



وزارت صنعت، معدن و تجارت
سازمان صنایع کوچک و شهرکهای صنعتی ایران
با همکاری
سازمان توسعه تجارت ایران



دستور العمل استقرار شرکت‌های مدیریت صادرات
در شهرک‌های صنعتی کشور

معاونت صنایع کوچک
مدیریت توسعه بازار و امور بین الملل

خرداد ۱۳۹۲

مقدمه:

دستورالعمل استقرار شرکت های مدیریت صادرات در شهرک های صنعتی کشور با استناد به بند نهم از ماده چهار اساسنامه شرکت مادر تخصصی سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی ایران، مبنی بر حمایت و پشتیبانی از توسعه بازار و با هدف کمک به صنایع کوچک و متوسط برای توسعه صادرات محصولات تولید شده در شهرک ها و نواحی صنعتی کشور، توسط مدیریت توسعه بازار و امور بین الملل معاونت صنایع کوچک سازمان تدوین شده است.

ماده ۱- هدف

هدف از تهیه و تدوین این دستورالعمل ایجاد هماهنگی و وحدت رویه، افزایش دقت و شفاف سازی حوزه فعالیت ها و وظایف هر یک از سازمان ها، نهادها، شرکت های شهرک های صنعتی در استان ها و شرکت های مدیریت صادرات جهت ساماندهی استقرار شرکت های مدیریت صادرات در امر تسهیل روند صادرات محصولات و خدمات تولیدی واحدهای صنعتی مستقر در شهرک ها و نواحی صنعتی می باشد.

ماده ۲- تعاریف و ادبیات

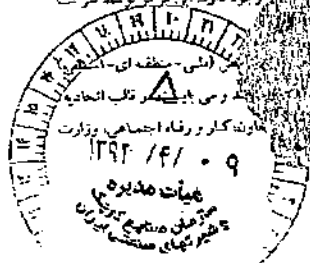
سازمان: سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی ایران
شرکت استانی: شرکت شهرک های صنعتی در هر استان
واحدهای صنعتی: به واحدهای های صنعتی فعال در شهرک های صنعتی یا نواحی صنعتی اطلاق می گردد.

مرکز: مرکز خدمات فناوری و کسب و کار^۱

اتاق: اتاق های بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران

تشکل: تشکل های صادراتی^۱

^۱ تشکلی است که در شهرک های فناوری و یا شهرک های صنعتی بزرگ به منظور ایجاد امکانات مناسب جهت استقرار واحدهای کسب و کار در زمینه های مختلف نظیر فن و مهندسی، فناوری، مدیریت، مالی و حقوقی، بازاریابی، آموزشی و سلامت می گردد. علاوه بر بهره مندی مشاوران فنی و فیزیکی مناسب جهت دفتر کار، استفاده از امکانات مشترک نظیر سالن کنفرانس و جلسات، کلاس های آموزشی و وجود اداره امور مرکز توسط شرکت شهرک های صنعتی استانی ایجاد و مالکیت و بهره برداری از آن در اختیار سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی می باشد. ^۲ تشکلی است که به موجب قانون در یک حوزه تخصصی (کالا یا خدمات) خاص و یا فعالیتهای مشترک از اعضای مختلف که به موجب قانون در یک حوزه تخصصی (کالا یا خدمات) خاص و یا فعالیت کرده و دارای شخصیت حقوقی مستقل می باشد. این نهادها بصورت سنتی و غیر انتفاعی به نوع اعضای انجمن، سندیکا، جامعه، کانون، شورا، عده و معایبم در مراجع ذیربط نظیر اتاق بازرگانی و صنایع و معادن اتاق بازرگانی، وزارت کشور، وزارت صنعت، معدن و تجارت ثبت شده باشد.



Three handwritten signatures in black ink, likely representing the approval of the document by officials.

سازمان های استانی: سازمان های صنعت، معدن و تجارت در استانها

مؤسسه: مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

شرکت های مدیریت صادرات: شرکت مدیریت صادرات یکی از انواع واسطه های صادراتی است که برای کمک به بنگاههای اقتصادی در جهت ورود به بازارهای بین المللی ایفای نقش می کند. این شرکتها بسته به شرایط و نیاز می توانند مدیریت تمام یا بخشی از فعالیتهای صادراتی بنگاههای اقتصادی به ویژه بنگاههای کوچک و متوسط را بعهده بگیرند

ماده ۳- مسؤلیت ها و وظایف

مسؤلیت اجرای این دستورالعمل با سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی ایران با همکاری سازمان توسعه تجارت و واحدهای اجرایی مستقر در هر استان به شرح زیر می باشد.

اول - سازمان:

الف) انجام نظارت عالی

ب) کنترل و پایش برنامه عملیاتی

ج) بستر سازی برای استقرار

د) ارائه خدمات موجود در شهرک های صنعتی استان ها

ه) تسهیل در برقراری ارتباط بین شرکت های مدیریت صادرات و واحدهای صنعتی

دوم - سازمان توسعه تجارت ایران

الف) شناسایی شرکتهای مدیریت صادرات

ب) مساعدت در شکل گیری شرکتهای مدیریت صادرات

ج) ارائه خدمات مشاوره ای

د) هماهنگی و برنامه ریزی جهت حضور مدیران عامل شرکتهای مدیریت صادرات در میزهای کالایی

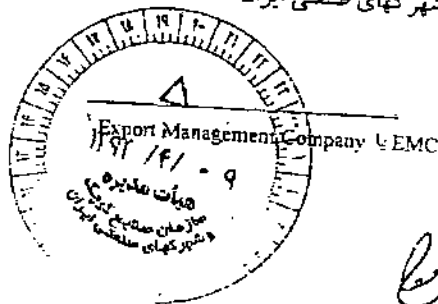
کشوری و استانی

ه) فرهنگ سازی

و) آموزش، ارتقاء و رتبه بندی شرکتهای مدیریت صادرات (ظرفیت سازی)

ز) معرفی شرکتهای مدیریت صادرات به سازمان صنایع کوچک و شهرکهای صنعتی ایران

ط) نظارت بر عملکرد شرکتهای مدیریت صادرات



Handwritten signatures and stamps at the bottom of the document.

سوم- شوکت استانی

- الف) معرفی واحدهای صنعتی به شرکتهای مدیریت صادرات
- ب) کمک به استقرار و ارائه دفاتر موجود در مراکز خدمات فناوری و کسب و کار
- ج) ارزیابی عملکرد شرکتهای مدیریت صادرات پس از استقرار و ارائه گزارش آن به سازمان
- د) استفاده از پتانسیل های تورهایی صنعتی برای ارتقاء توان تخصصی شرکت های مدیریت صادرات

چهارم- سازمان های استانی

- الف) بررسی، ارزیابی اولیه و تأیید سوابق شرکتهای مدیریت صادرات بر اساس معیارهای تعیین شده توسط سازمان توسعه تجارت و اعلام نتیجه به آن سازمان
- ب) ارائه حمایت های مالی و اداری

پنجم- اتاق :

- الف) تسهیل فرآیند بازاریابی و صادرات

ب) همسان یابی

- ج) مشارکت در شکل گیری و توسعه شرکت های مدیریت صادرات
- د) ارائه پیشنهادات و همکاری و مشارکت در تصمیمات مرتبط با شرکتهای مدیریت صادرات
- ه) برگزاری دوره های آموزشی در خصوص بازرگانی خارجی و صادرات
- و) ارائه خدمات مشاوره ای در زمینه های بازاریابی کالاهای صادراتی، حقوقی، مالیاتی، قوانین و مقررات
- ز) کمک به حضور شرکتهای مدیریت صادرات در رویدادهای تجاری، نظیر شرکت در نمایشگاه، اعزام و پذیرش هیات های تجاری و سرمایه گذاری

ششم- مؤسسه :

- الف) انجام تحقیقات، جمع آوری آمار و اطلاعات تجاری

ب) نشر اطلاعات تجاری

- ج) انجام پژوهشهای لازم جهت تجزیه و تحلیل مسائل اقتصادی- بازرگانی داخلی و خارجی

هفتم- تشکل های صادراتی

- الف) ترغیب و تشویق بنگاه ها به همکاری و استفاده از خدمات شرکتهای مدیریت صادرات و ایجاد

همبستگی و یکپارچگی بین بنگاه ها و ایجاد رقابت سالم بین آنها

- ب) معرفی واحدهای دارای پتانسیل صادرات به شرکتهای مدیریت صادرات



Handwritten signatures and stamps at the bottom of the page.

ج) ارائه خدمات مشاوره ای و اطلاعاتی به روز راجع به کالاها، رقبا، قراردادهای بازاریابی و قواعد تجاری و

امثالیم به شرکتهای مدیریت صادرات

هشتم - شرکت های مدیریت صادرات

الف) ارائه خدمات تخصصی صادراتی به بنگاهها از جمله:

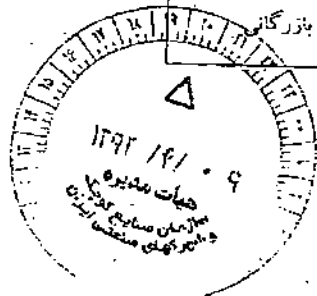
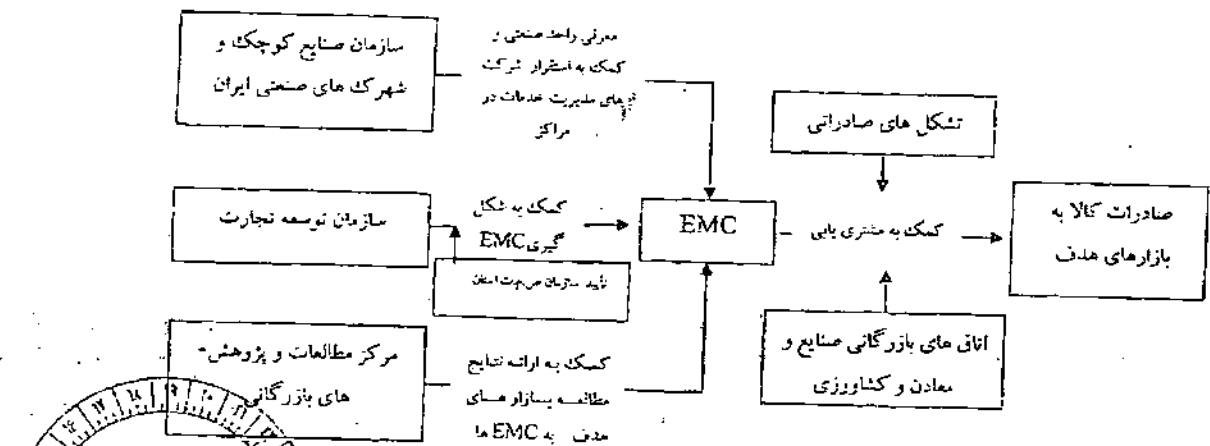
- انجام تحقیقات بازاریابی
- شناسایی و انتخاب توزیع کنندگان ماهر و با تجربه
- بازاریابی و بازاریابی
- کسب مجوزهای لازم
- تهیه اسناد و مدارک مورد نیاز صادرات
- ارائه مشاوره برای قیمت گذاری محصولات
- ارائه خدمات انبارداری در بازار هدف
- هماهنگی امور حمل و نقل
- مدیریت ریسک پرداختها و تعهدات ظرفین

ب) عقد قرارداد رسمی برای ارائه خدمات صادراتی به بنگاه ها

ج) کمک به ایجاد تقاضا در بازارهای بین انمللی

د) تعهد به حفظ رابطه بلند مدت با تولید کنندگان و مصرف کنندگان کالا و خدمات

ه) ارائه تعهد به ارتقاء ارزش افزوده کالاها و خدمات صادراتی بنگاهها



Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.

ماده ۴: ارزیابی عملکرد شرکت‌های مدیریت صادرات
ارزیابی بر اساس معیارهای رتبه بندی شرکتهای مدیریت صادرات (پیوست ۱) توسط شرکت استانی و سازمان های استانی هر شش ماه یکبار انجام پذیرفته و نتایج بررسی ها به سازمان و سازمان توسعه تجارت جهت ارزیابی نهایی ارسال خواهد شد.

ماده ۵: حمایت‌ها

- الف) فراهم آوردن امکان استقرار شرکتهای مدیریت صادرات در ۲۲ مرکز (پیوست ۲) و در اختیار گذاشتن دفاتر ۱۷ مرکز خدمات پس از اتمام عملیات ساخت و ساز و آغاز بهره برداری (پیوست ۳).
- ب) ارائه کلیه مشوقات و مزایای مالی و معنوی ناشی از استقرار در مراکز خدمات کسب و کار
- ج) برخورداری از خدمات حمایتی سازمان توسعه تجارت شامل:
 - ۱- ثبت شرکتهای مدیریت صادرات در بانک اطلاعاتی سازمان توسعه تجارت به همراه رتبه آنها و اطلاع رسانی به تشکلهای، بنگاه ها و سایر نهاد های مرتبط
 - ۲- کمک به ارتقاء سطح علمی و تخصصی مدیران و اعضای شرکت های مدیریت صادرات از طریق شرکت در دوره های آموزشی و همایش های تخصصی صادرات به صورت رایگان
 - ۳- کمک به اعزام هیات های تجاری مطابق با شیوه نامه ها و دستورالعمل های سازمان توسعه تجارت
 - ۴- کمک به شرکت در نمایشگاههای داخل و خارج از کشور مطابق با شیوه نامه ها و دستورالعمل های سازمان توسعه تجارت
 - ۵- ارائه خدمات مشاوره ای در حوزه شرکتهای مدیریت صادرات و بسته بندی صادراتی
 - ۶- کمک به انجام تحقیقات بازار، تبلیغات و اطلاع رسانی محصولات و خدمات در بازارهای هدف صادراتی و یا توسعه و ترویج نام و نشان تجاری محصولات

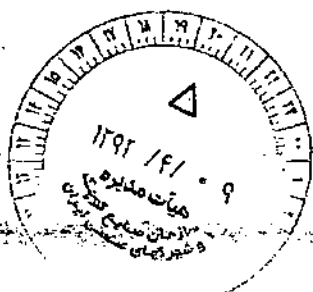
ماده ۶- فرآیند استقرار شرکت های مدیریت صادرات در شهرک های صنعتی استان

- ۱- فراخوان (توسط سازمان توسعه تجارت)
- ۲- تکمیل اطلاعات: ارائه شناسنامه شرکت مدیریت صادرات و مدارک و مستندات (توسط شرکت مدیریت صادرات و ارائه آن به سازمان صن. م. ت استان).
- ۳- ارزیابی اولیه و بررسی و تأیید مدارک (توسط سازمان صن. م. ت استان و سازمان توسعه تجارت ایران)



Handwritten signatures and initials are present at the bottom of the page, including a large signature on the right and several smaller ones on the left.

- ۴- احراز صلاحیت و رتبه بندی شرکت مدیریت صادرات (توسط سازمان توسعه تجارت و شرکت های استانی)
- ۵- ثبت در بانک اطلاعاتی سازمان توسعه تجارت ایران
- ۶- معرفی شرکت مدیریت صادرات به سازمان (توسط سازمان توسعه تجارت)
- ۷- انجام کارشناسی رسمی از محل استقرار و برآورد قیمت اجاره محل (ثبت پایه مزایده توسط شرکت های استانی)
- ۸- برگزاری مزایده (توسط شرکت های استانی)
- ۹- انتخاب شرکت مدیریت صادرات (برگزیده مزایده)
- ۱۰- عقد قرارداد (توسط شرکت های استانی)
- ۱۱- استقرار در مراکز خدمات کسب و کار (توسط شرکت های استانی)
- ۱۲- حمایت ها (توسط سازمان، سازمان توسعه تجارت، سازمانهای استانی، شرکتهای استانی، اتاق، تشکل های صادراتی و موسسه)
- ۱۳- مشاوره و آموزش (توسط سازمان توسعه تجارت)
- ۱۴- ارزیابی نهایی و بایش برنامه عملیاتی شرکت مدیریت صادرات (توسط سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی ایران)

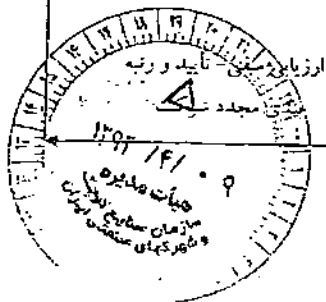
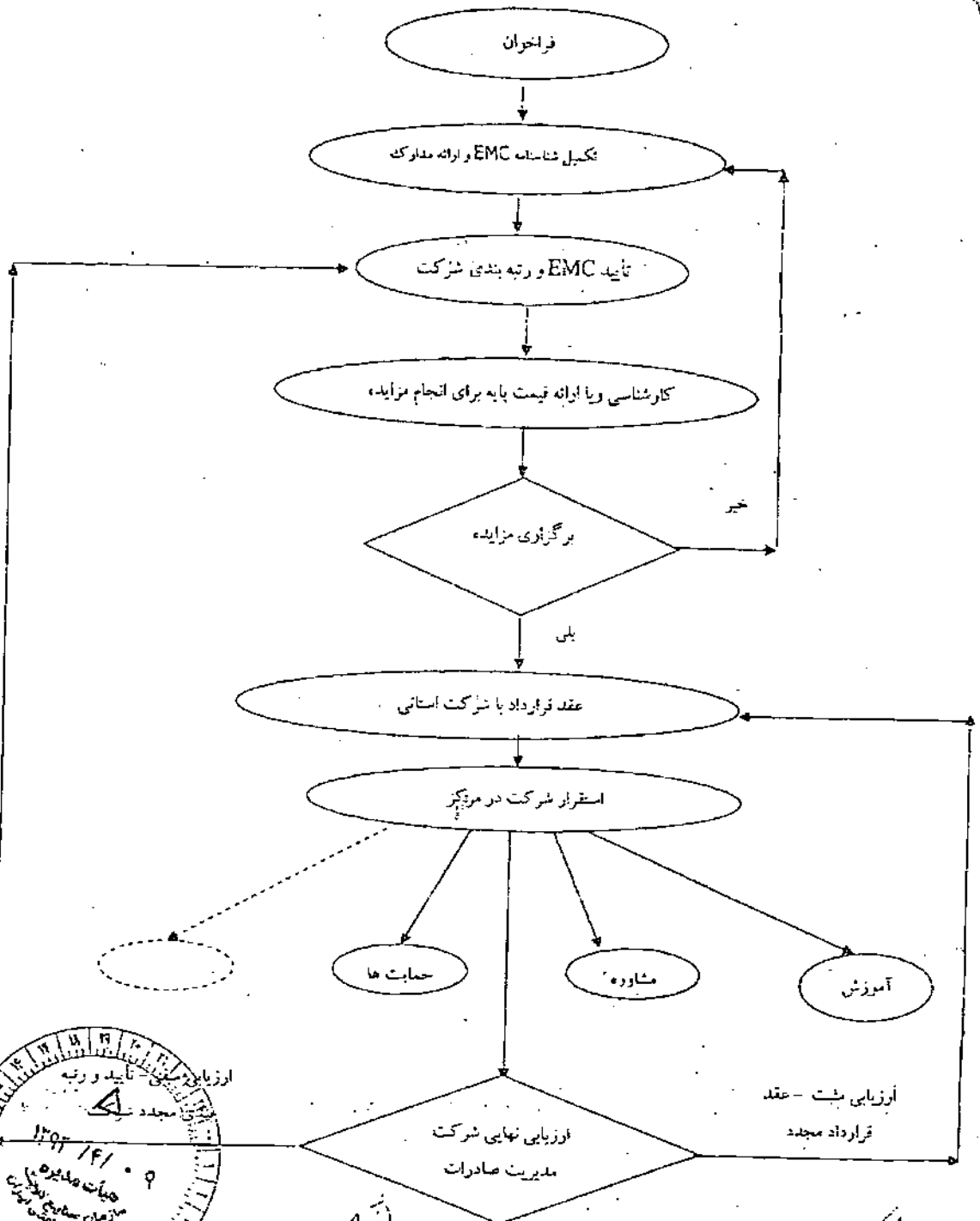


[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

فراآیند استقرار شرکت های مدیریت صادرات در مراکز فناوری و کسب و کار شهرک های صنعتی کشور



(Handwritten signature)

(Handwritten signature)

(Handwritten signature)

پیوست ۲

مراکز در حال بهره برداری

- ۱- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار قطعات خودرو تبریز (استان آذربایجان شرقی)
- ۲- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار اردبیل واقع در شهرک صنعتی اردبیل ۱ (استان اردبیل)
- ۳- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار اشتهارد واقع در شهرک صنعتی اشتهارد (استان البرز)
- ۴- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار عباس آباد واقع در شهرک صنعتی عباس آباد (استان تهران)
- ۵- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار شمس آباد واقع در شهرک صنعتی شمس آباد (استان تهران)
- ۶- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار پایتخت (علی آباد) (استان تهران)
- ۷- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار نصیرآباد (استان تهران)
- ۸- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار شهرک فناوری صنایع غذایی مشهد در مجاورت شهر مشهد
- ۹- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار زنجان واقع در شهرک صنعتی زنجان ۱ (استان زنجان)
- ۱۰- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار زاهدان میرجاوه واقع در شهرک صنعتی زاهدان میرجاوه (سیستان و بلوچستان)
- ۱۱- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار شکوهیه واقع در شهرک صنعتی شکوهیه (استان قم)
- ۱۲- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار سندج ۱ (استان کردستان)
- ۱۳- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار گنبد واقع در شهرک صنعتی گنبد (استان گلستان)
- ۱۴- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار آق قلا (استان گلستان)
- ۱۵- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار بوعلی (استان همدان)
- ۱۶- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار مرکزی یزد (استان یزد)
- ۱۷- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار شهرکرد (استان چهارمحال و بختیاری)
- ۱۸- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار خرم آباد (استان لرستان)
- ۱۹- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار آمل (استان مازندران)
- ۲۰- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار اراک (استان مرکزی)
- ۲۱- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار شهرک فناوری صنایع غذایی و الکترونیک ارومیه (استان آذربایجان غربی)
- ۲۲- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار بیستون (استان کرمانشاه)

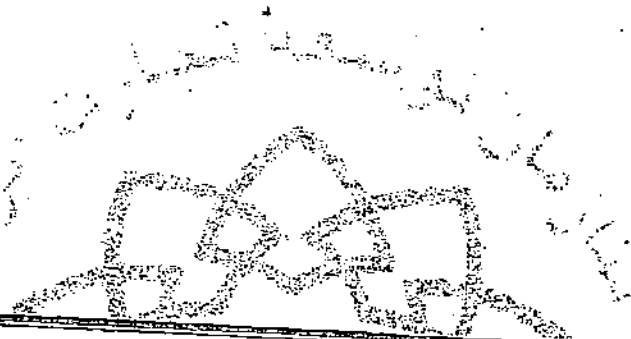
پیوست ۳

مراکز در حال ساخت

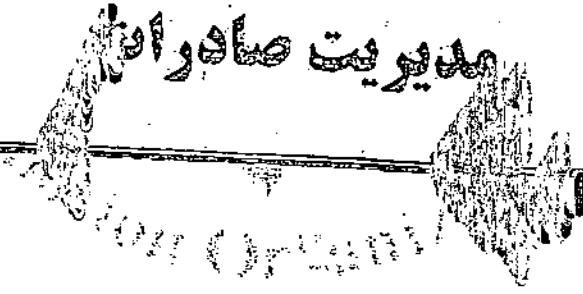
- ۱- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار بیرجند
- ۲- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار اهواز
- ۳- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار اصفهان
- ۴- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار اصفهان
- ۵- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار سمنان
- ۶- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار کاسین
- ۷- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار بوشهر
- ۸- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار بزد
- ۹- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار بیدک
- ۱۰- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار شماره ۲ بندر عباس
- ۱۱- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار یاسوج
- ۱۲- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار ناحیه صنعتی وشت
- ۱۳- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار شیراز
- ۱۴- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار لار فارس
- ۱۵- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار آباده فارس
- ۱۶- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار کرمان
- ۱۷- مرکز خدمات فناوری و کسب و کار سلیمی تبریز



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت
سازمان توسعه تجارت ایران



رتبه بندی شرکتهای
مدیریت صادرات





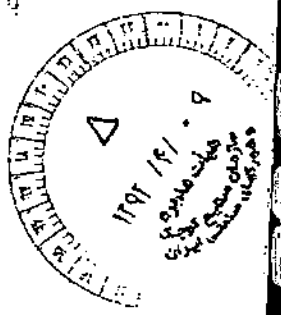
جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت
بانک توسعه تجارت ایران



شرایط اجراز شرکت‌های مدیریت صادرات با کلاس (D)

ردیف	معیار ارزیابی	شاخص ارزیابی	ارائه اسناد
۱	ثبت شرکت	۱-۱- ثبت شرکت در اداره ثبت شرکتها	ارائه اسناد ثبتی و اساسنامه شرکت (موضوع اساسنامه می بایست مرتبط با فعالیت‌های صادراتی باشد)
۲	جمع آوری اطلاعات بازارهای هدف	۱-۲- جمع آوری اطلاعات بازارهای هدف	از ابزارهای استاندارد تحقیق در جمع آوری اطلاعات استفاده شده باشد (برخی ابزارها: پرسشنامه، مشاهده، مصاحبه، مطالعات موردی و ...)
		۱-۳- تجزیه تحلیل اطلاعات جمع آوری شده	ارائه مدرک آشنایی با ابزارهای تحلیل بازار (نمونه: آشنایی با ابزارهای تحلیل بازار)
۳	تجزیه تحلیل اطلاعات جمع آوری شده	۱-۴- وجود بخش مذاکرات تجاری به زبان خارجی در شرکت	ارائه مدرک مذاکرات یا مکاتبات تجاری (به زبان انگلیسی)
		۲-۴- آشنایی با قوانین تجارت بین الملل	ارائه مدرک آشنایی با قوانین و مقررات صادرات و واردات
۴	برقراری ارتباط با بازار	۲-۴- آشنایی با نظام ترهه ها در سطح ملی و بازار هدف	ارائه مدرک آشنایی با اصطلاحات، واژه ها و اسناد بازرگانی بین المللی یا مدرک اینکوترمز ۲۰۱۰
		۴-۴- تمرکز بر بازار و کانالهای توزیع در بازار هدف	ارائه مدارکی از جمله تقاضا نامه یا توانایی نامه یا هر مدرکی که نشان دهنده این شاخص باشد
۵	آشنایی با ابزارهای کمی و کیفی تحقیقات بازاریابی بین المللی	۱-۵- آشنایی با ابزارهای کمی و کیفی تحقیقات بازاریابی بین المللی	ارائه مدرک آشنایی با ابزارهای کمی و کیفی تحقیقات بازاریابی بین المللی

توضیحات: شاخصهای ۱-۱ و ۳-۴ برای اخذ کلاس D الزامی می باشد و بقیه موارد پیش شرط صدور به کلاس بالاتر است.



فهرست مدیران
معاونین
معاونین

مهر
مهر

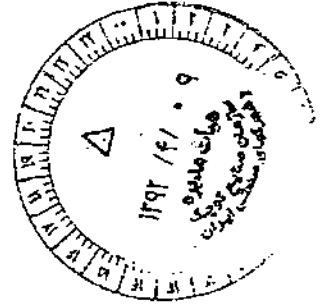


جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت
سازمان توسعه تجارت ایران

شرایط احراز شرکت‌های مدیریت صادرات با صلاحیت

ردیف	معیار ارزیابی	شاخص ارزیابی
۱	احراز همه شرایط کلاس (D)	۱-۱ همه شرایط کلاس (D) ۱-۲ دارا بودن ارزش صادرات به میزان حداقل یک میلیون دلار در یک سال
۲	ارزش صادرات	۱-۳ مدت زمان قراردادهای صادرات با بنگاه‌های زیر مجموعه بین ۳-۱ سال ۱-۴ حفظ و ماندگاری در بازار هدف طی ۳ سال اخیر
۳	قراردادهای صادرات با بنگاه‌های زیر مجموعه	ارائه گزارش‌های منبسط شده با بنگاه‌های زیر مجموعه
۴	حفظ و ماندگاری در بازار هدف	ارائه اظهارنامه جایی صادراتی ۳ سال اخیر / قرارداد معتبر با کارفرمای خارجی
۵	عضویت در تشکل‌های صادراتی (استانی - ملی)	ارائه کارت عضویت یا استعلام از تشکل
۶	وب سایت دو زبانه	ارائه اینترنتی وب سایت

توضیحات: ۱- شاخصهای ۱-۱، ۱-۲، ۱-۳ و ۱-۴ برای اخذ کلاس C الزامی می باشد و بقیه موارد پیش شرط صدور به کلاس بالاتر است.



Handwritten signature

۱- صادرات کالا
۲- خدمات خدمات
۳- صادرات خدمات

Handwritten signature

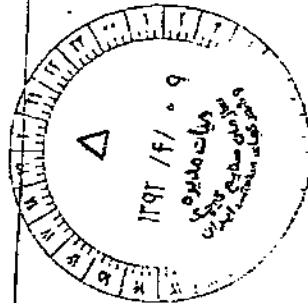


جمهوری اسلامی ایران
وزارت اقتصاد، معادن و تجارت
سازمان توسعه تجارت ایران



شرایط احراز شرکت‌های مدیریت صادرات با کلاس (B)

ردیف	معیار ارزیابی	شاخص ارزیابی	مصادرات
۱	اجراز همه شرایط کلاس (C)	۱-۱- همه شرایط کلاس (C) ۱-۲- دارا بودن ارزش صادرات به میزان حداقل ۵ میلیون دلار در یک سال	۱-۱- همه شرایط کلاس (C) ۱-۲- دارا بودن ارزش صادرات به میزان حداقل ۵ میلیون دلار در یک سال
۲	ارزش صادرات	۱-۳- مدت زمان قراردادهای صادرات با بینگام‌های زیر مجموعه حداقل ۳ سال ۱-۴- حفظ و ماندگاری در بازار هدف طی ۵ سال	۱-۳- مدت زمان قراردادهای صادرات با بینگام‌های زیر مجموعه حداقل ۳ سال ۱-۴- حفظ و ماندگاری در بازار هدف طی ۵ سال
۳	قراردادهای صادرات یا بینگام‌های زیر مجموعه	۱-۵- ذخیره در گروه‌های کالایی	۱-۵- صادرات حداقل یک محصول جدید به بازارهای قبلی
۴	حفظ و ماندگاری در بازار هدف	۱-۶- توسعه بازارهای هدف جدید	۱-۶- توسعه بازارهای هدف جدید
۵	صادرات محصولات جدید به بازارهای قبلی	۱-۷- همکاری با تشکلهای بین‌المللی در حوزه صادرات	۱-۷- همکاری با تشکلهای بین‌المللی در حوزه صادرات
۶	توسعه بازارهای هدف جدید		
۷	همکاری با تشکلهای بین‌المللی		



مهر

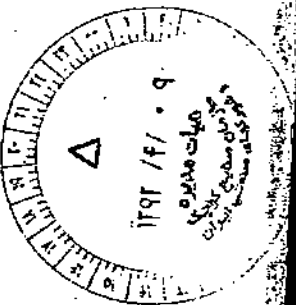
رنگ

۷ یا ۶



جمهوری اسلامی ایران
وزارت، صنعت، معدن و تجارت
سازمان توسعه تجارت ایران

<p>۸</p> <p>سرمایه گذاری در بازارهای هدف</p>	<p>۱-۸- سرمایه گذاری های انجام شده در بازارهای هدف</p>	<p>از راه مدارک دشته</p>
<p>۹</p> <p>دارا بودن فرایندهای عملیاتی با مشاوره ای تخصصی در حوزه صادرات</p>	<p>پشتیبانی، ترویج و فروش ۱-۹- تبلیغات ۲-۹- برپایی نمایشگاه تخصصی در نمایشگاه ۳-۹- داشتن نمایندگی و شعب فعال ۴-۹- نیروی فنی آموزش دیده و آگاهی از شرایط برکت فروش</p>	<p>۱- از راه قرارداد با مستندات ۲- از راه گشتها لازم شامل: قرارداد های مربوطه، کتابچه نمایشگاه ۳- از راه مدارک ۴- از راه گواهی</p>
	<p>پشتیبانی، ترویج ۵-۹- فراهم سازی نیروی انسانی آموزش دیده ۶-۹- فرایند جاری سازی سفارش ۷-۹- آماده سازی مستندات صادرات ۸-۹- حکمت و دوری</p>	<p>۵- از راه اید مالی ۶- در نظر گرفتن هدایت از زمان سفارش مشتری تا ارائه آن به مشتری (در شناختار عملیاتی شرکت این فرایند وجود داشته باشد) ۷- طبق الگوی ایزو ۹۰۰۱ مستندات تهیه شود. ۸- استفاده از مشاوره حقوقی مجرب (از راه قرارداد مربوطه)</p>



Handwritten signature and initials

Handwritten signature

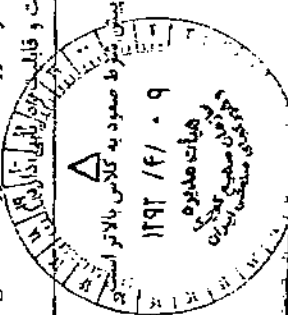


جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت
سازمان توسعه تجارت ایران



<p>۹- استفاده از مهندسون مجرب (ارائه قرارداد مربوطه) ۱۰- دانشن آزمایشگاه یا طرف قرارداد با آزمایشگاه مرتبط ۱۱- ارائه قرارداد مشاوره ۱۲- دانشن سیستم های اطلاعاتی در ساختار شرکت</p>	<p>پشتیبانی محصول : ۹-۹- توانایی مشاوره برای ارائه محصولات جدید ۹-۱۰- آزمون محصول ۹-۱۱- ارائه مشاوره در خصوص بسته بندی و برچسب گذاری (Labeling) ۹-۱۲- کنترل تولید و مدیریت موجودی ها</p>	<p>۹</p>
<p>۱۳- ارائه توافق نامه همکاری که زیر مجموعه و یا ذکر آن در قرارداد فی مابین ۱۴- ارائه مدارک دوره های آموزشی مربوطه</p>	<p>پشتیبانی قیمت ۹-۱۳- تعیین قیمت و مدیریت تخفیفات ۹-۱۴- آموزش واسطه ها ، نمایندگی ها و مشتریان در مورد تمایز و اختلافات قیمت</p>	
<p>۱۵- در قرارداد فی مابین مشخص شده باشد ۱۶- یکاگرگیری تجارت الکترونیک (E-commerce) ، بازاریابی اینترنتی (Internet-marketing) و بازاریابی از طریق پست الکترونیکی (Email marketing) ۱۷- در قرارداد فی مابین مشخص شده باشد ۱۸- ارائه مجوز اخذ شده از کشور هدف (منظور TAG هایی است که نشان می دهد مبدأ کالا کجاست و قابل قبول است)</p>	<p>پشتیبانی خدمات ۹-۱۵- خدمات پس از فروش و تامین قطعات ۹-۱۶- استفاده از فناوری اطلاعات و فعالیت در فضای مجازی و تجارت الکترونیک ۹-۱۷- خدمات بودجه بندی</p>	
<p>۱۸- ارائه مجوز اخذ شده از کشور هدف (منظور TAG هایی است که نشان می دهد مبدأ کالا کجاست و قابل قبول است)</p>	<p>پشتیبانی موجودی ها ۹-۱۸- مجوز اعتبار دهی به محصول و کالا</p>	

مشخصات : مشخصات اجرایی ۱-۳ ، ۱-۹ و ۸-۹ و ۱۳-۹ و ۱۷-۹ و ۱۹-۹ برای اخذ کلاس B الزامی می باشد و بقیه موارد پیش شرط صدور به کلاس بالاتر است



علامت

تکلیف

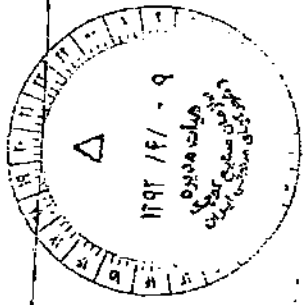
مهرات مدیره
معاونت توسعه تجارت
سازمان توسعه تجارت ایران



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت
سازمان توسعه تجارت ایران

شرایط احراز شرکتهای مدیریت صادرات با کلاس (A)

تاریف	معیار ارزیابی	شاخص ارزیابی
۱	احراز همه شرایط کلاس (B)	شخص ارزیابی
۲	ارزش صادرات	۱-۱- همه شرایط کلاس (B) ۱-۲- دالار بوش ارزش صادرات به میزان حداقل ۲۰ میلیون دلار در یک سال
۳	حفظ و ماندگاری در بازار هدف	۱-۳- حفظ و ماندگاری در بازار هدف طی ۷ سال اخیر در گروههای کالایی
۴	حضور در بازارهای جهانی	۱-۴- حضور در حداقل ۱۰ بازار
۵	بازاریابی جهانی	۱-۵- دانش دفتر با شعبه هم در کشور مبدأ و مقصد
۶	همکاری با شرکتهای مدیریت صادرات سایر کشورها	۱-۶- ادغام یا همکاری با شرکتهای مدیریت صادرات سایر کشورها



Handwritten signature

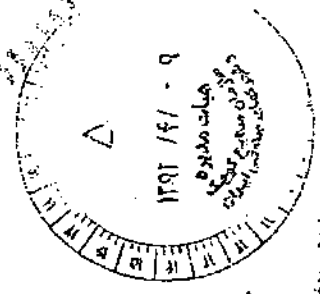
Handwritten signature



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت
ساختمان توسعه تجارت ایران

نکات مهم:

۱. شرکتهای بازرگانی (اعم از اشخاص حقیقی یا حقوقی) می توانند اقدام به خرید تخصصی تولید کنندگان کرده و سپس آن را به مشتریان خارجی می فروشند، جزء مصداق شرکتهای مدیریت صادرات محسوب نمی شوند و برای اخذ رتبه نمی توانند متقاضی باشند.
۲. مدت زمان اعتبار رتبه های اخذ شده یکسال می باشد و جهت تمدید یا اخذ رتبه جدید عملکرد شرکت تا قبل از پایان هر سال مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت.
۳. شرکتهایی که روند رشد منفی صادرات دارند در مقدری سابقه به رتبه پایین تر تنزل داده خواهند شد.
۴. بازار هدفی جدید محسوب نمی شود که میزان صادرات آن بازار حداقل ۲۵ درصد از حداقل ارزش صادرات تعیین شده در هر رتبه باشد.
۵. دوره های آموزشی ذکر شده در کلاس D هست حداقل توسط یکی از مدیران گذرانده شده باشد یا معرفی تحصیلی مرتبط ارائه شود.



۱۱
۱۸۰

Handwritten signature