برای جبران این ریسک نیز با همکاری بیمه ایران، بیمه نامه نیز صادر می گردد.

به این ترتیب با ایجاد این مزیت رقابتی، شرکت دانش بنیان می تواند محصول خود را در مقایسه با کالاهای مشابه، راحت تر به فروش برساند. لازم به ذکر است که این مدل به صورت موقت بوده و صندوق در حال تدوین آیین نامه جامع تضمین فناوری می باشد

منبع: hitechfund.ir

تجربه‌ای متفاوت از پرواز به روی زمین

فرزانه صدقی



امروزه به کارگیری از شبیه سازهای مدرن برای حذف آموزش با هواپیما به عنوان یک ضرورت مهم تلقی می شود. ایرج ابراهیمی، نخستین طراح و سازنده شبیه ساز هواپیمای ایرانی و مدیر شرکت فناوری هوایی شاهین از

جمله کسانی است که سال‌ها در این زمینه به فعالیت پرداخته و با بومی ساختن دانش این تکنولوژی، کشور را از واردات این محصول بی نیاز کرده است. حدود شش ماه پیش با تایید معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری دومین شرکت اوبانام شبیه سازان پیشرفته ابراهیمی در زمره شرکت‌های دانش بنیان قرار گرفت. خبرنگار ماهنامه صادرات و خدمات دانش بنیان به این منظور گفت و گویی اختصاصی با او انجام داد.

عمده فعالیت شما در این شرکت مربوط به ساخت چه محصولاتی است؟

عمده فعالیت شرکت ما مربوط به طراحی و ساخت شبیه سازهای پرواز برای آموزش خلبانی است. ما هم اکنون موفق به ساخت شبیه سازهای هواپیمای آموزشی T۲۱ پر فروش ترین محصول این شرکت، ایرباس ۳۲۰ (پیشرفته ترین هواپیمای مسافربری) و فضاپیما برای آموزش فضانوردی شده ایم.

شبیه ساز پرواز در واقع چیست و چه کاری انجام می دهد؟

شبیه ساز یک هواپیمای ثابت است که با مدل‌های ریاضی طراحی شده و تجهیزات سخت افزاری مانند چند کامپیوتر، نمایشگر، گیج، دسته، یوک (فرمان هواپیما)، پدال، ترائل (دسته گاز هواپیما) دارد. زمانی که خلبان پشت سیستم می نشیند تمام شرایط آب و هوایی، پستی و بلندی و ارتفاع پرواز برای او شبیه سازی می شود.

برای ساخت این محصولات استانداردهای بین المللی را هم رعایت کرده اید؟

بله این محصولات تاییدیه لازمشان را از سازمان هواپیمایی کشور دریافت کرده اند و دارای گواهینامه های بین المللی هستند؛ هم اکنون سازمان هواپیمای کشور جزء سازمان های بین المللی و هوانوردی است بنابراین ما برای ساخت این محصول موظف به رعایت استانداردهای بین المللی هستیم.

آیا تاکنون صادراتی به کشورهای دیگر داشته اید؟

بله ما حدود ۴-۵ سال پیش کار صادرات این محصول به دو کشور قطر و دبی را شروع کردیم که در این مسیر مشکلات زیادی از قبیل تحریم و نیز مشکلات اقتصادی کشور روند صادرات را کند نموده است.

بازار هدف شما برای صادرات این محصولات کدام

کشورها هستند؟

اکثر کشورهای آسیایی، آفریقایی و حتی کشورهای پیشرفته قوی اروپایی و آمریکایی به دلیل کیفیت خوب و قیمت مناسب این دستگاه خریدار محصول ما هستند که به دلیل شرایط تحریم صادرات این محصول با مشکلاتی همراه می باشد؛ بزرگی کابین و مشکل حمل و نقل و شرایط انتقال پول به دلیل تحریم ها از عمده مشکلات ما برای صادرات این کالا است.

شما به عنوان شخص موفق که چندین سال در این حوزه مشغول به کار بوده اید چه توصیه و مشاوره ای به دوستان و علاقمندان ورود به این حوزه دارید؟

هم اکنون بازار ساخت شبیه سازهای پرواز خیلی گسترده و محدود به ۱ یا ۲ شرکت نیست. بسیاری از خلبان ها برای دریافت گواهینامه و دریافت امتیاز پرواز نیاز به طی کردن



دوره های آموزشی با این شبیه سازها هستند بنابراین توصیه می کنم مهندسان هوافضا، الکترونیک، کامپیوتری که علاقمند به این کار هستند با تشکیل یک گروه تحقیقاتی وارد این حوزه شوند. این محصول «های تک» ارزش افزوده بسیار خوبی دارد و هر کسی نمی تواند به علت پیچیدگی های آن وارد این حوزه شود. در نتیجه رقابتی این حوزه در سطح دنیا بسیار اندک است.

از دید شما که وارد بحث صادرات شده اید، تولید کنندگان داخلی شبیه سازها باید چه قابلیت هایی داشته باشد که بتوانند در فضا های بین المللی ورود پیدا کنند؟

تولید کنندندهای داخل باید مطابق با معیارها و استانداردهای جهانی این چنین شبیه سازهایی را بسازند یعنی باید تمام دیتاها، اطلاعات، استارت موتور، چک کردن کارها، بلند شدن و اوج گیری و کم کردن ارتفاع پرواز شبیه ساز با عملکرد هواپیمای واقعی مطابقت داشته باشد. سازمان هواپیمایی کشور به ساخت چنین شبیه سازهایی گواهی استاندارد صادر می کند. من به تولید کنندگان توصیه می کنم قدم به قدم طراحی و ساخت محصولاتشان را بر اساس این استانداردها بسازند؛ تمام ریزه کاری های این استانداردها در کتابچه سازمان هواپیمای کشور نوشته شده است.

گام بعدی تحقیقات شما چیست؟

ساخت دستگاه شبیه ساز ورزشی (فضای کوهستانی، جنگلی و ساحل دریا ضمن ورزش و پیاده روی، برای فرد شبیه سازی شده است) و شبیه ساز هلی کوپتر تفریحی برای استفاده در شهر بازی ها از جمله طرح های آینده ما است؛ به امید خدا این دو شبیه ساز طی یک سال آینده وارد بازار خواهد شد.

مختلفی از جمله انحصارطلبی بوده، که موجب تشکیل دادگاه‌های قضایی بسیاری علیه آن، به علت تجاوز از قوانین انحصار، در وزارت دادگستری ایالات متحده آمریکا و کمیسیون اروپا شده است.

مایکروسافت علاوه بر بازار سیستم‌عامل و نرم‌افزار اداری، در زمینه‌های دیگر هم فعالیت می‌کند مانند: شبکه تلویزیونی ام‌اس‌ان‌بی‌سی "MSNBC"، سایت اینترنتی «ام‌اس‌ان» و دانشنامه چندرسانه‌ای انکار تا (که دیگر انتشار نمی‌یابد). همچنین در زمینه تولید سخت‌افزار رایانه، با ساخت محصولاتی مانند موشواره و نیز سرگرمی‌های خانگی، از جمله ایکس‌باکس، ایکس‌باکس ۳۶۰ و زون (zune) نیز می‌پردازد. مایکروسافت از گذشته تاکنون با استفاده از روش‌های مختلف مانند گروه خبری یوزنت "Usenet" و وب، پشتیبانی از نرم‌افزارهای خود را همواره ادامه داده است و جایزه ام‌وی‌پی Microsoft MVP را به داوطلبانی که در کمک به مشتریان شرکت مفید بوده باشند، اهدا می‌کند.

در آوریل ۲۰۱۴ مایکروسافت شرکت فنلاندی تولید تلفن همراه نوکیا را به قیمت هفت و نیم میلیارد دلار خرید. بدین ترتیب تولید گوشی‌های تلفن همراه توسط شرکت نوکیا برای همیشه به پایان رسید. با وجود این نوکیا اعلام کرد از این پس بر خدمات نرم‌افزاری، نقشه‌کشی، شبکه‌سازی و پیشبرد فناوری متمرکز خواهد شد. تلفن‌های همراه نوکیا پس از ورود گوشی‌های هوشمند به ویژه سامسونگ و آیفون، به سرعت از رده خارج شدند.

مایکروسافت چهارمین شرکت نوآور جهان در سال ۲۰۱۴

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

هر سال از سال ۲۰۰۵ تا اکنون، این نهاد بیش از ۱۵۰۰ مدیران ارشد شرکت‌های بزرگ و خلاق

جهان را بررسی می‌کند و از آن میان خلاق‌ترین



Microsoft®

مایکروسافت



برای ویندوز جایگاه مهمی در بازار فروش محصولات کامپیوترهای شخصی و کامپیوترهای رومیزی پیدا کردند.

مایکروسافت که در ابتدا کار خود را توسط دو دوست دوران کودکی به نام‌های بیل گیتس و پل جی. آلن با ساخت و فروش مفسر زبان برنامه‌نویسی بیسیک (Basic interpreters) برای آلتایر (Altair) شروع کرد،

در اواسط دهه ۸۰ میلادی با طراحی سیستم‌عامل داس بر بازار سیستم‌های عامل رایانه‌های خانگی مسلط شد.

شرکت، سهام خود را وارد بورس کرد، که با افزایش ارزش سهام، چهار نفر، میلیاردی و حدود ۱۲/۰۰۰ نفر از کارکنان مایکروسافت، میلیونر شدند.

شرکت مایکروسافت همواره هدف نقدهای

مایکروسافت (Microsoft Corporation) شرکت کامپیوتری آمریکایی و چندملیتی است، که دفتر مرکزی آن در شهر ردموند، ایالت واشینگتن، ایالات متحده آمریکا قرار دارد. این شرکت، بزرگترین شرکت ارائه نرم‌افزار رایانه در دنیاست، که به انتشار کتاب و تولید محصولات چندرسانه‌ای و ارائه خدمات پست الکترونیکی نیز می‌پردازد. فعالیت اصلی آن در زمینه طراحی، توسعه، ساخت، صدور مجوز، پشتیبانی و ارائه خدمات نرم‌افزاری برای ابزارهای رایانه‌ای می‌باشد.

پرفروش‌ترین محصولات مایکروسافت، سیستم‌عامل «ویندوز» و نرم‌افزار «آفیس» است و شعار اصلی شرکت «یک رایانه روی هر میز و در هر خانه، که نرم‌افزارهای مایکروسافت را اجرا کند.» می‌باشد. این دو محصول با سهمی حدود ۹۰ درصد در سال ۲۰۰۳ برای مایکروسافت آفیس و در سال ۲۰۰۶

01  +21% 118,883 \$m	02  +15% 107,439 \$m	03  +3% 81,583 \$m	04  +8% 72,244 \$m
05  +3% 61,154 \$m	06  -3% 45,480 \$m	07  +15% 45,462 \$m	08  +20% 42,392 \$m

شرکت‌ها در صنایع مختلف، از جمله تکنولوژی نوین، اینترنت، موتورسازی، تکنولوژی سخت افزار و غیره را انتخاب و معرفی می‌کنند.

مایکروسافت در رتبه پنجم گرانترین برندهای جهان در سال ۲۰۱۴

مایکروسافت در رتبه بندی اینترنتی در رتبه ۵ گرانترین برندهای جهان در سال ۲۰۱۴ قرار گرفته است. یک سال پس از خداحافظی استیو بالمر از مایکروسافت به نظر می‌رسد که این شرکت جای خالی مدیر خود را احساس نکرده و با رشد ۳+ درصد در صدی نسبت به سال گذشته مواجه شده است. مایکروسافت در سال ۲۰۱۱ میلادی با کاهش ۲- درصد، در سال ۲۰۱۲ میلادی با ۳- درصد و در سال ۲۰۱۳ میلادی نیز با رشد ۳+ درصد و در سال جاری نیز با رشد ۳+ درصد روبرو شده تا بر خلاف رفتن بالمر به سقوط خود ادامه ندهد. این شرکت ملیتی امریکایی داشته و در سال ۲۰۱۳ میلادی نیز همانند سال جاری در رتبه ۵ ایستاد.

مایکروسافت در رتبه پنجمین شرکت مبتکر جهان در سال ۲۰۱۴

شرکت مایکروسافت با ۶ درصد رشد ۲۸۲۹ اختراع در سال ۲۰۱۴، در رده ی پنجمین شرکت خلاق و نو آور قرار گرفته است و با ۹۱.۵ میلیارد دلار، درآمد خوبی از اختراعات کسب کرده است. یکی از نکات قابل توجه درباره این شرکت محبوب، رشد موفقیت‌آمیز ردموندی‌ها در زمینه ی فضای ابری و محصولات cloud بوده است.

چهار شرکت بالای جدول برترین‌ها هم سونی، Canon، سامسونگ و IBM هستند.

EXHIBIT 2 | The 50 Most Innovative Companies of 2014

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

Source: 2014 BCG Global Innovators survey.

¹Includes all Samsung business groups (including electronics and heavy industry).

²Includes Nokia.

³Includes Mercedes-Benz.

گزارش برپایی پاوون هایتک در نمایشگاه اختصاصی جمهوری اسلامی ایران در بغداد

پاسخگوی نیازهای کشور عراق و منطقه خاورمیانه که ۵۰۰ میلیون نفر جمعیت را به خود تخصیص می دهد باشد، این وضعیت به لحاظ اقتصادی پتانسیل های بالایی را می تواند برای ارز آوری و اقتصاد غیر نفتی ایجاد کند. ایران و عراق فرصت های تجاری مناسبی را دارا بوده و نقاط مشترک زیادی دارند، اما این روابط اقتصادی کافی نیست و استفاده از ظرفیت های فنی و تکنولوژی اثربخش خواهد بود.

از بعد توانمندی علمی و فناوری با پیشرفت های بزرگ صورت گرفته و نیازمندی عراق در این حوزه می توان این فرصت را مغتن شمرد و شروع صادرات دانش بنیان را از طریق این کشور همسایه توسعه بخشید.

اکنون با توجه به آنکه ایران برای آرامش و امنیت در عراق نقش موثری داشته است، و وجود داعش در عراق ناامنی هایی را در این کشور ایجاد کرده، اما قطعاً با توجه به شواهد در آینده ای نزدیک امنیت در بخش های وسیع و تمام نقاط عراق انشالله ایجاد خواهد شد. همین جلب اعتماد عراق به ایران با توجه به کمک های اخیر ایران در این ناامنی های بوجود آمده توسط داعش فرصتی است که این اعتماد را غنیمت شمرده و در حوزه های مختلف تجاری با اقتدار ورود نمود.

طبق سند چشم انداز ایران باید در تمام شاخص های اقتصادی از جمله حمل و نقل، انرژی و صادرات رتبه اول را



موقعیت استراتژیک بازار عراق برای ایران و لزوم گسترش روابط تجاری ایران و عراق

با توجه به همسایگی و موقعیت استراتژیک عراق برای ایران بخش خصوصی باید با توجه به امنیت در بخش های وسیعی از عراق حضور فعال تری داشته باشد.

افزایش تجارت و توسعه روابط علاوه بر بازار منطقه در صحنه های جهانی kdc اثرگذار خواهد بود. هم اکنون با توجه به گستردگی نیروی انسانی در ایران می توان از ظرفیت آن در تمام ابعاد از جمله صادرات، کارآفرینی و توسعه روابط تجاری با عراق استفاده کرد.

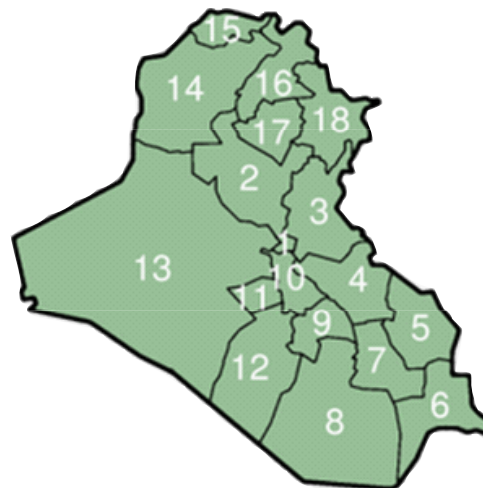
با توجه به این موضوع که شرکت ها و محصولات متنوعی اکنون در داخل کشور موجود می باشند که می توانند

آشوریان و غیره حدود ۵ درصد از جمعیت عراق را تشکیل می دهند. همچنین حدود ۶۰ درصد - ۶۵ درصد مردم عراق شیعه، ۳۲ درصد - ۳۷ درصد سنی و ۳ درصد مسیحی و پیروان سایر ادیان هستند. عراق محل زندگی و دفن ۶ امام شیعه است و شهرهای نجف، کربلا، کاظمین و سامرا زیارتگاه شیعیان جهان است.

تقسیمات کشوری

عراق ۱۸ استان دارد:

۱. بغداد ۲. صلاح الدین ۳. دیاله ۴. واسط ۵. میسان
۶. بصره ۷. ذی قار ۸. مثنی ۹. قادسیه ۱۰. بابل
۱۱. کربلا ۱۲. نجف ۱۳. انبار ۱۴. نینوا ۱۵. دهوک
۱۶. اربیل ۱۷. کرکوک ۱۸. سلیمانیه



عراق با نام رسمی جمهوری عراق (به عربی: الجمهورية العراقية) (به کردی: کوماری عیراق) کشوری در خاورمیانه و جنوب غربی آسیا است. پایتخت عراق شهر بغداد است. این کشور از جنوب با عربستان سعودی و کویت، از غرب با اردن و سوریه، از شرق با ایران و از شمال با ترکیه همسایه است. عراق در منطقه جنوب خود، مرز آبی کوچکی با خلیج فارس دارد و دو رود مشهور دجله و فرات که منشأ تمدن های باستانی میان رودان (بین النهرین) در طول تاریخ کهن این کشورند از شمال کشور به جنوب آن روان هستند و با پیوستن به رود کارون، اروندرود را تشکیل می دهند و به خلیج فارس می ریزند.

گستره عراق ۴۳۸،۳۱۷ کیلومتر مربع (۱۵۸م، حدود یک چهارم ایران) است. بیشتر سرزمین عراق پست و هموار و گرمسیری است. غرب عراق کویر است و شرق آن جلگه های حاصلخیز. ولی بخشی از کردستان عراق (شمال خاور) کوهستانی و سردسیر می باشد. همچنین عراق یکی از بزرگترین کشورهای دارای منابع نفت می باشد. این کشور دارای ۱۴۳ میلیارد بشکه ذخایر تایید شده نفتی می باشد.

عراق با ۳۲،۵۸۵،۶۹۲ نفر (آمار ژوئیه ۲۰۱۴) جمعیت چهارمین کشور پر جمعیت دنیا است. عرب ها ۷۵ درصد - ۸۰ درصد، کردها ۱۵ درصد - ۲۰ درصد، ترکمنان،

بازدید سردار قاسمی از غرفه معاونت



پلان سالنی که غرفه معاونت علمی فناوری در آن حضور داشت



طرح نهایی غرفه های معاونت در نمایشگاه بغداد

معاونت علمی فناوری ریاست جمهوری در نمایشگاه اختصاصی جمهوری اسلامی ایران در بغداد روی هم رفته فضای ۲۰۰ متر مربع را به شکل دو جزیره ۱۰۰ متری به خود اختصاص دادند. تعداد ۱۲ غرفه به شرکت های حاضر در این نمایشگاه اختصاص داده شد تا به نمایش و معرفی محصول و فعالیت های خود بپردازند.

۱	گروه صنعتی و شیمیایی ریف													
۲														
۳	برنو آفرینان سفا	اتبار				شرکت تجارت								
۴						داتسن و فناوری								
۵		اتاق جلسات				همای مهر اندیشه								
۶	سازان													
۷	شرکت طراحی مهندسی سننام	شرکت فناوری اطلاعات و ارنیاطات پاساژگاه آرمان FANAP				شرکت بالاکستر								
۸														
۹														
۱۰														
	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰				

۱	اکسپر ناتو سینا	پهران فیلترو		سامانه جراحی هوشمند بارسه						
۲										
۳		انبار		سناد ویژه توسعه فناوری ناتو						
۴	آرپا پلیمر بیسکام									
۵		VIP								
۶	پیام آوران									
۷	ناتوفناوری فردانگر (PNF)									
۸										
۹	سناد ویژه توسعه فناوری ناتو									
۱۰										
	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰

در منطقه کسب کند، اما فاصله زیادی با آن نقطه وجود دارد. علاوه بر صادرات مواد غذایی که پتانسیل خوبی برای ورود به کشور عراق می باشد، نیازمند آن هستیم که صادرات را در حوزه های مختلف از جمله لوازم خانگی، صنعت، پوشاک، دارو و فناوری توسعه دهیم. و زمینه هایی از جمله تأسیس شرکت و دفتر نمایندگی می تواند در این زمینه کارگشا باشد.

لزوم سرمایه‌گذاری مشترک از طریق تأسیس کارخانه‌ها و خطوط مونتاژ از جمله مواردی بود که به نظر می‌تواند در دستور کار قرار گیرد. کیفیت، سرعت و قیمت از جمله شاخصه‌هایی است که باید در زمینه سرمایه‌گذاری و صادرات به آن توجه کنیم و بانگاهی بلندمدت فعالیت‌ها انجام پذیرد. بر اساس اخبار تاکنون ۵ میلیارد دلار خدمات فنی مهندسی به کشور عراق ارائه شده است، و بر اساس گفته مسئولین اخیرا برخی از شرکت‌ها که در آینده‌ای نزدیک اسامی آنها اعلام خواهد شد، در مناقصات عراق برنده شدند و علاوه بر این نمایشگاه بزرگی در حوزه‌های آب و برق، نفت و گاز، صنعت، صنایع غذایی با حضور مسئولان برگزار خواهد شد.

نمایشگاه اختصاصی جمهوری اسلامی ایران نیز بستری به منظور شناخت این موارد و تعامل بیشتر با بازار کشور عراق بود.

مشخصات نمایشگاه

افتتاح نمایشگاه: ۹۳/۱۱/۲۷

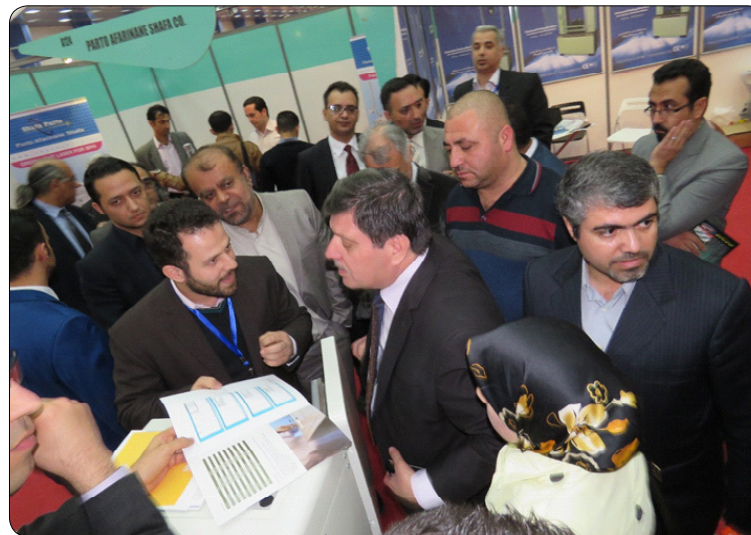
اختتام نماشگاه: ۹۳/۱۱/۳۰

ساعت کار نمایشگاه: ۱۰ تا ۱۷

زمان حضور در بغداد: ۹۳/۱۱/۲۵

تحويل غرفة هاو كالا هادر غرفة: ٩٣/١١/٢٥

بازدید معاون وزیر نفت عراق از غرفه معاونت



لیست شرکت های حاضر در نمایشگاه

لازم به ذکر است که شرکت سرمایه گذاری گسترش هوانوردی پارس (پاتکو) نیز جزو این لیست بود و بزرگترین غرفه به فضای ۲۰ متر مربع در بین شرکت ها به این شرکت اختصاص داده شده بود. با این وجود در روزهای پایانی از حضور در نمایشگاه انصراف داد.

ردیف	نام شرکت	محصول / حوزه کاری
۱	پرتو آفرینان شفا	لیزرهای پزشکی
۲	شرکت طراحی مهندسی سنتام	تجهیزات آزمایشگاه مهندسی مواد و مکانیک
۳	شرکت تجارت دانش و فناوری همای مهراندیشه سازان	عرصه محصولات هایتک کشاورزی؛ تجهیزات و ابزارآلات
۴	شرکت فناوری اطلاعات و ارتباطات پاسارگاد آریان FANAP	خدمات بانکداری الکترونیک ICT
۵	صنایع رنگ ریف	رنگ ترافیکی نانو
۶	سامانه جراحی هوشمند پارسه	دستگاه کنترل جراحی
۷	آریا پلیمر پیشگام	پلیمرهای نانویی
۸	اکسیر نانو	داروی ضد سرطان و کورکومین
۹	بهران فیلتر	فیلترهای نانویی نیروگاهی
۱۰	شرکت پالاگستر	حوزه آب
۱۱	پیام آوران نانو فناوری فردانگر PNF	کاپیتاسیون و فیلتراسیون آب
۱۲	ستاد فناوری نانو	مجموعه محصولات نانویی و بعضی تجهیزات نانویی

رنگ در فرهنگ کشورها و اثرات آن در فعالیتهای بازاریابی

است. از طرف دیگر رنگ سیاه در کشورهای غربی نشانه عزاداری است.

- رنگ قرمز، رنگ خون است که بستگی به فرهنگ ملل تعبیری جداگانه می‌تواند داشته باشد. در چین، رنگ قرمز، نشانه فال نیک و در ترکیه نشانه مرگ است.
- رنگ سبز رنگ دلخواه اعراب هست. در حالی که در برخی از مناطق اندونزی این رنگ، رنگ منفی به حساب می‌آید. در ژاپن رنگ سبز معرف تکنولوژی بالاست، در حالی که در آمریکا تجهیزات الکترونیکی سبز رنگ مردم را فراری می‌دهد.

- رنگ سیاه رنگ جهانی برای عزاداری نیست. در برخی از کشورهای آسیایی رنگ عزا، رنگ سفید است.

رنگ در فرهنگ کشورها و اثرات آن در فعالیتهای بازاریابی

رنگها در فرهنگهای مختلف معانی متفاوتی دارند. یک فروشنده بین الملل باید با تفاوتهای فرهنگی در زمینه رنگ آشنا باشد تا بتواند در زمینه بسته بندی و تبلیغات محصولات برنامه ریزی مطلوب و بهینه ای را نماید. در حقیقت در بازار بین الملل رنگها باید مطابق فرهنگ کشور خریدار کالا باشد و نه فرهنگ کشور فروشنده. به عنوان مثال:

- رنگ سفید، در کشورهای غربی رنگ تولد است و هم چنین نمایان گر وقایع شیرین زندگی است که به صورت جشن ظاهر می‌شود. در حالی که در چین نشانه عزاداری

جهت انجام فعالیت صادرات آگاهی از مراحل آن حایز اهمیت می‌باشد. در این شماره و در ادامه مرحله سوم فلوچارت مراحل صادرات کالای دانش بنیان، به موضوع " رنگ در فرهنگ کشورها و اثرات آن در فعالیتهای بازاریابی " که زیر مجموعه ای از "آگاهی از فرهنگ و آداب و رسوم و قوانین داخلی بازار هدف مورد نظر" می‌باشد پرداخته می‌گردد:

فلوچارت مراحل صادرات کالای دانش بنیان

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



شناسنامه ماهنامه

ماهنامه مجازی پیام صادرات کالا
و خدمات دانش بنیان

سال اول، شماره دوازدهم

اسفند ماه ۱۳۹۳

مجری: ویکی آیدیا (شبکه مبادلات فناوری)

دبیر اجرایی: مهندس میثم دهقانی منش

همکاران این شماره: بهاره صفوی،

فرانک فراهانی جم، سهیل امیری،

محمد عباسی، غلامرضا یعقوبی،

فرزانه صدقی، مرجان پرورش محسنی،

زهرا ضیایی، هدیه سپهروند

گرافیک: فهیمه کیان خواه

نشانی: تهران - امیرآباد شمالی - خیابان

شهید فکوری - پلاک ۱۶۹ - طبقه ۴ -

شرکت مدیریت فناوری یکتا دانش مفید

تلفن: ۰۲۱۸۸۳۵۹۵۰۸

پست الکترونیک: Export@wikiidea.ir

■ ماهنامه از کلیه صاحب نظران و علاقه مندان
این حوزه دعوت به همکاری می نماید.

■ کلیه عزیزان می توانند نظرات و
پیشنهادهای خود را به پست الکترونیک
ماهنامه ارسال فرمایند.

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

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

می خوانند و لذا آن ها ابتدا تصویر سوم، سپس دوم و بعد اول را دیدند و فکر کردند که با خوردن کوکاکولا خسته و کوفته در بیابان بیهوش می شوند!"
یک فروشنده در عرصه جهانی باید تسلط کامل به زبان کشور میزبان داشته باشد.
عدم آشنایی به زبان بیگانه در تبلیغات و مذاکرات می تواند خطرناک باشد و یک فعالیت بازاریابی را ناکام کند.

منابع: (مدیریت بازاریابی بین المللی، اسماعیل پور، حسن) (بازاریابی بین

الملل، روستا، احمد) (مدیریت بازاریابی، کاتلر، فیلیپ)



در برزیل رنگ بنفش و در مکزیک رنگ زرد و در ساحل عاج رنگ قرمز تیره رنگ عزا هستند. از نظر آمریکایی ها رنگ آبی، رنگ مردانه است در حالی که در بریتانیا و فرانسه بیشتر رنگ قرمز رنگ مردانه به شمار می رود، در آمریکا رنگ صورتی رنگ زنانه است در حالی که در بسیاری از کشورهای دیگر رنگ زرد زنانه است.

زبان در فرهنگ کشورها و اثرات آن در فعالیتهای بازاریابی

زبان در برخی قسمتهای دنیا به عنوان یک نهاد اجتماعی تصور می شود که اغلب اهمیت سیاسی دارد. به طور مشخص، فرانسویان تلاش و هزینه زیادی را صرف حفظ زبان خود می کنند. در واقع نمی توان اهمیت فهم زبان یک کشور را نادیده گرفت. یک فروشنده بی المللی موفق باید در برقراری ارتباط مهارت به دست آورد و این امر نیازمند فهم کامل زبان و توانایی تکلم است. در این میان توجه به معانی اصطلاحات حایز اهمیت ویژه ای است. به عنوان مثال ترجمه پیام تبلیغاتی زنده باد پپسی به زبان آلمانی، تعبیر زنده پس از قبر را داشت.

با مراجعه به تاریخ رشد فروش محصولات کوکاکولا یکی از علل عدم موفقیت فروش محصولات کوکاکولا در کشورهای عربی، عدم توجه به فرهنگ کشور مقصد می باشد. پاسخ ناکامی نماینده فروش این محصول به روشنی گویای این امر است. "هنگامی که من به آن جا رسیدم مطمئن بودم که می توانم موفق شوم و فروش خوبی داشته باشم. اما مشکلی که داشتم این بود که من عربی نمی دانستم. لذا تصمیم گرفتم که پیام خود را از طریق پوستر به آن ها انتقال دهم.

بنابر این سه پوستر زیر را طراحی کردم:

- پوستر اول مردی را نشان می داد که خسته و کوفته در بیابان بیهوش افتاده بود.
- پوستر دوم مردی که در حال نوشیدن کوکاکولا بود را نشان می داد.
- پوستر سوم مردی بسیار سرحال و شاداب را نشان می داد.

پوسترها را به ترتیب در همه جاهایی که در معرض دید بود چسباندم. من نمی دانستم عرب ها از راست به چپ