



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت

الله اعلم
محمد بن عبد الله
بن محمد بن عبد الله
بن محمد بن عبد الله
بن محمد بن عبد الله

تهیه کننده: وزارت صنعت، معدن و تجارت - معاونت طرح و برنامه

ویرایش اول - تیرماه ۱۳۹۴

تمامی حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به وزارت صنعت،
معدن و تجارت می باشد.

استفاده از مطالب با ذکر منبع بلامانع است.

فهرست مطالب

۵	پیشگفتار
۷	۱- مروری بر روش تدوین برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت
۱۳	۲- بررسی و تحلیل وضعیت موجود و روند شاخص های مهم اقتصادی ایران و جهان
۱۵	۱-۲- بررسی وضعیت و روند ایران از منظر شاخص های بین المللی
۳۰	۲-۲- بررسی وضعیت موجود و روند بخش صنعت، معدن و تجارت کشور از منظر متغیرهای اقتصادی
۵۲	۳-۲- اهمیت فرصت ها و چالش های بخش صنعت، معدن و تجارت
۶۳	۳- بیانیه مأموریت وزارت صنعت، معدن و تجارت
۶۷	۴- خط مشی و سیاست های کلی
۷۱	۵- هدف گذاری بخش صنعت، معدن و تجارت
۷۳	۱-۵- چشم انداز صنعت، معدن و تجارت در افق سال ۱۴۰۴
۷۶	۲-۵- اهداف کلی بخش
۷۷	۳-۵- اهداف کمی بخش
۷۸	۴-۵- اولویت بندی رشته فعالیت ها و تعیین صنایع منتخب
۷۹	۵-۵- اولویت های صنایع پیشرفته
۸۲	۶-۵- هدف گذاری ظرفیت تولید گروه محصولات منتخب در افق ۱۴۰۴
۸۳	۷-۵- اهداف کمی صادرات
۸۵	۶- راهبردهای توسعه صنعت، معدن و تجارت
۸۷	۱-۶- راهبردهای توسعه بخش صنعت، معدن و تجارت
۸۸	۲-۶- موضوعات راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت
۹۹	۷- سیاست های اجرایی وزارت صنعت، معدن و تجارت
۱۰۱	۱-۷- سیاست های اجرایی وزارت صنعت، معدن و تجارت
۱۰۴	۲-۷- سیاست های اجرایی متناظر با موضوعات راهبردی
۱۰۸	۳-۷- الزامات اجرای راهبردها و سیاست ها
۱۰۹	۸- برنامه های راهبردی گروه صنایع منتخب
۱۱۳	۱-۸- برنامه راهبردی صنعت خودرو
۱۲۵	۲-۸- برنامه راهبردی صنعت فولاد
۱۳۹	۳-۸- برنامه راهبردی صنعت نساجی و پوشاک
۱۵۳	۴-۸- برنامه راهبردی صنعت سیمان
۱۶۵	۵-۸- برنامه راهبردی صنعت تایر و تیوب
۱۷۷	۶-۸- برنامه راهبردی صنعت لوازم خانگی
۱۸۹	۷-۸- برنامه راهبردی صنعت کاشی و سرامیک
۲۰۳	۹- اسناد پشتیبان

پس از ده‌ها سال آزمون و خطا و اندیشه‌ورزی فراوان، اکنون تصویری روشن از نظام اقتصادی کشور در اسناد بالادستی متعددی ارائه شده است که چکیده آن این است که به‌روزی ملت، بسط عدالت و حفظ استقلال و امنیت کشور در گرو دستیابی به اقتصادی توانمند، رشد یابنده و پویاست که با هدایت دولت و عاملیت بخش خصوصی به رشد پایدار خود ادامه دهد. از دیگر سو نیز شرایط سیاسی و اقتصادی جهان، موقعیت ژئوپولیتیک کشور و نهایتاً وجود سرمایه‌های عظیم فیزیکی و انسانی، حضور کشورمان به عنوان قدرت اقتصادی برتر در منطقه را امکان‌پذیر و حتی ضروری کرده است و این شرایط فرصت‌های تاریخی را فرآروی فعالان اقتصادی کشور قرار داده است.

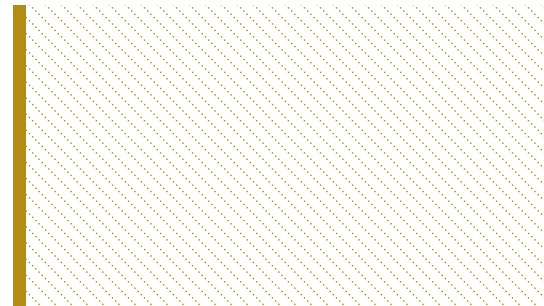
بر این اساس وزارت صنعت، معدن و تجارت با توجه به اهداف چشم‌انداز و با الهام از سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و بالاخص توجه به بهره‌برداری از تمامی توانایی‌های داخلی در جهت زایش درونی و توسعه تعاملات و تجارت بین‌المللی با رویکرد برون‌نگری، وظیفه خود می‌داند که برای هموار کردن راه فعالان اقتصادی و روان‌سازی فعالیت‌هایشان، راهبردها، رویکردها و سیاست‌های خود را تحت عنوان برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت تدوین و منتشر کند.

آنچه پیش‌روست حاصل بررسی‌های کارشناسان و رایزنی‌های جمعی از خبرگان و دست‌اندرکاران تولید و تجارت کشور است که در آن تصویری اجمالی از گذشته و آینده صنعت، معدن و تجارت ارائه گردیده است. تصویری که در صورت محقق شدن، رونق کسب و کارها، توسعه سرمایه‌گذاری، توسعه تجارت خارجی و کاهش هزینه‌های مبادله را به ارمغان خواهد آورد.

این تصویر به بخش خصوصی که عامل اصلی پویایی اقتصاد کشور است کمک می‌کند که بهتر و آسان‌تر بتواند درباره توسعه فعالیت‌های خود تصمیم بگیرد و توان و خلاقیت خود را برای رونق و شکوفایی کسب و کارها به کار گیرد.

علی‌رغم رویکرد علمی و مبتنی بر خبرگی و مشارکت صاحب‌نظران در تدوین این سند، بهره‌برداری از نقدهای عالمانه تعداد بیشتری از اندیشمندان و فعالان عرصه اقتصادی و صنعتی موجب افزایش غنای آن خواهد شد. لذا انتظار دارم که با انتشار این سند همه صاحب‌نظران و دست‌اندرکاران تولید و تجارت با نقد و نظردهی عالمانه خود، ما را در اصلاح و تکمیل آن یاری کنند. پیشاپیش از همه آنان سپاس‌گزاری می‌کنم. در اینجا لازم است از زحمات و تلاش‌های همه عزیزان به ویژه همکاران معاونت طرح و برنامه در تدوین این سند، تشکر و قدردانی نمایم.

محمد رضا نعمت زاده
وزیر صنعت، معدن و تجارت
تیرماه ۱۳۹۴



۱- مروری بر روش تدوین برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت

پژننامه راهبردی وزارت
صنعت، معادن و تجارت

۱- مروری بر روش تدوین برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت

امروزه کشورهای در حال توسعه و نوظهور صنعتی می‌کوشند تا با استفاده از مزیت‌های نسبی و رقابتی در هر رشته فعالیت، سیاست‌های روشن و اثربخشی را در مسیر صنعتی شدن تدوین و به کار گیرند. سیاست‌های اقتصادی کشورهای موفق مبتنی بر تولید با ارزش افزوده بالا است. به طور یقین می‌توان ادعا کرد که ایران نیز با داشتن مزیت‌های نسبی مناسب در منابع و سرمایه‌های فیزیکی و انسانی می‌تواند با الگویی اثربخش در مسیر توسعه و صنعتی شدن حرکت کرده و در ردیف کشورهای در حال توسعه و نوظهور صنعتی قرار گیرد.

وزارت صنعت، معدن و تجارت با رویکرد حل مسئله و تجزیه و تحلیل وضعیت موجود کشور در برنامه‌ریزی راهبردی بخش^۱ صنعت، معدن و تجارت سعی نموده با به کارگیری روش‌های علمی، انجام مطالعات تطبیقی و استفاده از تجربه‌های پیشین، سند برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت را تدوین نماید.

این سند در راستای اهداف و سیاست‌های کلان کشور، تحقق اسناد فرادستی، رهنمودهای مقام معظم رهبری به ویژه در سیاست‌های ابلاغی اقتصاد مقاومتی، برنامه‌های دولت تدبیر و امید و برنامه‌ی وزیر صنعت، معدن و تجارت تنظیم شده است. در این رویکرد، بسته سیاست‌های تعیین شده به صورت ترکیبی از سیاست‌های افقی، عمودی و کارکردی است. دولت می‌تواند با اعمال این سیاست‌ها در جهت ایجاد تحرک و بسترسازی مناسب، حضور بخش خصوصی در عرصه‌های تولید و تجارت را فراهم آورد. همچنین در این سند برای لایه‌های اجرایی کشور که عمده‌ترین آنها بخش خصوصی است تکلیف دستوری تعیین نشده است.

نکته مهم اینکه در این رویکرد، میدان دار اصلی توسعه، بخش خصوصی است و دولت فقط مطابق بسته سیاست‌های اجرایی تعیین شده، نقش توانمندساز، پشتیبانی‌کننده، هماهنگ‌کننده، پایشگر و هدایت‌گر را در راستای اجرای راهبردهای مطروحه ایفا خواهد کرد. از آنجائیکه بخش اعظمی از موفقیت توسعه بخش در گرو اجرای صحیح سیاست‌ها و برنامه‌های اجرایی است، اگر دولت به عنوان حاکمیت، سیاست‌گذار قوی باشد، نتایج آن می‌تواند به حصول منافع فراگیر ملی، بهبود فضای کسب و کار، رونق اقتصادی و در نهایت افزایش رفاه اجتماعی کمک نماید.

فرآیند برنامه‌ریزی راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت در دو سطح طرح‌ریزی شده که سطح اول همان سطح کلان است که به جهت گیری کلان و اصلی بخش می‌پردازد. در این سطح مطابق نمودار (شماره ۱) به مؤلفه‌هایی نظیر چشم انداز، مأموریت، خط مشی و سیاست‌های کلی، اهداف محوری، راهبردها، رشته فعالیت‌های اولویت دار در بخش و سیاست‌های اجرایی وزارت صنعت، معدن و تجارت پرداخته شده و در ادامه این فرآیند به برنامه‌ریزی رشته فعالیت‌ها و صنایع منتخب با توجه به تحلیل‌های صورت گرفته و اهمیت آمایش سرزمین، مطابق نمودار (شماره ۲) پرداخته شده است. مؤلفه‌هایی نظیر نقشه راه توسعه صنایع اولویت دار و منتخب، نقشه راه توسعه معادن، نقشه راه توسعه تجارت خارجی، نقشه راه توسعه بازرگانی داخلی و برنامه عملیاتی به تفکیک حوزه‌های مسئول در بخش.

توضیح اینکه سند حاضر (مربوط به سطح کلان) تحت عنوان «سند برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت» تدوین شده که در ادامه، جزئیات آن تشریح خواهد شد. توجه به این نکته ضروری است که معمولاً برنامه‌ریزی‌های ایستا، تغییرات عوامل محیطی پیرامون خود را چندان که باید مد نظر قرار نمی‌دهند.

۱- در این سند منظور از واژه بخش: صنعت، معدن و تجارت است.

این امر، کارایی بهترین برنامه‌ها را نیز با تردید روبه‌رو می‌سازد. از این رو، لازمه یک برنامه‌کارآ در محیطی پویا، انعطاف‌پذیری لازم برای مواجهه با تغییرات و شوک‌های محیطی است. در این سند برای جلوگیری از بروز چنین مشکلاتی، از مدل برنامه‌ریزی غلتان بهره‌گیری شده است. بنابراین با توجه به مراحل فرآیند مدیریت استراتژیک که شامل شناخت، تحلیل و هدف‌گذاری^۲، تدوین استراتژی^۳، اجرای استراتژی^۴ و ارزیابی و کنترل^۵ می‌باشد، گام‌نهایی در این فرآیند، پایش عملکرد و بازنگری در برنامه راهبردی خواهد بود. با توجه به مفهوم برنامه‌ریزی غلتان، همواره باید متناسب با منابع موجود، فرصت‌های پیش‌رو و روش‌های جدید، برنامه‌ها به صورت دوره‌ای مورد بازنگری قرار گیرند تا در اثر تغییرات محیطی، برنامه‌ها با شکست مواجه نگردند. لذا پایش وضعیت اجرای برنامه‌ها برای آگاهی از میزان پیشرفت آنها امری ضروری است. وزارت صنعت، معدن و تجارت به منظور نیل به اهداف مد نظر و جلوگیری از انحراف برنامه‌ها، نظام مدیریت عملکرد و پایش برنامه‌های عملیاتی را در سطح حوزه‌های زیرمجموعه وزارتخانه اجرا خواهد کرد.

2 - Goal Setting

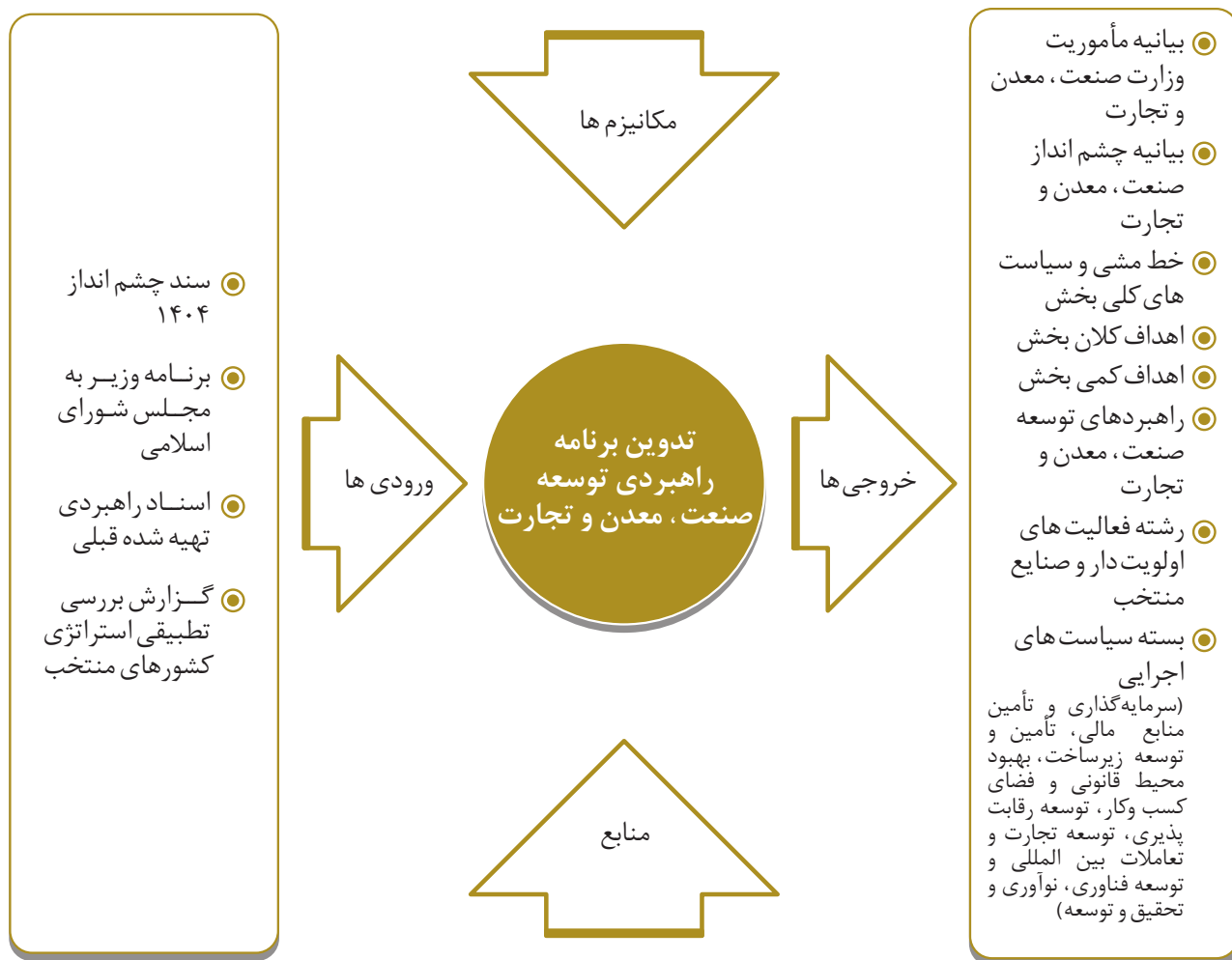
3 - Strategy Formulation

4 - Strategy Implementation

5 - Evaluation & Control

نمودار ۱- فرآیند برنامه ریزی راهبردی توسعه صنعت، معدن و تجارت

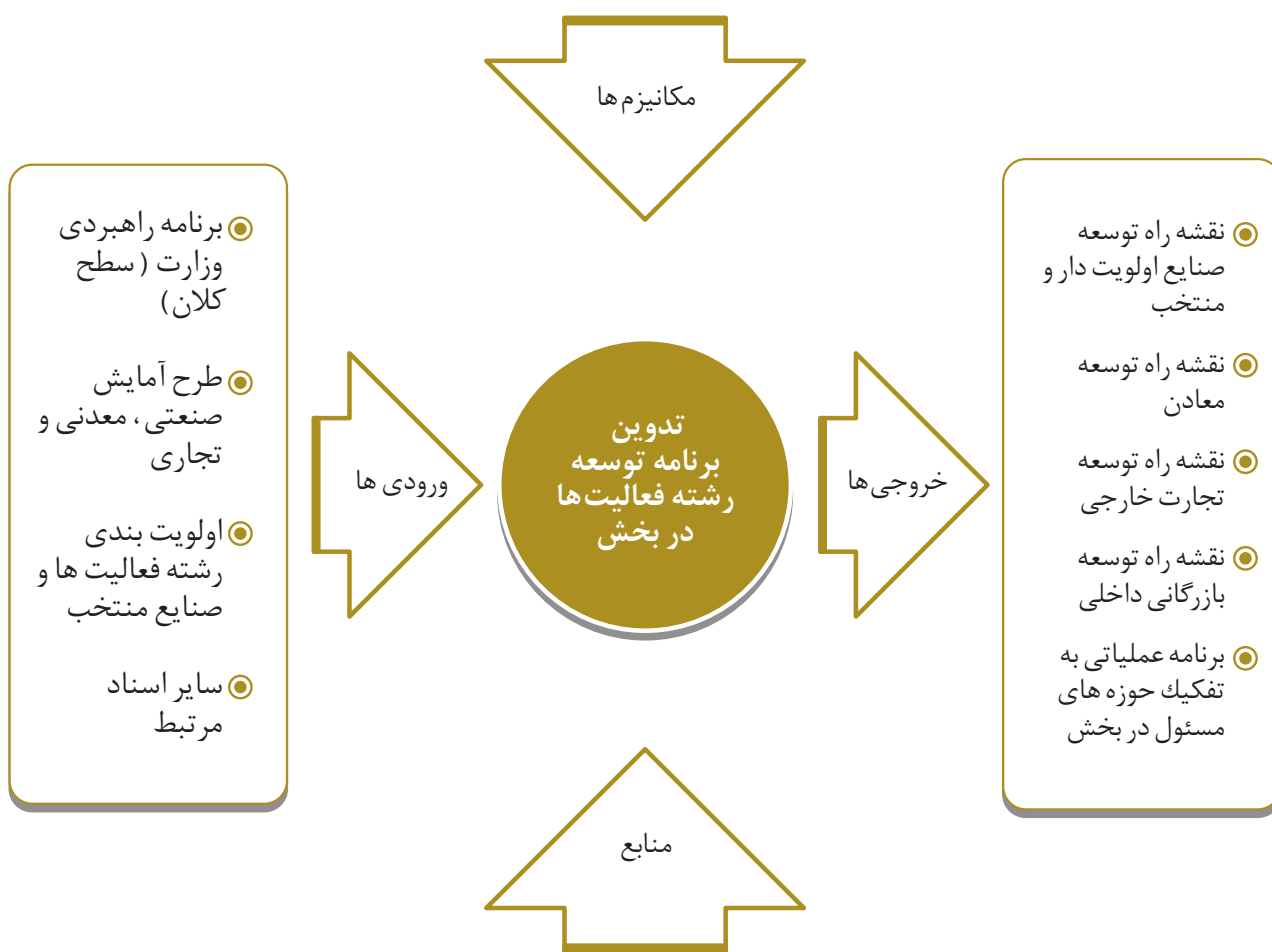
- سیاست های ابلاغی مقام معظم رهبری مرتبط با بخش (اقتصاد مقاومتی و ...)
- شاخص های ارزیابی و پایش تحقق سند چشم انداز در افق ۱۴۰۴



- آمار و اطلاعات، گزارش های آماری داخلی و خارجی مرتبط با اهداف و راهبردها
- منابع در اختیار (انسانی، مالی، زمان و...)

نمودار ۲ - فرآیند برنامه ریزی در سطح رشته فعالیت های صنعت، معدن و تجارت

- قوانین مربوط (قانون برنامه توسعه پنجساله، قانون امور صنفی، قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار و ...)
- سیاست های ابلاغی مقام معظم رهبری (اقتصاد مقاومتی، اشتغال، تشویق سرمایه گذاری، اصلاح الگوی مصرف و ...)



۲- بررسی و تحلیل وضعیت موجود و روند شاخص‌های مهم اقتصادی ایران و جهان

پژننامه راهبردی وزارت
صنعت، معادن و تجارت

۱-۲- بررسی وضعیت و روند ایران از منظر شاخص های بین المللی

در جدول زیر، وضعیت و رتبه ایران و برخی از کشورهای منتخب در شاخص های مهم اقتصادی بین المللی نشان داده شده است.

جدول ۱- وضعیت رتبه ایران و برخی از کشورهای منتخب در شاخص های مهم بین المللی

ردیف	کشور / شاخص	سهولت انجام کسب و کار (از ۱۸۹ کشور - سال ۲۰۱۴)	رقابت پذیری جهانی (از ۱۴۴ کشور - سال ۲۰۱۴)	رقابت پذیری صنعتی (از ۱۴۲ کشور - سال ۲۰۱۲)	رونق اقتصادی (از ۱۴۲ کشور - سال ۲۰۱۳)	آزادی اقتصادی (از ۱۷۸ کشور - سال ۲۰۱۴)	توسعه انسانی (از ۱۸۶ کشور - سال ۲۰۱۳)
۱	آمریکا	۷	۳	۳	۱۱	۱۲	۵
۲	مالزی	۱۸	۲۰	۲۴	۴۴	۳۷	۶۲
۳	کره جنوبی	۵	۲۶	۴	۲۶	۳۱	۱۵
۴	عربستان	۴۹	۲۴	۳۷	۵۰	۷۷	۳۴
۵	قطر	۵۰	۱۶	۴۳	-	۳۰	۳۱
۶	ایتالیا	۵۶	۴۹	۱۳	۳۲	۸۶	۲۶
۷	ترکیه	۵۵	۴۵	۳۰	۸۷	۶۴	۶۹
۸	چین	۹۰	۲۸	۵	۵۱	۱۳۷	۹۱
۹	ایران	۱۳۰	۸۳	۶۷	۱۰۷	۱۷۳	۷۵

مآخذ: بانک جهانی - مجمع جهانی اقتصاد - یونیدو - موسسه لگاتوم - بنیاد هریتج - بانک جهانی

۱-۲-۱- وضعیت رتبه ایران در شاخص سهولت انجام کسب و کار^۶

شاخص بهبود فضای کسب و کار یکی از مهم ترین شاخص های اقتصادی است که وضعیت فضای فعالیت بخش خرد اقتصاد را به تصویر می کشد. هر ساله بانک جهانی بر اساس ده زیرشاخص مربوط به شاخص سهولت انجام کسب و کار، کشورها را مورد ارزیابی قرار می دهد. این زیر شاخص ها عبارتند از: ۱- شروع کسب و کار، ۲- اخذ مجوز، ۳- دسترسی به انرژی الکتریکی، ۴- ثبت مالکیت، ۵- پشتیبانی از سرمایه گذاری، ۶- اخذ اعتبار، ۷- پرداخت مالیات، ۸- تجارت فرامرزی، ۹- ضمانت اجرایی قراردادها و ۱۰- انحلال فعالیت.

• بر اساس گزارش اخیر (سال ۲۰۱۵) بانک جهانی، رتبه ایران در شاخص بهبود فضای کسب و کار، ۱۳۰ بوده که نسبت به گزارش سال ۲۰۱۴ دو پله بهبود یافته و در مجاورت کشورهای پاکستان، یمن و ازبکستان قرار گرفته است.

• ایران در زیرشاخص شروع کسب و کار و اخذ مجوز به ترتیب با کسب رتبه ۶۲ و ۸۹ در جهان، وضعیت مطلوب تری نسبت به سایر زیرشاخص های سهولت انجام کسب و کار دارد.

• همچنین ایران در زیرشاخص های دسترسی به انرژی الکتریکی و شروع کسب و کار به ترتیب با ۱۲ و ۸ پله صعود نسبت به سال گذشته، مطلوب ترین عملکرد را داشته است.

• اما در زیرشاخص های پشتیبانی از سرمایه گذاری و اخذ مجوز، رتبه ایران نسبت به سال گذشته ۱۱ پله نزول داشته و از عملکرد نامطلوبی برخوردار بوده است.

از آنجایی که رشد اقتصادی هر کشور همبستگی بالایی با بهبود زیر ساخت های اقتصادی و فضای کسب و کار دارد، تحلیل آسیب شناسانه جایگاه و رتبه کشور در این شاخص می تواند به بهبود فرآیند تصمیم سازی ها و سیاست گذاری کلان اقتصادی کمک نماید.

ذکر این نکته ضروری است که برای بهبود این شاخص، دستگاه های اجرایی و اقتصادی کشور و حتی قوه قضاییه باید همگرایی، مشارکت و هم افزایی داشته باشند.

جدول ۲ - رتبه کشورهای منطقه در شاخص سهولت انجام کسب و کار (سال ۲۰۱۴)

رتبه در منطقه	نام کشور	رتبه در جهان
۱	گرجستان	۱۵
۲	امارات متحده عربی	۲۲
۳	ارمنستان	۴۳
۴	عربستان سعودی	۴۹
۵	قطر	۵۰
۶	بحرین	۵۳
۷	ترکیه	۵۵
۸	عمان	۶۶
۹	قزاقستان	۷۷
۱۰	آذربایجان	۸۰
۱۱	کویت	۸۶
۱۲	قرقیزستان	۱۰۲
۱۳	لبنان	۱۰۴
۱۴	مصر	۱۱۲
۱۵	اردن	۱۱۷
۱۶	پاکستان	۱۲۸
۱۷	ایران	۱۳۰
۱۸	یمن	۱۳۷
۱۹	ازبکستان	۱۴۱
۲۰	عراق	۱۵۶
۲۱	تاجیکستان	۱۶۶
۲۲	سوریه	۱۷۵
۲۳	افغانستان	۱۸۳

ماخذ: بانک جهانی

۲-۱-۲- وضعیت ایران در شاخص توسعه انسانی^۷

شاخص توسعه انسانی که توسط بانک جهانی ارائه می‌گردد، ارائه دهنده اطلاعات مربوط به وضعیت توسعه انسانی می‌باشد و شامل برآوردهای ملی، منطقه‌ای و جهانی است. این اطلاعات که ۲۱۵ اقتصاد جهان را در بر می‌گیرد، به صورت سالیانه منتشر می‌شود. شاخص توسعه انسانی بر اساس زیر شاخص‌هایی چون امید به زندگی، کیفیت نظام آموزشی، دسترسی به امکانات و خدمات اجتماعی، درآمد واقعی و درآمد سرانه محاسبه می‌شود. کشورهای جهان به لحاظ توسعه انسانی به چهار گروه طبقه بندی می‌شوند که عبارتند از: کشورهای دارای توسعه انسانی بسیار بالا، توسعه انسانی بالا، توسعه انسانی متوسط و توسعه انسانی پایین.

• ایران با دو پله صعود نسبت به سال ۲۰۱۲ در رتبه ۷۵ از بین ۱۸۶ کشور، جزو کشورهای با توسعه منابع انسانی بالا قرار گرفته است.

• کشورهایمانند ترکیه با رتبه ۶۹، لبنان با رتبه ۶۵، روسیه با رتبه ۵۷، لیبی با رتبه ۵۵، عربستان با رتبه ۳۴، قطر با رتبه ۳۱ و ایتالیا با رتبه ۲۶ جایگاه مطلوب تری نسبت به ایران دارند.

جدول ۳- وضعیت رتبه ایران و کشورهای منطقه در شاخص توسعه انسانی (سال ۲۰۱۳)

رتبه در منطقه	نام کشور	رتبه در جهان
۱	قطر	۳۱
۲	عربستان سعودی	۳۴
۳	امارات متحده عربی	۴۰
۴	بحرین	۴۴
۵	کویت	۴۶
۶	عمان	۵۶
۷	لبنان	۶۵
۸	ترکیه	۶۹
۹	قزاقستان	۷۰
۱۰	ایران	۷۵
۱۱	آذربایجان	۷۶
۱۲	اردن	۷۷
۱۳	گرجستان	۷۹
۱۴	ارمنستان	۸۷
۱۵	مصر	۱۱۰
۱۶	ازبکستان	۱۱۶
۱۷	سوریه	۱۱۸
۱۸	عراق	۱۲۰
۱۹	قرقیزستان	۱۲۵
۲۰	تاجیکستان	۱۳۳
۲۱	پاکستان	۱۴۶
۲۲	یمن	۱۵۴
۲۳	افغانستان	۱۶۹

ماخذ: بانک جهانی

۲-۱-۳- وضعیت ایران در شاخص رونق اقتصادی^۸

شاخص رونق اقتصادی از ۸ زیرشاخص تشکیل شده که کشورها بر اساس آنها مورد بررسی و ارزیابی قرار می‌گیرند. این زیرشاخص‌ها عبارتند از: ۱- اقتصاد، ۲- آزادی اجتماعی، ۳- آزادی فردی، ۴- ایمنی و امنیت، ۵- بهداشت، ۶- آموزش، ۷- حاکمیت و ۸- کارآفرینی.

با نگاهی به روند عملکرد کشور ایران در این شاخص طی سال‌های ۲۰۱۴-۲۰۰۹، مشخص می‌گردد که:

- رتبه ایران طی سال‌های ۲۰۱۴-۲۰۰۹ همواره در حال نزول بوده است.
- در سال ۲۰۰۹ رتبه ایران ۹۳ بوده که در سال ۲۰۱۱ به ۹۷ رسیده و با نزول به رتبه ۱۰۲ در سال ۲۰۱۲، طی سال ۲۰۱۳ نیز یک پله دیگر نزول داشته و رتبه ۱۰۱ را به خود اختصاص داده است.
- ایران در سال ۲۰۱۴ باز هم وضعیت نامطلوبی را تجربه کرده و با ۶ پله نزول، حائز رتبه ۱۰۷ جهانی شده است.
- رتبه ایران در زیر شاخص‌های آموزش (۵۷)، در بهداشت (۶۷) و در کارآفرینی (۹۳) اعلام شده که وضعیت مطلوب تری نسبت به زیرشاخص‌های دیگر دارد.
- بر اساس گزارش موسسه جهانی اقتصاد و انجمن شاخص‌های زندگی (Legatum) در سال ۲۰۱۴، کشور امارات متحده (جزو کشورهای حوزه منا) در فهرست ۳۰ کشور برتر جهان قرار داشته است.
- منطقه منا (MENA) در تمامی زیرشاخص‌های رونق اقتصادی به جز بهداشت، به طور مداوم در وضعیت بهتری از میانگین جهانی قرار دارد. به همین دلیل در این منطقه (کشورهای حوزه منا) به طور متوسط ۸۴ درصد از مردم از وضعیت بهداشت خود رضایت دارند. در حالیکه این آمار برای جهان به طور متوسط حدود ۷۸ درصد اعلام شده است و این به معنی رضایت مندی از سلامت بالا و وجود هزینه‌های بسیار کمتر از متوسط جهانی در بهداشت و درمان می‌باشد.

جدول ۴ - وضعیت رتبه ایران و کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا در شاخص رونق اقتصادی (سال ۲۰۱۳)

رتبه در منطقه	نام کشور	رتبه در جهان
۱	امارات متحده عربی	۲۸
۲	کویت	۳۶
۳	عربستان سعودی	۴۷
۴	اردن	۸۲
۵	مراکش	۸۵
۶	تونس	۹۲
۷	الجزایر	۹۷
۸	لبنان	۱۰۱
۹	ایران	۱۰۷
۱۰	مصر	۱۱۶
۱۱	عراق	۱۲۸
۱۲	سوریه	۱۲۹
۱۳	افغانستان	۱۳۷
۱۴	یمن	۱۳۸

ماخذ: لگاتوم

۲-۱-۴- وضعیت ایران در شاخص آزادی اقتصادی^۹

شاخص آزادی اقتصادی پیشرفت کشورها را در زمینه دستیابی به آزادی اقتصادی بر اساس زیرشاخص های حاکمیت قانون، کارایی مقررات تنظیمی، اصول دولت محدود و بازارهای آزاد مورد ارزیابی و سنجش قرار می دهد. در سال ۲۰۱۴ میلادی، ۱۱۴ کشور که عمدتاً جزو کشورهای کمتر توسعه یافته هستند به رشد آزادی اقتصادی در جهان کمک نموده اند.

بر اساس گزارش بنیاد هریتیج در سال ۲۰۱۴ میلادی:

- کشورهای از جمله سنگاپور، سوئد، کلمبیا، لهستان و ترکیه در شاخص فوق بیشترین صعود رتبه را در مقایسه با سال گذشته داشته اند.
- ۵۹ کشور (اعم از ۹ کشور صنعتی) در این گزارش با تنزل جایگاه مواجه بوده اند.
- کشور هنگ کنگ با کسب جایگاه نخست، همچنان به ثبات و حفظ جایگاه برتر خود طی بیست سال گذشته ادامه داده است.
- در سال ۲۰۱۴ میلادی، متوسط امتیاز شاخص آزادی اقتصادی در جهان ۶۰/۳ و در منطقه منا ۶۱/۵ اعلام شده است.
- ایران با کسب امتیاز ۴۰/۳، رتبه ۱۷۳ جهان و رتبه ۲۰ منطقه را به خود اختصاص داده است.
- ایران با کسب این رتبه، همجوار با کشورهای لیبی، عراق و سوریه شده است.
- رتبه جهانی ایران در این شاخص، نسبت به سال ۲۰۱۳ میلادی، پنج پله تنزل داشته و در منطقه بدون تغییر بوده است.

جدول ۵- وضعیت رتبه ایران و کشورهای منطقه در شاخص آزادی اقتصادی (سال ۲۰۱۴)

رتبه در منطقه	نام کشور	رتبه در جهان
۱	بحرین	۱۳
۲	گرجستان	۲۲
۳	امارات متحده عربی	۲۸
۴	قطر	۳۰
۵	اردن	۳۹
۶	ارمنستان	۴۱
۷	عمان	۴۸
۸	ترکیه	۶۴
۹	قزاقستان	۶۷
۱۰	کویت	۷۶
۱۱	عربستان سعودی	۷۷
۱۲	آذربایجان	۸۱
۱۳	قرقیزستان	۸۵
۱۴	لبنان	۹۶
۱۵	یمن	۱۲۳
۱۶	پاکستان	۱۲۶
۱۷	مصر	۱۳۵
۱۸	تاجیکستان	۱۳۹
۱۹	ازبکستان	۱۶۳
۲۰	ایران	۱۷۳

ماخذ: هریتیج

۲-۱-۵- وضعیت ایران در شاخص رقابت پذیری جهانی^{۱۰}

شاخص رقابت پذیری جهانی با توجه به وسعت زیرشاخص‌ها، ابزاری مناسب برای سنجش ارکان رقابت پذیری ملی در اقتصاد خرد و کلان کشورها قلمداد می‌شود.

مؤلفه‌های این شاخص در قالب ۱۲ رکن رقابت پذیری دسته بندی می‌شوند که عبارتند از: نهادها، زیرساخت‌ها، ثبات اقتصاد کلان، بهداشت و آموزش اولیه، آموزش عالی و تحصیلات تکمیلی، اثر بخشی بازار کالا، بهره‌وری بازار کالا، پیچیدگی بازار پولی، آمادگی در حوزه فناوری، حجم بازار، پیچیدگی فعالیت اقتصادی و نوآوری.

ایران در شاخص رقابت پذیری طی سال ۲۰۱۴-۲۰۱۳ با (امتیاز ۴/۰۷) رتبه ۸۳ را کسب کرده، همچنین در زیرشاخص‌های نیازهای اساسی، ارتقا دهنده کارایی و نوآوری - مهارت به ترتیب رتبه ایران ۷۵، ۹۸ و ۸۶ بوده که تمامی زیرشاخص‌ها نسبت به سال قبل وضعیت نامطلوب تری را نشان می‌دهند. لذا یکی از دغدغه‌های اصلی سیاست‌گذاران کشور در شرایط فعلی، باید ارتقای جایگاه رقابت پذیری کشور باشد که این موضوع در کنار مؤلفه‌های مهمی نظیر رشد پایدار و پایداری اقتصادی- اجتماعی، اثرگذار است و سیاست‌هایی نظیر ایجاد ثبات محیط اقتصاد کلان، نوآوری، کاهش نابرابری در آمدی، ارتقای آموزش و رفاه اجتماعی را که هدف کلان جامعه به عنوان اصلی‌ترین ذی نفع در چارچوب برنامه راهبردی این سند طرح ریزی شده است، مورد توجه جدی قرار می‌دهد.

جدول ۶- وضعیت رتبه ایران و کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا در شاخص رقابت پذیری جهانی (سال ۲۰۱۴)

رتبه در منطقه	نام کشور	رتبه در جهان
۱	امارات متحده عربی	۱۲
۲	قطر	۱۶
۳	عربستان سعودی	۲۴
۴	آذربایجان	۳۸
۵	کویت	۴۰
۶	بحرین	۴۴
۷	ترکیه	۴۵
۸	عمان	۴۶
۹	قزاقستان	۵۰
۱۰	اردن	۶۴
۱۱	ایران	۸۳
۱۲	ارمنستان	۸۵
۱۳	لبنان	۱۱۳
۱۴	مصر	۱۱۹
۱۵	پاکستان	۱۲۹
۱۶	یمن	۱۴۲

ماخذ: مجمع جهانی اقتصاد

۲-۱-۶- وضعیت ایران در شاخص رقابت پذیری صنعتی^{۱۱}

شاخص رقابت پذیری صنعتی، کشورهای جهان را در سه مؤلفه: ظرفیت تولید و صادرات صنعتی، تاثیر و عمق فناوری و تاثیر جهانی، بر اساس هشت زیر شاخص ذیل مورد سنجش و ارزیابی قرار می دهد:

- ۱- سهم از ارزش افزوده صنعتی در جهان
- ۲- سرانه ارزش افزوده صنعتی
- ۳- سهم ارزش افزوده صنعتی از تولید ناخالص داخلی
- ۴- سهم صادرات صنعتی از کل صادرات
- ۵- سرانه صادرات صنعتی
- ۶- سهم صادرات صنعتی از صادرات صنعتی جهان
- ۷- سهم صادرات با فناوری متوسط و بالا از صادرات صنعتی
- ۸- سهم محصولات با فناوری متوسط و بالا از ارزش افزوده صنعت

- بر اساس گزارش سال ۲۰۱۲ در شاخص رقابت پذیری صنعتی، رتبه ایران در بین ۱۴۲ کشور جهان، ۶۷ شده است.
- در بین کشورهای منطقه نیز ترکیه، عربستان، کویت، امارات، عمان و قزاقستان در رتبه های بالاتر از ایران قرار گرفته اند.

جدول ۷- وضعیت رتبه ایران و کشورهای منطقه در شاخص رقابت پذیری صنعتی (در سال ۲۰۱۲)

رتبه در منطقه	نام کشور	رتبه در جهان
۱	ترکیه	۳۰
۲	عربستان سعودی	۳۷
۳	قطر	۴۳
۴	بحرین	۴۸
۵	کویت	۴۹
۶	امارات متحده عربی	۵۳
۷	عمان	۶۴
۸	قزاقستان	۶۶
۹	ایران	۶۷
۱۰	مصر	۷۱
۱۱	پاکستان	۷۳
۱۲	اردن	۷۵
۱۳	لبنان	۸۵
۱۴	گرجستان	۹۵
۱۵	ارمنستان	۱۰۰
۱۶	سوریه	۱۰۲
۱۷	آذربایجان	۱۱۲
۱۸	قرقیزستان	۱۲۴
۱۹	تاجیکستان	۱۲۶
۲۰	یمن	۱۲۷
۲۱	عراق	۱۳۶

ماخذ: یونیدو

جدول ۸ - وضعیت مؤلفه‌های شاخص رقابت پذیری صنعتی در کشورهای منتخب (سال ۲۰۱۲)

مؤلفه های شاخص رقابت پذیری صنعتی								مرحله توسعه یافتگی	رتبه شاخص رقابت پذیری صنعتی	کشور
سهیم محصولات با فناوری متوسط و بالا از ارزش افزوده صنعتی (درصد)	سهیم صادرات با فناوری متوسط و بالا از صادرات صنعتی (درصد)	سهیم صادرات صنعتی از صادرات صنعتی جهان (درصد)	سرانه صادرات صنعتی (دلار)	سهیم صادرات صنعتی از کل صادرات (درصد)	*سهیم ارزش افزوده صنعتی از تولید ناخالص داخلی (درصد)	سرانه ارزش افزوده صنعتی (دلار)	سهیم ارزش افزوده صنعتی در جهان (درصد)			
۶۰	۷۱	۴	۱۰۹۱۳	۹۹	۸۱	۶۳۷۳	۴	اقتصاد صنعتی	۴	جمهوری کره
۸۲	۶۹	۲	۳۲۲۴۱	۹۲	۷۳	۹۰۰۷	۱	اقتصاد صنعتی	۷	سنگاپور
۳۷	۷۹	۲	۲۴۹۹	۸۰	۴۸	۱۴۸۴	۲	اقتصاد نوظهور صنعتی	۲۱	مکزیک
۴۳	۵۹	۲	۶۳۱۴	۸۳	۷۱	۱۷۱۰	۱	اقتصاد نوظهور صنعتی	۲۴	مالزی
۳۳	۴۰	۱	۱۶۷۷	۸۴	۴۹	۱۵۱۱	۱	اقتصاد نوظهور صنعتی	۳۰	ترکیه
۳۷	۳۹	۱	۷۶۱	۶۴	۲۸	۷۴۵	۲	اقتصاد نوظهور صنعتی	۳۶	برزیل
۴۱	۳۶	۱	۲۵۲۸	۱۹	۳۱	۱۹۸۰	۱	اقتصاد نوظهور صنعتی	۳۷	عربستان
۳۸	۳۱	۱	۴۴۸	۵۹	۷۱	۴۴۲	۱	اقتصاد در حال توسعه	۴۰	اندونزی
۳۹	۲۸	۲	۱۹۳	۸۶	۴۰	۱۵۸	۲	اقتصاد در حال توسعه	۴۴	هند
۲۵	۴۴	۱	۹۳۶	۷۵	۶۶	۲۱۹	۰/۲	اقتصاد در حال توسعه	۵۵	ویتنام
۴۵	۳۲	۰/۲	۳۴۴	۲۰	۳۰	۳۶۰	۰/۳	اقتصاد در حال توسعه	۶۷	ایران

ماخذ: سازمان یونیدو

*شایان ذکر است محاسبات سهم ارزش افزوده صنعت توسط سازمان یونیدو بر مبنای اطلاعات سال پایه ۱۹۹۵ میلادی بوده است، لذا همان طور که در جدول اهداف کمی بخش همین سند بر مبنای گزارش بانک مرکزی بر اساس اطلاعات سال پایه ۱۳۸۳ اعلام شده است، سهم ارزش افزوده صنعت از تولید ناخالص داخلی کشور ۱۶/۶ درصد می باشد.

۷-۱-۲- وضعیت ایران در شاخص صنعتی سازی^{۱۲}

یونیدو هر سال بر اساس شاخص‌های سرانه ارزش افزوده صنعتی، سرانه تولید ناخالص داخلی و سهم در ارزش افزوده صنعتی جهان، کشورهای جهان را مورد ارزیابی قرار می‌دهد. بر مبنای این ارزیابی، کشورها در چهار گروه طبقه‌بندی می‌شوند^{۱۳}. این گروه‌ها به ترتیب توسعه یافتگی عبارتند از:

۱- کشورهای صنعتی شده

۲- کشورهای در حال توسعه و نوظهور صنعتی

۳- کشورهای در حال توسعه

۴- کشورهای کمتر توسعه یافته

معیارهای طبقه‌بندی مذکور وفق جدول زیر بر اساس سه شاخص فوق‌الذکر عبارتند از:

تعداد کشورها	معیار آماری	گروه کشوری	
۵۲	MVA pc (adjusted) ≥ 2500 یا GDP per capita (PPP) ≥ 20000	صنعتی شده	۱
۳۲	2500 > MVA pc (adjusted) ≥ 1000 یا GDP per capita (PPP) ≥ 10000 یا share in world MVA $\geq 0.5\%$	در حال توسعه و نوظهور صنعتی	۲
۶۷	سایر کشورها به استثنای کمتر توسعه یافته‌ها	در حال توسعه	۳
۳۹	بر اساس فهرست رسمی UN	کمتر توسعه یافته	۴

برای حذف اثرات نرخ ارز، به جای استفاده از سرانه ارزش افزوده صنعت ساخت، از رقم تعدیل شده آن طبق فرمول زیر استفاده می‌شود:

$$MVA_{pc}(\text{adjusted})_j = \text{GDP per capita (at ppp)}_j \times s_j$$

$$\text{where } s_j = \frac{MVA_j}{GPD_j}$$

بر اساس آخرین اطلاعات ارزیابی که مربوط به سال ۲۰۱۴ می‌باشد:

• ایران با ۳۲۷ دلار سرانه ارزش افزوده صنعتی و ۳۱۳۴ دلار سرانه تولید ناخالص داخلی از میان ۱۷۷ کشور جهان دارای رتبه ۹۷ می‌باشد.

• رتبه ایران در گروه کشورهای در حال توسعه، ۲۴ اعلام شده است.

همان طور که در جدول شماره ۹ مشاهده می‌گردد، برای قرار گرفتن ایران در ردیف اول گروه کشورهای در حال توسعه، لازم است سرانه ارزش افزوده صنعتی (حدوداً سه برابر) به ۱۰۰۰ دلار افزایش یافته و سرانه تولید ناخالص داخلی نیز به سه برابر مقدار کنونی افزایش یابد.

جدول ۹ - وضعیت برخی کشورها از منظر صنعتی سازی

(ارقام به دلار و بر مبنای قیمت ثابت سال ۲۰۰۵)

ردیف	رتبه در گروه	کشور / منطقه جغرافیایی	سرايه ارزش افزوده صنعتی	سرايه توليد ناخالص داخلی	گروه توسعه یافتگی
۱	۷	کره جنوبي / آسیای شرقی	۷۴۷۸	۲۵۱۴۳	صنعتی شده
۲	۱۶	قطر / آسیا پاسفیک	۴۶۶۴	۵۸۶۶۶	
۳	۴۰	مالزی / آسیای شرقی	۱۸۰۴	۷۲۸۴	
۴	۴۲	کویت / آسیا پاسفیک	۱۷۱۲	۲۷۵۷۹	
۵	۳	عربستان سعودی / آسیا پاسفیک	۲۱۴۷	۱۸۴۹۶	در حال توسعه و نوظهور صنعتی
۶	۵	ترکیه / اروپا	۱۵۷۸	۸۸۷۷	
۷	۱۲	تایلند / آسیای شرقی	۱۱۸۱	۳۴۶۱	
۸	۲۸	اندونزی / آسیا پاسفیک	۴۷۲	۱۸۸۱	
۹	۳۲	هندوستان / آسیا پاسفیک	۱۶۹	۱۲۱۵	
۱۰	۱۷	اردن / آسیا پاسفیک	۴۰۴	۱۲۱۱	در حال توسعه
۱۱	۲۴	جمهوری اسلامی ایران / آسیا پاسفیک	۳۲۷	۳۱۳۴	
۱۲	۳۴	مصر / شمال افریقا	۲۴۵	۱۵۷۵	
۱۳	۴۶	پاکستان / آسیا پاسفیک	۱۴۴	۸۲۶	

ماخذ: بر اساس گزارش سال ۲۰۱۴ یونیدو

۲-۲- بررسی وضعیت موجود و روند بخش صنعت، معدن و تجارت کشور از منظر متغیرهای اقتصادی

۱-۲-۲- شاخص نرخ رشد اقتصادی

جدول ۱۰- روند رشد اقتصادی ایران طی برنامه‌های پنج ساله توسعه بر مبنای قیمت ثابت سال ۱۳۸۳ (درصد)

متوسط رشد	صنعت	معدن	بازرگانی، رستوران و هتلداری	کشاورزی	نفت	ساختمان	تولید ناخالص داخلی	تولید ناخالص داخلی (بدون نفت)
برنامه اول (۱۳۶۸-۱۳۷۲)	۹/۳	۱۳/۹	۵/۵	۶/۴	۸/۹	۷/۵	۷/۳	۶/۶
برنامه دوم (۱۳۷۴-۱۳۷۸)	۷/۴	۵/۷	۳/۶	۲/۲	(۱/۶)	۲/۴	۲/۶	۴/۳
برنامه سوم (۱۳۷۹-۱۳۸۳)	۱۰/۶	۶/۲	۹/۳	۴	۳/۵	۸/۲	۵/۸	۶/۶
برنامه چهارم (۱۳۸۴-۱۳۸۹)	۷	۱۳/۴	۴/۹	۱/۹	۰/۲	۵/۶	۴/۸	۵/۹
برنامه پنجم (۱۳۹۰-۱۳۹۳)	(۰/۳)	۷/۱	(۱/۴)	۳	(۱۰/۶)	(۱/۲)	(۰/۳)	۱/۵

اعداد داخل پرانتز به مفهوم منفی است.

ماخذ: بانک مرکزی

جدول ۱۱ - متوسط رشد متغیرهای منتخب (به تفکیک برنامه های توسعه) (درصد)

برنامه پنجم (۱۳۹۰-۱۳۹۱)	برنامه چهارم (۱۳۸۴-۱۳۸۹)	برنامه سوم (۱۳۷۹-۱۳۸۳)	برنامه دوم (۱۳۷۴-۱۳۷۸)	برنامه اول (۱۳۶۸-۱۳۷۲)	شاخص / دوره
۱۷/۶	۱۶/۱	۱۴/۴	۱۱/۱	۹/۶	متوسط سهم ارزش افزوده صنعت و معدن از تولید ناخالص داخلی
۲۰/۴	۱۹/۸	۱۸/۷	۱۵/۴	۱۴/۱	به قیمت ثابت ۱۳۸۳ متوسط سهم ارزش افزوده صنعت و معدن از تولید ناخالص داخلی (بدون نفت)
۱۲/۵	۱۵	۱۶/۷	۱۳/۱	۱۲/۸	متوسط سهم بخش صنعت و معدن از تشکیل سرمایه ثابت ناخالص
۱۲/۷	۱۳/۲	۱۶/۳	۱۷/۱	۱۵/۱	متوسط سهم ارزش افزوده صنعت و معدن از تولید ناخالص داخلی
۱۶	۱۷/۱	۲۰	۱۹/۷	۱۶/۹	به قیمت جاری متوسط سهم ارزش افزوده صنعت و معدن از تولید ناخالص داخلی (بدون نفت)
۱۰/۳	۱۳/۸	۱۷/۵	۱۱/۲	۹/۷	متوسط سهم بخش صنعت و معدن از تشکیل سرمایه ثابت ناخالص

ماخذ: بانک مرکزی

جدول ۱۲ - روند رشد اقتصادی ایران بر مبنای قیمت ثابت سال ۱۳۸۳ (درصد)

۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	۱۳۹۰	۱۳۸۹	شاخص / دوره
۳	(۱/۹)	(۶/۸)	۴/۳	۶/۵	تولید ناخالص داخلی
۵	(۲/۹)	(۶/۴)	۵	۷/۹	گروه صنایع و معادن
۶/۷	(۳/۹)	(۸/۵)	۵/۶	۱۰/۵	صنعت
۹/۸	۰/۹	(۲/۵)	۲۰/۱	۲۳/۸	معدن
۳/۷	(۵)	(۸/۹)	۴/۴	۷/۵	بازرگانی، رستوران و هتلداری

ماخذ: بانک مرکزی

اعداد داخل پرانتز به مفهوم منفی است.

جدول ۱۳ - روند تغییرات سهم بخش از تولید ناخالص داخلی به قیمت ثابت سال ۱۳۸۳ (درصد)

عنوان	۱۳۸۳	۱۳۸۴	۱۳۸۵	۱۳۸۶	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹	۱۳۹۰	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳
معادن	۰/۶	۰/۶	۰/۷	۰/۷	۰/۸	۰/۸	۱	۱/۱	۱/۱	۱/۲	۱/۳
صنعت	۱۴/۵	۱۵	۱۵/۳	۱۴/۵	۱۴/۸	۱۵/۸	۱۶/۴	۱۶/۶	۱۶/۳	۱۶	۱۶/۶
بازرگانی، رستوران و هتلداری	۱۴/۲	۱۴/۶	۱۴/۴	۱۴/۳	۱۳/۷	۱۴/۲	۱۴/۴	۱۴/۴	۱۴/۱	۱۳/۶	۱۳/۷
مجموع سهم بخش	۲۹/۳	۳۰/۲	۳۰/۴	۲۹/۵	۲۹/۳	۳۰/۸	۳۱/۸	۳۲/۱	۳۱/۵	۳۰/۸	۳۱/۶

ماخذ: بانک مرکزی

بر اساس کارکرد مفهومی، تولید ناخالص داخلی، یکی از معیارهای سنجش عملکرد اقتصادی هر کشور است که معمولاً عملکرد مثبت آن رفاه جامعه را در پی خواهد داشت. بدون شک سهم هر کدام از بخش‌های مختلف اقتصادی از تولید ناخالص داخلی، از اهمیت بسیاری برخوردار است، چرا که انباشت سرمایه‌های ایجاد شده در یک بخش می‌تواند محرک اصلی بخش‌های دیگر گردد.

به عنوان نمونه، طبق تئوری‌های اقتصاد کلان، انباشت سرمایه در بخش کشاورزی موجب رشد بخش صنعت شده و انباشت سرمایه ایجاد شده در بخش صنعت موجب رشد بخش خدمات خواهد شد. با توجه به مطالب فوق و لزوم ارتقای بخش تجارت با اتکای به صادرات غیر نفتی، ضروری است که انباشت سرمایه در گام نخست در بخش صنعت و معدن نیز اتفاق افتد و مازاد آن به بخش تجارت (خدمات) انتقال یابد.

با توجه به روند تغییرات رشد اقتصادی به ویژه در گروه صنایع و معادن، ملاحظه می‌شود که از سال ۱۳۹۰ به بعد بحران اقتصادی شروع شده و رشد منفی مشاهده می‌گردد. ولی در سال ۱۳۹۲ رشد منفی شیب کمتری یافته و در سال ۱۳۹۳ نیز نسبت به سال قبل توانسته به تدریج رشد مثبتی را تجربه نماید.

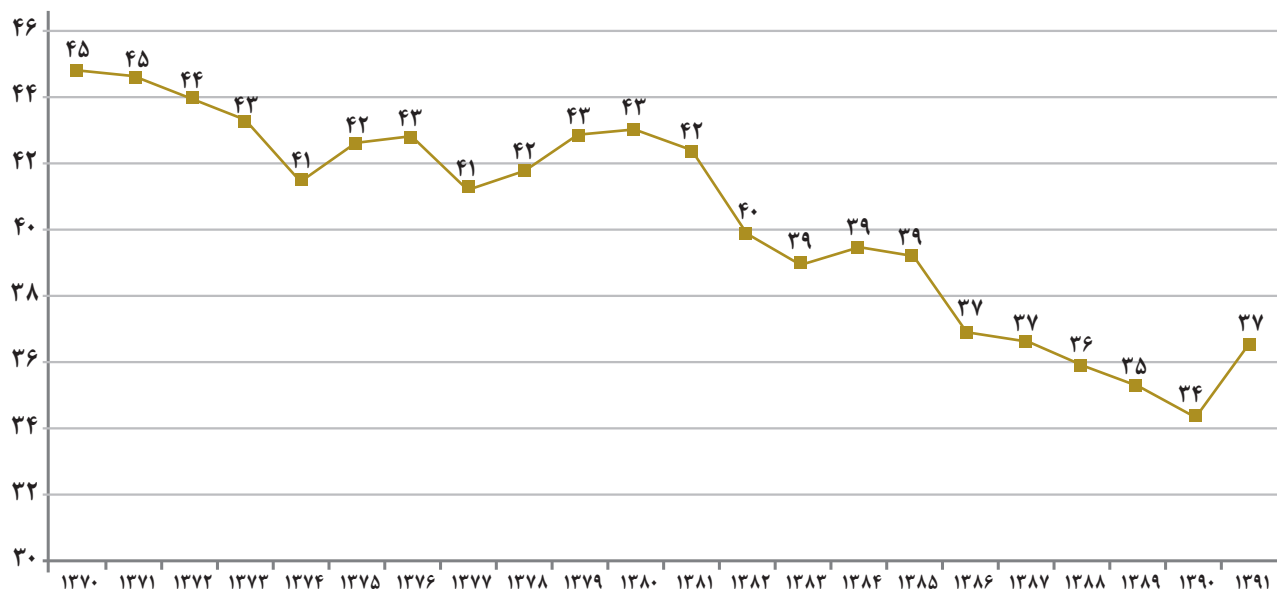
در خصوص ترکیب سهم تولید ناخالص داخلی اشاره به این نکته ضروری است که سهم بخش صنعت، معدن و تجارت طی دوره ۱۳۹۰ به بعد، با روند نزولی مواجه بوده که در نتیجه سهم کل بخش صنعت، معدن و تجارت نیز طی این دوره از رقم ۳۲/۱ در سال ۱۳۹۰ به رقم ۳۱/۶ در سال ۱۳۹۳ کاهش یافته است. توضیح اینکه بر اساس اطلاعات مرکز آمار ایران سهم بخش صنعت، معدن و تجارت در سال ۱۳۹۰ حدود ۳۸/۴ اعلام شده که دلیل این تفاوت آماری مربوط به سال پایه محاسباتی^{۱۴} مرکز آمار ایران و بانک مرکزی^{۱۵} می‌باشد. لذا با توجه به وضعیت موجود بخش و لزوم برنامه ریزی توسعه صنعتی، معدنی و تجاری، ضروری است از طریق افزایش تولید محصولات صنعتی و معدنی دارای توجیه اقتصادی و دارای اولویت، ضمن افزایش سهم بخش از تولید ناخالص داخلی، جایگاه مناسبی در اقتصاد کشور بدست آورد.

۱۴ - مرکز آمار ایران: قیمت ثابت سال ۱۳۷۶

۱۵ - بانک مرکزی: قیمت ثابت سال ۱۳۸۳

۲-۲-۲- شاخص ارزش افزوده

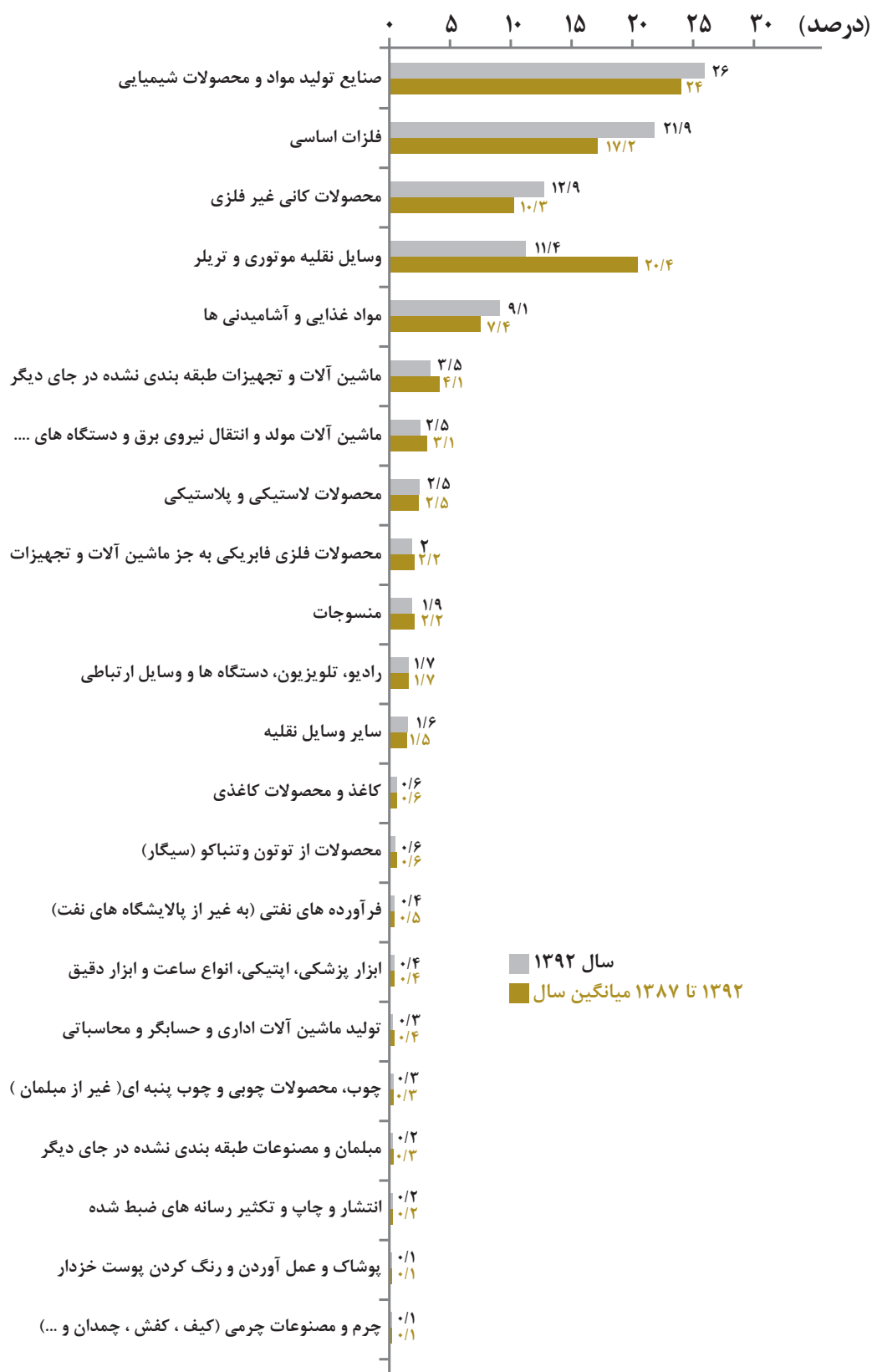
نمودار ۳- روند نسبت ارزش افزوده به تولید (درصد)



ماخذ: بانک مرکزی

یکی از مهم ترین عوامل رشد صنعتی دستیابی بخش صنعت به نرخ بالای ارزش افزوده است. در سال های گذشته بخش صنعت نتوانسته رشد ارزش افزوده بالایی را تجربه کند. بنابراین مهم ترین دلایل نزول صنعتی در کشور را می توان کاهش توان صنعت در خلق ارزش افزوده دانست. چرا که سهم ارزش افزوده در ارزش تولید مطابق نمودار مزبور در سال های گذشته به طور تدریجی کاهش یافته است. این وضعیت بیانگر این موضوع است که مواد اولیه و کالاهای واسطه ای به محصول نهایی تبدیل نشده و همچنین واردات کالاهای واسطه ای و قطعات محصولات نهایی، رشد داشته است.

نمودار ۴- شاخص سهم گروه های فعالیت صنعتی از ارزش افزوده صنعت به قیمت ثابت ۱۳۸۳



ماخذ: بانک مرکزی

با شناسایی صنایع با ارزش افزوده بالا و تمرکز بر تولید این کالاها، می‌توان آهنگ رشد تولید ناخالص داخلی را سرعت بخشید. این اقدام به ویژه برای کشورهای در حال توسعه‌ای که جهت رسیدن به مرحله توسعه یافتگی و باز نماندن از قطار پر شتاب اقتصاد جهانی برایشان از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است، حیاتی می‌باشد.

چنانکه با بررسی اقتصاد کشورهایی چون کره جنوبی، مالزی، چین، ترکیه، مکزیک و... نمایان می‌گردد، این کشورها که با رشدی مناسب در حال رسیدن به توسعه هستند، با برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های مناسب در جهت تولید کالاهای با ارزش افزوده بالا تمرکز کرده‌اند. شاخصه مشترک اغلب این کشورها، سرمایه‌گذاری گسترده در صنایع برق و الکترونیک، خودرو، نساجی و پوشاک، بازیافت و... است.

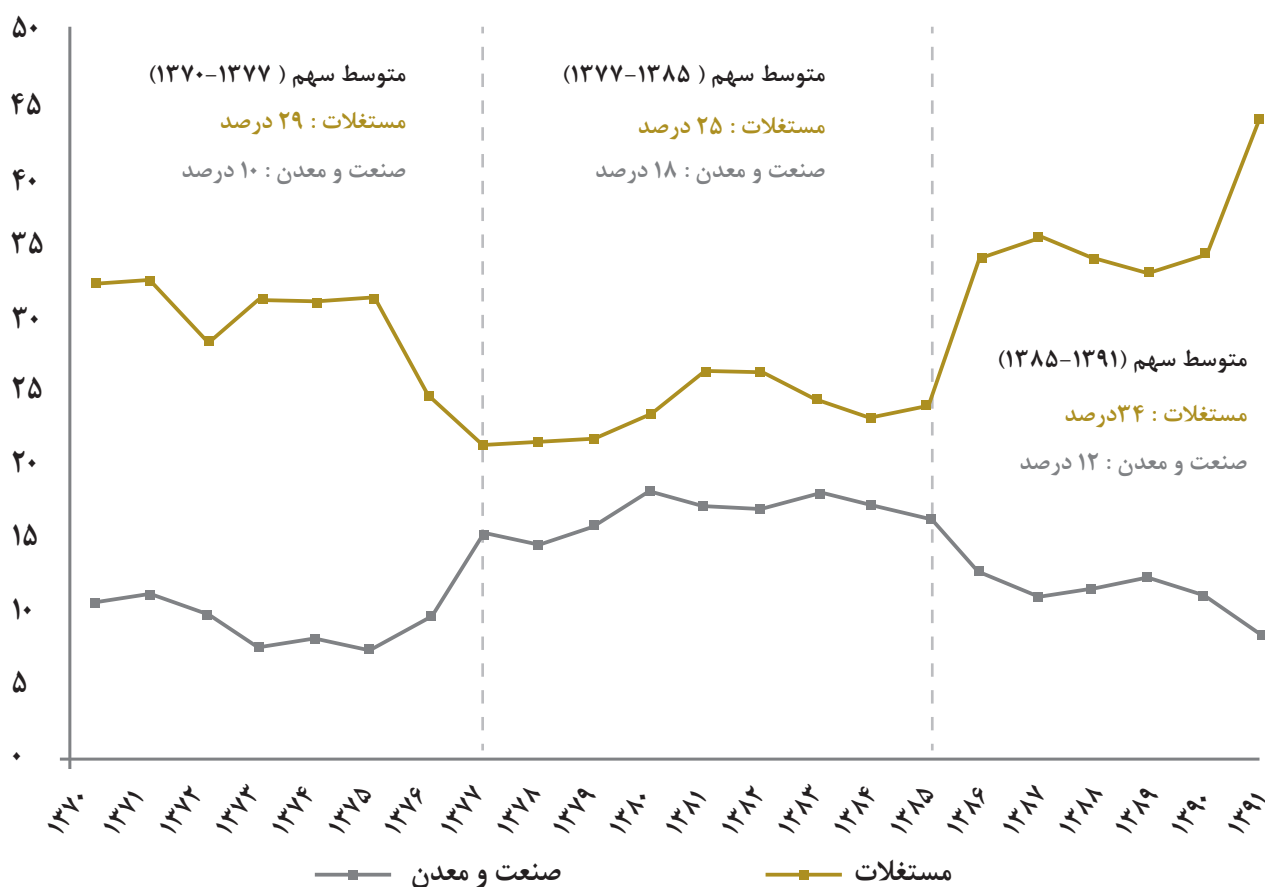
همانگونه که در نمودار شاخص ارزش افزوده مشاهده می‌گردد، صنایع تولید مواد و محصولات شیمیایی، فلزات اساسی، سایر محصولات کانی غیر فلزی، تولید وسایل نقلیه موتوری و بالاخره صنایع مواد غذایی و آشامیدنی در حدود ۸۰ درصد ارزش افزوده بخش صنعت را به خود اختصاص داده‌اند.

با توجه به اهمیت موضوع ارزش افزوده و نقش آن در توسعه اقتصادی کشور، مدیریت صحیح جهت شناسایی درست صنایع با ارزش افزوده بالا می‌تواند نیل به اهداف رشد اقتصادی را تسهیل نماید.

۲-۲-۳- شاخص تشکیل سرمایه

در طول دو دهه گذشته، به طور متوسط ۱۳/۱ درصد از کل تشکیل سرمایه ثابت ناخالص اقتصاد کشور به بخش صنعت و معدن اختصاص یافته است. این رقم برای سایر بخش‌های غیر تولیدی شامل مستغلات نزدیک به ۲۹ درصد، حمل و نقل ۱۳ درصد، ارتباطات ۲ درصد و سایر بخش‌های خدماتی ۲۷ درصد می‌باشد. نکته قابل توجه اینکه بخش مستغلات علی‌رغم دارا بودن سهم بالا از شاخص تشکیل سرمایه ثابت ناخالص اقتصاد کشور فقط ۱۵ درصد از تولید ناخالص داخلی را در اختیار دارد.

نمودار ۵ - مقایسه سهم در تشکیل سرمایه ثابت ناخالص میان بخش‌های صنعت و معدن و مستغلات



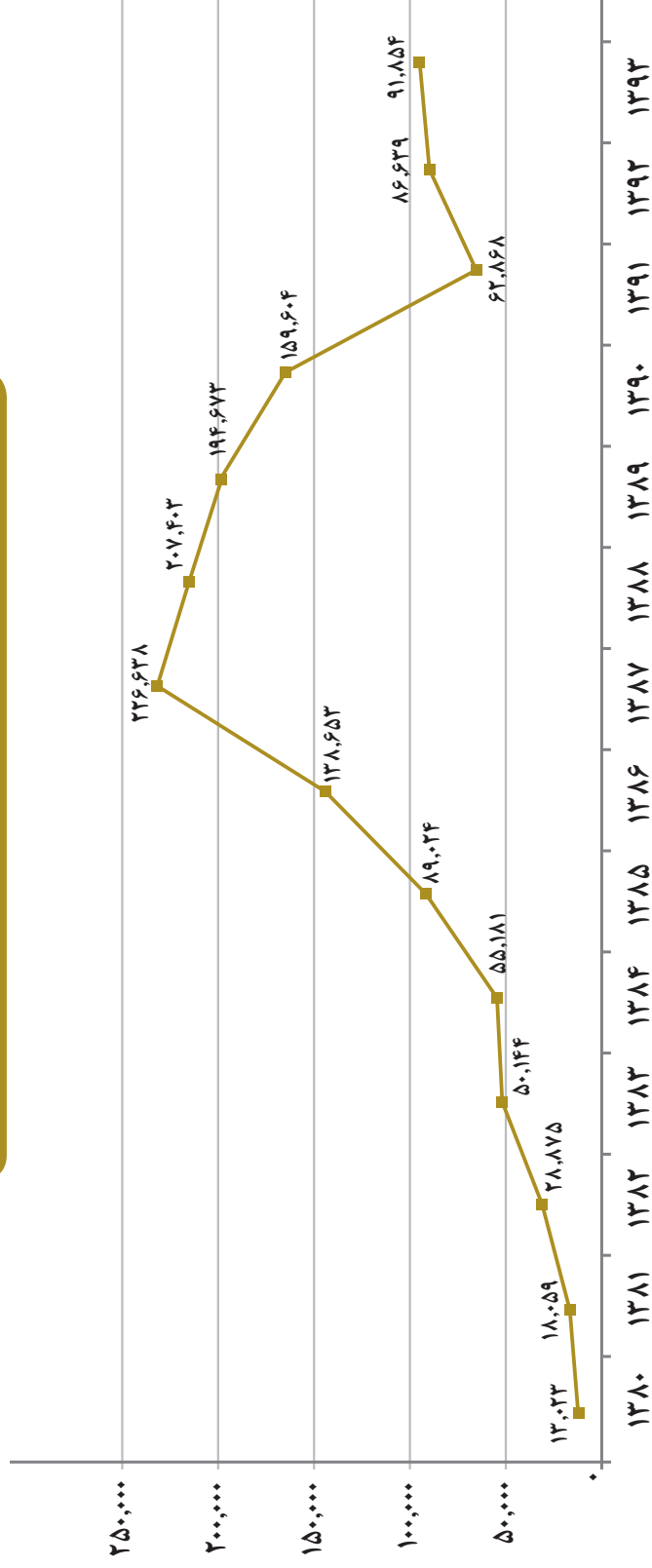
ماخذ: بانک مرکزی

روند سرمایه‌گذاری در بخش صنعت و معدن از سال‌های میانی دهه ۱۳۸۰ دچار رکود و افت رشد و در برخی سال‌ها حتی دچار کاهش و رشد منفی شده است. این کاهش در نرخ سرمایه‌گذاری در بخش ماشین‌آلات (به عنوان مهمترین جزو سرمایه‌گذاری ثابت در بخش صنعت) در دو مقطع سال‌های ۱۳۸۵ و ۱۳۸۴ و دیگری در سال ۱۳۹۱ به وضوح نمود عینی دارد.

میزان سرمایه‌گذاری در بخش ماشین‌آلات در سال ۱۳۹۱ به قدری کاهش یافت که قدرمطلق آن حتی از سال‌های ابتدایی دهه ۱۳۸۰ نیز پایین‌تر است. لذا کاهش مداوم سرمایه‌گذاری در این حوزه و رشد فزاینده فناوری تولید در جهان، روزآمدسازی ماشین‌آلات صنعتی را بیش از پیش ضروری کرده است.

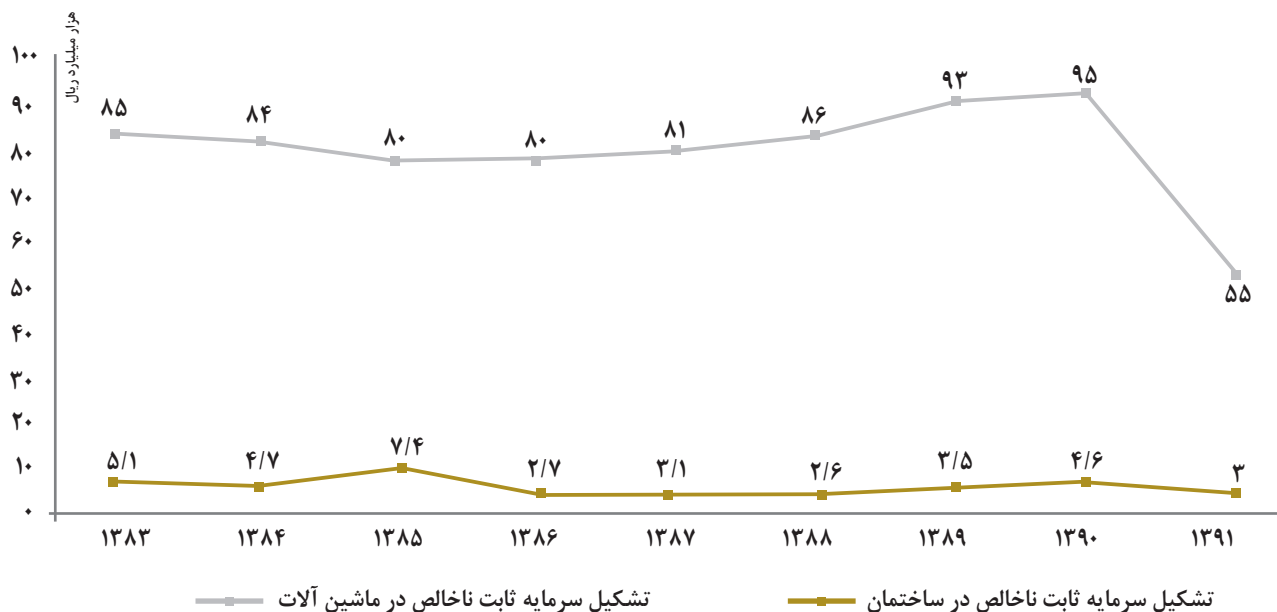
نمودار ۶- ارزش سرمایه‌گذاری بر حسب پروانه بهره‌برداری به قیمت جاری - ارقام به میلیارد ریال

نیم دهه سقوط شدید سرمایه‌گذاری صنعتی و ضرورت جبران آن



ماخذ: ترازنامه بانک مرکزی، ۱۳۸۰ - ۱۳۹۲ و نماگر آماری وزارت صنعت، معدن و تجارت ۱۳۹۳

نمودار ۷ - تشکیل سرمایه ثابت ناخالص بخش صنعت و معدن به قیمت ثابت سال ۱۳۸۳



ماخذ: بانک مرکزی

با توجه به مناسبات سیاسی کشور و اعمال تحریم‌های بین‌المللی، مشاهده می‌گردد که در سال ۱۳۹۱ روند تشکیل سرمایه ثابت ناخالص در بخش صنعت و معدن در دو حوزه ساختمان و ماشین‌آلات با کاهش شدیدی مواجه بوده است.

کاهش تشکیل سرمایه خصوصاً در حوزه ماشین‌آلات موجب کاهش رشد تولیدات صنعتی و در نتیجه کاهش شدید ارزش افزوده بخش، در سال ۱۳۹۲ گردید. با توجه به تاثیر بلند مدت نوسانات تشکیل سرمایه، ضرورت دارد برای جلوگیری از ادامه تاثیر منفی بر رشد تولید و ارزش افزوده، نسبت به ایجاد فضای مساعد برای جلب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی برنامه‌ریزی لازم صورت پذیرد.

۲-۲-۴- شاخص سهم تعداد بنگاه های صنعتی

جدول ۱۴- وضع موجود صنایع کشور (درصد)

سهم از اشتغال	سهم از تعداد	ترکیب واحدهای تولیدی
۴۴	۹۲	صنایع کوچک (تا ۴۹ نفر کارکن)
۱۲	۵	صنایع متوسط (۵۰ تا ۹۹ نفر کارکن)
۴۴	۳	صنایع بزرگ (بالای ۱۰۰ نفر کارکن)
۱۰۰	۱۰۰	جمع کل

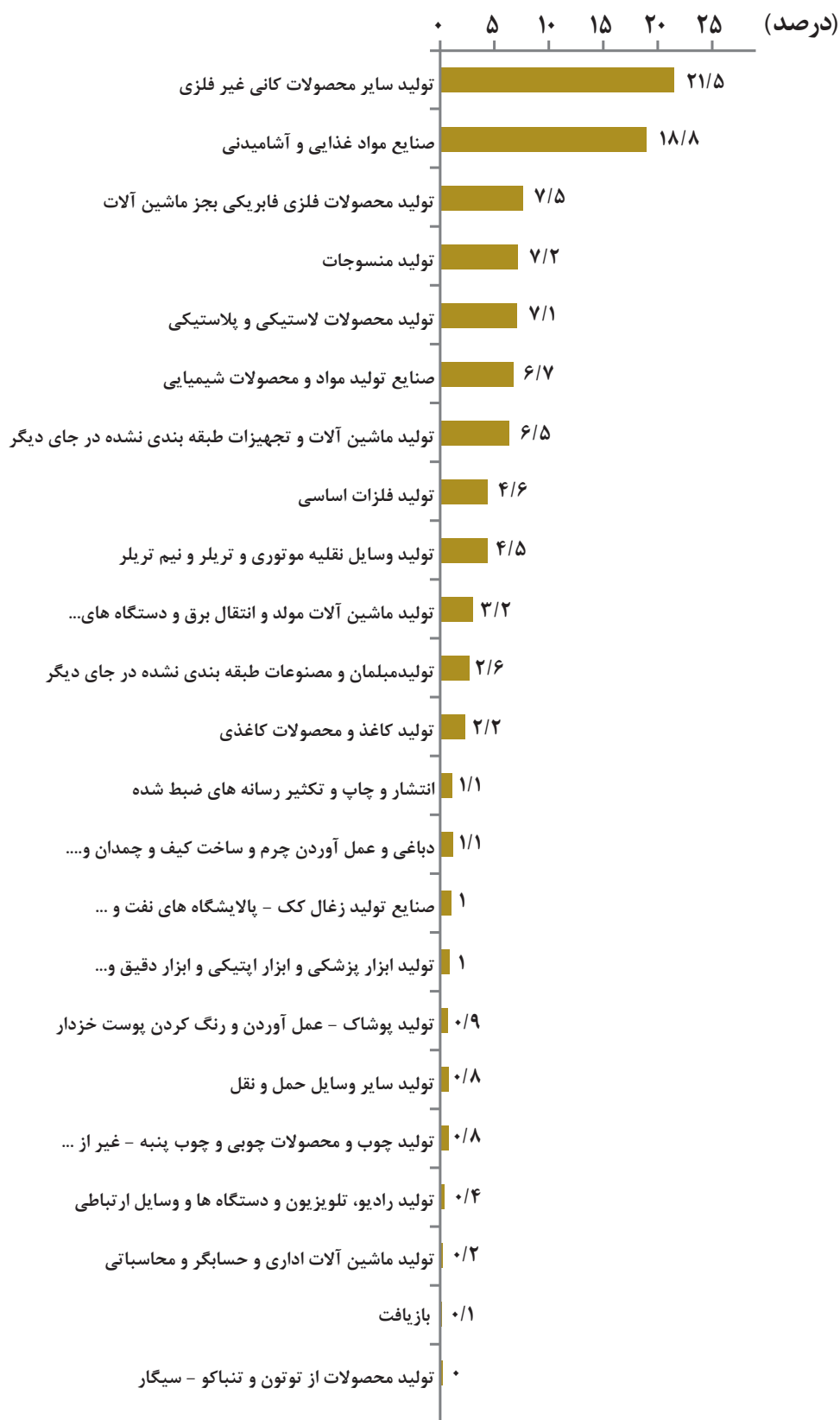
ماخذ: محاسبات دفتر آمار و فرآوری داده‌ها - وزارت صنعت، معدن و تجارت

در جدول فوق ترکیب بنگاه های صنعتی کشور از نظر سهم تعداد بنگاه ها با مقیاس های مختلف و میزان اشتغال زایی صنعتی آنها نشان داده شده است.

نکات مهم اینک:

- این اطلاعات گویا و گواه اهمیت نقش صنایع بزرگ و متوسط کشور از نظر اشتغال است.
- ضرورت دارد برنامه ریزی صحیح و دقیقی، متناسب با نیاز بازار در جهت توسعه صنایع بزرگ و متوسط به عنوان موتور محرک صنایع کوچک (که از نظر اشتغال و تعداد سهم بالایی دارند) صورت پذیرد.
- همچنین بر اساس وضعیت موجود، صنایع تولید کننده محصولات کانی غیر فلزی، صنایع مواد غذایی و آشامیدنی، تولید محصولات فلزی فابریکی، تولید منسوجات و تولید محصولات لاستیکی و پلاستیکی، (در شاخص سهم تعداد بنگاه های صنعتی با اشتغال بیش از ۱۰ نفر کارکن) بیش از ۶۰ درصد از تعداد بنگاه های موجود کشور را شامل می شوند.
- و بالاخره این نکته حائز اهمیت که تاکنون به دلایل مختلف از جمله حمایت های دولت، جذابیت بازار، ارزش افزوده بالا و... تمایل به سرمایه گذاری در صنایع فوق، بیشتر از سایر صنایع بوده که لازم است به موازات آن، توجه بیشتری نیز به سایر صنایع با ارزش افزوده بالاتر صورت پذیرد که از اشتغال زایی بیشتر و سطح فناوری پیشرفته تر و برتری برخوردارند.

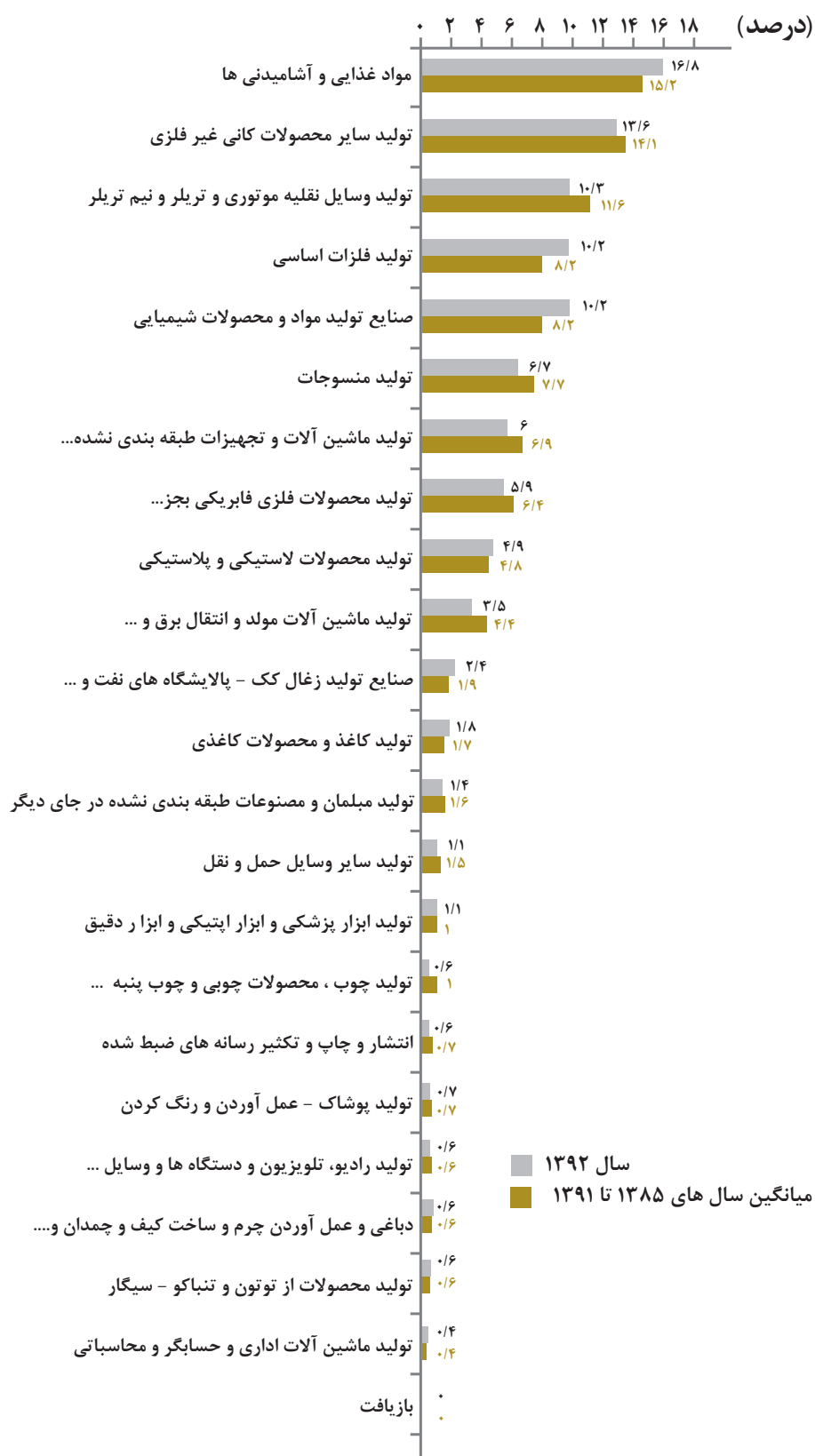
نمودار ۸ - شاخص سهم تعداد بنگاه‌های صنعتی بنگاه‌های ۱۰ نفر کارکن و بالاتر (سال ۱۳۹۲)



ماخذ: مرکز آمار ایران

۲-۲-۵- شاخص سهم اشتغال

نمودار ۹ - شاخص سهم اشتغال گروه های فعالیت صنعتی در کارگاه های بیش از ۱۰ نفر کارکن



ماخذ: مرکز آمار ایران

(درصد)

جدول ۱۵ - سهم اشتغال بخش ، نسبت به اشتغال کل کشور

بخش / دوره	۱۳۹۰	۱۳۹۱
استخراج معدن	۰/۶	۰/۶
صنعت و صنایع معدنی	۱۶/۴	۱۶/۴
بازرگانی (عمده و خرده فروشی)	۱۵/۲	۱۴/۴
صنعت، معدن و تجارت	۳۲/۲	۳۱/۴

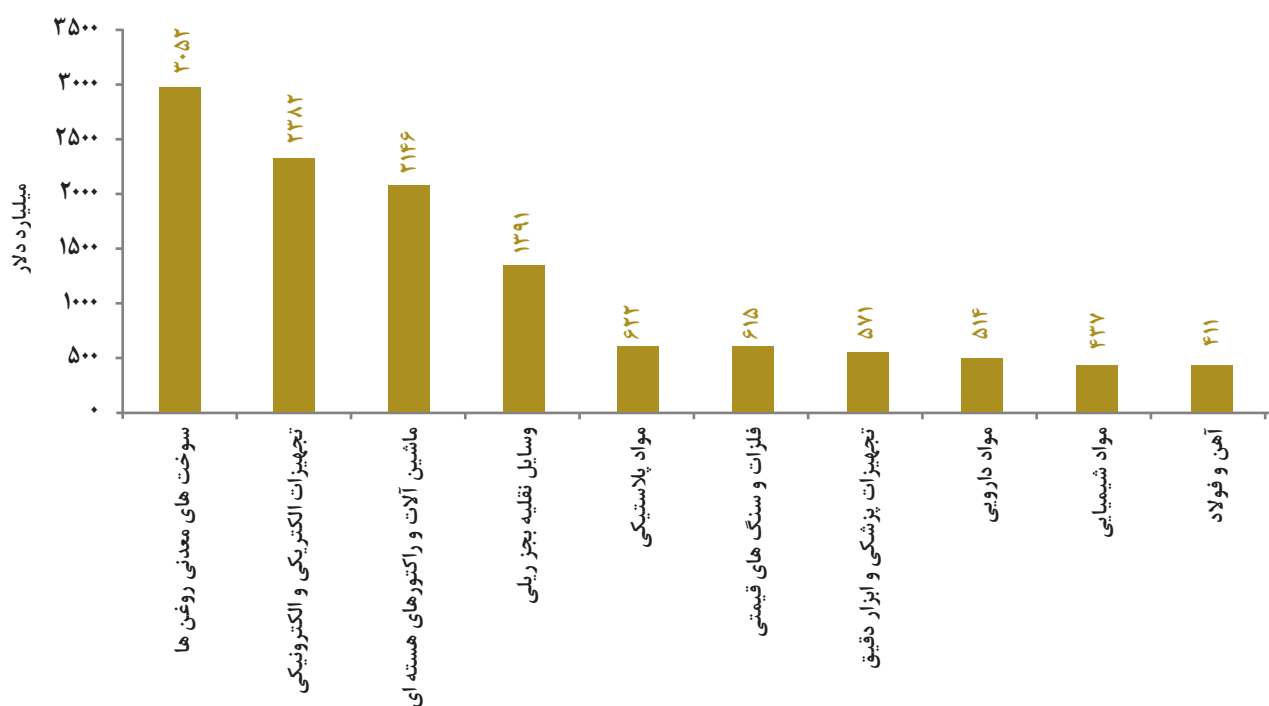
ماخذ: مرکز آمار ایران

بخش صنعت، معدن و تجارت بیش از یک سوم سهم اشتغال کل کشور را به خود اختصاص داده است. با بررسی وضع موجود سهم اشتغال صنایع کشور مطابق نمودار شماره ۹، مشاهده می‌گردد که حدود ۵۰ درصد اشتغال بخش صنعت، مربوط به صنایع مواد غذایی و آشامیدنی، تولید سایر محصولات کانی غیر فلزی، تولید وسائل نقلیه موتوری و تولید فلزات اساسی می‌باشد.

از این رو، با برنامه ریزی صحیح و تمرکز بر صنایع اشتغالزا می‌توان علاوه بر حفظ وضع موجود و افزایش اشتغال بخش، نسبت به کاهش نرخ بیکاری کشور نیز کمک نمود.

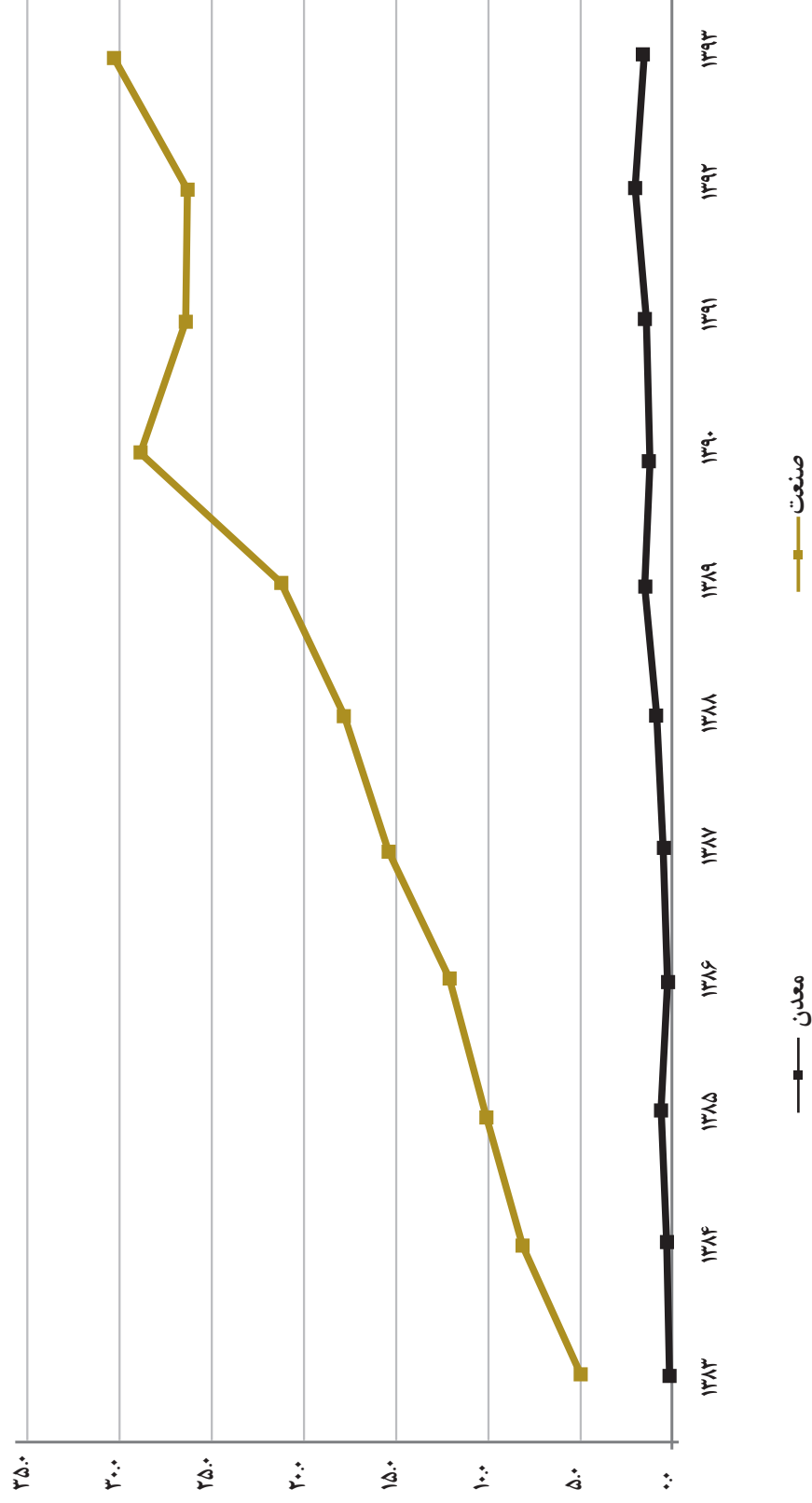
۲-۲-۶- شاخص صادرات

نمودار ۱۰ - وضعیت ده گروه کالایی اول صادرات صنعتی جهان در سال ۲۰۱۴



ماخذ: Trade Map

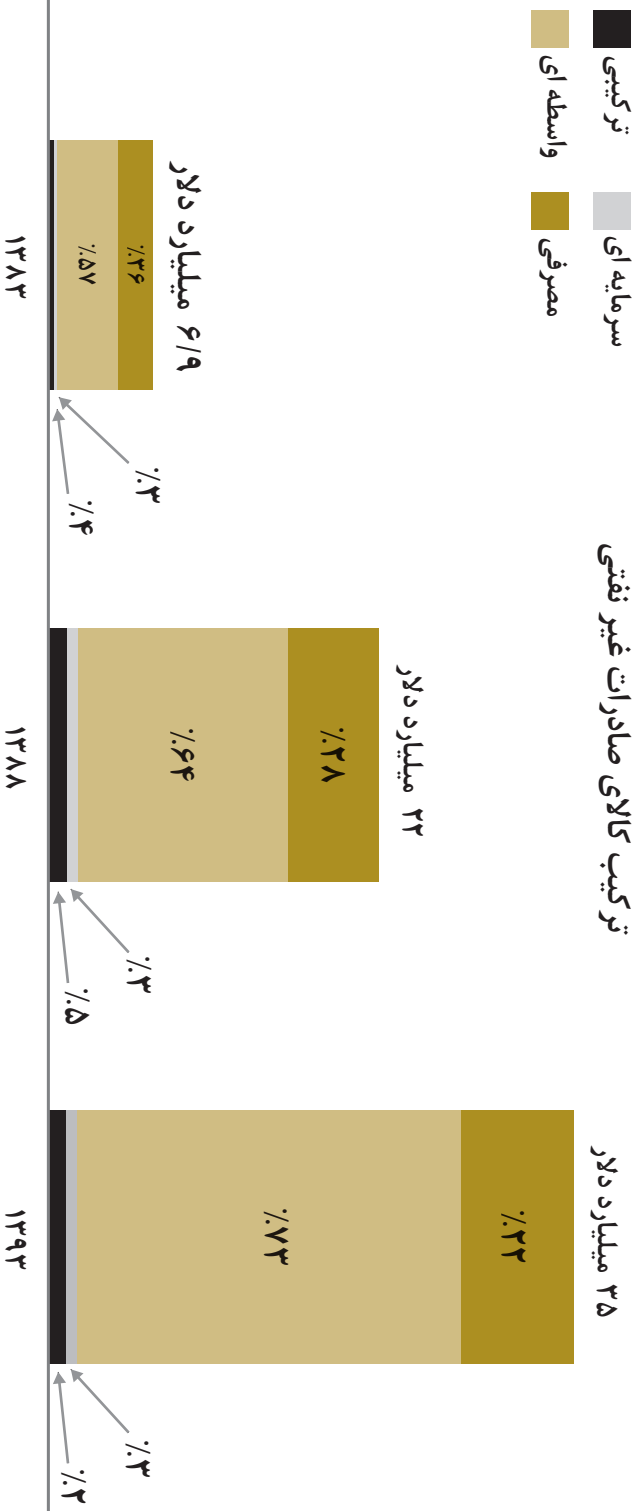
نمودار ۱۱- روند صادرات ایران در بخش صنعت و معدن - میلیارد دلار



ماخذ: محاسبات دفتر آمار و فناوری داده‌ها وزارت صنعت، معدن و تجارت

نمودار ۱۲- ترکیب کالایی صادرات غیر نفتی

دلایل نزول صنعتی: کاهش توان صنعت در خلق ارزش افزوده



ماخذ: اطلاعات تحقیق برگرفته از اطلاعات گمرک جمهوری اسلامی ایران

جدول ۱۶ - وضعیت صادرات غیر نفتی کشور به تفکیک هر بخش (میلیارد دلار - درصد)

رشد	۱۳۹۳	۱۳۹۲	گروه کالایی / سال
۳۶	۱۴	۱۰/۳	میعانات گازی
۰	۱۵	۱۵	صنعت
-۲۵	۱/۵	۲	معادن
۳۱	۱۴/۲	۱۰/۸	پتروشیمی
۳۵	۴/۶	۳/۴	کشاورزی
۳۳	۰/۴	۰/۳	فرش و صنایع دستی
۱۸	۴۹/۷	۴۱/۸	جمع صادرات غیر نفتی (با میعانات)

مأخذ: محاسبات دفتر آمار و فرآوری داده ها وزارت صنعت، معدن و تجارت

با بررسی میزان صادرات صنعتی جهان در سال ۲۰۱۴ مشاهده می شود که حدود ۵۰ درصد صادرات صنعتی مربوط به صنایع با دانش فنی بالا و پیشرفته است. از بین این صنایع، بیشترین سهم مربوط به تجهیزات الکتریکی و الکترونیکی، ماشین آلات و راکتورهای هسته ای و وسائل نقلیه می باشد.

با توجه به بررسی های صورت گرفته، بیشترین سهم صادرات صنعتی کشور طی سال های گذشته مربوط به صنایع مواد شیمیایی، ساخت کک، فرآورده های حاصل از تصفیه نفت، ساخت فلزات اساسی، محصولات غذایی و انواع آشامیدنی ها، ساخت سایر محصولات کانی غیر فلزی و ساخت محصولات از لاستیک و پلاستیک است که حدود ۹۰ درصد صادرات صنعتی کشور را پوشش می دهد.

به منظور هدایت بخش صنعت به سمت صنعتی شدن و قرار گرفتن در جایگاه مناسب جهانی، لازم است توجه بیشتری به تولید محصولات با ارزش افزوده بالا و دانش محور صورت پذیرد.

علاوه بر موارد فوق، ضرورت دارد برنامه ریزی های هدفمندی در جهت تکمیل زنجیره ارزش محصولات صنعتی صورت پذیرد. از اهم سیاست های تکمیل زنجیره ارزش می توان به تأمین نیازهای داخلی، محدودیت در خام فروشی و افزایش توان رقابت بخش در بازارهای جهانی اشاره نمود.

لازمه تحقق اهداف مذکور ایجاد تعامل و مشارکت با شرکت ها و کشورهای پیشرو اقتصادی به منظور استفاده از دانش فنی و انتقال فناوری آنان می باشد.

۲-۲-۷- شاخص مزیت نسبی آشکار شده یکنواخت (SRCA)^{۱۶} ایران - سال ۲۰۱۴

در تدوین برنامه و سیاست های اقتصادی، تعیین مزیت های نسبی در بخش های اقتصادی به ویژه بخش صنعت حائز اهمیت است. بر اساس مبانی نظری اقتصادی، مهم ترین عوامل تاثیر گذار بر تعیین مزیت نسبی، دانش و بهره وری است. این شاخص در ایران نشان می دهد که رشته فعالیت های مربوط به استخراج نفت خام و گاز طبیعی، به استثنای مطالعات اکتشافی، استخراج کانسارهای فلزی و ساخت مواد و محصولات شیمیایی، دارای مزیت نسبی هستند. در واقع این صنایع عمدتاً متکی به منابع طبیعی مانند نفت و مواد معدنی طبیعی هستند. لذا جهت پایدار نمودن مزیت در صنایع ضروریست که عامل دانش و بهره وری نیز تقویت گردد تا مزیت نسبی این صنایع حفظ شود.

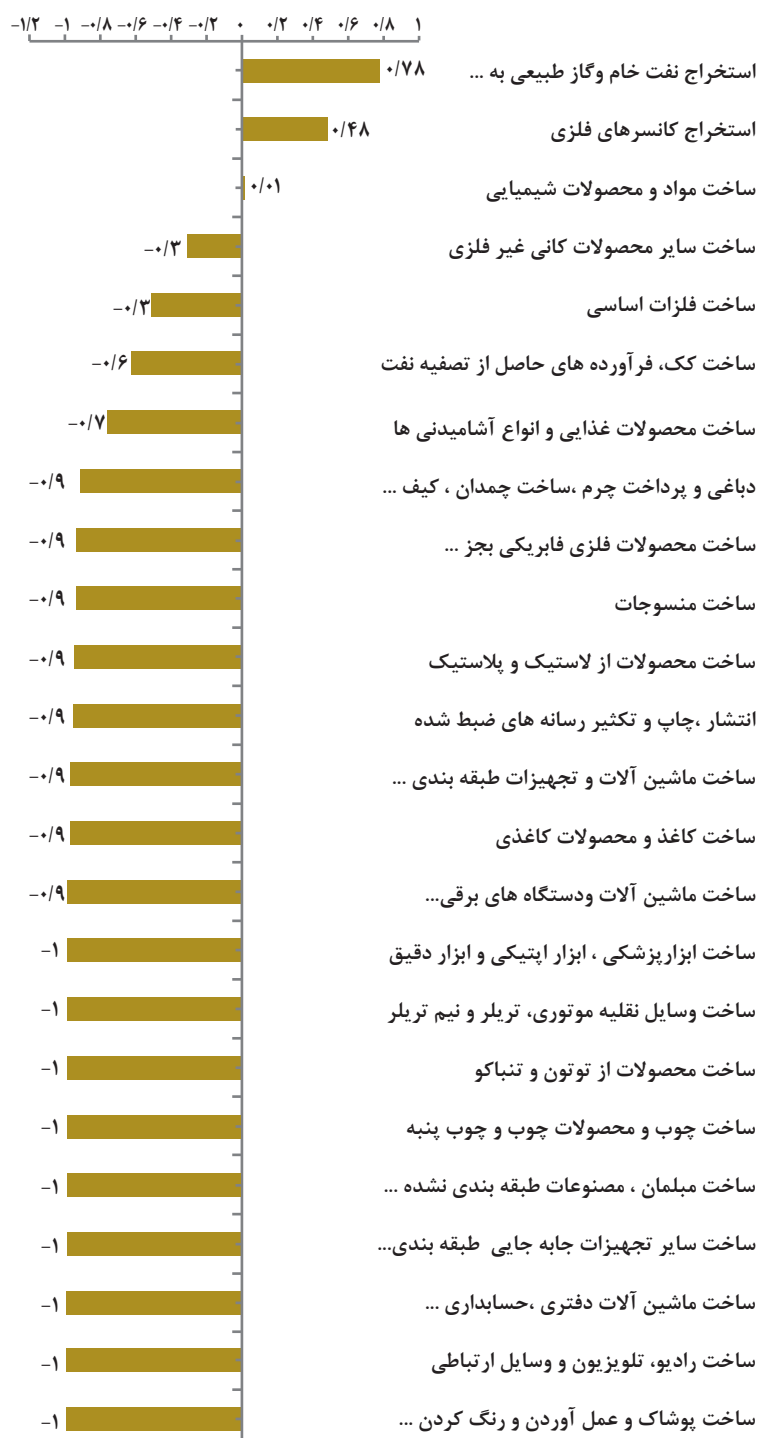
لازم به توضیح است که نتیجه بدست آمده از شاخص مزبور، ناظر بر عملکرد گذشته است که ممکن است برخی از محصولات بتواند در آینده به دلیل ظرفیت آشکار نشده و عدم وجود برابری امکانات، دارای مزیت نسبی آشکار شده شوند.

البته در کنار نظریه مزیت نسبی آشکار شده، نظریه مزیت رقابتی نیز وجود دارد که در سال های اخیر مورد توجه قرار گرفته است.

مزیت رقابتی وضعیتی است که یک بنگاه را قادر می سازد تا با کارایی بالاتر و به کارگیری روش های برتر، محصول را با کیفیت و قیمتی مطلوب تر عرضه نماید و در رقابت با سایر تولیدکنندگان سود بیشتری را نصیب بنگاه خود کند.

با توجه به وضعیت موجود صنایع کشور و لزوم حضور فعال تر در بازارهای بین المللی، لازم است برنامه ریزی های گسترده ای در جهت خلق مزیت رقابتی در صحنه بین المللی فراهم گردد.

نمودار ۱۳ - وضعیت شاخص مزیت نسبی آشکار شده یکنواخت (SRCA) - سال ۲۰۱۴



Trade Map: ماخذ:

۸-۲-۲- شاخص واردات

جدول ۱۷- روند واردات ایران - (ارقام به میلیارد دلار)

۱۳۹۳		۱۳۹۲		۱۳۹۱		۱۳۹۰		۱۳۸۹		۱۳۸۸		گروه کالایی / سال
سهم	ارزش	سهم	ارزش	سهم	ارزش	سهم	ارزش	سهم	ارزش	سهم	ارزش	
۶۸	۳۵/۹	۷۰	۳۴/۷	۷۱	۳۸	۷۱	۴۴	۷۳	۴۸	۶۷	۳۷	مواد اولیه و کالاهای واسطه‌ای
۱۸	۹/۵	۱۵	۷/۴	۱۶	۸/۵	۱۶	۱۰	۱۵	۹/۵	۱۷	۹/۶	کالاهای سرمایه‌ای
۱۴	۷/۱	۱۵	۷/۶	۱۳	۷	۱۳	۷/۹	۱۱	۷	۱۶	۹	کالاهای مصرفی
۱۰۰	۵۲/۵	۱۰۰	۴۹/۷	۱۰۰	۵۳/۵	۱۰۰	۶۲	۱۰۰	۶۴/۵	۱۰۰	۵۵/۶	کل واردات

به طور کلی، کشورهای در حال توسعه، از نظر ساختار اقتصادی دارای ویژگی‌های مشترکی هستند. به عنوان مثال نوع غالب تولید این کشورها مبتنی بر صنایع منبع محور و منابع طبیعی آنان می‌باشد.

این در حالی است که گذار از مرحله سنتی به صنعتی و طی مراحل توسعه اقتصادی، نیازمند واردات کالاهای سرمایه‌ای، واسطه‌ای و فناوری‌های پیشرفته مناسب به منظور توسعه صنعتی است، که می‌تواند زمینه ساز تحول صنعتی و اجتماعی شود، بنابراین اگر سیاست‌های اقتصادی کشور در طول دوره مورد نظر مشوق توسعه صنعتی باشند، در چنین شرایطی واردات به طور طبیعی مفید بوده و سیر صعودی خود را طی خواهد کرد، چرا که کشورهای در حال توسعه در مراحل انتقالی توسعه اقتصادی، به ایجاد و تأسیس زیربنای سرمایه‌ای که وابسته به واردات کالاهای سرمایه‌ای هستند، اقدام می‌کنند.

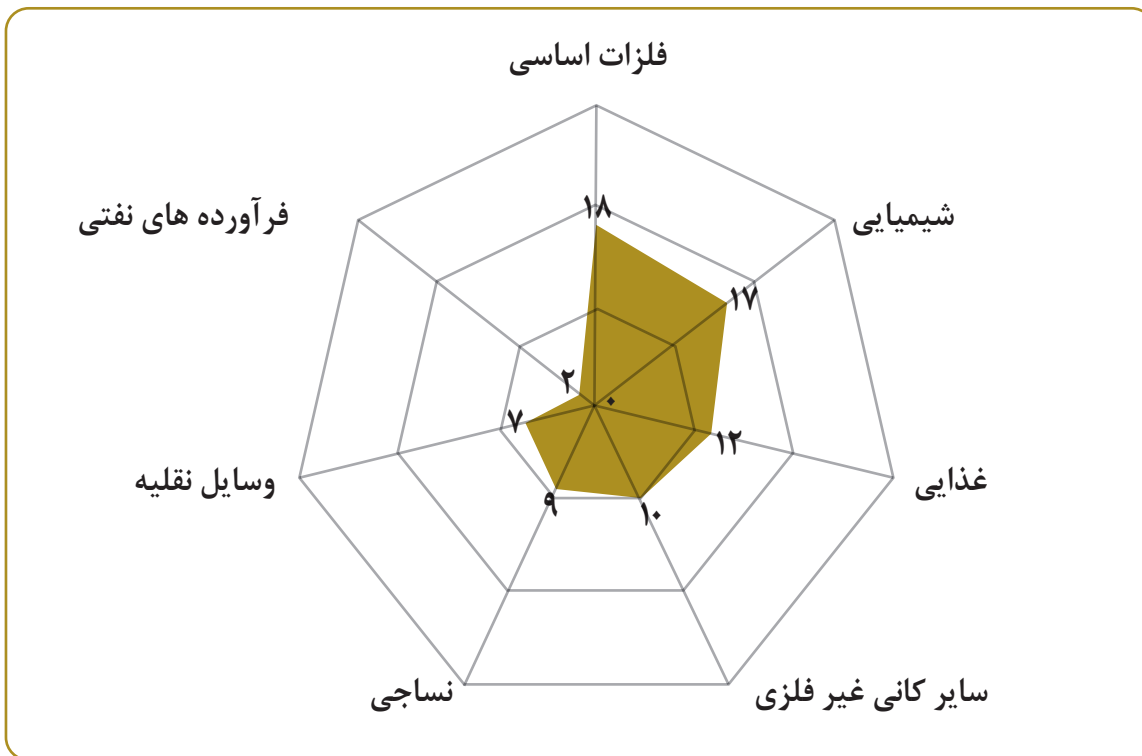
(درصد)

جدول ۱۸ - سهم ۱۰ کشور اول مبادی وارداتی

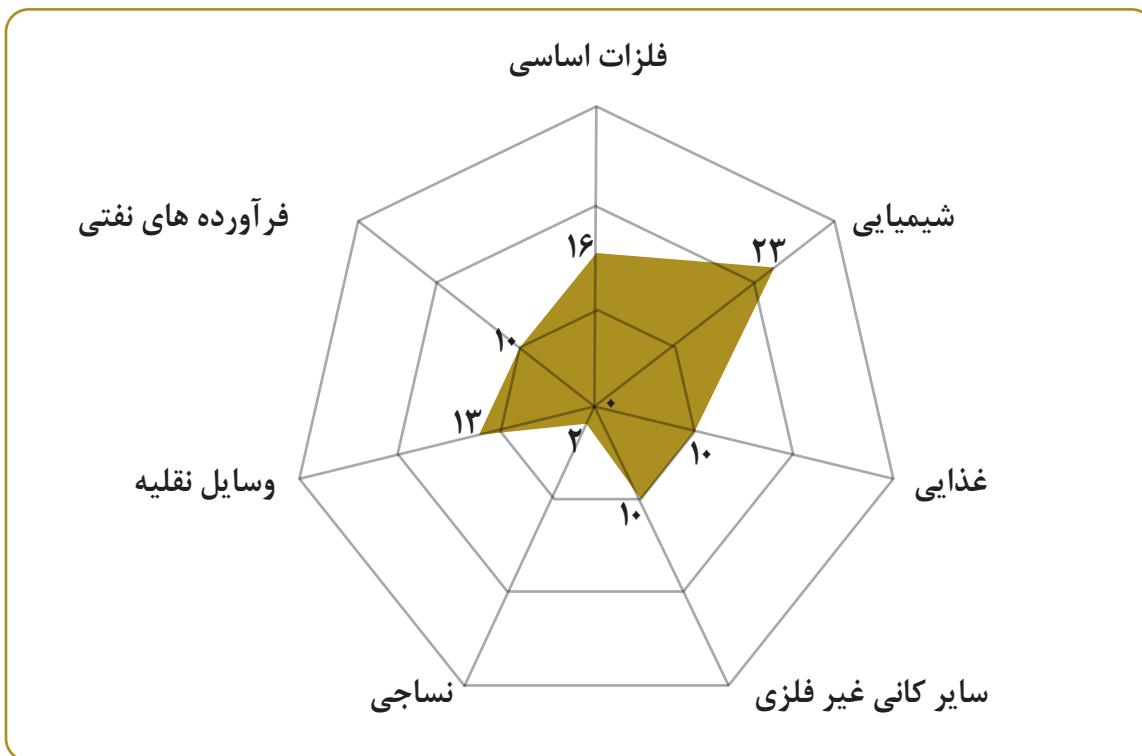
۱۳۹۳		۱۳۹۲		۱۳۸۸		۱۳۸۳		رتبه / سال
سهم از کل واردات	نام کشور	سهم از کل واردات	نام کشور	سهم از کل واردات	نام کشور	سهم از کل واردات	نام کشور	
۲۴	چین	۲۲	امارات	۲۹/۳	امارات	۱۷/۳	امارات	۱
۲۳/۲	امارات	۱۹/۶	چین	۸/۸	چین	۱۲/۷	آلمان	۲
۸/۲	کره	۸/۷	هند	۸/۵	آلمان	۷/۳	فرانسه	۳
۷/۳	ترکیه	۷/۸	کره	۶/۳	کره	۶/۹	ایتالیا	۴
۷/۱	هند	۷/۴	ترکیه	۳/۹	سوئیس	۵/۶	چین	۵
۴/۵	سوئیس	۵	آلمان	۳/۷	ترکیه	۵/۱	کره	۶
۴/۴	آلمان	۴/۷	سوئیس	۳/۴	ایتالیا	۴/۱	سوئیس	۷
۲	ایتالیا	۱/۹	هلند	۳/۳	هند	۳/۵	هند	۸
۲	هلند	۱/۹	انگلستان	۳/۱	انگلستان	۳	سوئد	۹
۱/۳	تایوان	۱/۷	ایتالیا	۳	فرانسه	۲/۹	انگلستان	۱۰

۹-۲-۲- روند تغییر و تحولات ساختاری وضعیت صنعتی در ایران

نمودار ۱۴ - سهم گروه‌های صنعتی منتخب از کل ارزش افزوده در سال ۱۳۷۵ (درصد)



نمودار ۱۵ - سهم گروه‌های صنعتی منتخب از کل ارزش افزوده در سال ۱۳۹۰ (درصد)



در نمودارهای شماره ۱۴ و ۱۵ روند تغییرات سهم گروه‌های صنعتی منتخب از ارزش افزوده کل فعالیت‌های صنعتی ارائه شده است. طبق نمودار، در سال ۱۳۷۵، شش رشته صنعتی اصلی در ایجاد ارزش افزوده به ترتیب شامل فلزات اساسی، شیمیایی، مواد غذایی، کانی غیرفلزی، نساجی و وسایل نقلیه بوده که جمعاً ۷۳ درصد از کل ارزش افزوده صنعت را به خود اختصاص داده‌اند. در سال ۱۳۹۰، نقش صنایع نساجی کاهش و در عوض سهم صنایع تولید فرآورده‌های نفتی افزایش یافت؛ به نحوی که این گروه‌های صنعتی منتخب در نمودار شماره ۱۵، نزدیک به ۸۵ درصد از کل ارزش افزوده صنعت را تشکیل می‌دهند. طی دوره مورد بررسی سهم صنعت نساجی از ۹ درصد به ۲ درصد و سهم صنایع تولید فرآورده‌های نفتی که به شدت سرمایه‌بر است از ۲ درصد به ۱۰ درصد افزایش یافته است. افزایش سهم صنایع شیمیایی و وسایل نقلیه در ارزش افزوده صنعتی نیز قابل ملاحظه بوده است.

• از میان گروه‌های صنعتی مزبور، تولید وسایل نقلیه به مهم‌ترین محرک رشد صنعتی در ایران تبدیل شده است. به طور متوسط طی پانزده سال اخیر (۹۰-۱۳۷۵) نزدیک به ۳۱ واحد درصد از نرخ رشد سالانه ارزش افزوده صنایع کارخانه‌ای کشور مدیون رشد تولید وسایل نقلیه بوده است. این رقم برای صنایع شیمیایی و غذایی به ترتیب ۱۲/۲ و ۱۱/۲ درصد است. آنچه مشهود می‌باشد، شدت تحرک‌زایی رشد صنعتی کشور از طریق توسعه صنایع تولیدی وسایل نقلیه، بیش از دو برابر صنایع شیمیایی و غذایی بوده است.

در عین حال باید توجه داشت که با اتکای صرف صنعت وسایل نقلیه به بازار محدود داخلی، علی‌رغم وابستگی زیاد به واردات مجموعه‌ها و قطعات وارداتی، آن هم به کمک حمایت‌های تعرفه‌ای از یک سو و از سوی دیگر، ناتوانی در استفاده از صرفه‌های مقیاس و به کارگیری فناوری‌های جدید در تولید، ضعف دسترسی به بازارهای بین‌المللی و همچنین کاهش قدرت خرید قشر متوسط جامعه، نقش یاد شده در صورت عدم راهیابی به بازارهای صادراتی، قابل استمرار نخواهد بود.

• صنایع غذایی و تولید وسایل نقلیه، بالاترین پیوند پیشین (ماقبل)^{۱۷} را دارا می‌باشند و هر واحد افزایش تولید در این صنایع، بیشترین تقاضا برای سایر بخش‌ها را ایجاد می‌کند. با این حال، این صنایع به علت عدم توجه لازم به بازارهای صادراتی، عمدتاً معطوف به بازارهای داخلی شده‌اند.

• طی سال‌های مورد مطالعه، رونق بخش صادرات صنعتی کشور وابسته و متکی به مزیت نسبی منابع طبیعی کشور بوده است و این امر، یک گام رو به جلو در مقایسه با سیاست خام‌فروشی محسوب می‌شود.

• صنایع تولید وسایل نقلیه موتوری، شیمیایی و فلزات اساسی، پیشران‌های اصلی رشد اشتغال صنعتی شناخته شده‌اند.

• در طول سال‌های مورد مطالعه، روند رشد تقاضای جهانی محصولات شیمیایی در مقایسه با سایر محصولات رشته‌های صنعتی بیشترین نرخ را تجربه کرده است، به طوری که نزدیک به ۱۴ درصد از نرخ رشد سالانه تقاضای جهانی محصولات صنعتی به محصولات صنایع شیمیایی اختصاص یافته است.

۲-۳- اهمیت فرصت‌ها و چالش‌های بخش صنعت، معدن و تجارت

با توجه به تحلیل‌های انجام شده در خصوص شاخص‌های اقتصادی بخش، اهمیت فرصت‌ها و چالش‌های شناسایی شده به شرح ذیل فهرست می‌شوند:

• اهمیت فرصت‌های بخش صنعت، معدن و تجارت

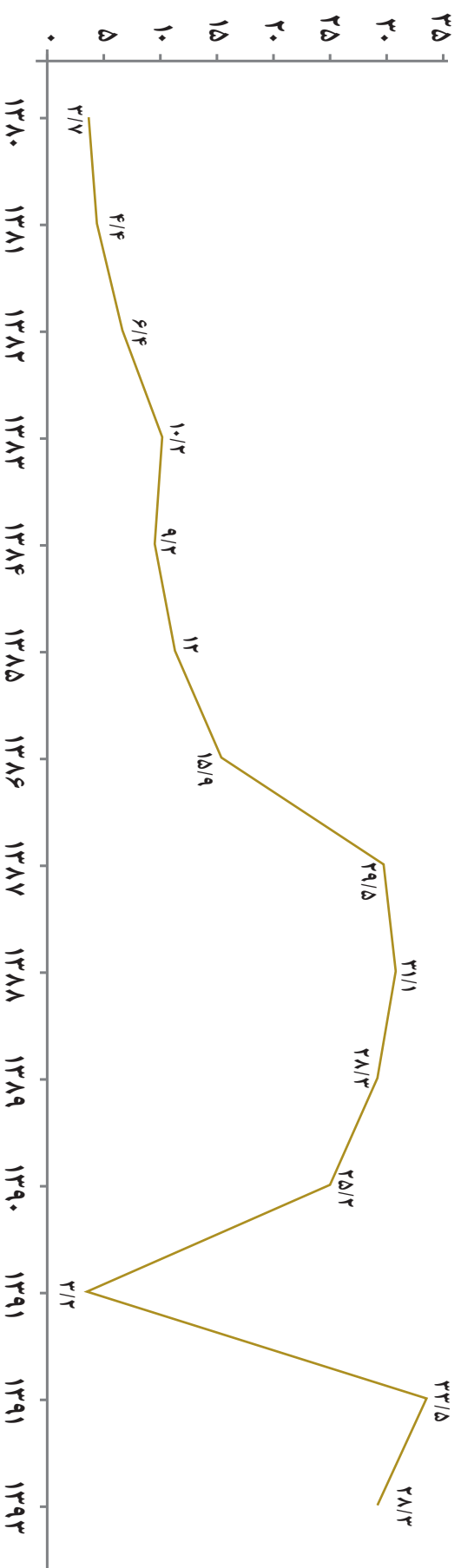
۱. وجود منابع و ذخایر غنی معدنی در کشور (نفت، گاز، مواد متنوع معدنی)
۲. وجود امکانات و زیرساخت‌های لازم برای جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و مشارکت با نام و نشان تجاری معتبر بین‌المللی
۳. برخورداری از موقعیت استراتژیک در منطقه و امکان بهره‌مند شدن از مزایای آن در تجارت.
۴. امکان بهره‌گیری از مشارکت مردمی در امور بخش
۵. داشتن ظرفیت و قابلیت مناسب مزیت رقابتی صادراتی
۶. دسترسی به آب‌های آزاد و موقعیت جغرافیایی منحصر به فرد کشور در منطقه و دسترسی به بازار نیم میلیارد نفری کشورهای همجوار، خاورمیانه و آسیای میانه.
۷. امکان بهره‌مندی اقتصادی از ظرفیت‌های ترانزیتی و کریدورهای تجاری کشور
۸. برخورداری از مزیت نسبی و رقابتی در منطقه در تولید برخی محصولات اعم از محصولات پتروشیمی و فرآورده‌ها و مشتقات حاصل از نفت خام، معدن و صنایع معدنی، برخی محصولات کشاورزی و فرآورده‌های جانبی آن و برخی خدمات فنی-مهندسی و پزشکی
۹. وجود نیروی انسانی تحصیل کرده در کشور و ارزان بودن نسبی نیروی کار (منابع انسانی مستعد و توانمند)
۱۰. استمرار روند توسعه بازار کشورهای عراق و افغانستان به موازات ایجاد ثبات در آنها و توسعه بازارهای آسیایی به عنوان مهم‌ترین بازارهای هدف محصولات صادراتی کشور

• اهم چالش های بخش صنعت، معدن و تجارت

۱. سهم پايين صنعت و معدن در تشكيل سرمايه ثابت كل
۲. کاهش سهم بهره‌وري كل عوامل در رشد صنعتي
۳. اتكا بسيار بالاي رشد توليدات صنعتي به بازار مصرف داخلي
۴. قابليت نفوذ پايين در بازارهای خارجي به دليل سياست های ارزي نامناسب و فقدان روابط مطلوب بين المللي
۵. پايين بودن زمينه‌های توسعه‌ی قابليت‌های فناوري روزآمد
۶. حاکميت ساختار شبه انحصاري و نقش محدود بخش خصوصي در بنگاه‌های نسبتاً بزرگ
۷. سست شدن نسبي زنجيره‌ی تأمين و عدم توازن منطقه‌ای
۸. نامناسب بودن فضای کسب و کار و رقابت‌پذيري و در نتيجه عدم جذابيت سرمايه‌گذاري خارجي
۹. پايين بودن نسبي کيفيت محصولات توليدي و ضعف در بر خورداري از استانداردهای بين المللي
۱۰. وجود خام‌فروشي و صادرات مواد خام صنعتي و معدني
۱۱. کوچک شدن حجم اقتصاد و تجارت کشور با کاهش ميزان تجارت و محدوديت در مبادي و مقاصد تجاري
۱۲. ضعف در ارتباطات بين‌بنگاهي

نمودار ۱۶- چالش: کوچک شدن مقیاس تولید

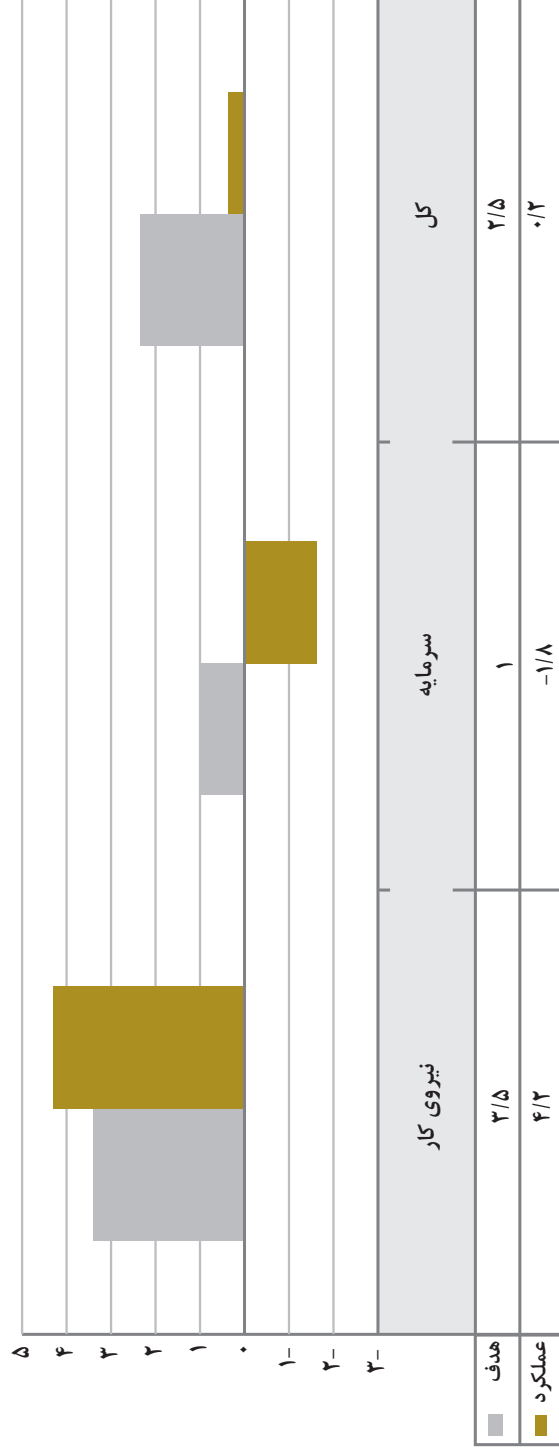
متوسط سرمایه‌گذاری جاری انجام شده به ازاء هر واحد جدید صنعتی براساس پروانه‌های بهره‌برداری - میلیارد ریال



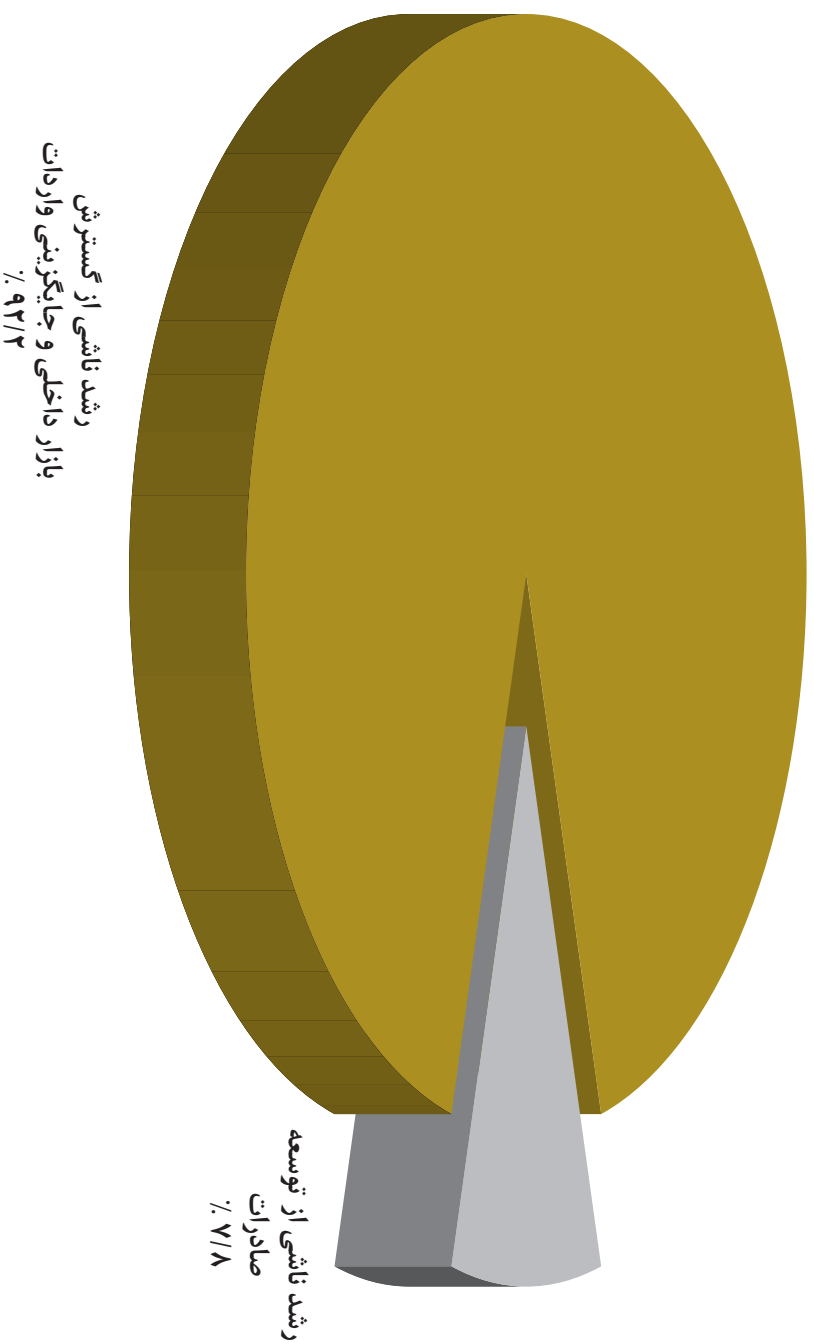
ماخذ: ترازنامه بانک مرکزی سال‌های مختلف، آمار سال ۱۳۹۰ به بعد برگرفته از نگاه‌گزارش عملکرد وزارت صنعت، معدن و تجارت

کوچک شدن مقیاس تولید بعد از سال ۱۳۸۸ به دلیل تخصیص منابع به واحد‌های صنعتی کوچک و جذب سرمایه‌گذاری به بخش‌های دیگر اقتصادی

نمودار ۱۷ - چالش: رشد منفی بهره‌وری سرمایه و عدم استفاده مطلوب از سرمایه‌های کشور
مقایسه عملکرد شاخص بهره‌وری کل با اهداف برنامه چهارم توسعه (۸۹-۱۳۸۴)



نمودار ۱۸- چالش: وابستگی بالای تولیدات صنعتی به بازار داخلی
سهم محرک‌های رشد تولیدات صنعتی طی سال‌های ۹۰-۱۳۸۳ به قیمت ثابت ۱۳۷۶

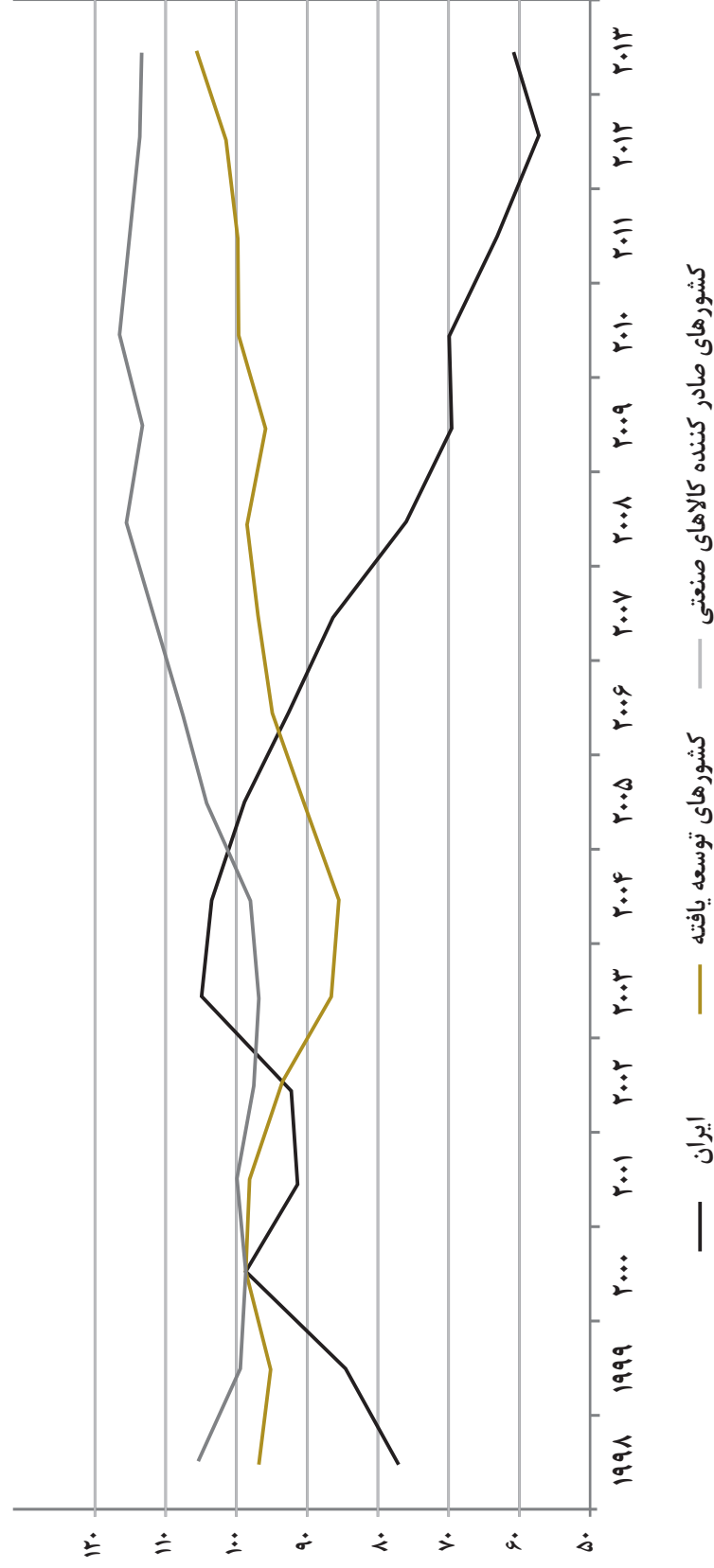


منبع: اطلاعات تحقیق؛ برگرفته از اطلاعات گمرک جمهوری اسلامی ایران

طی سال‌های ۹۰-۱۳۸۳ نزدیک به ۹۲ درصد وابستگی رشد تولیدات صنعتی طی سال‌های ۹۰-۱۳۸۳ به بازار داخلی وابسته بوده و تنها حدود هشت درصد از رشد تولیدات صنعتی به بازار خارجی صادر گردیده است.

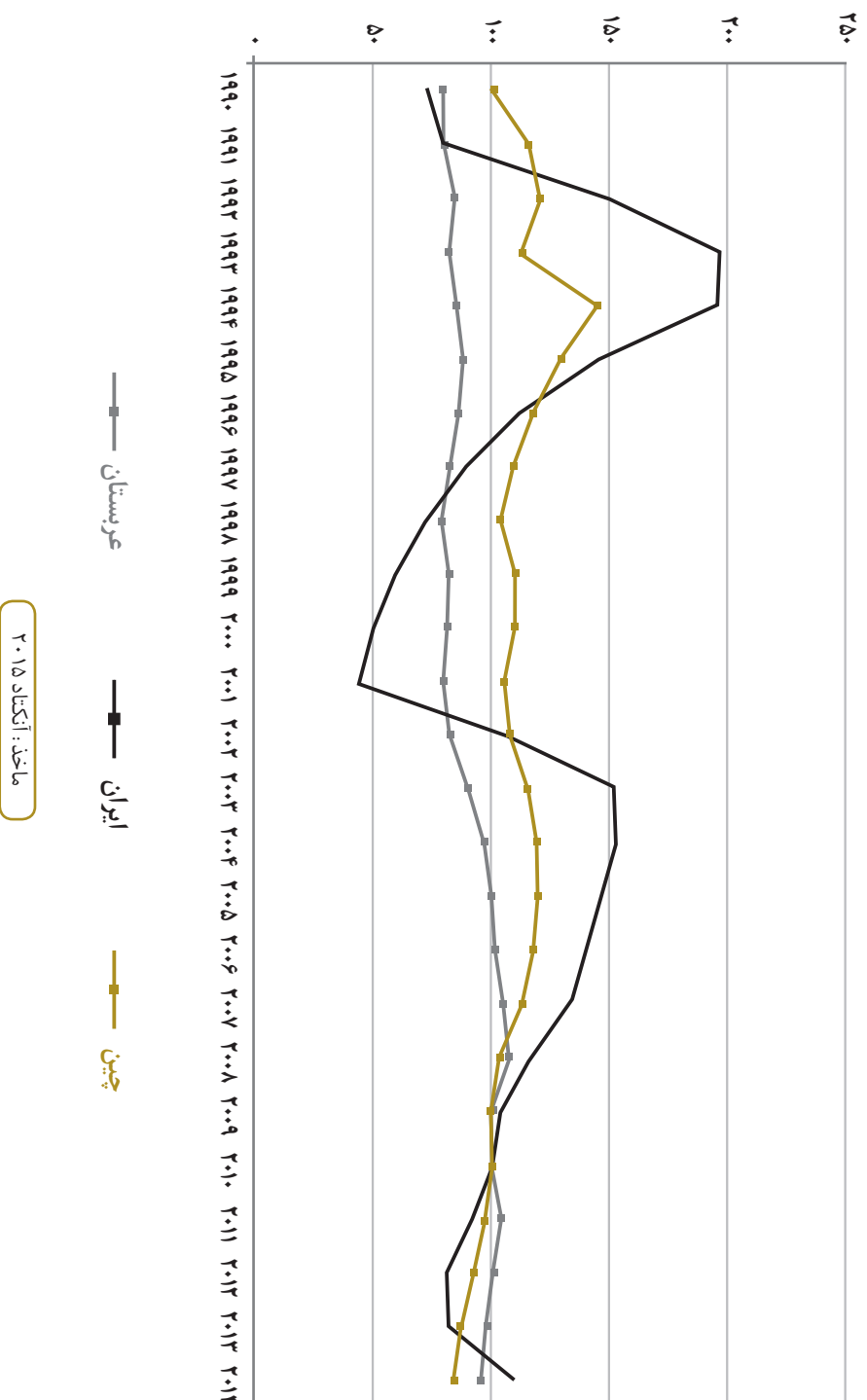
نمودار ۱۹ - چالش: سیاست ارزی نامناسب و کاهش توان نفوذ در بازار جهانی

روند شاخص نرخ ارز موثر واقعی (۱۰۰=۲۰۰۰)



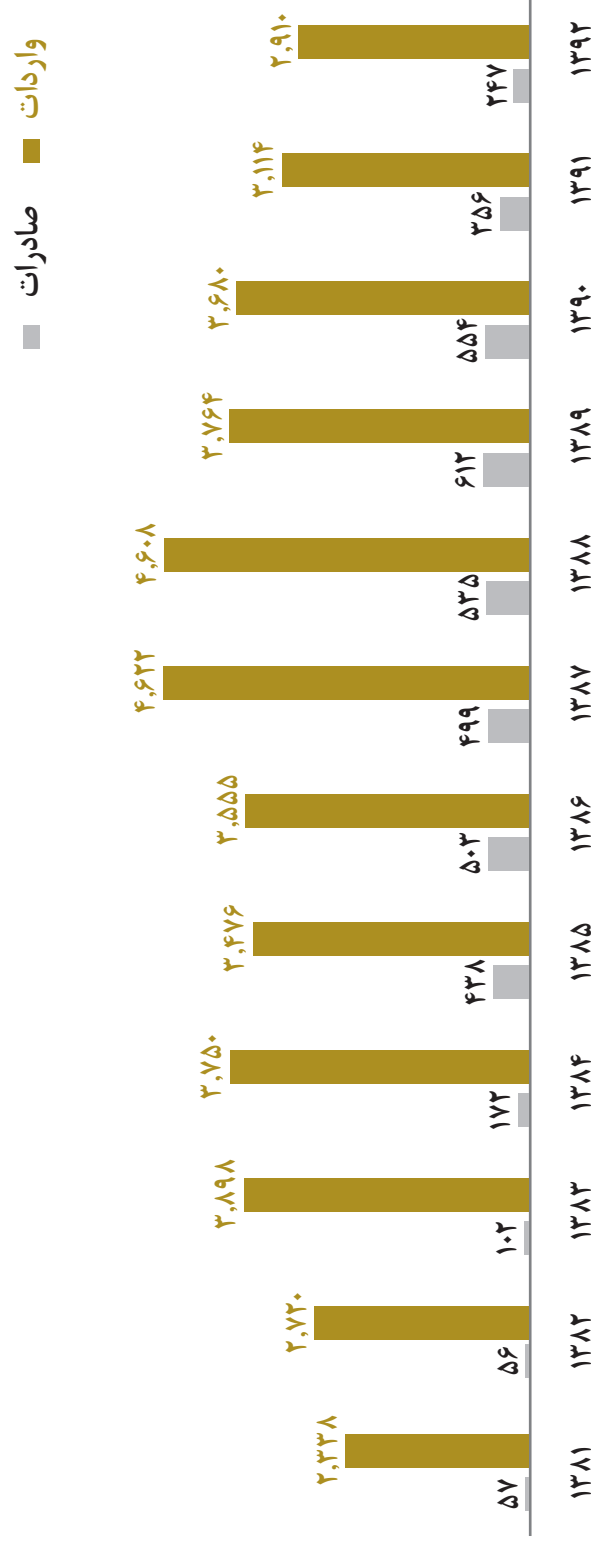
ماخذ: آکتاد ۲۰۱۵

نمودار ۲۰ - چالش: سیاست ارزی نامناسب و کاهش توان نفوذ در بازار جهانی
نرخ ارز موثر واقعی ایران و عربستان و چین (۲۰۱۰=۱۰۰)



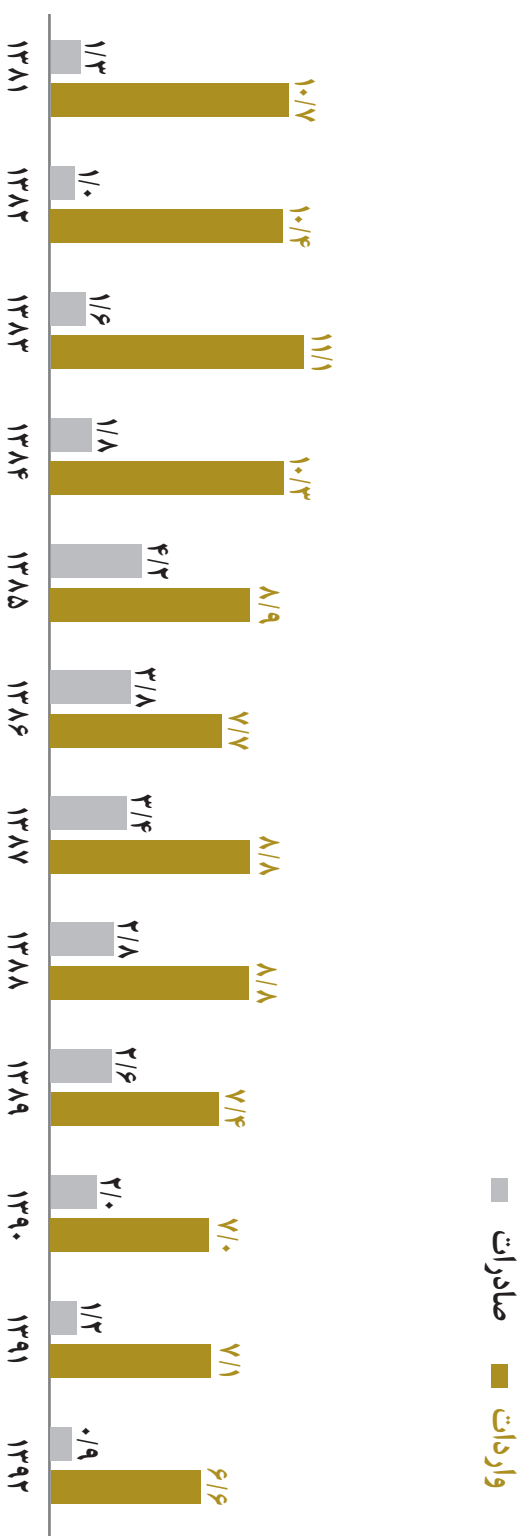
طی سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۳ بخش صادراتی کشور با افول نرخ ارز موثر واقعی مواجه بوده‌اند. این امر بیابانگر کاهش توان نفوذ صادراتی در مقایسه با رقبای منطقه‌ای در بازار جهانی و منطقه است.

نمودار ۲۱- چالش: پایین بودن صادرات کالاهای با فناوری بالا - ارزش
مقایسه واردات و صادرات کالاهای با فناوری بالا طی سال های ۹۲-۱۳۸۱ (میلیون دلار)



ماخذ: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی - متا

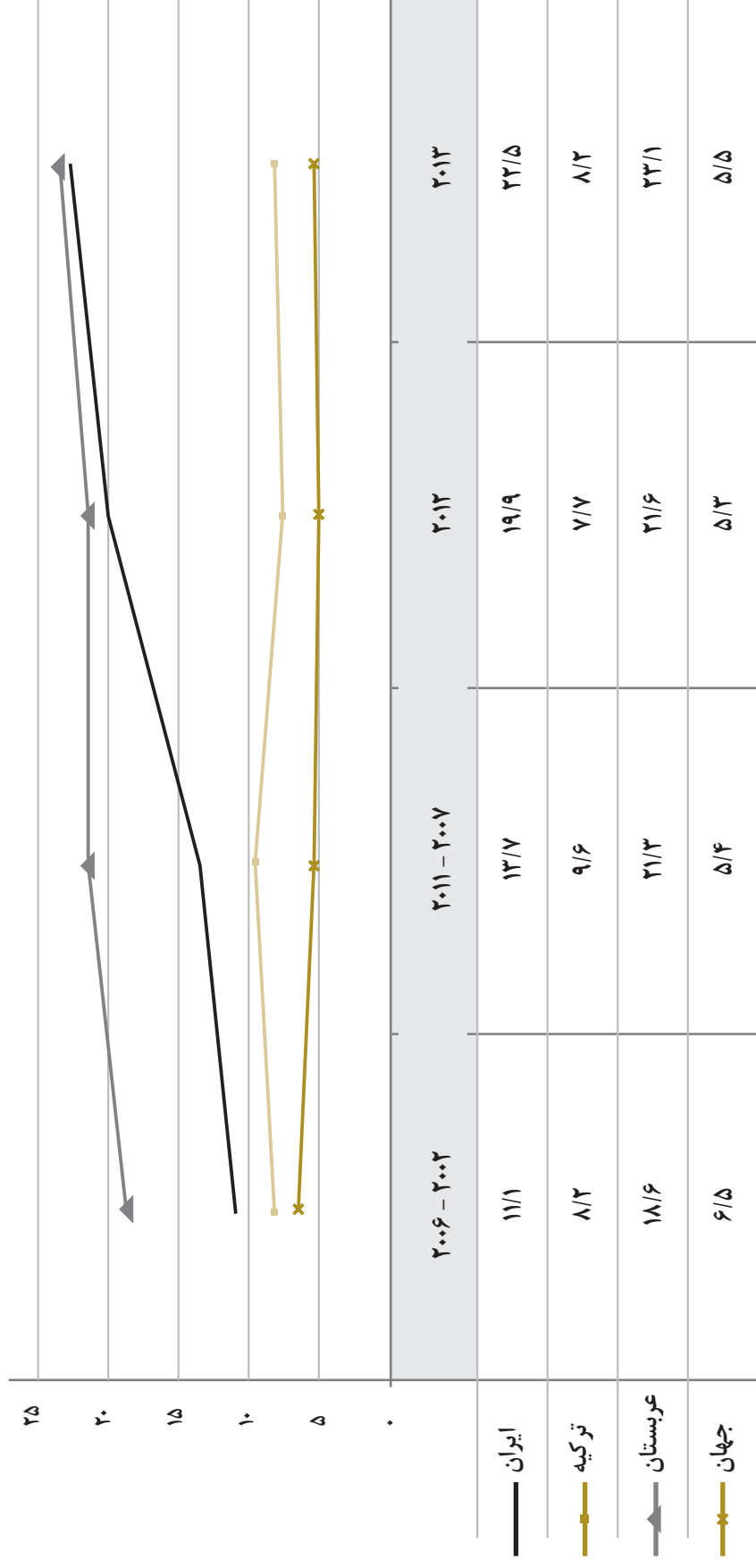
نمودار ۲۲ - چالش: پایین بودن صادرات کالاهای با فناوری بالا - درصد وزنی درصد وزنی صادرات/واردات محصولات با فناوری بالا از کل صادرات/واردات کشور طی سال های ۹۲-۱۳۸۱



منبع: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی - متا

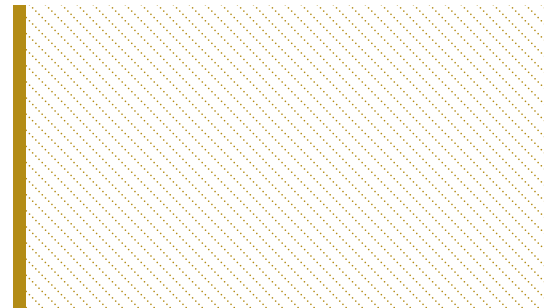
نمودار ۲۳- چالش: افزایش تمرکز صادرات صنعتی ایران

نزدیک بودن شاخص به صد، مبین تمرکز و عدم تنوع بالا و نزدیک بودن شاخص به صفر نشانگر تمرکز پایین و تنوع صادراتی است.



ماخذ: یافته های تحقیق

- نسبت تمرکز صادراتی ایران به جهان بیش از دوبرابر است.
- نسبت تمرکز صادراتی ایران به عربستان کمتر است.
- طی یک دهه اخیر نسبت تمرکز صادراتی ایران به بیش از دوبرابر افزایش یافته است.



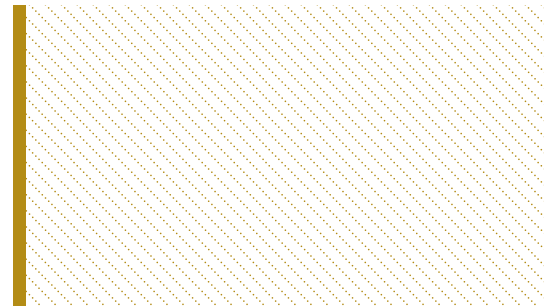
۳- بیانیه مأموریت وزارت
صنعت، معدن و تجارت

پژننامه راهبردی وزارت
صنعت، معادن و تجارت

۳- بیانیه مأموریت^{۱۸} وزارت صنعت، معدن و تجارت

با ادغام چهار وزارتخانه، صنایع، صنایع سنگین، معادن و فلزات و بازرگانی طی دوره‌های پیشین و تشکیل وزارت صنعت، معدن و تجارت در سال ۱۳۹۰ به منظور هماهنگی بیشتر در پیشبرد اهداف کشور در سه بخش فوق بیانیه مأموریت به شرح ذیل تعیین گردیده است.

« در راستای اسناد فرادستی، وزارت صنعت، معدن و تجارت، از طریق سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، نظارت، حمایت و پشتیبانی تولید و تجارت در کشور، عهده‌دار مدیریت بخش می‌باشد و دستیابی به جایگاه نخست اقتصادی و فناوری در منطقه را با تأکید بر رشد مستمر اقتصادی و رشد ارزش افزوده بخش مبتنی بر سرمایه‌گذاری و تولید صادرات محور، ارتقای توانمندی و شایستگی سرمایه‌های انسانی، اشتغال پایدار، مدیریت اثر بخش بازار، مدیریت زنجیره ارزش، تشویق ایجاد بنگاه‌های خصوصی بزرگ و توانمند تولیدی و تجاری، توسعه سرمایه‌گذاری متوازن و متناسب با قابلیت‌های منطقه‌ای مبتنی بر آمایش سرزمین، توسعه ظرفیتها و فناوری‌های صنعتی، معدنی و تجاری در جهت ارتقای سطح رفاه جامعه تعقیب می‌نماید.»



۴- خط‌مشی و سیاست‌های کلی

پژننامه راهبردی وزارت
صنعت، معادن و تجارت

۴ - خط‌مشی و سیاست های کلی

۱. تسهیل و روان‌سازی مسیر توسعه بخش خصوصی با هدف جلب مشارکت حداکثری در فرآیند تحقق چشم انداز ۱۴۰۴
۲. تمرکز بر سیاست‌گذاری و کاهش سهم دولت در اداره امور صنعتی، معدنی و تجاری کشور در جهت ایفای سیاست های مصوب اصل ۴۴
۳. ارتقای مؤلفه‌های بهبود فضای کسب و کار مرتبط با بخش صنعت، معدن و تجارت
۴. کمک به امنیت، آسان‌سازی و سودآوری سرمایه‌گذاری بخش خصوصی داخلی و خارجی برای افزایش ارزش افزوده بخش
۵. تشویق و حمایت از سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در بخش‌های صنعت، معدن و تجارت
۶. توسعه دیپلماسی کسب و کار برای شکل‌دهی بازارهای جدید و تنوع بخشی پیوندهای اقتصادی با دیگر کشورها به ویژه با کشورهای همسایه و منطقه
۷. توسعه روابط تجاری بین‌المللی با رویکرد توسعه صادرات و ارتقای فناوری
۸. تشویق بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در طرح‌های صنایع نوین و پیشرفته با فناوری بالا با مشارکت سازمان‌های توسعه ای و شرکت‌های خارجی
۹. سرمایه‌گذاری برای توسعه زیرساخت‌های مورد نیاز جهت ارتقای رقابت پذیری صنعتی، معدنی و تجاری کشور برای کسب جایگاه مناسب در اقتصاد جهانی
۱۰. سرمایه‌گذاری متوازن با تمرکز بر اجرای طرح آمایش سرزمین در جهت ایجاد توسعه پایدار
۱۱. توانمندسازی و توسعه بخش خصوصی در راستای افزایش رقابت‌پذیری و جلوگیری از هرگونه انحصار
۱۲. پشتیبانی از سرمایه‌گذاری صنعتی در راستای رونق بخشی و ارزش‌افزایی بخش کشاورزی
۱۳. توان‌افزایی و توسعه منابع انسانی به ویژه در سطوح مدیریت
۱۴. توان‌افزایی بخش صنعت و معدن در راستای رشد اقتصادی بالا و توسعه پایدار و توسعه همسو با تجارت به عنوان پیشران فرآیند
۱۵. حصول اطمینان از تأمین و توزیع مناسب کالاهای اساسی با هدف امنیت غذایی
۱۶. شفاف‌سازی و روان‌سازی نظام توزیع و قیمت‌گذاری کالاهای انحصاری و روزآمدسازی شیوه‌های نظارت بر بازار

۱۷. توسعه بازارهای داخلی و رعایت حقوق مصرف‌کنندگان

۱۸. استفاده بهینه از منابع و مواد خام در تولید با ارزش افزوده بالا و ایجاد محدودیت در صادرات مواد خام

۱۹. بهره برداری صیانتی از معادن کشور و حفظ محیط زیست

۲۰. محدودیت در سرمایه‌گذاری و تصدی‌گری شرکت‌های دولتی به جز سازمان‌های توسعه‌ای در مناطق غیر برخوردار با مشارکت بخش غیردولتی در چارچوب قوانین جاری کشور

۲۱. اصلاح و بهینه‌سازی الگوی مصرف با رویکرد استفاده از تولیدات داخلی

۲۲. پرهیز و جلوگیری از انواع فساد اداری، مالی و اقتصادی در بخش‌های صنعت، معدن و تجارت از طریق شفاف‌سازی و اعمال نظارت بر فرآیند امور

۲۳. اهتمام به مسئولیت اجتماعی در فعالیت‌های اقتصادی

۵- هدف گذاری بخش
صنعت، معدن و تجارت
تا افق سال ۱۴۰۴

پژننامه راهبردی وزارت
صنعت، معادن و تجارت

۵-۱- چشم انداز صنعت، معدن و تجارت در افق سال ۱۴۰۴

در راستای سند چشم‌انداز کشور، چشم‌انداز بخش صنعت، معدن و تجارت در افق سال ۱۴۰۴ به شرح ذیل ترسیم شده است:

«بخش صنعت، معدن و تجارت به عنوان پیشران اقتصاد کشور، رقابت‌پذیر در بازارهای بین‌المللی، بالنده، درونزا، برون‌گرا و در تراز کشور نوظهور صنعتی»

◀ صنعتی شدن:

صنعتی شدن به مفهوم توسعه و استفاده از ابزار، ماشین و انرژی برای توانمندسازی انسان جهت کنترل و بهره‌برداری از طبیعت و بهبود زندگی فردی و اجتماعی است. صنعتی شدن با تقسیم کار، تخصص‌گرایی و استانداردسازی حاصل می‌شود. صنعتی شدن با استفاده از علم در توسعه و فناوری در تولید شکل می‌گیرد و نظم، انضباط و نظام کار جمعی را در جامعه برای هم‌افزایی توان و استعداد فردی و افزایش بهره‌وری کار جمعی ایجاد می‌کند. صنعتی شدن مستلزم آزادسازی استعدادهای و ایجاد بستر شکوفایی آنهاست. آزادسازی و شکوفایی استعدادهای با فراهم‌سازی محیط رقابتی و تجارت آزاد امکان‌پذیر است. صنعتی شدن مستلزم ایجاد نهادهای تسهیل‌کننده، پشتیبان و توسعه‌ای در زمینه انسانی، فرهنگی، فناوری و مالی است. صنعتی شدن امکان آن را فراهم می‌آورد که نیازهای مادی و رفاهی جامعه با به‌کارگیری تعداد کمتری از جمعیت، تولید شده و نیروهای بیشتری در جامعه به توسعه فرهنگی و اجتماعی و خدمات مرتبط با صنعتی شدن بپردازند. صنعتی شدن ابزار و وسایل افزایش بهره‌وری در بخش‌های مختلف اقتصادی-اجتماعی نظیر کشاورزی، بهداشت، درمان و آموزش را افزایش می‌دهد.

صنعتی شدن باعث ارتقای شاخص‌های مختلف اقتصادی و صنعتی از جمله افزایش تولید سرانه صنعتی، افزایش درآمد ملی، توسعه صادرات صنعتی کشور و رهایی از وابستگی اقتصاد به نفت می‌شود.

صنعتی شدن پایدار، یک الزام برای پیشرفت، توانمند شدن جامعه و حفظ محیط زیست و بهره‌برداری بهینه از منابع طبیعی است.

مطابق تقسیم‌بندی جهانی در فرآیند صنعتی شدن، کشورها به چهار گروه طبقه‌بندی می‌شوند. این گروه‌ها عبارتند از: صنعتی شده (توسعه یافته)، نوظهور صنعتی، در حال توسعه و کمتر توسعه یافته.

با توجه به مطالب فوق‌الذکر، صنعتی شدن فرآیندی است که موجب تسریع رشد اقتصادی شده و به تبع آن، توسعه همه‌جانبه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را با بهبود در شاخص‌های اقتصادی از جمله علم و فناوری، توسعه انسانی، عملکرد زیست‌محیطی، رقابت‌پذیری، فضای کسب و کار، نوآوری و... به همراه خواهد داشت.

◀ اهم ویژگی‌های ایران در افق ۱۴۰۴ به عنوان کشوری با اقتصاد نوظهور صنعتی به شرح زیر خواهد بود:

- ۱- وضعیت کشور از منظر شاخص‌های اقتصادی بین‌المللی هم‌تراز با کشورهای نوظهور صنعتی
- ۲- وجود زمینه‌های جذاب برای سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی
- ۳- سهم مناسب در تجارت جهانی به لحاظ حجم تجارت، مبادی واردات و مقاصد صادرات (حجم اقتصاد کشور)
- ۴- وجود بنگاه‌ها و شرکت‌های بزرگ صنعتی و تجاری در بین برترین‌های دنیا
- ۵- رتبه و جایگاه مطلوب رشته‌های مهم و پیشران صنعتی در رتبه‌بندی جهانی
- ۶- سهم ارزش افزوده صنعتی کشور از ارزش افزوده صنعتی جهان هم‌تراز کشورهای نوظهور صنعتی
- ۷- رتبه مطلوب در شاخص رفاه اجتماعی و امید به زندگی
- ۸- سهم ارزش افزوده صنعتی در GDP هم‌تراز کشورهای نوظهور صنعتی
- ۹- سرانه ارزش افزوده صنعتی هم‌تراز کشورهای نوظهور صنعتی
- ۱۰- سرانه GDP هم‌تراز کشورهای نوظهور صنعتی
- ۱۱- سرانه صادرات صنعتی هم‌تراز کشورهای نوظهور صنعتی
- ۱۲- سهم صادرات صنعتی با محتوای فناوری متوسط و بالا هم‌تراز کشورهای نوظهور صنعتی
- ۱۳- سطح بالای نفوذ فناوری در صنایع مختلف
- ۱۴- تغییر ترکیب سهم تحقیقات در دانشگاه‌ها و مجامع علمی و تحقیقاتی و رسیدن سهم تحقیقات کاربردی به میزان حداقل ۷۰ درصد (حداکثر ۳۰ درصد تحقیقات بنیادی و حداقل ۷۰ درصد تحقیقات کاربردی)
- ۱۵- تبعیت نقشه علمی و فناوری از استراتژی توسعه صنعتی کشور و محور قرار دادن فناوری و صنعت در نظام ملی نوآوری
- ۱۶- وجود سازمان‌ها و نظام‌های مدیریتی کارآمد
- ۱۷- وجود بخش خصوصی توانمند و مجموعه‌های فعال بزرگ مقیاس در تولید و خدمات کشور
- ۱۸- متصل به بازارهای جهانی و مبنای تقاضای جهانی در تنظیم طرف عرضه
- ۱۹- سطح بالای بهره‌وری کل عوامل تولید در رشد اقتصادی
- ۲۰- کفایت و فراهم بودن زیرساخت‌های بخش
- ۲۱- وجود فضای آزاد فکری برای شکوفایی استعدادها و خلاقیت
- ۲۲- نظام استقرار یافته مسئولیت‌پذیری اجتماعی
- ۲۳- عمده بودن سهم کالاهای سرمایه‌ای و خطوط و تجهیزات تولید و فناوری در واردات و سهم مطلوب کالاهای با ارزش افزوده بالا در صادرات
- ۲۴- حاکمیت نظام پرداخت دستمزد مبتنی بر کار اثربخش
- ۲۵- نگرش غالب و حاکم بر جامعه، مبتنی بر فرهنگ صنعتی
- ۲۶- حاکمیت نظام حقوقی تسهیل‌گر و کارآمد در امر سرمایه‌گذاری و خلق ثروت ملی
- ۲۷- حاکمیت نظام بازار و محدود بودن دخالت دولت جز در موارد شکست بازار

شایان ذکر است با توجه به توضیحات ارائه شده در صفحه ۲۷ و بر اساس آخرین گزارش منتشر شده یونیدو، کشورهایمانند لهستان، مجارستان، آرژانتین، پرتغال، مکزیک، برزیل، ترکیه، مالزی، تایلند و عربستان سعودی که به لحاظ معیارهای سرانه ارزش افزوده صنعتی، سرانه تولید ناخالص داخلی و سهم ارزش افزوده صنعتی در جهان در گروه کشورهای نوظهور صنعتی قرار گرفته اند.

در راستای چشم انداز ترسیم شده برای کشور ایران در افق ۱۴۰۴، هدف گذاری کمی در جدول شماره ۱۹ با فرض ثابت بودن این معیارها، صورت گرفته است. بدیهی است در صورت تغییر مقادیر مربوط به طبقه بندی کشورها، ضمن پایش مستمر وضعیت کشور، لازم است اهداف کمی، متناسب با تغییر در معیارهای گروه کشورهای نوظهور صنعتی، مورد بازنگری قرار گیرد.

۲-۵- اهداف کلی بخش

با توجه به چشم انداز ترسیم شده بخش صنعت، معدن و تجارت، اهداف کلی به شرح ذیل تعیین گردیده است:

- ۱- افزایش رقابت پذیری صنعتی کشور
- ۲- افزایش سهم ارزش افزوده بخش از تولید ناخالص داخلی به منظور صنعتی نمودن کشور
- ۳- افزایش سهم ارزش افزوده صنعتی کشور در ارزش افزوده صنعتی جهان
- ۴- ارتقای بهره‌وری در بخش
- ۵- افزایش سهم صادرات صنعتی کشور در صادرات صنعتی جهان
- ۶- افزایش سهم تولیدات با فناوری متوسط و بالا در ارزش افزوده و صادرات صنعتی کشور
- ۷- افزایش سرمایه‌گذاری خارجی
- ۸- توسعه اشتغال پایدار در بخش صنعت، معدن و تجارت
- ۹- افزایش سهم و نقش بخش خصوصی در فعالیتهای بخش صنعت، معدن و تجارت
- ۱۰- ارتقای شاخص‌های زیست محیطی در راستای دستیابی به اهداف توسعه پایدار
- ۱۱- الحاق به سازمان جهانی تجارت و بهره‌برداری از ظرفیتهای آن
- ۱۲- ارتقای سهم بخش خصوصی واقعی در واگذاری مالکیت واحدهای صنعتی، معدنی و تجاری

۵-۳- اهداف کمی بخش

جدول ۱۹ - اهداف کمی بخش صنعت، معدن و تجارت تا سال ۱۴۰۴

ردیف	عنوان شاخص	واحد سنجش	وضعیت موجود (سال ۱۳۹۳)	سال ۱۳۹۶	سال ۱۳۹۹	سال ۱۴۰۴
۱	ارزش صادرات غیر نفتی (کالا و خدمات)	میلیارد دلار	۶۳	۱۰۳	۱۳۰	۱۸۰
۲	ارزش صادرات صنعتی و معدنی	میلیارد دلار	۳۲	۶۱	۸۴/۵	۱۲۱
۳	سرانه صادرات غیر نفتی (کالا و خدمات)	دلار	۸۰۰	۱۲۰۰	۱۴۵۰	۱۸۵۰
۴	نسبت صادرات به واردات غیر نفتی	درصد	۹۴	۹۸	۱۰۵	۱۱۰
۵	سرانه صادرات صنعتی و معدنی	دلار	۴۰۰	۷۰۰	۹۴۰	۱۲۵۰
۶	سرانه تولید ناخالص داخلی	دلار	۳۱۳۴	۴۵۰۰	۷۰۰۰	۱۰۰۰۰
۷	سرانه ارزش افزوده صنعتی	دلار	۳۲۷	۴۵۰	۷۰۰	۱۰۰۰
۸	سهم ارزش افزوده صنعتی در جهان	درصد	۰/۳ (۲۰۱۲)	۰/۳۵	۰/۴	۰/۵
۹	*سهم ارزش افزوده بخش (صنعت، معدن و تجارت) از GDP	درصد	۳۱/۶	۳۲/۵	۳۳/۵	۳۵
۱۰	*سهم ارزش افزوده صنعت از GDP	درصد	۱۶/۶	۱۷	۱۷/۵	۱۸/۵
۱۱	*سهم ارزش افزوده معدن از GDP	درصد	۱/۳	۱/۵	۲	۲
۱۲	*سهم ارزش افزوده تجارت از GDP	درصد	۱۳/۷	۱۴	۱۴	۱۴/۵
۱۳	سرمایه‌گذاری ثابت ناخالص بخش (سالانه)	میلیارد دلار	-	۲۵/۵	۳۵	۶۲
۱۴	جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در بخش	میلیارد دلار	۰/۵	۳	۷	۲۰
۱۵	اشتغال صنعت و معدن	میلیون نفر	۳/۴	۳/۸	۴	۴/۵
۱۶	متوسط رشد سالانه بهره‌وری کل عوامل در بخش	درصد	-	۱۵	۱۵	۱۵
۱۷	نرخ رشد ارزش افزوده در بخش	درصد	۵	۹۴ ۹۵ ۹۶	۱۲ ۹ ۱۲	۱۲
۱۸	بهبود فضای کسب و کار در جهان	رتبه	۱۳۰	۱۰۰	۸۰	۶۰
۱۹	افزایش رقابت پذیری صنعتی در جهان	رتبه	۶۷	۵۵	۵۰	۴۰
۲۰	پیوستن به سازمان جهانی تجارت (WTO)	عضویت	عضو ناظر	پیشبرد فرآیند عضویت در سازمان جهانی تجارت		
۲۱	سهم بخش خصوصی در ارزش تولیدات بخش صنعت و معدن	درصد	صنعت ۷۲ معدن ۶۲	صنعت ۸۵ معدن ۸۰	صنعت ۹۰ معدن ۸۵	صنعت ۹۲ معدن ۹۰
۲۲	**سرمایه‌گذاری ثابت ناخالص کل اقتصاد کشور	میلیارد دلار	-	۱۴۴	۱۸۲	۲۶۷

* با توجه به اطلاعات ارزش افزوده توسط مرکز آمار ایران، سهم ارزش افزوده بخش ۳۸/۴ درصد از کل تولید ناخالص داخلی (GDP) بر مبنای قیمت ثابت سال ۱۳۷۶ اعلام گردیده ولیکن سهم ۳۱/۶ درصدی ارزش افزوده بخش از کل تولید ناخالص داخلی (GDP) بر اساس اطلاعات بانک مرکزی و بر مبنای قیمت ثابت سال ۱۳۸۳ اعلام گردیده است.

** به منظور دستیابی به اهداف مد نظر در رشد اقتصادی بخش صنعت، معدن و تجارت، میزان سرمایه‌گذاری ثابت ناخالص در کل اقتصاد کشور نیز برآورد شده است.

۴-۵- اولویت‌بندی رشته فعالیت‌ها و تعیین صنایع منتخب

با توجه به هدف‌گذاری‌های انجام شده و نیز محدودیت زمانی برای دستیابی به هر یک از اهداف، ضروری است با شناسایی، گزینش و تمرکز بر رشته فعالیت‌هایی که بیشترین نقش و قابلیت را در دستیابی سریعتر به اهداف دارند، سیاست‌ها و برنامه‌ها را طرح و پیاده‌سازی کرد.

اولویت‌بندی صحیح رشته فعالیت‌های بخش صنعت، معدن و تجارت، گامی اثربخش در راستای تحقق توسعه صنعتی کشور خواهد بود.

بر اساس ارزیابی و تحلیل‌های صورت گرفته از نتایج بررسی شاخص‌های منتخب، از مجموع ۲۳ رشته فعالیت‌های بخش صنعت و معدن، به طور اجمال می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱- بر اساس شاخص سهم ارزش افزوده (به قیمت ثابت) محاسبه شده، طبق داده‌های موجود تا سال ۱۳۹۲ بر مبنای کدهای آیسیک دو رقمی، ۶ رشته فعالیت شامل: صنایع تولید مواد و محصولات شیمیایی، تولید فلزات اساسی، تولید سایر محصولات کانی غیر فلزی، وسایل نقلیه زمینی، ریلی و دریایی (خودرو و...)، مواد غذایی و آشامیدنی و ماشین‌آلات و تجهیزات طبقه‌بندی نشده به ترتیب بیشترین نقش در سهم ارزش افزوده بخش را داشته‌اند.

۲- بر اساس شاخص سهم اشتغال بخش بر مبنای اطلاعات کارگاه‌های ده نفر کارکن و بیشتر مرکز آمار ایران، رشته فعالیت‌های صنایع مواد غذایی و آشامیدنی، تولید محصولات کانی غیر فلزی، وسایل نقلیه زمینی، ریلی و دریایی (خودرو و...)، تولید فلزات اساسی، صنایع تولید مواد و محصولات شیمیایی و تولید منسوجات به ترتیب بیشترین نقش را در اشتغال بخش، داشته‌اند.

۳- بر اساس شاخص ارزش صادرات صنعتی و عملکرد صادرات صنعتی کشور، گروه فعالیت‌های صنایع تولید مواد و محصولات شیمیایی، صنایع تولید فرآورده‌های نفتی، تولید فلزات اساسی، مواد غذایی و آشامیدنی، تولید سایر محصولات کانی غیر فلزی و محصولات لاستیکی و پلاستیکی بیشترین نقش را در صادرات صنعتی داشته‌اند.

۴- شاخص مزیت نسبی آشکار شده یکنواخت: (SRCA)

این شاخص به بررسی ساختار صادرات ملی در مقابل ساختار صادرات جهانی برای یک کالای مورد نظر می‌پردازد. روند افزایشی این شاخص در طول زمان، نشان دهنده بهبود موقعیت رقابتی یک کالا در سطح جهان و یا یک منطقه خاص، در راستای ایجاد فرصت‌های مناسب و یا استفاده از فرصت‌های پیش آمده تلقی می‌شود. با توجه به محاسبات بعمل آمده بر اساس آمارهای صادراتی سال ۲۰۱۴، تنها رشته فعالیت‌های استخراج نفت خام و گاز طبیعی، به استثنای بررسی‌های اکتشافی، استخراج کانسارهای فلزی و ساخت مواد و محصولات شیمیایی، دارای مزیت نسبی هستند و سایر رشته فعالیت‌ها فاقد مزیت نسبی لازم در بازار رقابتی دنیا می‌باشند.

۵- شاخص سهم تعداد بنگاه‌های صنعتی ده نفر کارکن و بیشتر، یکی دیگر از شاخص‌هایی است که بر اساس آن گروه فعالیت‌های صنعتی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد، که بر اساس نتایج حاصل شده، رشته فعالیت‌های تولید سایر محصولات کانی غیر فلزی، صنایع مواد غذایی و آشامیدنی، تولید محصولات فلزی فابریکی به جزو ماشین‌آلات، تولید منسوجات، تولید محصولات لاستیکی و پلاستیکی، صنایع تولید مواد و

محصولات شیمیایی، فلزات اساسی و تولید وسایل نقلیه بیشترین نقش را در این شاخص داشته‌اند. با نگاهی به بررسی‌های انجام شده، رشته فعالیت‌های صنایع تولید مواد و محصولات شیمیایی، تولید محصولات کانی غیر فلزی، فلزات اساسی، مواد غذایی و آشامیدنی، صنایع تولید فرآورده‌های نفتی، صنایع نساجی و پوشاک و وسایل نقلیه، در تمامی شاخص‌ها، بیشترین نقش و سهم را دارند و لذا باید در تعیین اولویت‌های سرمایه‌گذاری مورد توجه بیشتر قرار گیرند.

۵-۵- اولویت‌های صنایع پیشرفته

تجربه کشورهای توسعه یافته و کشورهای در حال گذار به مرحله توسعه یافتگی، حاکی از آن است که توسعه فناوری از ارکان اساسی یک نظام اقتصادی پویا، پایدار و تاثیرگذار بر روندهای جهانی می‌باشد و حتی این موضوع در طبقه‌بندی کشورها از لحاظ توسعه یافتگی نقش داشته است. به همین دلیل تبلور و انعکاس این موضوع در اسناد فرادستی و اسناد بخشی کشور نیز کاملاً مشهود است و از مهمترین راه‌های گذر از بحران‌ها، تکیه بر صنایع مبتنی بر فناوری و صنایع پیشرفته ذکر شده است.

علی‌رغم طبقه‌بندی‌های متفاوت صنایع پیشرفته، در مجموع این صنایع دارای «ویژگی‌های ذاتی» مشترکی به شرح زیر می‌باشند:

- سرعت تحول بسیار بالا در فناوری‌های مورد استفاده در این صنایع
 - سهم بالای نیروی انسانی متخصص در ایجاد ارزش افزوده این صنایع نسبت به سایر صنایع
 - سهم بالای ارزش افزوده فناوری در محصول نهایی این صنایع در مقایسه با دیگر عوامل تولید
 - سهم بالای هزینه تحقیق و توسعه نسبت به فروش در این صنایع، نسبت به سایر صنایع
 - نوآوری به عنوان ابزار رقابت در بنگاه‌ها
 - ظهور فناوری‌های نوین رقیب (به دلیل رشد سریع فناوری)، بزرگترین تهدید برای بقا در این صنعت
- باتوجه به سطح توسعه یافتگی کشورها، دامنه تعریف صنایع پیشرفته، متفاوت و در برخی موارد حتی بومی‌سازی شده است. بر این اساس می‌توان گستره صنایع نوین و پیشرفته را به طور کلی در صنایع با فناوری‌های زیر خلاصه نمود:

- ۱- فناوری‌های زیستی: انواع محصولات دارویی پیشرفته و کیت‌های تشخیص، مکمل‌های غذایی، بیوپلیمرها، راکتورهای زیستی، تراشه‌های بیو فناوری، تولید انواع کودهای بیولوژیک و آنزیم‌ها
- ۲- فناوری نانو (محصولات و مواد)
- ۳- اپتیک و فوتونیک (مواد، قطعات و سامانه‌ها)
- ۴- مواد پیشرفته: فلزات، کامپوزیت‌ها، سرامیک‌ها و پلیمرها
- ۵- الکترونیک و کنترل: میکروالکترونیک، مدارها، سخت افزار کامپیوتر و سامانه‌ها
- ۶- فناوری اطلاعات و ارتباطات و نرم افزارهای کامپیوتری
- ۷- تجهیزات پیشرفته ساخت، تولید و آزمایشگاهی
- ۸- داروهای پیشرفته و مهندسی پزشکی

۹- هوافضا: پرنده ها، ماهواره ها و موشک ها

۱۰- انرژی های نو: هسته ای و تجدیدپذیر

۱۱- محصولات پیشرفته سایر بخش ها: نفت، گاز، پتروشیمی و ...

۱۲- فرآیندهای پیشرفته و سیستم های هوشمند

با توجه به اینکه توسعه صنایع پیشرفته در فرآیند توسعه یافتگی و ارتقای جایگاه صنعتی شدن کشور در جهان، علاوه بر ۱۲ حوزه فناوری اولویت دار مورد اشاره، موارد محوری دیگری نیز در جهت توسعه بخش مطرح اند که مهم ترین آنها عبارتند از:

- ایجاد، تقویت و توسعه صنایع پیشرفته در حوزه هایی که کشور از پتانسیل علمی و زیرساختی مناسبی در آنها برخوردار است مانند نانو و بیوتکنولوژی
- جذب و به کارگیری فناوری های پیشرفته در صنایع موجود، جهت تبدیل مزیت های نسبی به رقابتی (به کارگیری فناوری های پیشرفته در صنایع پتروشیمی، فولاد، سیمان، منسوجات، مواد لاستیکی و پلاستیکی و سایر صنایع منتخب)
- توسعه صنایع استراتژیک مانند دارویی، دفاعی و هسته ای
- به کارگیری فناوری های پیشرفته جهت رفع مسائل احتمالی آینده مانند آب، امنیت غذایی و تغییرات اقلیمی

با توجه به اتخاذ سیاست ترکیبی وزارت صنعت، معدن و تجارت در توسعه بخش که مشمول برخی سیاست های افقی و عمودی می باشد، در حوزه صنایع پیشرفته، سیاست عمودی با توجه به شرایط فعلی کشور منظور گردیده و در این راستا تمامی زیرمجموعه های صنایع پیشرفته در اولویت برای سرمایه گذاری، تولید و صادرات قرار گرفته اند از این رو در توسعه این صنایع باید همواره موارد زیر را مد نظر قرار داد:

۱- با توجه به اینکه اقتصاد کشور ایران، اقتصادی مبتنی بر منابع طبیعی به ویژه نفت، گاز و معادن می باشد، لازم است با لحاظ اولویت به رسوخ فناوری های پیشرفته در صنایع فعلی کمک نموده و در کمترین زمان ممکن این صنایع را به صنایع دانش محور و رقابت پذیر تبدیل و با گره زدن فناوری های پیشرفته با مزیت های نسبی کشور زمینه تبدیل آنها به مزیت های رقابتی را فراهم نمود.

۲- با توجه به اینکه در بسیاری از صنایع پیشرفته مانند بیوتکنولوژی و نانوتکنولوژی به لحاظ جدید بودن و سابقه جهانی کمتر نسبت به سایر صنایع، ایران از جایگاه نسبتاً مناسبی برخوردار است، لازم است این صنایع در اولویت توسعه قرار گیرند، چرا که ورود و پیشرفت در این صنایع به دلیل فاصله کمتر از پیشتانان این صنایع در جهان سهل تر از دیگر صنایع انحصاری و با قدمت بالاتر است.

۳- به منظور حمایت نظام مند از صنایع پیشرفته یکی از مهم ترین معیارها این است که در هر یک از رشته های صنعتی، مزیت های کشور در نظر گرفته شود و با توجه به این موضوع که کدامیک از حلقه های زنجیره ارزش این صنایع باید در اولویت قرار گیرد، فرآیندهای حمایتی بیشتر اعمال و صورت پذیرد. به عنوان نمونه در برخی صنایع پیشرفته باید از مرحله پژوهش و در برخی دیگر از مرحله نمونه سازی وارد شد و گاه حتی در برخی موارد لازم است به زنجیره های ارزش جهانی وصل شده و از این منظر یک رشته صنعتی را به خود وابسته نمود.

به منظور توسعه رقابت پذیری بخش صنعت، معدن و تجارت در سطح ملی و جهانی و در جهت تحقق اهداف سند چشم انداز کشور در افق سال ۱۴۰۴ بر اصول توسعه پایدار، تولید صادرات محور، افزایش ارزش افزوده بخش و رشد و اشتغال پایدار تأکید شده است.

در این راستا رشته فعالیت‌های صنعتی که بیشترین نقش را در شاخص‌های منتخب از جمله سهم ارزش افزوده، اشتغال زایی، صادرات، سهم از بازار، مزیت نسبی و زنجیره تأمین (به عنوان مواد اولیه و یا کالاهای نهایی) و سطح دانش و فناوری دارند، شناسایی و به عنوان اولویت به شرح ذیل اعلام می‌گردند:

۱. صنایع تولید فرآورده های نفتی
۲. مواد و محصولات شیمیایی
۳. محصولات کانی غیر فلزی
۴. وسایل نقلیه زمینی، ریلی و دریایی
۵. معدن و استخراج معدنی
۶. فلزات اساسی
۷. صنایع پیشرفته
۸. محصولات لاستیکی و پلاستیکی
۹. مواد غذایی و آشامیدنی
۱۰. ماشین آلات و تجهیزات صنعتی و تولیدی
۱۱. نساجی و پوشاک
۱۲. ماشین آلات مولد و انتقال برق

۵-۶- هدف گذاری ظرفیت تولید گروه محصولات منتخب در افق ۱۴۰۴

بر مبنای اولویت رشته فعالیت ها و تعیین صنایع منتخب، نسبت به بررسی برخی از این صنایع که اطلاعات ظرفیت های تولید آنها در دسترس بوده است اقدام به هدف گذاری تا افق ۱۴۰۴ شده است که به شرح ذیل اعلام می گردد.

جدول ۲۰- هدف گذاری ظرفیت تولید برخی از صنایع منتخب در افق ۱۴۰۴

ظرفیت ۱۴۰۴	ظرفیت فعلی	واحد	محصولات منتخب	صنایع منتخب
۱۳۰	۵۸	میلیون تن	پتروشیمی	مواد و محصولات شیمیایی
۶۰	۵۰	میلیارد عدد	دارو	
۱۲۰	۸۰	میلیون تن	سیمان	محصولات کانی غیر فلزی
۷۰۰	۵۰۰	میلیون متر مربع	کاشی و سرامیک	
۳	۱/۹	میلیون دستگاه	خودرو	وسایل نقلیه زمینی، ریلی و دریایی
۱۶۵	۶۶	میلیون تن	سنگ آهن	معادن و استخراج معدنی
۵۵	۲۴	میلیون تن	فولاد خام	فلزات اساسی
۱۲۰۰	۴۶۰	هزار تن	آلومینیوم	
۴۵۰	۲۵۵	هزار تن	مس کاتد	
۴	۲/۳	میلیون دستگاه	گیرنده های LED و LCD	صنایع پیشرفته
۷۰۰	۳۶۰	هزار تن	تایر و تیوب	محصولات لاستیکی و پلاستیکی
۱۲۰۰	۸۵۰	هزار تن	تجهیزات صنعتی	ماشین آلات و تجهیزات صنعتی و تولیدی
۶۰	۴۰	هزار دستگاه	تراکتور	
۲۰۰۰	۱۲۰۰	دستگاه	کمباین	
۴	۲/۴	میلیون دستگاه	یخچال و فریزر	
۴	۱/۷	میلیون دستگاه	لباسشویی	
۳	۲/۲	میلیون دستگاه	کولر آبی	
۱۵۰	۴۰	هزار تن	الیاف اکریلیک	نساجی و پوشاک
۳۵۰	۲۴۰	هزار تن	الیاف پلی استر	
۵۰۰	۲۴۰	هزار تن	نخ سیستم پنبه ای	
۴۰۰	۳۰۰	هزار تن	نخ یک سره پلی استر	
۱۵۰	۱۰۰	میلیون مترمربع	فرش ماشینی	

۵-۷- اهداف کمی صادرات

جدول ۲۱ - اهداف کمی صادرات کالا و خدمات

(ارقام به میلیارد دلار)

ردیف	عنوان بخش	سال ۱۳۹۲	سال ۱۳۹۳	سال ۱۳۹۶	سال ۱۳۹۹	سال ۱۴۰۴
۱	کالا	۴۱/۸	۴۹/۷	۸۶	۱۰۷	۱۴۵
۱-۱	**صنعت (شامل پتروشیمی)	۲۵/۸	۲۹/۲	۵۸	۸۱	۱۱۵
۱-۲	**معادن	۲	۱/۵	۲/۵	۳/۵	۶
۱-۳	کشاورزی و دامپروری	۳/۴	۴/۶	۶	۸	۱۲
۱-۴	میعانات گازی	۱۰/۳	۱۴	۱۸	۱۲	۸
۱-۵	فرش و صنایع دستی	۰/۳	۰/۴	۱/۵	۲/۵	۴
۲	خدمات (فنی و مهندسی، گردشگری، حمل و نقل و ترانزیت، فناوری اطلاعات، نیروی کار و سایر)	۱۱/۲	۱۲/۹	۱۷	۲۳	۳۵
	جمع	۵۳	۶۳	۱۰۳	۱۳۰	۱۸۰

*تحقق اهداف با فرض رفع تحریم های بین المللی خواهد بود.
**مقادیر تفصیلی به تفکیک در اسناد پشتیبان آمده است.

اهداف کمی تعیین شده برای سال های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۶ با شیب نسبتاً تندی در نظر گرفته شده است. واقعیت این است که معمولاً توجه به رشد و توسعه صادرات غیرنفتی زمانی اتفاق می افتد که صادرات نفتی و درآمدهای حاصل از فروش آن دچار مشکل شده باشد. در این مقاطع زمانی معمولاً سیاست های تشویقی و کوتاه مدت نظیر کاهش و یا حذف عوارض صادراتی، اعطای جوایز صادراتی و غیره اعمال می شود که در کوتاه مدت ممکن است موجب افزایش صادرات غیرنفتی گردد.

از طرف دیگر، ورود به بازارهای بین المللی که امروزه با پدیده جهانی شدن همراه است، نیازمند برنامه هایی مناسب در جهت رشد تجارت، رشد سرمایه گذاری مستقیم خارجی، رشد جریان سرمایه در سطح بین المللی، رشد فناوری اطلاعات و ارتباطات و ارتقای بهره وری است. معمولاً در چنین بازاری شدت رقابت نیز بیشتر خواهد بود و نتیجه نرخ رشد صادرات، روندی کاهشی خواهد داشت. بر اساس این منطق، نرخ رشد صادرات در هر سال نسبت به سال قبل برای سال های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۴ با شیب ملایم تری (متوسط ۹ درصد) پیش بینی شده است.

۶- راهبردهای توسعه
صنعت، معدن و تجارت

پژننامه راهبردی وزارت
صنعت، معادن و تجارت

۶-۱- راهبردهای توسعه بخش صنعت، معدن و تجارت

مطابق چارچوب ارائه شده در تدوین برنامه راهبردی توسعه صنعت، معدن و تجارت (نمودار شماره ۲۴)، پس از تعیین مؤلفه های چشم انداز، خط مشی و سیاست های کلی با توجه به مأموریت وزارت صنعت، معدن و تجارت در فصل قبل، اقدام به هدف گذاری بر روی شاخص های کلیدی تا افق سال ۱۴۰۴ گردید. در این فصل به تبیین راهبردهای تحقق اهداف تعیین شده پرداخته شده است.

همان طور که در مطالب ارائه شده در فصول قبل تشریح گردید، راهبردهای بخش صنعت، معدن و تجارت جهت گیری های کلان بخش برای برون رفت از مسائل و چالش های شناسایی شده از یک طرف و از سوی دیگر مسیر حرکت به منظور تحقق اهداف تعیین شده را انتخاب و تبیین می نماید.

بدین ترتیب راهبردهای توسعه بخش صنعت، معدن و تجارت تعیین گردیده و در راستای آن به تبیین و تشریح موضوعات راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت پرداخته شده است.

توضیح اینکه انتخاب راهبردهای تعیین شده بر مبنای مطالعات بررسی تطبیقی برخی کشورهای در حال توسعه و نوظهور صنعتی و همچنین بر اساس نظرات خبرگی، طی برگزاری جلسات کارشناسی، بررسی و جمع بندی گردیده است.

راهبردهای توسعه بخش صنعت، معدن و تجارت عبارتند از:

- ۱- افزایش توان رقابت پذیری بنگاه ها
- ۲- توسعه سرمایه گذاری خارجی
- ۳- توسعه تجارت و تعاملات بین المللی با مشارکت بنگاه های داخلی و خارجی
- ۴- توسعه فناوری، نوآوری و تحقیق و توسعه در جهت نوسازی و روزآمدسازی صنایع کشور
- ۵- توسعه صنایع نوین و دانش بنیان
- ۶- توسعه خوشه ها و شبکه های تولیدی و صادراتی بر محور صنایع پیشران
- ۷- تبدیل واحدهای صنعتی و معدنی مستعد در هر رشته به واحدهای بزرگ مقیاس
- ۸- ایجاد تنوع در ابزارهای تأمین منابع مالی
- ۹- برندسازی و ارتقای اعتبار نام و نشان تجاری محصولات داخلی
- ۱۰- ایجاد و توسعه توانمندی طراحی، مهندسی و ساخت تجهیزات صنعتی و زیربنایی
- ۱۱- توسعه اکتشاف، استخراج و تولید فلزات استراتژیک
- ۱۲- تکمیل و توسعه زنجیره ارزش فعالیت های معدنی و صنایع مربوطه
- ۱۳- کاهش هزینه مبادله کالا و خدمات
- ۱۴- توسعه تجارت الکترونیک و ایجاد فروشگاه های بزرگ و شبکه ای
- ۱۵- توسعه صنایع متکی و مرتبط با نفت و گاز
- ۱۶- توسعه منابع انسانی و افزایش ظرفیت مدیریتی و تخصصی بخش
- ۱۷- نوسازی و بهسازی نظام های مدیریتی

۲-۶- موضوعات راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت

مطابق چارچوب ارائه شده برای تحقق اهداف تعیین شده در راستای راهبردهای بخش، موضوعات راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت به شرح زیر انتخاب گردیده است.

- ۱- بهبود مستمر سهولت انجام کسب و کار (تأکید بر بهبود شاخص های ۱۰ گانه بانک جهانی)
- ۲- پشتیبانی از تولید و عرضه کالا و خدمات مبتنی بر فناوری با ارزش افزوده بالا
- ۳- بهبود و توسعه روابط تجاری بین المللی و تسهیل تجارت در فضای رقابتی با اولویت صادرات غیرنفتی
- ۴- توانمندسازی بخش خصوصی و رفع موانع توسعه آن
- ۵- تسهیل در ارتقای سطح فناوری، توسعه صنایع پیشرفته و خدمات مرتبط
- ۶- تکمیل زنجیره ارزش فعالیت های معدنی، صنایع مربوطه و پشتیبانی از تولید کالاهای واسطه ای
- ۷- جلب و توسعه سرمایه گذاری خارجی در بخش صنعت، معدن و تجارت
- ۸- پشتیبانی از سرمایه گذاری در ایجاد و توسعه زیر ساخت های بخش
- ۹- حصول اطمینان از تأمین و توزیع مناسب کالاها و خدمات و تسهیل و نوین سازی جریان کالا و خدمات
- ۱۰- پشتیبانی و حمایت از مصرف تولیدات داخلی
- ۱۱- پشتیبانی از بهبود راندمان مصرف انرژی در فرآیندها و کالاهای تولیدی
- ۱۲- ارتقای توانمندی و شایستگی سرمایه های انسانی با تکیه بر فرهنگ اسلامی- ایرانی
- ۱۳- ارتقای فرهنگ و دانش عمومی برای پشتیبانی از توسعه صنعتی

در ادامه هر یک از موضوعات راهبردی فوق، تشریح می شود.

۶-۲-۱- بهبود مستمر سهولت انجام کسب و کار (تأکید بر بهبود شاخص های ۱۰ گانه بانک جهانی)

نگاهی به سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران، نشان می‌دهد ایران در سال ۱۴۰۴ (۲۰۲۵ میلادی)، کشوری توسعه یافته با جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه آسیای جنوب غربی و با هویت اسلامی و انقلابی، الهام‌بخش در جهان اسلام و با تعامل سازنده و مؤثر در روابط بین‌الملل به تصویر کشیده شده است.

همانگونه که از محتوای سند مشخص است، دستیابی به جایگاه اول اقتصادی در بین کشورهای آسیای جنوب غربی به عنوان هدفی اولویت دار ذکر شده است. با گذشت نیمی از سال‌های چشم‌انداز و مشکلات موجود در کشور باید برای دستیابی به اهداف پیش‌بینی شده تأمل جدی کرد.

یکی از راه‌های شتاب بخشیدن به این امر، داشتن عزم ملی و مدیریت جهادی است که با هماهنگی بین تمامی دستگاه‌های مرتبط، تحقق اهداف مدنظر میسر می‌شود.

یکی از چالش‌های مهم در تحقق اهداف تعیین شده، محدودیت‌ها و مشکلات موجود در فضای کسب و کار کشور است. وجود فضای کسب و کار مناسب، یکی از شاخص‌های مهم در پیشرفت اقتصاد جوامع مختلف است، به طوری که مراکز آماري متعددی در سطح دنیا به خصوص بانک جهانی همه ساله آمارها و گزارش‌هایی را از وضعیت فضای کسب و کار در کشورهای جهان منتشر می‌کنند.

بهبود فضای کسب و کار، به عوامل متعددی از جمله قوانین حاکم بر کشور، درآمد سرانه‌ی کشور، فضای سیاسی و امنیتی کشور، فرهنگ مصرفی جامعه، روش‌های حمایتی از تولید، قانون تجارت و توانایی بخش خصوصی در سرمایه‌گذاری‌ها بستگی دارد. لذا بهبود فضای کسب و کار به معنای فراهم آوردن زمینه‌های لازم برای فعالیت بهینه‌ی بخش خصوصی در اقتصاد کشور با تأکید بر مقررات و شیوه‌های اجرایی است.

بنابر این اگر دولت بخواهد قدمی در جهت بهبود فضای کسب و کار در کشور بردارد، باید بررسی قوانین و مقررات کشور را با هدف یافتن گلوگاه‌ها، محدودیت‌ها و موانع فعالیت بخش خصوصی در حوزه اقتصادی، در دستور کار قرار داده و در ایجاد تحول اساسی در محتوای قانون تجارت کشور (که هم‌اکنون در حال بازنگری است) و سایر قوانین و مقررات مرتبط همت بگمارد.

هم‌چنین دستگاه‌های اجرایی کشور باید با ارزیابی دقیق «فضای عمومی کسب و کار»، روش‌های ارتقای تعامل بخش‌های خصوصی، عمومی و سرمایه‌گذاران با بنگاه‌های کلان اقتصادی داخلی و خارجی را مورد مطالعه قرار داده و ابزار و وسایل آن را فراهم نمایند.

در این راستا، اجرای کامل و دقیق سیاست‌ها به ویژه سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، سیاست‌های تشویقی سرمایه‌گذاری و بالاخره اشتغال‌زایی، الزامات اصلی تحقق اهداف چشم‌انداز نظام می‌باشند و طبیعتاً بدون بهبود مستمر محیط کسب و کار و توسعه بخش خصوصی و نیز عدم تأمین بسترهای لازم برای تولید و سرمایه‌گذاری، امکان توسعه و رشد اقتصادی امکان‌پذیر نخواهد بود.

بی‌تردید فقط توسعه بخش خصوصی و ایجاد فضای رقابت سالم، امکان تغییر جهت به سمت تولید و سرمایه‌گذاری را مقدور می‌سازد. در مقابل، افزایش انحصارات چه دولتی و چه خصوصی و یا تداوم رشد اقتصاد دولتی متکی بر درآمدهای نفتی، فرصت موجود را برای هر نوع رقابت اقتصادی و پیشی گرفتن از رقبای منطقه‌ای از بین می‌برد.

بنابراین وزارت صنعت، معدن و تجارت به عنوان متولی امور حاکمیتی در تولید و تجارت، موضوع بهبود مستمر فضای کسب و کار را که از محوری ترین اصول تحرک و پویایی در نظام بنگاه ها به شمار می رود را به عنوان یکی از مهمترین موضوعات راهبردی خود در سند برنامه راهبردی این وزارت مورد توجه و تأکید قرار داده است.

۶-۲-۲- پشتیبانی از تولید و عرضه کالا و خدمات مبتنی بر فناوری با ارزش افزوده بالا

به منظور افزایش تولید و پایداری بنگاه ها در عرصه رقابت، معمولاً دولتها سیاست های حمایت‌گرانه را اتخاذ می‌کنند.

یکی از مهم ترین اجزای استراتژی توسعه ملی در کشورها، حمایت از صنایع داخلی است. نتیجه پشتیبانی از تولید در هر کشور می‌تواند منافع عمومی آن کشور را تأمین و در برابر شرایط و اتفاق‌های محیطی، مقاومت بیشتری از خود نشان دهد.

توجه به سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی مصداق بسیاری از مفاهیم و رویکرد پشتیبانی هدفمند از تولید کالا و خدمات است. تولید کالا و خدمات پایدار، اولاً مبتنی بر فناوری با ارزش افزوده بالا است و ثانياً پایبندی و متکی بودن به منابع داخلی است که قطعاً در برابر شوکهای محیطی کمترین آثار منفی را در پی خواهد داشت.

۶-۲-۳- بهبود و توسعه روابط تجاری بین‌المللی و تسهیل تجارت در فضای رقابتی با اولویت صادرات غیرنفتی

توسعه صادرات غیر نفتی و رهایی از اقتصاد تک محصولی از جمله اهداف نظام جمهوری اسلامی ایران بوده و هست. حضور قدرتمند یک کشور در بازارهای جهانی و رقابت پذیری محصولات آن، معرف پویایی صنایع و رقابتی بودن قیمت تمام شده محصولات تولیدی آن کشور است.

کشورهای موفق در امر صادرات، معمولاً از سطح فناوری بالا، مدیریت کارآمد و مقیاس‌های بهینه تولید بهره می‌برند و در مقایسه با سایر کشورها، بهره‌وری بالاتری دارند. توانمندی صادراتی یک کشور نشان‌دهنده‌ی توانمندی بخش تولید آن کشور است. آنچه در مورد کشور ما مشهود است، عدم توجه به توانمندیهای بخش تولید و نهضت بهره‌وری است.

نتیجه این رویکرد باعث شده که بهره‌وری صنایع کشور، آهنگ رشد نزولی را به خود گرفته و صادرات غیرنفتی را نیز متأثر از خود کنند، که این خود یکی از چالش‌های اساسی مدیریتی در اقتصاد ایران به شمار می‌رود.

در واقع به دلیل تکیه بیش از حد اقتصاد ایران به درآمدهای حاصل از فروش نفت خام و محدود بودن میزان ذخایر نفتی، فرصت زیادی برای بازسازی ساختار رقابتی صنعت وجود ندارد و لذا به منظور کاهش وابستگی اقتصاد ایران به صادرات نفت خام و رسیدن به استقلال ارزی و چرخش به سمت اقتصاد چند محصولی در صادرات، جهت‌گیری صادراتی باید به سود کالاهایی تغییر یابد که دارای مزیت نسبی می‌باشند. توجه به صادرات غیرنفتی و انجام اقدامات مؤثر در جهت بهبود آن، نیازمند ایجاد محیط رقابتی برای پیشبرد

این هدف است. با توجه به جهت‌گیری‌های وزارت صنعت، معدن و تجارت بر اساس اسناد فرادستی از جمله سیاست‌های ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری، سند چشم‌انداز و برنامه پنج‌ساله توسعه، عمده‌ترین محورها در بخش تجارت خارجی شامل موارد زیر می‌باشند:

- بهبود و توسعه روابط سیاسی و تعامل با کشورهای جهان
- توسعه زیر ساختهای تجاری
- مشارکت با شرکت‌های با نام و نشان تجاری معتبر به منظور تولید و صادرات
- تأمین مالی، مدیریت ریسک و توسعه پوشش‌های بیمه‌ای
- افزایش پوشش استاندارد بین‌المللی برای محصولات داخلی
- ارتقای رقابت‌پذیری
- افزایش تولید به منظور توسعه صادرات غیر نفتی

۶-۲-۴- توانمندسازی بخش خصوصی و رفع موانع توسعه آن

امروزه ثابت شده است که در بسیاری از زمینه‌ها، کارآیی و بهره‌وری بخش خصوصی بیش از بخش دولتی است. بهبود وضعیت اقتصادی ایجاب می‌کند که فعالیت در بسیاری از حوزه‌های اقتصادی به بخش خصوصی واگذار شود و بخش دولتی صرفاً به ایفای وظایف حاکمیتی خود بسنده کند.

سیاست خصوصی‌سازی در دهه‌های اخیر به طور چشم‌گیری توسط کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه پیگیری و اجرا شده است. موفقیت‌های حاصله از اجرای این سیاست در کشورهای توسعه یافته، فروپاشی سیستم‌های اقتصادی کاملاً متمرکز و دولتی و نیز راهبردهای سازمان‌های اقتصادی بین‌المللی موجب شده که این سیاست به عنوان گامی اساسی در اصلاح ساختار اقتصادی اکثر کشورهای جهان پذیرفته شود. دولت در فضای خصوصی‌سازی اقتصاد باید بپذیرد که دامنه فعالیت‌های خود را به امور حاکمیتی محدود کنند و تمام تلاش و توان خود را صرفاً بر روی سیاست‌گذاری، کنترل و نظارت معطوف نماید.

از آنجائی که بخش عظیمی از سرمایه‌های جامعه در اختیار بخش خصوصی است، با هدایت صحیح این جریان نقدینگی در حوزه‌هایی که دارای مزیت تولید و تجارت بوده و از اولویت سرمایه‌گذاری برخوردارند، می‌توان ارزش افزوده‌ی به مراتب بالاتری را نسبت به سایر حوزه‌ها کسب نمود.

۶-۲-۵- تسهیل در ارتقای سطح فناوری، توسعه صنایع پیشرفته و خدمات مرتبط

در دنیای پرشتاب کنونی، کسب مزیت رقابتی نه با اتکا به مواد اولیه و نیروی کار ارزان، بلکه از طریق به روزرسانی فناوری‌های موجود و خلق فناوری‌های جدید و پیشرفته امکان‌پذیر است. در این مسیر، کشورهای توسعه یافته صنعتی، راهبردها و سیاست‌های خود را بر مبنای مطالعات آینده و آینده‌نگاری فناوری‌ها و تحولات سریع آنها قرار داده و در صحنه رقابت جهانی حضور فعال دارند. توسعه فناوری علاوه بر تبلور در تولید محصولات، می‌تواند از طریق رسوخ فناوری‌های پیشرفته در صنایع با فناوری‌های متوسط و پایین نقش‌آفرینی نماید. این موضوع در اندازه‌گیری بسیاری از شاخص‌های اقتصادی مانند شاخص رقابت‌پذیری جهانی که هدف آن تعیین نهادها، عوامل و سیاست‌های تأثیرگذار در افزایش بهره‌وری یک کشور و در نهایت رشد اقتصادی پایدار و افزایش سطح درآمد

سرانه و رفاه اجتماعی است، قابل مشاهده می‌باشد. بنابراین توسعه فناوری در بخش صنعت، معدن و تجارت عامل اصلی تبدیل مزیت‌های طبیعی و نسبی به مزیت‌های رقابتی، بزرگ شدن اقتصاد، تعامل سازنده در سطح بین الملل و در نتیجه تحقق رشد اقتصادی مطلوب می‌باشد.

بر همین مبنا، وزارت صنعت، معدن و تجارت به عنوان مهم‌ترین نهاد حاکمیتی در زنجیره ارزش ایده تا بازار، موضوع «تسهیل در ارتقای سطح فناوری، توسعه صنایع پیشرفته و خدمات مرتبط» که از محوری‌ترین اصول پویایی اقتصاد به شمار می‌رود را به عنوان یکی از مهم‌ترین موضوعات راهبردی خود، مورد توجه و تأکید قرار داده است.

۶-۲-۶- تکمیل زنجیره ارزش فعالیت‌های معدنی، صنایع مربوطه و پشتیبانی از تولید کالاهای واسطه‌ای

تولید ناخالص داخلی در برگیرنده ارزش افزوده مجموع کالاها و خدماتی است که طی یک دوره معین در یک کشور تولید می‌شود. در این میان نقش صنعت از همه بخش‌های دیگر پررنگ‌تر است. به گفته کارشناسان اگر بخش صنعت در کشوری بازدهی بالاتری داشته باشد، تولید ناخالص داخلی کشور نیز افزایش یافته و ضمن حل مشکلاتی مانند بیکاری و تورم، رفاه را نیز برای جامعه به همراه خواهد داشت.

در این میان پیشگیری از خام‌فروشی و به موازات آن تکمیل زنجیره ارزش، بیش از هر چیزی می‌تواند بر افزایش تاثیر مثبت توسعه صنعتی در کشور منجر شود. منطق ادبیات اقتصادی حکم می‌کند روی مواد خام فرآیندهایی صورت بگیرد تا به محصولاتی با ارزش افزوده بیشتر تبدیل شوند. هر چه این ارزش افزوده بیشتر باشد، سود بیشتری برای تولیدکننده آن به همراه خواهد داشت. در بررسی اهمیت موضوع جلوگیری از خام‌فروشی علاوه بر بحث ارزش افزوده، باید به متغیر مهم اشتغال نیز اشاره کرد که در اقتصاد ایران با توجه به دو رقمی بودن نرخ بیکاری و به خصوص بالابودن بیکاری جوانان تحصیلکرده از اهمیت فزاینده‌ای برخوردار است. سیاست دولت‌ها در سال‌های اخیر بیشتر به موضوع اشتغال زایی تمرکز داشته و طرح‌های زیادی از جمله طرح گسترش بنگاه‌های زودبازده به اجرا درآمده که از موفقیت زیادی برخوردار نبوده است و یا در گسترش صنایع پتروشیمی، سیاست‌ها بیشتر بر صنایع بالادستی پتروشیمی متمرکز شده بود که به دلیل عدم گسترش صنایع میانی و پایین‌دستی و در نهایت عدم تکمیل زنجیره ارزش محصولات پتروشیمی، اشتغال زایی مناسبی صورت نگرفته است.

بنابراین توجه به مقوله جلوگیری از خام‌فروشی از ابعاد مختلف اقتصادی به خصوص تقویت تولید ناخالص داخلی، ایجاد ارزش افزوده، سودآوری بنگاه‌های تولیدی، اشتغال زایی و دیگر متغیرهای اقتصادی از جمله کاهش رکود، تورم و افزایش رفاه جامعه بسیار حائز اهمیت خواهد بود.

حمایت از تولید مواد واسطه‌ای به دلیل نقشی که این مواد در تکمیل زنجیره ارزش و افزایش تولید دارند، می‌تواند علاوه بر رونق تولید و جلوگیری از تعطیلی واحدهای تولیدی، همانند سیاست جلوگیری از خام‌فروشی به ارزش افزوده بیشتر، تقویت تولید ناخالص داخلی، اشتغال زایی و غیره در اقتصاد منجر شود. از طرف دیگر با توجه به اینکه بخش زیادی از مواد اولیه مصرفی واحدهای تولیدی کشور از نوع مواد واسطه‌ای بوده و از طریق واردات تأمین می‌شود که علاوه بر ارزش بری زیاد، به دلایل مختلف از جمله تحریم‌های شدید خارجی، با محدودیت مقداری مواجه‌اند، لذا حمایت از تولید مواد و کالاهای واسطه‌ای در درجه اول به منظور

جلوگیری از تعطیلی یا نیمه فعال شدن واحدهای تولیدی از اهمیت بسزایی برخوردار می‌باشد و دوم اینکه، فرآیند توسعه صنعتی را سرعت می‌بخشند.

۶-۲-۷- جلب و توسعه سرمایه‌گذاری خارجی در بخش صنعت، معدن و تجارت

به لحاظ تاریخی نقش و جایگاه سرمایه‌گذاری در فرآیند رشد و توسعه به حدی است که سرمایه‌گذاری را موتور محرکه رشد اقتصادی نامیده‌اند. بدون شک دستیابی به رشد بلند مدت و مداوم اقتصادی در هر کشور، با تجهیز و تخصیص بهینه منابع سرمایه‌گذاری در اقتصاد ملی آن کشور امکان پذیر است و برای رسیدن به این هدف، نیاز شدیدی به بازارهای مالی گسترده و عمیق، به ویژه بازار سرمایه کارآمد است. یکی از راه‌های گسترش این بازارها، افزایش سرمایه‌گذاری خارجی است.

سرمایه‌گذاری خارجی امروزه به یکی از پایه‌های روابط اقتصاد بین‌الملل تبدیل شده و عاملی مهم در استراتژی توسعه ملی محسوب می‌گردد. بررسی روند توسعه در کشورهای مختلف از جمله کشورهای در حال توسعه بیانگر اهمیت نقش سرمایه‌گذاری خارجی به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه در این کشورهاست. امروزه و خصوصاً در دهه‌های اخیر نیز مشاهده شده که یکی از ویژگی‌های مهم اقتصاد جهانی، رشد چشمگیر جریان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی است. طیف اثرگذاری سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بسیار گسترده است؛ مانند تسریع آهنگ رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال، انتقال فناوری و تکنیک‌های تولید، تقویت و گسترش منابع مهم مالی و بین‌المللی، افزایش تحقیق و توسعه (R&D)، انتقال دانش مدیریت فرآیندی، افزایش بهره‌وری، تاثیر بر واردات و صادرات و تراز پرداختها، افزایش قدرت رقابت و رشد فناوری ملی و ظرفیت کار و رشد موسسات و شرکت‌های داخلی که هرکدام به نوبه خود دارای پیچیدگی‌ها و ظرافت‌هایی می‌باشند.

بنابراین شرایطی را باید در جهت جذب سرمایه‌گذاری خارجی به وجود آورد که از جمله مهم‌ترین آنها می‌توان به عوامل زیر اشاره کرد:

- سیاست‌گذاری اقتصادی: سیاست‌های پولی، مالی، بازرگانی و مقرراتی
- عوامل ساختارهای اقتصادی: ثبات تراز تجاری، گستردگی بازار، بدهی خارجی، ساختار تضمین مالی، تاسیسات زیربنایی، نیروی کار ماهر و توسعه منابع انسانی و وجود شبکه اطلاع‌رسانی گسترده
- عوامل تشویقی و حمایتی: معافیت‌های مالیاتی، اعطای پوشش‌های بیمه‌ای، معافیت‌های گمرکی، ایجاد مناطق آزاد سرمایه‌گذاری، تسهیلات زیربنایی و خدمات عمومی ارزان قیمت، افزایش امنیت سرمایه‌گذاری و جلوگیری از مصادره
- عوامل جغرافیایی و سیاسی: آب و هوا، جمعیت، موقعیت منطقه‌ای، نحوه تعامل بین‌المللی، ثبات سیاسی، ساختار سیاسی، نوع حکومت، قدرت دولت و نحوه تصمیم‌گیری

۶-۲-۸- پشتیبانی از سرمایه‌گذاری در ایجاد و توسعه زیرساخت‌های بخش

توسعه صنعتی، معدنی و تجاری کشور بیش از هر چیز نیازمند تأمین زیرساخت‌های نرم و سخت توسعه می‌باشد. واقعیت آن است که کشور ایران در این زمینه ناگزیر از تلاشی مضاعف است. بر همین سیاق،

بخش صنعت، معدن و تجارت به عنوان بخشی با ظرفیت، توانایی و قابلیت مشارکت حداکثری در تحقق رشد اقتصادی و همسو با افق چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران، بیشترین تاثیر را در رشد و تحقق اقتصاد بدون اتکا به صادرات مواد خام (اعم از نفتی و غیر نفتی) را داراست، لذا کانون مهمی برای توجه و برنامه‌ریزی به منظور تحقق اهداف عالیه مزبور تلقی می‌شود. گستره فعالیت بنگاه‌های صنعتی، معدنی و تجاری در پهنه سرزمین، درهم‌تنیدگی فعالیت‌های صنعتی و معدنی با فعالیت‌های بازرگانی و اقتصاد مناطق، سهم فزاینده و مسلط صادرات صنعتی و معدنی در صادرات غیر نفتی کشور و نقش کلیدی بخش در فرآیند اشتغال‌زایی برای جمعیت جویای کار به ویژه دانش‌آموخته‌گان دانشگاهی و سایر عوامل مهم دیگر مؤید اهمیت و جایگاه مهم این بخش در فرآیند رشد اقتصادی کشور می‌باشد.

باید توجه داشت که سازگاری، هماهنگی و تناسب سیاست‌ها و اهداف متخذه در برنامه‌های بخشی و لایه‌های فرابخشی (بازارهای پولی و مالی، بازار سرمایه، فضای کسب و کار و...) از الزامات تحقق برنامه‌های توسعه بخش می‌باشد. نظر به اینکه اجرای سیاست‌های کلان و برنامه‌ها در این مقوله مبتنی بر هماهنگی و تعامل فی‌مابین بخش‌های مختلف می‌باشد، لذا تأمین زیر ساخت‌های ملی مانند آب، برق، راه‌های مواصلاتی، تاسیسات مبادی ورودی مرزی از قبیل بنادر، پایانه‌های صادراتی و...، ناوگان حمل و نقل جاده‌ای، ریلی و هوایی و زیر ساخت‌های فناوری اطلاعات از الزامات توسعه بخش می‌باشد.

۶-۲-۹- حصول اطمینان از تأمین و توزیع مناسب کالاها و خدمات و تسهیل و نوین‌سازی جریان کالا و خدمات

افزایش رقابت در بازرگانی داخلی با تسهیل فضا برای حضور عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان در بازار کالا و خدمات، خرده‌فروشی، عمده‌فروشی، پخش کالا، ذخیره‌سازی، نگهداری، حمل و نقل، تأمین سرمایه و بهبود فضای کسب و کار و غیره، باعث افزایش سرعت گردش سرمایه در چرخه پول و کالا شده و به خلق درآمد و تولید ثروت بیشتر و رفاه اجتماعی کمک خواهد کرد. لذا راهبردی توسعه بخش بازرگانی داخلی به عنوان یکی از زیربخش‌های بازرگانی که جزو بخش‌های کلان اقتصاد کشور می‌باشد، حائز اهمیت است.

نظام توزیع کالا و خدمات به عنوان یکی از بخش‌های مهم اقتصاد از یک سو کالا و خدمات را در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌دهد و از سوی دیگر اطلاعات و نقدینگی را به بخش‌های تولیدی منتقل می‌کند. لذا نظام توزیع کالا و خدمات زمانی عملکرد مطلوبی خواهد داشت که در کوتاه‌ترین زمان و با کمترین هزینه، منابع تأمین شده را در اختیار مصرف‌کنندگان قرار دهد.

با توجه به جهت‌گیری‌های صورت گرفته به خصوص در اسناد فرادستی و از جمله سیاست‌های ابلاغی، سند چشم‌انداز، برنامه پنجم توسعه و غیره عمده‌ترین محورهای مورد نظر در بخش بازرگانی داخلی شامل موارد زیر می‌باشند:

- بهبود و نوین‌سازی نظام توزیع کالا و خدمات با کاهش واسطه‌ها و توسعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای از تولید به مصرف
- مدیریت اثر بخش بازار کالا و خدمات
- ساماندهی و ارتقای بهره‌وری واحدهای صنفی از طریق ساماندهی و تجمیع آنها در زنجیره بنگاه‌های بزرگ
- تقویت کنترل چند لایه بازار (دولت، اصناف و مردم) و گسترش سازمان‌های مردم‌نهاد در جهت نظارت بر عملکرد بازار

۶-۲-۱۰- پشتیبانی و حمایت از مصرف تولیدات داخلی

یکی از راهبردهای مهم هر کشور برای حمایت از تولیدات ملی، تشویق مصرف کنندگان به مصرف تولیدات داخلی است. برای شناسایی و آگاه سازی مزیت‌های استفاده از تولیدات داخلی روش‌های مختلفی وجود دارد که اطلاع‌رسانی و ترغیب مصرف تولیدات داخلی با ذکر منفعت‌های اجتماعی و تأثیر آن بر رونق فضای کسب و کار از آن جمله‌اند.

مسلم است که هر چه میزان مصرف کالاهای داخلی بیشتر شود، تحرک در چرخه تولید و رونق اقتصادی بیشتر خواهد شد. همچنین کاهش نرخ بیکاری و رشد و سودآوری بنگاه‌ها از دیگر نتایج مصرف محصولات داخلی به شمار می‌رود. نکته حائز اهمیت در مصرف محصولات داخلی این است که محصولات تولیدی داخل باید برای حضور پایدار در بازارهای هدف به اهمیت کیفیت و رقابت‌پذیری در صحنه‌های بین‌المللی توجه ویژه داشته باشند تا در کارزار بازار، محصولات وارداتی جایگزین محصولات تولید داخلی نگردند.

۶-۲-۱۱- پشتیبانی از بهبود راندمان مصرف انرژی در فرآیندها و کالاهای تولیدی

بدون شک هرگونه کاهش در مصرف انرژی فعالیت‌های صنعتی و یا افزایش راندمان انرژی محصولات صنعتی تا حد زیادی می‌تواند به کاهش مصرف انرژی در سایر بخش‌های اقتصادی کشور کمک کند و شاخص شدت انرژی کشور (که نشان دهنده مصرف انرژی برای تولید مقدار معینی کالا و خدمات است) را به حد قابل قبول برساند.

با توجه به منابع محدود و افزایش قابل توجه مصرف انرژی، لزوم تبیین و اجرای راهکارهای بهینه‌سازی مصرف انرژی بیش از پیش احساس می‌شود. بیش از یک قرن است مباحث مدیریت منابع و مصرف پایدار در دنیا بصورت جدی مطرح گردیده و الگوها، مدل‌ها و استانداردهای مختلفی پیرامون مدیریت صحیح منابع، بهبود مستمر فرایندهای کاری، مهندسی مجدد، یکپارچه سازی و سازگاری در حال پیاده سازی می‌باشند که کشور ایران نیز از این مهم مستثنی نیست.

در این راستا لازم است اقدامات موثر در خصوص مصرف بهینه انرژی توسط دولت، سازمان‌ها، شرکت‌ها، مراکز دانشگاهی و... در زمینه‌های علمی، فنی و غیره انجام گردد.

۶-۲-۱۲- ارتقای توانمندی و شایستگی سرمایه‌های انسانی با تکیه بر فرهنگ اسلامی - ایرانی

امروزه دیگر کارکنان سازمان‌ها، فقط جزئی از عوامل تولید نیستند که زمانی به نیروی کار معروف بودند؛ بلکه براساس نظریه‌های سیستمی، اقتضایی و مشارکتی امروز، کارکنان در سازمان‌ها مهم‌ترین عامل تولید و بزرگترین سرمایه سازمان‌ها محسوب می‌شوند که عنوان منابع انسانی (به جای نیروی کار) را شایسته‌اند و نقش انسان در سازمان‌ها از عامل تولید به سرمایه انسانی، توسعه و تغییر یافته است. در دنیای امروز توانمندی، قدرت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و رفاه هر کشور بستگی به استفاده بهینه از منابع انسانی شایسته و کارآمد دارد. از این رو نیروی انسانی به عنوان سرمایه‌ی ارزشمند سازمانی یاد می‌شود و پیشرفت و توفیق نظام مدیریتی هر کشوری نیز در عرصه‌های گوناگون اقتصادی و اجتماعی مرهون و برآیند نقش

منابع انسانی خلاق و توانمند آن نظام می‌باشد. اگر بتوان از نیروی انسانی خلاق، پرتوان، باانگیزه، نوآور و متخصص در جهت اهداف سازمان استفاده نمود، بی‌تردید اهداف سازمانی نیز محقق خواهند شد. با توجه به ضرورت پاسخگویی و واکنش سریع نسبت به تغییر شرایط محیطی و پیش‌بینی این تغییرات قبل از وقوع و اتخاذ تصمیمات اثرگذار برای آینده، مدیریت منابع انسانی باید از طریق آموزش و ارتقای دانش، چالاک و به روز شود.

اکنون پس از گذشت چند دهه، دنیا به این نتیجه رسیده است که اگر سازمانی بخواهد در امور جاری و برنامه‌های کاری خود پیش‌تاز باشد و از قافله رقابت باز نماند، باید از نیروی انسانی متخصص، خلاق، ماهر و با انگیزه‌ی بالا برخوردار باشد. از سوی دیگر بین منابع انسانی که اساس ثروت واقعی یک سازمان بوده و بهره‌وری که ضرورت رقابت است، رابطه‌ای مستقیم وجود دارد. از دغدغه‌های مهم سازمان‌های موفق جهان، گردآوری سرمایه انسانی فرهیخته و خردورز و بهره‌وری است که قادر به ایجاد تحول در سازمانی که به آن تعلق دارند، باشند.

۶-۲-۱۳- ارتقای فرهنگ و دانش عمومی برای پشتیبانی از توسعه صنعتی

تحقق اهداف چشم‌انداز کشور در افق ۱۴۰۴ و دستیابی به جایگاه اول توسعه در کشورهای منطقه، ایجاب می‌کند با توجه به اهمیت توسعه صنعتی، اهتمام ویژه‌ای به این بخش (پیش‌ران) صورت گیرد. از این رو توسعه صنعتی، نقش مهمی در رشد و شکوفایی اقتصادی، افزایش درآمد و رفاه جامعه دارد. چرا که صنعت به عنوان زیربنای تحولات فناورانه از طریق ایجاد روشها و اختراع ابزارهای نوین، رشد مهارت‌ها و توانمندی‌های علمی و فنی نیروی انسانی در کنار خلق ارزش بیشتر، موجبات ارتقای رشد اقتصادی و اجتماعی را فراهم می‌کند.

همچنین توسعه صنعتی زمینه ساز توسعه بخش‌های مختلف اعم از حمل و نقل، بیمه، سیستم بانکی، آموزش، مخابرات و گردشگری نیز می‌شود و هم‌افزایی ناشی از آن در گسترش بهداشت، بهبود آموزش، تأمین نظم و امنیت و ارائه خدمات عمومی نمایان می‌شود. تمامی تغییرات فوق‌منجر به شکل‌گیری روابط اجتماعی جدیدی خواهد شد به طوری که دستاوردهای نوین زندگی بشر در دوران جدید را می‌توان محصول صنعتی شدن جوامع نامید. رشد اقتصادی ناشی از صنعتی شدن با اثرات تکاثری و هم‌افزایی که بر اقتصاد کشورها و ساختار تولیدی و اجتماعی آنها می‌گذارد نه فقط به ارتقای سطح زندگی بلکه به تحولات فرهنگی و توسعه شهرنشینی نیز منجر می‌شود.

توسعه صنعتی در حوزه منابع انسانی نیز باعث گسترش و جذب نیروهای متخصص و بالا بردن سطح دانش موجود نقش مهمی ایفا می‌کند و زمینه را برای ایجاد تحول در ساختار اقتصادی و اجتماعی، پذیرش الگوهای جدید زندگی، کار و روابط اقتصادی و اجتماعی و در نظر گرفتن ملاحظات برای تضمین توسعه پایدار، فراهم می‌آورد. لذا برای دستیابی به توسعه صنعتی، ضروری است که ارتقای فرهنگ و دانش عمومی متناسب با آن و در جهت پشتیبانی آن صورت گیرد. کشورهایی که از بخش‌های صنعتی خود غفلت کنند ناگزیرند در معرض خطر عقب ماندگی فنی و اقتصادی قرار گرفته و با اتکا به تولید و صدور کالاهای خام با آسیب پذیری‌های ناشی از نوسانات قیمت این کالاها روبرو شوند و در نتیجه از کاهش رابطه مبادله، یعنی روندی که در مناسبات تجاری اقتصادی جهانی غالب بوده، بسیار زیان خواهند دید.

نمودار ۲۴ - چارچوب برنامه راهبردی توسعه صنعت، معدن و تجارت

خط مشی و سیاست های کلی

ماموریت وزارت صنعت، معدن و تجارت

چشم انداز بخش در افق سال ۱۴۰۴

"بخش صنعت، معدن و تجارت به عنوان پیشران اقتصاد کشور، با توان رقابت در بازارهای بین المللی، بالنده، درونزا، برونگرا و در تراز کشور نوظهور صنعتی"

هدف جامعه عمومی

ارتقای سطح رفاه جامعه

اهداف کلی و کمی بخش صنعت، معدن و تجارت

- ۱- افزایش رقابت پذیری صنعتی
- ۲- بهبود فضای کسب و کار
- ۳- افزایش سهم ارزش افزوده بخش در GDP
- ۴- رشد سالانه ارزش افزوده بخش
- ۵- افزایش سرانه صادرات صنعتی
- ۶- افزایش سهم صادرات بخش از صادرات غیرنفتی
- ۷- افزایش سهم صادرات محصولات با فناوری متوسط و بالا از صادرات صنعتی
- ۸- رشد بهره وری کل عوامل در بخش
- ۹- افزایش سرمایه گذاری مستقیم خارجی
- ۱۰- اشتغالزایی بخش صنعت، معدن و تجارت
- ۱۱- افزایش سهم و نقش بخش خصوصی در فعالیت های بخش
- ۱۲- عضویت در سازمان جهانی تجارت

راهبردهای توسعه بخش صنعت، معدن و تجارت

- ۱- افزایش توان رقابت پذیری بنگاه ها
- ۲- توسعه مشارکت در سرمایه گذاری خارجی
- ۳- توسعه فناوری، نوآوری و تحقیق و توسعه در جهت نوسازی و روزآمدسازی صنایع کشور
- ۴- توسعه صنایع نوین و دانش بنیان
- ۵- توسعه تجارت و تعاملات بین المللی با مشارکت بنگاه های داخلی و خارجی
- ۶- توسعه خوشه ها و شبکه های تولیدی و صادراتی بر محور صنایع پیشران
- ۷- تبدیل واحدهای صنعتی و معدنی مستعد در هر رشته به واحدهای بزرگ مقیاس
- ۸- ایجاد تنوع در ابزارهای تأمین منابع مالی
- ۹- برندسازی و ارتقای اعتبار نام و نشان تجاری محصولات داخلی
- ۱۰- توسعه اکتشاف، استخراج و تولید فلزات استراتژیک
- ۱۱- تکمیل و توسعه زنجیره ارزش فعالیت های معدنی و صنایع مربوطه
- ۱۲- توسعه صنایع متکی و مرتبط با نفت و گاز
- ۱۳- ایجاد و توسعه توانمندی طراحی، مهندسی و ساخت تجهیزات صنعتی و زیربنایی
- ۱۴- کاهش هزینه مبادله کالا و خدمات
- ۱۵- توسعه تجارت الکترونیک و ایجاد فروشگاه های بزرگ و شبکه ای
- ۱۶- توسعه منابع انسانی و افزایش ظرفیت مدیریتی و تخصصی بخش
- ۱۷- نوسازی و بهسازی نظام های مدیریتی

موضوعات راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت

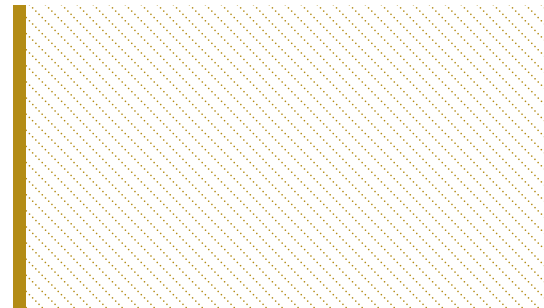
- ۱- بهبود مستمر سهولت انجام کسب و کار
- ۲- پشتیبانی از تولید و عرضه کالا و خدمات مبتنی بر فناوری با ارزش افزوده بالا
- ۳- بهبود و توسعه روابط تجاری بین المللی و تسهیل تجارت در فضای رقابتی با اولویت صادرات غیرنفتی
- ۴- توانمندسازی بخش خصوصی و رفع موانع توسعه آن
- ۵- تسهیل در ارتقای سطح فناوری، توسعه صنایع پیشرفته و خدمات مرتبط
- ۶- تکمیل زنجیره ارزش فعالیت های معدنی، صنایع مربوطه و پشتیبانی از تولید کالاهای واسطه ای
- ۷- جلب و توسعه سرمایه گذاری خارجی در بخش صنعت، معدن و تجارت
- ۸- پشتیبانی از سرمایه گذاری در ایجاد و توسعه زیر ساخت های بخش
- ۹- حصول اطمینان از تأمین و توزیع مناسب کالاها و خدمات و تسهیل و نوین سازی جریان کالا و خدمات
- ۱۰- پشتیبانی و حمایت از مصرف تولیدات داخلی
- ۱۱- پشتیبانی از بهبود راندمان مصرف انرژی در فرآیندها و کالاهای تولیدی
- ۱۲- ارتقای توانمندی و شایستگی سرمایه های انسانی با تکیه بر فرهنگ اسلامی- ایرانی
- ۱۳- ارتقای فرهنگ و دانش عمومی برای پشتیبانی از توسعه صنعتی

سیاست های اجرایی وزارت صنعت، معدن و تجارت

بسته سیاست های اجرایی در قالب شش محور اصلی و تعداد ۶۱ سیاست در راستای موضوعات راهبردی فوق طرح ریزی شده که در فصل هفتم این سند ارائه شده است

برنامه های راهبردی صنایع منتخب و اولویت دار

- ۱- صنایع تولید فرآورده های نفتی
- ۲- مواد و محصولات شیمیایی
- ۳- محصولات کانی غیرفلزی
- ۴- وسایل نقلیه زمینی، ریلی و دریایی
- ۵- معدن و استخراج معدنی
- ۶- فلزات اساسی
- ۷- صنایع پیشرفته
- ۸- محصولات لاستیکی و پلاستیکی
- ۹- مواد غذایی و آشامیدنی
- ۱۰- ماشین آلات و تجهیزات صنعتی و تولیدی
- ۱۱- نساجی و پوشاک
- ۱۲- ماشین آلات مولد و انتقال برق



۷- سیاست های اجرایی وزارت صنعت، معدن و تجارت



۱-۷- سیاست‌های اجرایی وزارت صنعت، معدن و تجارت

همان‌طور که در چارچوب برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت تبیین گردیده است، بسته سیاست‌های اجرایی می‌تواند هموارکننده جهت‌گیری وزارت صنعت، معدن و تجارت در تحقق اهداف تعیین شده باشد. از آنجایی که در سیاست‌های توسعه صنعتی به منظور افزایش ظرفیت و توسعه صنایع پایین دستی، توسعه زیرساخت‌ها، بازنگری و توسعه قوانین و مقررات و غیره در سطح کلان صنعت، سیاست‌های افقی مد نظر بوده و در توسعه‌ی یک یا چند رشته فعالیت و محصول خاص، از سیاست‌های عمودی به‌کارگیری می‌شود، لذا با توجه به وضعیت کنونی اقتصاد کشور و بخش صنعت، معدن و تجارت که نیازمند هر دو نوع سیاست برای توسعه کشور می‌باشد، رویکرد وزارت صنعت، معدن و تجارت در تدوین سیاست‌ها استفاده از سیاست ترکیبی است.

به‌طور کلی تعداد ۶۱ سیاست اجرایی در قالب شش محور اصلی در این سند به شرح زیر تدوین شده است که هر کدام از این سیاست‌های اجرایی پیوستگی و ارتباط مفهومی با موضوعات راهبردی دارد.

- ۱- تعداد ۱۲ سیاست با محور توسعه رقابت پذیری در بخش
- ۲- تعداد ۶ سیاست با محور بهبود محیط قانونی و فضای کسب و کار
- ۳- تعداد ۸ سیاست با محور توسعه فناوری، نوآوری و تحقیق و توسعه
- ۴- تعداد ۱۱ سیاست با محور سرمایه‌گذاری و تأمین منابع مالی
- ۵- تعداد ۱۵ سیاست با محور توسعه تجارت و تعاملات بین‌المللی
- ۶- تعداد ۹ سیاست با محور تأمین و توسعه زیرساخت

۱-۷-۱- توسعه رقابت پذیری در بخش

۱. آزادسازی و رقابتی شدن بیشتر بازار با اجرای الزامات متعارف در تجارت جهانی
۲. پشتیبانی از تعاملات بین‌المللی و مشارکت بنگاه‌های داخلی و خارجی
۳. پشتیبانی از سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی با رویکرد توسعه صادرات و انتقال فناوری
۴. ایجاد زمینه‌های مناسب در جهت ارتقای بهره‌وری کل عوامل در بخش
۵. توان‌افزایی مدیران بخش با رویکرد دستیابی به تراز جهانی
۶. پشتیبانی از برندسازی محصولات داخلی و ایجاد هلدینگ و بنگاه‌های صادرات محور
۷. پشتیبانی از ارتقای توان رقابتی صنایع کوچک و متوسط از طریق توسعه خوشه‌ها و شبکه‌ها
۸. بهره‌برداری از توانمندی‌های منطقه برای توسعه بازار
۹. پشتیبانی از توسعه مشاوره تخصصی داخلی و خارجی
۱۰. پشتیبانی از استقرار نظام جامع مدیریت کیفیت و اجرای استانداردهای بین‌المللی
۱۱. توانمندسازی و بهره‌گیری از تشکلهای تخصصی
۱۲. پشتیبانی از توسعه فعالیت‌های بانک‌ها و بیمه‌های خارجی در کشور

۲-۱-۷- بهبود محیط قانونی و فضای کسب و کار

۱. شفاف سازی و تسهیل فرایندهای کسب و کار
۲. بازننگری و اصلاح قوانین و مقررات بازدارنده تولید، تجارت و تدوین قوانین و مقررات و دستورالعمل‌های تسهیل کننده
۳. پشتیبانی از توسعه ضمانت اجرایی قوی و موثر در اجرای تعهدات و قراردادهای مرتبط با بخش
۴. شفاف سازی و پیش آگاهی به ذی نفعان بخش با هدف فراهم شدن قابلیت پیش بینی برای فعالان بخش
۵. محدود نمودن نهادهای عمومی و غیر خصوصی در مالکیت و مدیریت بنگاه‌ها
۶. افزایش اثربخشی و تقویت نظام‌های هدفمند نظارتی

۳-۱-۷- توسعه فناوری، نوآوری و تحقیق و توسعه

۱. ایجاد و توسعه زیر ساخت‌های گسترش فناوری و صنایع پیشرفته
۲. گسترش پژوهش‌های کاربردی و توسعه‌ای
۳. پشتیبانی از توسعه کسب و کارهای دانش بنیان
۴. پشتیبانی از توسعه صادرات محصولات صنایع پیشرفته و دانش بنیان
۵. تعامل و مبادله دانش و فناوری با کشورها و شرکت‌های برتر
۶. توسعه و تعمیق مدیریت، اقتصاد و حقوق مالکیت فکری (صنعتی) در زنجیره ارزش از ایده تا محصول
۷. حمایت مالی از فعالیتهای تحقیق و توسعه در بنگاه‌های اقتصادی به ویژه بنگاه‌های صنعتی
۸. حمایت از مخترعان و مبتکران در راستای توسعه تجاری سازی در بخش

۴-۱-۷- سرمایه گذاری و تأمین منابع مالی

۱. تسهیل فرآیند بررسی و اعطاء تسهیلات به واحدهای تولیدی و خدماتی
۲. مشارکت در توسعه و تنوع بخشی ابزارهای تأمین مالی
۳. پشتیبانی از تأمین مالی سرمایه گذاری در حوزه‌های اولویت دار
۴. مشارکت در توسعه و تقویت نهادهای تأمین مالی نظیر صندوق‌های سرمایه گذاری، شرکت‌های تأمین مالی و صندوق پروژه‌ای و زیر ساختی
۵. حمایت از توسعه سرمایه‌گذاری‌های خارجی مانند B.O.T, B.O.O, FDI
۶. پشتیبانی از افزایش سرمایه و توسعه فعالیت بانک‌های تخصصی در بخش
۷. حمایت از حضور سرمایه‌گذاران خارجی در بازار بورس کشور
۸. تکمیل زنجیره ارزش تولیدات با هدف کاهش صادرات مواد خام معدنی
۹. پوشش نسبی ریسک در توسعه فعالیت‌های بخش به ویژه توسعه فعالیت‌های معدنی
۱۰. پشتیبانی از تضمین آزادی جریان ورود و خروج سرمایه در کشور
۱۱. حمایت و تأکید بر تک نرخی و آزاد شدن نرخ ارز

۵-۱-۷- توسعه تجارت و تعاملات بین المللی

۱. پشتیبانی هدفمند از صادرات کالا و خدمات با هدف کاهش ریسک صادرات و افزایش مزیت رقابتی برای توسعه بازار و پیشگیری از رقابت ناسالم بین صادرکنندگان

۲. مدیریت واردات در جهت ارتقای توان رقابتی تولید داخل
۳. توسعه ترتیبات تعرفه ترجیحی با هدف گسترش پیوندهای منطقه‌ای
۴. استفاده بهینه از ظرفیت‌های مناطق آزاد تجاری-صنعتی و ویژه اقتصادی به منظور گسترش تولیدات صادرات گرا و خدمات تجاری
۵. توسعه تجارت الکترونیک و گسترش به کارگیری روش‌های نوین تجارت
۶. توسعه تعاملات بین‌المللی و عضویت در پیمان‌ها و سازمان‌های منطقه‌ای و جهانی
۷. پشتیبانی از فرآوری واردات موقت و صادرات مجدد
۸. پشتیبانی از تاسیس اتاق‌های بازرگانی مشترک و تقویت اتاق‌های بازرگانی منطقه‌ای نظیر اتاق بازرگانی اکو
۹. پیشبرد فرآیند الحاق به سازمان جهانی تجارت (WTO)
۱۰. پشتیبانی از تشکیل کنسرسیوم‌های صادراتی متناسب با بازار هدف برای بهینه سازی مقیاس و رقابت سازنده
۱۱. کاهش هزینه مبادله در حوزه بازرگانی
۱۲. مدیریت بازار کالا و خدمات از طریق روان سازی و نوین سازی شبکه‌های توزیع
۱۳. ارتقای سطح کیفی خدمات قابل عرضه توسط واحدهای صنفی - خدماتی از طریق استانداردسازی و تدوین آیین کار خدمات
۱۴. پشتیبانی از ارتقای سطح کمی و کیفی خدمات قبل، حین و بعد از فروش کالاهای تولیدات داخلی و خارجی
۱۵. کاهش سهم تجارت پنهان در مبادلات کشور

۷-۱-۶- تأمین و توسعه زیرساخت

- ۱- توسعه شبکه یکپارچه اطلاعاتی برای دسترسی عموم ذی نفعان به اطلاعات مرتبط
 - ۲- توسعه و ارتقای فرهنگ عمومی از طریق:
 - توسعه فرهنگ صنعتی
 - ارتقای جایگاه و منزلت کارآفرینی، سرمایه‌گذاری و صادرات
 - اقبال جامعه به تولید و مصرف ملی
 - ۳- ایجاد پنجره واحد برای روان سازی سرمایه‌گذاری
 - ۴- مشارکت و پیگیری اجرای طرح‌های توسعه زیرساخت‌های لجستیکی در محورهای اولویت دار بخش
 - ۵- مشارکت در بستر سازی مناسب برای ایجاد مناطق آزاد صنعتی و فرآوری صادرات
 - ۶- تأمین و توسعه زیر ساخت‌ها و فعالیت‌ها در بخش صنعت، معدن و تجارت منطبق با آمایش سرزمین
 - ۷- بهبود و کارآمدسازی مدیریت ایمنی، بهداشت، محیط زیست و انرژی (HSEE)
 - ۸- توسعه شهرک‌های صنعتی، لجستیکی و صنفی
 - ۹- بهبود ساختار مدیریت، سرمایه‌های انسانی و کارآمدسازی خدمات دولتی در بخش صنعت، معدن و تجارت
- در ادامه سیاست‌های اجرایی مورد نظر متناسب با هر یک از موضوعات راهبردی ارائه گردیده است. در گام بعدی لازم است مطابق با هر یک از سیاست‌های اجرایی برنامه‌های عملیاتی توسط سازمان‌های تابعه وزارت صنعت، معدن و تجارت و تمامی حوزه‌های ستادی، تدوین و اجرا گردد.

۲-۷- سیاست های اجرایی متناظر با موضوعات راهبردی

جدول ۲۲- سیاست های اجرایی متناظر با موضوعات راهبردی

سیاست های اجرایی مرتبط	موضوع راهبردی	ردیف
بازنگری و اصلاح قوانین و مقررات بازدارنده تولید، تجارت و تدوین قوانین و مقررات و دستورالعمل های تسهیل کننده	بهبود مستمر سهولت انجام کسب و کار	۱
ایجاد پنجره واحد برای روان سازی سرمایه گذاری		
شفاف سازی و تسهیل فرآیندهای کسب و کار		
پشتیبانی از توسعه ضمانت اجرایی قوی و موثر در اجرای تعهدات و قراردادهای مرتبط با بخش		
توسعه تجارت الکترونیک و گسترش به کارگیری روش های نوین تجارت		
شفاف سازی و پیش آگاهی به ذی نفعان بخش با هدف فراهم شدن قابلیت پیش بینی برای فعالان بخش		
کاهش هزینه مبادله در حوزه بازرگانی		
محدود نمودن نهادهای عمومی و غیر خصوصی در مالکیت و مدیریت بنگاه ها		
افزایش اثربخشی و تقویت نظام های هدفمند نظارتی		
توسعه شبکه یکپارچه اطلاعاتی برای دسترسی عموم ذی نفعان به اطلاعات مرتبط		
ایجاد و توسعه زیر ساخت های گسترش فناوری و صنایع پیشرفته	پشتیبانی از تولید و عرضه کالا و خدمات مبتنی بر فناوری با ارزش افزوده بالا	۲
پشتیبانی از توسعه صادرات محصولات صنایع پیشرفته و دانش بنیان		
پشتیبانی از توسعه کسب و کارهای دانش بنیان		
پشتیبانی از سرمایه گذاری داخلی و خارجی با رویکرد توسعه صادرات و انتقال فناوری		
توسعه و تعمیق مدیریت، اقتصاد و حقوق مالکیت فکری (صنعتی) در زنجیره ارزش از ایده تا محصول		
حمایت از فعالیتهای تحقیق و توسعه در بنگاه های اقتصادی به ویژه بنگاه های صنعتی		
حمایت از مخترعان و مبتکران در راستای توسعه تجاری سازی در بخش		
پشتیبانی از تاسیس اتاق های بازرگانی مشترک و تقویت اتاق های بازرگانی منطقه ای نظیر اتاق بازرگانی آکو		
آزادسازی و رقابتی شدن بیشتر بازار با اجرای الزامات متعارف در تجارت جهانی		
استفاده بهینه از ظرفیت های مناطق آزاد تجاری-صنعتی و ویژه اقتصادی به منظور گسترش تولیدات صادرات گرا و خدمات تجاری		
پشتیبانی از تشکیل کنسرسیوم های صادراتی متناسب با بازار هدف برای بهینه سازی مقیاس و رقابت سازنده	بهبود و توسعه روابط تجاری بین المللی و تسهیل تجارت در فضای رقابتی با اولویت صادرات غیر نفتی	۳
حمایت و تأکید بر تک نرخی و آزاد شدن نرخ ارز		
پشتیبانی از فرآوری واردات و صدور مجدد		
پشتیبانی هدفمند از صادرات کالا و خدمات با هدف کاهش ریسک صادرات و افزایش مزیت رقابتی برای توسعه بازار و پیشگیری از رقابت ناسالم بین صادرکنندگان		
پیشبرد فرآیند الحاق به سازمان جهانی تجارت (WTO)		
توسعه تجارت الکترونیک و گسترش به کارگیری روش های نوین تجارت		
توسعه ترنیبات تعرفه ترجیحی با هدف گسترش پیوندهای منطقه ای		
توسعه تعاملات بین المللی و عضویت در پیمان ها و سازمان های منطقه ای و جهانی		
بهره برداری از توانمندی های منطقه برای توسعه بازار		
مدیریت بازار کالا و خدمات از طریق روان سازی و نوین سازی شبکه های توزیع		
مدیریت واردات در جهت ارتقای توان رقابتی تولید داخل		
مشارکت در بسترسازی مناسب برای ایجاد مناطق آزاد صنعتی و فرآوری صادرات		
پشتیبانی از تعاملات بین المللی و مشارکت بنگاه های داخلی و خارجی		

ردیف	موضوع راهبردی	سیاست های اجرایی مرتبط		
۴	توانمندسازی و رفع موانع توسعه بخش خصوصی	حمایت از توسعه سرمایه‌گذاری‌های خارجی مانند B.O.T, B.O.O, FDI		
		پشتیبانی از برندسازی محصولات داخلی و ایجاد هلدینگ و بنگاه‌های صادرات محور		
		بازنگری و اصلاح قوانین و مقررات بازدارنده تولید، تجارت و تدوین قوانین و مقررات و دستورالعمل‌های تسهیل‌کننده		
		ایجاد زمینه‌های مناسب در جهت ارتقای بهره‌وری کل عوامل در بخش		
		پشتیبانی از افزایش سرمایه و توسعه فعالیت بانک‌های تخصصی در بخش		
		پشتیبانی از برندسازی محصولات داخلی و ایجاد هلدینگ و بنگاه‌های صادرات محور		
		پشتیبانی از تشکیل کنسرسیوم‌های صادراتی متناسب با بازار هدف برای بهینه‌سازی مقیاس و رقابت سازنده		
		پشتیبانی از ارتقای توان رقابتی صنایع کوچک و متوسط از طریق توسعه خوشه‌ها و شبکه‌ها		
		پشتیبانی از توسعه فعالیت‌های بانک‌ها و بیمه‌های خارجی		
		پشتیبانی از توسعه مشاوره تخصصی داخلی و خارجی		
		پشتیبانی از سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی با رویکرد توسعه صادرات و انتقال فناوری		
		پوشش نسبی ریسک در توسعه فعالیت‌های بخش به ویژه توسعه فعالیت‌های معدنی		
		تسهیل فرآیند بررسی و اعطاء تسهیلات به واحدهای تولیدی و خدماتی		
		توانمندسازی و بهره‌گیری از تشکلهای تخصصی		
۵	تسهیل در ارتقای سطح فناوری، توسعه صنایع پیشرفته و خدمات مرتبط	حمایت و تأکید بر تک‌نرخی و آزاد شدن نرخ ارز		
		محدود نمودن نهادهای عمومی و غیر خصوصی در مالکیت و مدیریت بنگاه‌ها		
		مشارکت در توسعه و تقویت نهادهای تأمین مالی نظیر صندوق‌های سرمایه‌گذاری، شرکت‌های تأمین مالی و صندوق پروژه‌ای و زیرساختی		
		مشارکت در توسعه و تنوع بخشی ابزارهای تأمین مالی		
		بازنگری و اصلاح قوانین و مقررات بازدارنده تولید، تجارت و تدوین قوانین و مقررات و دستورالعمل‌های تسهیل‌کننده		
		ایجاد و توسعه زیرساخت‌های گسترش فناوری و صنایع پیشرفته		
		پشتیبانی از توسعه کسب و کارهای دانش بنیان		
		تعامل و مبادله دانش و فناوری با کشورهای و شرکت‌های برتر		
		حمایت از فعالیت‌های تحقیق و توسعه در بنگاه‌های اقتصادی به ویژه بنگاه‌های صنعتی		
		حمایت از مخترعان و مبتکران در راستای توسعه تجاری سازی در بخش		
		گسترش پژوهش‌های کاربردی و توسعه‌ای		
		پشتیبانی از سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی با رویکرد توسعه صادرات و انتقال فناوری		
		پوشش نسبی ریسک در توسعه فعالیت‌های بخش به ویژه توسعه فعالیت‌های معدنی		
		تأمین و توسعه زیرساخت‌ها و فعالیت‌ها در بخش صنعت، معدن و تجارت منطبق با آمایش سرزمین		
تکمیل زنجیره ارزش تولید کالاهای واسطه‌ای				
۶	تکمیل زنجیره ارزش، فعالیت‌های معدنی، صنایع مربوط و پشتیبانی از تولید کالاهای واسطه‌ای	مشارکت در بسترسازی مناسب برای ایجاد مناطق آزاد صنعتی و فرآوری صادرات		
		پشتیبانی از تضمین آزادی جریان ورود و خروج سرمایه در کشور		
		پشتیبانی از تأمین مالی سرمایه‌گذاری در حوزه‌های اولویت دار		
		پشتیبانی از تعاملات بین‌المللی و مشارکت بنگاه‌های داخلی و خارجی		
		پشتیبانی از توسعه فعالیت‌های بانک‌ها و بیمه‌های خارجی		
		پشتیبانی از توسعه مشاوره تخصصی داخلی و خارجی		
		پشتیبانی از سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی با رویکرد توسعه صادرات و انتقال فناوری		
		حمایت از توسعه سرمایه‌گذاری‌های خارجی مانند B.O.T, B.O.O, FDI		
		حمایت از حضور سرمایه‌گذاران خارجی در بازار بورس کشور		
		۷	جلب و توسعه سرمایه‌گذاری خارجی در بخش صنعت، معدن و تجارت	پشتیبانی از توسعه سرمایه‌گذاری‌های خارجی با رویکرد توسعه صادرات و انتقال فناوری
				پشتیبانی از تضمین آزادی جریان ورود و خروج سرمایه در کشور
				پشتیبانی از تأمین مالی سرمایه‌گذاری در حوزه‌های اولویت دار
				پشتیبانی از تعاملات بین‌المللی و مشارکت بنگاه‌های داخلی و خارجی
				پشتیبانی از توسعه فعالیت‌های بانک‌ها و بیمه‌های خارجی
پشتیبانی از توسعه مشاوره تخصصی داخلی و خارجی				
پشتیبانی از سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی با رویکرد توسعه صادرات و انتقال فناوری				
حمایت از توسعه سرمایه‌گذاری‌های خارجی مانند B.O.T, B.O.O, FDI				
حمایت از حضور سرمایه‌گذاران خارجی در بازار بورس کشور				

سیاست های اجرایی مرتبط	موضوع راهبردی	ردیف
حمایت و تأکید بر تک نرخی و آزاد شدن نرخ ارز		
مشارکت در توسعه و تقویت نهادهای تأمین مالی نظیر صندوق های سرمایه گذاری، شرکت های تأمین مالی، صندوق پروژه ای و زیر ساختی		
بازنگری و اصلاح قوانین و مقررات بازدارنده تولید، تجارت و تدوین قوانین و مقررات و دستورالعمل های تسهیل کننده		
ایجاد پنجره واحد برای روان سازی سرمایه گذاری		
بهبود و کارآمدسازی مدیریت ایمنی، بهداشت، محیط زیست و انرژی (HSEE)		
پشتیبانی از افزایش سرمایه و توسعه فعالیت بانک های تخصصی در بخش		
تأمین و توسعه زیر ساخت ها و فعالیت ها در بخش صنعت، معدن و تجارت منطبق با آمایش سرزمین		
توسعه شهرک های صنعتی، لجستیکی و صنفی		
مشارکت در بسترسازی مناسب برای ایجاد مناطق آزاد صنعتی و فرآوری صادرات		
مشارکت در توسعه و تقویت نهادهای تأمین مالی نظیر صندوق های سرمایه گذاری، شرکت های تأمین مالی، صندوق پروژه ای و زیر ساختی		
مشارکت و پیگیری اجرای طرح های توسعه زیرساخت های لجستیکی در محورهای اولویت دار بخش		
پوشش نسبی ریسک در توسعه فعالیت های بخش به ویژه توسعه فعالیت های معدنی		
پشتیبانی از تأمین مالی سرمایه گذاری در حوزه های اولویت دار		
افزایش اثربخشی و تقویت نظام های هدفمند نظارتی		
پشتیبانی از ارتقای سطح کمی و کیفی خدمات قبل، حین و بعد از فروش کالاهای تولیدات داخلی و خارجی		
پشتیبانی از استقرار نظام جامع مدیریت کیفیت و اجرای استانداردهای بین المللی		
پشتیبانی از برندسازی محصولات داخلی و ایجاد هلدینگ و بنگاه های صادرات محور		
پشتیبانی از ارتقای توان رقابتی صنایع کوچک و متوسط از طریق توسعه خوشه ها و شبکه ها		
تسهیل فرآیند بررسی و اعطاء تسهیلات به واحدهای تولیدی و خدماتی		
توسعه تجارت الکترونیک و گسترش به کارگیری روش های نوین تجارت		
توسعه شهرک های صنعتی، لجستیکی و صنفی		
حمایت از حضور سرمایه گذاران خارجی در بازار بورس کشور		
کاهش سهم تجارت پنهان در مبادلات کشور		
کاهش هزینه مبادله در حوزه بازرگانی		
مدیریت بازار کالا و خدمات از طریق روان سازی و نوین سازی شبکه های توزیع		
مدیریت واردات در جهت ارتقای توان رقابتی تولید داخل		
مشارکت و پیگیری اجرای طرح های توسعه زیرساخت های لجستیکی در محورهای اولویت دار بخش		
ارتقای سطح کیفی خدمات قابل عرضه توسط واحدهای صنفی - خدماتی از طریق استانداردهای نوین و تدوین آیین کار خدمات		
توسعه شبکه یکپارچه اطلاعاتی برای دسترسی عموم ذی نفعان به اطلاعات مرتبط		
ارتقای سطح کیفی خدمات قابل عرضه توسط واحدهای صنفی - خدماتی از طریق استانداردهای نوین و تدوین آیین کار خدمات		
بازنگری و اصلاح قوانین و مقررات بازدارنده تولید، تجارت و تدوین قوانین و مقررات و دستورالعمل های تسهیل کننده		
پشتیبانی از ارتقای سطح کمی و کیفی خدمات قبل، حین و بعد از فروش کالاهای تولیدات داخلی و خارجی		
پشتیبانی از برندسازی محصولات داخلی و ایجاد هلدینگ و بنگاه های صادرات محور		
توسعه ترتیبات تعرفه ترجیحی با هدف گسترش پیوندهای منطقه ای		
	پشتیبانی از سرمایه گذاری در ایجاد و توسعه زیر ساخت های بخش	۸
	حصول اطمینان از تأمین و توزیع مناسب کالاها و خدمات و تسهیل و نوین سازی جریان کالا و خدمات	۹
	پشتیبانی و حمایت از مصرف تولیدات داخلی	۱۰

ردیف	موضوع راهبردی	سیاست های اجرایی مرتبط
		توسعه شبکه یکپارچه اطلاعاتی برای دسترسی عموم ذی نفعان به اطلاعات مرتبط
		توسعه و ارتقای فرهنگ عمومی از طریق : • توسعه فرهنگ صنعتی • ارتقای جایگاه و منزلت کارآفرینی ، سرمایه گذاری و صادرات • اقبال جامعه به تولید و مصرف داخلی
		کاهش سهم تجارت پنهان در مبادلات کشور
		مدیریت بازار کالا و خدمات از طریق روان سازی و نوین سازی شبکه های توزیع
		مدیریت واردات در جهت ارتقای توان رقابتی تولید داخل
		ایجاد و توسعه زیر ساخت های گسترش فناوری و صنایع پیشرفته
۱۱	پشتیبانی از بهبود راندمان مصرف انرژی در فرآیندها و کالاهای تولیدی	ایجاد زمینه های مناسب در جهت ارتقای بهره‌وری کل عوامل در بخش
		بهبود و کارآمدسازی مدیریت ایمنی ، بهداشت ، محیط زیست و انرژی (HSEE)
		پشتیبانی از استقرار نظام جامع مدیریت کیفیت و اجرای استانداردهای بین المللی
		پشتیبانی از سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی با رویکرد توسعه صادرات و انتقال فناوری
۱۲	ارتقای توانمندی و شایستگی سرمایه‌های انسانی با تکیه بر فرهنگ اسلامی - ایرانی	بهبود ساختار مدیریت ، سرمایه‌های انسانی و کارآمدسازی خدمات دولتی در بخش صنعت ، معدن و تجارت
		تعامل و مبادله دانش و فناوری با کشورها و شرکت های برتر
		توان‌افزایی مدیران بخش با رویکرد دستیابی به تراز جهانی
		توسعه و تعمیق مدیریت ، اقتصاد و حقوق مالکیت فکری (صنعتی) در زنجیره ارزش از ایده تا محصول
		حمایت از مخترعان و مبتکران در راستای توسعه تجاری سازی در بخش
۱۳	ارتقای فرهنگ و دانش عمومی برای پشتیبانی از توسعه صنعتی	ایجاد زمینه های مناسب در جهت ارتقای بهره‌وری کل عوامل در بخش
		پشتیبانی از توسعه مشاوره تخصصی داخلی و خارجی
		توانمند سازی و بهره‌گیری از تشکلهای تخصصی
		توسعه شبکه یکپارچه اطلاعاتی برای دسترسی عموم ذی نفعان به اطلاعات مرتبط
		توسعه و ارتقای فرهنگ عمومی از طریق : • توسعه فرهنگ صنعتی • ارتقای جایگاه و منزلت کارآفرینی ، سرمایه گذاری و صادرات • اقبال جامعه به تولید و مصرف داخلی
		توسعه و تعمیق مدیریت ، اقتصاد و حقوق مالکیت فکری (صنعتی) در زنجیره ارزش از ایده تا محصول

۷-۳- الزامات اجرای راهبردها و سیاست‌ها

اجرائی شدن اثربخش راهبردها و سیاست‌ها در جهت تحقق کامل اهداف تعیین شده، نیازمند برآورده شدن الزامات زیر می‌باشد:

- ۱- پذیرش اولویت تولید در کلیه سطوح تصمیم‌گیری
- ۲- تکریم و ارج نهادن به سرمایه‌گذاری و سرمایه‌گذار در بخش‌های مولد اقتصادی
- ۳- هدایت منابع مالی کشور به بخش‌های مولد اقتصادی به‌ویژه صنعت و معدن
- ۴- رفع محدودیت‌های بین‌المللی و گسترش روابط اقتصادی و تجاری
- ۵- وجود فضای مناسب کسب و کار
- ۶- تأمین زیرساخت‌های مورد نیاز بخش توسط سایر دستگاه‌های اجرایی کشور
- ۷- شایسته‌سالاری، شفاف‌سازی و تحکیم حکمرانی خوب در تمامی دستگاه‌ها و بخش‌های دولتی و فرادولتی
- ۸- جلوگیری از واردات غیر رسمی کالا
- ۹- اصلاح قوانین محل تولید و تجارت در بخش و ثبات قوانین و مقررات جاری
- ۱۰- حمایت بخش‌های فرهنگی و رسانه‌ای از توسعه صنعتی کشور

۸- برنامه های راهبردی گروه صنایع منتخب

پژننامه راهبردی وزارت
صنعت، معادن و تجارت

۸ - برنامه‌های راهبردی گروه صنایع منتخب

با توجه به تعیین رشته فعالیت‌های صنعتی دارای اولویت در سند برنامه راهبردی و به منظور تحقق اهداف تعیین شده تا افق سال ۱۴۰۴، برنامه راهبردی برخی از صنایع منتخب به شرح ذیل، تدوین گردیده است:

۸-۱- صنعت خودرو

۸-۲- صنعت فولاد

۸-۳- صنعت نساجی و پوشاک

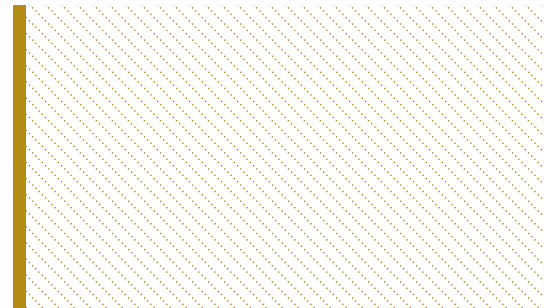
۸-۴- صنعت سیمان

۸-۵- صنعت تایر و تیوب

۸-۶- صنعت لوازم خانگی

۸-۷- صنعت کاشی و سرامیک

شایان ذکر است برنامه‌های راهبردی سایر صنایع منتخب در چارچوب بکار گرفته شده مانند صنایع پیشرفته، صنایع غذایی و آشامیدنی، صنایع داروئی و تجهیزات پزشکی، ماشین آلات و تجهیزات صنعتی و تولیدی، صنایع دریایی، معدن، صنایع پتروشیمی و شیمیایی در حال تدوین است که پس از نهایی شدن منتشر خواهد شد.



۸-۱ - برنامه راهبردی صنعت خودرو



۱- بررسی وضع موجود و جایگاه صنعت خودرو در ایران و جهان

صنعت خودرو در اقتصاد جهانی همواره عامل رشد اقتصادی بوده و بخش قابل توجهی از ارزش افزوده بسیاری از کشورهای صنعتی و نوظهور صنعتی را به خود اختصاص داده است.

• ایران اسلامی با جمعیتی در حدود یک درصد جمعیت جهان، سهم دو درصدی از تولید خودرو در جهان را دارد.

• ایران با تولید بیش از ۱/۶ میلیون خودرو در سال ۱۳۹۰، رتبه سیزدهم در جهان را به خود اختصاص داد که البته این رتبه با توجه به کاهش تولید در سال ۱۳۹۲ به جایگاه بیستم تنزل یافت و با توجه به افزایش رشد تولیدات در سال ۱۳۹۳ پیش‌بینی می‌شود که این رتبه تا جایگاه هیجدهم ارتقای یابد.

• برآورد می‌شود در سال ۱۳۹۳ این صنعت ۱۴ درصد ارزش افزوده بخش، ۳ درصد سهم ارزش افزوده از تولید ناخالص داخلی و ۱۲ درصد از اشتغال بخش را تشکیل دهد.

• مناطق فعال در صنعت خودروسازی کشور، استانهای تهران، خراسان رضوی، کرمان، آذربایجان شرقی و اصفهان هستند.

• استانهای آذربایجان غربی، سمنان، کرمانشاه، لرستان و مازندران در زمینه قطعه سازی و مجموعه سازی فعال می‌باشند.

• سایت‌های فعال خودروسازی ایران در خارج از کشور نیز کشورهای سوریه، عراق، بلاروس، آذربایجان، مصر، سنگال و ونزوئلا هستند.

• صنعت خودرو به عنوان صنعتی مادر با سطح فناوری متوسط، از پیشران‌های بخش صنعت، معدن و تجارت کشور به شمار می‌رود و در زمره صنایع اولویت دار و منتخب در بخش تولید و تجارت (در راستای تحقق اهداف مندرج در سند چشم‌انداز کشور) محسوب می‌گردد.

با توجه به سیاست‌های اجرایی تعیین شده در این صنعت، به طور اخص سیاست‌های تمرکز بر کیفیت و کاهش قیمت تمام شده محصولات، توأم با افزایش تولید و نیز بهبود فضای کسب و کار در جهت سرمایه‌گذاری‌های مستقیم خارجی و مشترک با شرکت‌های دارای نام و نشان تجاری معتبر جهانی، به نظر می‌رسد صنعت خودرو کشور بتواند محصولات خود را در سبد انتخاب خریداران در سطح بین‌المللی ارائه نماید.

۲- هدفگذاری صنعت خودرو

۱-۲- چشم انداز صنعت خودرو در افق ۱۴۰۴:

بر اساس سند چشم انداز جمهوری اسلامی ایران و در راستای چشم انداز بخش صنعت، معدن و تجارت که قبلاً اعلام گردید، چشم انداز صنعت خودرو به شرح ذیل تعیین شده است:

« دستیابی به جایگاه نخست صنعت خودرو منطقه، رتبه پنجم آسیا و رتبه یازدهم در جهان با تکیه بر توسعه رقابت پذیری مبتنی بر توسعه فناوری»

راهبردهای دستیابی به چشم انداز فوق عبارتند از:

- ایجاد پایگاه ساخت و تولید خودرو با نام و نشان تجاری داخلی و مشترک یا نام و نشان معتبر جهانی در منطقه، با تأکید بر صادرات محصولات^{۱۹} تولیدی
- ایجاد پایگاه ساخت تولید قطعات و مجموعه های خودرو با نام و نشان تجاری معتبر داخلی یا جهانی در منطقه، با تأکید بر مزیت رقابتی
- جذب سرمایه گذاری داخلی و خارجی (مستقیم یا مشترک) در راستای جذب فناوری های نوین و توسعه صادرات
- ایجاد پایگاه مراکز طراحی، آزمون و خدمات مهندسی خودرو در منطقه

۲-۲- هدف گذاری کمی تا سال ۱۴۰۴:

جدول ۲۲- وضعیت موجود و هدف گذاری صنعت خودرو تا افق سال ۱۴۰۴

ردیف	عنوان بخش	واحد سنجش	وضعیت موجود (۱۳۹۳)	هدف (۱۳۹۶)	هدف (۱۴۰۴)	توضیح
۱	تولید خودرو	هزار دستگاه	۱۱۱۰	۱۷۵۰	۳۰۰۰	صادرات به میزان ثلث تولیدات
						سبک (سواری و وانت)
۲		هزار دستگاه	۲۲	۴۳	۱۲۰	صادرات به میزان ربع تولیدات
۳	میزان فروش سالیانه صنعت خودرو	میلیارد دلار	۱۲	۲۰	۵۰	خودرو و قطعات
۴	سهم ارزش افزوده صنعت خودرو از GDP	درصد	۱/۸ (سال ۹۲)	۳	۴	بر مبنای آمار بانک مرکزی با سال پایه ۸۳
۵	سهم ارزش افزوده صنعت خودرو از ارزش افزوده کل صنعت	درصد	۱۱/۴ (سال ۹۲)	۱۸	۲۰	بر مبنای آمار بانک مرکزی با سال پایه ۸۳
۶	ارزش صادرات صنعت خودرو	میلیارد دلار	۰/۳	۲/۲	۱۵	خودرو
		میلیارد دلار	۰	۰/۹	۶	قطعه
۷	اشتغال مستقیم صنعت خودرو	هزار نفر	۱۷۰	۲۰۰	۲۵۰	خودرو و قطعات
۸	سهم اشتغال صنعت خودرو از اشتغال بخش صنعت	درصد	۱۲	۱۴	۱۵	بر مبنای اطلاعات واحدهای صنعتی بالای ۱۰ کارکن
۹	نسبت هزینه تحقیق و توسعه به فروش در صنعت خودرو	درصد	۰/۳۱	۱	۲/۵	
۱۰	شاخص رضایت مصرف کننده	امتیاز از ۱۰۰۰	۶۳۰	۷۰۰	۸۲۰	
۱۱	سطح استاندارد آلاینده‌گی	یورو x	۴ یورو	۴ و ۵ یورو	استاندارد روز اتحادیه اروپا	
۱۲	متوسط مصرف سوخت	Litr/۱۰۰km	۹	۷/۵	۴/۵	بر مبنای تولید محصولات
۱۳	جایگاه ایران در جهان	رتبه	۱۸	۱۵	۱۱	

۳- راهبردهای توسعه صنعت خودرو

با توجه به سیاست‌ها و هدف‌گذاری انجام شده در صنعت خودرو کشور در افق ۱۴۰۴، راهبردهای تحقق این اهداف به شرح ذیل تعیین می‌گردد:

- ۱) ارتقای توانمندی بنگاه‌ها
- ۲) مدیریت واردات خودرو و قطعات
- ۳) افزایش نفوذ فناوری در صنعت موجود
- ۴) توسعه همکاری‌های بین‌بنگاهی
- ۵) گسترش همکاری‌های بین‌المللی
- ۶) توسعه سرمایه‌گذاری برای ایجاد و تکمیل واحدها
- ۷) تنوع بخشی به روش‌های تأمین مالی
- ۸) حمایت از مصرف‌کنندگان خودروهای داخلی و وارداتی
- ۹) اصلاح مصارف

۴- برنامه های اجرایی در راستای راهبردهای تعیین شده

جدول ۲۳- برنامه های اجرایی در راستای راهبردهای تعیین شده

ردیف	راهبرد	برنامه های اجرایی
۱	ارتقای توانمندی بنگاه ها	<ul style="list-style-type: none"> • طراحی و تولید خودرو با نام و نشان تجاری داخلی، استفاده از پلتفرم مشترک توسط یک یا چند خودروساز داخلی و یا معتبر جهانی با حفظ مزیت رقابتی/صادراتی • طراحی محصول و توسعه درحوزه فناوری های نوین در بخش قوای محرکه به ویژه موتورهای پایه گازسوز، بنزینی، دیزلی، برقی و هیبریدی • ایجاد و ارتقای مراکز طراحی قطعات و مجموعه های خودرو • ایجاد و گسترش مراکز تحقیق و توسعه به ویژه در بخش قوای محرکه • حمایت از شرکت های خودروساز سبک با ظرفیت اسمی حداقل ۱۰۰ هزار دستگاه و فروش سالانه حداقل ۶۵٪ آن و تخصیص حداقل ۳٪ فروش به عنوان بودجه تحقیق و توسعه • حمایت از شرکت های خودروساز تجاری با ظرفیت اسمی ۱۵ هزار دستگاه و فروش سالانه ۶۵٪ آن و تخصیص حداقل ۳٪ فروش به عنوان بودجه تحقیق و توسعه • حمایت از شرکت های قطعه و مجموعه ساز با سهم حداقل ۲۵٪ فروش بازار آن محصول و تخصیص حداقل ۳٪ فروش به عنوان بودجه تحقیق و توسعه • کاهش تدریجی / حذف تولید خودرو به روش SKD و FCKD • ارتقای کیفیت و ایمنی خودروهای تولید داخل در سطح استانداردهای جهانی • ارتقای استانداردهای ایمنی و آلایندهای به استانداردهای روز اتحادیه اروپا • توسعه زیر ساخت های نرم افزاری و سخت افزاری فروش و خدمات پس از فروش • ایجاد و توسعه مراکز آزمون قطعات و مجموعه های خودرو در ارتباط با استانداردهای اجباری ۵۵ دایرکتیو • توسعه خدمات مهندسی و مشاوره • توسعه و گسترش انجمن های تخصصی • توسعه نظام های مدیریتی نظیر مهندسی مجدد فرآیندها، فضای نوآوری سازمان، ارتقای بهره وری، توانمندسازی منابع انسانی، مدیریت زنجیره تأمین، توانایی همکاری مشترک و ...

برنامه های اجرایی	راهبرد	ردیف
<ul style="list-style-type: none"> • سرمایه گذاری برای تولید خودروهای برقی، دونیروی (هیبریدی)، کوچک (میکروکار) و کاروان، موتور (درون سوز و برون سوز)، برخی قطعات خودرو مانند انژکتور، ای.سی.یو، ترمز ضدقفل، کیسه هوا و غیره، تجهیزات الکترونیکی خطوط (علائم و ارتباطات) و مراکز آزمون (خودرو، قطعات و مجموعه های خودرو) • توسعه ظرفیت های تولید بنگاه های موجود برای بهبود تولید خودروهای سواری، وانت و قوای محرکه خودروهای سبک و سنگین (موتور، گیربکس و ...) • سرمایه گذاری مستقیم / مشترک با قطعه سازان / مجموعه سازان خارجی با نام و نشان تجاری معتبر • حمایت از تولید خودروهای ارزان قیمت / کم مصرف و سازگار با محیط زیست • ایجاد و توسعه مراکز تولید مواد اولیه عمده مورد نیاز صنعت خودرو (ورق، شیشه، رنگ و ...) • توسعه صنایع جانبی رقابت پذیر (ماشین آلات و تجهیزات خطوط تولید، قالب و ابزار، آزمون های مرتبط با صنایع بازیافت و ...) • توسعه جایگاه های سوخت متناسب با رشد صنعت خودرو • ایجاد و توسعه شهرک های صنعتی تخصصی در حوزه صنعت قطعه سازی 	<p style="text-align: center;">توسعه سرمایه گذاری برای ایجاد و تکمیل واحدها</p>	<p style="text-align: center;">۲</p>
<ul style="list-style-type: none"> • حمایت از فعالیت های تحقیق و توسعه در حوزه مواد اولیه، مواد قابل بازیافت، قوای محرکه، تجهیزات ایمنی و راحتی، فناوری های نوین در مواد جدید و پایه، خودروی هوشمند و سامانه هوشمند ارتباط بین خودروها با مسیر و ... • توسعه مشارکت های بین بنگاهی (مراکز R&D، شرکت های قطعه ساز، خودروساز، تست و آزمون و ...) در حوزه خرید و انتقال فناوری های مورد نیاز صنعت خودرو • طراحی و توسعه فناوری های نوین در زمینه مجموعه های برق و الکترونیک • به کارگیری و توسعه فناوری های نوین در تولید خودرو نظیر به کارگیری سامانه های هوشمند خودرویی (CVT) • توسعه پارک های علمی و فناوری • ارتباط نظام مند صنعت خودرو با دانشگاه ها، مراکز علمی و پژوهشی و پارک های فناوری در حوزه فناوری های نو و پیشرفته 	<p style="text-align: center;">افزایش نفوذ فناوری در صنعت موجود</p>	<p style="text-align: center;">۳</p>

برنامه های اجرایی	راهبرد	ردیف
<ul style="list-style-type: none"> • ایجاد مجموعه سازان بزرگ در تولید قطعات و مجموعه های رقابت پذیر با تاکید بر ادغام و تجمیع، جهت دستیابی به مقیاس اقتصادی تولید و توسعه متوازن صنعت قطعه سازی به میزان حداقل ۵ قطعه ساز بزرگ در مقیاس جهانی • ایجاد حداقل سه خودروسازی بزرگ در مقیاس جهانی با تأکید بر ادغام و تجمیع شرکت های خودروساز با شرکت های داخلی و یا خارجی. (شاخص های مقیاس جهانی: داشتن نام و نشان تجاری محصول - تعداد تولید - فروش و خدمات پس از فروش از طریق شبکه جهانی) • خرید سهام یا سرمایه گذاری در سایر بنگاه ها برای کسب فناوری و تولید تجهیزات پیشرفته • ایجاد شرکت های مشترک بین تولیدکنندگان برای خرید مواد اولیه، تحقیق و توسعه، صادرات و فعالیت های دارای ارزش افزوده بیشتر و کاهش قیمت تمام شده • انعقاد قرارداد بلندمدت بین شرکت های خدمات پس از فروش و خودروسازان یا واردکنندگان خودرو برای ارتقای خدمات پس از فروش 	<p>توسعه همکاری های بین بنگاهی</p>	۴
<ul style="list-style-type: none"> • پیش بینی صادرات محصول در قراردادهای همکاری با طرف های خارجی • سرمایه گذاری مستقیم / مشترک با شرکت های قطعه ساز و مجموعه ساز خارجی با نام و نشان تجاری معتبر در جهت تقویت نشان تجاری محصولات • انعقاد توافق نامه های دو جانبه و چند جانبه جهت مبادله فناوری و نیز ایجاد زنجیره های تولید بین المللی • ایجاد و توسعه مراکز بازاریابی بین المللی • مساعدت در تأمین خطوط اعتباری مناسب برای بازارهای هدف صادراتی • ارتقای نقش صنعت خودرو در پیمان های منطقه ای و جهانی در جهت توسعه صادرات • افزایش مشوق های صادراتی متناسب با ارزش افزوده محصولات صادراتی و نسبت صادرات به تولید داخل 	<p>گسترش همکاری های بین المللی</p>	۵

برنامه های اجرایی	راهبرد	ردیف
<ul style="list-style-type: none"> • اعطای تسهیلات بانکی مناسب جهت ایجاد کارگاه های دارای اولویت سرمایه گذاری • اعتبار خرید به سازندگان برای خرید تجهیزات • اعمال بخشودگی های مالیاتی به میزان هزینه هایی که در فعالیت های پژوهشی و نوآوری ها منجر به تجاری سازی شده اند • انتشار اوراق مشارکت یا صکوک • پذیرش و تسهیل ضمانت انواع دارائی ها نظیر مالکیت صنعتی، اعتبار بنگاه، افزایش سرمایه ناشی از تجدید ارزیابی دارایی ها، قراردادهای فروش و ...) • اختصاص سهم تولید از منابع حاصل از هدفمندی یارانه ها • ایجاد صندوق حمایت از توسعه صنایع خودرو با تخصیص سرمایه مناسب • حمایت از شرکت ها در جهت تأمین مالی (سرمایه در گردش) • اعطای تسهیلات بانکی برای خرید خودرو (با اولویت در اعطای تسهیلات به خودروهای تجاری) و به منظور جایگزینی خودروهای فرسوده • حمایت از سرمایه گذاری خارجی در صنعت خودرو شامل حوزه های تاسیس مرکز تحقیق و توسعه در داخل کشور، ایجاد تراز ارزی صادرات و واردات و اولویت تأمین قطعات از شرکت های داخلی 	<p>تنوع بخشی به روش های تأمین مالی</p>	۶
<ul style="list-style-type: none"> • تعیین تعرفه ها برای دوره های پنج ساله در راستای شفاف سازی فضای رقابتی و متناسب با توسعه صنعت خودرو • مدیریت کمی حجم و تنوع واردات (از طریق تعرفه) • ممنوعیت واردات خودرو، قطعات و مجموعه های دست دوم • حذف تدریجی موانع غیرتعرفه ای - غیرفنی • تدوین و توسعه استانداردهای خودرو، قطعات و مجموعه های خودرو و اجباری نمودن آنها 	<p>مدیریت واردات خودرو و قطعات</p>	۷

برنامه های اجرایی	راهبرد	ردیف
<ul style="list-style-type: none"> • نظارت بر عملکرد شرکت های خودروساز و واردکنندگان خودرو در حوزه کیفیت و خدمات فروش و خدمات پس از فروش • نظارت بر عملکرد سیستم نظرسنجی مشتریان و رسیدگی به شکایات • تأکید بر استفاده از سوخت گاز طبیعی (CNG) یا سوخت های جایگزین با آلاینده های پائین و صرفه جویی انرژی در وسایل حمل و نقل پرپیمایش مانند تاکسی، وانت، ون، مینی بوس، اتوبوس، کامیونت های خدماتی (در تمام موارد درون / برون شهری)، خودروهای دولتی / نیروهای نظامی و انتظامی • تسریع در خروج و اسقاط خودروهای فرسوده با میانگین عمر سنی تعیین شده در ضوابط مربوطه و جایگزینی آن ها • پیگیری کاهش عمر خودروهای در حال تردد و تصویب دستورالعمل های مربوطه تا حداقل ۱۵ سال برای خودروهای سبک • تسریع در نوسازی ناوگان خودرویی حمل و نقل شهری و عمومی • ایجاد و توسعه مراکز معاینه فنی متناسب با توسعه صنعت خودرو • تأمین و توزیع سراسری سبد سوخت مصوبه دولت با کیفیت هم تراز با استانداردهای مصوب مورد عمل صنعت خودرو • تسریع در نوسازی ناوگان حمل و نقل جاده ای • توسعه متوازن راه ها و زیر ساخت های حمل و نقل متناسب با صنعت خودرو • پیگیری منع تردد خودروهای فاقد استانداردهای آلاینده های مصوب و جلوگیری از مصرف انواع مواد مضر در سوخت و مواد اولیه • تدوین، توسعه و به روز آوری استانداردهای مرتبط با صنعت خودرو و نظارت عملی بر اجرای آنها در مورد کالاهای تولید داخلی و وارداتی • الزام واردکنندگان خودرو به رعایت آئین نامه ها و ضوابط ابلاغ شده وزارت صنعت، معدن و تجارت (به ویژه ایجاد مراکز خدمات پس از فروش) 	<p style="text-align: center;">حمایت از مصرف کنندگان خودروهای داخلی و وارداتی</p>	۸
<ul style="list-style-type: none"> • ترویج فرهنگ استفاده از محصولات ایرانی • ترویج گسترش فرهنگ استفاده از خودروی کوچک (میکروکار)، دونیروبی (هیبریدی) و کم مصرف 	<p style="text-align: center;">اصلاح مصارف</p>	۹

۵ - الزامات اجرای برنامه‌ها

- ۱) رفع شرایط تحریم و بهبود تعاملات بین المللی
- ۲) بهبود محیط کسب و کار جهت تسهیل فرآیند جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی^{۲۰} و سرمایه‌گذاری مشترک^{۲۱} با هدف انتقال فناوری‌های نوین و استفاده از شبکه فروش و صادراتی آنها
- ۳) بسترسازی و تسهیل حضور فعال در پیمان‌های منطقه‌ای و جهانی
- ۴) اجرای صحیح و کامل قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی
- ۵) تخصیص منابع لازم برای اجرای کامل برنامه‌ها
- ۶) اعمال معافیت‌های مالیاتی برای فعالیتهایی نظیر تحقیق و توسعه، نوآوری، نفوذ فناوری‌های نو و پیشرفته، خودروهای برقی و هیبریدی، صرفه‌جویی انرژی، بازیافت و ارتقای بهره‌وری
- ۷) تصویب و اجرای مقررات مربوط به تسهیل ضمانت‌ها. پذیرش انواع دارائی‌ها به عنوان تضمین و سهولت استفاده از آنها برای تسهیل مبادلات غیر نقدی نظیر مالکیت فکری، قراردادهای فروش و اعتبار بنگاه‌ها
- ۸) اصلاح روش‌های پرداخت و تسویه در معاملات، مانند انتقال پول، انتقال بدهی، انتقال طلب و تهاتر مابین طرفهای معامله
- ۹) تعیین و کاهش تدریجی تعرفه‌ها برای دوره‌های زمانی مشخص در راستای شفاف سازی فضای کسب و کار (به میزان ۳۰٪ تا سال ۱۴۰۰)
- ۱۰) ممنوعیت واردات محصولات دست دوم به صورت تجاری
- ۱۱) ممنوعیت تردد خودروهای فرسوده و تسهیل شرایط جایگزینی آنها
- ۱۲) پرداخت اعتبار خرید به خارجی‌ها در جهت توسعه صادرات و تحریک تقاضا
- ۱۳) عضویت و تعامل سازنده با سازمان‌ها و مجامع بین المللی
- ۱۴) ترویج تجارت الکترونیکی

۸-۲- برنامه راهبردی صنعت فولاد

پژننامه راهبردی وزارت
صنعت، معادن و تجارت

۱- بررسی وضع موجود و جایگاه صنعت فولاد در ایران و جهان

- فولاد یکی از محصولات مهم و استراتژیک به شمار می رود و سهم قابل توجهی از ارزش افزوده صنعتی را به خود اختصاص داده است.
- در سال ۲۰۱۴ حدود ۱۷۰۰ میلیون تن فولاد در جهان تولید و مصرف شده است. از این رو، بسیاری از کشورها با توجه به منابع خود اعم از مواد اولیه، انرژی و... اقدام به احداث واحدهای فولادی نمودند تا نیاز داخلی کشور خود را به این کالای استراتژیک پاسخ دهند.
- در کشور ما هم تولید این محصول استراتژیک سابقه ای بیش از چهل و دو سال دارد.
- در حال حاضر، تولید سالیانه فولاد خام حدود ۱۷ میلیون تن می باشد.
- ایران با سهمی معادل یک درصد، در رتبه چهاردهم تولید فولاد جهان قرار دارد.
- بر اساس آمار انجمن جهانی آهن و فولاد، در سال ۲۰۰۳ معادل با ۹۷۱ میلیون تن فولاد خام در جهان تولید شده است.
- در سال ۲۰۱۲ میلادی، تولید جهانی این محصول به ۱۵۴۵ میلیون تن و در سال ۲۰۱۳ میلادی، به ۱۶۴۹ میلیون تن رسیده است.
- متوسط نرخ رشد فولاد خام طی سال های (۲۰۱۳-۲۰۰۳) برابر با ۵/۴ درصد بوده است.

استنباط اولیه از این کاهش و افزایش در سرعت رشد تولید فولاد خام آن است که کشورهای در حال توسعه و نوظهور صنعتی برای پاسخ به نیازهایی همچون توسعه زیر ساخت های صنعت که لازمه گذار به مرحله توسعه یافتگی است، بیشتر از گذشته در صنعت فولاد سرمایه گذاری می کنند.

سهم کشورهای پیشرفته در تولید فولاد طی دهه گذشته کاهش یافته و به کشورهای خاورمیانه، آسیا و سایر اروپا واگذار گردیده است.

یکی از مهم ترین دلایل کاهش و افزایش سهم ها، استراتژی بلند مدت کشورهای پیشرفته مبنی بر انتقال فناوری فولاد به کشورهای دارای منابع انرژی است. از این رو، کشورهای پیشرفته به سمت سرمایه گذاری در بخش هایی از صنعت فولاد مانند فولادهای آلیاژی، کیفی و محصولات نهایی جدید حرکت کرده اند که انرژی بری و آلاینده کمی دارند و ارزش افزوده بیشتری تولید می کنند. از سوی دیگر، بحران مالی جهان و بحران منطقه یورو نیز بر شدت این کاهش افزوده است.

جدول ۲۴ - میزان تولید کشورهای برتر جهان در تولید فولاد خام - سال ۲۰۱۴

رتبه	کشور	میزان تولید (میلیون تن)	سهم (درصد)
۱	چین	۸۲۳	۵۰/۳
۲	ژاپن	۱۱۱	۶/۸
۳	آمریکا	۸۸	۵/۴
۴	هند	۸۳	۵/۱
۵	کره جنوبی	۷۱	۴/۳
۶	روسیه	۷۱	۴/۳
۷	آلمان	۴۳	۲/۶
۸	ترکیه	۳۴	۲/۱
۹	برزیل	۳۴	۲/۱
۱۰	اوکراین	۲۷	۱/۷
۱۴	ایران	۱۶/۳	۱

مأخذ: سازمان زمین شناسی آمریکا (USGS)

از نظر جغرافیایی مناطق عمده تولید فولاد کشور استان های اصفهان، یزد، کرمان و خوزستان هستند و عمده ترین مناطق معدنی فولاد شامل استان های خراسان رضوی، کرمان و یزد می شوند. مناطق منتخب پیشنهادی جهت توسعه زنجیره غیر جوار معدنی این صنعت، منطقه جنوب شامل استان های سیستان و بلوچستان، هرمزگان، بوشهر و خوزستان (جوار آب) است.

◀ تأمین مواد اولیه

مواد اولیه یکی از موثرترین و مهم ترین ضرورت های توسعه فولاد در کشور است و سنگ آهن اصلی ترین ماده اولیه تولید فولاد به شمار می رود. ذخایر احتمالی سنگ آهن کشور بالغ بر ۴/۳ میلیارد تن است که ۳ میلیارد تن آن ذخیره قطعی اولیه محسوب می شود.

همچنین زغال سنگ کک شواز مواد اولیه اصلی تولید آهن در روش کوره بلند است. حدود ۱/۱ میلیارد تن از ذخائر قطعی زغال سنگ کشور بالغ بر ۹۰۰ میلیون تن از نوع زغال سنگ کک شو است که حدود ۸۰ درصد آن در طبس و کرمان قرار دارد.

۲-هدف گذاری صنعت فولاد

۲-۱- چشم انداز توسعه صنعت فولاد ایران در افق ۱۴۰۴:

توسعه صنایع آهن و فولاد با برقراری توازن در زنجیره استخراج معدن تا تولید محصول نهایی به منظور پوشش کامل نیاز داخل، صادرات به کشورهای هدف، حداکثر سازی مزیت اقتصادی، ضمن به کارگیری فناوری های روز دنیا و اولویت قراردادن مناطق منطبق با دسترسی به منابع و بازارهای داخلی و خارجی کشور، چشم انداز ذیل را ترسیم می نماید:

«کسب جایگاه هفتم دنیا با تولید سالیانه ۵۵ میلیون تن فولاد خام»

۲-۲- اهداف کلی :

- ۱) استخراج معادن و تولید محصولات فولادی در مقیاس بهینه
- ۲) پیشینه سازی اقتصادی زنجیره ارزش داخلی
- ۳) ارتقای سطح کیفیت و استاندارد محصولات در سطح جهانی
- ۴) ارتقای سطح فناوری در تمامی زمینه های مرتبط و دستیابی به دانش فنی و فناوری های جدید
- ۵) حداکثر استفاده از توان داخلی در مراحل مهندسی، احداث و بهره برداری
- ۶) ارتقای بهره وری کل عوامل تا سطح شاخص های جهانی
- ۷) دستیابی به شاخص های استانداردهای زیست محیطی

۲-۳- هدف گذاری کمی تا سال ۱۴۰۴ :

جدول ۲۵- وضعیت موجود و هدف گذاری صنعت فولاد تا افق سال ۱۴۰۴

ردیف	شاخص	واحد سنجش	وضعیت موجود (سال ۹۳)	هدف (سال ۱۳۹۶)	هدف (سال ۱۳۹۹)	هدف (سال ۱۴۰۴)	توضیح
۱	ظرفیت کنسانتره سنگ آهن	میلیون تن	۳۱	۵۰	۷۱	۷۲	
۲	ظرفیت گندله	میلیون تن	۲۲	۴۸	۸۲	۸۵	
۳	ظرفیت آهن اسفنجی	میلیون تن	۲۲	۳۵	۴۸	۵۴	
۴	ظرفیت فولاد خام	میلیون تن	۲۴	۳۲	(۱)۵۰	۵۵	
۵	ظرفیت محصولات فولادی	میلیون تن	۳۳	(۲)۵۰	(۲)۶۰	(۲)۷۸	
۶	مصرف ظاهری فولاد	میلیون تن	۱۸	۲۶	۳۱	۴۱	
۷	سهم ارزش افزوده صنعت فولاد در بخش	درصد	۱۸ (سال ۹۲)	۱۹	۲۰	۲۰	بر اساس اطلاعات بانک مرکزی به قیمت ثابت سال پایه ۱۳۸۳
۸	سهم اشتغال صنعت فولاد به اشتغال بخش	درصد	۷ (سال ۹۲)	۷/۵	۸	۸	مرکز آمار ایران (اطلاعات کارگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر)
۹	نسبت هزینه تحقیق و توسعه به فروش	درصد	۰/۰۳	۰/۰۶	۰/۱	۰/۱	
۱۰	سهم صنعت فولاد از کل صادرات صنعتی	درصد	۴	۶	۸	۱۰	
۱۱	نسبت هزینه انرژی و آب به قیمت تمام شده	درصد	۲/۸۵ (سال ۹۲)	۲/۵	۲/۲	۲	
۱۲	سهم هزینه مواد اولیه خارجی از کل هزینه های صنعت فولاد	درصد	۴ (سال ۹۲)	۳/۵	۳/۳	۳	
۱۳	جایگاه ایران در جهان	رتبه	۱۴	۱۲	۱۰	۷	

(۱): با توجه به پیشرفت فیزیکی طرح های نیمه تمام پیش بینی می گردد ظرفیت تولیدی ایجاد شده بیشتر از هدف خواهد شد، لذا در ایجاد واحدهای جدید می بایست دقت شود.

(۲): با توجه به واحدهای موجود و طرح های نیمه تمام که پیشرفت فیزیکی قابل ملاحظه دارند و به احتمال زیاد به بهره برداری می رسند، این اهداف محقق خواهد شد، اما هدف گذاری برای افق ۱۴۰۴ به میزان ۴۶ میلیون تن تعیین شده است.

۳- اهم نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدهای صنعت فولاد

۳-۱- نقاط قوت :

- ۱) وجود منابع معدنی مورد نیاز در کشور
- ۲) توانمندی نیروی انسانی
- ۳) رقابتی بودن نسبی قیمت در کشور
- ۴) حضور بخش خصوصی در عرصه سرمایه‌گذاری
- ۵) وجود بسترهای اقتصادی و صنعتی لازم و اثر بخشی تولید فولاد در رشد اقتصادی کشور
- ۶) دسترسی به فناوری های تولید آهن و فولاد
- ۷) مصرف محصولات فولادی به عنوان مواد اولیه صنایع مهم
- ۸) گسترش شرکت های مهندسی و مشاوره با قابلیت ایجاد دانش فنی
- ۹) گسترش شرکت های ساخت ماشین آلات و تجهیزات

۳-۲- نقاط ضعف :

- ۱) پایین بودن بهره وری کل عوامل تولید
- ۲) نبود ثبات در سیاست گذاری
- ۳) عدم توجه به مکان یابی استقرار واحدها
- ۴) کمبود منابع مالی
- ۵) عدم توسعه واحدهای تحقیق و توسعه و بهره برداری نامناسب از آن
- ۶) عدم توجه به توازن ظرفیت سازی زنجیره تولید از معدن تا محصول نهایی
- ۷) عدم توجه به مدیریت اکتشاف مواد معدنی به ویژه سنگ آهن و عدم تغییر ذخایر اکتشافی طی سال های گذشته
- ۸) عدم تعادل در برنامه ریزی جهت افزایش ظرفیت بهره برداری معادن در تولید فولاد خام به ویژه سنگ آهن
- ۹) عدم توجه به حداقل ظرفیت اقتصادی به منظور بهره وری در تولید
- ۱۰) عدم استفاده از فناوری های روز در ظرفیت سازی
- ۱۱) برنامه ریزی ناکافی در تأمین مواد کمکی مورد نیاز از جمله فروآلیاژها
- ۱۲) عدم توجه به تولید فولادهای کیفی و آلیاژی- که ارزش افزوده بالایی دارند- و تمرکز بر تولید فولادهای ساده کربنی در واحدهای تولیدی
- ۱۳) عدم رشد مورد نیاز در تولید دانش فنی به روز و وابستگی به کشورهای خارجی
- ۱۴) بالا بودن سهم سرمایه گذاری تجهیزات وارداتی

۳-۳- فرصت ها :

۱. دسترسی به منابع انرژی
۲. جذب سرمایه‌گذاری خارجی
۳. وجود تقاضا در بازارهای داخلی و خارجی
۴. حمایت دولت از ایجاد و توسعه صنعت

۳-۴- تهدیدها :

۱. عدم برنامه‌ریزی صحیح در واردات محصولات تولیدی در داخل
۲. ضعف زیر ساخت ها
۳. ناتوانی واحدهای تولیدی در تأمین نیازهای مالی
۴. محدودیت های زیست محیطی
۵. عدم توجه به برنامه‌ریزی و تولید محصولاتی که در جهان دارای مازاد تولید هستند
۶. وجود تحریم‌های بین المللی
۷. غیر قابل پیش بینی بودن قیمت نهاده‌های تولید

۱- راهبردهای توسعه صنعت فولاد

با توجه به سیاست‌ها و هدف‌گذاری انجام شده در صنعت فولاد کشور در افق ۱۴۰۴، راهبردهای منتخب برای تحقق این اهداف به شرح ذیل تعیین می‌گردد:

۱) اکتشاف و استخراج معادن بزرگ مقیاس و تأمین مواد اولیه مورد نیاز و استقرار واحدهای فرآوری ارزش در مقیاس اقتصادی در جوار معادن و دریا

۲) مدیریت زنجیره ارزش تولیدات با توجه به تغییر ترکیب سبد تولیدات به فولادهای با ارزش افزوده بالاتر

۳) جذب و توسعه سرمایه‌گذاری و تأمین مالی

۴) به‌کارگیری فناوری‌های روز دنیا

۵) مدیریت بازار بر محور توسعه صادرات

۶) ایجاد و توسعه زیرساخت‌های لازم

۷) ارتقای بهره‌وری عوامل تولید (نیروی انسانی، ماشین‌آلات، سرمایه، انرژی و...)

۸) توسعه پایدار و حفظ محیط زیست با توجه به چرخه مصرف و بازیافت

۲- برنامه های اجرایی در راستای راهبردهای تعیین شده

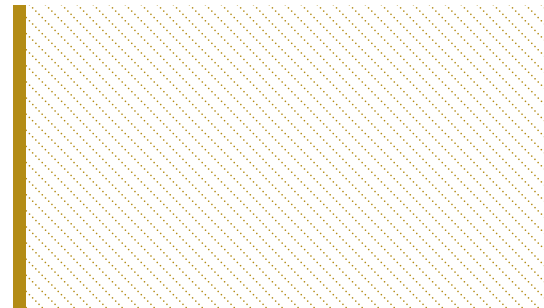
جدول ۲۶ - برنامه های اجرایی در راستای راهبردهای تعیین شده

ردیف	راهبرد	برنامه های اجرایی
۱	ارتقای توانمندی بنگاه ها	<ul style="list-style-type: none"> • واگذاری معادن دولتی به بخش خصوصی بر اساس اصل ۴۴ • اکتشاف و استخراج معادن و مدیریت ذخایر سنگ آهن طبق اصل ۴۴ • به کارگیری فناوری های نوین برای فرآوری سنگ های کم عیار • کمک دولت در تجهیز معادن و احداث واحدهای کنسانتره و گندله در جوار معادن • هدایت طرح های ادامه زنجیره ارزش در جوار دریا
۲	مدیریت زنجیره ارزش تولیدات با توجه به تغییر ترکیب سبد تولیدات به فولادهای با ارزش افزوده بالاتر	<ul style="list-style-type: none"> • برقراری توازن زنجیره تولید • رعایت مقیاس اقتصادی تولید • به کارگیری روش های کارآمد • نیاز سنجی بازار مصرف
۳	جذب و توسعه سرمایه گذاری و تأمین مالی	<ul style="list-style-type: none"> • تأمین و تخصیص منابع مالی بر اساس اولویت احداث هر یک از بخش های زنجیره تولید فولاد از طریق فاینانس، گشایش اعتبار اسنادی (ارزی-ریالی) و ارائه تضمین های حمایتی از سوی نهادهای وام دهنده جهت مقابله با نوسانات ارزی • جلب مشارکت سرمایه گذاران بخش خصوصی و خارجی در کل زنجیره با ایجاد انگیزه و اعتماد در سرمایه گذاران • تأمین منابع و هدایت سرمایه گذاران خصوصی جهت مشارکت در طرح های اولویت دار
۴	به کارگیری فناوری های روز دنیا	<ul style="list-style-type: none"> • انتقال، انتخاب و بومی سازی فناوری های لازم • ارتقای توان مهندسی (تقویت پژوهش های کاربردی، تقویت ارتباط مراکز علمی - صنعتی - دانشگاهی (داخلی و خارجی)) • تقویت و توسعه واحدهای ماشین سازی و ساخت تجهیزات موجود کشور با رعایت کامل قانون حداکثر توان ساخت داخل در زمینه های گوناگون مهندسی و ساخت تجهیزات • بازسازی و نوسازی خطوط تولید آهن و فولاد با فناوری های قدیمی و کم بازده • افزایش کیفیت محصولات تولیدی مطابق با استانداردهای بین المللی • ایجاد و ارتقای نام و نشان تجاری فولاد ایران در منطقه با استفاده از فناوری های روز دنیا

برنامه های اجرایی	راهبرد	ردیف
<ul style="list-style-type: none"> • افزایش تنوع محصولات نهایی با توجه به نیاز بازار داخل و خارج به ویژه محصولات با ارزش افزوده مطلوب • رصد پویای بازارهای داخلی و خارجی • اتخاذ راهکارهایی جهت بهبود شرایط صادرات و واردات در راستای قوانین WTO • ایجاد مکانیزم قیمت گذاری برای سنگ آهن و محصولات میانی زنجیره فولاد • ایجاد بانک اطلاعاتی مرجع تولیدکنندگان آهن و فولاد • دریافت مالیات و پرداخت یارانه 	<p style="text-align: center;">مدیریت بازاربر محور توسعه صادرات</p>	۵
<ul style="list-style-type: none"> • احداث نیروگاه توسط واحدهای تولیدی فولاد جهت تأمین برق مورد نیاز و در صورت وجود مازاد، امکان فروش به شبکه سراسری • انتقال آب دریاهاى جنوب با استفاده از فناوری های کارآمد و سازگار با محیط زیست • همکاری در توسعه خطوط انتقال گاز طبیعی به واحدهای فولادی • تکمیل و توسعه شبکه ریلی کشور در مناطق منتخب توسط دولت • تکمیل و توسعه و تجهیز بنادر و اسکله ها در جنوب کشور توسط دولت • سازماندهی و نوسازی ناوگان حمل و نقل جاده ای، ریلی و دریایی متناسب جهت بهره‌مندی از حمل و نقل آسان و کم هزینه محصولات و مواد اولیه در این صنعت توسط دولت 	<p style="text-align: center;">ایجاد و توسعه زیرساخت های لازم</p>	۶
<ul style="list-style-type: none"> • ارتقای بهره‌وری عوامل تولید تا رسیدن به استانداردهای بین المللی از طریق تکنیک‌های مدیریتی، آموزشی و انگیزشی • افزایش بهره‌وری تولید و انرژی • بسترسازی جهت ارائه و استفاده از نوآوری های فردی و جمعی در صنایع آهن و فولاد • رفع مشکلات واحدهای تولیدی اعم از تأمین زیرساخت و تأمین مالی • تسریع در راه اندازی طرح ها و رفع موانع و مشکلات آنها • توجه به بهره‌وری و بهینه سازی مصرف انرژی در صنعت فولاد 	<p style="text-align: center;">ارتقای بهره‌وری عوامل تولید</p>	۷
<ul style="list-style-type: none"> • شناسایی و استفاده از فناوری های سازگار با محیط زیست در تمامی مراحل تولید • استفاده از فرآیندهای مقتضی جهت پیشگیری از فرسایش و نابودی محیط زیست • استفاده از راهکارهای مقتضی جهت کاهش پیامدهای زیست محیطی در فناوری آب شیرین کن • اصلاح روش ها مطابق آیین نامه‌های بین المللی (جهت کسب مشوق های زیست محیطی از جمله انجمن سبز اروپا، کنوانسیون وین، پروتکل مونترال و پروتکل کیوتو) • استفاده از فرآیندهای بازیافت مواد و انرژی 	<p style="text-align: center;">توسعه پایدار و حفظ محیط زیست با توجه به چرخه مصرف و بازیافت</p>	۸

۳- الزامات اجرای برنامه‌ها

۱. بهبود تعاملات بین المللی و فضای کسب و کار
۲. تخصیص به هنگام و مناسب منابع لازم از محل‌های تعیین شده
۳. تدوین، اجرا و به روز رسانی استانداردهای کیفیت و نظارت بر اجرای دقیق آنها
۴. به کارگیری الزامات فنی در مدیریت واردات و کاهش تدریجی موانع تعرفه‌ای
۵. بهره‌وری منابع (سرمایه، نیروی انسانی، مواد و...) تا سطح شاخص‌های جهانی و دستیابی به قیمت‌های رقابتی
۶. اصلاح سیاست‌های پولی و مالی منطبق با نیاز تولید
۷. ارتقای سطح فناوری در تمامی زمینه‌های مربوطه و دستیابی به دانش فنی و فناوری‌های جدید
۸. اجرای مستمر و برنامه‌ریزی شده الزامات زیست محیطی و دستیابی به استانداردهای جهانی این صنعت
۹. جذب و توسعه سرمایه‌گذاری خارجی و خصوصی‌سازی واقعی
۱۰. توسعه فعالیت‌های اکتشافی و استخراج مواد معدنی
۱۱. سیاست‌گذاری و هماهنگی جهت ایجاد و توسعه زیرساخت‌های لازم



۸-۳- برنامه راهبردی صنعت نساجی و پوشاک

پژننامه راهبردی وزارت
صنعت، معادن و تجارت

۱- بررسی وضع موجود و جایگاه صنعت نساجی و پوشاک در ایران و جهان

صنعت نساجی در زمره بزرگ ترین، مهم ترین و قدیمی ترین صنایع جهان است که به دلیل اشتغال زایی بالا و نقش صنعتی، اقتصادی و اجتماعی فوق العاده، بسیار مورد توجه اغلب کشورها و اقتصادهای بزرگ دنیا قرار دارد. مزایای متنوع آن از جمله قدرت اشتغال زایی بالا، ارز آوری، تولید ثروت ملی، نیاز به سرمایه گذاری کمتر نسبت به سایر صنایع و ارزش افزوده بالا، موجب شده است که بسیاری از کشورها صنعتی شدن خود را صرفاً از صنایع نساجی و پوشاک آغاز کنند و کماکان نیز در بخش های دانش بنیان و با ارزش افزوده بالا پیشرو باشند. از جمله سیاست های موفق در پیشرفت این صنعت که تقریباً در همه کشورهای پیشرو (از قبیل چین، هند، ترکیه، ویتنام و...) به اجرا درآمده، جذب سرمایه گذاری خارجی است که پیش نیاز آن، در درجه اول رقابتی کردن هزینه های تولید و سپس تسهیل فضای مناسب کسب و کار و عقد قراردادهای تجاری آزاد و ترجیحی با بازارهای هدف صادراتی و تأمین زیرساخت ها، تسهیلات مالی و مشوق های صادراتی می باشد. علاوه بر این، دسترسی به مواد اولیه، نیروی کار ارزان و ماهر، حمایت همه جانبه دولت ها، مشوق های متنوع و تخفیف های مالیاتی، از جمله مشوق های سرمایه گذاری داخلی و خارجی در این صنعت به شمار می رود.

• طبق گزارش سازمان تجارت جهانی، در سال ۲۰۱۳ میلادی صادرات صنایع نساجی و پوشاک جهان (با ۸ هشت درصد رشد نسبت به سال قبل و با نرخ چهار برابر رشد کل تجارت جهانی) به ۷۶۶ میلیارد دلار رسید که ۶/۵ درصد از صادرات کالاهای صنعتی (به میزان ۱۱، ۸۴۸ میلیارد دلار) را در بر می گیرد.

• هم اکنون بالغ بر ۹۰،۸۱۸ واحد صنعتی با اخذ پروانه بهره برداری از وزارت صنعت، معدن و تجارت در صنایع نساجی و پوشاک کشور فعال هستند که این تعداد ۱۱ درصد از کل بنگاه های فعال صنعتی کشور را تشکیل می دهد.

• میزان سرمایه گذاری ثابت صورت گرفته در این واحدها طبق اعداد موجود در پروانه ها در حدود ۷۸ هزار میلیارد ریال و ۵ درصد از کل سرمایه گذاری صورت گرفته در صنعت کشور است.

• این واحدهای صنعتی بالغ بر حدود ۲۸۰ هزار شغل صنعتی مستقیم ایجاد نموده و در حدود ۱۲ درصد از اشتغال صنعتی کشور را به خود اختصاص داده اند.

• با وجود اینکه ۵ درصد از سرمایه گذاری صنعتی کشور در صنایع نساجی انجام شده است، این مقدار سرمایه گذاری نسبتاً کم، توانسته تا ۱۲ درصد از اشتغال صنعتی را به خود اختصاص دهد که این امر ظرفیت صنایع نساجی را در ایجاد اشتغال به خوبی نمایان می سازد.

شایان ذکر است که این میزان اشتغال مربوط به واحدهای صنعتی بوده و با توجه به تعداد زیاد واحدهای کوچک و صنفی، بر طبق آخرین سرشماری نفوس و مسکن (مرکز آمار ایران، سال ۱۳۹۰)، میزان شاغلین در صنعت نساجی، پوشاک و چرم کشور ۶۴۷ هزار نفر (۲۱ درصد از کل صنعت) است.

• بر اساس آمارهای موجود، متوسط هزینه مورد نیاز جهت ایجاد اشتغال برای یک نفر در صنایع نساجی حدود ۲۵ درصد متوسط هزینه ایجاد اشتغال یک نفر در کل صنعت کشور است.

با توجه به اشتغال زایی بالای صنعتی، سهم این صنعت از تولید ناخالص داخلی قابل توجه است. به طور کلی، ارزش افزوده از صنایع بالادستی به طرف پایین دستی افزایش پیدا می کند که در مورد صنایع نساجی هم هر چه به طرف حلقه های پایینی زنجیره تأمین حرکت کنیم، میزان ارزش افزوده افزایش می یابد که در مورد پوشاک آماده تا ۹۰ درصد نیز می رسد.

• طبق داده های مصرف فردی مرکز آمار در سال ۱۳۹۰ و گزارش موسسه تامسون روبرتز، مصرف سالانه

- انواع محصولات صنایع نساجی، پوشاک و چرم کشور در حدود ۲۰ میلیارد دلار تخمین زده می شود.
- با استناد به آخرین آمار بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، مصرف سالانه پوشاک خانوار شهری ۱۲/۷ میلیون ریال است و مصرف کل بازار داخلی کنونی پوشاک کشور بیش از ۳۰۰ هزار میلیارد ریال در سال برآورد می شود.
 - بدیهی است سرانه مصرف جهانی منسوجات و پوشاک به مراتب بیشتر از اعداد اعلامی می باشد که یکی از دلایل پایین بودن آن در کشور، کاهش قدرت خرید مردم و رکود اقتصادی کشور است.
 - ده کشور برتر صادرکننده نساجی، پوشاک و کفش جهان به ترتیب چین، ایتالیا، آلمان، هند، ایالات متحده آمریکا، ترکیه، بنگلادش، ویتنام، بلژیک و فرانسه محسوب می شوند.
 - در کنار چین با جمعیت ۱/۳۵ میلیارد نفری که به عنوان کارخانه دنیا از آن نام برده می شود، نزدیک به ۵۰ کشور جهان با صادرات سالانه بالای یک میلیارد دلار در زمینه صادرات پوشاک فعال هستند.
 - حجم فروش نام و نشان تجاری مهم (اروپایی و آمریکایی) پوشاک و کفش جهان از کل صادرات کشورهای بزرگ صادرکننده بیشتر است.
 - کشورهای با درآمد بالا (درآمد سرانه بالای ۱۲، ۶۱۶ دلار) ۴۵ درصد، کشورهای با درآمد متوسط به بالا (درآمد سرانه بین ۴، ۰۸۶ تا ۱۲، ۶۱۶ دلار) ۴۲ درصد، کشورهای با درآمد متوسط به پایین (درآمد سرانه بین ۱۰۳۵ تا ۴، ۰۸۶ دلار) ۱۳ درصد و کشورهای با درآمد پایین (درآمد سرانه کمتر از ۱۰۳۵ دلار): ۴ درصد از صادرات نساجی و پوشاک جهان را بر عهده دارند.
 - ۸۰ درصد صادرات جهانی پوشاک مربوط به کشورهای با درآمد بالا و متوسط به بالا می باشد.
 - با توجه به وضعیت جهانی صنایع نساجی و پوشاک و وضعیت نیروی کار و گروه اقتصادی کشور (درآمد متوسط به بالا)، ایران پتانسیل صادرات بیش از ۱۲ میلیارد دلار منسوجات، پوشاک، کفش و چرم را دارد.
 - پنج واردکننده مهم جهانی پوشاک در سال ۲۰۱۴، به ترتیب آمریکا (۸۶ میلیارد دلار)، آلمان (۳۶ میلیارد دلار)، ژاپن (۲۹ میلیارد دلار)، انگلستان (۲۸ میلیارد دلار) و فرانسه (۲۳ میلیارد دلار) هستند که نزدیک به نیمی از واردات پوشاک جهان را به خود اختصاص داده اند.
 - حجم واردات پوشاک منطقه خاورمیانه و همسایگان ایران ۴۰ میلیارد دلار است و واردکنندگان مهم به ترتیب روسیه، امارات متحده عربی، عربستان و ترکیه به شمار می روند.

جدول ۲۷- رتبه برخی کشورها بر اساس ارزش صادرات نساجی و پوشاک در جهان - سال ۲۰۱۳

رتبه	نام کشور	ارزش صادرات نساجی (میلیارد دلار)	کل صادرات کشور (میلیارد دلار)	سهم نساجی از کل صادرات (درصد)
۱	چین	۲۸۸	۲۰۴۹	۱۲/۵
۳	هند	۳۶	۲۹۷	۹/۸
۴	ترکیه	۲۸	۱۵۳	۱۶/۳
۵	بنگلادش	۲۵/۴	۲۸/۸	۸۸
۶	ویتنام	۲۲	۱۱۵	۱۵/۷
۹	پاکستان	۱۴	۲۵	۵۲
...	ایران	۰/۹۱	۳۵/۵	۲/۶

منبع: سازمان تجارت جهانی

۲- هدف‌گذاری صنعت نساجی و پوشاک

۱-۲- چشم‌انداز صنعت نساجی و پوشاک در افق سال ۱۴۰۴:

بر اساس سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران که جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری را در سطح منطقه ترسیم نموده است و نظر به قدمت، نقش بالای اشتغال‌زایی مستقیم و غیرمستقیم صنعتی، ارزش افزوده بالا و توان بالقوه و بالفعل صادراتی، چشم‌انداز صنعت نساجی و پوشاک در افق سال ۱۴۰۴ به شرح ذیل ترسیم می‌شود:

«دستیابی به جایگاه سوم صنعت نساجی در منطقه و رسیدن به رتبه پنجاهام جهان با تکیه بر رقابت‌پذیری، نوسازی و سرمایه‌گذاری همراه با توسعه فناوری و ارتقای بهره‌وری عوامل تولید»

۲-۲- اهداف کمی صنعت نساجی و پوشاک تا افق ۱۴۰۴:

جدول ۲۸- وضعیت موجود و هدف گذاری صنعت نساجی و پوشاک

ردیف	شاخص	واحد سنجش	وضعیت موجود سال (۱۳۹۳)	هدف (سال ۱۳۹۶)	هدف (سال ۱۳۹۹)	هدف (سال ۱۴۰۴)	توضیح
۱	میزان تولید	ریسندگی سیستم پنبه ای	هزار تن	۲۰۰	۲۱۵	۲۴۰	۲۹۰
		انواع پارچه لباسی	هزار تن	۱۹۰	۲۰۰	۲۳۰	۲۸۰
		پوشاک	هزار تن	۲۵۰	۳۰۰	۳۵۰	۴۵۰
		فرش ماشینی	میلیون متر مربع	۸۰	۱۰۰	۱۲۰	۱۵۰
		انواع محصولات نساجی پایین دستی پتروشیمی	هزار تن	۳۰۰	۳۶۰	۴۰۰	۵۰۰
۲	تعداد کل شاغلین "مستقیم"	هزار نفر	۳۰۰	۳۵۰	۴۰۰	۵۰۰	بر اساس اشتغال مجوزها
۳	سهم از ارزش افزوده صنایع نساجی و پوشاک از کل صنعت	درصد	۳ (سال ۹۲)	۳/۳	۳/۶	۴	بر مبنای قیمت پایه سال ۸۳-بانک مرکزی
۴	ارزش صادرات صنایع نساجی، پوشاک، چرم و کفش بدون احتساب فرش دستباف	میلیون دلار	۱۱۴۷	۱۶۰۰	۲۲۰۰	۳۰۰۰	
۵	نسبت هزینه تحقیق و توسعه به فروش	درصد	۰/۰۳ (سال ۹۲)	۰/۰۵	۰/۱	۰/۵	

توضیح: به ازای ایجاد هر اشتغال در این صنعت به طور متوسط ۹۰۰ میلیون ریال بر مبنای قیمت پایه سال ۱۳۹۳ برآورد می‌گردد.

۳- اهمیت نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای صنعت نساجی و پوشاک

با توجه به مطالعات و بررسی‌های به عمل آمده، مهم‌ترین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای شناسایی شده در صنعت نساجی کشور به شرح ذیل است.

۳-۱- نقاط قوت:

- ۱) وجود واحدهای توانمند بخش خصوصی داخلی
- ۲) سابقه تاریخی، هنر و تخصص بالا در تولید منسوجات
- ۳) وجود برخی نام و نشان تجاری داخلی مهم
- ۴) مزیت و توان تولید بالای مواد اولیه صنعت نساجی (به ویژه شاخه بسیار مهم الیاف و منسوجات مصنوعی)
- ۵) وجود نیروی کار ماهر
- ۶) اشتغال‌زایی با هزینه پایین
- ۷) وجود مراکز دانشگاهی و روند روزافزون ورود نیروی انسانی متخصص به این صنعت
- ۸) وجود بنگاه‌های تولیدی و تشکل‌های خصوصی قدیمی و قوی
- ۹) نوآوری برخی تولیدکنندگان صنعت و در نتیجه تحریک تقاضای کیفی و کمی

۳-۲- نقاط ضعف:

- ۱) بالا بودن هزینه‌های تولید و قیمت تمام شده نسبت به کشورهای رقیب طی سال‌های اخیر
- ۲) عدم توسعه و نوسازی لایه‌های پایین دستی صنعت (تکمیل منسوجات، تولید پوشاک، خدمات و توزیع)
- ۳) شبکه توزیع (عمده‌فروشی و خرده‌فروشی) به شدت سنتی، ناکارآمد، سازمان‌نیافته و متفرق و هزینه‌ و سهم بالای آن از زنجیره‌های تأمین نساجی (بدون ارائه خدمات ارزش افزوده لازم)
- ۴) عدم وجود حمایت‌های لازم از نام و نشان تجاری ملی منسوجات و پوشاک و در نتیجه کمبود تعداد نام و نشان تجاری قوی داخلی
- ۵) محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی در طراحی محصولات و ایجاد محتوای فرهنگی و مد در منسوجات و پوشاک مبتنی بر تقاضای بازار
- ۶) خلاء هدف‌گذاری و چشم‌انداز در سطح بنگاه‌های صنعت
- ۷) فرهنگ استفاده از کالاهای خارجی
- ۸) ضعف در طراحی محصولات مبتنی بر تقاضای بازار
- ۹) استفاده از ماشین‌آلات قدیمی و فرسوده در تولید
- ۱۰) به روز نبودن فناوری تولید برخی محصولات

۳-۳- فرصت ها:

- ۱) امکان و قابلیت صادرات کلیه کالاهای نساجی و پوشاک
- ۲) امکان رشد و توسعه صنعت در حوزه فناوری های نوین و تولید منسوجات با فناوری بالا
- ۳) وجود بازار مصرف داخلی قابل توجه (با جمعیت جوان مصرف کننده پوشاک)
- ۴) امکان صادرات و دسترسی زمینی (در حداقل زمان ممکن) به بازارهای هدف اروپا و وجود بازار منطقه ای پوشاک
- ۵) افزایش قدرت رقابت با توجه به افزایش هزینه های تولید منسوجات در چین و ترکیه
- ۶) توان رشد سریع صنعتی با توجه به بومی سازی اغلب زیربخش ها
- ۷) افزایش عوارض صادراتی مواد اولیه صنعت نساجی
- ۸) وجود فرهنگ اسلامی و مذهبی در پوشش افراد جامعه
- ۹) ارزان بودن نیروی کار صنعت به نسبت رقبا

۳-۴- تهدیدها:

- ۱) افزایش مستمر قیمت تمام شده منسوجات و پوشاک داخلی نسبت به وارداتی با توجه به افزایش هزینه های تولید و نرخ تبدیل ارز حقیقی موثر
- ۲) قاچاق گسترده و واردات بی رویه به ویژه به عنوان کالای دارای نشان تجاری (با جعل نشان های تجاری معتبر)
- ۳) محدودیت های بین المللی (تحریم ها) در دسترسی به بازارهای صادراتی هدف (اتحادیه اروپا و آمریکا) و فقدان سرمایه گذاری خارجی و ارتباطات ضعیف فنی/مالی/تجاری جهانی
- ۴) عدم سرمایه گذاری در زیر ساخت های نرم مورد نیاز صنعت از طرف دولت
- ۵) عدم مشارکت تولیدکنندگان در زنجیره تأمین
- ۶) عدم استفاده از نظرات بخش خصوصی واقعی در سیاست گذاری های کلان دولت
- ۷) فرهنگ استفاده از کالای خارجی و سهولت واردات آن توسط دولت
- ۸) وجود فشارهای شدید بیمه ای و مالیاتی (به ویژه مالیات بر ارزش افزوده و عدم اجرای کامل آن)
- ۹) خروج بی رویه مواد اولیه از کشور
- ۱۰) برخورداری رقبا بین المللی از نشان تجاری
- ۱۱) عدم امکان تعاملات پولی و مالی با سایر کشورها

۴- راهبردهای توسعه صنعت نساجی و پوشاک

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل عوامل درونی و بیرونی صنعت نساجی و پوشاک (قوت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدها) و هدف گذاری های این صنعت تا افق سال ۱۴۰۴، راهبردهای توسعه صنعت نساجی و پوشاک به شرح ذیل تعیین می شود:

۱. بهبود فضای کسب و کار و رقابت پذیر نمودن صنعت نساجی و پوشاک
۲. تنوع بخشی و توسعه صادرات منسوجات و پوشاک با ارزش افزوده بیشتر مبتنی بر مزیت های رقابتی
۳. تقویت و تکمیل خوشه های صنعتی منسجم و توانمند
۴. بازسازی و نوسازی خطوط تولید و ارتقای سطح فناوری تولید
۵. مدیریت زنجیره تأمین
۶. توسعه سرمایه گذاری خارجی و مشارکت در زنجیره عرضه جهانی
۷. ارتقای و توسعه زیر ساخت های نرم
۸. ارتقای طراحی مد ملی و بهبود کیفیت محصولات
۹. ساماندهی واردات و مبارزه با پدیده قاچاق
۱۰. توسعه ابزارهای تأمین مالی
۱۱. ایجاد نشان تجاری در سطح منطقه ای و بین المللی

۱- برنامه های اجرایی در راستای راهبردهای تعیین شده

جدول ۲۹- برنامه های اجرایی در راستای راهبردهای تعیین شده

ردیف	راهبرد	برنامه های اجرایی
۱	بهبود فضای کسب و کار و رقابت پذیر نمودن صنعت نساجی و پوشاک	<ul style="list-style-type: none"> • ساماندهی وضعیت صنوف تولیدی در صنعت پوشاک و چرم • تسهیل فضای کسب و کار و کاهش میزان بوروکراسی • توجه و حمایت کافی دولت در حد و اندازه کشورهای پیشرو در صنعت نساجی و الگوبرداری از آن ها • تأمین شرایط تولید رقابتی عادلانه • پشتیبانی از ایجاد واحدهای صنعتی بزرگ (با صرفه مقیاس) • اتخاذ سیاست گذاری های اقتصادی کلان و خرد به منظور رقابتی سازی هزینه های تولید و افزایش توان رقابتی و رفع محدودیت ها و هزینه های تحمیلی
۲	تنوع بخشی و توسعه صادرات منسوجات و پوشاک با ارزش افزوده بیشتر مبتنی بر مزیت های رقابتی	<ul style="list-style-type: none"> • تدوین و اجرای برنامه راهبردی جامع صنعت پوشاک • کاهش تدریجی خام فروشی و حمایت از صادرات کالاهای فرآوری شده و نهایی • پشتیبانی از صادرات کالاهای با مزیت رقابتی و ذاتی • انعقاد توافقنامه های تجارت آزاد و تجارت ترجیحی با بازارهای هدف صادراتی • اعطاء مشوق های صادراتی موثر و متناسب با ارزش افزوده • حمایت از مطالعات بازار، توسعه نظام های کیفیتی، نام و نشان های تجاری ملی، خدمات پشتیبان صادرات و آموزش در زمینه صادرات • پشتیبانی از ایجاد مراکز طراحی و مدل لباس • پشتیبانی از برگزاری نمایشگاه های تخصصی مد و لباس
۳	تقویت و تکمیل خوشه های صنعتی منسجم و توانمند	<ul style="list-style-type: none"> • انجام مطالعات و تعیین و تصویب خوشه های صنایع نساجی و پوشاک • توسعه صنایع نساجی و پوشاک بر مبنای تمرکز بر تقویت و تکمیل خوشه های موجود • تأمین زیر ساخت های مورد نیاز تشکیل خوشه های صنعتی • حمایت از ایجاد شبکه های پیمانکاری تولید

برنامه های اجرایی	راهبرد	ردیف
<ul style="list-style-type: none"> • پشتیبانی از جایگزینی و نوسازی ماشین آلات و تجهیزات فرسوده و انرژی بر و توسعه ظرفیت های تولیدی / صادراتی بر اساس فناوری های روز • پشتیبانی از طرح های توسعه فناوری و ایجاد دانش فنی • انتقال دانش فنی تولید و به کارگیری مدیران و متخصصین خارجی • حمایت از توسعه صنایع نساجی با فناوری بالا 	<p>بازسازی و نوسازی خطوط تولید و ارتقای سطح فناوری تولید</p>	۴
<ul style="list-style-type: none"> • بهبود مدیریت زنجیره تأمین با مشارکت تولیدکنندگان • اتخاذ مدل کسب و کار مبتنی بر تقاضا (همگرایی بیشتر بین تأمین، محصول و تقاضا) • ایجاد و گسترش شبکه های خرده فروشی تخصصی منسوجات و پوشاک متصل به تولیدکنندگان و نشان تجاری داخلی • تسهیلات و مشوق های لازم جهت حمایت از ایجاد شبکه های نوین خرده فروشی تخصصی با نشان تجاری داخلی • ساماندهی و نوسازی مراکز توزیع منسوجات و پوشاک کشور (بازارهای با بافت سنتی) • حمایت از ترویج تجارت و فروش اینترنتی 	<p>مدیریت زنجیره تأمین</p>	۵
<ul style="list-style-type: none"> • ارائه مشوق برای جذب سرمایه گذاران خارجی • کاهش زمان و مراحل فرآیندهای مربوط به سرمایه گذاری خارجی • ایجاد و توسعه مراکز خدمات سرمایه گذاری در مناطق مهم کشور • اعطاء مشوق های لازم جهت سرمایه گذاری های مشترک بین تولید کنندگان داخلی و شرکت های خارجی صاحب نام و نشان تجاری • به کارگیری مشاورین توانمند خارجی و داخلی جهت جذب و هدایت سرمایه های خارجی 	<p>توسعه سرمایه گذاری خارجی و مشارکت در زنجیره عرضه جهانی</p>	۶
<ul style="list-style-type: none"> • توانمندسازی مدیریتی و نیروی انسانی • تقویت و ایجاد موسسات فراهم کننده خدمات توسعه کسب و کار (از قبیل خدمات مهندسی، مشاوره ای، طراحی، بازاریابی و برندینگ) • بازنگری رشته های دانشگاهی و ایجاد رشته های کاربردی جدید با توجه به نیاز بازار • پشتیبانی از سرمایه گذاری تولیدکنندگان در فعالیت های نامشهود پیشین و پسین ایجادکننده ارزش افزوده • حمایت از مطالعات و تحقیقات کاربردی و نوآوری • توسعه زیر ساخت های نرم متناسب و همسو در سه حوزه تولید، تجارت و خدمات • برگزاری دوره های آموزشی کاربردی مورد نیاز صنعت 	<p>ارتقای و توسعه زیر ساخت های نرم</p>	۷

ردیف	راهبرد	برنامه های اجرایی
۸	ارتقای طراحی مد ملی و بهبود کیفیت محصولات	<ul style="list-style-type: none"> • ایجاد موسسات طراحی و مد با مشارکت طرف های معتبر خارجی • تدوین و اجرای قانون Lablling منسوجات و پوشاک • توسعه نام و نشان تجاری ملی مد و لباس • حمایت از مالکیت معنوی • برگزاری جشنواره ها و نمایشگاه ها • پشتیبانی از انتشار مجلات و نشریات مد و طراحی ایرانی
۹	ساماندهی واردات و مبارزه با پدیده قاچاق	<ul style="list-style-type: none"> • ایجاد نظام مدیریت کارآمد و اثر بخش تعرفه ای • استقرار نظام قانونمند فعالیت واردکنندگان منسوجات و پوشاک • جلوگیری از ورود کالاهای قاچاق و به ویژه با نام و نشان تجاری جعلی • ساماندهی بازار توزیع در جهت جلوگیری از توزیع کالاهای با نام و نشان تجاری جعلی • فرهنگ سازی در خصوص مبارزه با کالای قاچاق • اطلاع رسانی همگانی در زمینه کالاهای جعلی خارجی • استفاده از ظرفیت انجمن ها و تشکل های خصوصی در جلوگیری از پدیده قاچاق
۱۰	توسعه ابزارهای تأمین مالی	<ul style="list-style-type: none"> • پشتیبانی از ایجاد صندوق حمایت از صنایع نساجی • اجرای طرح بیمه صادراتی • اجرایی شدن روش خرید دین
۱۱	ایجاد نشان تجاری در سطح منطقه ای و بین المللی	<ul style="list-style-type: none"> • اعطای تخفیف های مالیاتی و عوارضی جهت واگذاری واحدهای تجاری به نام و نشان های تجاری تولید داخل • مشوق های تبلیغاتی جهت ترویج نام و نشان تجاری ملی • حمایت موثر و کارآمد از رشد نام و نشان تجاری داخلی • برگزاری نمایشگاه های تخصصی مد و لباس با مشارکت شرکت های دارای نام و نشان تجاری معتبر خارجی • توسعه همکاری با شرکت های خارجی دارای نام و نشان تجاری معتبر جهت انتقال دانش و مهارت در حوزه های طراحی، دوخت، بازاریابی و ایجاد نام و نشان تجاری • انعقاد تفاهم نامه های همکاری مشترک بین شرکت های دارای نام و نشان تجاری معتبر داخلی و خارجی • شرکت در نمایشگاه های تخصصی خارجی • توسعه بازاریابی خارجی

۶- الزامات اجرای برنامه ها

- ۱) رفع تحریمها و بهبود تعاملات بین المللی
- ۲) تأمین منابع مالی مورد نیاز
- ۳) افزایش بهره وری، کاهش قیمت تمام شده و تسهیل دسترسی به مواد اولیه
- ۴) اصلاح سیاست های پولی و مالی
- ۵) اصلاح سیاست های مالیاتی و بیمه تأمین اجتماعی
- ۶) تأمین شرایط و ساز و کار رقابتی و عادلانه برای تولیدکنندگان
- ۷) اتصال زنجیره های تولید و توزیع کشور به زنجیره های جهانی
- ۸) استقرار نظام های تولید مبتنی بر تقاضا و افزایش محتوی طراحی و مد و نوآوری
- ۹) توانمند سازی مدیریت و نیروی انسانی
- ۱۰) افزایش نقش انجمن ها و تشکل های بخش خصوصی
- ۱۱) ساماندهی آمار و اطلاعات صنعت نساجی و پوشاک

۸-۴- برنامه راهبردی صنعت سیمان

پژننامه راهبردی وزارت
صنعت، معادن و تجارت

۱- بررسی وضع موجود و جایگاه صنعت سیمان در ایران و جهان

سیمان به عنوان یکی از مهم ترین عناصر توسعه ای در تأمین زیرساخت های اقتصادی کشور، نهاده استراتژیک محسوب می شود، به طوری که بین فرآیند رشد اقتصادی و سرانه مصرف سیمان در هر کشور، همبستگی بالایی وجود دارد. این مقدار در ایران بیش از ۹۵ درصد است که این نسبت نشان دهنده رابطه خطی و از نوع مثبت بین ارزش افزوده سیمان و تولید ناخالص ملی است.

• تولید جهانی سیمان در سال ۲۰۱۴ بالغ بر ۴/۲ میلیارد تن بوده که در قیاس با تولید ۴/۱ میلیارد تن در سال ۲۰۱۳ معادل ۲/۵ درصد رشد داشته است، لیکن در مقایسه با سال ۲۰۱۳ که نرخ رشد ۴/۳ درصد بوده، کاهش یافته است.

• در سال ۲۰۱۴ معادل ۵۹/۸ درصد تولید جهانی سیمان در کشور چین محقق شده است که سهم این کشور کمتر از یک درصد نسبت به سال قبل افزایش داشته و رشد ۳/۳ درصدی را در سال ۲۰۱۴ در مقایسه با نرخ رشد ۹/۵ درصدی در سال ۲۰۱۳ تجربه کرده است.

• بدون احتساب کشور چین، تولید جهانی سیمان در دیگر کشورها با ۱/۴ درصد رشد مواجه بوده که در مقایسه با نرخ های رشد ۴/۳ درصد و ۶/۲ درصد در سال های ۲۰۱۳ و ۲۰۱۲ روند رشد، نزولی بوده است.

• بر اساس آخرین پیش بینی های انجام شده، نرخ رشد مصرف سیمان تا سال ۲۰۱۸ به میزان ۴/۹ درصد خواهد رسید. به عبارت دیگر، سرانه مصرف جهانی از ۵۳۹ کیلوگرم به ۶۴۰ کیلوگرم افزایش خواهد یافت.

• ایران در سال ۲۰۱۴ با حدود ۷۵ میلیون تن ظرفیت تولید سیمان، چهارمین تولیدکننده سیمان در جهان و سومین تولیدکننده در آسیا و اولین تولیدکننده سیمان در خاورمیانه بوده است.

جدول ۳۰ - مقایسه ظرفیت تولید کشورهای برتر جهان در تولید سیمان

کشور	ظرفیت تولید (میلیون تن)	رتبه	درصد به کل
چین	۲۵۰۰	۱	۵۹/۸
هند	۲۸۰	۲	۶/۷
آمریکا	۸۳	۳	۲
ایران	۷۵	۴	۱/۸
ترکیه	۷۵	۵	۱/۸
برزیل	۷۲	۶	۱/۷
روسیه	۶۹	۷	۱/۶
عربستان سعودی	۶۳	۸	۱/۵
ویتنام	۶۰	۹	۱/۴
اندونزی	۶۰	۱۰	۱/۴
سایر کشورها	۸۴۵	-	۲۰/۲
کل دنیا	۴۱۸۲	-	۱۰۰

مأخذ: سازمان زمین شناسی آمریکا (USGS)

سیمان به دلیل کاربردهای فراوان و اهمیت تولید در بخش زیر ساخت های توسعه ای هر کشور، سرمایه بر بودن و داشتن قابلیت صادرات، از مهم ترین کالاهای توسعه ای محسوب می شود. علاوه بر این، منابع معدنی قابل دسترس و توانایی ساخت حدود ۸۰ درصد از تجهیزات و ماشین آلات خطوط تولید سیمان در کشور نیز از مزایای تولید این محصول است.

- در حال حاضر ایران با داشتن ۷۰ واحد تولیدی با ظرفیت اسمی حدود ۷۹/۴ میلیون تنی و تولید سیمان در سال ۹۳ حدود ۶۶/۵ میلیون تن، توانایی تولید ۲۷ نوع سیمان را مطابق با استانداردهای ملی ایران دارد.
- ایران در حال حاضر بعد از کشورهای چین، هند و آمریکا (به ترتیب با سقف تولیدی ۲/۵ میلیارد تن، ۲۸۰ میلیون تن و ۸۳ میلیون تن) رتبه چهارم تولید سیمان در جهان را به خود اختصاص داده است.
- مقایسه تولید، تحویل و وضعیت انباشت محصول در مجموع بیانگر فزونی عرضه بر تقاضا در بازار داخل است. مقایسه روند تولید و مصرف سیمان در ایران نشان می دهد که فعالیت این صنعت همواره با رشد همراه بوده است، اگر چه عملکرد سال ۱۳۹۳ منفی ۴/۶ درصد را از لحاظ مقداری نشان می دهد، امید است با توسعه فعالیت های اقتصادی شرایط بهبود یابد.

- در حال حاضر تعداد ۵۴ طرح فعال دارای پیشرفت فیزیکی با ظرفیت ۴۸/۳ میلیون تن در دست اجرا است که از این تعداد، ۱۰ طرح با ظرفیت ۸/۳ میلیون تن بالای ۶۰ درصد پیشرفت فیزیکی، تعداد ۱۸ طرح با ظرفیت ۱۶/۸ میلیون تن بین ۲۰ الی ۶۰ درصد پیشرفت فیزیکی و ۲۶ طرح با ظرفیت ۲۳/۲ میلیون تن کمتر از ۲۰ درصد پیشرفت فیزیکی دارند. در صورت به بهره برداری رسیدن این طرح ها تا سال ۱۴۰۴ قطعاً نیاز به ظرفیت سازی جدید با توجه به هدف ۱۲۰ میلیون تن جز در موارد خاص و جایگزینی نخواهد بود.

۲-هدف گذاری صنعت سیمان

۱-۲- چشم انداز صنعت سیمان در افق ۱۴۰۴:

بر اساس سند چشم انداز جمهوری اسلامی ایران و در راستای چشم انداز بخش صنعت، معدن و تجارت برای صنعت سیمان چشم انداز در افق سال ۱۴۰۴ به شرح ذیل ترسیم می گردد:

«کسب جایگاه سوم جهان با ظرفیت تولید سالیانه ۱۲۰ میلیون تن و رتبه اول در صادرات جهانی و ظرفیت تولید در منطقه»

۲-۲-اهداف کلی صنعت سیمان :

با توجه به چشم انداز ترسیم شده صنعت سیمان در افق سال ۱۴۰۴، اهداف کلی در این صنعت عبارتند از:

- ۱) ارتقای بهره‌وری
- ۲) افزایش توان رقابت پذیری
- ۳) بهینه‌سازی مصرف انرژی و آب
- ۴) تکمیل زنجیره ارزش و توسعه صنایع پایین دستی
- ۵) ارتقای سطح کیفیت و استاندارد محصولات در سطح جهانی
- ۶) دستیابی به شاخص‌های استانداردهای زیست محیطی

۲-۳- هدف گذاری کمی تا سال ۱۴۰۴:

جدول ۳۱- وضعیت موجود و هدف گذاری صنعت سیمان

ردیف	ظرفیت تولید (میلیون تن)	واحد سنجش	وضعیت موجود (سال ۹۳)	هدف (سال ۱۳۹۶)	هدف (سال ۱۳۹۹)	هدف (سال ۱۴۰۴)
۱	ظرفیت تولید سیمان	میلیون تن	۸۰	۹۰	۱۰۰	۱۲۰
۲	میزان صادرات سیمان	میلیون تن	۱۸/۹	۲۱	۲۴	۳۲
۳	سهم ارزش افزوده سیمان از ارزش افزوده صنعت	درصد	۳/۵ (سال ۹۲)	۳/۷	۳/۸	۴
۴	سهم اشتغال سیمان از اشتغال صنعت	درصد	۱/۵ (سال ۹۲)	۱/۷	۱/۸	۲
۵	نسبت هزینه تحقیق و توسعه به فروش در صنعت سیمان	درصد	۰/۱ (سال ۹۲)	۰/۲	۰/۳	۰/۴
۶	سهم هزینه انرژی و آب در قیمت تمام شده صنعت سیمان	درصد	۹ (سال ۹۲)	۸	۷/۵	۷
۷	جایگاه ایران در جهان	رتبه در ظرفیت تولید جهانی	۴	۴	۳	۳
		رتبه در صادرات جهانی	۱	۱	۱	۱
		رتبه ظرفیت تولید در منطقه	۱	۱	۱	۱

۳- اهم نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدهای صنعت سیمان

۳-۱- نقاط قوت:

- ۱) توانایی صادرات و ارزآوری
- ۲) کاربرد متنوع و ظرفیت بالای تولید
- ۳) وجود مواد اولیه فراوان و باکیفیت
- ۴) وجود دانش فنی و تولید حدود ۸۰ درصد تجهیزات مورد نیاز در داخل کشور
- ۵) دسترسی به سوخت فراوان گاز طبیعی

۳-۲- نقاط ضعف:

- ۱) مصرف انرژی بالا
- ۲) وابسته بودن به بازارهای جانبی مانند مسکن و ...
- ۳) آلاینده بودن
- ۴) پائین بودن بهره‌وری نیروی انسانی
- ۵) ضعف تحقیق و توسعه
- ۶) سرمایه‌بری بالا
- ۷) ضعف زیر ساخت‌های حمل و نقل و گمرکات تخصصی
- ۸) ضعف در ساختار صادراتی و نبود نشان تجاری قابل رقابت با رقبا

۳-۳- فرصت‌ها:

- ۱) دسترسی آسان به انرژی
- ۲) نزدیکی به بازارهای هدف
- ۳) امکان جذب دانش فنی و نوآوری

۳-۴- تهدیدها:

- ۱) رکود اقتصادی در کشور
- ۲) وجود محدودیت‌های زیست محیطی
- ۳) وجود نوسان در قیمت نهاده‌های تولید
- ۴) وجود رقبای منطقه‌ای
- ۵) وجود تحریم‌های بین‌المللی
- ۶) ضعف نظام قیمت‌گذاری محصول

۴- راهبردهای توسعه صنعت سیمان

با توجه به سیاست‌ها و هدف‌گذاری‌های انجام شده در صنعت سیمان کشور، راهبردهای منتخب برای تحقق این اهداف به شرح ذیل تعیین می‌گردد:

۱. توسعه و ایجاد زیر ساخت‌ها
۲. ایجاد نظام یکپارچه در بخش توزیع سیمان
۳. پیاده سازی استانداردها و بازمهندسی سیستم‌های کیفی
۴. مدیریت بازار در جهت مصارف سیمان در حوزه‌های راه سازی و افزایش سهم سازه‌های بتنی در ساختمان سازی

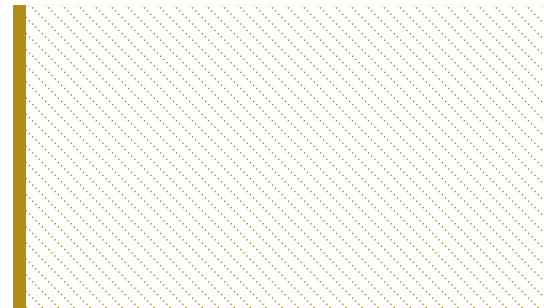
۵ - برنامه‌های اجرایی در راستای راهبردهای تعیین شده

جدول ۳۲ - برنامه‌های اجرایی در راستای راهبردهای تعیین شده

ردیف	راهبرد	برنامه‌های اجرایی
۱	توسعه و ایجاد زیر ساخت‌ها	<ul style="list-style-type: none"> • توسعه خطوط شبکه گاز رسانی • تکمیل و توسعه شبکه ریلی کشور، تکمیل، توسعه و تجهیز بنادر، اسکله‌ها و پایانه‌های صادراتی • سازماندهی و نوسازی ناوگان حمل و نقل جاده‌ای، ریلی و دریایی متناسب با صنعت سیمان
۲	ایجاد نظام یکپارچه در بخش توزیع سیمان	<ul style="list-style-type: none"> • نظام‌مند کردن صادرات در مناطق مرزی با ایجاد هلدینگ‌های صادراتی در این مناطق • تدوین سیاست‌ها و الزامات تنظیم بازار • ایجاد تمرکز در حوزه سیاست گذاری صادرات سیمان
۳	پیاده سازی استانداردها و بازمهندسی سیستم‌های کیفی	<ul style="list-style-type: none"> • انتقال، انتخاب و بومی سازی فناوری‌های لازم • ارتقای توان مهندسی (آموزش نیروی انسانی، تقویت پژوهش‌های کاربردی، تقویت ارتباط مراکز علمی - صنعتی - دانشگاهی) • افزایش بهره‌وری تولید و انرژی • تقویت و توسعه واحدهای ماشین سازی و ساخت تجهیزات موجود کشور • اجرای کامل قانون حداکثر توان ساخت داخل در زمینه‌های گوناگون مهندسی و ساخت تجهیزات • بازسازی و نوسازی خطوط تولید سیمان با فناوری‌های قدیمی و کم بازده • منطبق ساختن استانداردهای تولید داخل با استانداردهای بین المللی
۴	مدیریت بازار در جهت مصارف سیمان در حوزه‌های راه سازی و افزایش سهم ساختمان سازی	<ul style="list-style-type: none"> • رتبه بندی شرکت‌های صادراتی • تشویق و ترغیب به ساخت و بازسازی روکش جاده‌ها با استفاده از بتن • تقویت روابط دیپلماتیک با کشورهای هدف • اعمال مشوق‌های صادراتی • تشویق و ترغیب نسبت به بهره‌گیری از سازه‌های بتنی در ساختمان‌های شهری • ایجاد و توسعه پایانه‌های تخصصی • پیگیری انعقاد تفاهم نامه همکاری صندوق ضمانت صادرات با انجمن‌های صنفی جهت حمایت از صادرات، بیمه صادراتی و اعطای تسهیلات به صادرکنندگان • برگزاری نمایشگاه‌های اختصاصی در بازارهای هدف به صورت فصلی

۶- الزامات اجرای برنامه‌ها

- ۱) ارتقای سطح همکاری‌های دیپلماتیک با کشورهای هدف از طریق رایزنان اقتصادی و بازرگانی
- ۲) تنظیم تفاهم‌نامه حمل‌یکسره سیمان از مبدأ (کارخانه) تا کشورهای هدف مجاور
- ۳) عملیاتی نمودن بیمه حمل و نقل
- ۴) ایجاد امکانات مناسب نگهداری، تخلیه و بارگیری در پایانه‌های تخصصی با واگذاری زمین و زیرساخت‌ها به ذی‌نفعان
- ۵) تاسیس دفاتر بازرگانی سیمان در بازارهای هدف
- ۶) ایجاد پایانه‌های صادراتی سیمان و تعیین گمرکات تخصصی (خاص سیمان)
- ۷) تسهیل انتقال وجه حاصل از صادرات از طریق شبکه بانکی بین کشورهای هدف
- ۸) جلوگیری از افزایش مکرر هزینه‌های بندری، تخلیه و بارگیری، انبارداری و دیمانند باسکول
- ۹) تدوین و اجرای طرح رتبه‌بندی شرکت‌های صادرات توسط سازمان توسعه تجارت ایران با همکاری انجمن سیمان
- ۱۰) تخصیص اعتبارات مورد نیاز برای اعطای مشوق‌های صادراتی بر پایه رتبه کسب شده (بند ۹)



۸-۵- برنامه راهبردی صنعت تاپروتوب



۱- بررسی وضع موجود و جایگاه صنعت تایر و تیوب در ایران و جهان

میزان تولید صنعت تایر در سال ۲۰۱۴، حدود ۱/۵ میلیارد حلقه لاستیک بوده و حجم فروشی در حدود ۱۸۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۳ داشته است.

سه شرکت بزرگ «میشلن، بریجستون و گودیر» مجموعاً ۷۰ میلیارد دلار از فروش جهانی را به خود اختصاص داده‌اند که سهمی معادل ۳۸ درصد فروش جهانی را شامل می‌شود.

۱۰ شرکت برتر دنیا حدود ۶۳ درصد از فروش جهان را به خود اختصاص داده‌اند.

با توجه به این اعداد و ارقام واضح است که صنعت تایر در جهان صنعتی امروز نسبتاً انحصاری است و تعداد محدودی از شرکت‌های تایرساز با استفاده از نقش تعیین‌کننده و موقعیت مسلط خود در جهان، شرایط حاکم بر آن را تعیین می‌کنند.

تولید تایر در ایران قدمتی بیش از ۵۰ سال دارد.

در منطقه خاورمیانه حدود ۲۵ کارخانه تایرسازی وجود دارد که از این تعداد ۱۰ کارخانه (کیان تایر، ایران تایر، ایران یاسا تایر و رابر، لاستیک پارس، گروه صنعتی البرز، آرتاویل تایر، لاستیک یزد، کویر تایر و لاستیک خوزستان) با ظرفیت اسمی ۳۶۳ هزار تن در سال و با ظرفیت اشتغال بیش از ۱۵ هزار نفر در ایران واقع شده‌اند.

صنعت تایر در ایران بیش از ۷۰ هزار شغل را به صورت مستقیم و غیر مستقیم ایجاد کرده است.

در حال حاضر صنعت خودروسازی در کشور با بهره‌گیری از دانش فنی نسبتاً پیشرفته در طراحی و مونتاژ از آهنگ رشد سریعتری نسبت به صنعت تایر برخوردار است که این مسأله لزوم توجه به رشد سریع، بازسازی و توسعه صنعت تولید تایر را همگام با خودروسازی به همراه می‌آورد. با بررسی روند گسترش و توسعه تایرسازی در ایران مشخص می‌شود در سال‌های اخیر روند رشد تولید بعضی از گروه‌ها از جمله تایرهای سواری رادیال سریع‌تر از دیگر گروه‌ها چون تولید تایر خودروهای سنگین و نیمه سنگین رادیال بوده است. هر چند برخی از شرکت‌های تایر ساز نسبت به ارتقای کیفیت و روزآمد کردن فرآیند تولید تایرهای رادیال سیمی خودروهای سنگین و سبک با فناوری برتر کشورهای صاحب صنعت اقدام نموده و همکاری با شرکت‌های معتبری چون کنتیننتال آلمان، ماتادور اسلواکی، ورداشتاين هلند و مارانگونی ایتالیا را آغاز نموده‌اند که این امر در آینده پیشرفت بالایی را در زمینه تأمین نیازهای این تایرها به همراه خواهد داشت.

• تایرسازی یکی از مهم‌ترین صنایع پایین دستی پتروشیمی می‌باشد.

با توجه به وجود منابع غنی نفت و گاز و توجه به توسعه صنعت پتروشیمی در کشور، می‌توان گفت که ایران از مزیت نسبی در تهیه مواد اولیه در تولید این محصول برخوردار است.

• هم‌اکنون حدود ۷۰ درصد وزنی مواد اولیه تولید تایر در داخل کشور تأمین می‌شود.

• این صنعت دارای ارزش افزوده اقتصادی مناسب بوده و علاوه بر وجود متخصصین و مهندسیین مجرب و تأمین کادر مورد نیاز، دارای ارزش اقتصادی تولیدات حدود ۳۰۰۰ میلیارد تومان در سال بوده که مجموع گردش مالی بیش از ۲ میلیارد دلار را در سال به همراه دارد.

جدول ۳۳ - رتبه بندی شرکت های برتر تولیدکننده تایر جهان در سال ۲۰۱۳

ردیف	راهبرد	میزان فروش (میلیون دلار)
۱	بریجستون	۲۷۳۹۰
۲	میشلن	۲۵۵۴۵
۳	گودیر	۱۷۵۸۶
۴	کونتینانتال	۱۱۱۵۰
۵	پیرلی	۸۰۰۷
۶	سومیتومو	۶۹۷۱
۷	هانکوک	۶۸۶۸
۸	یوکوهاما	۴۹۱۵
۹	مکسیس	۴۷۶۸
۱۰	زهونکس	۴۵۲۹
۵۹	بارز	۳۲۵

ماخذ: www.tirebusiness.com

جدول ۳۴ - بررسی وضعیت تولید تایر و تیوب در ایران (سال ۱۳۹۳)

ردیف	نام واحد	استان	ظرفیت اسمی ^{۲۲} (هزار تن)	میزان تولید واقعی (هزار تن)
۱	گروه صنعتی بارز	کرمان	۹۷	۲۳۸
۲	لاستیک دنا	شیراز	۴۵	
۳	لاستیک پارس	مرکزی	۴۰	
۴	مجتمع صنایع لاستیک یزد	یزد	۳۶	
۵	کیان تایر	تهران	۳۰	
۶	آرتاویل تایر	اردبیل	۳۰	
۷	کویر تایر	خراسان جنوبی	۲۹۰۵	
۸	ایران تایر	تهران	۲۷	
۹	ایران یاسا تایر و رابر	تهران	۲۵	
۱۰	لاستیک خوزستان	خوزستان	۲	
	مجموع		۳۶۳	

ماخذ: اطلاعات دفتر صنایع شیمیایی و سلولزی وزارت صنعت، معدن و تجارت

۲۲ - ظرفیت اسمی بر اساس پروانه بهره برداری می باشد.

۲-هدف‌گذاری صنعت تایر و تیوب

۲-۱- چشم‌انداز صنعت تایر و تیوب در افق سال ۱۴۰۴:

جایگاه اقتصادی این صنعت در کشور دارای اهمیت بالایی می‌باشد، به طوری که با برخورداری از مزایایی نظیر نرخ اشتغال زایی بالا، تأمین حدود ۷۰ درصد نیاز داخلی، دارا بودن مزیت نسبی به عنوان صنایع پایین دستی پتروشیمی، مکمل صنعت خودروسازی، تأمین بخش عمده مواد اولیه از داخل کشور و همچنین برخورداری از نیروی متخصص با بیش از ۵ دهه تجربه صنعت می‌تواند نقش راهبردی در صنعت حمل و نقل کشور را ایفا نماید.

بررسی عملکرد تولید، صادرات و واردات و مصرف تایر و تیوب در مقطع کنونی نشانگر کمبود حدود ۱۰۰ هزار تن تایر از انواع رادیال در کشور است. با توجه به مطالب فوق، تولید ۷۰۰ هزار تن انواع تایر و تیوب در افق ۱۴۰۴ هدف‌گذاری شده و چشم‌انداز صنعت تایر و تیوب به شرح ذیل ترسیم می‌شود:

«رسیدن به جایگاه اول در منطقه و کسب ۳ درصد حجم تولید در جهان»

۲-۲- اهداف کمی و کیفی صنعت تایرو تیوب در افق سال ۱۴۰۴ :

جدول ۳۵- وضعیت موجود و هدف گذاری صنعت تایر تا افق ۱۴۰۴

ردیف	شاخص	واحد سنجش	وضعیت موجود (سال ۱۳۹۳)	هدف (سال ۱۳۹۶)	هدف (سال ۱۳۹۹)	هدف (سال ۱۴۰۴)	توضیحات
۱	ظرفیت تولید صنعت تایر و تیوب	هزار تن	۳۶۰	۴۵۰	۶۰۰	۷۰۰	
۲	سهم ارزش افزوده صنعت تایر و تیوب از ارزش افزوده بخش صنعت	درصد	۰/۸۱	۰/۸۱	۰/۸۵	۱	
۳	نسبت وزنی صادرات به واردات تایرو تیوب	واحد	۰/۰۸	۰/۲۵	۰/۵	۱	
۴	اشتغال مستقیم صنعت تایر و تیوب	هزار نفر	۱۵	۱۸	۲۲	۲۴	
۵	سهم اشتغال صنعت تایرو تیوب به اشتغال بخش صنعت	درصد	۱	۱	۱/۲	۱/۲	مرکز آمار ایران (اطلاعات کارگاه های صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر)
۶	نسبت هزینه تحقیق و توسعه به فروش	درصد	۰/۱۳	۰/۵	۱	۱/۵	
۷	سهم از صادرات صنعتی	درصد	۰/۱	۰/۵	۰/۷۵	۱	
۸	جایگاه ایران در جهان (بر اساس سهم از تولید)	درصد	۱/۴	۲	۲/۵	۳	

۳- اهمیت نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای صنعت تایر و تیوب

۳-۱- نقاط قوت:

- ۱) برخورداری از متخصصین فنی و مهندسیین ماهر در صنعت تایر به واسطه تجربه بالای تولید در کشور
- ۲) بهره‌مندی از مزیت نسبی تأمین مواد اولیه از منابع داخلی
- ۳) وجود کیفیت بالای لاستیک ایران و نزدیکی استانداردهای به کار رفته در تولید به استانداردهای بین‌المللی

۳-۲- نقاط ضعف:

- ۱) وجود مازاد کارکنان در برخی واحدهای تولیدی قدیمی
- ۲) افزایش هزینه‌های تولید پس از اجرای قانون هدفمندسازی یارانه‌ها
- ۳) عدم افزایش ظرفیت تولید لاستیک در کشور
- ۴) وجود مشکل نقدینگی به منظور تسریع راه‌اندازی طرح‌ها و افزایش واحدهای جدید تولید
- ۵) عدم سرمایه‌گذاری کافی جهت گسترش تنوع تولید و ارتقای کیفیت
- ۶) بهره‌گیری از فناوری قدیمی تولید
- ۷) وجود استهلاک بالای ماشین‌آلات
- ۸) بالا بودن بهای تمام شده لاستیک تولیدی در کشور در مقایسه با کشورهای صاحب نام
- ۹) بی‌توجهی به جایگاه واحد تحقیق و توسعه در شرکت‌های تولیدکننده تایر در ایران
- ۱۰) نبود برخورداری از نشان تجاری شناخته شده بین‌المللی در تولید تایر در ایران
- ۱۱) پایین بودن مقیاس تولید در مقایسه با کشورهای صاحب نام جهان
- ۱۲) عدم همکاری مناسب خودروسازان با شرکت‌های تولید تایر به منظور تولید همگون
- ۱۳) کمبود آزمایشگاه‌های استاندارد کیفی
- ۱۴) توجه ناکافی به چرخه عمر محصول

۳-۳- فرصت ها:

- ۱) نبود واحدهای تولیدی کافی در کشورهای منطقه
- ۲) وجود پایانه‌های صادراتی فراوان در کشور
- ۳) وجود چشم انداز مثبت توسعه همه جانبه در کشور
- ۴) وجود حمایت تعرفه‌ای در صنعت تایر
- ۵) بازار رو به رشد داخلی با توجه به رشد قابل توجه تقاضای خودرو در کشور

۳-۴- تهدیدها:

- ۱) سرمایه‌گذاری شرکت‌های بزرگ بین المللی تولید تایر در کشورهای منطقه
- ۲) نبود کفایت کیفیت برخی از مواد اولیه تولید داخل کشور متناسب با فناوری‌های روز
- ۳) وصول نشدن مطالبات تیرسازان از خودروسازان
- ۴) وجود فاصله فناوری از شرکت‌های صاحب فناوری
- ۵) وجود تحریم‌های بین المللی در مبادلات تجاری با سایر کشورها
- ۶) تعدد نشان‌های تجاری تولید تایر در کشور در مقایسه با دیگر کشورها
- ۷) اجرا نشدن دقیق الزامات فنی و تعرفه‌ای واردات
- ۸) واردات فراوان کالاهای غیر کیفی از مبادی غیر رسمی کشور

۴- راهبردهای توسعه صنعت تایر و تیوب

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل عوامل درونی و بیرونی و هدف گذاری انجام شده در صنعت تایر و تیوب کشور تا افق سال ۱۴۰۴، راهبردهای توسعه صنعت تایر و تیوب به شرح ذیل تعیین می‌گردد:

- ۱) ارتقای توان بهره‌وری و رقابت پذیری
- ۲) تولید تحت لیسانس و نام تجاری معتبر شرکت های خارجی
- ۳) اعتلای نام تجاری داخلی در بازارهای هدف
- ۴) ارتقای کیفیت تولیدات برای رسیدن به سطح معتبر جهانی
- ۵) بازسازی، نوسازی و توسعه واحدهای موجود و احداث واحدهای جدید با رعایت مقیاس اقتصادی متعارف جهانی
- ۶) توسعه فعالیت‌های کاربردی در فرآیند تحقیق و توسعه با ایجاد مراکز علمی و فنی مشترک داخلی و بین‌المللی
- ۷) جذب سرمایه‌گذاری خارجی و همکاری با تولیدکنندگان معتبر تایر در جهان
- ۸) توسعه همکاری‌های مشترک بین تایر سازان و خودرو سازان
- ۹) سرمایه‌گذاری در صنایع روکش و بازیافت تایر و تیوب

۵- برنامه های اجرایی در راستای راهبردهای تعیین شده

جدول ۳۶- برنامه های اجرایی در راستای راهبردهای تعیین شده

ردیف	راهبرد	برنامه های اجرایی
۱	ارتقای توان بهره وری و رقابت پذیری	۱- بازنگری و اصلاح فرایند خصوصی سازی صنعت تایر و تیوب ۲- استفاده حداکثری از ظرفیت ها و افزایش نرخ بهره برداری ۳- کاهش ضایعات ۴- بهینه سازی مصرف انرژی ۵- کاهش قیمت تمام شده محصولات ۶- ارتقای سطح استانداردها، بازسازی، نوسازی و به روز رسانی فناوری ۷- مدیریت صحیح نظام تعرفه‌ای
۲	توسعه فعالیت های کاربردی در فرآیند تحقیق و توسعه با ایجاد مراکز علمی و فنی مشترک داخلی و بین المللی	۱- تقویت ارتباطات و تعاملات داخلی و بین المللی ۲- مهندسی معکوس و بومی سازی فناوری روز دنیا ۳- ایجاد مراکز تحقیق و توسعه مشترک
۳	بازسازی، نوسازی و توسعه واحدهای موجود و احداث واحدهای جدید با رعایت مقیاس اقتصادی متعارف جهانی	۱- تسهیل انتقال فناوری ۲- تعیین حداقل مقیاس اقتصادی تولید ۳- اعطای تسهیلات مناسب به واحدها و طرح ها ۴- پشتیبانی از ادغام واحدهای موجود و تسهیل فرایند مربوطه
۴	ارتقای کیفیت تولیدات برای رسیدن به سطح معتبر جهانی	۱- ارتقای سطح استانداردهای داخلی ۲- بهره گیری از فناوری روز دنیا ۳- پشتیبانی از تجهیز و نوسازی آزمایشگاه های سازمان استاندارد و اکر دیته ۴- بهبود مستمر فرآیندهای تولید ۵- نظارت دقیق سازمان ملی استاندارد بر اجرای اجباری استاندارد ملی جهت محصولات تولیدی و وارداتی

ردیف	راهبرد	برنامه های اجرایی
۵	جذب سرمایه گذاری خارجی و همکاری با تولید کنندگان معتبر تایر در جهان	<p>۱- معرفی فرصت های سرمایه گذاری</p> <p>۲- بهبود تعاملات جهانی به ویژه با کشورهای صاحب فناوری و نشان تجاری معتبر</p> <p>۳- بهبود فضای کسب و کار به ویژه در فرآیندها و زمان</p> <p>۴- ایجاد مشوق های ویژه برای سرمایه گذاری خارجی</p>
۶	توسعه همکاری های مشترک بین تایر سازان و خودروسازان	<p>۱- همسوسازی و تناسب زمانی برنامه های توسعه ای تایر سازان و خودروسازان</p> <p>۲- پشتیبانی از سرمایه گذاری های مشترک در تعاملات تایر سازان و خودروسازان</p> <p>۳- پشتیبانی از تشکیل مراکز همکاری های مشترک</p>
۷	تولید تحت لیسانس و نام تجاری معتبر شرکت های خارجی	<p>۱- بهبود تعاملات جهانی با شرکت های دارای نشان تجاری معتبر خارجی</p> <p>۲- توسعه بازارهای هدف</p> <p>۳- ایجاد مشوق های ویژه برای تولید تحت لیسانس (امتیاز) و نشان تجاری شرکت های معتبر خارجی</p>
۸	اعتلای نام تجاری داخلی در بازارهای هدف	<p>۱- پشتیبانی از حضور شرکت های داخلی در نمایشگاه های تخصصی بین المللی</p> <p>۲- تخصیص تسهیلات مناسب در فرآیند بازاریابی خارجی</p> <p>۳- تسهیل در فرآیندها جهت</p>
۹	سرمایه گذاری در صنایع روکش و بازیافت تایر و تیوب	<p>۱- پیگیری جهت تدوین و اجرای استاندارد اجباری مصرف تایر و تیوب</p> <p>۲- جلب مشارکت و پشتیبانی دستگاه های ذی ربط از جمله سازمان حفاظت محیط زیست و پلیس راهور</p> <p>۳- پشتیبانی از سرمایه گذاری در حوزه</p>

۶- الزامات اجرای برنامه‌ها

- ۱) توسعه صنایع خودرو و کشور
- ۲) بهبود فضای کسب و کار و عدم دخالت دولت در قیمت‌گذاری
- ۳) بهبود فضای تعامل و توسعه تجارت داخلی به ویژه با کشورهای صاحب فناوری
- ۴) اجرای دقیق الزامات تعرفه‌ای و فنی برای واردات کشور
- ۵) تخصیص تسهیلات بانکی مناسب برای ایجاد طرح‌های جدید و بازسازی و نوسازی واحدهای موجود
- ۶) تعیین و اعمال مشوق‌های صادراتی

۸-۶- برنامه راهبردی صنعت لوازم خانگی

پژننامه راهبردی وزارت
صنعت، معادن و تجارت

۱- بررسی وضع موجود و جایگاه صنعت لوازم خانگی در ایران و جهان

صنعت لوازم خانگی از جمله صنایع درآمدزا در جهان است و با توجه به نیاز عمومی جامعه جهانی اهمیت ویژه‌ای دارد. در سال ۲۰۱۳ ارزش تولیدات لوازم خانگی به ۴۳۱ میلیارد دلار رسید که انتظار می‌رود نرخ رشد واقعی سالیانه آن (CAGR)^{۲۳} طی سال‌های ۲۰۲۰-۲۰۱۳ حدود ۴/۸ درصد باشد.

سهام قاره‌ها از گردش مالی این صنعت به ترتیب آسیا و اقیانوسیه ۵۴ درصد، اتحادیه اروپا ۱۸/۳ درصد، آمریکای شمالی ۱۶/۵ درصد است.

بزرگ‌ترین شرکت‌های فعال این صنعت در جهان عبارتند از: Whirlpool، Electrolux، Bosch، گروه شرکت‌های Haier، Arcelik، Miele، GE و لوازم خانگی Samsung و LG.

صنعت لوازم خانگی با سابقه بیش از ۵۰ سال فعالیت در ایران با تنوع تولید در حوزه نیازها و ضروریات خانگی، مورد نیاز و توجه تمامی اقشار جامعه است. نیاز روزافزون اقشار مختلف جامعه به خرید و استفاده از لوازم خانگی مبین اهمیت بازار لوازم خانگی می‌باشد. در واقع این صنعت، تأمین نیاز خانوارها را برای استفاده از امکانات مدرن و مطمئن در زندگی در فهرست مأموریت‌های خود دارد.

حیات این صنعت و گسترش آن با توجه به جنبه‌های اقتصادی گسترده آن از قبیل اشتغال و ایجاد ارزش افزوده بالا می‌تواند برای هر کشوری از جمله صنایع اولویت دار باشد، اما حیات و بقای این صنعت تا حدود زیادی با وضعیت بازار داخلی و به عبارت بهتر و فنی تر وجود تقاضای مؤثر در کشور مرتبط است. از این جهت، بررسی تحولات آن و تلاش برای ارتقای فناوری و گسترش بازار، یکی از مهم‌ترین زمینه‌های رقابت اقتصادی در عرصه داخلی و بین‌المللی است.

باید پذیرفت که مشتریان مجبور به تطبیق خود با محصولات این صنعت نیستند بلکه این تولیدکنندگان هستند که بایستی با خواسته‌های بازار و در نهایت مشتریان انطباق یابند.

صنعت لوازم خانگی از چند جهت در نظام اقتصادی کشور دارای اهمیت است. از سویی، نیاز روزافزون کشور به محصولات این صنعت که رابطه‌ای مستقیم با افزایش سطح زندگی جامعه و رفاه اجتماعی دارد و از سوی دیگر، تعداد بسیار زیاد کارکنان آن در تمامی سطوح با احتساب کارخانجات پایین دستی تولیدکننده قطعات، تجهیزات و مواد اولیه مورد مصرف این صنعت، بخش بزرگی از ارزش افزوده ایجاد شده توسط صنعت را در کشور تشکیل می‌دهد. بسیاری معتقدند که گستردگی لوازم خانگی و تاثیر آن بر بخش‌های مختلف زندگی اقتصادی و اجتماعی، اهمیت آن را در مقایسه با سایر صنایع در مرتبه بالایی قرار می‌دهد، اما علی‌رغم سابقه طولانی و حجم قابل توجه فعالیت‌های این صنعت در کشور، تاکنون برنامه‌ریزی منسجمی برای رشد و توسعه آن صورت نگرفته است.

صنعت لوازم خانگی در کشور با وجود برخورداری از حجم سرمایه‌گذاری انجام شده در آن، اشتغال تعداد بسیاری از متخصصین، کارمندان و کارگران در بخش‌های مختلف این صنعت، از پویایی لازم در زمینه طراحی و تولید محصولات جدید و قابل رقابت در سطح جهانی برخوردار نبوده است.

از نظر جغرافیایی مناطق عمده تولید لوازم خانگی کشور، استان‌های تهران، اصفهان، کرمان، آذربایجان شرقی، خراسان رضوی و شمالی، گیلان، قزوین و البرز هستند.

جدول ۳۷ - تعداد و ظرفیت واحدهای تولیدی لوازم خانگی در کشور

ظرفیت قابل بهره برداری (میلیون دستگاه)	تعداد واحدهای فعال	نام محصول
۲/۴	۱۴۰	یخچال و فریزر
۱/۷	۱۲۳	لباشویی
۲/۲	۱۷۷	کولر آبی
۳/۱	۲۴۰	بخاری
۳/۲	۲۸۰	اجاق گاز
۵	۵۰	لوازم خانگی کوچک
۰/۱۵	۱	چرخ خیاطی

شایان ذکر است مواد اولیه این صنعت عمدتاً از منابع داخلی تأمین می‌گردد، به جز کمپرسور یخچال و فریزر و برخی از قطعات الکترونیکی که در حال حاضر تولید داخل ندارند.

۲- هدف گذاری صنعت لوازم خانگی تا افق سال ۱۴۰۴

۲-۱- چشم انداز توسعه صنعت لوازم خانگی ایران در افق سال ۱۴۰۴:

صنعت لوازم خانگی به عنوان الگوی پیشرو، مولد و موفق بخش خصوصی، از طریق ایجاد توانمندی‌ها و قابلیت‌های علمی و فنی می‌تواند در دستیابی به چشم انداز کشور ایفای نقش نماید. بر این اساس، چشم انداز این صنعت در افق سال ۱۴۰۴ با به کارگیری فناوری‌های روز دنیا به شرح ذیل ترسیم شده است:

« حفظ جایگاه دوم منطقه، دارای نام تجاری معتبر در جهان با تولید سالیانه ۱۶ میلیون دستگاه و صادرات ۳ میلیارد دلار »

۲-۲- اهداف کلی در صنعت لوازم خانگی:

- ۱) ایجاد حداقل یک نام و نشان تجاری در سطح بین المللی
- ۲) ارتقای سطح کیفیت و استاندارد محصولات در سطح جهانی و رسیدن به مقیاس اقتصادی تولید
- ۳) ارتقای سطح فناوری و دستیابی به فناوری های جدید و روز دنیا
- ۴) افزایش صادرات
- ۵) توسعه اشتغال پایدار

۲-۳- اهداف کمی تا سال ۱۴۰۴:

جدول ۳۸ - وضعیت موجود و هدف‌گذاری صنعت لوازم خانگی تا افق سال ۱۴۰۴

ردیف	شاخص	واحد سنجش	وضعیت موجود (سال ۱۳۹۳)	هدف (سال ۱۳۹۶)	هدف (سال ۱۳۹۹)	هدف (سال ۱۴۰۴)	توضیح
۱	ظرفیت تولید	یخچال و فریزر	۲/۴	۲/۷	۳/۲	۴	میلیون دستگاه
		ماشین لباسشویی	۱/۷	۲/۵	۳/۲	۴	میلیون دستگاه
		کولر آبی	۲/۲	۲/۴	۲/۷	۳	میلیون دستگاه
		اجاق گاز	۳/۲	۳/۵	۴	۵	میلیون دستگاه
۲	سهم ارزش افزوده لوازم خانگی در بخش	درصد	۱/۱ (سال ۹۲)	۲/۱	۱/۳	۱/۵	بر اساس اطلاعات بانک مرکزی به قیمت ثابت سال پایه ۱۳۸۳
۳	سهم اشتغال لوازم خانگی از اشتغال بخش	درصد	۱/۷ (سال ۹۲)	۱/۸	۱/۹	۲	مرکز آمار ایران (اطلاعات کارگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر)
۴	ارزش صادرات لوازم خانگی	میلیون دلار	۱۴۸	۶۰۰	۱۶۰۰	۳۰۰۰	
۵	سهم صادرات صنعت لوازم خانگی از کل صادرات صنعتی	درصد	۰/۳۸	۰/۵	۰/۷	۱	
۶	سهم هزینه تحقیق و توسعه از فروش در صنعت لوازم خانگی	درصد	۰/۰۳ (سال ۹۲)	۰/۱	۰/۴	۱	
۷	سهم هزینه انرژی و آب در قیمت تمام شده صنعت لوازم خانگی	درصد	۰/۴۴ (سال ۹۲)	۰/۴۳	۰/۴۲	۰/۴	

۳- اهمیت نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای صنعت لوازم خانگی

۳-۱- نقاط قوت:

- ۱) وجود فناوری‌های نوین دنیا در زمینه برخی از محصولات این صنعت
- ۲) تولید بخش عظیمی از مواد اولیه و اجزاء و قطعات این صنعت در داخل کشور
- ۳) وجود نیروی کار جوان، فعال و مستعد
- ۴) وجود نیروهای متخصص موجود در زمینه‌های الکترونیک، مهندسی مکانیک و ...

۳-۲- نقاط ضعف:

- ۱) پائین بودن بهره‌وری عوامل تولید
- ۲) ضعف در تأمین نقدینگی مناسب برای بنگاه‌ها
- ۳) ضعف در فعالیتهای تحقیق و توسعه
- ۴) رقابتی نبودن قیمت محصولات
- ۵) ضعف در مدیریت نشان تجاری
- ۶) عدم اتصال سیستماتیک به تولیدکنندگان معتبر بین‌المللی
- ۷) ضعف و عدم وجود ظرفیتهای مناسب قطعه‌سازی در این صنعت
- ۸) تعدد بنگاه‌ها و کوچک مقیاس بودن واحدهای تولیدی

۳-۳- فرصت‌ها:

- ۱) وجود بازارهای بالقوه در همسایگی ایران مانند افغانستان، عراق، ارمنستان، تاجیکستان و ...
- ۲) افزایش نیاز بازار با توجه به بالا رفتن رفاه اجتماعی با توسعه شهرنشینی
- ۳) امکان جذب نیروی انسانی متخصص و کارآمد در کشور
- ۴) دسترسی آسان به منابع انرژی
- ۵) وجود بازار بزرگ مصرف لوازم خانگی در کشور

۳-۴- تهدیدها:

- ۱) وجود تحریم‌های بین‌المللی
- ۲) حجم بالای واردات محصولات مشابه تولیدات داخل به شکل‌های غیر قانونی و شبه قانونی
- ۳) ناکافی بودن زیرساخت‌های کشور برای توسعه صادرات صنعتی
- ۴) ضعف فرهنگی جامعه در استفاده از محصولات داخلی با کیفیت مناسب

۴- راهبردهای توسعه صنعت لوازم خانگی

با توجه به سیاست های صنعت لوازم خانگی در افق ۱۴۰۴، راهبردهای منتخب برای تحقق این اهداف به شرح ذیل تعیین می‌گردد:

- ۱- تسهیل فضای کسب و کار و رفع موانع تولید
- ۲- ارتقای توانمندی بخش خصوصی با محوریت صادرات
- ۳- سرمایه‌گذاری با محوریت توسعه فناوری و توسعه صادرات
- ۴- توسعه طراحی و مهندسی و پژوهش و فناوری
- ۵- بهبود بهره‌وری عوامل تولید (نیروی انسانی، ماشین‌آلات، سرمایه، انرژی و...)
- ۶- ترویج فرهنگ مصرف کالای تولید داخل
- ۷- ایجاد و توسعه نشان‌های تجاری برتر
- ۸- سرمایه‌گذاری و تولید کمپرسور و ملزومات الکترونیکی صنعت لوازم خانگی

۵ - برنامه‌های اجرایی در راستای راهبردهای تعیین شده

جدول ۳۹ - برنامه‌های اجرایی در راستای راهبردهای تعیین شده

ردیف	راهبرد	برنامه‌های اجرایی
۱	تسهیل فضای کسب و کار و رفع موانع تولید	<ul style="list-style-type: none"> • بازنگری سیاست‌ها و مقررات • تقویت تعاملات بین دستگاهی • مدیریت واردات رسمی، شبه رسمی و غیررسمی (محصولات CBU، CKD، SKD، از طریق مبادی ورودی و مناطق آزاد تجاری) • اجرای کامل برنامه دولت الکترونیک
۲	ارتقای توانمندی بخش خصوصی با محوریت صادرات	<ul style="list-style-type: none"> • توسعه مشارکت‌های بین بنگاهی در حوزه ارتقای و انتقال فناوری مورد نیاز صنعت لوازم خانگی • ایجاد مشوق‌ها در زمینه توسعه فعالیت‌های تحقیق و توسعه واحدها و مراکز صنعتی • بسترسازی و حمایت از سرمایه‌گذاری خارجی • ایجاد تعامل بیشتر تولیدکنندگان و تشکلهای بخش خصوصی به منظور بهره‌مندی از توانمندی سایر تولیدکنندگان
۳	توسعه تجارت با محوریت توسعه صادرات	<ul style="list-style-type: none"> • ارتقای تعاملات بین المللی و منطقه‌ای • افزایش تنوع محصولات نهایی با توجه به نیاز بازار داخل و خارج به ویژه محصولات با ارزش افزوده مطلوب • بررسی وضعیت بازارهای جهانی و ایجاد بنچ مارکینگ • توجه به قوانین تجارت بین الملل از جمله WTO • حمایت از ارتقای سطح کمی و کیفی نمایشگاه‌های بین المللی داخلی • توسعه بازاریابی خارجی
۴	توسعه فناوری‌های نوین و بالا در تولید محصولات با تأکید بر طراحی و مهندسی داخلی	<ul style="list-style-type: none"> • ارتباط نظام مند صنعت لوازم خانگی با دانشگاه و مراکز علمی و پژوهشی مخصوصاً در حوزه فناوری‌های روز دنیا • پشتیبانی از توسعه پارک‌های علمی و فناوری صنعت لوازم خانگی • انتقال دانش فنی و توسعه فناوری‌های سبز در صنعت لوازم خانگی • اصلاح روشها مطابق آیین‌نامه‌های بین المللی • استفاده از فرآیندهای بازیافت کالای فرسوده • حمایت از تولید کالا با رتبه بالاتر انرژی

ردیف	راهدرد	برنامه های اجرایی
۵	بهبود بهره‌وری عوامل تولید (نیروی انسانی، ماشین‌آلات، سرمایه، انرژی و...)	<ul style="list-style-type: none"> • آموزش نیروی کار • بهینه‌سازی مصرف انرژی به ازای تولید کالا • کاهش قیمت تمام شده کالای ساخته شده • تولید به هنگام • چابک‌سازی و انعطاف‌پذیری صنعت لوازم خانگی • حمایت از تولید در مقیاس بهینه اقتصادی • حمایت از تجمیع و ادغام واحدهای کوچک و متوسط
۶	ترویج فرهنگ مصرف کالای تولید داخل	<ul style="list-style-type: none"> • ارتقای سطح آگاهی عمومی از محصولات با کیفیت در کلاس جهانی • نظارت بر ارائه خدمات پس از فروش • تنظیم مقررات لازم جهت حمایت از مصرف کالای داخلی • حمایت از تبلیغات هدفمند در رسانه ملی و سایر سامانه‌های تبلیغاتی و ایجاد محدودیت در تبلیغات کالاهای خارجی
۷	ایجاد و توسعه نشان تجاری	<ul style="list-style-type: none"> • بهبود تعاملات جهانی با شرکت‌های دارای نام و نشان تجاری معتبر جهانی • ایجاد مشوق‌های ویژه برای تولید تحت لیسانس با رویکرد تعمیق ساخت داخل • تولید با نشان تجاری مشترک با کشورهای خارجی • شرکت در نمایشگاه‌های تخصصی خارجی جهت معرفی نشان تجاری
۸	سرمایه‌گذاری و تولید کمپرسور و ملزومات الکترونیکی صنعت لوازم خانگی	<ul style="list-style-type: none"> • حمایت از ایجاد حداقل دو واحد تولیدی با مقیاس اقتصادی و تنوع تولید • حمایت از سرمایه‌گذاری مشترک (J.V) یا انعقاد قرارداد تولید تحت لیسانس با شرکت‌های دارای نام تجاری معتبر بین‌المللی • حمایت از به‌کارگیری فناوری‌های نوین منطبق با الزامات زیست‌محیطی و استانداردهای مصرف انرژی با رتبه بالا

۶- الزامات اجرای برنامه‌ها

- ۱) تخصیص به هنگام و مناسب منابع لازم از محل‌های تعیین شده
- ۲) تدوین، اجرای اجباری و به روزرسانی استانداردهای کیفیت و نظارت بر اجرای دقیق آنها
- ۳) اجرای دقیق الزامات تعرفه‌ای و فنی برای واردات
- ۴) ارتقای سطح فناوری در تمامی زمینه‌های مربوطه و دستیابی به دانش فنی و فناوری‌های جدید
- ۵) جذب و توسعه سرمایه‌گذاری خارجی برای انتقال دانش فنی و تعمیق ساخت داخل
- ۶) سیاست‌گذاری و هماهنگی جهت ایجاد و توسعه زیرساخت‌های لازم
- ۷) تأکید و حمایت موثر از قطعه‌سازی
- ۸) رفع تحریم‌های بین‌المللی

۸-۷- برنامه راهبردی صنعت کاشی و سرامیک

پژننامه راهبردی وزارت
صنعت، معادن و تجارت

۱- بررسی وضع موجود و جایگاه صنعت کاشی و سرامیک در ایران و جهان

زنجیره تأمین کاشی و سرامیک از مواد معدنی آغاز و تا انواع محصولات دیواری و کف و نما ادامه پیدا می‌کند. سنگ، شیشه، کاشی‌های شیشه‌ای، فلزات و کفپوش‌ها محصولات جایگزین کاشی و سرامیک برای مصارف کف و نما می‌باشند.

آمارهای جهانی تولید کاشی و سرامیک در طی سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۳ به جز سال ۲۰۰۹ که در مقایسه با سال قبل با اندکی کاهش به دلیل رکود حاکم بر بازارهای جهانی مواجه گردید، تصویر مثبتی از روند تولید و گسترش مصرف محصولات این صنعت را نشان می‌دهد. به طوری که تولید کاشی و سرامیک در سال ۲۰۱۳ در جهان به ۱۱ میلیارد و ۹۱۳ میلیون مترمربع رسید که ۶/۴ درصد نسبت به سال ۲۰۱۲ رشد نشان می‌دهد که میزان تولید ایران در این سال حدود ۴۰۰ میلیون مترمربع و معادل ۳/۴ درصد از تولید جهانی است. میزان سرمایه‌گذاری صورت گرفته جهانی در این صنعت توأم با گسترش مصرف از ادامه روند رشد تولید کاشی در جهان حکایت می‌کند. در این میان کشورهای زیادی در طی ۲۰ سال گذشته با سرمایه‌گذاری قابل توجه و بهره‌گیری از آخرین فناوری تولید به خیل تولیدکنندگان سنتی کاشی و سرامیک جهان پیوسته‌اند. از جمله این کشورها می‌توان چین، ایران، هند، برزیل، ویتنام، اندونزی، روسیه، ترکیه و امارات را نام برد. قاره آسیا با اختلاف فاحشی در صدر بزرگ‌ترین تولیدکننده کاشی و سرامیک جهان است و بزرگ‌ترین مصرف‌کننده این محصولات نیز می‌باشد. اروپا، آمریکای مرکزی و جنوبی، آفریقا و همچنین آمریکای شمالی به ترتیب در رده‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

با توجه به حجم بالای سرمایه‌گذاری‌هایی که در صنعت کاشی و سرامیک کشور به ویژه در سال‌های اخیر صورت گرفته است در حال حاضر میزان عرضه بیش از تقاضای آن است که علت اصلی آن حاشیه سود مناسب این صنعت در گذشته بوده است.

همان‌طور که آمار تولید و مصرف کاشی و سرامیک در ایران نشان می‌دهد، اکنون بازار داخلی اشباع شده و هرگونه توسعه سرمایه‌گذاری جدید می‌بایست صرفاً برای بازارهای صادراتی صورت پذیرد.

جدول ۴۰- میزان تولید ۱۰ کشور برتر جهان در صنعت کاشی و سرامیک در سال ۲۰۱۳

رتبه	میزان تولید (میلیون مترمربع)	کشور
۱	۵۷۰۰	چین
۲	۸۷۱	برزیل
۳	۷۵۰	هند
۴	۴۲۰	اسپانیا
۵	۴۰۰	ایران
۶	۳۹۰	اندونزی
۷	۳۶۳	ایتالیا
۸	۳۴۰	ترکیه
۹	۳۰۰	ویتنام
۱۰	۲۲۸	مکزیک

مأخذ: دفتر صنایع معدنی وزارت صنعت، معدن و تجارت

در حال حاضر ۱۱۹ واحد تولیدی کاشی و سرامیک در کشور وجود دارد که بالغ بر ۳۲۰۰۰ اشتغال مستقیم ایجاد کرده است.

◀ تأمین مواد اولیه

مواد اولیه یکی از موثرترین و مهم ترین ضرورت توسعه صنعت کاشی و سرامیک در کشور می باشد. مهم ترین مواد اولیه مورد استفاده در تولید کاشی و سرامیک عبارتند از:

- خاک رس
- کائولن
- فلدسپات (فلدسپار)
- کوارتز
- لعاب

تولید در این صنعت به جهت وجود منابع اصلی و اولیه مورد نیاز از منابع طبیعی کشور همچنان دارای ارزش افزوده است. تأمین مواد اولیه به میزان ۸۰ تا ۹۵ درصد از داخل کشور و سابقه چند هزار ساله مردمان ایران زمین در تولید کاشی و سفال، این صنعت بومی را امروز به توان رقابت پذیری کم نظیر در منطقه تبدیل نموده است.

از نظر آمایش صنعتی، مناطق عمده تولید کاشی و سرامیک کشور، استان یزد با ۴۱ درصد از ظرفیت تولید کشور و پس از آن استانهای اصفهان، قزوین و خراسان رضوی هستند و عمده ترین مناطق شناخته شده دارای مواد اولیه معدنی کاشی و سرامیک، استان های فارس، یزد، همدان و زنجان می باشند.

۲-هدف گذاری صنعت کاشی و سرامیک

۲-۱- چشم انداز صنعت کاشی و سرامیک در افق ۱۴۰۴:

با توجه به اصل پایداری و رعایت اصول طراحی سبز، تولید صادرات محور با پیوستگی حلقه های ارزش افزوده به صورت متوازن و به سمت انتهای زنجیره با حفظ مزیت های رقابتی کشور، مقیاس بهینه در تولید، به کارگیری فناوری های روز و تأکید بر توسعه اکتشافات معدنی برای تأمین مواد اولیه مورد نیاز در راستای سند چشم انداز صنعت، معدن و تجارت، چشم انداز صنعت کاشی و سرامیک در افق سال ۱۴۰۴ به شرح ذیل ترسیم می گردد:

« کسب جایگاه چهارم درجهان با ظرفیت تولید سالیانه

۷۰۰ میلیون متر مربع و ۲ میلیارد دلار صادرات»

۲-۲- اهداف کلی صنعت کاشی و سرامیک :

- ۱) افزایش سهم صادرات کشور در بازارهای جهانی
- ۲) استخراج معادن و تولید محصولات کاشی و سرامیکی در مقیاس اقتصادی
- ۳) رسیدن به سطح فناوری روز دنیا در تمامی زمینه های مربوطه
- ۴) رسیدن به سطح کیفیت و استانداردهای معتبر جهانی
- ۵) ارتقای توان طراحی و توجه به الگوی مصرف کشورهای هدف
- ۶) مشارکت با شرکت های دارای نام های تجاری معتبر جهانی با هدف توسعه صادرات
- ۷) رسیدن به سطح جهانی بهره وری کل عوامل (سرمایه، نیروی انسانی، مواد و...)
- ۸) توسعه پایدار و حفظ محیط زیست

۲-۳- اهداف کمی صنعت کاشی و سرامیک :

جدول ۴۱- وضعیت موجود و هدف‌گذاری صنعت کاشی و سرامیک تا افق سال ۱۴۰۴

ردیف	شاخص	واحد سنجش	وضعیت موجود (سال ۱۳۹۳)	هدف (سال ۱۳۹۶)	هدف (سال ۱۳۹۹)	هدف (سال ۱۴۰۴)	توضیح
۱	ظرفیت تولید کاشی و سرامیک	میلیون مترمربع	۵۰۰	۵۴۰	۶۰۰	۷۰۰	
۲	سهم ارزش افزوده کاشی و سرامیک در بخش صنعت	درصد	۳/۵ (سال ۹۲)	۳/۵	۳/۶	۳/۸	بر اساس اطلاعات بانک مرکزی به قیمت ثابت سال پایه ۱۳۸۳
۳	ارزش صادرات محصولات کاشی و سرامیک	میلیارد دلار	۰/۴۳	۰/۸۶	۱/۳	۲	
۴	سهم صادرات کاشی و سرامیک از کل صادرات صنعتی	درصد	۱/۵	۱/۵	۱/۶	۱/۷	
۵	سهم اشتغال کاشی و سرامیک از اشتغال بخش صنعت	درصد	۲/۲ (سال ۹۲)	۲/۲	۲/۳	۲/۵	مرکز آمار ایران (اطلاعات کارگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر)
۶	سهم هزینه تحقیق و توسعه از فروش در صنعت کاشی و سرامیک	درصد	۰/۰۵ (سال ۹۲)	۰/۰۷	۰/۱	۰/۵	
۷	سهم هزینه انرژی و آب از قیمت تمام شده در صنعت کاشی و سرامیک	درصد	۶/۸ (سال ۹۲)	۶/۵	۶	۵/۵	
۸	جایگاه ایران در جهان	رتبه	۵	۵	۴	۴	

۳- اهم نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای صنعت کاشی و سرامیک

۳-۱- نقاط قوت:

- ۱) حاشیه سود بالا
- ۲) وجود فناوری نسبتاً به روز
- ۳) انعطاف پذیری در زمینه طرح، رنگ و اندازه
- ۴) وجود ساختار تقریباً کامل زنجیره ارزش (به خصوص در تأمین مواد اولیه)
- ۵) وجود منابع معدنی مورد نیاز در کشور
- ۶) توانمندی نیروی انسانی
- ۷) رقابتی بودن نسبی قیمت در کشور
- ۸) حضور بخش خصوصی در عرصه سرمایه‌گذاری
- ۹) سرمایه‌گذاری قابل توجه انجام شده
- ۱۰) استقرار یافته بر اساس اصول آمایش

۳-۲- نقاط ضعف:

- ۱) عدم انسجام و هماهنگی واحدهای تولیدی در بخش صادرات
- ۲) ضعف در بازاریابی علمی و مناسب صادراتی
- ۳) ضعف در بازاریابی و شناسایی نیازهای جدید
- ۴) کمبود منابع مالی مورد نیاز
- ۵) عدم توجه به حداقل ظرفیت اقتصادی به منظور بهره‌وری در تولید
- ۶) کمبود فعالیت‌های تحقیق، توسعه و فناوری‌های نوین
- ۷) برنامه‌ریزی ناکافی در فرآوردی مواد اولیه
- ۸) پایین بودن بهره‌وری عوامل تولید
- ۹) مصرف بالای انرژی

۳-۳- فرصتها:

- ۱) دسترسی آسان به منابع انرژی
- ۲) وجود جاذبه سرمایه‌گذاری خارجی
- ۳) امکان عرضه در بازارهای جهانی به ویژه کشورهای همجوار
- ۴) وجود حمایت دولت از ایجاد و توسعه صنعت
- ۵) قیمت تمام شده مناسب نسبت به رقبای اروپایی
- ۶) روند رو به رشد شرکت‌های دانش بنیان در زمینه‌های نانو و ...

۳-۴- تهدیدها:

- ۱) فراهم نبودن کامل زیر ساخت‌های توسعه صنعت کاشی و سرامیک
- ۲) ناتوانی واحدهای تولیدی در تأمین به موقع منابع مالی
- ۳) محدودیت‌های زیست محیطی
- ۴) وجود محدودیت‌های بین‌المللی
- ۵) رشد کشورهای جنوب شرق آسیا در تولید کاشی و سرامیک
- ۶) وجود برخی پیمان‌های منطقه‌ای که باعث مزیت برخی از رقبای منطقه‌ای شده است
- ۷) ضعف قوانین کپی رایت و عدم اجرای صحیح آن
- ۸) بالا بودن نرخ سود تسهیلات
- ۹) ایجاد مسایل و مشکلات ناشی از تحریم و موانع خارج از کشور

۴- راهبردهای توسعه صنعت کاشی و سرامیک

با توجه به سیاست‌ها و هدف‌گذاری انجام شده در صنعت کاشی و سرامیک کشور تا افق سال ۱۴۰۴، راهبردهای تحقق این اهداف به شرح ذیل تعیین می‌گردد:

۱. ایجاد واحدهای بزرگ مقیاس
۲. مدیریت زنجیره ارزش تولیدات
۳. جذب و توسعه سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی و تأمین مالی
۴. توسعه بازارهای خارجی
۵. ایجاد و توسعه زیرساخت‌های لازم
۶. بهبود بهره‌وری کل عوامل تولید (نیروی انسانی، ماشین‌آلات، سرمایه، انرژی و...)
۷. رعایت ملاحظات زیست‌محیطی
۸. تقویت تشکل‌های موجود در ایجاد انسجام و هماهنگی لازم در بازارهای صادراتی

۵- برنامه های اجرایی در راستای راهبردهای تعیین شده

جدول ۴۲- برنامه های اجرایی در راستای راهبردهای تعیین شده

ردیف	راهبرد	برنامه های اجرایی
۱	ایجاد واحدهای بزرگ مقیاس	<ul style="list-style-type: none"> • ایجاد واحدها در مقیاس اقتصادی با توجه به حجم تولید و سرمایه گذاری
۲	مدیریت زنجیره ارزش تولیدات	<ul style="list-style-type: none"> • برقراری توازن زنجیره تولید • رعایت مقیاس اقتصادی تولید • متنوع سازی محصولات • ساماندهی عرضه و صادرات محصولات
۳	جذب و توسعه سرمایه گذاری داخلی و خارجی و تأمین مالی	<ul style="list-style-type: none"> • تأمین و تخصیص منابع مالی و ارائه تضمین های حمایتی از سوی نهادهای وام دهنده جهت مقابله با نوسانات ارزی • جلب مشارکت سرمایه گذاران بخش خصوصی و خارجی در کل زنجیره با ایجاد انگیزه و اعتماد در سرمایه گذاران
۴	توسعه بازارهای خارجی	<ul style="list-style-type: none"> • استقرار نظام بازار محور به جای تولید محور • رصد پویای بازارهای خارجی • افزایش تنوع محصولات نهایی با توجه به تقاضای بازار داخل و خارج به ویژه محصولات با ارزش افزوده مطلوب • اتخاذ راهکارهایی جهت بهبود شرایط صادرات و واردات در راستای قوانین WTO • توسعه فعالیت های تحقیق و توسعه جهت انتقال فناوری و نوآوری محصولات جدید

برنامه های اجرایی	راهبرد	ردیف
<ul style="list-style-type: none"> • تکمیل و توسعه شبکه ریلی کشور • تکمیل و توسعه و تجهیز بنادر و اسکله ها • سازماندهی و نوسازی ناوگان حمل و نقل جاده ای، ریلی و دریایی • متناسب جهت بهره مندی از حمل و نقل آسان و کم هزینه محصولات و مواد اولیه 	<p>ایجاد و توسعه زیرساخت های لازم</p>	۵
<ul style="list-style-type: none"> • استقرار و توسعه نظام های مدیریتی، آموزشی و انگیزشی • بهبود فرآیندهای تولید • استفاده از نوآوری های فردی و جمعی در بهبود بهره وری عوامل • حمایت از واحدهای تولیدی در اجرای برنامه های بهبود بهره وری • تسریع در راه اندازی طرح ها و رفع موانع و مشکلات آنها • بهینه سازی مصرف انرژی و آب 	<p>بهبود بهره وری کل عوامل تولید</p>	۶
<ul style="list-style-type: none"> • شناسایی و استفاده از فناوری های سازگار با محیط زیست در تمامی مراحل تولید • استفاده از فرآیندهای مقتضی جهت پیشگیری از فرسایش و نابودی محیط زیست 	<p>رعایت ملاحظات زیست محیطی</p>	۷
<ul style="list-style-type: none"> • تقسیم بازارهای صادراتی بین واحدهای تولیدی با نام و نشان تجاری مشخص • اعمال مشوق های صادراتی متناسب با بازارهای هدف تعیین شده • حضور هدفمند و برنامه ریزی شده واحدها و تشکل مربوطه در نمایشگاه و بازارهای بین المللی • پیگیری جهت تحقق ادغام نام های تجاری برای حضور هدفمند در بازارهای صادراتی 	<p>تقویت تشکل های موجود در ایجاد انسجام و هماهنگی لازم در بازارهای صادراتی</p>	۸

۶- الزامات اجرای برنامه ها

۱. بهبود تعاملات بین المللی و فضای کسب و کار
۲. تخصیص به هنگام و مناسب منابع لازم از محل های تعیین شده
۳. تدوین و اجرای اجباری استانداردهای کیفیت و نظارت بر اجرای دقیق آنها و به روزرسانی استانداردها
۴. به کارگیری الزامات فنی در مدیریت واردات و کاهش تدریجی موانع تعرفه ای
۵. بهره وری منابع (سرمایه، نیروی انسانی، مواد و...) تا سطح شاخص های جهانی و دستیابی به قیمت های رقابتی
۶. اصلاح سیاست های پولی و مالی منطبق با نیاز تولید
۷. ارتقای سطح فناوری در تمامی زمینه های مربوطه و دستیابی به دانش فنی و فناوری های جدید
۸. اجرای مستمر و برنامه ریزی شده الزامات زیست محیطی و دستیابی به استانداردهای جهانی این صنعت
۹. جذب و توسعه سرمایه گذاری خارجی و خصوصی سازی واقعی
۱۰. توسعه فعالیت های اکتشافی و استخراج مواد معدنی
۱۱. سیاست گذاری و هماهنگی جهت ایجاد و توسعه زیر ساخت های لازم

برنامه راهبردی وزارت
صنعت، معدن و تجارت

۹- اسناد پشتیبان

- سیاست‌های ابلاغی مقام معظم رهبری در سال‌های اخیر مرتبط با بخش صنعت، معدن و تجارت
- اسناد راهبردی تهیه شده قبلی مرتبط با صنعت، معدن و تجارت
- مطالعات تطبیقی برخی از کشورهای در حال توسعه
- گزارش متدولوژی و نتایج اولویت‌بندی رشته فعالیت‌های بخش صنعت، معدن و تجارت
- مطالعات و نمودارهای روند تغییرات شاخص‌های کلان اقتصادی
- گزارش اولویت‌های صنایع پیشرفته
- مقادیر تفصیلی اهداف صادرات به تفکیک بخش صنعت و معدن
- اسناد پشتیبان مرتبط با برنامه‌های راهبردی تهیه شده صنایع منتخب