

شکوفایی صنعت خودرو با افزایش قدرت خرید



آرش محمی‌نژاد، دبیر انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعات خودرو

آنچه صنعت خودرو در ۴ سال فعالیت دولت دوازدهم به آن نیازی اساسی دارد، حل مشکل قدرت خرید مصرف‌کنندگان است چراکه هم‌اکنون این قدرت در درجه پایینی قرار دارد و به تناسب آن بازار به ویژه بازار کالاهای بادوام داخلی دچار رکود شده است. به طور قطع آنچه ساختار اقتصادی کشور را به طور اساسی اصلاح خواهد کرد ۳ نظام مرتبطی

است که گلوی اقتصاد را می‌فشارد و شامل مواردی همچون نبود تناسب میان نرخ ارز، نرخ تورم و بهره‌های بانکی است. در این شرایط تولید داخلی صرفه اقتصادی نخواهد داشت ضمن آنکه توان پایین قدرت خرید مردم منجر به رکود بازار شده که همه این موارد در کنار یکدیگر باعث می‌شود تا کمتر شاهد رونق اقتصادی باشیم. بی‌شک پیش‌بینی تسهیلات خرید از سوی بانک‌ها به مصرف‌کنندگان با هدف رونق بازار خودرو، تنها مسکنی مقطعی به شمار رفته و نمی‌تواند کارکرد مطلوبی در اقتصاد داشته باشد. تجربه عملکرد بانکی در سال‌های گذشته نشان داده که نظام بانکی داخلی نیازمند تحول است تا در تناسبی منطقی با نظام بانکی بین‌المللی قرار گیرد. در این شرایط اعتبار مجازی به جای سرمایه در گردش می‌تواند به شکلی چشمگیر و بدون اثر تومی بر توان خرید مصرف‌کنندگان تاثیر گذاشته و آن را بهبود بخشد که بررسی‌های کشورهایی که به اجرای این روند اقدام کرده‌اند، نشان از اثرگذاری مطلوب این راهکار دارد. امری که کشورهای درحال توسعه و توسعه یافته نیز درحال اجرائی کردن آن هستند. آنچه لازم است در کنار این اقدامات مورد توجه دولت دوازدهم قرار گیرد، توجه به سرمایه‌گذاری‌های ثابت و مولد به صورت ارزی و ریالی در صنعت خودرو است. بارها بر نیاز صنعت قطعه به سرمایه‌گذاری ۲ میلیارد یورویی و ۱۰ هزار میلیارد تومانی تاکید شده تا صنعت قطعه در مسیر ریل افق ۱۴۰۴ قرار گیرد. بنابراین لازم است برای ایجاد جذابیت لازم در این مسیر راهکارهایی پیش‌بینی شود تا سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی و همچنین بانک‌ها برای سرمایه‌گذاری در این صنعت رغبت پیدا کنند، در این صورت است که زیرساخت مهیا می‌شود و شرایط خرید مصرف‌کنندگان بهبود می‌یابد و از سوی دیگر شاهد افزایش میزان صادرات و در نهایت رشد و شکوفایی صنعت خودرو خواهیم بود.



در ویرایش دوم یکسری تحلیل‌ها بر اساس آمارهای سال ۹۴ به ۷ برنامه راهبردی گذشته اضافه شده و ۴ برنامه راهبردی صنایع مس، صنایع غذایی، صنایع دریایی و صنایع سلولزی، چوب و کاغذ نیز به سند راهبردی اضافه شده است

«گسترش صنعت» گزارش می‌دهد

برنامه راهبردی ۱۱ صنعت اولویت‌دار تا سال ۱۴۰۴

سیدمحمدحسن سیدزاده
industry@sanatnewspaper.com

وزارت صنعت، معدن و تجارت در راستای تدوین برنامه ۱۰ ساله صنایع اولویت‌دار در ویرایش دوم سند راهبردی صنعت، معدن و تجارت برنامه راهبردی ۱۱ صنعت منتخب از جمله صنایع خودرو، فولاد، نساجی و پوشاک، سیمان، تایر و تیوب، لوازم خانگی، کاشی و سرامیک، مس، صنایع سلولزی (صنعت چوب و کاغذ) غذایی و آشامیدنی و صنایع دریایی را اعلام کرده است.

محسن اتابکی، مدیرکل سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی وزارت صنعت، معدن و تجارت در گفت‌وگو با گسترش صنعت درباره تغییرات به وجود آمده در ویرایش دوم سند راهبردی صنعت و معدن گفت: برنامه راهبردی که سال ۹۴ منتشر شد به طور کامل برنامه راهبردی تمام صنایع را مشخص نکرده بود چراکه تدوین یک برنامه جامع نیاز به زمان دارد و در برخی حوزه‌ها نیز زیرساخت شاخص‌های آماری وجود نداشته است.

در همین راستا با ایجاد سامانه‌های آماری و تامین زیرساخت‌های اطلاعاتی به مرور برنامه‌های راهبردی صنایع

تدوین خواهد شد. وی با بیان اینکه در ویرایش نخست تنها مبنای اولویت‌بندی صنایع، هدف‌گذاری‌های کلان و برنامه راهبردی ۷ صنعت اولویت‌دار مشخص شده بود گفت: در ویرایش دوم یکسری تحلیل‌ها بر اساس آمارهای سال ۹۴ به ۷ برنامه راهبردی گذشته اضافه شده و ۴ برنامه راهبردی صنایع مس، صنایع غذایی، صنایع دریایی و صنایع سلولزی، چوب و کاغذ نیز به سند راهبردی اضافه شده است. در همین راستا گسترش صنعت ضمن بررسی وضعیت کنونی ۱۱ صنعت منتخب به هدف‌گذاری‌های انجام شده تا افق ۱۴۰۴ و راهبردهای تحقق این مسیر پرداخته است.

دیدگاه

قوانین و مقررات مناسب لازمه ورود سرمایه‌گذار خارجی



فردین آقابرگی
کارشناس بازار سرمایه

سرمایه‌گذاری در فضایی به وجود می‌آید که قوانین و مقررات مناسبی برای ورود سرمایه‌گذاران وجود داشته باشد. نخستین خواسته یک سرمایه‌گذار مشخص بودن نقشه راه قانون‌گذار و مشخص کردن نبود تغییرات در آن بازه زمانی تعریف شده است. دانستن اصل هوشمندی

سرمایه و سرمایه‌گذار یکی از مهم‌ترین راهکارهای تشویق و ترغیب سرمایه‌گذاران برای ورود به عرصه تولید و برطرف کردن دغدغه‌ها و نیازهای اساسی صنعتگران و سرمایه‌داران در این زمینه است. تولید مستلزم افزایش سرمایه‌گذاری است. باید برای ارتقای کمی و کیفیت تولید به طور هدفمند سرمایه‌گذاری شود. این موضوع می‌تواند از طریق ارائه راهکارهای مناسب و توجه‌پذیر به انجام برسد. سرمایه‌گذاری در فضایی انجام می‌شود که آرام بوده و قوانین و مقررات مناسبی برای ورود سرمایه‌گذاران وجود داشته باشد. نخستین خواسته یک سرمایه‌گذار مشخص بودن نقشه راه قانون‌گذار و مشخص کردن نبود تغییرات در آن بازه زمانی تعریف شده است. برخی موانع برای ورود سرمایه‌گذاران به تولید و صنعت تحت کنترل و اراده دولت و بخشی دیگر خارج از کنترل دولت است اما در مجموع اتخاذ سیاست اقتصادی در بازه زمانی معقول و مناسب به طور عمده می‌تواند موجب برطرف شدن عمده مشکلات فعلی شود. مقایسه رضایتمندی سرمایه‌گذاران در داخل کشور نخستین مرحله از ارزیابی سرمایه‌گذاران است. کمالات فعالان بازار سرمایه می‌دانند که هر کس در بدو ورود، سابقه فعالیت دیگران را مورد ارزیابی قرار می‌دهد. بازار پول و سرمایه دو بال اقتصاد هستند و باید پایه‌های هم رشد کنند و هر دو بازار در جهت رشد اقتصاد کشور پیش روند. رسالت بازار سرمایه تامین منابع مالی لازم در بازه بلندمدت (بیش از یک‌سال) برای بنگاه‌های اقتصادی است و در مقطع کنونی لازم است برای سرعت بخشیدن به تحقق این هدف رویه گذشته اصلاح شود و ضمن لحاظ کردن تمامی مقررات و قوانین وضع شده، سرعت لازم را در این امر به کار گرفت چراکه شرایط کنونی و مجموعه عوامل موثر بر وضعیت اقتصادی کشور ما ایجاب می‌کند که خودکفایی لازم به دلیل تنگناهایی که ناخواسته به وجود آمده را بتوانیم به دست خودمان برطرف کنیم و علاوه بر هدف‌گذاری برای استفاده از سرمایه‌های خارجی در اولویت نخست از امکانات و سرمایه‌های داخلی کشور برای تجهیز منابع مالی تولیدکنندگان به نحو شایسته بهره ببریم.

جایگاه سوم جهان در صنعت سیمان



سیمان به عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر توسعه‌ای در تامین زیرساخت‌های اقتصادی کشور و از نهادهای استراتژیک محسوب می‌شود، 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 نشان‌دهنده رابطه خطی و از نوع مثبت بین ارزش افزوده سیمان و تولید ناخالص ملی است. ایران در سال ۲۰۱۵ با حدود ۶۵ میلیون تن تولید سیمان، هفتمین تولیدکننده سیمان در جهان و سومین تولیدکننده در آسیا و دارای رتبه اول صادراتی سیمان جهان بوده است. در حال حاضر ایران با داشتن ۲۲ واحد تولیدی با ظرفیت اسمی حدود ۷۹/۷ میلیون

صنایع سلولزی (چوب و کاغذ) یکی از قدیمی‌ترین صنایع در جهان است که از نظر تنوع تولید و زنجیره‌های تولید صنایع پایین‌دستی بسیار گسترده بوده و دارای ویژگی‌های خاصی است. مصرف کاغذ در هر کشور نشان‌دهنده وضعیت اقتصادی آن کشور بوده و یکی از شاخص‌های مهم رشد فرهنگی آن جامعه نیز محسوب می‌شود. با توجه به تغییر الگوی مصرف و توسعه شهرنشینی در سال‌های اخیر، مصرف فرآورده‌های چوب و کاغذ در کشور افزایش روزافزونی داشته است. میزان مصرف سرانه انواع کاغذ و مقوا که یکی از شاخص‌های رشد فرهنگی و اقتصادی جوامع به شمار

سه‌م در صدی صنعت تایر از حجم تولید جهان



در منطقه خاورمیانه حدود ۲۳ کارخانه تایرسازی وجود دارد که از این تعداد ۱۴ کارخانه (کیان‌تایر، ایران‌تایر، ایران‌یاسا، تایر وراپر، لاستیک پارس، گروه صنعتی البرز، آرتاویل تایر، لاستیک یزد، کویر تایر و لاستیک خوزستان) با ظرفیت اسمی ۲۶۳/۴ هزار تن در سال و با ظرفیت اشتغال بیش از ۱۵ هزار نفر در ایران واقع شده‌اند. صنعت تایر در ایران بیش از ۸۰ هزار شغل به صورت مستقیم و غیرمستقیم ایجاد کرده است. جایگاه اقتصادی این صنعت در کشور اهمیت زیادی دارد، به طوری که با برخورداری از مزایایی مانند نرخ اشتغالزایی بالا، تامین حدود ۳۴ درصد نیاز داخلی، دارا بودن مزیت نسبی به عنوان صنایع پایین‌دستی پتروشیمی، مکمل صنعت خودروسازی، تامین بخش عمده مواد اولیه از داخل کشور و همچنین برخورداری از نیروی متخصص با بیش از ۳ دهه تجربه صنعت می‌تواند نقش راهبردی در صنعت

جایگاه دوم صادرات در منطقه غرب آسیا



یکی از مهم‌ترین بخش‌های صنعت تمام کشورها که با امنیت غذایی در ارتباط است صنایع غذایی است. صنایع غذایی، مواد اولیه و نهادهای کشاورزی را دریافت و فرآوری می‌کند. سهم محصولات کشاورزی بر اساس آمارنامه وزارت جهاد کشاورزی، حدود یک درصد تولید محصولات کشاورزی دنیاست و میزان تولید محصولات کشاورزی در کشور حدود ۱۰۰ میلیون تن در سال برآورد می‌شود. براساس آخرین آمار گمرک ایران در سال ۱۳۹۴ یک میلیون و ۲۷۳ هزار تن صنایع غذایی و آشامیدنی به ارزش ۲ هزار و ۱۶۰ میلیون دلار به کشورهای مختلف صادر شده است. صنایع غذایی و آشامیدنی در راستای چشم‌انداز افق ۱۴۰۴ کشور

از جمله بخش‌های صنعتی پیشران اقتصاد کشور مبتنی بر دانش و فناوری پیشرفته، تامین‌کننده نیازهای امنیت غذایی در بخش فرآوری مواد غذایی بوده که چشم‌انداز آن کسب جایگاه دوم صادرات در منطقه غرب آسیا با صادرات ۶/۵ میلیارد دلار در سال ۱۴۰۴ در نظر گرفته شده است.

رتبه ۳۲ در کاغذ و مقوا، رتبه ۱۲ در امدی‌اف و رتبه ۱۶ در نئوپان



می‌رود، در سال ۱۳۹۴ ایران حدود ۲۳ کیلوگرم بوده است. درباره اوراق فشرده چوبی شامل نئوپان، تخته فایبر و MDF وضعیت مشابهی در کشور وجود دارد. به طوری که میزان مصرف MDF به عنوان یکی از پرمصرف‌ترین اوراق فشرده چوبی کشور در سال ۱۳۸۹ حدود ۴۹۴ هزار مترمکعب بوده که در سال ۱۳۹۴ به ۱۲۲۳ هزار مترمکعب رسیده و روند مصرف همچنان

صعودی است. صنایع سلولزی کشور ۷ درصد تعداد پروانه‌های بهره‌برداری صادر شده، ۴/۸ درصد اشتغال و حدود ۵ درصد ارزش افزوده صنعت با احتساب چاپ صنعتی ۴/۶ درصد بدون احتساب چاپ صنعتی را به خود اختصاص می‌دهد. بیشترین تولید کاغذ و مقوای کشور مربوط به کاغذهای لاینر و فلوتینگ بوده که حدود ۵۰ درصد تولید کاغذ و مقوای کشور را به خود

تولید سالانه ۱۶ میلیون دستگاه لوازم خانگی



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 کارخانه‌های پایین‌دستی تولیدکننده قطعات، تجهیزات و مواد اولیه مورد مصرف این صنعت، بخش بزرگی از ارزش افزوده ایجاد شده توسط صنعت را در کشور تشکیل می‌دهد. گستردگی لوازم خانگی و تاثیر آن بر بخش‌های مختلف، اهمیت آن را در مقایسه با سایر صنایع در مرتبه بالایی قرار می‌دهد اما با وجود سابقه طولانی و حجم قابل توجه فعالیت‌های این صنعت در کشور تاکنون برنامه‌ریزی منسجمی برای رشد و توسعه آن نشده است. صنعت لوازم خانگی در کشور با وجود برخورداری از حجم سرمایه‌گذاری انجام شده در آن، اشتغال تعداد بسیاری از متخصصان، کارمندان و کارگران در بخش‌های مختلف این

صنعت از بویایی 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. براساس برنامه راهبردی صنعت لوازم خانگی حفظ جایگاه دوم منطقه، دارای نام تجاری معتبر در جهان با تولید سالانه ۱۶ میلیون دستگاه و صادرات ۳ میلیارد دلار هدف‌گذاری شده است.