

سند نقشه راه توسعه صادرات کشور ۱۴۰۴-۱۳۹۹

اسفندماه ۱۳۹۸

فهرست مطالب

| | |
|---|----|
| ۱- مقدمه (چارچوب تحلیلی تدوین سند) | ۳ |
| ۲- تحلیل وضعیت موجود صادرات کشور | ۶ |
| ۱-۲- تجارت خارجی (ارزش، سهم و رشد) | ۶ |
| ۲-۲- ورود و ماندگاری در بازارهای صادراتی | ۹ |
| ۳-۲- تنوع بازارها و کالاهای صادراتی | ۱۰ |
| ۴-۲- کیفیت و پیچیدگی صادراتی | ۱۱ |
| ۳- نقشه راه توسعه صادرات کشور | ۱۲ |
| ۱-۳- تعاریف | ۱۲ |
| ۲-۳- چشم‌انداز توسعه صادرات | ۱۲ |
| ۳-۳- ضرورت تدوین نقشه‌راه توسعه صادرات | ۱۲ |
| ۴-۳- اهداف تدوین نقشه راه توسعه صادرات | ۱۲ |
| ۵-۳- رویکردهای تدوین نقشه راه توسعه صادرات | ۱۲ |
| ۶-۳- چارچوب مفهومی تدوین نقشه راه توسعه صادرات | ۱۳ |
| ۷-۳- الزامات تحقق اهداف نقشه راه توسعه صادرات | ۱۳ |
| ۱-۷-۳- الزامات سطح کلان | ۱۳ |
| ۲-۷-۳- الزامات سطح کارکردی و عمودی | ۱۳ |
| ۳-۷-۳- الزامات اجرای نقشه راه | ۱۳ |
| ۸-۳- برنامه‌های پیشنهادی توسعه صادرات غیرنفتی | ۱۶ |
| ۱-۸-۳- انعقاد و توسعه موافقتنامه‌های تجاری | ۱۶ |
| ۲-۸-۳- تسهیل دسترسی به منابع مالی | ۱۶ |
| ۳-۸-۳- توسعه لجستیک و حمل و نقل | ۱۶ |
| ۴-۸-۳- ارتقای سرمایه‌گذاری و صادرات | ۱۶ |
| ۵-۸-۳- استاندارد و مجوزها | ۱۷ |
| ۶-۸-۳- مناطق آزاد، ویژه اقتصادی و بازارچه‌های مرزی | ۱۷ |
| ۷-۸-۳- هماهنگی صنعتی و حمایت بخشی | ۱۷ |
| ۸-۸-۳- توسعه نوآوری و برند | ۱۸ |
| ۹-۸-۳- هماهنگی سیاست صنعتی و تجاری (صنعت، معدن و کشاورزی) | ۱۸ |
| ۴- نقاط قوت | ۲۰ |
| ۱-۴- کل اقتصاد | ۲۰ |
| ۲-۴- تجارت | ۲۰ |
| ۳-۴- صنعت | ۲۰ |
| ۴-۴- منابع معدنی | ۲۱ |

- ۴-۵- کشاورزی ۲۱
- ۴-۶- ذخایر هیدرکربوری ۲۱
- ۴-۷- منابع انسانی ۲۱
- ۴-۸- لجستیک و حمل و نقل ۲۲
- ۵- آسیب شناسی صادرات کشور ۲۳
- ۵-۱- دسترسی به بازارهای صادراتی ۲۳
- ۵-۱-۱- موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای پیش‌روی صادرات ۲۳
- ۵-۱-۲- پیوندهای تجاری با شرکا ۲۳
- ۵-۱-۳- موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای کالاهای خاص صادراتی ۲۳
- ۵-۲- عوامل محیطی موثر در صادرات ۲۳
- ۵-۲-۱- محیط کلان ۲۳
- ۵-۲-۲- نرخ ارز ۲۴
- ۵-۲-۳- سیاست‌های صنعتی و تجاری ۲۴
- ۵-۲-۴- محیط کسب و کار ۲۵
- ۵-۲-۵- مالیات ۲۵
- ۵-۲-۶- فضای رقابتی ۲۵
- ۵-۲-۷- دولت و محیط قانونی (هماهنگی نهادی) ۲۵
- ۵-۳- عوامل موثر بر تولید صادراتی ۲۶
- ۵-۳-۱- دسترسی به منابع مالی ۲۶
- ۵-۳-۲- مقیاس اقتصادی بنگاه ۲۶
- ۵-۳-۳- بهره‌وری عوامل تولید و انر ۲۶
- ۵-۳-۴- لجستیک و حمل و نقل (زیرساخت‌ها) ۲۷
- ۵-۳-۵- تسهیل تجاری ۲۷
- ۵-۴- زیرساخت‌های پشتیبان و ارتقای تجارت ۲۷
- ۵-۴-۱- ارتقای سرمایه‌گذاری و صادرات ۲۷
- ۵-۴-۲- استانداردها و مجوزها ۲۸
- ۵-۴-۳- مناطق آزاد، ویژه اقتصادی و بازارچه‌های مرزی ۲۸
- ۵-۴-۴- هماهنگی صنعتی و حمایت بخشی ۲۸
- ۵-۴-۵- نوآوری و برند ۲۸

بسمه تعالی

۱- مقدمه (چارچوب تحلیلی تدوین سند)

تا یکی دو دهه پیش بطور سنتی و مبتنی بر سابقه تاریخی تصور این بود مانع جدی پیش روی بالفعل شدن ظرفیت‌های تجاری کشورها دسترسی به بازارها است. در این راستا دولت‌ها سعی در حل مشکل از طریق اصلاح سیاست‌های تجاری مانند کاهش تعرفه‌ها و اعمال سهمیه‌ها، حضور در موافقتنامه‌های ترجیحی و آزاد داشتند، اما حتی با وجود مشارکت در موافقتنامه‌ها جهت دسترسی به بازارها، بسیاری از کشورهای در حال توسعه قادر به رقابت در بازارهای جهانی نبودند، چرا که موانع پیش‌روی تجارت فراتر از تعرفه و موانع غیرتعرفه‌ای بود. به عنوان مثال سیاست‌های نادرست کلان اقتصادی مخل رقابت و ورود به بازارها؛ شرایط نامساعد عوامل تولید، خدمات زیرساختی و پشتیبانی، ناکارآمدی حمل و نقل و لجستیک همگی هزینه‌های تولید و تجارت را افزایش داده و موانع جدی تری برای تجارت هستند. ادبیات موانع شکل‌گیری رقابت‌پذیری تجاری باعث شد نهادهای بین‌المللی پا را فراتر از عوامل طرف تقاضا گذاشته و به عوامل طرف عرضه صادرات (مرزی و درون مرزی) توجه جدی تری داشته باشند.

ماهیت چندوجهی رقابت‌پذیری تجاری مستلزم درک عمیق از طیف گسترده‌ای از عواملی است که می‌توانند آن را کمک یا محدود نمایند. از آنجا که این عوامل اغلب درون‌زا هستند، بعید است رویکردی کلی به آن اصلاحات مؤثر باشد. لذا یک رویکرد عمیق و جامع برای درک محدودیت‌ها و تأثیر آنها بر بخش تجارت ضروری است.

بر این اساس در سند توسعه صادرات کشور سعی شده است در تحلیل وضع موجود و آسیب‌شناسی تجارت خارجی با رویکرد رقابت‌پذیری از الگوی آسیب‌شناسی رقابت‌پذیری تجاری بانک جهانی ۲۰۱۲ که هر دو طرف عوامل عرضه و تقاضای صادرات را با نگاه جامع مد نظر قرار داده، بهره‌گیری شود.

چارچوب سیاست رقابت‌پذیری تجاری در قالب سه رکن اصلی ساماندهی می‌شود:

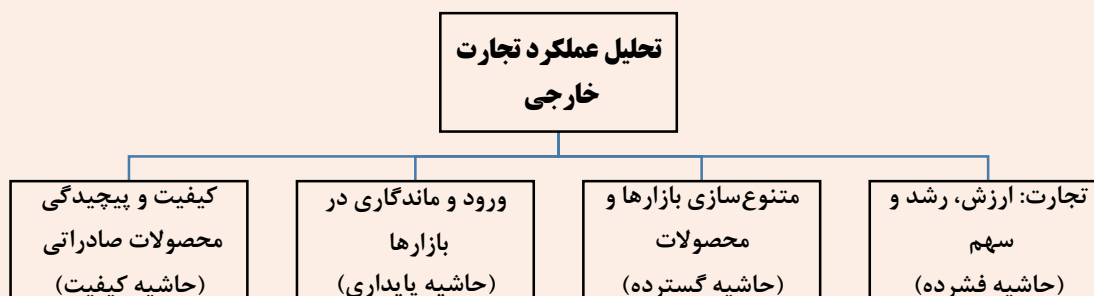
۱- هماهنگی و هم‌راستایی بسترهای سطح کلان؛

۲- خدمات پشتیبان و زیرساختی حوزه تجارت و سیاست‌های کنش‌گرای غلبه بر شکست بازار و دولت جهت تضمین ورود و خروج آزاد بنگاه‌ها؛

۳- کاهش هزینه‌های معاملاتی و دسترسی به بازارها.

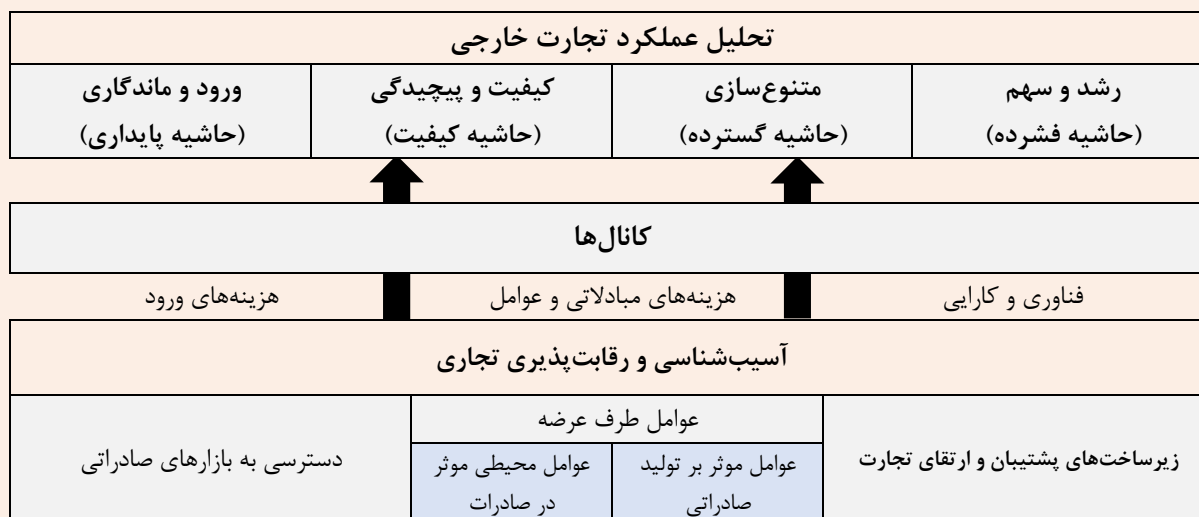
در این چارچوب، (۱) تحلیل عملکرد تجاری (وضع موجود)، (۲) تحلیل آسیب‌شناسی تجارت خارجی و (۳) احصاء نقاط قوت، به منظور تدوین نقشه راه توسعه صادرات ضروری است.

این الگو با تحلیل تاریخی عملکرد تجارت خارجی با استفاده از تجزیه رشد تجارت، چارچوبی برای بررسی رقابت‌پذیری فراهم می‌سازد. به طور خاص، در اینجا چهار عامل اصلی تعیین‌کننده عملکرد رقابت‌پذیری تجاری کشور بررسی می‌شود.



درک عملکرد نسبی یک کشور در مورد جنبه‌های مختلف تجارت خارجی، تنها نیمی از داستان است، برای اینکه بتوان شانس رقابت پذیری را بهبود بخشید، ضروری است عوامل اصلی تعیین کننده رقابت پذیری (که بسیار محدود کننده هستند) و اهرم‌های سیاستی (برای غلبه بر این محدودیت‌ها) را شناسایی نمود. با توجه به ماهیت همه‌جانبه رقابت پذیری تجاری، الگوی زیر چارچوبی برای تجزیه و تحلیل عوامل تعیین کننده آن فراهم می‌کند. شکل زیر پیوند میان تحلیل عملکرد تجارت خارجی و عوامل تبیینی آن را نشان می‌دهد. این عوامل شامل:

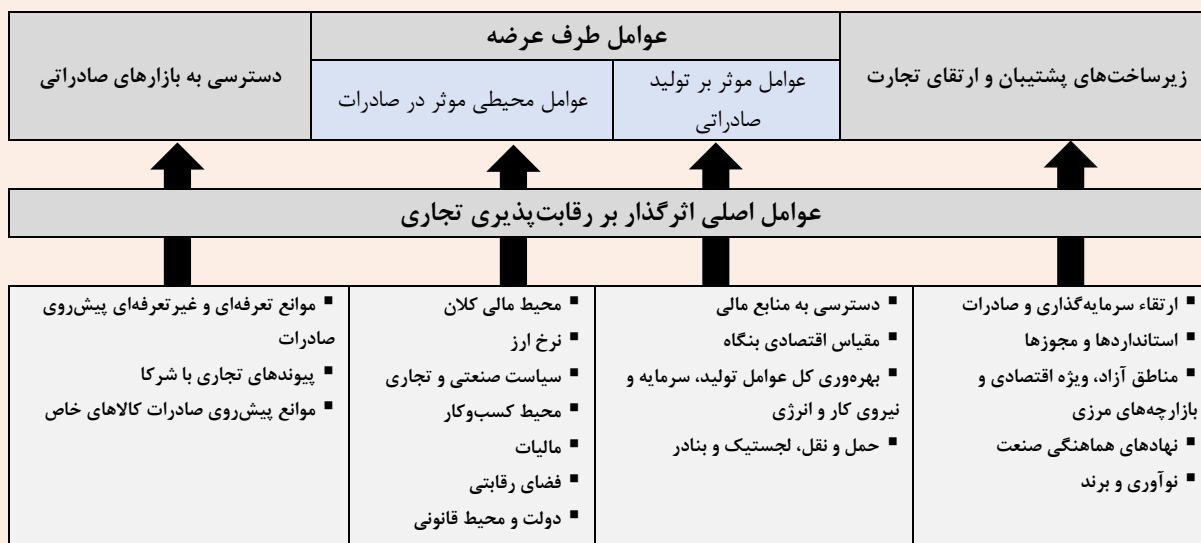
- ۱- دسترسی به بازار (بر محیط خارجی سیاست تجاری که ممکن است صادرکنندگان را از ورود و یا حفظ رقابت پذیری در بازارها تسهیل یا محدود کند، متمرکز است)؛
- ۲- عوامل طرف عرضه (از جمله حکمرانی و سیاست‌های کلان مالی، پولی، ارزی، تجاری که چارچوب انگیزشی را برای بخش خصوصی ایجاد می‌کنند)؛
- ۳- زیرساخت‌های توسعه تجارت (طیف مداخلات برای رفع شکست بازار و دولت که مشارکت و عملکرد صادرات را محدود می‌کند. از جمله مناطق ویژه اقتصادی (SEZ)، نهادهای هماهنگی صنعت و استانداردها را پوشش می‌دهد).



هر یک از مؤلفه‌های عملکرد تجاری از یک کانال (یا بیشتر) تاثیر می‌پذیرد:

- ۱- هزینه‌های ثابت تولید و ورود به صادرات؛
- ۲- هزینه‌های عوامل و مبادلاتی که سطح رقابت پذیری در سطح بنگاه را تعیین می‌کند؛
- ۳- سطح فناوری و کارایی که در آن بخش‌ها و بنگاه‌ها فعالیت می‌کنند.

به منظور تحلیل هریک از مولفه‌های طرف عرضه و تقاضا موثر بر رقابت‌پذیری تجارت خارجی کشور، شاخص‌هایی تعریف شده که شکل زیر دسته‌بندی آنها را در قالب مولفه‌های مورد نظر نشان می‌دهد.



۲- تحلیل وضعیت موجود صادرات کشور

براساس تکالیف قانون برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، صادرات غیرنفتی کشور باید با نرخ رشد سالانه ۲۱/۷ درصد از ۴۲/۱ میلیارد دلار در سال ۱۳۹۵ به ۱۱۲/۸ میلیارد دلار تا سال ۱۴۰۰ افزایش یابد؛ این در حالی است که در سال ۱۳۹۷ کل صادرات کشور و صادرات غیرنفتی به ترتیب ۸۷/۹ و ۴۴/۷ میلیارد دلار بوده که هنوز فاصله قابل توجهی با اهداف برنامه ششم دارد.

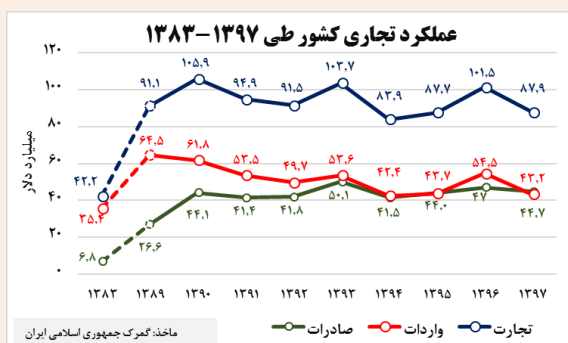
همانطور که قبلاً گفته شد، تحلیل وضعیت موجود تجارت خارجی کشور، در چهار محور اصلی زیر صورت می‌گیرد:

- ❖ تجارت خارجی: ارزش، سهم و رشد؛
- ❖ ورود و ماندگاری در بازارها؛
- ❖ تنوع کالاهای صادراتی؛
- ❖ کیفیت و پیچیدگی صادراتی.

۲-۱- تجارت خارجی (ارزش، سهم و رشد)

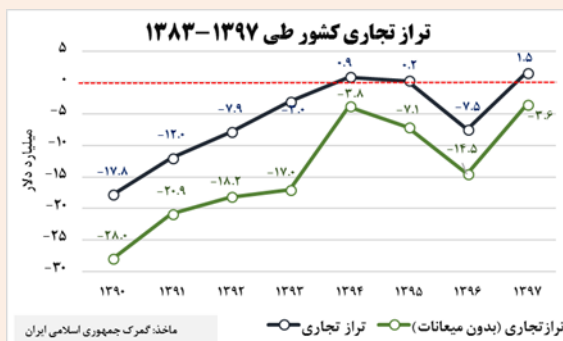
تجارت، صادرات غیرنفتی و واردات (طی ۹۷-۱۳۸۳)

- افزایش تجارت خارجی از ۴۲/۲ (۱۳۸۳) به ۱۰۵/۹ میلیارد دلار (۱۳۹۰) و در نهایت کاهش به ۸۷/۹ میلیارد دلار (۱۳۹۷)؛
- رشد ۵/۳ درصدی ارزش تجارت خارجی؛
- نوسان توأم با روند کاهشی تجارت (۲/۷-) در دوره ۹۷-۱۳۹۰؛
- نرخ رشد متوسط سالانه ۱۴/۳ درصدی ارزش صادرات غیرنفتی؛
- نرخ رشد متوسط سالانه ۱/۴ درصدی ارزش واردات؛
- روند کاهشی واردات (۴/۹-) در دوره ۹۷-۱۳۸۹؛
- رشد صادرات ترکیه ۷/۶ درصد و عربستان سعودی (بدون نفت) ۸/۸ درصد طی دوره ۲۰۱۸-۲۰۰۴؛
- رشد واردات ترکیه ۶/۱ درصد و عربستان سعودی ۸/۲ درصد طی دوره ۲۰۱۸-۲۰۰۴.

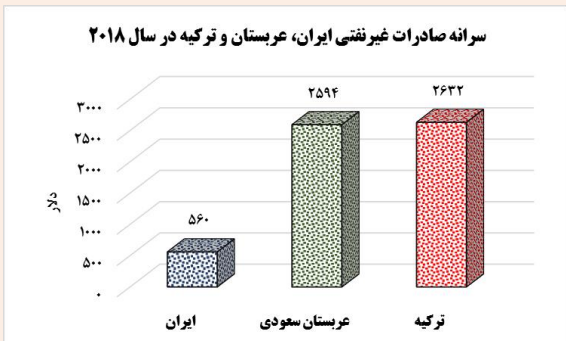


تراز تجاری کل و بخشی

- کاهش شکاف بین صادرات غیرنفتی و واردات طی دهه اخیر؛
- بهبود تراز تجاری طی سال‌های اخیر به دلایل زیر:
 - لحاظ میعاننات گازی در سبد صادرات غیرنفتی کشور؛
 - مدیریت واردات؛
 - کاهش تقاضای واردات کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای.
- تراز تجاری منفی در سال ۱۳۹۶ به دلیل رشد ۲۵ درصدی واردات، تراز تجاری منفی در بیشتر بخش‌های منبع محور و پیچیده صادراتی مانند لاستیک و تایر، صنایع کاغذ و مقوا، صنایع فلزی (روی و آلومینیوم).

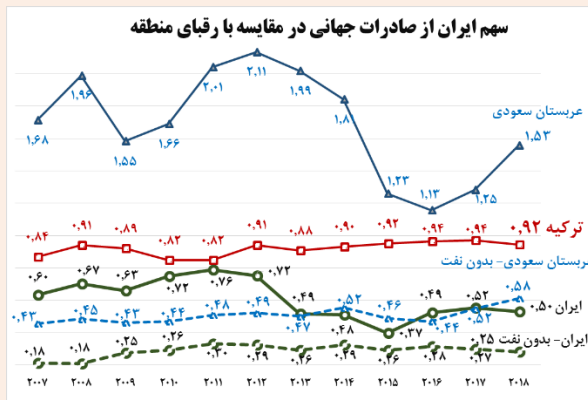


سهم صادرات در جهان و سرانه صادرات غیرنفتی



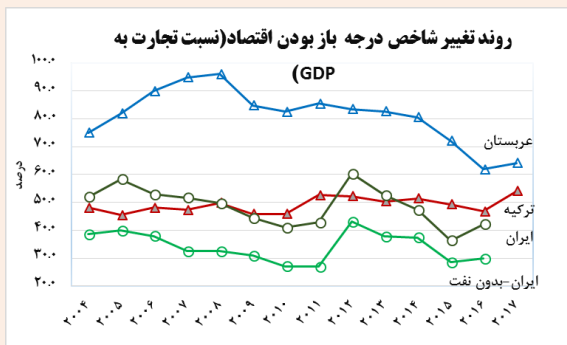
- رتبه ۱۳۸ام ایران در جهان و ۱۵ام در منطقه بعد از کشورهای عربستان، امارات متحده عربی، ترکیه و عراق؛
- رتبه ۱۱۳ام ایران در منطقه در شاخص سرانه صادرات با احتساب نفت و خدمات با ارزش حدود ۱۳۰۴ دلار (۲۰۱۸)؛
- سرانه صادرات غیرنفتی ایران حدود یک پنجم ترکیه و عربستان سعودی.

- کاهش سهم صادرات ایران در صادرات جهانی از ۰/۶ درصد به ۰/۵ درصد طی دوره ۱۸-۲۰۰۷؛
- سهم بالاتر عربستان سعودی (۱/۵ درصد) و ترکیه (۰/۹۲ درصد) از کل صادرات جهانی در مقایسه با ایران طی دوره ۱۸-۲۰۰۷؛
- سهم کمتر از ۰/۲۵ درصدی ایران در صادرات جهانی بدون نفت؛
- سهم بالاتر عربستان سعودی (۰/۵۸ درصد) نسبت به ایران (۰/۲۵ درصد) در صادرات جهانی بدون نفت طی دوره ۱۸-۲۰۰۷.



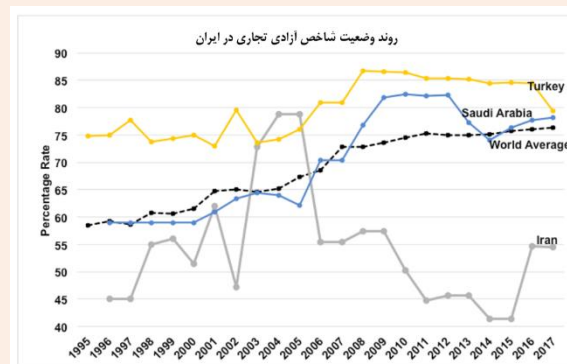
شاخص باز بودن تجاری

- نقش آفرینی پایین تجاری در رشد تولید ناخالص داخلی (عدم رشد بالاتر تجاری در مقایسه با تولید ناخالص داخلی)؛
- شکاف حدود ۵ درصدی ایران با ترکیه و ۲۰ درصدی با عربستان سعودی در شاخص باز بودن تجاری؛
- سطح پایین شاخص باز بودن اقتصاد بدون احتساب نفت ایران (حتی با احتساب قاچاق).



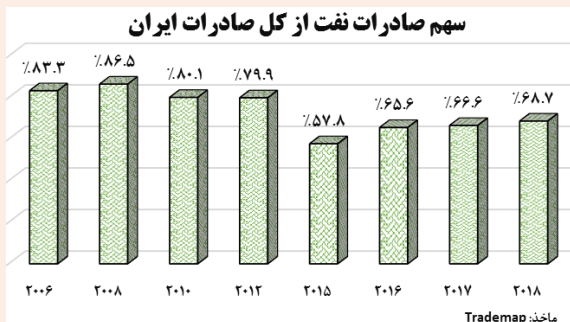
موانع تعرفه‌ای و غیر تعرفه‌ای

- نرخ بالای تعرفه ایران (متوسط ۱۹/۳ درصد در سال ۱۳۹۷)؛
- ایران در زمره پنج کشور دارای بالاترین نرخ تعرفه؛
- وجود موانع غیر تعرفه‌ای در کشور در راستای مدیریت واردات؛
- سطح پایین شاخص آزادی تجارت ایران در بین کشورهای منطقه و جهان.



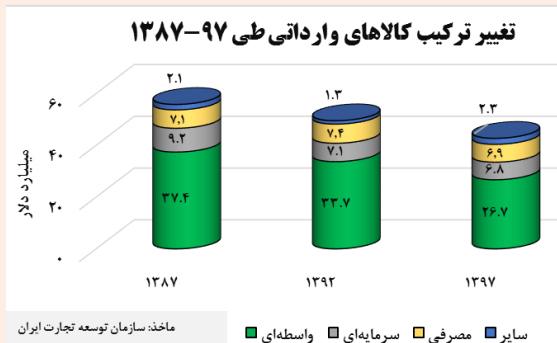
کاهش وابستگی به نفت و پیشرانی بخش‌های منبع‌پایه در صادرات غیرنفتی

- کاهش سهم صادرات نفت از کل صادرات ایران، از حدود ۸۳/۳ درصد (۲۰۰۶) به حدود ۶۸/۷ درصد (۲۰۱۸)؛
- بخش عمده کاهش به دلیل تنزل تولید و قیمت نفت و افزایش صادرات غیرنفتی؛
- بخش‌های با ارزش افزوده محدود و منبع پایه شامل محصولات و مواد شیمیایی، سوخت‌های معدنی، روان‌کننده‌ها، محصولات کشاورزی و مواد غذایی، فلزات رنگی، لاستیک و مواد کانی غیرفلزی (شیشه و سیمان)، چرم و محصولات چرمی و الیاف، پارچه (به غیر از پوشاک و کفش) و کفیوش‌ها (فرش) به عنوان پیشران اصلی رشد صادرات غیرنفتی.



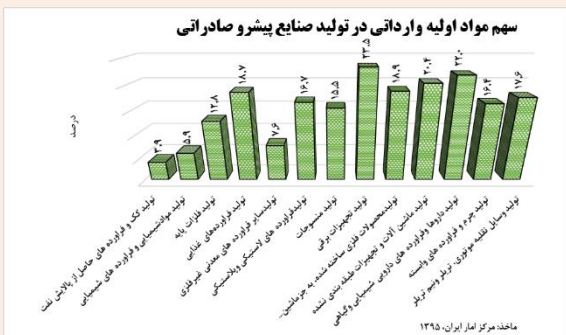
ترکیب کالاهای وارداتی

- کاهش ۲۸ درصدی ارزش واردات کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای در دوره ۹۷-۱۳۸۷ متأثر از سیاست‌های مدیریت واردات کشور؛
- کاهش سهم کالاهای واسطه‌ای از ۶۷ درصد (۱۳۸۷) به ۶۲/۵ درصد (۱۳۹۷)؛
- کاهش سهم کالاهای سرمایه‌ای از ۱۶/۵ درصد (۱۳۸۷) به ۱۵/۹ درصد (۱۳۹۷)؛
- افزایش سهم کالاهای مصرفی از ۱۲/۷ درصد (۱۳۸۷) به ۱۶/۲ درصد (۱۳۹۷).



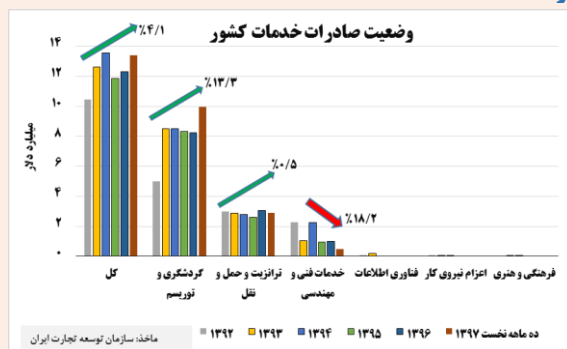
سهم مواد اولیه وارداتی در تولید صنایع صادراتی پیشرو

- وابستگی تولید به مواد اولیه وارداتی در صنایع پیشرو صادراتی (از ۴ تا ۲۴ درصد)؛
- وابستگی تولید به مواد اولیه وارداتی در کل صنایع کشور ۱۲/۷ درصد.



صادرات خدمات

- افزایش صادرات خدمات کشور از ۱۰/۵ میلیارد دلار (۱۳۹۲) به بیش از ۱۳/۴ میلیارد دلار (ده ماهه نخست سال ۱۳۹۷)؛
- تمرکز بر گردشگری (۷۰ درصد)، ترانزیت و حمل و نقل (۲۵ درصد) و خدمات فنی و مهندسی (۵ درصد)؛
- افت صادرات خدمات فنی و مهندسی (۱۸/۲ درصد سالانه) و عدم استمرار آن طی سال‌های اخیر؛
- پیشرانی گردشگری و توریسم (۱۳/۳ درصد سالانه) در صادرات خدمات طی دوره ۹۷-۱۳۹۲؛

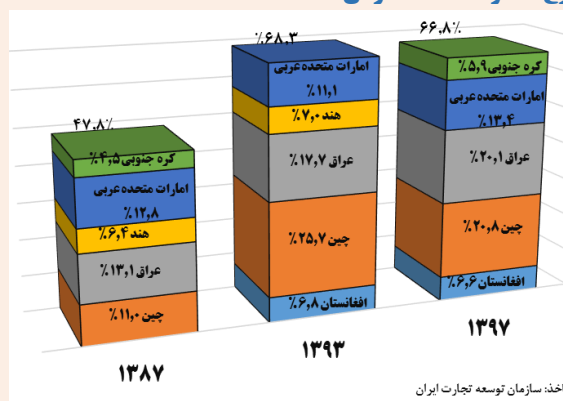


- بالاترین نرخ‌های ماندگاری صادرات مربوط به صنایع منبع‌محور شامل کشاورزی، صنایع غذایی و سوخت‌ها و روغن‌های معدنی؛
- شکننده بودن بنگاه‌های کوچک برای ورود به بازار جدید و حفظ بازارهای موجود؛

- عدم ثبت ارقام صادراتی بنام بنگاه‌های کوچک (بیش از ۸۰ درصد) و صدور از طریق واسطه‌ها؛

۲-۳- تنوع بازارها و کالاهای صادراتی

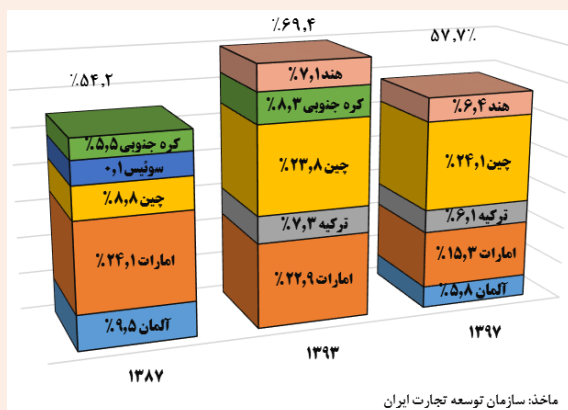
تنوع محدود مقاصد صادراتی



- افزایش تمرکز بازارهای صادراتی در دهه اخیر بویژه در دوران تحریم‌های بین‌المللی؛
- افزایش تمرکز بر پنج مقصد اول صادراتی از ۴۷/۸ درصد (۱۳۸۷) به ۶۶/۸ درصد (۱۳۹۷)؛
- سهم بالای دو کشور چین و عراق در صادرات غیرنفتی (حدود ۴۱ درصد) در دهه اخیر؛
- تمرکز پایین‌تر کشورهای ترکیه (۳۱/۸ درصد) و عربستان سعودی (۵۵/۵ درصد) بر پنج مقصد اول صادراتی در سال ۲۰۱۸.

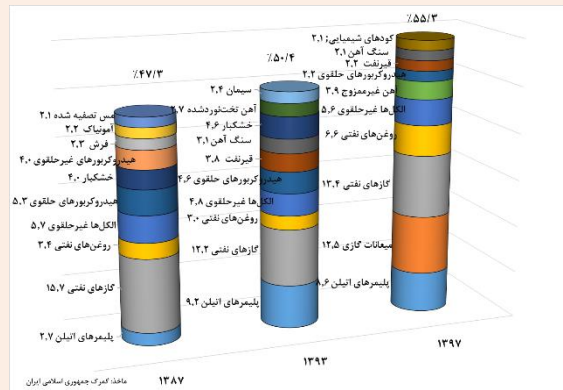
کاهش مبادی وارداتی

- کاهش مستمر تعداد مبادی وارداتی کشور و در نتیجه افزایش آسیب‌پذیری اقتصاد کشور طی دهه گذشته بویژه با تشدید تحریم‌های بین‌المللی؛
- افزایش تمرکز بر پنج مبدا اول وارداتی از ۵۴/۲ درصد (۱۳۸۷) به ۵۷/۷ درصد (۱۳۹۷)؛
- تمرکز پایین‌تر کشورهای ترکیه (۳۸/۴ درصد) و عربستان سعودی (۴۸/۳ درصد) بر پنج مبدا اول وارداتی در سال ۲۰۱۸.



- افزایش تمرکز در ۱۰ قلم اول کالاهای صادراتی از ۴۷/۳ درصد (۱۳۸۷) به ۵۵/۳ درصد (۱۳۹۷)؛
- تنزل رتبه ایران در شاخص تمرکز صادراتی (سهم ۱۰ قلم کالای اول) طی سال‌های اخیر، از رتبه ۱۸ منطقه (۲۰۱۶) به رتبه ۱۱۴ منطقه (۲۰۱۸)؛

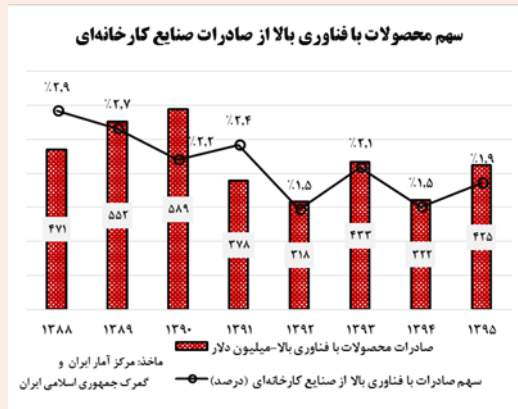
تنوع محدود کالاهای سبد صادراتی



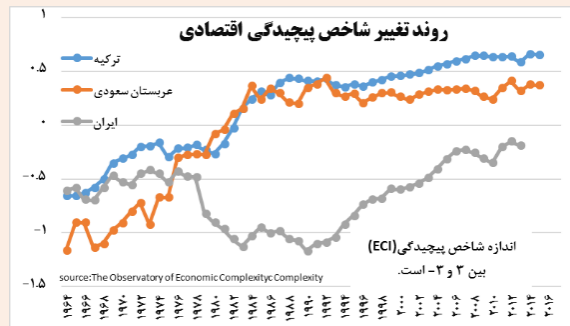
۴-۲ - کیفیت و پیچیدگی صادراتی

صادرات «کالاهای با فناوری بالا» در محصولات کارخانه‌ای

- کاهش سهم از ۲/۹ درصد (۱۳۸۸) به ۱/۹ درصد (۱۳۹۵)؛
- تنزل رتبه ایران در منطقه از رتبه ۱۳ام (۲۰۱۱) به رتبه ۱۹ام (۲۰۱۵)؛
- سهم صادرات کالاهای با فناوری بالا در کل صادرات در ترکیه ۲/۳ درصد و عربستان سعودی ۰/۶ درصد؛
- سهم ایران و عربستان سعودی از کل صادرات جهانی کالاهای با فناوری بالا در حدود ۰/۱ درصد و ترکیه ۰/۱۲ درصد.



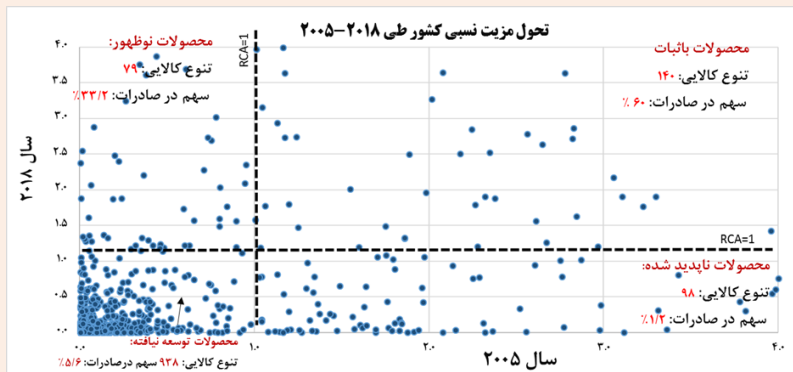
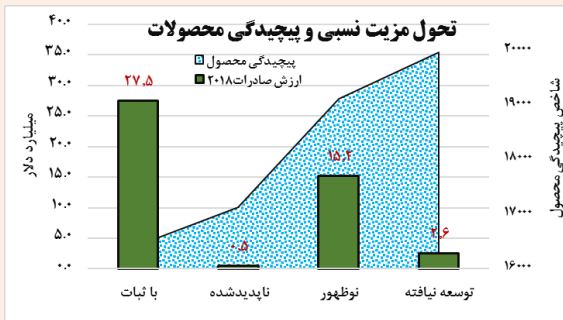
سید صادراتی کم اثر در رشد اقتصادی



- اثر نه چندان قابل توجه سید صادراتی فعلی بر رشد اقتصادی به دلیل تمرکز بر کالاهای خام و با پیچیدگی کمتر؛
- رتبه ۱۱۴ام منطقه و رتبه ۱۸۸ام جهان در شاخص پیچیدگی اقتصادی؛
- رتبه ۱۲ام ترکیه در منطقه؛
- سطح بالاتر پیچیدگی اقتصادی دو کشور ترکیه و عربستان نسبت به ایران.

تحول مزیت نسبی در سید صادراتی کشور

- اختصاص ۶۰ درصد صادرات کشور به محصولات باثبات (۱۴۰ گروه کالایی به ارزش ۲۷/۵ میلیارد دلار) با پیچیدگی پایین؛
- ظهور محصولات جدید (۳۳/۲ درصد با ارزش ۱۵/۲ میلیارد دلار) در سید صادراتی دارای پیچیدگی متوسط؛
- سهم کم صادرات با پیچیدگی بالا (۵/۶ درصد)؛
- محصولات ناپدید شده (۱/۲ درصد) با پیچیدگی پایین.
- ارزش واحد صادرات کالاهای باثبات، ناپدید شده، نوظهور و توسعه نیافته به ترتیب ۳۰۸، ۱۱۰۲، ۷۱۹ و ۵۲۵ دلار بوده است.
- گرایش به سمت صادرات کالاهای نوظهور (سید صادراتی رشدزا).



۳- نقشه راه توسعه صادرات کشور

۳-۱- تعاریف

نقشه راه: سندی است که به طور معمول برای برنامه‌ریزی بلندمدت استفاده می‌شود تا مسیر حرکت از وضعیت فعلی به آینده یا وضعیت مطلوب را ترسیم نماید. هر نقشه راه از دو بعد زمان و کارکردهای مورد انتظار تشکیل شده و فرآیند تدوین آن شامل تعیین دقیق اهداف، مسیرهای مختلف رسیدن به آن‌ها و تمرکز منابع بر فعالیت‌های کلیدی است.

سیاست توسعه صادرات: به کلیه برنامه‌ها، سیاست‌ها و اقدامات دولت یا نهادهای حاکمیتی اطلاق می‌شود که زمینه فعالیت تولیدکنندگان و صادرکنندگان فعلی و بالقوه و تشویق آنان را با هدف نفوذ و ماندگاری در بازارهای خارجی فراهم می‌کند. در این چارچوب انسجام میان سیاست‌های کلان اقتصادی، سیاست صنعتی و تنظیم بازار داخل مورد تأکید است.

۳-۲- چشم‌انداز توسعه صادرات

«جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۴۰۴ کشوری است با درآمد سرانه صادراتی حداقل ۱۰۰۰ دلار در بخش کالاهای غیرنفتی (بدون گازها و میعانات)، از لحاظ تجاری رقابت‌پذیر، با بخش خصوصی توانمند و پویا، بهره‌مند از بازارهای پایدار و سبد کالا و خدمات متنوع با ارزش افزوده بالا با کمک دیپلماسی تجاری فعال، با تأکید بر گسترش تجارت با کشورهای آسیای جنوب غربی (کشورهای سند چشم‌انداز)».

۳-۳- ضرورت تدوین نقشه راه توسعه صادرات

- ❖ ایجاد درک مشترک و هماهنگی بین دستگاه‌های ذی‌مدخل در صادرات؛
- ❖ حمایت همه‌جانبه هدفمند از صادرات کالاها و خدمات، به تناسب ارزش افزوده و با خالص ارزآوری مثبت؛ پیش‌بینی‌پذیری آثار سیاست‌های دولت توسط فعالان بخش خصوصی؛
- ❖ بازبینی و بروزرسانی کلیه قوانین و مقررات حوزه تجارت خارجی با توجه به مقتضیات و تحولات جهانی؛
- ❖ ضرورت هماهنگی سیاست‌های تنظیم بازار با سیاست‌های توسعه صادرات.

۳-۴- اهداف تدوین نقشه راه توسعه صادرات

- ❖ بهبود تراز تجاری غیرنفتی کشور؛
- ❖ افزایش ماندگاری کالاهای صادراتی؛
- ❖ حضور و ارتقاء در زنجیره‌های ارزش جهانی و منطقه‌ای؛
- ❖ افزایش تنوع کالاها و بازارهای صادراتی؛
- ❖ افزایش پیچیدگی کالاهای صادراتی (به لحاظ ارزش افزوده و محتوای فناورانه) و سبد صادراتی رشدزای اقتصادی؛
- ❖ افزایش توانمندی بخش خصوصی.

۳-۵- رویکردهای تدوین نقشه راه توسعه صادرات

- ❖ افزایش تاب‌آوری اقتصاد در مقابله با آثار ناشی از تحریم؛
- ❖ حمایت از تولید رقابت‌پذیر (درون‌زا) و صادراتی (برون‌گرا)؛
- ❖ توسعه صادرات خدمات فنی- مهندسی و گردشگری؛
- ❖ افزایش صادرات به کشورهای منطقه (بویژه ۱۵ کشور همسایه، چین و هند)؛
- ❖ استفاده بهره‌ورتر از ظرفیت‌های استان‌های مرزی، بازارچه‌ها، مناطق آزاد و ... در راستای توسعه صادرات و سرمایه‌گذاری

مشترک با کشورهای همجوار؛

- ❖ توسعه صادرات صنایع پایین‌دستی و تبدیلی (منبع محور مانند پتروشیمی، فلزات و کشاورزی و...) و اجتناب از خام‌فروشی؛
- ❖ ایجاد و گسترش خوشه‌های صادراتی، شرکت‌های مدیریت صادرات و کنسرسیوم‌های صادراتی جهت صادرات محصولات نهایی بنگاه‌های کوچک و متوسط؛
- ❖ چابک‌سازی فرایندهای صادراتی و ارتقاء نظامات پشتیبان صادرات؛

۳-۶- چارچوب مفهومی تدوین نقشه راه توسعه صادرات

چارچوب مفهومی (شکل ۱) مشتمل بر دو سطح سیاست‌های افقی (سطح کلان و کارکردی) و عمودی (سیاست‌های بخشی و گزینشی) به شرح زیر است:

سطح کلان: این سطح مشتمل بر سیاست خارجی فعال و کنش‌گرا و انسجام‌بخشی به سیاست‌های کلان کشور در حوزه‌های پولی، ارزی، مالی، تجاری، فضای کسب‌وکار است.

سطح کارکردی: این سطح متمرکز بر برنامه‌های دسترسی به بازار، سیاست‌های صنعتی و تجاری، عوامل موثر بر تولید صادرات‌گرا و زیرساخت‌های ارتقای تجارت و سرمایه‌گذاری است.

سطح بخشی (عمودی): در این سطح بر اولویت‌های کالایی و کشوری برای صادرات با رویکرد ارتقاء پیچیدگی، تنوع و ماندگاری کالاهای صادراتی در بازارهای هدف تمرکز شده است.

۳-۷- الزامات تحقق اهداف نقشه راه توسعه صادرات

۳-۷-۱- الزامات سطح کلان

- ❖ اصلاح و هماهنگی سیاست‌های پولی، مالی، ارزی با سیاست تجاری به منظور توسعه صادرات؛
- ❖ تدوین سیاست‌های یکپارچه صنعتی، معدنی، کشاورزی، تجاری، فناوری، زیست محیطی و آمایشی؛
- ❖ لزوم سیاست خارجی فعال و تعامل‌گرا با جهان در راستای گسترش تجارت خارجی؛
- ❖ بهبود فضای کسب‌وکار و محیط سرمایه‌گذاری.

۳-۷-۲- الزامات سطح کارکردی و عمودی

- ❖ حرکت به سمت تولید رقابتی در بازارهای داخلی و خارجی از طریق ایجاد توانمندی‌ها و انباشت ظرفیت‌های مولد؛
- ❖ لزوم توسعه و ایجاد موافقتنامه‌های تجاری دو/چندجانبه؛
- ❖ لزوم توسعه کمی و کیفی و همه‌جانبه زیرساخت‌های سخت‌افزاری (لجستیک و حمل و نقل) و نرم‌افزاری (دسترسی به منابع مالی)؛
- ❖ لزوم توسعه زیرساخت‌های ارتقای تجارت و سرمایه‌گذاری.

۳-۷-۳- الزامات اجرای نقشه راه

- ❖ تقسیم کار دستگاهی، هماهنگی و همکاری بین ارکان و تصمیم‌گیران ملی و رصد و پایش اجرای برنامه‌ها؛
- ❖ تامین منابع و اعتبارات مورد نیاز برنامه‌ها؛
- ❖ راه‌اندازی، تکمیل و توسعه سامانه‌ها و زیرساخت‌های مورد نیاز.

شکل (۱): مدل مفهومی نقشه راه توسعه صادرات کشور

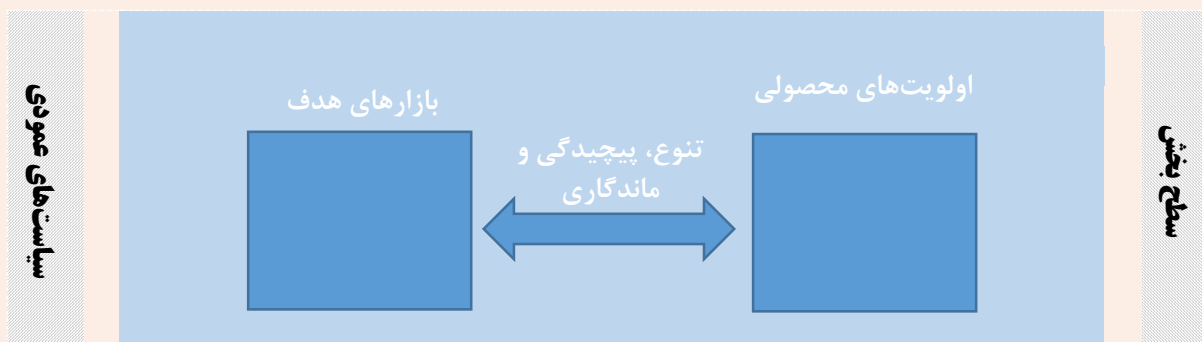
سیاست‌های معطوف به ثبات اقتصادی و بهبود فضای تجاری



سیاست‌های معطوف به توسعه صادرات رقابت‌پذیر

| | | | | | |
|-------------------|---|----------------------|---|---------------------|-------------|
| سیاست‌های کاربردی | توسعه موافقتنامه‌های تجاری | | انعقاد موافقتنامه‌های تجاری | | سطح کاربردی |
| | هماهنگی سیاست‌های صنعتی و تجاری (منطقی کردن موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای) | | هماهنگی صنعتی و حمایت بخشی | | |
| | دسترسی به منابع مالی | | توسعه لجستیک و حمل‌ونقل (زیرساخت‌ها) | | |
| | ارتقای سرمایه‌گذاری و صادرات | استانداردها و مجوزها | مناطق آزاد، ویژه اقتصادی و بازارچه‌های مرزی | توسعه نوآوری و برند | |

سیاست‌های معطوف به افزایش کمی و کیفی صادرات



جدول (۱). تقسیم وظایف نهادی نقشه راه توسعه صادرات کشور

| سیاست | نهادهای متولی | تدوین سیاست‌ها، برنامه‌ها در حوزه‌های |
|--|--|---|
| افقی (کلان) | <ul style="list-style-type: none"> بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران سازمان برنامه و بودجه کشور وزارت امور اقتصادی و دارایی وزارت امور خارجه سازمان محیط زیست وزارت صنعت، معدن و تجارت وزارت جهادکشاورزی | <ul style="list-style-type: none"> انسجام و هماهنگی میان سیاست‌های مالی، پولی، ارزی و اعتباری با سیاست تجاری بهبود فضای کسب‌وکار و محیط سرمایه‌گذاری در جهت افزایش رقابت‌پذیری آینده‌نگری ملاحظات آب و محیط زیست در توسعه صادرات غیرنفتی اجرای طرح آمایش کشاورزی تقویت دیپلماسی اقتصادی و تجاری در راستای توسعه صادرات |
| کارکردی | <ul style="list-style-type: none"> وزارت صنعت، معدن و تجارت | <ul style="list-style-type: none"> انعقاد موافقتنامه‌های تجاری توسعه موافقتنامه‌های تجاری تسهیل دسترسی به منابع مالی همکاری در توسعه لجستیک و حمل و نقل ارتقای سرمایه‌گذاری و صادرات ارتقای و هماهنگ‌سازی استاندارد و مجوزها همکاری در توسعه مناطق آزاد، ویژه اقتصادی و بازارچه‌های مرزی هماهنگی صنعتی و حمایت بخشی توسعه نوآوری و برند هماهنگی سیاست صنعتی و تجاری |
| | <ul style="list-style-type: none"> وزارت امور اقتصادی و دارایی | <ul style="list-style-type: none"> همکاری در انعقاد موافقتنامه‌های تجاری همکاری توسعه موافقتنامه‌های تجاری توسعه موافقتنامه‌های گمرکی تسهیل دسترسی به منابع مالی ارتقای سرمایه‌گذاری و صادرات همکاری در توسعه مناطق آزاد، ویژه اقتصادی و بازارچه‌های مرزی همکاری در توسعه نوآوری و برند |
| | <ul style="list-style-type: none"> وزارت جهادکشاورزی | <ul style="list-style-type: none"> همکاری در انعقاد موافقتنامه‌های تجاری همکاری در توسعه موافقتنامه‌های تجاری همکاری در ارتقای و هماهنگ‌سازی استاندارد و مجوزها |
| | <ul style="list-style-type: none"> وزارت راه و شهرسازی | <ul style="list-style-type: none"> توسعه لجستیک و حمل و نقل |
| | <ul style="list-style-type: none"> وزارت امور خارجه | <ul style="list-style-type: none"> همکاری در انعقاد موافقتنامه‌های تجاری همکاری در توسعه موافقتنامه‌های تجاری بسط دیپلماسی اقتصادی - تجاری |
| | <ul style="list-style-type: none"> بانک مرکزی | <ul style="list-style-type: none"> تسهیل دسترسی به تامین مالی |
| | <ul style="list-style-type: none"> ریاست جمهوری | <ul style="list-style-type: none"> توسعه نوآوری و برند توسعه مناطق آزاد، ویژه اقتصادی و بازارچه‌های مرزی ارتقای و هماهنگ‌سازی استاندارد و مجوزها |
| | <ul style="list-style-type: none"> وزارت نفت | <ul style="list-style-type: none"> توسعه لجستیک و حمل و نقل |
| | <ul style="list-style-type: none"> وزارت کشور | <ul style="list-style-type: none"> توسعه لجستیک و حمل و نقل |
| | <ul style="list-style-type: none"> وزارت آموزش و پرورش | <ul style="list-style-type: none"> همکاری در ارتقای سرمایه‌گذاری و صادرات |
| <ul style="list-style-type: none"> وزارت علوم، تحقیقات و فناوری | <ul style="list-style-type: none"> همکاری در ارتقای سرمایه‌گذاری و صادرات | |
| <ul style="list-style-type: none"> وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی | <ul style="list-style-type: none"> همکاری در ارتقای سرمایه‌گذاری و صادرات | |
| <ul style="list-style-type: none"> صدا و سیما | <ul style="list-style-type: none"> همکاری در ارتقای سرمایه‌گذاری و صادرات | |
| عمودی | <ul style="list-style-type: none"> اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی ایران، اتاق تعاون و اتاق اصناف | <ul style="list-style-type: none"> همکاری در انعقاد موافقتنامه‌های تجاری همکاری در توسعه موافقتنامه‌های تجاری همکاری در ارتقای سرمایه‌گذاری و صادرات همکاری در توسعه نوآوری و برند |
| | <ul style="list-style-type: none"> وزارت صنعت، معدن و تجارت | <ul style="list-style-type: none"> احصا ماتریس کشور- کالا تقویت منابع انسانی میزهای کالایی تقویت منابع انسانی میزهای کشوری پایدارسازی منابع مالی بسته مشوق‌ها و حمایت‌های صادراتی ساماندهی عوارض صادراتی توسعه استارت‌آپ‌ها در حوزه تجارت |

۳-۸- برنامه‌های پیشنهادی توسعه صادرات غیرنفتی

۳-۸-۱- انعقاد و توسعه موافقتنامه‌های تجاری

۳-۸-۱-۱- انعقاد موافقتنامه‌های تجاری

۱. انعقاد موافقتنامه دو و چند جانبه با شرکای تجاری بویژه با کشورهای آسیای جنوب غربی؛
۲. انعقاد موافقتنامه دو و چند جانبه هند و چین؛
۳. پیگیری عضویت در پیمان شانگهای؛

۳-۸-۲- توسعه موافقتنامه‌های تجاری

۴. تعمیق موافقتنامه‌های تجارت ترجیحی (بویژه با پاکستان و ترکیه)؛
۵. رفع موانع موجود در اجرای موافقتنامه اوراسیا؛
۶. پیگیری موافقتنامه تجارت آزاد با اوراسیا؛
۷. پیگیری انعقاد موافقتنامه‌های اکوتا و دی هشت؛
۸. پیگیری و اجرایی شدن انعقاد موافقتنامه‌های گمرکی با کشورها؛
۹. پیگیری و اجرایی شدن انعقاد موافقتنامه‌های بیمه و بانک.

۳-۸-۲- تسهیل دسترسی به منابع مالی

۱۰. افزایش سرمایه صندوق ضمانت صادرات؛
۱۱. توسعه ضمانت‌نامه‌ها و بیمه صادراتی؛
۱۲. احصا و بکارگیری روش‌های نوین تامین مالی صادرات؛
۱۳. تسهیل تامین مالی بنگاه‌ها از بازار سرمایه.

۳-۸-۳- توسعه لجستیک و حمل و نقل

۱۴. پیگیری و ارزیابی تسهیلات لازم جهت تجهیز و نوسازی بنگاه‌های فعال در عرصه لجستیک به منظور ارائه خدمات یکپارچه؛
۱۵. ایجاد و توسعه زیرساخت‌های زمینی (جاده‌ای و ریلی) و هوایی با بازارهای هدف بویژه کشورهای همسایه؛
۱۶. ارزیابی تسهیلات لازم (مالی و زمین) جهت سرمایه‌گذاری در پایانه‌های صادراتی؛
۱۷. ارزیابی تسهیلات لازم (مالی و زمین) جهت سرمایه‌گذاری در بنادر خشک؛
۱۸. ارزیابی تسهیلات لازم (مالی و زمین) جهت سرمایه‌گذاری در گمرکات مرزی؛
۱۹. ایجاد شرکت‌های مشترک حمل و نقل با برخی از شرکای تجاری؛
۲۰. ایجاد خطوط مشترک کشتیرانی و برقراری خطوط منظم آن.

۳-۸-۴- ارتقای سرمایه‌گذاری و صادرات

۲۱. دیپلماسی اقتصادی - تجاری فعال در راستای توسعه صادرات؛
۲۲. ضرورت انسجام نهادی در حوزه سیاستگذاری تجاری با مدیریت واحد سازمان توسعه تجارت ایران؛
۲۳. ایجاد منابع مالی مستقل برای سازمان توسعه تجارت ایران (نظیر ثبت سفارش، درآمد سایت نمایشگاهی تهران و فروش خدمات)؛
۲۴. ادغام شرکت سهامی نمایشگاه‌ها در سازمان توسعه تجارت ایران به عنوان بازوی ترویجی و مالی؛
۲۵. رتبه‌بندی سایت‌های نمایشگاهی کشور و ارائه برنامه ارتقای سایت‌های پایین‌تر از استاندارد جهانی؛

۲۶. ایجاد مراکز تجاری و شوروم‌ها در بازارهای هدف توسط بخش خصوصی (پرداخت بخش مهمی از هزینه‌های راه‌اندازی)
۲۷. توسعه دفاتر تجاری خارج از کشور (نیرو و امکانات) با رویکرد توسعه سهم بخش خصوصی؛
۲۸. توسعه برنامه‌های ترویجی (شامل بخش صنعت، معدن و کشاورزی):
- ✓ تحقیقات بازاریابی؛
 - ✓ بسته‌بندی صادراتی؛
 - ✓ تبلیغات صادراتی؛
 - ✓ برپایی نمایشگاه‌های تخصصی و اختصاصی داخل و خارجی؛
 - ✓ اعزام و پذیرش هیأت تجاری؛
 - ✓ اطلاع‌رسانی تجاری و پیش‌آگهی؛
 - ✓ آموزش تجار و بازرگانان؛
 - ✓ برگزاری همایش‌های معرفی بازار؛
 - ✓ کلینیک صادراتی؛
 - ✓ برگزاری روز ملی صادرات؛
 - ✓ برگزاری جشنواره‌های صادرات؛
 - ✓ برگزاری جشنواره برند ملی.
۲۹. پیگیری درج اهمیت صادرات در کتاب‌های درسی و دانشگاهی؛
۳۰. ارتقای نقش اتحادیه‌های صادراتی:
- ✓ مشارکت در نحوه تخصیص جوایز و مشوق‌های صادراتی؛
 - ✓ مشارکت در تصمیم‌سازی.
۳۱. پیگیری سرمایه‌گذاری‌های مشترک استان‌های مرزی با کشورهای همجوار در کالاهای دارای مزیت.
- ۳-۸-۵- استاندارد و مجوزها
۳۲. پیگیری اجرای موافقتنامه‌های استاندارد با کشورهای دارای موافقتنامه؛
۳۳. امضا و اجرای موافقتنامه‌های استاندارد با شرکای تجاری فاقد موافقتنامه؛
۳۴. ایجاد و تجهیز آزمایشگاه و مراکز کنترل فنی در بنادر و مرزها.
- ۳-۸-۶- مناطق آزاد، ویژه اقتصادی و بازارچه‌های مرزی
۳۵. تدوین سند راهبردی توسعه مناطق ویژه اقتصادی با رویکرد جذب سرمایه‌گذاری و توسعه صادرات؛
۳۶. تعیین تکلیف مناطق ویژه اقتصادی غیرفعال با تاکید بر مکان‌یابی مناسب، توسعه صادرات و توسعه خوشه‌ها؛
۳۷. ساماندهی معافیت‌های بازارچه‌های مرزی، پیلهوری و ته لنجی به منظور کاهش هزینه‌های اجتماعی ناشی از آن.
- ۳-۸-۷- هماهنگی صنعتی و حمایت بخشی
۳۸. توسعه خوشه‌های ملی و منطقه‌ای صادراتی با رویکرد مزیت‌های منطقه‌ای؛
۳۹. کمک و تسهیل ایجاد کنسرسیوم‌های صادراتی و توسعه شرکت‌های مدیریت صادرات؛
۴۰. تدوین برنامه حضور بنگاه‌ها در زنجیره ارزش جهانی و منطقه‌ای (صنعت و خدمات)؛
۴۱. کمک و تسهیل به تکمیل زنجیره‌های تولید و صادرات محصولات مزیت‌دار بین شرکای تجاری و ایران؛
۴۲. بازننگری بسته مشوق‌های صادراتی با رویکرد توسعه مشارکت بخش خصوصی.

۳-۸-۸- توسعه نوآوری و برند

۴۳. کمک و تسهیل به ایجاد پیوند میان بنگاه‌های دانش بنیان و SMEها؛

۴۴. راه‌اندازی کلینیک جذب فناوری؛

۴۵. ایجاد مرکز توسعه برند ایران با هدف تقویت برند ملی، محصولی و بنگاهی؛

۴۶. تدوین برنامه تقویت برند ملی و منطقه‌ای؛

۴۷. گسترش فناوری جدید (IT) و استارت‌آپ‌ها در حوزه صادرات.

۳-۸-۹- هماهنگی سیاست صنعتی و تجاری (صنعت، معدن و کشاورزی)

۴۸. تدوین برنامه منطقی‌سازی و کاهش تدریجی نرخ‌های تعرفه به منظور کاهش قاچاق و آمادگی حضور در پیوندهای تجاری؛

۴۹. طراحی و اعمال مشوق‌های موثر و کارآمد جهت ورود سرمایه‌های خارجی به بخش‌های اولویت‌دار و انتقال فناوری؛

۵۰. پیگیری و اجرایی شدن موافقتنامه‌های سرمایه‌گذاری موجود؛

۵۱. تدوین مشوق‌های لازم جهت پیوندهای بین بنگاه‌های تولیدکننده کالاهای خام با شرکت‌های بزرگ به منظور ضابطه‌مند نمودن

عوارض صادراتی بر کالاهای خام؛

۵۲. لزوم هماهنگی بین سیاست تجارت خارجی و تنظیم بازار داخلی؛

۵۳. اتخاذ تمهیدات لازم جهت فعال‌سازی کمیسیون‌های مشترک در راستای اجرایی شدن موافقتنامه‌ها؛

۵۴. اتخاذ تدابیر حمایتی تجاری در مقابله با تحریم‌ها، اقتصاد مقاومتی و ...؛

۵۵. به‌روزرسانی قانون مقررات صادرات و واردات؛

۵۶. ساماندهی کارت‌های بازرگانی با رویکرد تخصصی شدن تجارت؛

۵۷. به‌روزرسانی مستمر ارزش گمرکی کالاهای صادراتی با کمک اتحادیه‌های صادراتی.

جدول (۲). چارچوب برنامه و سیاست‌های کارکردی در تدوین نقشه راه توسعه صادرات کشور

| سیاست | برنامه | وضع موجود | تبیین وضع مطلوب | سیاست‌های کارکردی در توسعه صادرات | | | | |
|-------|--------|-----------|-----------------|-----------------------------------|-----------------|---------------|--------------|----------|
| | | | | اقدامات | ابزارهای سیاستی | نهادهای درگیر | شاخص ارزیابی | زمانبندی |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |

توجه: برای هر یک از برنامه‌های پیشنهادی بند ۲-۸، این جدول توسط دستگاه مسئول تکمیل خواهد شد.

جدول (۳). چارچوب سیاست‌های عمودی در تدوین نقشه راه توسعه صادرات (میزهای کالاهای صادراتی و کشورهای هدف)

| کالای N | ... | کالای ۲ | کالای ۱ | |
|-------------------------------------|-----|-------------------------------------|-------------------------------------|---------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | کشور ۱ |
| | | | | کشور ۲ |
| | | | | ... |
| | | | | ... |
| <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | کشور ۱۷ |

- ابزارهای سیاست تجاری به کار رفته برای توسعه صادرات به هر یک از کشورهای فوق، می‌تواند متناسب با نیاز بازار تغییر کند.
- ** تدوین جدول فوق با محوریت سازمان توسعه تجارت بوده و بر اساس شاخص‌های کمی از قبیل حجم صادرات، تعداد اقلام صادراتی و ... قابلیت سنجش عملکرد در هر کشور وجود خواهد داشت.
- این سیاست‌ها هر شش ماه مورد بازبینی قرار می‌گیرد.

۴- نقاط قوت

۴-۱- کل اقتصاد

۱. تاب‌آوری بالای اقتصاد ایران در مقابل تکانه‌های بیرونی؛
۲. ظرفیت موجود در حوزه‌های سیاسی و نفوذ فرهنگی ایران در منطقه و پتانسیل استفاده از آن در دیپلماسی اقتصادی منطقه‌ای؛
۳. موقعیت ممتاز جغرافیایی کشور برای تبدیل شدن به هاب ترانزیتی منطقه؛
۴. رتبه هیجدهم اقتصاد ایران بر اساس رتبه‌بندی تولید ناخالص داخلی (برابری قدرت خرید) مطابق گزارش صندوق بین‌المللی پول در سال ۲۰۱۹؛
۵. ایران سی‌وپنجمین بازار مصرف بزرگ دنیا و چشم‌انداز مطلوب شهرنشینی ایران؛
۶. پایین بودن بدهی‌های خارجی کشور.

۴-۲- تجارت

۷. قرار گرفتن در مسیر یک کمر بند یک جاده؛
۸. داشتن مرزهای آبی و خاکی با ۱۵ کشور؛
۹. وجود توان بالای ارائه خدمات فنی-مهندسی؛
۱۰. برخورداری از توان بالای ارائه خدمات گردشگری سلامت؛
۱۱. وجود جاذبه‌های متنوع طبیعی، تاریخی و گردشگری؛
۱۲. شکل‌گیری بلوک صادراتی پتروشیمی در کشور؛
۱۳. ظرفیت بالای تولید خدمات فناوری اطلاعات در کشور (صادرات خدمات نرم‌افزار).

۴-۳- صنعت

۱۴. وجود صنایع مادر و پایه در کشور به عنوان تامین‌کننده مواد اولیه و واسطه‌ای مورد نیاز سایر صنایع (فلزات اساسی، نفت، گاز و پتروشیمی)؛
۱۵. توسعه زنجیره تولید محصولات صنعتی با توجه به مزیت‌های معدنی (فولاد، آلومینیوم، مس، سیمان، کاشی و سرامیک) و مزیت‌های کشاورزی (دخانیات، نساجی و چوب) در کشور؛
۱۶. وجود ۹۹۲ شهرک و ناحیه صنعتی در کشور؛
۱۷. وجود ۶ شهرک فناوری در راستای ارتقای قابلیت‌های فناورانه واحدهای تولیدی و صنعتی؛
۱۸. وجود ۵۵۰ شرکت دانش‌بنیان در حوزه صنعت؛
۱۹. سهم ۱,۸ درصدی و کسب جایگاه چهارم در تولید سیمان جهان.

۴-۴- منابع معدنی

۲۰. برخورداری کشور از ۱۵ درصد ذخایر معدنی شناخته شده جهان (رتبه دهم ایران از نظر ذخایر معدنی در جهان)؛
۲۱. جایگاه مناسب معادن ایران در جهان (رتبه دوم در مس (۶ درصد ذخایر جهان)، نهم در سنگ آهن (۲ درصد)، رتبه دهم آلومینیوم و رتبه یازدهم سرب (۳/۵ درصد))؛
۲۲. دارا بودن ذخیره قطعی بالغ بر ۵۵ میلیارد تن از انواع کانی‌ها؛
۲۳. تنوع بیش از ۶۴ نوع ماده معدنی؛
۲۴. وجود بیش از ۱۰ معدن فعال مهم در سطح بین‌المللی (پنج معدن سنگ آهن سنگان، چادرملو، چغارت، گل‌گهر و هرمز، مس سرچشمه و سونگون، سرب و روی مهدی آباد و انگوران، طلای زرشوران و ساری گونی).

۴-۵- کشاورزی

۲۵. رتبه چهارم ایران در تنوع محصولات کشاورزی در سطح جهان؛
۲۶. وجود نیروی انسانی با تحصیلات عالی مرتبط با بخش کشاورزی ایران؛
۲۷. برخورداری از تنوع آب و هوایی و اقلیم؛
۲۸. وجود منابع ژنتیکی متنوعی گیاهی، دامی و آبزیان؛
۲۹. پتانسیل استفاده از منابع طبیعی کشور در بخش‌هایی مانند گیاهان دارویی، صنعتی، خوراکی و تولید علوفه؛
۳۰. مزیت نسبی تولید محصولات باغبانی و کشت‌های ارگانیک، گلخانه‌ای و کشت دوم؛
۳۱. ظرفیت‌های مناسب به منظور توسعه دامپروری و شیلات.

۴-۶- ذخایر هیدرکربوری

۳۲. برخورداری ایران از ۱۵۱ میلیارد بشکه ذخایر نفتی قابل استحصال (جایگاه سوم جهان)؛
۳۳. دارای ۳۳ تریلیون مترمکعب ذخایر گازی (جایگاه اول جهان).

۴-۷- منابع انسانی

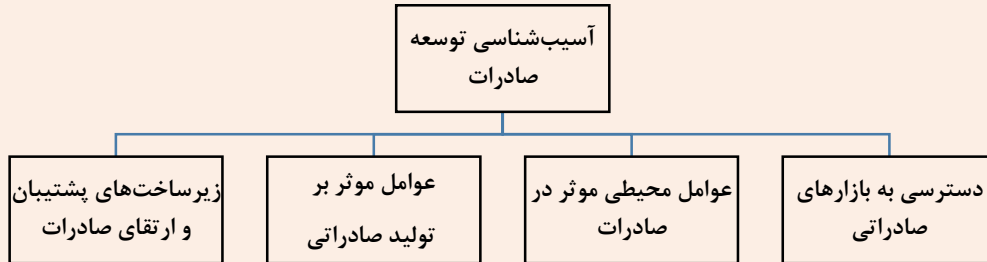
۳۴. رشد ۳۰۰ درصدی تعداد دانش‌آموختگان تحصیلات عالی طی دوره ده‌ساله اخیر؛
۳۵. افزایش تعداد فارغ‌التحصیلان رشته‌های فنی و مهندسی به میزان ۱۲۰ درصد طی دوره ده‌ساله اخیر و کسب جایگاه دوم جهانی از منظر منابع علوم و مهندسی؛
۳۶. رشد بالای شرکت‌های دانش بنیان؛
۳۷. پیشرفت قابل توجه در علوم نانو، زیست فناوری و انرژی‌های تجدیدپذیر؛
۳۸. افزایش بکارگیری نیروی انسانی متخصص در بنگاه‌ها.

۴-۸- لجستیک و حمل و نقل

۳۹. توان مهندسی کافی جهت ایجاد زیرساخت‌ها؛
۴۰. موقعیت جغرافیایی و قرار گرفتن در کریدور شمالی- جنوبی و غربی- شرقی ترانزیتی؛
۴۱. مزیت کریدورهای هوایی عبوری از ایران به عنوان کوتاه‌ترین کریدور هوایی میان قاره‌ای؛
۴۲. قیمت پایین سوخت و حامل‌های انرژی در ایران؛
۴۳. برخورداری از ۳۵۰ هزار کیلومتر شبکه جاده‌ای و ۱۳ هزار کیلومتر شبکه ریلی؛
۴۴. پیوستن ایران به موافقت‌نامه بین دولتی اسکاپ برای بنادر خشک (۲۰۱۳) و توسعه ۳ بندر خشک (آپرین، اصفهان و پیشگامان یزد)؛
۴۵. مساحت ۶,۷ میلیون مترمربعی انبارها و ظرفیت اسمی ۱,۸ میلیون تنی سردخانه‌های کشور؛
۴۶. مناسب بودن زیرساخت‌های فیزیکی بنادر اصلی کشور از جمله بندر شهید رجایی و امام خمینی؛
۴۷. وجود بندر چابهار به عنوان تنها بندر اقیانوسی کشور.

۵- آسیب شناسی صادرات کشور

آسیب شناسی صادرات کشور در چهار حوزه ۱-دسترسی به بازارهای هدف، ۲- عوامل محیطی موثر در صادرات، ۳-عوامل موثر بر تولید صادراتی و ۴- زیرساخت های پشتیبان و ارتقای صادرات صورت می گیرد.



شکل ۱. عوامل مرتبط با آسیب شناسی توسعه صادرات (بانک جهانی، ۲۰۱۲).

۵-۱- دسترسی به بازارهای صادراتی

۵-۱-۱- موانع تعرفه ای و غیر تعرفه ای پیش روی صادرات

۱. متوسط نرخ تعرفه شرکای تجاری

❖ متوسط نرخ تعرفه اعمالی بر کالاهای صادراتی ایران توسط شرکای تجاری حدود ۸/۹ درصد.

۲. نرخ پوشش موانع غیر تعرفه ای

❖ پوشش ۴۷/۸ درصد کالاهای صادراتی ایران مواجه با موانع غیر تعرفه ای شرکای تجاری.

۵-۱-۲- پیوندهای تجاری با شرکا

۳. صادرات ترجیحی

❖ پوشش اندک کل صادرات غیر نفتی کشور؛

❖ تعداد کم موافقت نامه تجارت ترجیحی (۸ مورد)، منطقه ای (اورآسیا) و آزاد (۱ کشور)؛

❖ تمرکز بالای ۹۰ درصدی اقلام صادرات ترجیحی در دو کشور ترکیه، پاکستان و اورآسیا؛

❖ سطح پوشش پایین اقلام ترجیحی: بیشترین تعداد کالای مشمول موافقت نامه در ترکیه ۱۴۴ و پاکستان ۳۱۲ کالا؛

❖ عدم انتخاب مناسب کالاهای مشمول موافقت نامه؛

۴. فقدان نرخ تعرفه صفر در موافقت نامه ترجیحی بر صادرات کشور.

۵-۱-۳- موانع تعرفه ای و غیر تعرفه ای کالاهای خاص صادراتی

۵. نرخ تعرفه اعمالی بر صادرات محصولات کشاورزی ایران به طور متوسط ۱۶/۸ درصد؛

۵-۲- عوامل محیطی موثر در صادرات

۵-۲-۱- محیط کلان

۶. وجود کسری بودجه مستمر دولت و ایجاد تورم مزمن ناشی از آن؛

۷. ناپایداری درآمدهای دولت و اتکا به درآمدهای نفت و گاز (به دلیل نوسان بالای قیمت و مقدار صادرات)؛

۸. چسبندگی هزینه های جاری در دوران رکود و کاهش هزینه های عمرانی دولت؛

۹. رشد پایین صادرات به دلیل کاهش رشد اقتصادی و بخش صنعت؛

۵-۲-۲- نرخ ارز

۱۰. کاهش رقابت‌پذیری تجاری ناشی از کاهش نرخ ارز حقیقی به دلیل عدم افزایش نرخ ارز اسمی متناسب با

اختلاف نرخ تورم داخلی و خارجی؛

۱۱. وجود نرخ‌های ارز چندگانه عامل تخصیص نامناسب منابع؛

۱۲. افزایش هزینه‌های مبادله‌ای انتقال ارز ناشی از وضع تحریم‌ها.

۵-۲-۳- سیاست‌های صنعتی و تجاری

۵-۲-۳-۱- تعرفه و محدودیت‌های وارداتی

۱۳. تعرفه‌ها جایگزین سایر سیاست‌های نادرست:

❖ تثبیت نرخ‌های تعرفه در سطوح بالا به دلیل کاهش قدرت رقابت‌پذیری صنایع در اثر اتخاذ سیاست‌های نادرست

کلان نظیر تثبیت نرخ ارز، افزایش نقدینگی و ... (نظیر صنایع خودروسازی، پوشاک و ...):

❖ بر اساس اصول سیاست تجاری، تعرفه باید منطقی، هدفمند و زمان‌دار باشند.

۱۴. قاچاق و تجارت غیررسمی نتیجه تعرفه بالا و ممنوعیت واردات:

❖ پیامدهای اصلی نرخ‌های تعرفه بالا، سودآوری تجارت غیررسمی و قاچاق کالا به داخل کشور؛

❖ مطابق بررسی‌ها، نرخ‌های تعرفه بالای ۱۵ درصد، زمینه‌ساز گسترش قاچاق به کشور؛

❖ نتایج اصلی قاچاق، کاهش حقوق حقه دولت، لطمه به صنایع داخلی، و عدم رعایت حقوق مصرف‌کننده (به دلیل عدم

رعایت استانداردهای حداقلی).

۱۵. در سال ۲۰۱۸، ایران دارای بالاترین نرخ میانگین ساده تعرفه در کل محصولات و نیز در بخش محصولات

صنعتی در بین کشورهای منطقه.

۱۶. بکارگیری حمایت‌های غیرهدفمند، غیرمشروط و غیرزمان‌دار تعرفه‌ای و ضعف جهت‌گیری صادراتی:

❖ در ۱۳ بخش از ۲۳ بخش صنعت (براساس طبقه‌بندی دو رقمی آیسیک)، حدود ۸۰ درصد سهم بازار داخلی در اختیار

صنعت داخلی است. در سایر بخش‌ها نیز این مقدار بیش از ۵۰ درصد است؛

❖ اعمال بیشترین حمایت تعرفه‌ای از صنایع فاقد رویکردهای صادراتی؛

❖ ایجاد شرایط شبه انحصار برای بیشتر بخش‌های اقتصاد و در نتیجه کاهش کیفیت تولیدات، عدم رقابت‌پذیری و

رویکرد غیرصادراتی بنگاه‌ها.

۱۷. نوسان نرخ‌های تعرفه‌ای منجر به هزینه بالای تولید، تجارت و سرمایه‌گذاری خارجی صادرات‌گرا و از موانع

پیوستن کشورها به زنجیره‌های ارزش جهانی.

۵-۲-۳-۲- موانع غیرتعرفه‌ای

۱۸. اجرای ناقص قانون منع برقراری وضع موانع غیرتعرفه‌ای و غیرفنی؛

۱۹. ضعف نظام کارت بازرگانی:

❖ بروز مشکلات عدیده در فرآیند صدور کارت بازرگانی از جمله کارت‌های اجاره‌ای یا یکبار مصرف (صدور بیش از

۵۰۰۰ کارت بازرگانی (یکبار مصرف) در سال ۱۳۹۷)؛

❖ توفیق اندک در دستیابی به شناسایی و نظارت بر تجارت و تخصصی شدن فرایند آن.

۵-۲-۳-۳- قوانین ناظر بر جلب و حمایت از سرمایه‌گذاری خارجی

۲۰. رتبه پایین محیط کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری جهت تسهیل ورود سرمایه‌گذاران خارجی نسبت به کشورهای رقیب منطقه؛

۲۱. عدم توجه کافی به تدوین و اعمال مشوق‌های موثر و کارآمد و تسهیل فرایندهای اداری برای جهت‌دهی ورود سرمایه‌های خارجی به بخش‌ها، زیربخش‌ها، رشته‌ها و فعالیت‌های اقتصادی بر اساس اولویت‌های راهبردی و بخشی؛

۲۲. لزوم کارآمدی نظام حل اختلاف سرمایه‌گذاری خارجی و نظام انتقال سرمایه؛

۲۳. با وجود منسوخ شدن موافقتنامه‌های سرمایه‌گذاری، ایران بیش از ۶۰ موافقتنامه با کشورهای دیگر به امضا رسانده که کارایی و عملکرد آنها مشخص نیست.

۵-۲-۳-۴- شفافیت و ضابطه‌مندی عوارض صادراتی بر کالاهای خام؛

۲۴. لزوم ضابطه‌مندی برقراری عوارض صادراتی مواد خام با رویکرد بلندمدت و با هدف توسعه صنایع پایین.

۵-۲-۴- محیط کسب‌وکار

۲۵. شاخص فضای کسب‌وکار: بر اساس گزارش کسب‌وکار بانک جهانی، رتبه ایران ۱۲۸ ایران در بین ۱۹۰ کشور در سال ۲۰۱۹؛

۲۶. شاخص شروع کسب‌وکار: رتبه ایران ۱۷۸ در سال ۲۰۱۹؛

۲۷. اخذ مجوز ساخت‌وساز: رتبه ۸۶ ایران در سال ۲۰۱۹؛

۲۸. شاخص ثبت مالکیت: رتبه ۹۰ ایران در سال ۲۰۱۹؛

۵-۲-۵- مالیات

۲۹. نرخ بالای مالیات بر درآمد و سود شرکت‌ها به ترتیب ۲۵ و ۴۴/۷ درصد؛

۳۰. رتبه ایران در شاخص پرداخت مالیات و نرخ مالیات به ترتیب ۱۲۸ و ۹۶؛

۳۱. مدت زمان بالای پرداخت مالیات: ۲۱۶ در ساعت در سال ۲۰۱۸.

۵-۲-۶- فضای رقابتی

۳۲. شاخص بازار محصول: براساس گزارش شاخص رقابت‌پذیری مجمع جهانی اقتصاد، رتبه ایران ۱۳۳ در سال ۲۰۱۹؛

۳۳. شدت رقابت بازار داخلی: رتبه ایران ۱۳۳ در سال ۲۰۱۸؛

۳۴. وجود بنگاه‌های مسلط در بازار و اثربخشی محدود سیاست‌های ضد انحصار؛

۳۵. حمایت اندک دولت از سرمایه‌گذار: رتبه ۱۲۶ ایران در سال ۲۰۱۸.

۵-۲-۷- دولت و محیط قانونی (هماهنگی نهادی)

۳۶. عدم کارکرد مناسب دیپلماسی اقتصادی-تجاری به دلیل تحریم‌ها؛

۳۷. نظام تصمیم‌گیری جزیره‌ای، کوتاه‌مدت و فقدان رویکرد بلندمدت و سیستم نظارت و پایش دقیق؛

۳۸. هماهنگی پایین وزارتخانه‌های جهادکشاورزی و صنعت، معدن و تجارت (قانون انتزاع) در تنظیم بازار داخلی و متاثرشدن تجارت کشور از آن؛

۳۹. کارآمدی اندک کمیسیون‌های مشترک:

❖ اثربخشی کم کمیسیون‌های مشترک در به سرانجام رسیدن موافقتنامه‌های تجاری (موافقتنامه‌های ترجیحی و آزاد)، سرمایه‌گذاری، بانک و بیمه دوجانبه و چندجانبه؛

❖ پراکندگی مسؤلیت برگزاری کمیسیون‌ها در خارج از وزارتخانه متولی بازرگانی خارجی؛

❖ ضعف در پیگیری مصوبات مربوطه.

۵-۳- عوامل موثر بر تولید صادراتی

۵-۳-۱- دسترسی به منابع مالی

۴۰. سهم اندک صادرات کالا و خدمات در مجموع تسهیلات نظام مالی کشور؛

۴۱. محدود بودن سرمایه صندوق ضمانت صادرات (۱۲۰ میلیون دلار) و تعهد ۲ میلیارد دلار و پوشش پایین بیمه صادرات غیرنفتی (۵ درصد)؛

۴۲. بانک محور بودن اقتصاد کشور در حوزه تأمین مالی و سهم پایین بازار سرمایه و ابزارهای محدود تأمین مالی و بیمه صادراتی؛

۴۳. عدم پذیرش ضمانت‌نامه‌های بانکی به دلیل فقدان روابط کارگزاری بانکی بین ایران و کشورهای مقصد برای صادرات خدمات فنی و مهندسی.

۵-۳-۲- مقیاس اقتصادی بنگاه

۴۴. سهم بالای واحدهای کوچک و متوسط از کل بنگاه‌های کشور و در نتیجه فقدان اقدامات مناسب ترویجی و توسعه‌ای (تحقیق و توسعه، کاهش هزینه تمام شده، تبلیغات، بازاریابی، حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی و ...) جهت حضور در بازارهای جهانی.

۵-۳-۳- بهره‌وری عوامل تولید و انر

۴۵. سهم پایین بهره‌وری کل عوامل تولید در رشد اقتصادی و صادرات؛

۴۶. وجود ظرفیت خالی صنایع: وجود بیش از ۳۰ درصد از ظرفیت ایجادشده بلااستفاده در کلیه صنایع (افزایش قیمت تمام شده و در نتیجه کاهش رقابت‌پذیری در بازار داخلی و خارجی)؛

۴۷. روند کاهشی شاخص بهره‌وری سرمایه در یک دهه اخیر؛

۴۸. کارایی پایین بازار نیروی کار (انعطاف‌پذیری پایین دستمزدها و عدم تناسب دستمزد نیروی کار با بهره‌وری)؛

۴۹. روند کاهشی شاخص بهره‌وری نیروی کار در یک دهه اخیر؛

۵۰. مهارت پایین نیروی کار کارگاه‌های صنعتی (سهم کارگران ماهر: حدود ۵۰ درصد کل نیروی کار).

۵۱. میزان بهره‌وری انرژی ایران در سال ۲۰۱۵، حدود ۴/۵ است که در مقایسه با متوسط جهان (۶/۷۱) به مراتب پایین‌تر است.

۵۲. شدت مصرف بالای انرژی در ایران:

❖ افزایش شدت مصرف انرژی طی یک دهه اخیر: از ۱/۳ (بشکه به میلیون ریال) در سال ۱۳۸۵ به ۱/۶۴ (بشکه به میلیون ریال) در سال ۱۳۹۵ رسیده است؛

❖ شدت مصرف انرژی ایران ۱/۵ برابر جهان، ۱/۵ برابر عربستان، ۲ برابر ترکیه می‌باشد؛

❖ سهم بالای صنایع انرژی‌بر (بیش از ۵۵ درصد) در صادرات کشور (انتقال یارانه به خارجی).

۵-۳-۴- لجستیک و حمل و نقل (زیرساخت‌ها)

۵۳. رتبه ایران در شاخص‌های عملکرد لجستیک، کارایی فرایند ترخیص کالا، کیفیت زیرساخت‌های لجستیکی و سهولت ارسال محموله‌های بین‌المللی به ترتیب ۶۴، ۷۱، ۶۳ و ۷۹ در سال ۲۰۱۸ در میان ۱۶۰ کشور جهان؛
۵۴. عدم آرایه خدمات لجستیکی یکپارچه مطابق استانداردهای جهانی به صاحبان بار؛
۵۵. فرسودگی ناوگان حمل و نقل (بهره‌وری پایین در بخش‌های مختلف حمل و نقل)؛
۵۶. امکانات ناکافی لجستیکی در گمرکات مرزی و بنادر (پایانه‌های صادراتی، بنادر خشک، تجهیزات و ماشین‌الات مدرن تخلیه و بارگیری)؛
۵۷. کمبود خطوط کشتیرانی و ریلی با برخی از بازارهای هدف صادراتی؛

۵-۳-۵- تسهیل تجاری

۵۸. رتبه ۱۲۳ ایران در شاخص تجارت فرامرزی در میان ۱۹۰ کشور جهان؛
۵۹. هزینه و مدت زمان بالای واردات (بویژه کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای) و صادرات:
- ❖ بالا بودن مدت زمان مورد نیاز واردات جهت مطابقت اسناد و مطابقت مرزی به ترتیب ۴۰ و ۱۴۱ ساعت؛
 - ❖ هزینه بالای واردات در ایران: هزینه هر کانتینر واردات در ایران ۶۶۰ دلار است.
 - ❖ زمان بالای «مطابقت اسناد» و «مطابقت مرزی»: در ایران زمان لازم برای «مطابقت اسناد» ۳۳ ساعت و برای «مطابقت مرزی» ۱۰۱ ساعت است؛
 - ❖ هزینه بالای صادرات: هزینه هر کانتینر صادرات در ایران ۴۱۵ دلار است.

۵-۴-۵- زیرساخت‌های پشتیبان و ارتقای تجارت

۵-۴-۱- ارتقای سرمایه‌گذاری و صادرات

۶۰. عدم انسجام نهادی و فقدان متولی واحد سیاست‌گذاری و اجرایی در حوزه تجارت خارجی:
- ❖ لزوم وجود فرماندهی واحد در تجارت خارجی کشور؛
 - ❖ عدم نقش آفرینی شورای عالی صادرات غیرنفتی کشور؛
 - ❖ تعداد دستگاه‌های درگیر در فعل صادرات؛
 - ❖ لزوم هماهنگی بیشتر وزارت امور اقتصادی و دارایی و وزارت صنعت، معدن و تجارت در جلب و جذب سرمایه‌گذاری خارجی در جهت توسعه صادرات.
۶۱. کمبود مراکز تجاری و شوروم‌ها در بازارهای هدف؛
۶۲. نقش کم‌رنگ سازمان توسعه تجارت در امور ترویجی-توسعه‌ای (نظیر سایت‌های اطلاع‌رسانی، بازارهای هدف، ترویج تحقیقات بازار، ترویج بسته‌بندی، آموزش، کلینیک‌های صادراتی، توسعه فرهنگ صادراتی و...) به دلیل فقدان بودجه لازم؛
۶۳. تفکیک نمایشگاه از سازمان به عنوان بازوی ترویجی و تأمین مالی برنامه‌های توسعه‌ای در سال ۱۳۷۸؛
۶۴. ضعف دفاتر نمایندگی تجاری و تعداد اندک رایزنان بازرگانی.
۶۵. مشوق‌ها و حمایت‌های صادراتی:
- ❖ عدم اختصاص بودجه و اعتبار مناسب برای تشویق صادرات؛
 - ❖ ابلاغ دیرنگام دستورالعمل سیاست‌های حمایتی و مشوق‌ها؛
 - ❖ تاخیر و عدم پرداخت به هنگام مشوق‌ها.

۵-۴-۲- استانداردها و مجوزها

۶۶. اجرایی نشدن برخی موافقتنامه‌های استاندارد با کشورهای هدف؛

۶۷. فقدان موافقتنامه‌های استاندارد و ضوابط فنی با کشورهای هدف.

۵-۴-۳- مناطق آزاد، ویژه اقتصادی و بازارچه‌های مرزی

۶۸. عدم استفاده از ظرفیت‌های مناطق آزاد جهت توسعه صادرات؛

۶۹. ناکامی مناطق آزاد در جذب سرمایه خارجی و داخلی (جذب سالانه کمتر از ۲۰۰ میلیون دلار سرمایه خارجی

در مناطق آزاد در دهه اخیر) در مقایسه با سایر مناطق آزاد کشورهای منطقه؛

۷۰. غیرفعال بودن بخش اعظم از مناطق ویژه (۳۵ منطقه از ۶۴ منطقه غیرفعال هستند)؛

۷۱. سرمایه‌گذاری اندک در مناطق ویژه اقتصادی متناسب با اهداف تعیین شده؛

۷۲. ضعف در مدیریت یکپارچه در مناطق آزاد و ویژه (وجود بوروکراسی، فقدان سازمان اجرایی و مناسب و عدم

برخورداری از مدیریت صحیح و کارا).

۵-۴-۴- هماهنگی صنعتی^۱ و حمایت بخشی

۷۳. سهم اندک خوشه‌ها در صادرات غیرنفتی کشور؛

۷۴. عدم وجود برنامه‌ریزی منسجم جهت حضور بنگاه‌ها در زنجیره‌های ارزش جهانی^۲ (GVC) و زنجیره‌های

ارزش منطقه‌ای^۳ (RVC)؛

۷۵. عدم حضور موثر واسطه‌های صادراتی و عدم موفقیت مدل‌های کنسرسیوم‌های صادراتی، شرکت‌های

مدیریت صادرات و خوشه‌های صادراتی در جهت توسعه صادرات.

۵-۴-۵- نوآوری و برند

۷۶. لزوم تدوین سیاست‌های منسجم صنعتی، تجاری، سرمایه‌گذاری، فناوری، زیست‌محیطی و آمایشی؛

۷۷. ضعف سیاست‌های تحقیق و توسعه بویژه در بنگاه‌های صادراتی؛

۷۸. سهم ۹۲ درصدی ثبت علائم تجاری در داخل کشور؛

۷۹. مشکلات نوسازی فناوری در صنایع؛

❖ فشار تحریم‌های اقتصادی مانع جذب فناوری خارجی؛

❖ ضعف حمایت‌های تجاری‌سازی فناوری.

۸۰. رتبه ۱۷۲ ایران در شاخص برند ملی در سال ۲۰۱۹ بر اساس رتبه‌بندی فیوچر برند^۴ (از بین ۷۵ کشور)؛

۸۱. تعدد نهادهای متولی در دولت و قوه قضاییه مرتبط با حقوق مالکیت فکری؛

۸۲. کمبود استارت‌آپ‌ها در حوزه تجارت و لزوم تقویت نفوذ IT در تجارت

^۱- Industrial coordination

^۲- Global Value Chain(GVC)

^۳- Regional Value Chain(RVC)

^۴-futurebrand