



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

TEHRAN CHAMBER OF COMMERCE,
INDUSTRIES, MINES AND AGRICULTURE

دفتر مشاوره بازرگانی صادراتی

راهنمای آغاز فعالیت صادرات





بسمه تعالی

شروع فعالیت بازاریابی

برای شروع فعالیت بازاریابی و صادرات به صورت اصولی پیشنهاد می شود در نخستین گام دانش خود را در این زمینه ارتقا دهید. بدین منظور مطالعه کتاب‌های مرتبط با بازاریابی، امور گمرکی و ترخیص کالا، قوانین و مقررات صادرات و واردات کالا و اصول و چارچوب حقوقی قراردادهای بین المللی بازرگانی که از سوی اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تهران، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی¹ وابسته به وزارت بازرگانی و دیگر موسسات انتشار می‌یابد، توصیه می‌شود.

در صورت سکونت در شهر تهران، کلاس‌های آموزشی سازمان توسعه تجارت ایران در راستای اقدامات حمایتی این سازمان و به منظور ارتقاء دانش تخصصی بازرگانی مدیران و کارشناسان بنگاه‌های تولیدی و صادراتی کشور نیز توصیه می‌شود. برای دستیابی به دوره‌های آموزشی این سازمان به بخش تقویم آموزشی سایت سازمان توسعه تجارت ایران² مراجعه نمائید. علاقمندان در استان‌های دیگر نیز می‌توانند با مراجعه به اتاق بازرگانی شهر یا استان خود در مورد خدمات آموزشی آنان (در صورت وجود) اطلاعاتی کسب نمایند. برای دستیابی به سایت اتاق بازرگانی استان خود به وب سایت اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران به آدرس <http://www.iccim.ir> مراجعه کنید.

مرکز آموزش موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی نیز در 10 استان کشور نمایندگی دارد. شرکت در کلاس‌های این موسسه نیز برای شما مفید خواهد بود. جهت دستیابی به لیست دوره‌های آموزشی این سایت به آدرس <http://www.itsr.ir> مراجعه فرمایید.

مراحل انجام صادرات

انجام صادرات و فروش کالا در بازارهای خارجی از ظرائف و حساسیت‌های خاصی برخوردار است، که عدم توجه به آن‌ها ممکن است سرمایه‌گذاری‌های انسانی و مالی را در این خصوص به هدر دهد. صادرات مانند هر کار تجاری دیگر نیازمند آینده نگری، برنامه ریزی، آشنایی با روش‌های علمی، تحرک لازم و جلب اعتماد خریداران خارجی است. مراحل صدور کالا را می‌توان به شرح زیر فهرست نمود:

1. **بازاریابی:** اولین و مهمترین قدم در انجام صادرات است. بازاریابی یعنی شناخت بازارهای خارجی و راه‌های نفوذ به آن که دستیابی به این شناخت از طریق مذاکره با خریداران، استفاده از اطلاعات و آمارهای رسمی، شرکت در نمایشگاه‌های بین-المللی، تماس با رایزنان بازرگانی در سفارتخانه‌ها و اتاق‌های بازرگانی و همچنین استعلام از موسسات بین المللی و مراکزی که در این مورد خدمات ارائه می دهند امکانپذیر است. همچنین شناسایی کالاهای رقیب و کیفیت و قیمت آنها در بازار موردنظر و استفاده از روش‌های تبلیغاتی برای معرفی کالا نقش مهمی در موفقیت یک صادرکننده دارند.

✓ جهت دریافت فایل آشنایی با روش‌های بازاریابی بین المللی می توانید به آدرس اینترنتی زیر مراجعه نمائید:

<http://tccim.ir/images/docs/internationalmarketing.pdf>

¹ www.cppc.ir

² www.farsi.tpo.ir

2. **صدور پروفورما (پیش فاکتور):** صادرکننده باید پروفورما یا پیش فاکتور را که حاوی مشخصات کالا و فروشنده آن است برای خریدار ارسال نماید. جهت آشنایی و دریافت نمونه اسناد تجاری از جمله پروفورما به آدرس اینترنتی زیر مراجعه نمائید:

http://tccim.ir/sample_docs.aspx

3. **تهیه و تدارک و بسته بندی:** صادرکننده در این مرحله باید کالا را تهیه و مطابق با توافق به عمل آمده بسته بندی نماید. جهت دریافت مشاوره در زمینه بسته بندی صادراتی می‌توانید با گروه بسته بندی سازمان توسعه تجارت به شماره تلفن 22662653 و یا آدرس اینترنتی زیر تماس حاصل نمائید:

<http://farsi.tpo.ir/index.aspx?fkeyid=&siteid=1&pageid=137>

4. **تعیین ارزش گمرکی:** ارزش گمرکی عبارتست از بهای سیف¹ (بهای خرید کالا در مبدأ به اضافه هزینه بیمه و حمل و نقل و باربندی) و کلیه هزینه‌های مربوط به افتتاح اعتبار یا واریز بروات و همچنین حق استفاده از امتیاز نقشه، مدل و علامت بازرگانی و سایر حقوق مشابه مربوط به کالا و سایر هزینه‌هایی که به آن کالا تا ورود به اولین دفتر گمرکی تعلق می‌گیرد که از روی سیاهه خرید یا سایر اسناد تسلیمی صاحب کالا تعیین و براساس نرخ ارز و برابری‌های اعلام شده از طرف بانک مرکزی ایران در روز تسلیم اظهارنامه خواهد بود. جهت دریافت اطلاعات مربوط به ارزش پایه گمرکی انواع کالا به آدرس زیر مراجعه نمائید:

<http://arzesh.tpo.ir>

5. **کسب مجوز صدور از ارگان‌ها و سازمان‌های ذیربط:** پس از بازاریابی صادرکننده باید مجوز صدور کالا را از ارگان‌هایی مانند وزارت صنعت، معدن و تجارت، کشاورزی، بهداشت، سازمان ملی استاندارد و یا نهادهای دیگر کسب نماید. لازم به ذکر است دفتر مقررات صادرات و واردات سازمان توسعه تجارت به شماره تلفن 22662611 پاسخگوی متقاضیان در خصوص مقررات بروز صادرات کشور می‌باشد.

6. **اظهار کالا به گمرک:** در این مرحله کالا به گمرک حمل می‌شود و اظهارنامه خروجی یا صادراتی تنظیم و به گمرک ارائه می‌گردد. پس از ارزیابی کالا و پلمپ کردن بسته‌ها جواز خروجی (پروانه صادراتی) اخذ می‌گردد.

7. **عقد قرارداد حمل و بیمه:** صادرکننده با یکی از شرکت‌های معتبر حمل و نقل بین‌المللی قرارداد حمل امضاء می‌کند و همچنین کالا را تا رسیدن به مقصد بیمه می‌کند.

8. **دریافت گواهی بازرسی کالا:** این گواهی که معمولاً مورد درخواست خریدار است توسط مؤسساتی که موارد توافق طرفین قرار گرفته است صادر می‌شود.

9. **صدور فاکتور و اخذ گواهی مبدأ:** صادرکننده در این مرحله باید فاکتور فروش کالای خود را صادر و به تأیید اتاق بازرگانی محل برساند و اتاق بازرگانی در ازای ارائه تصویر پروانه گمرکی، تصویر بارنامه حمل و تصویر فاکتور فروش گواهی مبدأ کالا را صادر خواهد نمود. لازم به ذکر است در حال حاضر صدور گواهی مبدأ بصورت فرآیند الکترونیکی و از سامانه یکپارچه گواهی مبدأ اتاق بازرگانی ایران صورت می‌گیرد. جهت اطلاعات بیشتر به آدرس اینترنتی زیر مراجعه نمائید.

http://tccim.ir/COO_System.aspx

¹ CIF



10. **ارسال کالا:** صادرکننده جواز خروجی را به شرکت حمل و نقل تحویل می‌دهد و شرکت مزبور براساس آن بارنامه حمل صادر و کالا را از گمرک بارگیری و به مقصد حمل می‌کند.

تعرفه (حقوق ورودی)

تعرفه یا حقوق ورودی عبارت است از مالیات و عوارضی که دولت‌ها به دلایل حمایتی یا مالی و یا ترکیبی از آنها از کالاها اخذ می‌کنند. اصطلاحاً این دریافتی به حقوق گمرکی (Customs Duties) نیز مرسوم است. در ادامه تقسیم‌بندی‌های متفاوتی از حقوق ورودی آمده است:

1. تقسیم بندی تعرفه براساس چگونگی دریافت:
 - **تعرفه ارزشی:** تعرفه گمرکی ممکن است براساس ارزش کالا دریافت شود، که در این صورت آن را تعرفه ارزشی می‌نامند. در این روش، حقوق و عوارض گمرکی کالا یا تعرفه آن درصدی از ارزش آن کالا را تشکیل می‌دهد که باید به گمرک پرداخت شود.
 - **تعرفه ثابت:** تعرفه گمرکی در مواقعی براساس مقدار آن کالا (وزن یا تعداد) وضع می‌شود.
 - **تعرفه مرکب:** تعرفه گمرکی در مواردی براساس ترکیبی از دو روش تعرفه ارزشی و تعرفه ثابت دریافت می‌شود.
 2. تقسیم بندی تعرفه براساس تسهیلات یا تبعیضات: بر مبنای تقسیم بندی دیگری که انگیزه و علل آن، برقراری تسهیلات یا ایجاد تبعیضات یا موانع، جهت ورود و صدور کالا، کشور، اتحادیه و یا منطقه اقتصادی خاصی باشد تعرفه گمرکی ممکن است یک ستونه یا دو ستونه یا سه ستونه باشد.
 - **تعرفه یک ستونه:** تعرفه ای بدون تبعیض است. به طوری که برای کلیه کالاهای وارده از کلیه کشورها به صورت یکسان و بدون انعطاف اجراء می‌گردد.
 - **تعرفه دو ستونه:** در این سیستم تعرفه، برای هر کالایی دو نوع حقوق و عوارض گمرکی وضع شده است. یک نوع آن حد بالا یا تعرفه حداکثر است ولی در حد دیگر، مجموعه ای از تعرفه های کاهش یافته برای برخی کشورها است از طریق مذاکره و انعقاد پروتکل و یا قراردادهای آنها اختصاص می‌یابد.
 - **تعرفه سه ستونه:** تعرفه سه ستونه شکل گسترده تعرفه دو ستونه است که به آن ستون دیگری افزوده شده و در حد پایین تری از حقوق گمرکی از کشورها تعیین و اعمال می‌شود، که آن را "سیستم تعرفه‌های ترجیحی" نیز می‌نامند. این سیستم برای افزایش تجارت بین اعضاء مختلف در گروه می‌باشد.
- ✓ جهت دریافت حقوق ورودی انواع کالا به کشور می‌توانید به آخرین نسخه کتاب مقررات صادرات و واردات، و همچنین جهت دسترسی به اطلاعات حقوق ورودی انواع کالا به سایر کشورها به آدرس اینترنتی زیر مراجعه نمایید:

<http://macmap.org>



حمل و نقل بین المللی

برای دست یابی به اطلاعات مربوط به انواع روش‌های حمل و نقل موجود و چگونگی شرایط آن‌ها و همچنین دریافت لیست شرکت‌های حمل و نقل بین المللی می‌توانید به سایت انجمن سراسری شرکت‌های حمل و نقل بین‌المللی ایران به آدرس ذیل مراجعه نمایید.
<http://www.itair.ir>

تسهیلات و حمایت‌های وبسایت سازمان توسعه تجارت ایران؛

➤ صادرات و واردات:

این قسمت شامل ارائه خدمات و اطلاعاتی در ارتباط با موارد ذیل می‌باشد:

- صادرات غیر نفتی
- صادرات خدمات
- خدمات بازرگانی (شامل گمرک، استاندارد، بیمه، بانک، ارز و صندوق ضمانت، حمل و نقل، بسته بندی صادراتی و سرمایه-گذاری خارجی)
- آمار واردات
- ثبت سفارش

➤ آمارهای تجاری:

در این قسمت عملکرد تجارت کشور را به تفکیک سال و ماه می‌توانید مشاهده نمایید.

➤ قوانین و مقررات:

علاوه بر امکان دریافت کتاب مقررات صادرات و واردات در این قسمت، اطلاعاتی اعم از قوانین و مقررات تجاری، بخش نامه‌ها و فرم‌های اداری مربوطه قابل استخراج می‌باشد.

➤ نمایشگاه و هیأت تجاری :

رویدادها و نمایشگاه‌ها :

سازمان توسعه تجارت ایران با هدف گسترش سهم بازار کالاها و خدمات صادراتی کشور، توسعه حضور بنگاه‌های صادراتی در بازارهای هدف، بخشی از هزینه‌های برگزاری نمایشگاه‌های اختصاصی یا شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی را به شکل‌ها و بنگاه‌های تولیدی، صنفی و صادراتی غیردولتی، مبتکرین، مخترعین و کارآفرینان پرداخت خواهد کرد. لیست نمایشگاه‌های مورد تأیید سازمان توسعه تجارت ایران در سایت این سازمان موجود می‌باشد. برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد هر یک از موارد عنوان شده می‌توانید به سایت فوق‌الذکر مراجعه یا با دفتر خدمات مشاوره بازاریابی تماس حاصل نمایید.

هیأت‌های تجاری و بازاریابی:

یکی از اهرم‌های مناسب توسعه صادرات و بسط روابط اقتصادی با کشورهای هدف (در سالهای اخیر) اعزام هیأت‌های تجاری اقتصادی و بازاریابی به کشورهای مذکور بوده است. بی شک با اعزام یک هیأت تجاری به خارج از کشور نسبت به سفرهای تجاری انفرادی می‌توان به مذاکرات عمق بیشتری بخشید و سرپرستان و مسئولین اینگونه هیأت‌ها در صورت تجربه کافی و انتخاب و اجرای برنامه‌های مفید و سازنده می‌توانند حتی در اولین سفر و ملاقات و مذاکره با طرف‌های تجاری ویرانی دست به ابتکارات جالبی بزنند که منتهی به عقد قراردادهای قطعی و واقعی تجاری گردد.

به جرأت می‌توان اظهار نمود که دستاوردهای حرکت‌های انفرادی و شخصی و مسافرت به کشورهای دیگر حتی اگر به صورت کاملاً علمی و تخصصی برنامه‌ریزی و اجرا گردد، علاوه بر داشتن هزینه‌های بسیار بالا امکان مذاکره و حضور در جلسات با مقامات ارشد کشور هدف را نخواهد داشت، در حالیکه در حرکت‌های جمعی و در قالب یک هیأت، نه فقط تمام مزایایی که در حرکت انفرادی وجود دارد، بلکه دستاوردهای بسیار بالاتر تجاری نصیب شرکت‌کنندگان می‌گردد و این در صورتی است که اعزام یک هیأت کاملاً برنامه‌ریزی شده صورت گیرد.

به استناد بند الف ماده هشت دستورالعمل حمایت از صادرات غیر نفتی کشور و به منظور گسترش سهم بازار کالاها و خدمات صادراتی، حضور و ماندگاری در بازارهای هدف و دستیابی به اهداف صادراتی کشور، پرداخت بخشی از هزینه‌های پذیرش هیأت‌های تجاری، بازاریابی و سرمایه‌گذاری در صورت تأمین منابع مالی لازم در چارچوب آیین نامه مشخص قابل پرداخت می‌باشد.

علاوه بر سازمان توسعه تجارت ایران، سازمان‌های ذیل نیز مجری پذیرش هیأت‌های تجاری و بازاریابی می‌باشند:

1. اتحادیه‌ها، انجمن‌ها، تشکل‌های صادراتی و صندوق‌های غیردولتی توسعه صادرات
2. اتاق مرکزی تعاون جمهوری اسلامی ایران
3. اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن
4. شرکت‌های خدمات مسافرتی بین‌المللی مجاز که صلاحیت‌های فنی و اجرایی آن‌ها به تأیید مراجع ذیربط و سازمان توسعه تجارت ایران رسیده باشد.
5. سازمان‌های بازرگانی استان‌های کشور
6. نمایندگی‌ها و رایزنان بازرگانی جمهوری اسلامی ایران در خارج از کشور
7. مجریان نمایشگاه‌های بین‌المللی تخصصی - داخلی دارای مجوز

➤ تماس‌ها و منابع اطلاعات تجاری

در قسمت تماس‌های تجاری امکان دسترسی به بانک اطلاعات تماس صادرکنندگان نمونه، دایرکتوری صادرکنندگان کالا، وب سایت اتاق‌های مشترک بین‌المللی و اطلاعات مربوط به رویدادهای تجاری کشورهای جهان موجود می‌باشد. همچنین قسمت منابع اطلاعات تجاری شامل دو بخش اطلاعات داخلی و بین‌المللی می‌باشد که آدرس و وبسایت نهاد و ارگان‌های داخلی و بین‌المللی



دخیل در تجارت کشور را در اختیار مراجعین قرار می دهد. ضمن اینکه در این قسمت گزارش های کشوری، اطلاعات مربوط به نشریات تجاری و همچنین اطلاعات تماس دفاتر بازرگانی کشورها گردآوری شده است.

➤ رایزنان بازرگانی

برای دستیابی به اطلاعات بیشتر و همچنین کسب آگاهی از کسب و کار در کشورهای مختلف از لحاظ فعالیت های بازرگانی، می توان از کمک رایزنان بازرگانی نیز استفاده نمود. قاعدتاً کشورهایی که در آن ها رایزنان بازرگانی در حال فعالیت هستند، با توجه به تسهیلاتی (در ادامه شرح وظایف این افراد آمده است) که این افراد برای بازرگانان فراهم می سازند، برای انجام صادرات بازارهای هدف مناسبی به شمار می آیند. برای کسب اطلاعات بیشتر از اطلاعات پایه در مورد کشورهای هدف، مشخصات رایزنان بازرگانی و ارتباط با آن ها به آدرس زیر مراجعه نمائید.

<http://farsi.tpo.ir/index.aspx?fkeyid=&siteid=1&pageid=319>

وظایف شعب یا نمایندگی های برون مرزی سازمان توسعه تجارت ایران به شرح زیر است:

- مطالعه و بررسی بازار کشور محل استقرار از لحاظ جذب کالاها و خدمات قابل صدور ایران و تهیه فهرست کالاهای قابل عرضه به بازار مزبور.
- اطلاع رسانی به صادرکنندگان کالاها و خدمات ایرانی و واردکنندگان بالقوه کالا و خدمات از ایران.
- ارائه خدمات مشورتی درباره اقتصاد و بازرگانی ایران به متقاضیان مستقر در بازار هدف.
- ارائه اطلاعات درخصوص ویژگی های بازار محل استقرار نمایندگی یا شعب سازمان به تجار و صنعتگران ایرانی و سازمانهای اقتصادی ذیربط.
- راهنمایی سرمایه گذاران خارجی که درصدد سرمایه گذاری در ایران هستند و بالعکس.
- ارسال مناقصه های ذیربط برای صادرکنندگان یا تولید کنندگان ایرانی در اسرع وقت.
- کمک به معرفی و تبلیغ کالاها و خدمات صادراتی ایران و ارائه نظرات مشورتی در این زمینه به صادرکنندگان ایرانی.
- تسهیل مسافرت هیأت های اقتصادی یا بازرگانی عازم ایران یا هیأت های بازرگانی اقتصادی که از جمهوری اسلامی ایران به کشور محل فعالیت شعبه یا نمایندگی سازمان اعزام می شوند و ارائه نظر مشورتی درخصوص ترکیب و ویژگی های آنها.
- کمک به حل و فصل دعاوی تجاری که بین صادرکنندگان ایرانی و طرف های تجاری آنها در محل فعالیت شعبه یا نمایندگی سازمان به وجود می آید.
- همکاری در برپایی نمایشگاه های اختصاصی یا تخصصی ایران در بازار هدف و کمک به مشارکت شرکتهای ایرانی در نمایشگاه های بین المللی در آن بازار.
- کمک به برگزاری اجلاسهای مشترک و همکاری در انعقاد قراردادهای تجاری و تفاهم نامه های مورد نظر.
- بررسی فعالیتهای اقتصادی رقبای تجاری ایران در قلمروی فعالیت شعبه /نمایندگی و ارائه نتایج آن به سازمان.
- بررسی مشکلات کالاهای صادراتی ایران یا نقاط ضعف و قوت آنها از طریق نظرسنجی های موردی.
- برقراری ارتباط مستقیم بین واردکنندگان کالا و صادرکنندگان ایرانی .

- گردآوری اطلاعات فنی و تخصصی درباره کالاهای جدید عرضه شده به بازار هدف که امکان ساخت آنها در ایران موجود است و ارسال این اطلاعات به سازمان.
 - کمک به ایجاد شورای مشترک بازرگانان ایرانی، اتاق‌های مشترک یا ایجاد تشکلهای دیگری که وجود آنها می‌تواند به بسط مناسبات اقتصادی جمهوری اسلامی ایران با بازار هدف کمک کند.
 - کسب اطلاعات دقیق در مورد فعالیت راین‌های بازرگانی کشورهای دیگر در حوزه استقرار شعبه یا نمایندگی سازمان.
 - ارزیابی نمایشگاه‌های تخصصی یا بین‌المللی بر پا شده در کشور مورد نظر با عنایت ویژه به نحوه مشارکت موسسات و شرکت‌های ایرانی در نمایشگاه‌های مزبور.
 - تهیه گزارش‌های تحلیلی پژوهشی درخصوص موضوعات مورد نظر سازمان.
 - گردآوری نمونه‌هایی از کالاهای رقیب درحد امکانات شعبه یا نمایندگی (اقلام کوچک مصرفی) یا کاتالوگ و بروشور کالاهایی که امکان خرید یا تهیه و نگهداری آنها مقدور نیست.
 - گردآوری اطلاعاتی درخصوص سازمان‌های اقتصادی بازرگانی، تشکلهای تجاری، کانال‌های توزیع کالا، واردکنندگان، عمده فروشان و کلیه موضوعاتی که آگاهی از آنها می‌تواند به گسترش تجارت خارجی ایران کمک نماید درمحل شعبه یا نمایندگی.
 - تنظیم برنامه فعالیت‌های شعبه یا نمایندگی در مقاطع زمانی معین با توجه به اقداماتی که انجام آنها برای توسعه صادرات کالاها و خدمات ایرانی به بازار مورد نظر ضروری به نظر می‌رسد.
 - انجام سایر فعالیت‌هایی که سازمان در چارچوب وظایف قانونی خود به شعبه یا نمایندگی محول نماید.
- چگونگی جانمایی هریک از موارد یاد شده در بالا بر روی صفحه اصلی سایت سازمان توسعه تجارت ایران در تصویر زیر آمده است.



➤ اتحادیه ها و تشکل های صادراتی

اتحادیه یا تشکل صادراتی، نهادی است متشکل از اعضای مختلف که در یک حوزه تخصصی خاص فعالیت کرده و دارای شخصیت حقوقی و مستقل می باشد. این نهادها به صورت صنفی و غیر انتفاعی به نفع اعضای خود فعالیت می کنند.

نقش اتحادیه ها و تشکل ها در توسعه صادرات غیر نفتی

- حلقه واسط بین بنگاه های کوچک و متوسط و دولت جهت انتقال و انعکاس نظرات، طرحها، ایده ها و
- اخذ نظر اعضا، پردازش و تحلیل نظرات و تصمیم سازی برای دولت و مسئولین
- برنامه ریزی و مدیریت جهت ایجاد انسجام، اتحاد و یکپارچگی فی ما بین اعضا
- اتخاذ جهت گیری های کاری و تخصصی و تدوین برنامه های راهبردی و عملیاتی جهت محقق سازی اهداف
- شناسایی موانع قانونی گسترش فعالیتهای اقتصادی و تجاری و کمک به رفع آنها
- ایجاد همبستگی و یکپارچگی بین بنگاهها و جلوگیری از ایجاد رقابت مخرب بین ایشان
- کمک به بهبود قوانین و مقررات و...
- ارائه خدمات مشاوره ای و اطلاعاتی به روز راجع به کالاها، رقبا، قراردادهای بازاریابی و قواعد تجاری و امثالهم به بنگاهها و صادر کنندگان
- حضور قوی و موثر در مراجع تصمیم گیری دولتی و...

رئوس سیاست های حمایتی سازمان از اتحادیه ها و تشکل های صادراتی

- زمینه سازی تدوین برنامه راهبردی توسعه صادرات اتحادیه و تشکل صادراتی
- ثبت اطلاعات و تشکیل پرونده اتحادیه ها و تشکل ها در قالب بانک اطلاعات تخصصی
- زمینه سازی صدور پروانه صادراتی برای اتحادیه ها و تشکل ها
- برنامه ریزی اجرای طرح رده بندی و رتبه بندی اتحادیه ها و تشکل های صادراتی
- کمک به اجرای طرح های توسعه و توانمند سازی اتحادیه ها و تشکل ها
- حمایت از توسعه و تقویت زیر ساخت های تخصصی صادراتی مرتبط
- فراهم آوردن شرایط حضور در رویدادهای تخصصی داخلی و خارجی
- کمک به انجام فعالیتهای تبلیغاتی، نام و نشان تجاری (برند) در حوزه صادرات نظیر چاپ بروشور، فعالیتهای رسانه ای و تبلیغ در بازارهای هدف و توسعه و به هنگام سازی سایت و پورتال اطلاع رسانی
- حمایت از انجام طرحهای مطالعاتی و تحقیقاتی در زمینه های تحقیقات بازار و کالا، شناخت بازارهای هدف، توسعه محصولات جدید، شناسایی فرصت های تجاری و تدوین برنامه راهبردی توسعه صادرات اتحادیه یا تشکل
- اعطای تسهیلات و حمایت به منظور افزایش تعداد و ترکیب اعضای فعال تشکل های صادرات گرا در چارچوب خوشه های صادراتی، شرکتهای مدیریت صادرات، کنسرسیوم های صادراتی و انجمن ها و اتحادیه های صادراتی

➤ معاونت بازاریابی و تنظیم روابط

دفاتر بازاریابی آسیا و اقیانوسیه، اروپا و آمریکا و عربی و آفریقا معاونت بازاریابی و تنظیم روابط سازمان توسعه تجارت ایران نیز در زمینه مبادلات تجاری به اقصی نقاط دنیا اطلاعات مفیدی را به تجار و بازرگانان ارائه می دهد. اطلاعات تماس این دفاتر در جدول زیر آورده شده است.

شماره تماس	شماره نمابر	سمت
22664008-9	22664019	مدیرکل دفتر بازرگانی کشورهای اروپا و آمریکا
22664010	22662566	مدیرکل دفتر بازرگانی کشورهای عربی و آفریقا
22664036-7	22664021	مدیرکل دفتر بازرگانی آسیا و اقیانوسیه

➤ سرمایه گذاری خارجی

بخش سرمایه گذاری خارجی سازمان توسعه تجارت ایران اطلاعات مفیدی در زمینه آمار سرمایه گذاری خارجی در ایران، قوانین و مقررات و فرصت های سرمایه گذاری ایران در سایر کشورها، جذب سرمایه گذاری در استان ها و پیوندهای مفید ارائه میدهد. برای دریافت اطلاعات مورد نظر در این خصوص به قسمت صادرات < خدمات بازرگانی > سرمایه گذاری خارجی مراجعه نمایید.

➤ اعتبار صادراتی و سرمایه گذاری در ایران

عدم وصول بموقع مطالبات از خریداران خارجی در اغلب اوقات صادرکننده را با بحران نقدینگی مواجه ساخته و در تنگنای مالی قرار می دهد و در نتیجه باعث ناتوانی وی در ایفای تعهدات مالی به اعتبار دهندگان داخلی و گاهی اوقات منجر به ورشکستگی کامل وی می گردد. از اینرو مؤسسات بیمه اعتبار صادراتی (ECAs)، بعنوان یکی از اجزا مهم و حیاتی نظام مالی صادراتی و یکی از ارکان زیربنایی اقتصادی جهت کاهش ریسک صادرکنندگان اهمیت می یابند.

وظیفه اصلی مؤسسات بیمه اعتبار صادراتی بیمه نمودن قراردادهای صادراتی در مقابل خطر عدم پرداخت می باشد. این مؤسسات خطر کلاهبرداری، تقلب و ورشکستگی را مدیریت نموده و از این طریق صادرکنندگان و بانک ها را در برابر خسارات احتمالی حمایت نموده و در عین حال اعتبار اعطایی بانک ها به صادرکنندگان را تحت پوشش قرار می دهند. بدین ترتیب مؤسسات اعتبار صادرات با بسط فرصت های بازار امکان و قدرت رقابت صادرکنندگان را در مقابل رقبایشان فراهم می آورد. بطور خلاصه مؤسسات اعتبار صادراتی از طریق سازوکار مدیریت ریسک پرداختها می توانند:

- ✓ اعتماد صادرکنندگان را از طریق پوشش ریسک های سیاسی و تجاری افزایش دهند.
- ✓ ظرفیت رقابت با سایر رقبا در سایر کشورها را ایجاد نمایند.
- ✓ اطلاعات مستند و قابل اتکاء را جمع آوری و به روز نموده و در اختیار صادرکنندگان قرار دهند.
- ✓ مشاوره های کارشناسی فنی در رابطه با تجارت و تأمین مالی خارجی ارائه دهند.
- ✓ در امر تأمین مالی قبل و بعد از حمل از طریق بانک ها به صادرکنندگان کمک کنند.



- ✓ تجارت بین المللی را تسهیل نمایند.
- ✓ فرصت‌های بازار را بسط دهند.
- ✓ صرفه جوئی در هزینه و زمان صادرکنندگان از طریق جایگزینی معاملات حساب باز بجای اعتبارات اسنادی
- ✓ ارتباط صادرکنندگان با مشتریان خارجی را ارتقاء دهند.

صندوق ضمانت صادرات ایران نیز بعنوان مؤسسه بیمه اعتبار صادراتی ایران، یکی از سازمان‌های متولی حمایت از صادرات کشور بوده که تحت نظارت وزارت بازرگانی فعالیت می‌نماید. این مؤسسه در پی کاهش قیمت نفت در دهه هفتاد میلادی، با کمک UNCTAD تاسیس گردید. این صندوق از طریق چهار دسته از خدمات قابل ارائه، به انجام رسالت خویش اقدام می‌نماید:

- ✓ خدمات بیمه‌ای
- ✓ کمک به تأمین مالی صادرات کالاها و خدمات
- ✓ پوشش طرح‌های سرمایه‌گذاری
- ✓ ارائه خدمات مشاوره‌ای

جهت کسب اطلاعات و جزئیات بیشتر به قسمت صادرات < خدمات بازرگانی > بیمه، بانک، ارز، صندوق ضمانت و یا وبسایت صندوق ضمانت صادرات ایران به آدرس <http://www.egfi.org> مراجعه نمایید .

بانک توسعه صادرات ایران

یکی از دستاوردهای گرانبه‌ای پیروزی انقلاب اسلامی، تأسیس بانک توسعه صادرات ایران است که ایفای نقش بانک صادرات/واردات ایران (EXIM) را بر عهده دارد. لزوم وجود سازمانی در کشور که بتواند کمبود یک نهاد مالی معتبر و موجه در بخش صادرات/واردات کشور را بر طرف سازد، یکی از نکاتی است که تا زمان پیروزی انقلاب، کم اهمیت تلقی گردیده بود. رفع این نقیصه از ابتدای تدوین قانون عملیات بانکی بدون ربا در ایران، مطمح نظر مقامات اقتصادی دولت جمهوری اسلامی ایران قرار گرفت و بر اساس آن در تاریخ 1370/4/19 بانک توسعه صادرات تأسیس شد و عملاً از شهریور ماه 1371 آغاز به کار کرد و از آن هنگام، در راستای پیشبرد اهدافی که بانک بر عهده داشت، با کارکنان و کادری متخصص و ورزیده، در خدمت صادرات کشور قرار گرفت. فرآیند عملکرد این بانک در طول سالهای گذشته نمایانگر این واقعیت است که بانک از طریق توجه به سرعت و دقت در روند کار، موجبات جلب اعتماد و رضایت مشتریان خود را فراهم ساخته و علاوه بر آن، اعتماد بانک‌ها و سازمان‌های بین‌المللی را نیز به خود جلب نموده است. امکانات بالقوه تولید و صدور کالا در کشور، می‌تواند با اتکاء به خدمات مالی و جانبی بانک تخصصی توسعه صادرات ایران به فعل در آمده و به جایگاه شایسته خود در بازارهای جهانی دست یابد.

نگاهی به برخی از اهداف و مقاصد بانک توسعه صادرات ایران

رسالت این بانک با توجه به اهداف کلان اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور کمک به توسعه صادرات غیرنفتی و گسترش مبادلات تجاری و اقتصادی با سایر کشورها است. لذا در راستای رسالت فوق، بانک توسعه صادرات ایران موضوعات زیر را دنبال می‌نماید:

- اعطای تسهیلات و اعتبارات کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت صادراتی
- تضمین اعتبارات صادراتی و صدور ضمانتنامه عهده بانک‌ها و مؤسسات مالی داخلی و خارجی برای اعطای تسهیلات مالی به فعالیتهای صادراتی
- اعطای تسهیلات سرمایه‌گذاری برای پروژه‌های صادراتی در داخل و خارج از کشور
- اعطای تسهیلات صادراتی به خریداران کالاها و خدمات صادراتی کشور به صورت مستقیم یا غیر مستقیم از طریق بانکها و مؤسسات مالی معتبر سایر کشورها
- اعطای اعتبارات وارداتی به واردکنندگان داخلی برای تأمین مواد اولیه و کالاهای تبدیلی جهت صادرات و همچنین ماشین‌آلات و تجهیزات مورد نیاز
- اعطای تسهیلات و انجام هر گونه عملی که موجب ارتقاء کیفیت و بالا بردن وضعیت رقابتی صادرات کشور می‌شود
- تأمین مالی مجدد تسهیلات اعطاء شده برای تولید داخلی به منظور امور صادراتی به خریداران و صادرکنندگان داخلی
- انجام عملیات کارگزاری نظیر کارگزاری اجرای قراردادهای و موافقت‌نامه‌های بازرگانی و تجاری با دیگر کشورها و انجام هرگونه معاملات ارزی
- ارائه خدمات مشورتی و اطلاعاتی به صادرکنندگان و سایر مراجع ذیربط در امور صادراتی کشور
- اعطای تسهیلات لازم جهت حمایت و پیشبرد صنعت حمل و نقل و توریسم، بازاریابی، شرکت در مناقصات صادراتی، صدور گواهینامه کیفیت و مبدا کالا و همچنین اعطای تسهیلات به منظور توسعه و گسترش صنایع دستی برای صادرات و نیز به مؤسسات و مراکز علمی و تحقیقاتی به منظور تشویق امر تحقیق در توسعه صادرات
- افتتاح و نگهداری حسابهای بانکی، خرید و فروش اوراق بهادار و اسناد معتبر تجاری، تنزیل و تنزل مجدد، تضمین اوراق و اسناد بازرگانی، چک برات و بروات ارزی، قبول پرداختهای بانکی و حوالجات تلگرافی، خرید و فروش ارز و مسکوکات طلا و نقره، دریافت و پرداخت تسهیلات، گشایش اعتبارات اسنادی و به طور کلی سایر اموری که بانک برای انجام فعالیتهای صادراتی لازم بداند.¹

➤ معرفی شوراهای و اتاقهای مشترک

اتاقهای مشترک برای تشویق و توسعه روابط و مبادلات عاملهای اقتصادی ایرانی و خارجی تشکیل می‌شوند و به نحوی عمل خواهند کرد که به رشد و تقویت همکاری‌های اقتصادی دو کشور کمک نمایند. کلیه اشخاص حقیقی یا حقوقی ایرانی و خارجی که در ارتباط با مبادلات اقتصادی فی‌مابین ایران و کشور خارجی خاص فعالیت داشته و دارند می‌توانند به عضویت اتاقهای مشترک در آیند. اعضای ایرانی اتاق مشترک باید قبلاً به عضویت یکی از اتاقهای بازرگانی و صنایع و معادن ایران پذیرفته شده و عضویت آنها معتبر باشد.

اتاقهای مشترک وابسته به اتاق ایران هستند، اما در قبال اعمال و تعهدات خود دارای مسئولیت حقوقی و مالی مستقل می‌باشند.

¹ برگرفته از وب سایت بانک توسعه صادرات ایران به آدرس <http://www.edbi.ir>



شخصیت‌هایی که در تحقق اهداف اتاق مشترک و پیشرفت مناسبات اقتصادی جمهوری اسلامی ایران و کشور مقابل خدمات فوق-العاده انجام داده و یا ممکن است در آینده منشأ خدمات ارزنده گردند، با تصویب هیأت مدیره می توانند به عضویت یا ریاست افتخاری اتاق مشترک پذیرفته شوند. لیست اتاق‌های مشترک در ادامه می‌آید:

ایران و آلمان، ایران و ارمنستان، ایران و استرالیا، ایران و افغانستان، ایران و انگلیس، ایران و ایتالیا، ایران و بلژیک، ایران و روسیه، ایران و سوئد، ایران و عراق، ایران و فرانسه، ایران و کانادا، ایران و لیبی، ایران و عمان، و ایران و چین. همچنین در ادامه لیست شوراهای مشترک نیز می‌آید:

ایران و آفریقا، ایران و اسپانیا و پرتغال، ایران و الجزایر، ایران و امارات، ایران و بحرین، ایران و ترکیه، ایران و تونس، ایران و سوریه، ایران و یونان، ایران و عربستان، ایران و قطر، ایران و مالزی، ایران و مصر، ایران و هلند، ایران و هند، ایران و یمن، ایران و ژاپن و شورای زنان بازرگان.

جهت دسترسی به اطلاعات بیشتر می توانید به آدرس ذیل مراجعه فرمایید :

<http://tccim.ir/commonchambers.aspx>

نحوه شناسایی خریداران، فروشندگان و تولید کنندگان جهانی

شما می توانید با ثبت نام در برخی سایت‌هایی که به معرفی خریداران و فروشندگان جهانی می پردازند، با انبوهی از خریداران و فروشندگان جهانی از طریق شبکه اینترنت در ارتباط باشید. لازم به ذکر است معرفی این سایت‌ها به معنی تضمین آن‌ها از اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تهران به لحاظ حقوقی و قانونی نیست و مسئولیت دقت در نحوه عقد قراردادها و مبادرت به شرکت در معاملات بر عهده کاربر می باشد. برخی از این سایت‌ها به شرح زیر می باشند:

<http://www.alibaba.com> (Google Rank: 7/10)

<http://www.ecplaza.net> (Google Rank: 5/10)

<http://www.kompass.com> (Google Rank: 7/10)

<http://www.tradezone.com> (Google Rank: 5/10)

<http://www.hktdc.com> (Google Rank: 7/10)

<http://www.ec21.com> (Google Rank: 5/10)

<http://www.ameinfo.com> (Google Rank: 7/10)

<http://www.exportbureau.com> (Google Rank: 5/10)

<http://www.globalsources.com> (Google Rank: 6/10)

<http://www.worldbid.com> (Google Rank: 5/10)

<http://www.tradeKey.com> (Google Rank: 6/10)

<http://www.etradeasia.com> (Google Rank: 5/10)

<http://www.b2bfreezone.com> (Google Rank: 6/10)

<http://www.importers.com> (Google Rank: 4/10)

<http://www.toocle.com> (Google Rank: 6/10)

<http://www.tpage.com> (Google Rank: 4/10)

<http://www.ttnet.net> (Google Rank: 6/10)

<http://www.go4worldbusiness.com> (Google Rank: 4/10)

<http://www.zawya.com> (Google Rank: 6/10)

<http://www.alilinks.com> (Google Rank: 4/10)

همچنین سایت سازمان توسعه تجارت ایران، در بخش منابع اطلاعات تجاری و همچنین دفاتر بازرگانی کشورهای اروپا و آمریکا، کشورهای عربی و آفریقا و دفتر آسیا و اقیانوسیه منابع مناسبی از اطلاعات برای مخاطبان در حوزه های یاد شده می باشد.

مناقصات بین المللی

برای در اختیار داشتن لیست مناقصات بین المللی می توانید به وبسایت سازمان توسعه تجارت ایران مراجعه نمایید که در آن لیستی از این مناقصات از سایت های زیر خریداری شده است. در صورت عدم بروز رسانی این داده ها با دفتر توسعه صادرات تماس حاصل نمایید و مناقصات موردنظر خود را از آن دفتر دریافت نمایید.

<http://www.middleeasttenders.com/>

<http://www.tendersinfo.com/>

مدیرکل دفتر توسعه صادرات خدمات
22662554
22662518

نمایشگاه های بین المللی

یکی از بهترین منابع بازاریابی جهت برقراری ارتباط با شرکای خارجی، شرکت در نمایشگاه های بین المللی می باشد. جهت اطلاع از تقویم نمایشگاه های بین المللی می توانید با مراجعه به وب سایت های زیر به لیست نمایشگاه های دلخواه دست یابید.

<http://www.auma.de>

<http://www.expodatabase.com>

<http://www.tsn.com>

<http://www.eventseye.com>



قسمت مشاوره سایت اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران حاوی مطالب و مقالات مفیدی در مورد صادرات می باشد. از طریق آدرس های اینترنتی زیر می توانید به این قسمت دسترسی پیدا کنید:

http://tccim.ir/images/docs/InternationalMarketing.pdf	آشنایی با روش های بازاریابی بین المللی
http://tccim.ir/images/docs/TradeMap.pdf	آشنایی با وبسایت نقشه تجاری Trademap
http://tccim.ir/images/docs/A_Handbook_of_Comercial_Correspondence.pdf	راهنمای کتاب مکاتبات تجاری به زبان انگلیسی
http://tccim.ir/images/rules/TccimRule__25_ExportRule.pdf	اطلاعات اتحادیه ها و تشکل های صادراتی استانی
http://tccim.ir/images/Docs/incoterms_2010.pdf	آشنایی با قواعد اینکوترمز 2010
http://tccim.ir/images/Docs/PaymentTerms.pdf	روش های پرداخت بین المللی
http://tccim.ir/HelpDesk/ECommerceIntroduction.aspx	آشنایی با تجارت الکترونیک
http://tccim.ir/HelpDesk/BrandConsultation.aspx	مشاوره برند

جهت مشاهده قسمت پرسش و پاسخ و همچنین ارسال سوالات خود به آدرس های زیر مراجعه نمائید:
ارسال سوالات در ارتباط با فعالیت های صادراتی:

<http://tccim.ir/HelpDesk/HelpDesk.aspx>

ارسال سوالات در ارتباط با موضوعات واردات، گمرک، بیمه و مباحث مالیاتی و حقوقی:

<http://tccim.ir/consultation.aspx?p=1&ctype=1>

در صورت وجود هرگونه سوال دیگر، از تماس یا مکاتبه با ما دریغ نفرمائید.

با تشکر و آرزوی توفیق
دفتر مشاوره بازاریابی صادراتی