

پیوست ۴

دستورالعمل حمایت از تحقیق بازار

(موضوع بند ۴ ماده ۴ آیین‌نامه حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق در حوزه صادرات)

مقدمه:

ورود به هریک از بازارهای صادراتی و بین‌المللی نیازمند دسترسی و تحلیل اطلاعات بروز و مدون از بازارهای هدف است. تدوین استراتژی صادراتی و ورود به بازار، قیمت‌گذاری محصول، تحلیل رقبا، بخش‌بندی رقبا، ارزیابی الگوی مصرف‌کنندگان و همچنین سیستم‌های فروش در بازار هدف برای هریک از محصولات دانش‌بنیان جهت صادرات موفق ضروری است. تهیه گزارش‌های تحقیقات بازار بین‌المللی یکی از بهترین ابزارهای دستیابی به این اطلاعات و همچنین تدوین برنامه صادراتی کارا است. به همین منظور و با هدف ورود محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و فناور به بازارهای صادراتی جدید، بخشی از هزینه‌های تهیه این گزارش‌ها از جمله تدوین گزارش استراتژی صادرات، شناسایی بازارهای دارای اولویت صادرات، خرید گزارش و یا انجام مطالعه بازار بین‌المللی و تحقیقات بازار میدانی توسط شرکتهای داخلی که دفتر منطقه‌ای یا شریک تجاری خارجی دارند، کارگزاران صادراتی و شرکتهای بازرگانی بومی در کشور مورد مطالعه، به متقاضی پرداخت می‌شود.

ماده ۱- خدمات مشمول حمایت در حوزه تحقیقات بازار بین‌الملل

تهیه گزارش تحقیقات بازار صادراتی بسته به نیاز هر یک از شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق و هدف از تدوین گزارش و مطالعه بازار می‌تواند شامل بخشی از موارد زیر به منظور تکمیل برنامه صادراتی باشد:

۱ + - تدوین برنامه استراتژیک صادراتی شرکت: در این مرحله کلیه محصولات شرکت مورد غربال قرار می‌گیرند و بر اساس اندازه بازارهای صادراتی و نرخ رشد صادرات کالا در هر بازار، کالاهای شرکت در ماتریس بوستون جانمایی می‌شوند و محصولات دارای شانس صادرات بیشتر برای ورود به فاز بعدی انتخاب می‌شوند.

۱ ۴ - انتخاب بازارهای اولویت‌دار صادراتی: بر اساس سبد محصولی شرکت و بر اساس تراز خالص وارداتی کشورها و نرخ رشد واردات ارزشی و وزنی و نیز لحاظ نمودن پارامترهای مسافت، روابط سیاسی، سهولت کسب و کار، رتبه فساد کشورها، سهولت نقل و انتقالات مالی و ... کشورهای دارای اولویت صادرات مستقیم و غیر مستقیم و نیز نحوه ورود به بازار مشخص می‌گردد.

۱ ۳ - تحقیقات بازار و مطالعه بازار کشوری: پس از انتخاب کشورهای بازار هدف صادراتی بصورت محلی و با مطالعه اسناد موجود نسبت به بررسی و شناسایی دقیق بازار، روش‌های نفوذ به بازار، تعیین و معرفی پیش‌نیازهای مجوزی و استانداردهای محصول جهت ورود به بازار، بخش بندی بازار،

شناسایی محصولات مشابه، رقبا و سهم هر یک از آنها در بازار هدف، ارزیابی و تحلیل الگوی خرید مصرف‌کنندگان در بازار هدف، تدوین استراتژی قیمت‌گذاری محصولات، تحلیل صنایع و پیش‌بینی تاثیر تحولات منطقه‌ای و جهانی در بازار محصول موردنظر، ارزیابی کارکرد برند و همچنین تدوین استراتژی توسعه برند، بررسی حلقه‌های واسط و کانال‌های توزیع، شناسایی و تحلیل عوامل تاثیرگذار بر فضای رقابت اقدام می‌گردد.

ماده ۲- دامنه شمول

۱-۲- شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق طبق خروجی ارزیابی آمادگی و مورد تأیید مرکز تعاملات

۳-۲- سایر شرکتهای معرفی شده از سوی مرکز تعاملات

ماده ۳- میزان حمایت

۱-۳- پرداخت ۶۰٪ هزینه‌های تهیه گزارش تحقیقات بازار بین‌المللی تا سقف ۶۰۰ میلیون ریال در سال تبصره ۱- خرید گزارش تحقیقات بازار آماده از مراجع معتبر در صورت تایید گزارش توسط مجری خدمات می‌تواند تا سقف تعیین شده مورد حمایت قرار گیرد.

تبصره ۲- کمک هزینه‌های مطالعه تدوین استراتژی صادرات، شناسایی کشورهای دارای اولویت صادرات یکبار به هر شرکت و هزینه مطالعه بازار به هر شرکت برای بازارهای جدید برای ۳ کشور تا سقف جمعی ۱۰۰۰ میلیون ریال در هر سال پرداخت می‌گردد.

تبصره ۳: جهت دریافت حمایت کریدور صادراتی، قرارداد فی‌مابین متقاضی و خدمت دهنده باید به تأیید مرکز تعاملات برسد.

ماده ۴- گردش کار:

۱-۴- به منظور دریافت خدمات تهیه گزارش تحقیقات بازار در یک حوزه جغرافیایی برای محصول خود، متقاضی می‌تواند ضمن اعلام نیاز به دریافت خدمت، درخواست خود را بصورت اینترنتی جهت دریافت حمایت به کریدور صادراتی ارسال نماید.

۲-۴- مبتنی بر گزارش ارسالی در دو یا سه فاز توسط متقاضی به کریدور صادراتی حمایت ارائه می‌گردد و کریدور صادراتی نسبت به صدور دستور پرداخت سهم حمایتی در هر فاز اقدام می‌نماید.

ماده ۵- این دستورالعمل در یک مقدمه، ۵ ماده و ۳ تبصره، در تاریخ ۹۹/۷/۱ به تأیید رئیس مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری رسید و از همان تاریخ قابل اجرا می‌باشد.