



International
Trade
Centre

دانشگاه صنایع و معادن ایران

Iran University of Industries & Mines



رویداد و دوره ویژه تحلیل بازار با استفاده از بانک‌های اطلاعاتی مرکز تجارت بین‌المللی

دپارتمان بین‌الملل مجمع جهانی دیپلماسی برند با هدف توانمندسازی بنگاه‌های برتر صادراتی کشور در نظر دارد با همکاری مرکز تجارت بین‌المللی ITC-International Trade Center به عنوان نهاد وابسته به سازمان جهانی تجارت (WTO) و کنفرانس تجارت و توسعه ملل متحد (UNCTAD) نسبت به برگزاری رویدادی ویژه و تخصصی در قالب ورکشاپ با هدف آشنایی، معرفی و تسلط بر ابزارهای تجزیه، تحلیل و مطالعه بازارهای بین‌الملل ITC در مهر ماه ۱۴۰۳ اقدام نماید.

از آنجایی که دسترسی به اطلاعات تجاری و بازار هدف یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت در بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی است، مرکز تجارت بین‌المللی مجموعه‌ای از ابزارهای آنلاین را برای شفاف‌تر نمودن تجارت جهانی و تسهیل دسترسی به بازارها ایجاد کرده است. این ابزارها فعالان تجاری را قادر می‌سازند تا فرصت‌های صادرات و واردات را شناسایی کنند، نیازمندی‌های دسترسی به بازار را مقایسه کنند، عملکرد تجارت ملی را ارزیابی کنند و تصمیمات تجاری آگاهانه اتخاذ نمایند.

دوره موردنظر، انواع این ابزارها و نحوه کار با آنها را در سه جلسه به طور کامل معرفی خواهد نمود و حضاران در جلسات پس از کسب مهارت و تسلط کافی به این ابزارها و شبیه‌سازی فرآیند تحلیل بازار در صنعت خود بر اساس HS code در بازارهای نمونه و هدف صادراتی، گواهینامه رسمی را مستقیماً از مرکز تجارت بین‌المللی ITC دریافت خواهند نمود.

لازم به ذکر است دوره مذکور به زبان فارسی، به صورت حضوری و در سه روز مجموعاً به مدت زمانی ۲۰ ساعت با حضور مدرسین مورد تایید مرکز تجارت بین‌المللی و با مشارکت منتورهای مسلط به ابزارها برگزار خواهد شد.



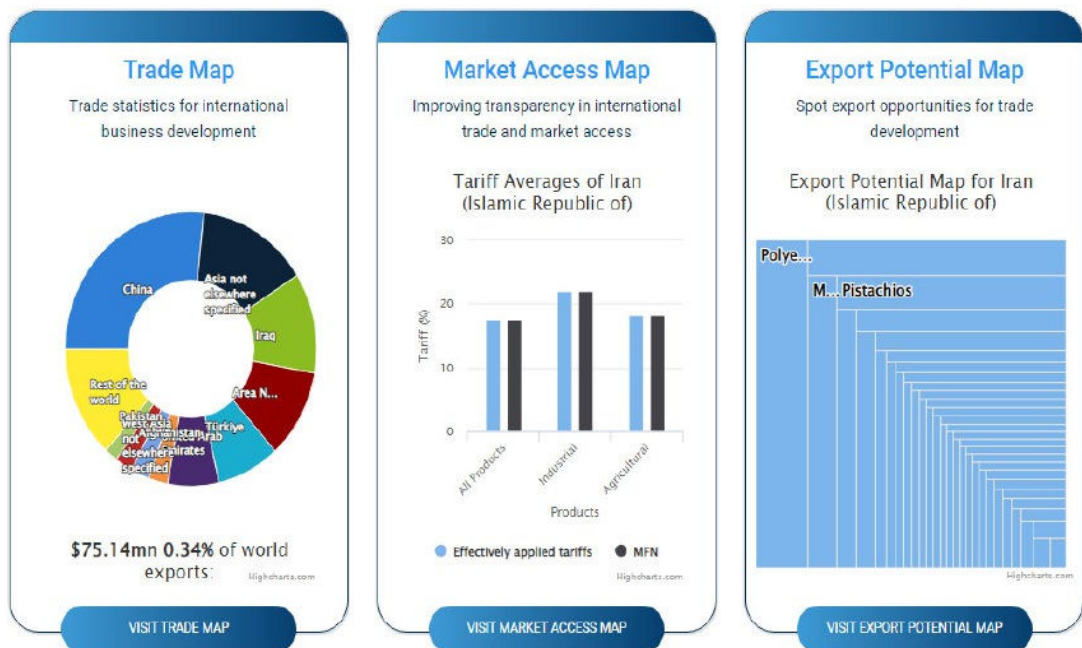
نمونه گواهینامه صادر شده از مرکز تجارت بین‌المللی

ژنوو؛ سوئیس

مرکز تجارت بین‌المللی ITC کانون برنامه‌ریزی سازمان ملل برای همکاری‌های فنی با کشورهای در حال توسعه جهان در زمینه گسترش تجارت است. مرکز تجارت بین‌المللی از سوی موافقتنامه عمومی تعرفه و تجارت (گات) در سال ۱۹۶۴ میلادی تاسیس شد و از سال ۱۹۶۸ زیر نظر گات و کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل (آنکتاد) فعالیت خود را به طور وسیع آغاز کرد. این مرکز به عنوان بازوی اجرایی برنامه عمران سازمان ملل UNDP عمل میکند و مسئولیت تامین مالی پروژه‌هایی که از سوی UNDP در کشورهای در حال توسعه در ارتباط با توسعه بازرگانی به اجرا در می‌آید، به عهده دارد.

به عنوان دبیرخانه مجمع جهانی دیپلماسی برند تلاش خواهیم کرد با تجهیز مدیران ایرانی به آخرین ابزارهای علم مدیریت و تجارت در کلاس جهانی، ایشان در مسیر تبدیل شدن به دیپلمات‌ها و سفرای اقتصاد کشور همراه باشیم.





Market Analysis Tools

معرفی ابزارهای تحلیل بازار مرکز تجارت بین‌المللی

مجموعه ابزارهای تجزیه و تحلیل بازار، بزرگترین پایگاه داده‌های تجاری را با همکاری سازمان‌های بین‌المللی نظیر سازمان ملل متحد و شرکای تجاری خود در جهان در اختیار کشورهای در حال توسعه و اقتصادهای در حال گذار قرار داده است.

سیاستگذاران، سازمان‌ها و نهادهای مرتبط با حوزه تجارت خارجی در هر کشور، بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط از طریق دسترسی رایگان و به روز اطلاعات در این درگاه اطلاعاتی قادر خواهند بود تا به آمار تجارت کالا در سطح بین‌الملل، داده‌های تعرفه‌ای، اقدامات غیر تعرفه‌ای کشورها، آشنایی با پتانسیل صادراتی کشورها، قواعد مبداء، دسترسی به اطلاعاتی سازمان جهانی تجارت (WTO) در مورد مقررات بهداشتی و فنی کالاها و بسیاری موارد دیگر دسترسی پیدا نمایند.

نقشه تجاری (Trade Map) مجموعه داده‌های آنلاین است که آمار تجارت بین‌المللی و شرکت‌ها را ارائه کرده و همچنین شاخص‌های عملکرد صادرات، تقاضای بین‌المللی، بازارهای جایگزین و نقش رقبا را در این بازارها به تصویر می‌کشد.

نقشه دسترسی به بازار (Market Access Map) نیازهای شرکت‌های خصوصی و سیاستگذاران را از طریق بهبود شفافیت بازار و تسهیل تحلیل سیاست‌های تجاری و همچنین ارائه اطلاعات جامع در مورد موانع تجاری مرتفع می‌سازد.

نقشه پتانسیل صادراتی (Export Potential Map) اطلاعات تخصصی مربوط به تحلیل‌های تجاری را به صورت اطلاعات کاربردی در مورد موقعیت‌های صادراتی نمایش می‌دهد. این ابزار بر اساس یک مدل اقتصادی جامع، پتانسیل کشورها را برای افزایش تنوع صادرات مورد ارزیابی قرار می‌دهد.

اقدامات غیر تعرفه‌ای و دسترسی به بازار (Non-Tariff Measures and Market Access)

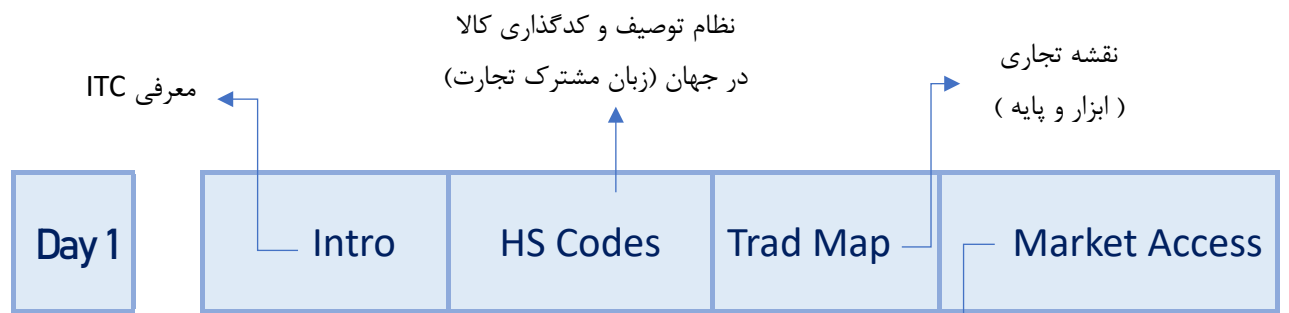
قواعد مبداء (Rules of Origin) پایگاه اطلاعاتی قواعد مبداء همراه با پایگاه‌های اطلاعاتی تعرفه‌ها و قراردادهای تجاری موجود در پایگاه اطلاعاتی نقشه دسترسی به بازار سبب دستیابی به راه‌حل‌های منحصربه‌فردی می‌شود که شرکت‌ها را قادر می‌سازد از توافقاتی تجاری در سراسر جهان منتفع شوند.

اقدامات مرتبط با مقررات بهداشتی و فنی و معرفی ابزار ePing SPS & TBT Platform این درگاه اطلاعاتی کاربران را قادر می‌سازد تا به موقع از پیام‌ها و اطلاعیه‌های (Notifications) مرتبط با محصولات و بازارهای خود مطلع شوند.

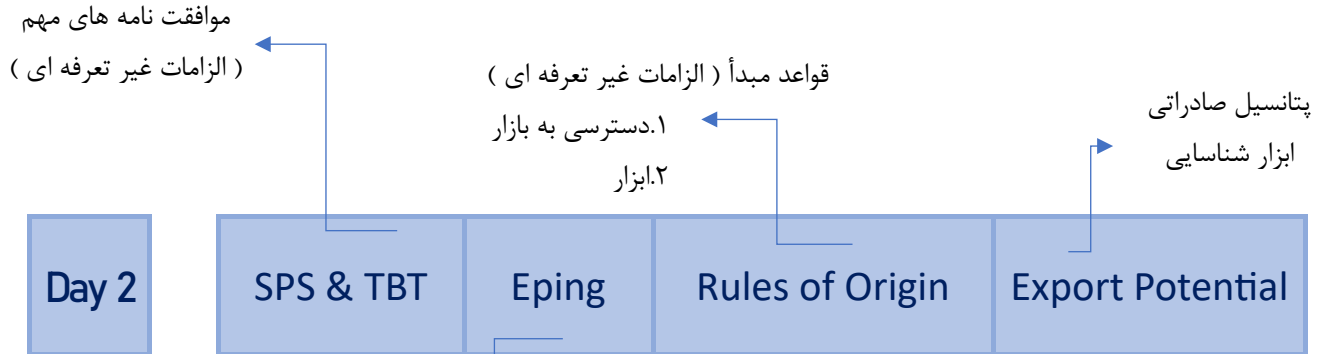
برگزاری دو دوره اول رویداد در سال ۱۴۰۲

دبیرخانه مجمع ملی دیپلماسی برند با هدف توانمندسازی واحدهای صنعتی و اقتصادی کشور و با حضور بیش از ۱۴۰ نفر از مدیران بازرگانی و امور بین‌الملل بنگاه‌های برتر اقتصاد ایران در دو گروه به تاریخ‌های ۲۴، ۲۵ و ۲۶ خرداد ماه و ۲۱، ۲۲ و ۲۳ تیرماه سال ۱۴۰۲ در محل مرکز همایش‌های بین‌المللی صدا و سیما آغاز به کار کرد و در سه روز کاری مجموعاً به مدت ۲۰ ساعت و با رویکرد توسعه ظرفیت برندهای ایرانی جهت حضور در زنجیره ارزش جهانی برگزار گردید و شرکت‌کنندگان علاوه بر آشنایی و تسلط کامل بر شیوه‌های آنالیز بازارهای هدف و شبیه‌سازی فرآیند تحلیل بازار بر اساس HS code محصولات مورد نظر خود، با فرآیند آموزشی مبتنی بر متدولوژی ITC بر مبنای آموزش فعال active teaching، ایفای نقش role playing و آموزش پروژه محور project teaching گواهینامه رسمی صلاحیت از مرکز بین‌المللی تجارت ITC ژنو سوییس دریافت نمودند.





دسترسی به بازار ۱. تعرفه ای ۲. غیر تعرفه ای



ابزارهای تحلیل
موافقت نامه ها

مرورنهایی و تهیه کاربرگ صادراتی



متولوژی آموزشی ۲۰ ساعته ITC

آموزش فعال

active teaching

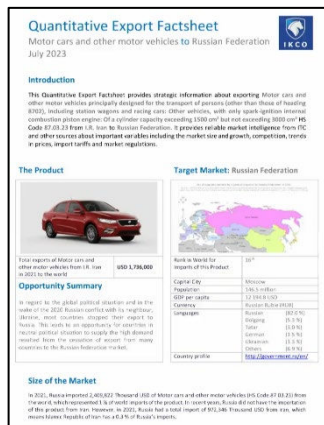
آموزش پروژه محور

project teaching

ایفای نقش

role playing

صدور گواهینامه



3

DAYS



ضرورت برگزاری این سلسله رویداد:

بدون شک، درک ساختار و تکامل بازارهای بین‌المللی برای شرکت‌هایی که قصد فعالیت در این بازار، جهت صادرات و واردات را دارند امری ضروری است. همچنین، شرکت‌ها باید مشخص کنند که کدام بخش‌ها و کشورها را در اولویت خود قرار دهند و روی کدام استراتژی‌های توسعه تمرکز کنند. ITC امکانات قابل قبولی جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات تجاری در اختیار مخاطبان خود قرار می‌دهد تا با کمک آن‌ها بتوانند به سوالات خود پاسخ دهند و مسیر پیشرفت را طی کنند.

مخاطبان هدف این سلسله رویداد:

- مدیران عامل شرکت‌ها و موسسات صنعتی، صادراتی، لجستیک و بازرگانی
- مدیران صادرات، بازرگانی و بین‌الملل سازمان‌ها و شرکت‌های صنعتی، صادراتی و بازرگانی
- برنامه‌ریزان کلان و تحلیلگران ارشد فعال در حوزه تجارت و سرمایه‌گذاری خارجی
- اساتید و فارغ‌التحصیلان رشته‌های مدیریت، اقتصاد، بازرگانی، آمار و آینده‌پژوهی
- سایر فعالان و دست‌اندرکاران حوزه اقتصاد و تجارت بین‌الملل

آموخته‌های این سلسله رویداد:

- شناسایی بازارهای جذاب / گردش کالاها بین کشورها / شناسایی رقبا / حجم، نوع و میزان کالاهای مبادله شده / شناسایی بازارهای نوین / تحلیل عرضه کنندگان یک کالای خاص در یک بازار هدف / مقایسه قابلیت‌های صادراتی کشورهای مختلف برای کالاهای گوناگون / تحلیل استانداردهای لازم و آگاهی از تعرفه‌های تجاری برای ورود به بازارهای منتخب بین‌المللی و بررسی ده‌ها سوال کلیدی و حیاتی دیگر در شناخت بازارهای هدف در فرایند واردات و صادرات

سرفصل‌های دوره:

- نقشه تجاری (Trade Map)
- نقشه دسترسی به بازار (Market Access Map)
- اقدامات غیر تعرفه‌ای و دسترسی به بازار (NTMs-Non-Tariff Measures)
- نقشه پتانسیل صادراتی (Export Potential Map)
- قواعد مبدا (Rules of Origin)
- اقدامات مرتبط با مقررات بهداشتی و فنی و معرفی ابزار (SPS & TBT – Eping Platform)

راهبرد و شیوه آموزش:

- آموزش فعال active teaching
- ایفای نقش role playing
- آموزش پروژه محور project teaching
- آموزش تئوری حضوری
- بحث گروهی
- حل مسئله
- کار با نرم افزار و پلتفرم
- ورکشاپ و اجرای نمونه عملی
- پرسش و پاسخ



معرفی اجمالی
ابزارهای
تحلیل بازار
مرکز تجارت
بین‌المللی ITC

