



I H T E C C

باشگاه شرکتهای صادراتی دانش بنیان



باشگاه شرکتهای صادراتی دانش بنیان



فهرست



۴	مقدمه
۵	تاریخچه باشگاه
۶	شرح فعالیت‌های باشگاه
۶	شناسایی و رتبه‌بندی شرکت‌ها
۱۰	عارضه‌یابی فرایند صادراتی شرکت‌های دانش‌بنیان
۱۱	کمک به رشد و ارتقای شرکت‌ها از دیدگاه صادراتی
۱۲	هم‌افزایی نهادهای ملی مؤثر در زمینه رشد شرکت‌ها و توسعه بازارهای صادراتی
۱۴	ارتقا برند ملی
۱۵	تشکیل کنسرسیوم تخصصی در سطح باشگاه به منظور رشد صادرات



در دنیای پویای تجارت و صادرات، "باشگاه شرکت‌های صادراتی دانش‌بنیان" به‌عنوان یک مرکز نوآوری و همکاری، رشد و پیشرفت را برای شرکت‌های صادراتی فراهم می‌کند. باشگاه، جایی است که کارآفرینان و متخصصان در حوزه صادرات و تجارت بین‌الملل گام‌های بلندی را برمی‌دارند. در باشگاه شرکت‌های صادراتی دانش‌بنیان، افراد با استفاده از تخصص، خلاقیت و دانش خود به ایجاد راهکارها و محصولات نوین در حوزه صادرات می‌پردازند. حضور در باشگاه فرصتی را برای شرکت‌ها فراهم می‌کند تا با همکاری و تبادل ایده با سایر شرکت‌ها، بازارهای جدید را کشف کرده، درآمد و سهم بازار خود را افزایش دهند.

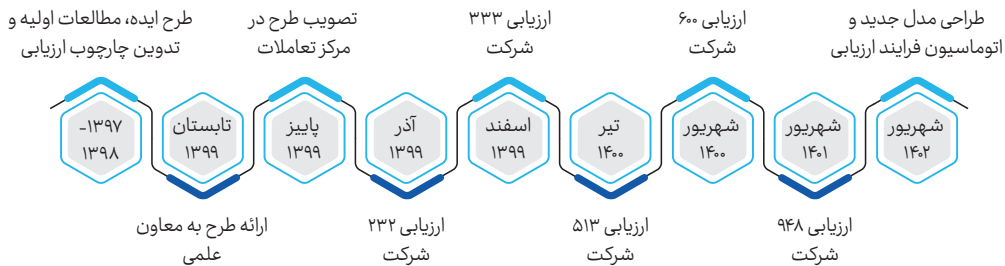
باشگاه شرکت‌های صادراتی دانش‌بنیان با برگزاری کارگاه‌ها، کنفرانس‌ها و جلسات تخصصی کمک می‌کند تا اعضا بتوانند از تجربیات یکدیگر بهره‌برده و راهکارهای نوین را مطرح کنند. ارتباط با شبکه‌های تجاری بین‌المللی، ارائه مشاوره‌های تخصصی و پشتیبانی فنی از دیگر خدمات ارزشمند باشگاه است. باشگاه پلی بین شرکت‌های نوپا و باتجربه است و فرصتی برای تبادل دانش، ایجاد شبکه‌های حرفه‌ای و دستیابی به فرصت‌های جدید در بازارهای جهانی فراهم می‌نماید و به‌عنوان یک مرجع و منبع اطلاعاتی برای تمامی شرکت‌های صادراتی فعال در کشور، نقش مهمی در توسعه و رشد صادرات و اقتصاد ملی دارد.



تاریخچه باشگاه



در دهه‌ی گذشته، یک ایده جسورانه به نام "باشگاه سرآمدان صادراتی" به دنیای کسب و کار وارد شد. این ایده با هدف ارتقای برند ملی ایران در صنعت محصولات با فناوری پیشرفته در سطح جهان شکل گرفت. باشگاه سرآمدان صادراتی در سال ۱۳۹۷ به‌عنوان بستری برای ارزیابی و توانمندسازی شرکت‌های دانش بنیان در حوزه صادرات تأسیس شد. مطالعات و تحقیقات فراوانی در زمینه ارزیابی صادراتی شرکت‌های دانش بنیان صورت گرفت و در نهایت شاخص‌های ارزیابی در سه دسته (شامل: شرکتی، فنی و بازاری) مصوب شدند. تا انتهای سال ۱۴۰۱ و بر اساس مدل ارزیابی مصوب، ۹۴۸ شرکت دانش بنیان ارزیابی و رتبه‌بندی شدند. در سال ۱۴۰۲، مدل قبلی با اعمال تغییرات به مدل "ارزیابی جامع صادراتی" و با رویکردی جدید تبدیل شد. در مدل جدید، شرکت‌ها بر اساس چهار شاخص اصلی (شامل: فنی، مدیریت صادراتی، شرکتی و بازاری و مالی)، ارزیابی و رتبه‌بندی می‌شوند. باشگاه شرکت‌های صادراتی دانش بنیان به‌عنوان یک پل نیرومند بین شرکت‌ها و سیاستگذاران حوزه‌های دانش بنیان به رشد و توسعه شرکت‌های دانش بنیان در بازارهای هدف صادراتی کمک می‌کند. باشگاه، با ارائه خدمات ارزشمند و ایجاد شبکه‌های حرفه‌ای، دستاوردهای بزرگی را در راستای توسعه صادرات و اقتصاد ملی حاصل کرده است. روند شکل‌گیری باشگاه شرکت‌های صادراتی دانش بنیان از ابتدا تاکنون در تصویر شماره ۱ قابل مشاهده است.



تصویر شماره ۱: روند شکل‌گیری باشگاه شرکت‌های صادراتی دانش بنیان

شرح فعالیت‌های باشگاه



فعالیت‌های باشگاه در بخش‌های زیر تعریف شده است:

۱) شناسایی و رتبه‌بندی شرکت‌ها:

باشگاه شرکت‌های صادراتی دانش‌بنیان به‌عنوان یک محیط حمایتی و توانمندساز برای شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه صادرات، فرایند ارزیابی آمادگی صادراتی را با استفاده از شاخص‌های متنوع و جامع انجام می‌دهد. این فرایند، به شرکت‌ها کمک می‌کند تا عوامل کلیدی موفقیت در بازارهای جهانی را شناسایی کرده و برنامه‌های مناسبی برای توسعه صادرات و رشد بین‌المللی خود ارائه دهند. فرایند ارزیابی شرکت‌ها در چهار شاخص اصلی زیر انجام می‌شود:



شاخص فنی: در این شاخص، نقاط قوت و ضعف فنی شرکت‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد. عواملی مانند فناوری مورد استفاده، نوآوری، کیفیت محصولات و خدمات، استانداردها و روش‌های تولید مورد ارزیابی قرار می‌گیرند.

شاخص مدیریت صادراتی: این شاخص به

بررسی توانمندی شرکت‌ها در مدیریت و ایجاد فرصت‌های صادراتی می‌پردازد. عواملی مانند تحلیل بازارهای خارجی، استراتژی‌های صادراتی، آمادگی سازمانی و قابلیت تطبیق با محیط‌های بین‌المللی مورد بررسی قرار می‌گیرند.





شاخص شرکتی: در این شاخص، عوامل مدیریتی و ساختاری شرکتها مورد بررسی قرار می‌گیرند. این عوامل شامل استراتژی‌ها، منابع انسانی، سیستم مدیریت، نظام ارتباطات و ساختار سازمانی است.

شاخص بازاری و مالی: در این شاخص، عوامل بازاریابی، فروش و تجارت شرکتها به همراه عوامل مالی مورد بررسی قرار می‌گیرند. این عوامل شامل بازار هدف، رقابت‌پذیری، استراتژی‌های قیمت‌گذاری، سیاست‌های بازاریابی و مدیریت مالی است.



بر اساس نتایج ارزیابی در این چهار شاخص اصلی، شرکتها در ۶ سطح رتبه‌بندی می‌شوند:

۵ ستاره: شرکت‌هایی که در تمامی شاخص‌ها و زیرشاخه‌ها، عملکرد برتری داشته‌اند و آمادگی بالایی برای صادرات به بازارهای جهانی دارند و ظرفیت بالایی برای صادرات دارند.

عدم احراز: شرکت‌هایی که در بخش‌های مختلفی از ارزیابی نتایج مناسبی نداشته‌اند و ضعف‌های قابل توجهی دارند که نیاز به بهبود دارند.

مستعد: شرکت‌هایی که در زمینه‌های مختلفی از ارزیابی نتایج مناسبی داشته‌اند و قابلیت پیشرفت و توسعه در صادرات را دارند.



۴ ستاره: شرکت‌هایی که در بیشتر شاخص‌ها و زیرشاخه‌ها عملکرد برتری داشته‌اند و ظرفیت خوبی برای صادرات دارند.

۳ ستاره: شرکت‌هایی که در بخش‌های مختلفی از ارزیابی نتایج مناسبی داشته‌اند و قابلیت صادرات را دارند.

۲ ستاره: شرکت‌هایی که در بخش‌هایی از ارزیابی نتایج مناسبی داشته‌اند ولی برای صادرات نیاز به تقویت دارند.

همچنین در فرایند عضویت شرکت‌ها در باشگاه شرکت‌های صادراتی دانش بنیان، از «شاخص آمادگی صادراتی» به عنوان ابزار ارزیابی استفاده می‌شود. این شاخص شامل ارزیابی داخلی (ضعف‌ها و قوت‌ها) و ارزیابی خارجی (تهدیدها و فرصت‌ها) است که در مسیر صادرات به بازارهای بین‌المللی انجام می‌شود. ارزیابی آمادگی صادراتی (ERA) با تجزیه و تحلیل کسب و کار، مشکلات موجود یا احتمالی شرکت‌های دانش بنیان در مسیر صادرات کالا و خدمات را شناسایی و بررسی می‌کند و اطلاعات دقیقی را به شرکت‌ها ارائه می‌دهد که این اطلاعات پایه و اساس، برنامه‌ریزی صحیح و مدیریت بهینه بازاریابی بین‌المللی و صادرات است. با استفاده از این فرایند ارزیابی، شرکت‌ها قادر خواهند بود موارد زیر را به دست آورند:

شناسایی قوت‌ها و ضعف‌ها: با ارزیابی آمادگی صادراتی، شرکت‌ها می‌توانند قوت‌ها و ضعف‌های خود را در زمینه‌های فنی، مدیریتی، شرکتی و بازاری و مالی شناسایی کنند. این شناسایی به شرکت‌ها کمک می‌کند تا با آگاهی از نقاط قوت شرکت و حفظ آن برای بهبود نقاط ضعف تلاش کنند.



شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها: ارزیابی آمادگی صادراتی به شرکت‌ها کمک می‌کند تا از فرصت‌ها و تهدیدهایی که در ورود به بازارهای جهانی با آن مواجه خواهند بود مطلع شوند. با شناخت دقیق این عوامل، شرکت‌ها می‌توانند استراتژی‌های مناسبی را برای بهره‌برداری از فرصت‌ها تدوین کنند و در برابر تهدیدها آمادگی لازم را داشته باشند.



تعیین استراتژی صادراتی: بر اساس نتایج ارزیابی، شرکت‌ها قادر خواهند بود استراتژی‌های صادراتی مناسبی را برای ورود به بازارهای جهانی تعیین کنند. این استراتژی‌ها شامل انتخاب بازار هدف، روش‌های توزیع، استراتژی قیمت‌گذاری، تبلیغات و بازاریابی بین‌المللی می‌شود.



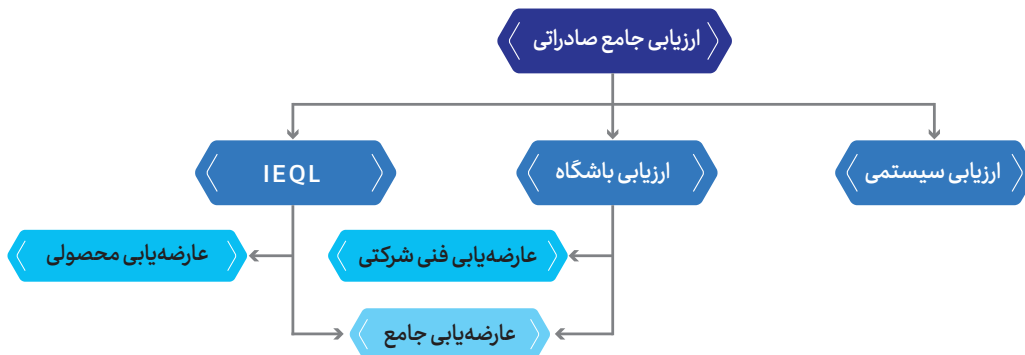
بهبود عملکرد صادراتی: با ارزیابی آمادگی صادراتی، شرکت‌ها قادر خواهند بود نقاط ضعف خود را شناسایی کرده و برای بهبود عملکرد صادراتی خود تلاش کنند. این ممکن است شامل بهبود فناوری و کیفیت محصولات، تقویت زنجیره تأمین، ارتقای مهارت‌های کارکنان و بهبود فرآیندهای صادراتی باشد.



دسترسی به منابع و حمایت‌های صادراتی: با عضویت در باشگاه شرکت‌های صادراتی دانش‌بنیان، شرکت‌ها می‌توانند از منابع و حمایت‌های صادراتی موجود در این باشگاه (شامل: دسترسی به اطلاعات بازارهای جهانی، شبکه‌سازی با سایر شرکت‌های صادراتی، دسترسی به منابع مالی و مشاوره‌های فنی) بهره‌مند شوند.



افزایش رقابت‌پذیری: با بهبود آمادگی صادراتی، شرکت‌ها می‌توانند رقابت‌پذیری خود را در بازارهای جهانی افزایش داده و با رقبای خارجی رقابت کنند. این افزایش رقابت‌پذیری می‌تواند منجر به رشد و توسعه شرکت‌ها در سطح بین‌المللی شود.



تصویر شماره ۲: ارزیابی شرکت‌های دانش‌بنیان بر اساس مدل ارزیابی جامع صادراتی



۲) عارضه یابی فرایند صادراتی شرکت های دانش بنیان

ما در باشگاه شرکت های صادراتی دانش بنیان، به نیازهای شرکت های دانش بنیان توجه و مدل ارزیابی عمیق صادراتی را تدوین کرده ایم. این مدل، با تکیه بر تجربه حداقل ۵ کارشناس و کارگزار تخصصی، در قالب یک فرایند بازدید جامع انجام می شود. از جمله خروجی های این فرایند می توان به بررسی دقیق عوامل مختلف در چهار دسته فنی، صادراتی، شرکتی و بازاری و مالی، اشاره کرد. با بررسی دقیق شرکت و ارائه عارضه یابی، ما در فرایند دستیابی به بازارهای صادراتی، نقشه ی راهی به مدت ۱ تا ۵ سال بر اساس سطح شرکت برای رفع نواقص موجود در هرکدام از زیر دسته ها و نیز دستیابی به اهداف صادراتی ارائه خواهیم داد.

دستیابی به بازارهای صادراتی و کسب درآمد مناسب در این زمینه یکی از خروجی‌های عارضه‌یابی شرکت‌ها است که منجر به تدوین استراتژی صادراتی مناسب خواهد شد. برای این منظور، شاخص‌های اصلی در هرکدام از بخش‌ها می‌تواند محصول، شرکت، رقبا و مشتریان را از جنبه‌های مختلف مورد ارزیابی قرار دهد و در مورد نقاط ضعف و قوت، چالش‌ها و فرصت‌های شرکت گزارش جامعی ارائه کند. با پیاده‌سازی مدل ارزیابی عمیق صادراتی، شرکت‌ها قادر خواهند بود نقاط ضعف و قوت خود را شناسایی کرده و با رفع نواقص موجود و بهره‌مندی از فرصت‌های صادراتی، استراتژی صادراتی قوی‌تری را برای شرکت خود تدوین کنند.

۳) کمک به رشد و ارتقای شرکت‌ها از دیدگاه صادراتی:

باشگاه شرکت‌های صادراتی دانش بنیان، ارائه خدمات گسترده‌ای برای شرکت‌های دانش بنیان فعال در حوزه صادرات دارد. در ادامه، به برخی از خدماتی که ما در باشگاه ارائه می‌دهیم، اشاره می‌شود:

مشاوره صادراتی: باشگاه شرکت‌های صادراتی دانش بنیان آمادگی

دارد در هر مرحله از فرایند صادرات، از برنامه‌ریزی تا اجرا، شرکت‌ها را همراهی کند. این همراهی می‌تواند در تحلیل بازارها، توسعه استراتژی صادراتی، تدوین برنامه عملیاتی، حل مشکلات و موارد دیگر باشد.



آموزش و آمادگی صادراتی: با

درک نیازهای آموزشی شرکت‌های دانش بنیان، دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های عملی را برگزار می‌کند.



این دوره‌ها شامل موضوعاتی مانند تحلیل بازار، بازاریابی بین‌المللی، مدیریت زنجیره تأمین صادراتی و مهارت‌های ارتباطی فرهنگی است.

ارتباطات و شبکه‌سازی: در باشگاه شرکت‌های صادراتی دانش‌بنیان، فرصت‌های مناسبی برای شبکه‌سازی و برقراری ارتباط با سایر شرکت‌ها، مشتریان و سازمان‌های مرتبط فراهم است. این امکان به شرکت‌ها کمک می‌کند تا از تجربیات دیگران استفاده کنند و روابط تجاری قوی‌تری برقرار کنند.



حمایت مالی و تسهیلات: باشگاه با همکاری بانک‌ها، مؤسسات مالی و سازمان‌های دولتی، اقداماتی را برای حمایت و پشتیبانی مالی از شرکت‌های صادراتی دانش‌بنیان (شامل: تسهیلات اعتباری، تسهیلات بلندمدت و برنامه‌های پشتیبانی مالی وزارتخانه‌ها) ارائه می‌دهد.

دسترسی به بازارهای جدید: باشگاه تیمی از کارشناسان باتجربه در حوزه بازارهای جهانی دارد و قادر است شرکت‌ها را در فرصت‌های جدید صادراتی (شامل: برگزاری نمایشگاه‌ها، مأموریت‌های تجاری و جلسات بازرگانی در کشورهای مختلف) هدایت کند.



۴) هم‌افزایی نهادهای ملی مؤثر در زمینه رشد شرکت‌ها و توسعه بازارهای صادراتی:

باشگاه شرکت‌های صادراتی دانش‌بنیان، به‌عنوان همراه شرکت‌ها در مسیر صادرات به بازارهای جهانی، با افتخار تلاش می‌کند تا شرکت‌های دانش‌بنیان را در تحقق رؤیاهای بین‌المللی‌شان همراهی کند. علاوه بر حمایت‌های عمومی که به‌وسیله مرکز تعاملات بین‌الملل در معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری انجام می‌شود، حمایت‌های فراوانی نیز در انتظار شرکت‌های صادراتی عضو باشگاه وجود دارد که با همکاری و بررسی‌های جامع می‌توانیم آن‌ها را اجرایی کنیم.



باشگاه با همکاری سازمان‌ها و نهادهایی همچون سازمان توسعه تجارت، صندوق نوآوری و شکوفایی، اتاق بازرگانی و سایر نهادهای مشابه، تلاش مشترک برای رفع موانع صادراتی و بهره‌مندی از ظرفیت‌های موجود به‌منظور حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و افزایش صادرات محصولات دانش‌بنیان در کشور را آغاز کرده است که این هم‌افزایی، علاوه بر ایجاد فرصت‌های نوآورانه، باعث توسعه و پیشرفت صادرات می‌شود.

۱-۴) گردهمایی‌های مشترک با سازمان‌های مرتبط

پیرو تحلیل اطلاعات، چالش‌های مسیر صادراتی شرکت‌های دانش‌بنیان، تصمیم به برگزاری گردهمایی‌های تخصصی در حوزه‌های مختلف با همکاری سازمان‌های مرتبط گرفته شد.

۲-۴) گردهمایی‌های تحلیل بازارهای صادراتی

تحلیل بازارهای صادراتی همواره مشکلی است که برای برخی شرکت‌ها بسیار هزینه دارد و در نهایت نیز به نتیجه مشخصی منجر نمی‌شود. برگزاری گردهمایی‌هایی با هدف آشنایی شرکت‌ها با بازارهای صادراتی و انتقال تجارب می‌تواند برای شرکت‌ها بسیار مفید باشد.

۵) ارتقا برند ملی

ما برترین شرکت‌ها و محصولات صادراتی کشور را با نشان صادراتی باکیفیت برتر^۲ IEQL تحت پوشش خود داریم. این نشان، تضمین‌کننده کیفیت بالا و اعتماد مشتری در بازارهای بین‌المللی است. برخی از مزایای این نشان شامل موارد زیر می‌شود:



رشد صادرات: IEQL
ابزاری قوی را به شما ارائه می‌دهد تا صادرات شرکت‌ها گسترش یابد. با اعتبار و شناخت این نشان، می‌توان به راحتی وارد بازارهای جدید شد و بازارهای قدیمی را تقویت کرد.

رقابت در بازارهای جهانی:
این نشان به شما امکان می‌دهد تا با اعتماد بیشتر مشتریان، در بازارهای بین‌المللی رقابت کنید.

نشان کیفیت برتر: IEQL
نمادی که نشان دهنده اعتماد مشتریان خارجی به محصول است. با دریافت این نشان، محصولات شما به عنوان محصولاتی با کیفیت برتر در بازارهای جهانی شناخته می‌شود.



عضویت در باشگاه شرکت‌های صادراتی دانش‌بنیان: با دریافت IEQL شرکت‌ها عضو از شرکت‌های صادراتی برتر می‌شوند. این عضویت باعث می‌شود تا شرکت‌ها از تجارب و ایده‌های هم‌تایان خود بهره‌مند شوند و در پروژه‌های مشترک همکاری نمایند.

بهبود ارتباط با مشتریان:
با دریافت IEQL رابطه شرکت‌ها با مشتریان بهبود می‌یابد. این نشان چارچوبی است که به مشتریان نشان می‌دهد شرکت‌ها به کیفیت و اعتماد پایبندند و توانایی تأمین محصولات با کیفیت را دارند.

۶) تشکیل کنسرسیوم تخصصی در سطح باشگاه به منظور رشد صادرات

شرکت‌های دانش‌بنیان با فناوری‌های بالا برای رشد صادرات خود به تأمین مالی قوی و پایدار نیاز دارند. با توجه به این نیاز، ایجاد یک صندوق سرمایه‌گذاری و شبکه تأمین مالی در سطح باشگاه شرکت‌های صادراتی دانش‌بنیان می‌تواند به شرکت‌های عضو این باشگاه امکان اعلام نیازمندی‌ها و تأمین سرمایه را بدهد و با همکاری یکدیگر، نیازهای خود را برآورده سازند.

ایجاد یک صندوق سرمایه‌گذاری در سطح باشگاه شرکت‌های دانش‌بنیان
تولیدکننده محصولات با فناوری‌های بالا



تأمین منابع مالی برای شرکت‌های عضو باشگاه جهت رشد صادرات
و توسعه فعالیت‌های تولیدی



فراهم آوردن زیرساخت‌ها و فرآیندهای لازم برای اعلام نیازمندی‌ها و تأمین
سرمایه شرکت‌های عضو در سامانه شبکه تأمین مالی



اهداف

۶-۱) گردهمایی سالانه باشگاه

اولین گردهمایی شرکت‌های صادراتی دانش‌بنیان در سال ۱۴۰۱ به همت مرکز تعاملات بین‌المللی
علم و فناوری ریاست جمهوری در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار شد. این گردهمایی به
صورت سالانه و با حضور سیاست‌گذاران و فعالان حوزه‌های دانش‌بنیان برگزار خواهد شد.



تقدیر از شرکت‌های برتر صادراتی بر اساس رتبه‌بندی‌های باشگاه
توسط سیاست‌گذاران؛

اهداف گردهمایی‌های سالانه:



اعلام حمایت‌های ویژه از شرکت‌های عضو باشگاه؛



بررسی و راهکاریابی برای موانع صادراتی پیشروی شرکت‌های
دانش‌بنیان با برگزاری پنل‌های تخصصی و نشست‌های B2B؛



۶-۲) گردهمایی‌های تخصصی در هریک از حوزه‌های فناوری

باشگاه تصمیم دارد با برگزاری نشست‌های تخصصی در حوزه‌های فناوری به طور مشخص موانع شرکت‌ها را بررسی کرده و با هم‌افزایی شرکت‌ها به توسعه هر چه بیشتر صادرات کمک کند. گردهمایی تخصصی در حوزه‌های دارو، فرآورده‌های پیشرفته حوزه تشخیص و درمان و وسایل، ملزومات و تجهیزات پزشکی در سال ۱۴۰۲ در تهران با حضور حداکثری شرکت‌های هر حوزه برگزار شده است. برگزاری این گردهمایی برای سایر حوزه‌ها نیز ادامه خواهد داشت. برخی از این گردهمایی‌ها در برخی از شهرستان‌ها به منظور بهره‌مندی شرکت‌های مستقر در آنجا برگزار خواهد شد.

بسترسازی به منظور حل مشکل‌های صادراتی شرکت‌ها



ظرفیت‌سازی به منظور انتقال تجربیات شرکت‌های بزرگ
صادراتی به شرکت‌های کوچک؛



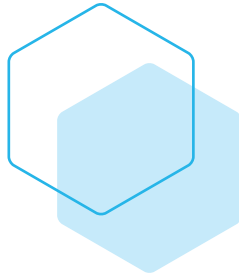
**اهداف
گردهمایی‌های
تخصصی**

راهکارهایی به منظور افزایش صادرات کالاهای دانش‌بنیان



۳-۶ نشست‌هایی به منظور اعطای لوح تقدیر به شرکت‌های ۵ ستاره و دارای جهش صادراتی

تاکنون لوح تقدیر ۴ شرکت از ۲۶ شرکت اعطا شده است و برنامه‌ریزی به منظور اعطای لوح سایر شرکت‌ها انجام شده است. هدف از نشست‌های فوق‌آشنایی با مشکل‌های شرکت‌ها و برنامه‌ریزی به منظور کمک به شرکت‌ها برای مرتفع کردن مشکل‌ها می‌باشد.





I N T E C C

باشگاه شرکت‌های صادراتی دانش‌بنیان