

راهبرد توسعه صنعتی پس از 15 سال از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت نهایی شد. متولیان این حوزه برای اولین بار مشخص کردند که در روند توسعه صنعتی روی چه صنایعی تکیه خواهند کرد. «خودرو»، «فولاد»، «نساجی و پوشاک»، «سیمان»، «تایر و تیوب»، «لوازم خانگی» و «کاشی و سرامیک» هفت صنعت انتخابی استراتژیک است که بیشترین نقش را در شاخص‌های منتخب از جمله سهم ارزش افزوده، اشتغال‌زایی، صادرات، سهم از بازار، مزیت نسبی و زنجیره تامین (به‌عنوان مواد اولیه یا کالاهای نهایی) و سطح دانش و فناوری دارند. در این صنایع، ضمن بررسی وضعیت موجود، چشم‌انداز تولید تا افق 1404 نیز اعلام شده است. در سند راهبردی صنعت، معدن و تجارت با بررسی روند شاخص‌های مهم اقتصادی ایران و جهان، به وضعیت و روند ایران از منظر شاخص‌های بین‌المللی نیز پرداخته شده است. وزارت صنعت، معدن و تجارت امیدوار است با تصویر ارائه‌شده از گذشته و آینده صنعت، معدن و تجارت کشور، زمینه برای رونق کسب‌وکارها، توسعه سرمایه‌گذاری، توسعه تجارت خارجی و کاهش هزینه‌های مبادله ایجاد شود. به اعتقاد متولیان این حوزه، این تصویر به بخش خصوصی که عامل اصلی پویایی اقتصاد کشور است، کمک می‌کند بهتر و آسان‌تر درباره توسعه فعالیت‌های خود تصمیم بگیرد.

گروه صنعت و معدن: سند راهبردی صنعت، معدن و تجارت کشور برای افق 1404 در تاریخ 94/5/27 از

سوی متولیان این حوزه منتشر شد. در این سند ضمن بررسی وضعیت موجود و روند شاخص‌های مهم اقتصادی ایران و جهان، به وضعیت و روند ایران از منظر شاخص‌های بین‌المللی پرداخته شده است. در این سند همچنین فرصت‌ها و چالش‌های بخش صنعت و معدن و اهداف کلی و کمی بخش تبیین شده است. اولویت‌بندی رشته فعالیت‌ها و تعیین صنایع منتخب (شامل خودرو، فولاد، نساجی و پوشاک، سیمان، تایر و تیوب، لوازم خانگی، کاشی و سرامیک) و اهداف کمی صادرات از دیگر موارد ذکر شده در این سند است. وزارت صنعت، معدن و تجارت امیدوار است با تصویر ارائه شده از گذشته و آینده صنعت، معدن و تجارت کشور در این سند راهبردی و اجرای آن تا 10 سال آینده، زمینه برای رونق کسب‌وکارها، توسعه سرمایه‌گذاری، توسعه تجارت خارجی و کاهش هزینه‌های مبادله ایجاد شود. به اعتقاد متولیان این حوزه، این تصویر به بخش خصوصی که عامل اصلی پویایی اقتصاد کشور است، کمک می‌کند تا بهتر و آسان‌تر بتواند درباره توسعه فعالیت‌های خود تصمیم بگیرد و توان و خلاقیت خود را برای رونق و شکوفایی کسب‌وکارها به کار گیرد. در این سند برای لایه‌های اجرایی کشور که عمده‌ترین آنها بخش خصوصی است، تکلیف دستوری تعیین نشده است. نکته مهم اینکه در این رویکرد، میدان‌دار 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 آنجا که بخش اعظمی از موفقیت توسعه بخش صنعت، معدن و تجارت، در گروی اجرای صحیح سیاست‌ها و برنامه‌های اجرایی است، اگر دولت به‌عنوان حاکمیت، سیاست‌گذار قوی باشد، نتایج آن می‌تواند به حصول منافع فراگیر ملی، بهبود فضای کسب‌وکار، رونق اقتصادی و در نهایت افزایش رفاه اجتماعی کمک کند.

انتشار سند راهبردی جدید در حوزه صنعت، معدن و تجارت در حالی است که تدوین چنین سندی سابقه 15 ساله دارد؛ هرچند هیچ‌یک از اسناد تنظیم شده تاکنون به صورت کامل اجرایی نشده است. مسوولیت تدوین نخستین سند راهبردی در زمستان سال 1379 به سفارش وزیر وقت به «مسعود نیلی»، اقتصاددان و استاد

دانشگاه سپرده شد و در مرداد ماه سال 1380 کار تدوین آن آغاز و در نهایت در بهار سال 1382 رونمایی شد، اما این استراتژی یا راهبرد صنعتی دو سال بعد از رونمایی و با آغاز به کار دولت نهم هرگز اجرایی نشد. در دولت دهم و بعد از ادغام دو وزارتخانه «صنایع و معادن» و «بازرگانی» بار دیگر مسوولان به فکر تدوین برنامه راهبردی افتادند که «تولید» و «تجارت» را توأمان دربرگیرد. برنامه‌ای که تدوین آن در وزارت «صنعت، معدن و تجارت» کلید خورد و در اوایل سال 92 تحت عنوان «برنامه راهبردی صنعت، معدن و تجارت» رونمایی شد، اما این سند نیز به جز آرشیو وزارت صنعت، معدن و تجارت راه به جایی نبرد. سرانجام این وزارتخانه نیمه شهریور ماه سال گذشته پیش‌نویس برنامه راهبردی صنعت، معدن و تجارت را ارائه کرد و روز گذشته (27 مرداد) برنامه راهبردی این وزارتخانه، به طور رسمی منتشر کرد

فرآیند برنامه‌ریزی راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت در دو سطح طرح‌ریزی شده که سطح اول همان سطح کلان است که به جهت‌گیری کلان و اصلی بخش می‌پردازد. در این سطح مولفه‌هایی نظیر چشم‌انداز، مأموریت، خط مشی و سیاست‌های کلی، اهداف محوری، راهبردها، رشته فعالیت‌های اولویت‌دار 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، پرداخته شده است.

بررسی وضعیت موجود صنعت

بررسی روند تغییرات رشد اقتصادی به ویژه در گروه صنایع و معادن نشان می‌دهد که از سال 1390 به بعد بحران اقتصادی شروع شده و رشد منفی مشاهده می‌شود. ولی در سال 1392 رشد منفی شیب کمتری یافته و در سال 1393 نیز نسبت به سال قبل توانسته به تدریج رشد مثبتی را تجربه کند. در خصوص ترکیب سهم تولید ناخالص داخلی اشاره به این نکته ضروری است که سهم بخش صنعت، معدن و تجارت طی دوره 1390 به بعد، با روند نزولی مواجه بوده که در نتیجه سهم کل بخش صنعت، معدن و تجارت نیز طی این دوره از رقم 32 / 1 درصد در سال 1390 به رقم 31 / 6 درصد در سال 1393 کاهش یافته است. بنابراین با توجه به وضعیت موجود بخش و لزوم برنامه‌ریزی 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 به دست آورد. یکی از مهم‌ترین عوامل رشد صنعتی دستیابی بخش صنعت به نرخ بالای ارزش افزوده است. در سال‌های گذشته بخش صنعت نتوانسته رشد ارزش افزوده بالایی را تجربه کند. بنابراین مهم‌ترین دلایل نزول صنعتی در کشور را می‌توان کاهش توان صنعت در خلق ارزش افزوده دانست.

چراکه سهم ارزش افزوده در ارزش تولید در سال‌های گذشته به‌طور تدریجی کاهش یافته است. این وضعیت بیانگر این موضوع است که مواد اولیه و کالاهای واسطه‌ای به محصول نهایی تبدیل نشده و همچنین واردات کالاهای واسطه‌ای و قطعات محصولات نهایی، رشد داشته است. با شناسایی صنایع با ارزش افزوده بالا و تمرکز بر تولید این کالاها، می‌توان آهنگ رشد تولید ناخالص داخلی را سرعت بخشید. این اقدام به‌ویژه برای کشورهای در حال توسعه‌ای که جهت رسیدن به مرحله توسعه

یافتگی و باز نماندن از قطار پرشتاب اقتصاد جهانی برای آنها از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است، حیاتی است. چنانکه با بررسی اقتصاد کشورهای چون کره جنوبی، مالزی، چین، ترکیه و مکزیک نمایان می‌شود، 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. شاخص مشترک اغلب این کشورها، سرمایه‌گذاری گسترده در صنایع برق و الکترونیک، خودرو، نساجی و پوشاک، بازیافت و... است. بر اساس آمارها صنایع تولید مواد و محصولات شیمیایی، فلزات اساسی، سایر محصولات کانی غیرفلزی، تولید وسایل نقلیه موتوری و بالاخره صنایع مواد غذایی و آشامیدنی حدود 80 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 برای شناسایی درست صنایع با ارزش افزوده بالا می‌تواند نیل به اهداف رشد اقتصادی را تسهیل کند

اهم فرصت‌ها و چالش‌ها

با توجه به تحلیل‌های انجام شده در خصوص شاخص‌های اقتصادی بخش اهم فرصت‌های شناسایی شده در حوزه صنعت، معدن و تجارت به شرح زیر است:

- وجود منابع و ذخایر غنی معدنی در کشور (نفت، گاز، مواد متنوع معدنی) وجود امکانات و زیرساخت‌های لازم برای جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و مشارکت با نام و نشان تجاری معتبر بین‌المللی
- برخورداری از موقعیت استراتژیک در منطقه و امکان بهره‌مند شدن از مزایای آن در تجارت
- امکان بهره‌گیری از مشارکت مردمی در امور بخش
- داشتن ظرفیت و قابلیت مناسب مزیت رقابتی صادراتی
- 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
- امکان بهره‌مندی اقتصادی از ظرفیت‌های ترانزیتی و کریدورهای تجاری کشور
- 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
- وجود نیروی انسانی تحصیلکرده در کشور و ارزان بودن نسبی نیروی کار (منابع انسانی مستعد و توانمند)
- استمرار روند توسعه بازار کشورهای عراق و افغانستان به موازات ثبات در آنها و توسعه بازارهای آسیایی به‌عنوان مهم‌ترین بازارهای هدف محصولات صادراتی کشور

اهم چالش‌های شناسایی شده در بخش صنعت، معدن و تجارت نیز به شرح زیر است

سهم پایین صنعت و معدن در تشکیل سرمایه ثابت کل، کاهش سهم بهره‌وری کل عوامل در رشد صنعتی، اتکای بسیار بالای رشد تولیدات صنعتی به بازار مصرف داخلی، قابلیت نفوذ پایین در بازارهای خارجی به دلیل سیاست‌های ارزی نامناسب و فقدان روابط مطلوب بین‌المللی، پایین بودن زمینه‌های توسعه قابلیت‌های فناوری روزآمد، حاکمیت ساختار شبه انحصاری و نقش محدود بخش خصوصی در بنگاه‌های نسبتاً بزرگ، سست شدن نسبی زنجیره تامین و عدم توازن منطقه‌ای، نامناسب بودن فضای کسب‌وکار و رقابت‌پذیری و در نتیجه عدم جذابیت سرمایه‌گذاری خارجی، پایین بودن نسبی کیفیت محصولات تولیدی و ضعف در برخورداری از استانداردهای بین‌المللی، وجود خام‌فروشی و صادرات مواد خام صنعتی و معدنی، کوچک شدن حجم اقتصاد و تجارت کشور با کاهش میزان تجارت و محدودیت در مبادی و مقاصد تجاری، ضعف در ارتباطات بین بنگاه‌های

هدف‌گذاری تا افق 1404

با توجه به ویژگی‌های ایران در افق 1404 به‌عنوان کشوری با اقتصاد نوظهور صنعتی، افزایش رقابت‌پذیری، افزایش سهم ارزش‌افزوده بخش از تولید ناخالص داخلی، افزایش سهم ارزش‌افزوده صنعتی کشور در ارزش‌افزوده صنعتی جهان، ارتقای بهره‌وری، افزایش سهم صادرات صنعتی کشور در صادرات صنعتی جهان، افزایش سهم تولیدات با فناوری متوسط و بالا در ارزش‌افزوده و صادرات صنعتی کشور، افزایش سرمایه‌گذاری خارجی، توسعه اشتغال پایدار، افزایش سهم و نقش بخش خصوصی در فعالیتهای بخش، ارتقای شاخص‌های زیست‌محیطی در راستای دستیابی به اهداف توسعه پایدار، الحاق به سازمان تجارت جهانی و بهره‌برداری از ظرفیتهای آن، ارتقای سهم بخش خصوصی واقعی در واگذاری مالکیت واحدهای صنعتی، معدنی و تجاری به عنوان 12 هدف کمی بخش صنعت، معدن و تجارت است. 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. در این راستا رشته فعالیت‌های صنعتی که بیشترین نقش را در شاخص‌های منتخب از جمله سهم ارزش‌افزوده، اشتغال‌زایی، صادرات، سهم از بازار، مزیت نسبی و زنجیره تامین (به‌عنوان مواد اولیه یا کالاهای نهایی) و سطح دانش و فناوری دارند، شناسایی شده است.

هفت صنعت منتخب

با توجه به تعیین رشته فعالیت‌های صنعتی دارای اولویت، در سند برنامه راهبردی برای 7 صنعت منتخب از جمله خودرو، فولاد، نساجی و پوشاک، سیمان، تایر و تیوب، لوازم خانگی و کاشی و سرامیک تعیین شده است. برنامه‌های راهبردی سایر صنایع منتخب در چارچوب به‌کار گرفته شده مانند صنایع پیشرفته، صنایع غذایی و آشامیدنی، صنایع دارویی و تجهیزات پزشکی، ماشین‌آلات و تجهیزات صنعتی و تولیدی، صنایع دریایی، معدن، صنایع پتروشیمی و شیمیایی نیز در حال تدوین است که پس از نهایی شدن منتشر خواهد شد.

برنامه راهبردی صنعت خودرو

در سند منتشر شده برای دستیابی به جایگاه نخست صنعت خودروی منطقه، رتبه پنجم آسیا و رتبه یازدهم در جهان با تکیه بر توسعه رقابت‌پذیری مبتنی بر توسعه فناوری برای این صنعت مدنظر قرار گرفته بود. براساس سند توسعه راهبردی تا سال 1404 تولید سه میلیون خودوری سبک (سواری و وانت) و برای تجاری (اتوبوس، مینی‌بوس و کامیون) نیز رسیدن به تولید 120 هزار دستگاه پیش‌بینی شده است که برای رسیدن به هدف‌گذاری و انجام 9 برنامه راهبردی نیز در نظر گرفته شده است که در این خصوص می‌توان به ارتقای توانمندی بنگاه‌ها، مدیریت واردات خودرو و قطعات اشاره کرد

برنامه راهبردی برای صنعت فولاد

در سند منتشر شده آمده فولاد یکی از محصولات مهم و استراتژیک به شمار می‌رود و سهم قابل توجهی از ارزش افزوده صنعتی را به خود اختصاص داده است.

براساس آمار منتشر شده در این سند در سال 2014 حدود 1700 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 کردند تا نیاز داخلی کشور خود را به این کالای استراتژیک پاسخ دهند. در کشور ما نیز تولید سالانه فولاد خام حدود 17 میلیون تن است و ایران با سهمی معادل یک درصد، در رتبه چهاردهم تولید فولاد جهان قرار دارد. براساس سند راهبردی برای افق 1404 رسیدن به ظرفیت تولید 55 میلیون تن فولاد خام پیش‌بینی شده است. ظرفیت سال گذشته تولید فولاد خام برابر با 24 میلیون تن بوده است. برای این بخش نیز 11 الزام برای اجرای اهداف پیش‌بینی شده در نظر گرفته شده که در این خصوص می‌توان به بهبود تعاملات بین‌المللی و فضای کسب‌وکار، تخصیص بهنگام و مناسب منابع لازم از محل‌های تعیین شده، اصلاح سیاست‌های پولی و مالی منطبق با نیاز تولید اشاره کرد

برنامه راهبردی صنعت نساجی و پوشاک

دستیابی به جایگاه سوم صنعت نساجی در منطقه و رسیدن به رتبه پنجاهم جهان با تکیه بر رقابت‌پذیری، نوسازی و سرمایه‌گذاری همراه با توسعه فناوری و ارتقای بهره‌وری عوامل تولید را می‌توان از اهداف پیش‌بینی شده در افق 1404 دانست. با توجه به نتایج حاصل از تحلیل عوامل درونی و بیرونی صنعت نساجی و پوشاک (قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها) و هدف‌گذاری‌های این صنعت تا افق 1404، راهبردهای توسعه صنعت نساجی و پوشاک در این سند 11 برنامه راهبردی برای این بخش توصیه شده که در این خصوص بهبود فضای کسب‌وکار و رقابت‌پذیر کردن صنعت نساجی و پوشاک، تنوع‌بخشی و توسعه صادرات منسوجات و پوشاک با ارزش افزوده بیشتر مبتنی بر مزیت‌های رقابتی و تقویت و تکمیل خوشه‌های صنعتی منسجم و توانمند در نظر گرفته شده است. برای بخش نساجی و پوشاک نیز 11 الزام برای اجرای برنامه‌ها پیش‌بینی شده که در این خصوص می‌توان به رفع تحریم‌ها و بهبود تعاملات بین‌المللی، تامین منابع مالی مورد نیاز، افزایش بهره‌وری، کاهش قیمت تمام شده و تسهیل دسترسی به مواد اولیه اشاره کرد.

برنامه راهبردی صنعت سیمان

کسب جایگاه سوم جهان با ظرفیت تولید سالانه 120 میلیون تن و رتبه اول در صادرات جهانی و ظرفیت تولید در منطقه در افق 1404 را می‌توان یکی از اهداف برنامه‌های بخش سیمان دانست. با توجه به چشم‌انداز ترسیم شده صنعت سیمان در افق 1404 برای این صنعت نیز 6 هدف کلی در نظر گرفته شده که می‌توان به ارتقای بهره‌وری، افزایش توان رقابت‌پذیری، بهینه‌سازی مصرف انرژی و آب اشاره کرد. از سوی دیگر برای این بخش 4 برنامه راهبردی منتخب در نظر گرفته شده که از میان آنها می‌توان به توسعه و ایجاد زیرساخت‌ها، ایجاد نظام یکپارچه در بخش توزیع سیمان و ... اشاره کرد

برنامه راهبردی صنعت تایر و تیوب

در صنعت تایر و تیوب رسیدن به جایگاه اول در منطقه و کسب 3 درصد حجم تولید درجهان مدنظر قرار گرفته است. برای این بخش نیز 9 برنامه راهبردی در نظر گرفته شده که در این خصوص ارتقای توان بهره‌وری و رقابت‌پذیری، تولید تحت لیسانس و نام تجاری معتبر شرکت‌های خارجی و ... قید شده است. الزامات اجرای برنامه‌های این بخش نیز در 6 سرفصل قید شده که رشد تولید خودرو از مهم‌ترین آنها محسوب می‌شود.

برنامه راهبردی صنعت لوازم خانگی

حفظ جایگاه دوم منطقه، با تولید سالانه 16 میلیون دستگاه و صادرات 3 میلیارد دلار برنامه‌ای است که برای صنعت لوازم خانگی در سند راهبردی در نظر گرفته شده است. پیش‌بینی که برای تحقق آن 5 هدف کلی از جمله ایجاد حداقل یک نام و نشان تجاری در سطح بین‌المللی، ارتقای سطح کیفیت و استاندارد محصولات در سطح جهانی و رسیدن به مقیاس اقتصادی تولید در نظر گرفته شده است. از سوی دیگر با توجه به سیاست‌های صنعت لوازم خانگی 8 برنامه راهبردهای توسعه نیز برای این بخش پیش‌بینی شده است

برنامه راهبردی صنعت کاشی و سرامیک

کسب جایگاه چهارم درجهان با ظرفیت تولید سالانه 700 میلیون متر مربع و 2 میلیارد دلار صادرات را می‌توان برنامه در نظر گرفته شده برای این بخش با 8 هدف کلی دانست. افزایش سهم صادرات کشور در بازارهای جهانی، استخراج معادن و تولید محصولات کاشی و سرامیکی در مقیاس اقتصادی را می‌توان از جمله اهداف این صنعت دانست.