

دستورالعمل پنجم) حمایت از تحقیق بازار

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 و... مورد حمایت قرار می‌گیرد.

ماده 1- خدمات مشمول حمایت

تهیه گزارش تحقیقات بازار در حوزه بین‌المللی باتوجه به نیاز شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق و همچنین هدف از تدوین گزارش و مطالعه بازار می‌تواند شامل بخشی از موارد زیر باشد:

1. تدوین برنامه استراتژیک صادراتی شرکت: در این مرحله کلیه محصولات شرکت مورد بررسی قرار می‌گیرد و بر اساس اندازه بازارهای صادراتی و نرخ رشد صادرات کالا در هر بازار، کالاهای شرکت در ماتریس بوستون جانمایی شده و محصولات دارای شانس صادرات بیشتر برای ورود به فاز بعدی انتخاب می‌شوند.
2. 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.
3. 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، بخش‌بندی 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 2- میزان و نوع حمایت

پرداخت 60٪ هزینه‌های تهیه گزارش تحقیقات بازار بین‌المللی حداکثر به میزان 800 میلیون ریال در سال تبصره 1) خرید گزارش تحقیقات بازار آماده از مراجع معتبر در صورت تأیید گزارش توسط کریدور توسعه صادرات و تبادل فناوری و سازمان تا سقف تعیین‌شده مورد حمایت قرار می‌گیرد.