

# گروه برق و مکانیک



عبدالله ناظر فضی  
رئیس گروه برق و مکانیک



جدول (۱) خلاصه تحلیل آماری وضعیت صادرات اقلام مهم گروه برق و مکانیک طی دوازده ماهه سال ۱۳۹۵ و مقایسه آن با مدت مشابه سال قبل

ارزش: میلیون دلار  
وزن: هزار تن

درصد تغییرات		۱۳۹۴ ماهه ۱۲		۱۳۹۵ ماهه ۱۲		گروه کالایی
وزن	ارزش	وزن	ارزش	وزن	ارزش	
<b>وسایط نقلیه زمینی و دریایی</b>						
۶۹	۷۷/۲	۳/۶	۲۰/۷	۶	۳۶/۶	- خودرو سواری
-۵۸/۴	-۴۷/۱	۸/۸	۲۴/۲	۳/۶	۱۲/۸	- تریلر و نیمه تریلر
۰/۵۸	-۱۱	۶/۲	۲۶	۶/۲	۲۳	- تراکتور
-۸۷	-۸۸	۱۲	۹۱	۱/۵	۱۱	- قطعات منفصله سواری
-۲۸	-۵۲	۷۳	۳۰۲	۵۲	۱۴۵	- قطعات و لوازم یدکی انواع خودرو
-۲۷	-۲۹	۸/۷	۳۴/۳	۶/۴	۲۴/۴	- لاستیک، تایر و تیوپ برای انواع وسایط نقلیه
۱۱۷۶	۱۵۸۷/۳	۰/۳	۰/۹	۳/۸	۱۴/۶	- انواع کشتی، قایق و سایر شناورها و قطعات
-۷۷/۶	۸۹/۱	۱/۱	۱	۰/۳	۲	- لکوموتیو و نواقل روی خط آهن و قطعات
-۲۹/۸	-۴۳/۲	۱۱۳/۷	۴۷۴/۱	۷۹/۸	۲۶۹/۴	<b>مجموع</b>
<b>لوازم خانگی و اداری</b>						
-۶/۹	-۶/۱	۷۶/۲	۲۳۰/۹	۷۱	۲۱۶/۷	- لوازم خانگی انرژی بر
۴۱/۲	۳۷/۸	۱۲۲/۵	۲۵۴/۱	۱۷۳	۳۵۰/۳	- لوازم خانگی غیرانرژی بر
۳۱/۷	۲۰/۸	۴/۶	۱۰/۴	۶/۱	۱۲/۶	- مبلمان، دکوراسیون اداری و منزل و یراق آلات
۲۳	۱۷	۲۰۳/۳	۴۹۵/۴	۲۵۰/۱	۵۷۹/۶	<b>مجموع</b>
<b>ماشین آلات و تجهیزات صنعتی</b>						
۱۰	۲۰/۲	۵/۹	۳۱/۴	۶/۵	۳۷/۷	- ماشین آلات صنایع غذایی
-۱۸	۲۹/۲	۳۴/۴	۱۷۶/۸	۲۸/۱	۲۲۸/۴	- سایر ماشین آلات و تجهیزات صنعتی
-۱۴/۱	۲۷/۸	۴۰/۳	۲۰۸/۲	۳۴/۶	۲۶۶/۱	<b>مجموع</b>
<b>برق و الکترونیک</b>						
۱۹	۳۸/۵	۱۵/۵	۱۱۵/۹	۱۸/۴	۱۶۰/۸	- انواع سیم و کابل
-۳۷	-۴۰/۳	۱۴/۸	۱۱۳/۹	۹/۳	۶۸	- انواع تابلو و تجهیزات برق صنعتی
-۱۱/۲	-۲۷/۲	۱	۴۷/۴	۰/۹	۳۴/۵	- انواع سوئیچ، تجهیزات مخابراتی و الکترونیکی
۲۲/۲	-۱۳/۳	۰/۶	۶	۰/۷	۵/۱	- لوستر، چراغ و لوازم روشنایی
-۸/۱	-۵/۲	۳۱/۹	۲۸۳/۲	۲۹/۳	۲۶۸/۴	<b>مجموع</b>
۱/۲	-۳/۲	۳۸۹/۲	۱۴۲۹/۵	۳۹۳/۸	۱۳۸۳/۵	<b>جمع کل</b>

صنعت برق و مکانیک یکی از بخش های مهم اقتصادی ایران محسوب شده و نقش قابل توجهی در رشد و توسعه کشور ایفاء می کند. گروه برق و مکانیک در برگیرنده انواع وسایط نقلیه ( زمینی، دریایی) قطعات و لوازم یدکی، لوازم خانگی و اداری، ماشین آلات و تجهیزات صنعتی، برق و الکترونیک و... می باشد. طبق جدول شماره (۱) مجموع ارزش صادرات اقلام شاخص در بخش برق و مکانیک طی سال ۱۳۹۵، بالغ بر ۱۳۸۳/۵ میلیون دلار به وزن ۳۹۳/۸ هزار تن می باشد که در مقایسه با مدت مشابه سال ۱۳۹۴، به لحاظ ارزشی ۳/۲- درصد کاهش و از نظر وزنی ۱/۲ درصد افزایش داشته است.

## خودروی سواری:

طی سال ۱۳۹۵، ۳۶/۶ میلیون دلار خودرو سواری به بازارهای هدف صادراتی شامل عراق، الجزایر، لبنان، ترکمنستان، سوریه صادر شده است که به ارزش صادرات هر بازار در جدول شماره (۲) اشاره گردیده است.

## جدول (۲) آمار صادرات خودرو سواری به بازارهای هدف صادراتی طی دوازده ماهه سال ۱۳۹۵ و مقایسه آن با مدت مشابه سال ۱۳۹۴

ارزش: میلیون دلار

کشور	۱۲ ماهه ۱۳۹۵	۱۲ ماهه ۱۳۹۴	درصد تغییر	سهم صادرات ۱۲ ماهه نخست ۹۵ از کل صادرات خودرو سواری (%)
عراق	۲۹	۱۴/۸	۹۵	۷۹/۲
الجزایر	۲/۲	۰/۸	۱۷۵	۶
سوریه	۱/۶	۰/۰۳	۵۲۳۳	۴/۳
لبنان	۱/۳	-	۱۰۰	۳/۵
ترکمنستان	۱	۰/۱	۹۰۰	۲/۷

عمده مشکلات موجود در صادرات خودرو سواری بویژه کشور عراق را حمل مستقیم کالا و قوانین مرتبط با استاندار عراق تشکیل می دهد. از ابتدای سال ۲۰۱۶ و با مصوبه شورای وزیران کشور عراق هزینه ثبت خودروهای تولیدی معادل ۴۰۰ دلار برای هر دستگاه افزایش و به موازات هزینه ثبت خودروهای وارداتی از ۴۸۰۰ دلار به ۱۶۰۰ دلار کاهش یافت. این امر باعث می گردد که خودروسازهای خارجی با استفاده از کاهش قیمت ۳۲۰۰ دلاری ناشی از مصوبه مذکور با واردات خودروهای هم کلاس و یا در مواردی با امکانات بیشتر، امکان رقابت را از خودروهای ساخت داخل عراق سلب نموده و سرمایه گذاری طرف عراقی برای تولید را غیر اقتصادی نماید.

## خودروهای سنگین:

طی دوازده ماهه سال ۱۳۹۵ حدود ۳۵/۸ میلیون دلار خودرو سنگین شامل انواع تریلر، نیمه تریلر و تراکتور به خارج از کشور صادر شده است که نسبت به سال ۱۳۹۴ حدود ۲۸/۵ درصد کاهش داشته است. بازارهای هدف صادراتی خودروهای مذکور در این مدت شامل امارات متحده عربی، عراق، افغانستان، سودان و هلند بوده است که ارزش صادرات هریک به تفکیک در جدول شماره (۳) اشاره گردیده است.

### جدول (۳) آمار صادرات خودروهای سنگین به پنج بازار هدف صادراتی

طی دوازده ماهه سال ۱۳۹۵ و مقایسه آن با مدت مشابه سال ۱۳۹۴

ارزش: میلیون دلار

کشور	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۴	درصد تغییر	سهم صادرات ۱۲ ماهه نخست ۹۵ از کل صادرات خودروهای سنگین (%)
امارات متحده	۱۱/۳	۱۸/۶	-۳۹/۲	۳۱/۵
افغانستان	۱۱	۷/۵	۴۶	۳۱
عراق	۱۰	۱۶/۶	-۴۰	۲۸
سودان	۱/۸	۳/۵	-۴۸	۵
هلند	۰/۷	۰/۱۹	۲۶۸	۱/۹

## مشکلات و دلایل کاهش صادرات انواع خودروهای تجاری:

- وجود مشکلات ناشی از نقل و انتقالات ارزی و به تبع آن کاهش نقدینگی لازم برای تامین مواد اولیه مورد نیاز بخش تولید که در نتیجه منجر به کاهش تولید و صادرات محصولات مورد نظر گردیده است.
- بدهی خودروسازان به سازندگان و تامین کنندگان قطعات و لوازم یدکی داخلی که همچنین منجر به بروز مشکلات عدیده در تامین قطعات مورد نیاز داخل نیز شده است.
- افزایش هزینه های صادرات خودرو ناشی از تحریم های بین المللی سالهای اخیر علیه کشور که تاثیر زیادی بر روی حمل و نقل، تامین مواد اولیه، برگشت نقدینگی و... داشته و باعث عدم رقابت پذیری خودروهای ایرانی با خودروهای خارجی، حتی دست دوم گردیده است. پیش بینی می شود در دوران پسا تحریم تغییر تدریجی در روند تولید و صادرات انواع خودرو آغاز گردد.
- کاهش سطح روابط سیاسی ایران با کشور سودان و همچنین نا امنی های موجود در کشور عراق سهم مهمی در کاهش صادرات ماههای اخیر به آن کشور داشته است.

## قطعات منفصله خودروهای سواری:

عملکرد صادرات قطعات منفصله خودروهای سواری طی دوازده ماهه سال ۱۳۹۵ به میزان ۱۰/۴ میلیون دلار بوده است که در مقایسه با سال ۹۴ (به ارزش ۹۱ میلیون دلار) با ۸۸- درصد کاهش صادرات روبرو بوده است.

افزایش تعرفه واردات قطعات به کشور عراق از صفر به ۱۵ درصد (برابر با واردات خودروی کامل) از مهمترین علل کاهش صادرات این بخش می باشد.

## جدول (۳) آمار صادرات قطعات و لوازم یدکی انواع خودروهای سبک و سنگین به پنج بازار عمده هدف صادراتی طی دوازده ماهه سال ۱۳۹۵ و مقایسه آن با مدت مشابه سال ۱۳۹۴

ارزش: میلیون دلار

کشور	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۴	درصد تغییر	سهم صادرات ۱۲ ماهه خست ۱۳۹۵ از کل صادرات قطعات و لوازم یدکی خودرو (%)
عراق	۶۹	۲/۶	-۶۸	۵۳/۳
افغانستان	۲۰/۵	۱۳/۳	۵۴	۱۶
امارات متحده	۱۶	۲۸	-۳۹/۰۴	۱۲
ترکمنستان	۵/۵	۵/۱	۱۱/۹	۴/۲
ترکیه	۴/۳	۴/۲	۰	۳/۳

## قطعات و لوازم یدکی انواع خودروهای سبک و سنگین:

مطابق جدول شماره (۱)، طی این مدت بالغ بر ۱۴۵ میلیون دلار با وزن ۵۲ هزار تن قطعات و لوازم یدکی انواع خودروهای سبک و سنگین به خارج از کشور صادر شده است که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۵۲ درصد کاهش ارزشی و ۲۸ درصد کاهش وزنی را نشان میدهد.

پنج بازار اول صادراتی قطعات و لوازم یدکی خودرو ۷۹/۵ درصد کل صادرات این گروه از محصولات را به خود اختصاص داده است.

## لاستیک، تایر و تیوپ:

طی دوازده ماهه سال ۱۳۹۵ میزان ۲۴/۴ میلیون دلار انواع لاستیک، تایر و تیوپ انواع وسایط نقلیه به خارج از کشور صادر شده است که نسبت به سال ۲۹- درصد کاهش داشته است.

پنج کشور عمده صادراتی اقلام یادشده شامل افغانستان (۱۳)، پاکستان (۲/۶)، عراق (۲/۴)، نیجریه (۱/۷) و ترکیه (۱/۱) میلیون دلار می باشد.

در ادامه شایان ذکر است برای تبیین فرصت‌های جدید و هدفگذاری بلندمدت در چشم انداز ۱۴۰۴ در صنعت خودرو سازی لازم است الزاماتی مد نظر سیاستگذاران حوزه صنعت خودرو و شرکتهای خودروساز قرار گیرد که از آن جمله می توان به لزوم ارتقای کیفیت محصولات و قطعات منطبق با سلیقه مصرف کننده خارجی و متوازن با سطح استانداردهای جهانی، تنوع بخشی به محصولات ، تنوع خدمات پس از فروش و تأمین قطعات و رعایت خواست مشتری بویژه تلاش در جهت واقعی شدن قیمت تمام شده محصولات و رقابت پذیر نمودن آنها اشاره نمود. همچنین توجه دقیق به اجرای توافقات و قراردادهای و تمهید حمایت‌های سیاسی دولت در تفاهمات منطقه‌ای و بین‌المللی از دیگر الزاماتی است که میبایست - از سوی دولت مورد توجه قرار گیرد.

### **راهکارهای مناسب برای دستیابی به اهداف توسعه صادرات خودرو و قطعات:**

- ۱- وضع قوانین مناسب برای تضمین سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت قطعه‌سازی
- ۲- تقویت تشکلهای صادراتی تخصصی
- ۳- برطرف کردن مشکلات ناشی از کمبود ظرفیت صادرات از طریق:
  - توسعه سرمایه‌گذاری مبتنی بر نیاز بازارهای هدف
  - توسعه سرمایه‌گذاری مشارکتی از طریق جذب سرمایه‌های بخش خصوصی
- ۴- انتخاب زمینه‌های مناسب برای سرمایه‌گذاری براساس مطالعات دقیق امکان‌سنجی (Feasibility Study)
- ۵- ایجاد و تقویت زیرساخت‌های مورد نیاز در مناطق آزاد تجاری به منظور صادرات مجدد
- ۶- برطرف کردن مشکلات ناشی از پایین بودن کیفیت از طریق:
  - توسعه R&D
  - گسترش مراکز تست و کنترل کیفی
  - بهبود سیستم بسته‌بندی قطعات
  - تهیه و تدوین استانداردهای اجباری و نظارت بر حسن اجرای آن
- ۷- رفع مشکلات مربوط به ناوگان حمل و نقل (ریلی، زمینی، دریایی)
- ۸- اعطای پوشش‌های حمایتی لازم از سوی صندوق ضمانت صادرات ایران در مقابل ریسک‌های ناشی از عدم ایفای تعهدات طرفهای تجاری ذیربط
- ۹- امکان ایجاد مبادلات تهاتری کالا بمنظور مقابله با مشکلات ناشی از نقل و انتقالات ارزی در شرایط موجود

## انواع کشتی، قایق و سایر شناورها:

صادرات این گروه علیرغم سرمایه گذاری های قبلی صورت گرفته سهم بسیار ناچیزی در سبد صادرات غیر نفتی دارد. مشکلات دوران تحریم و چالش های پیش روی تولید کنندگان انواع کشتی و شناور باعث گردید تا بازارهای عمده این محصولات و جایگاه سابق ایران در این بازارها از دست برود. ارزش صادرات انواع کشتی، قایق و سایر شناورها طی دوازده ماهه سال ۱۳۹۵ بالغ بر ۱۴/۶ میلیون دلار به وزن ۳/۸ هزارتن بوده است که نسبت به مدت مشابه سال ۱۳۹۴ از نظر ارزشی ۱۵۸۷ درصد و از لحاظ وزنی ۱۱۷۶ درصد افزایش داشته است.

**بازارهای عمده هدف** اقلام مذکور بترتیب ارزش صادراتی شامل امارات متحده عربی (۰/۲۷)، عراق (۰/۱۹)، افغانستان (۰/۰۳) و ترکمنستان (۰/۰۴) و سایر کشورهای خارجی (۱۴) میلیون دلار بوده است.

## لوازم خانگی و اداری:



طی دوازده ماهه سال ۱۳۹۵، بالغ بر ۲۱۶/۷ میلیون دلار لوازم خانگی انرژی بر به وزن ۷۱ هزارتن به خارج از کشور صادر شده است که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۶/۱- درصد از نظر ارزشی افزایش و ۶/۹- درصد از نظر وزنی کاهش داشته است. در این مدت همچنین ۳۵۰/۳ میلیون دلار لوازم خانگی غیرانرژی بر به وزن ۱۷۳ هزارتن صادر شده است که از نظر ارزشی ۳۷/۸ درصد و از لحاظ وزنی ۴۱/۲ درصد افزایش داشته است.

صادرات مبلمان، دکوراسیون اداری و منزل به همراه یراق آلات با ارزش ۱۲/۶ میلیون دلار به وزن ۶/۱ هزارتن طی دوازده ماهه سال ۱۳۹۵ در مقایسه با مدت مشابه سال ۱۳۹۴، ۲۰/۸ درصد از نظر ارزشی و ۳۱/۷ درصد از نظر وزنی افزایش داشته است.

از جمله موانع موجود بر سر راه صادرات این صنعت مشکلات نقدینگی واحدهای تولید، قیمت تمام شده غیر رقابتی و بالا بودن تعرفه واردات در برخی کشورها از جمله روسیه می باشد.

### جدول (۵) پنج بازار عمده هدف صادراتی لوازم خانگی و اداری

ارزش: میلیون دلار  
وزن: هزارتن

طی دوازده ماهه سال ۱۳۹۵ و مقایسه آن با مدت مشابه سال ۱۳۹۴

۵ بازار عمده هدف لوازم خانگی و اداری و منزل و یراق آلات			۵ بازار عمده هدف لوازم خانگی غیرانرژی بر			۵ بازار عمده هدف لوازم خانگی انرژی بر				
ارزش			کشور	ارزش			کشور	ارزش		
درصد تغییر	۱۲ ماهه ۱۳۹۴	۱۲ ماهه ۱۳۹۵		درصد تغییر	۱۲ ماهه ۱۳۹۴	۱۲ ماهه ۱۳۹۵		درصد تغییر	۱۲ ماهه ۱۳۹۴	۱۲ ماهه ۱۳۹۵
۲۴	۶/۲	۷/۷	عراق	۳۸	۱۸۱	۲۴۹/۷	عراق	-۷/۲	۱۹۴	۱۸۰
۳۵	۱/۴	۱/۹	افغانستان	۴۱	۳۳	۴۶/۵	افغانستان	-۶/۶	۲۱	۱۹/۶
۴۰۰	۰/۳	۱/۵	امارات	۲۸	۶	۷/۷	پاکستان	۸۵	۲	۳/۷
۱۰۰	-	۰/۱۶	آذربایجان	۱۷۲	۲/۵	۶/۸	آذربایجان	-۵/۲	۱/۹	۱/۸
۱۰۰	-	۰/۱۴	یمن	۳/۵	۵/۷	۵/۹	ترکمنستان	۱۷۰۴۲	۱/۳	۱/۳

## مشکلات صنعت لوازم خانگی کشور :

صادرات لوازم خانگی بویژه لوازم خانگی انرژی بر همواره با شرایط اقتصادی منطقه و کشورهای هدف و سایر شاخص های تأثیرگذار در تجارت جهانی متغیر بوده ، بنابراین اعمال سیاست های جدید اقتصادی در کشور و وجود محدودیتهای بین المللی طبیعتاً بر صادرات این محصولات تأثیرات بسزایی خواهد داشت و هرگونه فراز و نشیب و ایجاد سیاستگذاری های کارشناسی نشده در هریک از عوامل تأثیر گذار یاد شده میتواند مشکلات عدیده‌ای را برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان این گروه از لوازم خانگی ایجاد نماید، از این رو به برخی از مشکلات صنعت لوازم خانگی که از دیدگاه انجمن ذیربط، با ملحوظ نمودن شرایط کنونی کشور بسیار چشمگیر میباشد بشرح ذیل اشاره شده است :

- عدم وجود استراتژی مشخص صادراتی

- عدم ثبات در قیمت گذاری کالا

- عدم امکان گشایش اعتبارات اسنادی

- بالا بودن نرخ تعرفه های ترجیعی در برخی کشورها

- ناهماهنگی بازاریابی ناشی از تجارت پبله وری توسط دلان

- قاچاق و عدم مدیریت واردات محصولات مشابه خارجی

با عنایت به مراتب فوق، علیرغم تمایل مصرف محصولات لوازم خانگی توسط اکثر اقشار جامعه صنعت مذکور به کالاهای ضروری تبدیل گشته است، لذا نگاه ما به تولید با توجه به ورود کالاهای وارداتی باید به گونه‌ای باشد که بخشی از تولید حتماً به صادرات اختصاص یابد و برای حضوری موفق در صادرات لوازم خانگی باید مهمترین شاخص های آن یعنی:

(۱) کاهش مصرف انرژی در وسایل خانگی (به جهت حذف یارانه ها)

(۲) افزایش راندمان (بهره گیری از تکنولوژی روز)

(۳) خدماتی که باید در جهت تامین استانداردهای بین المللی به مشتریان ارائه گردد،

(۴) ارائه خدمات مستمر پس از فروش

مورد توجه ویژه قرار گیرد. باتوجه به افزایش حجم صادرات لوازم خانگی طی سالهای اخیر و همچنین بهبود روابط سیاسی و اقتصادی پس از تحریم ها، انتظار می‌رود چشم انداز امیدوارکننده‌ای را نسبت به توسعه بازار داخل و خارج از کشور در پیش رو داشته باشیم.

از جمله مشکلات مهم در این صنعت می توان به این مورد اشاره داشت که: متأسفانه در برخی از شهرها مانند کاشان و تبریز تولیدات زیر پله ای ارزان و با کیفیت پایین صورت می گیرد در خصوص کالاهایی مثل کولر و آبگرمکن دولت عراق این اقلام را به دلیل شرایط حاکم بر آن کشور به صورت رایگان و یا مبلغ کمی در بین مردم توزیع می کند.



## مشکلات فرآوری صنعت مبلمان ، دکوراسیون اداری و منزل و یراق آلات :

در بخش مبلمان و دکوراسیون اداری و منزل نیز به رغم وجود پتانسیل های زیادی که در زمینه صادرات مبلمان و مصنوعات چوبی در کشور وجود دارد، متأسفانه صادرات آن تاکنون چندان چشمگیر نبوده است. بطور کلی میتوان گفت اصلی ترین مانع موجود در توسعه صادرات مبلمان تامین مواد اولیه است که اگر برطرف شود بسترهای مناسب رقابت با محصولات خارجی و بخصوص محصولات چینی و ترکیه ای فراهم خواهد شد. در ذیل به مهمترین مشکلات فرآوری تولید و صادرات مبلمان و مصنوعات چوبی به طور اختصار اشاره گردیده است:

۱) عدم تامین مواد اولیه با کیفیت و وجود تعرفه بالا به منظور واردات

۲) فرسودگی و استهلاک ماشین آلات خطوط تولید

۳) عدم رعایت کیفیت مناسب مصنوعات چوبی

۴) عدم آموزش کافی کارگران صنایع مصنوعات چوبی

۵) عدم آگاهی کافی نسبت به شرایط و مشخصات بازارهای هدف صادراتی

۶) حضور قدرتمند رقبایی مانند چین ، ترکیه و...

۷) حاکم بودن ساختار سنتی در صنایع تولیدی چوب و مبلمان کشور

۸) ضعف بسته بندی کالای صادراتی

از آنجاکه صنعت مبلمان کشور از مزیت های نسبی مطلوبی برخوردار است لذا با برنامه ریزی نظام مند و استراتژی تشکیلاتی از سوی تولیدکنندگان و صادرکنندگان این صنف، صنعت مبلمان کشور می تواند نه تنها بازارهای مبل منطقه، همچنین بازارهای اتحادیه اروپا را هم در دست گیرد. در این جهت اعمال سیاستهای حمایتی در شناخت و مطالعه بازارهای صادراتی نه تنها کمک شایانی به تولیدکنندگان و صادرکنندگان خواهد نمود بلکه باعث رشد صادرات غیرنفتی کشور، رونق تولیدات داخلی به همراه رشد این صنعت و اشتغالزایی در کشور نیز خواهد شد.

## راهکارهای توسعه صادرات صنعت لوازم خانگی :

- اعطای تسهیلات با نرخ بهره منطقی به تولیدکنندگان جهت تامین نقدینگی مورد نیاز و افزایش سرمایه در گردش با هدف افزایش تولید صادرات محور و تولید محصول با ارزش افزوده بالا
- سازماندهی و اعزام هیاتهای تجاری - بازاریابی و سرمایه گذاری بمنظور معرفی توانمندیهای تولیدی - صادراتی کشور درصنعت لوازم خانگی و اداری در کشورهای هدف
- جذب سرمایه گذاری خارجی بمنظور انتقال تکنولوژی و دانش فنی با هدف افزایش تولید محصولات کیفی و دارای برند و توسعه صادرات به کشورهای ثالث
- ارتقای کیفی محصولات و ترغیب و تشویق واحدهای تولیدی- صادراتی به برند سازی از طریق کارگاههای آموزشی ذیربط
- حضور مستمر در نمایشگاه های تخصصی بین المللی در کشورهای هدف توسط واحدهای ذیربط تحت عنوان پايون تخصصی ج.ا.ایران

## ماشین آلات و تجهیزات صنعتی :

طی دوازده ماهه سال ۱۳۹۵ ماشین آلات صنایع غذایی با ارزشی معادل ۳۷/۷ میلیون دلار به وزن ۶/۵ هزار تن به خارج از کشور صادر شده است که نسبت به مدت مشابه سال ۱۳۹۴ از لحاظ ارزشی ۲۰/۲ درصد و از لحاظ وزنی ۱۰ درصد افزایش داشته است. سایر ماشین آلات و تجهیزات صنعتی نیز بالغ بر ۲۲۸/۴ میلیون دلار به وزن ۲۸/۱ هزارتن ، صادرات شده است که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۲۹/۲ درصد از نظر ارزشی افزایش و ۱۸- درصد از نظر وزنی کاهش داشته است.

## جدول (۶) پنج بازار عمده هدف صادراتی ماشین آلات و تجهیزات صنعتی و صنایع غذایی طی دوازده ماهه سال ۱۳۹۵ و مقایسه آن با مدت مشابه سال ۱۳۹۴

ارزش: میلیون دلار  
وزن : هزارتن

پنج بازار عمده هدف ماشین آلات صنایع غذایی				پنج بازار عمده هدف سایر ماشین آلات و تجهیزات صنعتی			
کشور	۱۳۹۵ ماهه	۱۳۹۴ ماهه	درصد تغییر	کشور	۱۳۹۵ ماهه	۱۳۹۴ ماهه	درصد تغییر
عراق	۱۵۶	۸۵	۸۳/۵	عراق	۱۶/۵	۱۵/۶	۵/۷
افغانستان	۱۳/۶	۹/۷	۴۰	افغانستان	۸/۷	۴	۱۱۷/۵
ازبکستان	۱۲/۷	۱۳	-۲/۳	آذربایجان	۱/۶	۲	-۲۰
ترکمنستان	۱۰/۴	۷/۲	۴۴	ترکیه	۱/۵	۰/۳	۴۰۰
ترکیه	۵/۹	۱۱/۲	-۴۷	امارات	۱/۳	۰/۵	۱۶۰

طی دوازده ماهه سال ۱۳۹۵، ۷۸/۸ درصد از کل ماشین آلات صنایع غذایی و ۸۷ درصد از کل اقلام سایر ماشین آلات و تجهیزات صنعتی به ۵ بازار عمده هدف صادراتی بشرح مندرج در جدول ۶ صادر شده است.

## برق و الکترونیک :

گروه برق و الکترونیک از زیرگروه هایی مشتمل بر انواع سیم و کابل، تابلو و تجهیزات برق صنعتی، انواع سوئیچ، تجهیزات مخابراتی و الکترونیکی، انواع لوستر، چراغ و لوازم روشنایی تشکیل شده است. صادرات این گروه طی دوازده ماهه سال ۱۳۹۵ با وزن ۲۹/۳ هزار تن به ارزش ۲۶۸/۴ میلیون دلار می باشد که در مقایسه با مدت مشابه سال ۱۳۹۴، حدود ۵/۲ درصد از لحاظ ارزشی و حدود ۸/۱ درصد از لحاظ وزنی کاهش داشته است.



لازم به ذکر است طبق آمار جدول شماره (۱) ۵/۱ میلیون دلار به وزن ۰/۷ هزار تن انواع لوستر چراغ و لوازم روشنایی طی دوازده ماهه سال ۱۳۹۵ به خارج از کشور صادر شده که نسبت به سال ۱۳۹۴، ۱۳/۳ درصد از نظر ارزشی کاهش و ۲۲/۲ درصد با افزایش وزنی روبرو بوده است، و پنج بازار هدف صادراتی شامل امارات متحده عربی، عراق، آذربایجان، افغانستان، ارمنستان بوده است. عمده دلیل کاهش صادرات این بخش، تضعیف تولید به دلیل واردات بی رویه چراغهای بی کیفیت می باشد.

ارزش اقلام صادراتی به بازارهای هدف این گروه عبارتست از: عراق (۲/۲)، امارات (۱/۴)، پاکستان (۰/۳۸) افغانستان (۰/۳)، میلیون دلار همچنین طی این مدت ۳۴/۵ میلیون دلار به وزن ۰/۹ هزار تن انواع سوئیچ، تجهیزات مخابراتی و الکترونیکی به کشورهای سوریه به ارزش (۱۵/۹)، اوگاندا (۱۰/۵)، عراق (۳/۳)، اندونزی (۱/۳)، چین (۰/۷) میلیون دلار صادر شده است.

### جدول (۷) پنج بازار عمده هدف صادراتی سیم و کابل و انواع تابلو و تجهیزات برق صنعتی

طی دوازده ماهه سال ۱۳۹۵ و مقایسه آن با مدت مشابه سال ۱۳۹۴

ارزش: میلیون دلار

وزن: هزار تن

پنج بازار هدف انواع تابلو و تجهیزات برق صنعتی در دوازده ماهه نخست سال ۱۳۹۵				پنج بازار هدف انواع سیم و کابل در دوازده ماهه نخست سال ۱۳۹۵			
کشور	ارزش		کشور	ارزش		کشور	
	دوازده ماهه سال ۹۴	دوازده ماهه سال ۹۵		دوازده ماهه سال ۹۴	دوازده ماهه سال ۹۵		
افغانستان	۳۷/۷	۳۴	عراق	۳۲	۶۲	۸۲	
عراق	۶/۹	۹/۳	افغانستان	۱۰۶	۳۲	۶۶	
سوریه	۵	۷	آفریقای جنوبی	-۳۷	۱۲	۷/۶	
ترکمنستان	۴۸	۴/۷	سوریه	-۳۵	۳/۷	۲/۴	
عمان	۱/۸	۲/۳	سودان	۴۲۵۰	۰/۰۲	۰/۸۷	

طی دوازده ماهه سال ۱۳۹۵، ۹۹/۴ درصد از کل انواع سیم و کابل و ۹۰ درصد از کل انواع تابلو و تجهیزات برق صنعتی به ۵ بازار عمده هدف صادراتی بشرح مندرج در جدول فوق صادر شده اند.

### مشکلات فراروی تولید و صادرات گروه برق و الکترونیک :

- ۱) سختی رقابت با تولیدکنندگان چینی و ترکی به لحاظ قیمت و تنوع تولیدات برای ماندگاری در بازارهای موجود و نفوذ به بازارهای جدید صادراتی
- ۲) عدم برخورداری شرکت های تولیدی و صادراتی ذیربط از برندهای معتبر شناخته شده و عدم تعامل با صاحبان برندهای جهانی
- ۳) مشکلات ناشی از بالا رفتن قیمت مواد اولیه بدلیل افزایش قیمت ارز
- ۴) تبعات ناشی از اثرات تحریم های اخیر بین المللی در اجرای پروژه های مخابراتی و الکترونیکی در خارج از کشور که در صدور محصولات و اقلام گروه مربوط بسیار تاثیر گذار بوده است که خوشبختانه با توافق اخیر شرایط رو به بهبودی پیش بینی می شود.
- ۵) عدم دریافت مطالبات شرکتهای از وزارت نیرو
- ۶) عدم تخصیص کمکهای فاینانس از سوی بانک توسعه صادرات
- ۷) مشکلات دریافت تسهیلات ریالی از بانکها
- ۸) هدفمندی یارانه ها که تاثیر مستقیم بر روی قیمت تمام شده محصول نهایی و غیر رقابتی شدن آنها با محصولات مشابه خارجی در سایر بازارهای هدف داشته است.
- ۹) فقدان زیرساختها و تجهیزات مناسب با تجارت خارجی ایران و ترافیک شدید در بنادر که مانعی بر سر راه سرعت گرفتن فرآیند صادرات به شمار می رود.

### پیشنهادهای و راهکارهای اجرایی:

- انجام اقدامات لازم در خصوص ارتقای کیفیت محصولات و کاهش قیمت تمام شده و تقویت زیرساختهای لازم برای توسعه صادرات نظیر شرکت در نمایشگاههای تخصصی و سایر رویدادهای بین المللی در داخل و خارج از کشور در مواجهه با سایر رقبای بزرگ در کشورهای هدف و سایر کشورها
- کنترل مبادی ورودی و جلوگیری از ورود مواد اولیه نامرغوب و فاقد استانداردهای بین المللی
- تسریع در پرداخت مطالبات تولید کنندگان از شرکت توزیع و توانیر
- تجدید نظر و بازنگری در جهت تعدیل ضرایب مالیاتی و بخشودگی مالیاتی برای واحدهای واجد شرایط
- اعطای تسهیلات بانکی به بخش صنعت با نرخ بهره پایین
- توسعه و تجهیز زیرساختهای بندری جهت سهولت در بارگیری، تخلیه، .... و ترخیص کالا در گمرک
- سازماندهی بخش های بازرگانی فعال در سفارتخانه ها و دفاتر نمایندگی بازرگانی ج.ا. ایران در کشورهای هدف

## الزامات مورد نیاز جهت تحقق اهداف کمی در گروه خودرو

- کاهش یا رفع موانع تعرفه ای و غیر تعرفه ای ورود کالاهای ایارنی به بازار هدف
- اجرای ساز و کارهای تسهیل گر از سوی دستگاههای اجرایی دست اندرکار صادرات در راستای کاهش هزینه های سربار صادرکنندگان
- توانمند سازی و هدایت بنگاههای کوچک و متوسط به سمت ایجاد کنسرسیوم های صادراتی با برند
- تامین و تجهیز ساز و کارهای پشتیبانی و خدمات از صادرات از جمله در بخشهای پولی، مالی، حمل و نقل و بازاریابی و برند سازی

