



جمهوری اسلامی ایران  
وزارت بازرگانی

خلاصه عملکرد وزارت بازرگانی

در دولت نهم

(از شهریور ۸۴ تا اسفند ۸۶)



مادرجه: آردبیت ۱۳۸۷

## « فهرست مطالب »

<u>صفحه</u>	<u>عنوان</u>
۲	* مقدمه
۳	* حوزه بازرگانی داخلی
۳	الف - تنظیم بازار
۶	ب - بهبود و تقویت نقش اصناف در شبکه بازرگانی کشور
۷	ج - ساماندهی فرآیند خرید و توزیع گندم، آرد و نان
۱۰	د - بازرسی، نظارت و کنترل بازار
۱۲	* حوزه بازرگانی خارجی
۱۲	الف - ایجاد بسترهای مناسب جهت توسعه صادرات غیرنفتی
۱۶	ب - تنظیم مقررات تجاری کشور
۱۷	ج - مطالعات بازارهای جهانی
۱۸	د - توسعه روابط تجاری با کشورها
۱۹	هـ - بکارگیری فناوری اطلاعات در تجارت خارجی
۲۰	و - فراهم سازی شرایط الحاق ج.ا.ایران به سازمان جهانی تجارت
۲۲	ز - عملکرد صادرات کالاهای غیرنفتی و واردات کالا
۲۴	ح - توسعه و نوسازی ناوگان ملی
	* توسعه فناوریها، توسعه تجارت الکترونیکی و نوسازی شبکه
۲۷	بازرگانی کشور
۲۹	* دانش پایه نمودن بخش بازرگانی

## مقدمه:

از آنجا که بخش بازرگانی حلقه ارتباطی بخش‌های مختلف اقتصادی و از مراحل تأمین مواد اولیه تولید تا خدمات پس از فروش کالاها را دربر می‌گیرد و امروزه سیاست‌های تجاری نقش مهم و محوری در استراتژی توسعه به عهده دارند، لذا نقش و اهمیت وزارت بازرگانی در تحقق اهداف توسعه اقتصاد ملی مضاعف می‌شود. در برنامه چهارم توسعه، بخش بازرگانی مورد توجه ویژه قرار داشته و جهت‌گیریهایی اساسی آن عبارتند از:

- گسترش کاربرد فناوری ارتباطات و اطلاعات در اقتصاد، بازرگانی و تجارت
- تعامل فعال با جهان و توسعه بخش بازرگانی متناسب با نیاز توسعه اقتصادی
- ایجاد فضا و بسترهای مناسب برای تقویت و تحکیم رقابت‌پذیری

محورهای مهمی نظیر روان‌سازی تجارت، افزایش سهم در تجارت بین‌الملل، توسعه صادرات غیرنفتی و خدمات، تقویت توان رقابتی، ارتقاء رقابت‌پذیری، برونگرایی و توسعه صادرات غیرنفتی، گسترش بسترهای لازم جهت رشد اقتصاد دانش محور و تأمین حداقل معیشت آحاد جامعه از جمله مهمترین رویکردهای برنامه چهارم در زمینه‌های اقتصادی بوده است که در این راستا تکالیفی نیز برای وزارت بازرگانی تعیین شده است. از دیگر محورهای مهم جهت فعالیت وزارت بازرگانی گسترش زمینه‌های لازم جهت شکل‌گیری تجارت الکترونیکی به عنوان هسته اصلی اقتصاد دانش محور و همچنین پرداخت یارانه کالاهای اساسی و تأمین و توزیع کالاهای مورد نیاز سبد مطلوب غذایی است که برای وزارت بازرگانی تکالیفی را به همراه دارد.

طبعاً وزارت بازرگانی در انجام این وظایف، از برخی راهبردهای فرابخشی در حوزه اقتصاد کلان کشور تأثیر می‌پذیرد و در انتهای زنجیره‌ای از دستگاه‌های دولتی و عمومی، سیستم‌ها و حوزه‌ها قرار دارد که تنها در صورت برنامه‌ریزی و اقدامات هماهنگ و منسجم این مجموعه است که انتفاع متقابل مردم، عرضه کنندگان و تولیدکنندگان و دولت، و اهداف توسعه‌ای کشور محقق می‌گردد. در این راستا، بنا بر وظیفه و امکانات موجود اقداماتی چشمگیر از ابتدای دولت نهم تاکنون در حوزه وزارت بازرگانی در تعاملی مؤثر و تکامل‌یابنده با دست‌اندرکاران بخش بازرگانی، صورت پذیرفته است که گزارش حاضر، تصویر خلاصه‌ای از این اقدامات، فعالیت‌ها و عملکرد را ارائه می‌دهد.

**دفتر وزارتی و روابط عمومی**

اردیبهشت ۱۳۸۲

## حوزه بازرگانی داخلی

### الف - تنظیم بازار

تنظیم بازار از جمله اهداف و برنامه‌های ذاتی وزارت بازرگانی است که از دو بعد تعادل بین عرضه و تقاضا و مقابله سلبی و کنترلی به مورد اجرا گذاشته می‌شود که در طول سالهای مختلف به فراخور شرایط حاکم بر اقتصاد کشور هر یک از درجه اهمیت خاصی برخوردار بوده‌اند. راهکار تعادل عرضه و تقاضا در وزارت بازرگانی با انجام اقدامات مختلفی صورت پذیرفته است که اهم آنها عبارتند از:

- ۱- تغییر رویکرد تنظیم بازار متمرکز با تفویض اختیار به شورای نظارت و کنترل بازار در استان‌ها و تشویق به جابجایی کالا بین استانها
- ۲- تشکیل جلسات هفتگی تنظیم بازار با حضور وزیر و معاونین و کارشناسان مربوطه و تحلیل قیمت کالاهای مختلف و تصمیم‌گیری در مورد آنها
- ۳- گام برداشتن در جهت هدفمند نمودن یارانه‌ها با تهیه بسته‌های حمایتی کالائی برای اقشار آسیب پذیر و کارمندان دولت
- ۴- تقویم توزیع اقلام کالا برگی متناسب با نیاز کشور (مبتنی بر پاسخگویی به تقاضای فصلی)
- ۵- برنامه‌ریزی تأمین و توزیع سراسری بطوریکه کمبود کالا در هیچ نقطه‌ای احساس نشود و بررسی مشکلات در کمیته‌های استانی و ستاد وزارتخانه
- ۶- بهبود زیر ساخت های اطلاعاتی برای تغییر رویکرد تنظیم بازار از برخورد با گرانی به پیش بینی و پیشگیری با طرحی نرم افزارهای مختلف از قبیل
  - تشکیل پایگاه اطلاعات تنظیم بازار کالا (GMRD)
  - سیستم مکانیزه مدیریت اطلاع رسانی کالا (GIMS)
  - سیستم مکانیزه مدیریت توزیع سیمان (CDMS)

- سیستم مدیریت توزیع میوه (GDMS)
  - ایجاد پرتال ملی بورس کالا و خدمات
  - ۷- مدیریت تبلیغات برای کنترل بازار در ایام خاص (حتی نحوه مصاحبه: مصاحبه از قبل تنظیم، چه کسی، چه زمانی، چه موضوعی)
  - ۸- تشکیل میزهای کالائی و اجرای طرح کشف قیمت و تحلیل روند قیمت‌ها
  - ۹- کنترل ویژه بر کالاهای اساسی از قبیل (برنج، روغن، شکر، گوشت قرمز، مرغ، لبنیات و نهادهای دامی)
  - ۱۰- بستر سازی و ضابطه مند کردن بازار کسب و کار و ایجاد شبکه های زنجیره خرده فروشی شرکتهای پخش کالا به منظور هدایت و نظارت بر شبکه های توزیع
  - ۱۱- منطقی کردن تعرفه ها در جهت حمایت از مصرف کننده و تولید کننده و جلوگیری از شکل گیری انحصار و رفع مجوزها
  - ۱۲- نظارت پیشگیرانه با هدف:
    - رصد کردن بازار و انعکاس نتایج حاصله به ستاد تنظیم بازار
    - پیش بینی بحران ها و ارائه راه کارهای پیشگیرانه
    - ۱۳- بازرسی هدفمند و موثر از طریق
      - استفاده از شیوه های جدید و نوین بازرسی
      - هماهنگ نمودن کلیه فرایندهای بازرسی، نظارت و رسیدگی به منظور تاثیرگذاری بیشتر
      - برگزاری طرح های نظارتی عمومی و اختصاصی ویژه در ایام خاص (از قبیل نوروز)
  - ۱۴- گسترش نظارت و بازرسی مردمی و استفاده از تشکل های صنفی (مبتنی بر سیاست‌های کلی اصل ۴۴):
    - تسهیل دریافت شکایات مردمی با فعال سازی تلفن ۱۲۴
    - استفاده از ظرفیت تشکل های صنفی و فعال سازی مراکز بازرسی اصناف کشور
    - گسترش ناظرین افتخاری
- این فعالیت‌ها در شرایطی بوده است که با تدوین برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی کشور و روح حاکم بر آن مبتنی بر اقتصاد بازار، سازمان بازرسی و نظارت بر قیمت کالا و خدمات منحل و در سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان ادغام شده است.

- ۱۵- گسترش نظارت و بازرسی مردمی با استفاده از نیروهای موقت
- ۱۶- توزیع کالابریک بدون کاهش وزن و میزان و ثابت نگه داشتن قیمت در سالهای ۸۴، ۸۵ و ۸۶  
(بر سال ۸۶ سوکالابریک روغن و شکر نسبت به سال های قبل اضافه شد.)
- ۱۷- برنامه ریزی و پاسخگویی به تقاضای اضافی با عرضه کالا از طریق برگزاری  
نمایشگاهها، فروش فوق العاده و عرضه از طریق شبکه تعاونی ها و فروشگاههای  
زنجیره ای
- ۱۸- فصلی نمودن بعضی از تعرفه های واردات کالا خصوصاً میوه به منظور جلوگیری از  
انحصار که باعث بهبود خرید از کشاورز و افزایش میزان صادرات علی رغم مشکل  
سرمازدگی در سال ۱۳۸۶ گردید.
- براساس آمار گمرک ج.ا.ایران در سال ۱۳۸۶، یک میلیارد و هشتصد میلیون دلار  
صادرات در مقابل دویست و هشتاد میلیون دلار واردات میوه های خشک و تر،  
صورت گرفته است.

## ب: بهبود و تقویت نقش اصناف در شبکه بازرگانی کشور

- ۱- تعامل خوب و منطقی با اتحادیه‌های اصناف و رسیدگی به شکایات و تبادل نظرات با آنها با حضور وزیر در جلسات اصناف در محل اصناف در تمام استان‌ها حداقل برای یکبار در طول این مدت
- ۲- ایجاد کارگروه رسیدگی به مشکلات اصناف در دولت (با حق اصل ۱۲۸) و حل مشکلات ۵۰ ساله از جمله بیمه، مالیات و ...
- ۳- تشکیل نمایشگاه‌های عرضه مستقیم کالا در سراسر کشور در ایام پاییز و شب عید به عنوان نمونه: برپایی نمایشگاه پاییزه ۸۶ با مشارکت کلیه استان‌ها و شهرستان‌های تابعه به تعداد ۲۱۷ نمایشگاه و ۱۳۱۲۹ غرفه در کل کشور و نمایشگاه بهار ۸۷ با مشارکت کلیه استان‌ها و شهرستان‌ها به تعداد ۲۷۸ نمایشگاه در ۲۱۶۸۸ غرفه برگزار گردید
- ۴- برگزاری نمایشگاه توانمندی صادراتی اصناف، ایجاد اتحادیه‌های ملی برای توسعه خوشه‌های صادراتی در جهت پر کردن ظرفیت‌های خالی اصناف و توسعه اشتغال
- ۵- فعال تر کردن شورای اصناف متشکل از ۱۴۰ نفر از منتخبین مجامع امور صنفی کشور
- ۶- ایجاد رشته‌های تخصصی در دانشگاه جامع علمی کاربردی خاص اصناف
- ۷- ایجاد پایگاه اطلاع رسانی اصناف
- ۸- طرح ملت کارت اصناف با هدف ساماندهی آمار و اطلاعات صنفی و به روز رسانی اطلاعات واحدها و افراد صنفی در پایگاه اطلاع رسانی اصناف و بازرگانان، شناسایی و نظام دهی توزیع کالاهای یارانه ای، حذف واحدهای بدون پروانه، تعریف کد ملی صنفی، ایجاد پرونده الکترونیکی برای هر واحد صنفی که تا به حال ۶۰۰ هزار کارت اصناف صادر شده است و تا آذر ماه ۱۳۸۷ تکمیل و برای همه اصناف صادر خواهد شد.
- ۹- ارائه لایحه اصلاح قانون نظام صنفی کشور

## ج- ساماندهی فرآیند گندم، آرد و نان

- ۱- ایجاد رضایتمندی تولید کنندگان کالای کشاورزی بخصوص گندم از طریق تحویل سریع و پرداخت نقدی وجوه گندم خریداری شده در ۱۰۱۴ تقطه خرید بشکل یکپارچه
- ۲- بدست آوردن یک بانک اطلاعات قوی و قابل پردازش از میزان و کیفیت و زمان تحویل و ... که در توسعه بخش های کشاورزی و بازرگانی نقش بسزایی داشته و خواهد داشت.
- ۳- جلوگیری از سرگردانی و یاس کشاورزان که مدتها برای تحویل و بخصوص دریافت بهای گندم در انتظار بودند. در سالهای ۸۵ و ۸۶ خرید نقدی گندم از کشاورزان با استفاده از ۴۸۱ شبکه جام از مجموع ۱۰۱۴ مرکز خرید گندم صورت گرفته است و به صورت پیوسته اطلاعات عملیات خرید به تفکیک مراکز خرید و فروشندگان مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرد و برای سال ۸۷ نیز در حال اجرا می باشد.
- در دولت نهم جمعاً به میزان ۲۵/۲ میلیون تن گندم، برنج، شکر سفید و قند به ارزش ۵۸/۲ هزار میلیارد ریال از داخل کشور خریداری شده است که حدود ۹۲/۵ درصد آن مربوط به گندم بوده است. (۲۲/۳ میلیون تن گندم)
- ۴- افزایش تولید قابل توجه در سال دوم اجرای طرح به نحوی که ضمن حفظ ذخایر استراتژیک کشور امکان صادرات را نیز بوجود آورد
- ۵- ورود و پشتیبانی بخش خصوصی برای اولین بار در حوزه تجارت غلات و آرد و در حوزه احداث مراکز ذخیره سازی استاندارد غلات
- ۶- توسعه ظرفیت نگهداری غلات توسط بخش خصوصی بخصوص گندم در سه سال اخیر به میزان سی سال گذشته صورت گرفته است و به همین دلیل به «فهمخت سیلوسازی» مشهور شده است. عملکرد آماری در این زمینه حاکی از آن است که در ۳ سال اخیر بالغ بر ۱۲۸۴۰۰۰ تن سیلو مورد بهره برداری قرار گرفته است و ۲/۲۷۰ میلیون تن نیز در دست احداث است که از این میزان ظرفیت سیلو، در حدود ۱/۸۷ میلیون تن از سوی کارخانه های آرد سازی و ۱/۴ میلیون تن نیز در سایر بخش ها در حال احداث است.

۷- برقراری استاندارد تولید آرد در کارخانجات با تعیین شاخص و رتبه بندی کیفی آنها برای بهبود آرد تولیدی و ایجاد انگیزه برای سرمایه گذاری جدید و پاسخ گوی نیازهای متنوع بخش صنعت

۸- برای نخستین بار در کشور پس از شناسایی کمبود آهن در ترکیب مواد غذایی و به منظور جبران آن با نصب میکروفیدر در کلیه کارخانجات آردسازی امر غنی سازی آرد بشکل برنامه ریزی شده اجرایی گردید.

۹- برای ارتقاء سطح کیفی و بهداشتی نان بیش از ۱۰ هزار واحد نانویی با اعطاء تسهیلات ارزان قیمت « بهسازی » گردیده است .

۱۰- برای توسعه و تغییر ساختار تولید نان در کشور که نیاز جاری می باشد چه از لحاظ حجم و چه از جهت کیفیت و بهداشت و پاسخگویی حوادث غیر مترقبه با استفاده از تسهیلات ارزان قیمت و با استفاده از حساب ذخیره ارزی بخش خصوصی نسبت به سرمایه گذاری نموده است که تا بحال برای ۲۳۳۳ مجوز احداث صادر شده و ۴۱۷ طرح از وزارت صنایع مجوز دریافت نموده و ۵۰ طرح تولید نان که توان حداقل تولید ۲۰ تن نان در روز را خواهند داشت، به بانک معرفی شده اند

۱۱- همزمان با خرید گندم، برنامه ریزی حمل و نقل جهت اختلاط و یکسان سازی کیفیت آرد در همه استانها مبتنی بر یک برنامه سیستمی انجام می گیرد، بطوریکه در ۳ سال اخیر با توجه به عدم واردات گندم و در بحث اختلاط گندم داخلی با گندم خارجی، تلاش شده است با برنامه ریزی حمل و نقل مناسب نسبت به اختلاط گندم های مرغوب استانها با گندم های نامرغوب دیگر استانها این امر، به نحو سنجیده ای صورت پذیرد. در ضمن در همین راستا، به منظور ارتقاء کیفی نان های تولیدی نیز تدابیری اتخاذ شده است تا استفاده از نمک در تولید نان بطور کامل حذف شود.

۱۲- توزیع آرد خبازی تحت شبکه (هر خباز از طریق کارت خبازی و از طریق شبکه بانکی عمل نموده و همزمان با صدور حواله، برنامه ریزی حمل نیز در شبکه صورت می گیرد.)

۱۳- ایجاد کنترل سیستماتیک از طریق خرید مکانیزه گندم و توزیع مکانیزه آرد  
راهکار ارایه شده به این ترتیب است که براساس سهمیه بندی مصرف هر نانوايي،  
سهم ماهانه به بانکها اعلام می شود و در سیستم بانکی قرار می گیرد. سپس با  
مراجعه نانوا به بانک و واریز بهای آرد سهمیه ای، نسبت به توزیع آرد در شبکه  
اقدام می شود. لازم به ذکر است قبل از اقدام مذکور، هر حواله توسط پست ارسال  
می شد که موجبات سرگردانی نانوا را فراهم می کرد. این در حالی است که در طرح  
اخیر، با مراجعه یکباره نانوا به بانک و استفاده از کارت سهمیه در بانک های عامل  
(بانک ملت و بانک تجارت) نسبت به خرید آرد سهمیه اقدام می شود.

## د- بازرسی، نظارت و کنترل بازار

با وجود کاهش بازرسین از ۷۰۰۰ نفر به ۸۰۰ نفر به دلیل انحلال سازمان بازرسی و نظارت بر قیمت‌ها در سال ۱۳۸۴، با عنایت به اینکه حضور موثر در بازار یکی از برنامه‌های اصلی وزارتخانه بوده است، با افزایش بهره‌وری و سایر برنامه‌های ابتکاری بازرسی‌ها فعال گردید که نتایج آن در ۲ بخش صنفی و غیر صنفی در قالب جداول زیر که مربوط به میزان جرایم تعزیراتی و نیز آمار پرونده‌های تخلفات و بازرسی‌های صورت گرفته در سالهای ۸۴ تا ۸۶ می‌باشد منعکس شده است.

### عملکرد بازرسی در سالهای ۸۴، ۸۵ و ۱۳۸۶

تعداد بازرسی‌های سال ۸۴	۱۹۶۸۵۹۹ مورد
تعداد بازرسی‌های سال ۸۵	۲۱۱۹۴۳۱ مورد
تعداد بازرسی‌های سال ۸۶	۲۴۵۷۲۰۶ مورد
میزان رشد ۸۴ - ۸۶	٪۲۵
تعداد پرونده‌های سال ۸۴	۱۶۴۷۹۳ فقره
تعداد پرونده‌های متشکله سال ۸۵	۱۹۲۴۰۲ فقره
تعداد پرونده‌های متشکله سال ۸۶	۲۱۲۱۶۲ فقره
میزان رشد ۸۴ - ۸۶	٪۲۹
تعداد پرونده‌های رسیدگی شده سال ۸۴	۱۵۴۹۸۷ مورد
تعداد شکایات مردمی واصل شده در سال ۸۵	۱۹۵۸۲۶ مورد
تعداد شکایات مردمی واصل شده در سال ۸۶	۲۱۲۰۷۰ مورد
میزان تغییر	٪۳۷

**آمار پرونده های ارسالی از وزارت بازرگانی و واحدهای تابعه به سازمان تعزیرات حکومتی**

سال ارجاع	وارد	مختومه	میزان محکومیت (ریال)
۱۳۸۴	۶۱۶۶	۶۳۶۱	۱۲۰,۶۰۳,۸۵۳,۹۳۲
۱۳۸۵	۱۶۵۱۵	۱۵۴۶۳	۱۴۸,۹۵۸,۶۱۱,۹۱۹
۱۳۸۶	۲۵۸۱۰	۲۲۷۳۸	۳,۹۵۶,۸۶۱,۹۸۳,۱۴۰
فروردین ۱۳۸۷	۱۹۹۶	۱۰۳۴	۶,۵۵۰,۳۹۴,۵۳۱
جمع کل	۵۱۱۸۷	۲۵۳۹۶	۳,۲۳۲,۹۷۳,۹۱۳,۵۹۲

درصد تغییرات	وارد	مختومه	میزان محکومیت
سال ۸۵ به ۸۴	٪۱۴۰	٪۱۴۶	٪۲۳
سال ۸۶ به ۸۵	٪۵۶	٪۴۷	٪۲۵۵۶

**طرح نظارتی ویژه نوروز (۱۳۸۶-۱۳۸۷)**

تعداد بازرسی های طرح نظارتی سال ۸۶-۸۵	۳۵۶,۸۶۴ مورد
تعداد بازرسی های طرح نظارتی سال ۸۷-۸۶	۴۷۰,۷۵۳ مورد
میزان رشد	٪۳۱/۹
تعداد پرونده های متشکله طرح نظارتی ۸۶-۸۵	۳۵,۰۶۷ فقره
تعداد پرونده های متشکله طرح نظارتی ۸۷-۸۶	۴۶,۷۱۹ فقره
میزان رشد	٪۳۳/۲
ارزش ریالی جرایم طرح نظارتی ۸۶-۸۵	۲۶,۸۱۱,۷۰۶,۲۹۹ ریال
ارزش ریالی جرایم طرح نظارتی ۸۷-۸۶	۲۶۶,۴۹۸,۵۱۳,۹۰۸ ریال
میزان رشد	٪۸۹۴

«لازم به توضیح است کلیه پرونده و بازرسی های انجام شده در فرم ها و ... و دارای کد و اطلاعات دقیق می باشند که قابل پی گیری و پاسخگویی هستند.»

## حوزه بازرگانی خارجی

### الف: ایجاد بسترهای مناسب جهت توسعه صادرات غیرنفتی

۱. تدوین سند راهبرد توسعه صادرات غیرنفتی کشور
۲. تدوین سند راهبردی توسعه صادرات ۳۰ استان کشور بر مبنای مزیت‌های صادراتی هر استان.
۳. تدوین طرح هدایت صادرات استانها و امضای موافقت نامه بین وزارت بازرگانی و وزارت کشور برای بهره‌گیری از توان استانداریها برای توسعه قابلیت‌های صادراتی استانها.
۴. تعامل خوب و منطقی با اطاق‌های بازرگانی، صنایع و معادن ایران و کلیه شهرستان‌ها و تشویق مکرر و مؤکد آنها به صادرات با حضور وزیر محترم در محل اطاق‌های بازرگانی در همه استانها حداقل یکبار در طول مدت دولت نهم و تبادل نظر و حل مشکلات.
۵. ارتباط مناسب با سفرا و توجیه مأموریت اقتصادی آنها در خارج از کشور
۶. اجرای طرح پایلوت صادراتی کردن منطقه آزاد قشم
۷. واگذاری امور تصدی‌گری دولت در حوزه تجارت خارجی در راستای اجرای اصل ۴۴ به بخش خصوصی و اتحادیه‌ها و تشکلهای مانند ممیزی پرونده‌های جواین، هیات‌های تجاری، نمایشگاه‌ها و..
۸. پی‌گیری فعال برای تکمیل قانون رقابت و تصویب آن نهایتاً در لایحه اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ به صورت کامل منعکس شد.
۹. تهیه دستورالعمل‌ها و بسته‌های حمایت از توسعه صادرات کالا و خدمات شامل IT، زعفران، فرش، خدمات فنی مهندسی، دارو و تجهیزات پزشکی، توریست، محصولات چرمی و اخذ مصوبه شورایی عالی توسعه صادرات غیرنفتی جهت بسته‌های حمایتی زعفران و IT
۱۰. راه‌اندازی رادیو تجارت با حمایت مستقیم وزارت بازرگانی با هدف توزیع عادلانه اطلاعات تجاری

۱۱. تهیه و تدوین کتاب های بسته بندی ۱۰ کالای صادراتی از جمله خرما، انار، پسته، گیاهان دارویی (خشک، اسانس و عرقیات) انار، مرکبات و کیوی، زعفران، گل های تزئینی، تخم مرغ.
۱۲. راه اندازی نمایشگاه دائمی بسته بندی .
۱۳. برگزاری کلینیک های بسته بندی صادراتی با هدف ارتقاء کیفیت بسته بندی و شناسایی بازارهای هدف صادراتی جدید و برگزاری دوره های آموزشی تخصصی بسته بندی صادراتی محصولات مزیت دار در استانها.
۱۴. برگزاری دوره های آموزش تجارت خارجی (۵۰ عنوان) و کارگاه های تخصصی ویژه (۲۳۰ دوره) و جمعاً آموزش بیش از ۶۷۰۰۰ بازرگان (معادل بیش از ۱۷۷۰۰۰ نفر/ساعت آموزش).
۱۵. تعیین ، بازنگاری و تعیین ارزش افزوده قیمت پایه صادراتی (بیش از ۱۲۰۰ قلم کالا)، تدوین برنامه حمل و نقل کالاهای صادراتی به مقاصد قاره آفریقا و کشورهای آمریکای لاتین و بررسی ایجاد شرکت کشتیرانی مشترک با ونزوئلا با هدف ایجاد یک هاب در منطقه آمریکای لاتین .
۱۶. انتشار مستمر گزارشات آماری و تحلیلی تجارت خارجی کشور (نمایه های آماری در سطوح مختلف و مجله پیام صادرات).
۱۷. اجرای طرح تحقیقاتی روش یکنواخت نمونه برداری از محموله های بسته صادراتی و ارایه طرح مربوط به دبیرخانه کدکس غذایی ( سازمان بین المللی ناظر بر مقررات حاکم بر استاندارد بهداشت غذایی) به منظور تعیین شاخص نمونه برداری و میزان حد مجاز افلاتوکسین پسته های صادراتی..
۱۸. انجام پروژه بررسی موانع رشد تجاری بنگاههای کوچک و متوسط و مطالعه ظرفیتهای صادراتی آنها
۱۹. کمک به راه اندازی خوشه های صادراتی از جمله کفش تبریز.

۲۰. پرداخت جوایز صادراتی با رشدی بیش از صد در صد.

مبلغ: میلیارد دلار

ردیف	عناوین	حمایتهای انجام شده در سالهای ۸۱-۸۳	حمایتهای انجام شده در سالهای ۸۶-۸۲	نرخ رشد
۱	جوایز و مشوقهای صادراتی	۱۳۵۹	۳۴۸۸	٪۱۵۶
۲	زیرساختهای صادراتی در استانها(شامل کمک به احداث نمایشگاهها و پایانه های صادراتی و ...)	۹۲	۱۳۹	٪۵۰
۳	مشارکت در اعزام و پذیرش هیأتهای تجاری و حضور در نمایشگاههای خارجی	۲۲	۴۶	٪۱۰۵
۴	تحقیقات و بازاریابی و تبلیغات صادرات غیر نفتی	۱۱	۳۰	٪۱۶۳
۵	اعتبارات پرداخت شده به طرحها و پروژههای استانی	۴۶	۱۷۵	٪۲۷۷

۲۱. تسهیل فرآیند عملیات صندوق ضمانت صادرات از طریق

- ایجاد روابط کارگزاری با ۹ صندوق غیردولتی توسعه صادرات
- افزایش تعداد بانکهای تأمین کننده مالی صادرات از یک بانک به ۹ بانک
- اصلاح و تسهیل آرایه پوششهای صندوق از طریق کاهش کارمزدها
- تسهیل شرایط اخذ وثیقه
- راه اندازی ۱۶ کارگزاری در استانها مختلف توسط بخش غیردولتی

۲۲. حرکت بنیادی جهت حمایت از فرش دستباف از طریق:

- تشکیل کمیته فرش
- اجرای مالکیت فکری حمایت از فرش دستباف
- تبدیل نظام فشاری (تولید سنتی) به نظام کششی (تولید مبتنی بر بازار و سلیقه مشتری)
- توسعه تبلیغات بین المللی

- افزایش ۳ درصد به ۵ درصد جوایز صادراتی
- رشد بیمه بافندگان
- بهبود مواد اولیه تولید فرش
- افزایش تقاضای مصرف فرش دستباف در داخل کشور
- اقدام در جهت سفارش‌پذیری فرش دستباف (بافت بزرگترین فرش جهان)
- راه‌اندازی صدور شناسنامه فرش
- ایجاد پرتال مرکز ملی فرش و تهیه بانک‌های اطلاعاتی دست‌اندرکاران فرش

## ب: تنظیم مقررات تجاری کشور

- ۱- برگزاری جلسات مرتبط با شورای عالی صادرات غیرنفتی و کمیته‌های تخصصی موضوعی (۲۴ مورد)
- ۲- تدوین دستورالعمل اجرایی پرداخت جوایز و مشوق‌های صادراتی (سالهای ۸۶-۸۴)
- ۳- تدوین طرح جامع مدیریت کیفیت صادرات
- ۴- پیشنهاد اصلاح آیین‌نامه ماده (۶۵) قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت
- ۵- پیشنهاد اصلاح آیین‌نامه شورای پول و اعتبار (آیین‌نامه تأمین مالی صادرات)
- ۶- تدوین آیین‌نامه "توسعه خوشه‌های صادرات گرای کسب و کار"
- ۷- تدوین پیش‌نویس تصویب‌نامه حمایت از ایجاد و توسعه پایانه‌های صادراتی
- ۸- اصلاح ضوابط و معیارهای انتخاب صادرکنندگان نمونه
- ۹- تهیه و اصلاح آیین‌نامه اجرایی قانون ساماندهی مبادلات مرزی
- ۱۰- تهیه پیش‌نویس بازنگری مقررات صادرات و واردات و ارسال آن به هیأت دولت جهت تصویب
- ۱۱- بررسی پیشنهادات مربوط به تعدیل سود بازرگانی کالاها (بیش از ۳۰۰ مورد)
- ۱۲- بررسی درخواست ورود کالاهای مستعمل و تشکیل جلسه کارشناسی کمیسیون ماده ۱ (بیش از ۱۸۵ جلسه)
- ۱۳- طراحی، بازنگری و تدوین دستورالعمل‌های پرداخت تسهیلات ارزی به صادرکنندگان کالا و خدمات
- ۱۴- تدوین و تصویب دستورالعمل تاسیس و راه اندازی مراکز تجاری در شورای عالی صادرات غیر نفتی

## ج : مطالعات بازارهای جهانی

- ۱- تنظیم طرح ساماندهی پذیرش تورهای تخصصی- تجاری خارجی جهت بازدید از نمایشگاهها و توانمندیهای تخصصی داخل کشور با همکاری اتاق بازرگانی و صنایع و معادن .
- ۲- تشکیل میزهای کالایی برای کشف مشکلات و تدوین راه حلها(۷۰مورد) و تهیه گزارشات کالایی برای محصولات صادراتی(۳۰گروه کالا).
- ۳- تشکیل میزهای کشور های جهان برای کشف مشکلات و تدوین راهکارهای نفوذ در بازار و تهیه گزارشات کشوری بصورت پروفایل(۱۷۱کشور) و بصورت راهنمای بازار کشورهای هدف (۲۰مورد)
- ۴- تشکیل میز های صدور خدمات فنی - مهندسی و تهیه شناسنامه پیمانکاران و مشاوران فعال در بازارهای هدف صادراتی (۱۰۰مورد)
- ۵- توسعه سیستم های اطلاع رسانی بازارهای هدف از طریق ایجاد مراکز اطلاع رسانی بخش خصوصی (Help Desk) در اتاقهای بازرگانی.

### د: توسعه روابط تجاری با کشورها

۱- تهیه و ارسال بسته های اطلاعات تجاری (شامل ۶ عدد لوح فشرده) به سفارتخانه ها، سازمانهای توسعه تجارت، اتاقهای بازرگانی، غرفه های اطلاع رسانی خارج کشور، همایشهای بین المللی و .....

۲- انتخاب، آموزش، اعزام، مدیریت و راهبری رایزنان بازرگانی در ۱۴ کشور شامل کویت، قزاقستان، ازبکستان، عراق، روسیه، عربستان، پاکستان، امارات، هندوستان، الجزایر، افغانستان، ترکیه، اتریش، ونزوئلا و برنامه ریزی برای اعزام اعزام رایزنان بازرگانی به ۲۸ کشور دیگر.

۳- کمک به ایجاد مراکز تجاری در کشورهای ارمنستان، سودان و تاجیکستان و اقدام برای ایجاد شعب سازمان توسعه تجارت و مراکز تجاری در بیش از ۱۰ کشور دیگر.

۴- برگزاری همایش های منطقه ای، اجلاس و کمیته های مشترک، اعزام هیات های تجاری و سایر رویداد های تجاری در حوزه تنظیم روابط بیش از ۲۸۰ مورد.

۵- امضای بیش از ۱۰۰ فقره یادداشت تفاهم و موافقت نامه های تجاری.

۶- تشکیل پرونده بررسی و صدور مجوز بیش از ۲۷۰ مورد نمایشگاه داخلی و نمایشگاه خارجی.

۷- حضور مؤثر در سازمانها و مجامع بین المللی و منطقه ای از جمله سازمان کنفرانس اسلامی (OIC) سازمان همکاری اقتصادی (ECO)، گروه هشت کشور مسلمان در حال توسعه (D-۸) اتحادیه همکاری های منطقه ای کشورهای حاشیه اقیانوس هند (IOR-ARC)، کنفرانس توسعه و تجارت ملل متحد (UNCTAD)، نظام عمومی ترجیحات تجاری بین کشورهای در حال توسعه (GSTP) و سایر سازمان های بین المللی.

ردیف	عناوین	تعداد برگزار شده در سالهای ۸۱-۸۲	تعداد برگزار شده در سالهای ۸۴-۸۶	نرخ رشد
۱	اجلاس برگزار شده و کمیته های مشترک	۸۱	۱۰۶	٪۳۰
۲	همایشها، ملاقاتها و برپایی غرفه های اطلاع رسانی	۱۳۷	۱۷۹	٪۳۰
۳	یادداشت تفاهمنامه و موافقتنامه ها	۶۰	۱۰۱	٪۶۸

## هـ: بکارگیری فناوری اطلاعات در تجارت خارجی

- ۱- تهیه و استقرار ۱۰ نرم افزار تحت *Web* جهت تسهیل و روانسازی فرایند بازرگانی کشور (نرم افزارهای ثبت سفارش واردات کالا، پرداخت جوایز صادراتی، *Made in Iran* اطلاع رسانی قیمت‌های پایه صادراتی، اعزام و پذیرش هیأت‌های تجاری، صدور مجوزهای نمایشگاهی بورس سرمایه گذاری، پورتال اطلاع رسانی سازمان، مدیریت دانش و کتابخانه سازمان و نرم افزار انتخاب صادرکننده نمونه)
- ۲- برنامه ریزی برپایی دوره های آموزشی مجازی *E-Learning* در حوزه تجارت خارجی کشور و اقدام به برگزاری نخستین دوره آموزش الکترونیکی "صادرات گام به گام"
- ۳- راه اندازی پروژه پورتال سازمان توسعه تجارت (*WWW.TPO.IR*) به سه زبان
- ۴- فراهم نمودن امکان دسترسی به منابع اطلاعات اقتصادی و تجاری (داخلی - بین‌المللی) از جمله پایگاه اطلاعاتی مرکز تجارت بین الملل (*ITC Market Access Trade Map*)، *Map*، *Product Map*

## و: فراهم سازی شرایط الحاق ج.ا.ایران به سازمان جهانی تجارت

- ۱- تهیه گزارش رژیم تجاری جمهوری اسلامی ایران به زبان فارسی و انگلیسی و ارایه آن به هیأت محترم دولت که پس از طی مراحل مربوط به بررسی آن در ریاست جمهوری نهایتاً در تیرماه سال ۱۳۸۶ به تصویب کارگروهی متشکل از وزرای ذیربط در هیأت محترم دولت رسید.
- ۲- تهیه گزارش تشریحی اقدامات مربوط به الحاق ج.ا.ایران به سازمان جهانی تجارت (نمودار مسیر بحرانی CPM الحاق) و تعیین وظایف دستگاههای دولتی.
- ۳- شرکت هیأتی به ریاست وزیر محترم بازرگانی در ششمین اجلاس وزیران سازمان جهانی تجارت در هنگ‌کنگ و انجام رایزنی‌های لازم.
- ۴- تشکیل و تقویت هسته‌های کارشناسی در مباحث مربوط به سازمان جهانی تجارت در وزارتخانه‌ها و دستگاههای ذیربط به منظور ایجاد توان کارشناسی لازم در بخش دولتی.
- ۵- برگزاری پنج دوره آموزشی هشتاد ساعته در مباحث سازمان جهانی تجارت برای ۱۵۰ نفر از کارشناسان و مدیران دستگاههای دولتی در وزارت بازرگانی با استفاده از توان کارشناسی کارشناسان دفتر نمایندگی تام‌الاختیار تجاری.
- ۶- ارتباط با دبیرخانه سازمان جهانی تجارت در جهت جذب کمک‌های فنی و آموزشی آن سازمان (WTO) که با برگزاری چهار همایش و چندین جلسه سخنرانی و رایزنی کارشناسی در کشور که با حضور مدیران و کارشناسان وزارتخانه‌ها و بخش خصوصی عملی شده است.
- ۷- جذب کمک‌های فنی بین‌المللی کنفرانس تجارت و توسعه ملل متحد (آنکتاد) جهت برگزاری سه سمینار تخصصی در زمینه مباحث سازمان جهانی تجارت در کشور با حضور کارشناسان بخش دولتی و خصوصی.
- ۸- جذب کمک‌های فنی بین‌المللی کنفرانس تجارت و توسعه ملل متحد (آنکتاد) در قالب تأمین مالی پروژه‌های مطالعاتی و پژوهشی مرتبط با الحاق در حوزه بخش کشاورزی، مخابرات، انرژی، صنعت، خدمات بانکی و خدمات مالی (شامل شش پروژه پژوهشی).

- ۹- انجام اطلاع رسانی‌های تخصصی و کارشناسی در سطح عمومی در ارتباط با مباحث سازمان جهانی تجارت شامل:
- تألیف، ترجمه و انتشار کتب مربوط به مباحث سازمان جهانی تجارت (شش عنوان چاپ شده و یک عنوان زیر چاپ).
  - تهیه و انتشار خبرنامه رویدادها و تحولات سازمان جهانی تجارت به صورت ماهیانه جهت اطلاع‌رسانی تخصصی درخصوص مباحث سازمان جهانی تجارت.
  - تهیه و انتشار فصلنامه پژوهش‌های تجارت جهانی و چاپ و انتشار مجلدات شماره اول، دوم و سوم، چهارم و پنجم و شماره ششم و هفتم فصلنامه.
  - نگهداری و به روز رسانی سایت اطلاع‌رسانی در زمینه مباحث سازمان جهانی تجارت به آدرس اینترنتی <http://www.irt.gov.ir>
  - ۱۰- همکاری با وزارتخانه‌ها و سازمان‌های ذیربط در مباحث سازمان جهانی تجارت و آماده سازی آنها جهت تمهید مقدمات مربوط به الحاق و انجام وظایف مربوطه.
  - ۱۱- برگزاری پانزده همایش استانی جهت اطلاع‌رسانی تخصصی درخصوص الحاق ایران به سازمان جهانی تجارت در پانزده استان کشور.

## ز: عملکرد صادرات کالاهای غیر نفتی و واردات کالا

عملکرد دولت نهم ( طی دوره ۸۶-۱۳۸۴) در زمینه صادرات کالاهای غیر نفتی روند مثبت و روبه رشدی داشته است بطوریکه در این مدت ارزش صادرات کالاهای غیر نفتی کشور معادل ۳۹/۲ میلیارد دلار بوده که نسبت به مدت مشابه بیش از ۲ برابر رشد داشته است. در زمینه واردات نیز ارزش کالاهای وارداتی معادل ۱۲۹/۴ میلیارد دلار بوده و در مقایسه با مدت مشابه از رشد ۵۳ درصدی برخوردار بوده است.

### هدف گذاری و تحقق صادرات غیر نفتی در برنامه های توسعه کشور

ارزش: میلیارد دلار

برنامه توسعه	سالهای برنامه	هدف گذاری	تحقق شده (بدون احتساب میعانات)	درصد تحقق
اول	۶۱-۷۲	۱۷,۸	۱۱,۷	٪۶۶
دوم	۷۴-۷۸	۲۶,۴	۱۵,۳	٪۵۸
سوم	۷۹-۸۳	۲۸,۲	۲۶	٪۹۲

### صادرات در برنامه چهارم توسعه

ارزش: میلیارد دلار

سال	اهداف	عملکرد		درصد تحقق	
		با احتساب میعانات گمرکی	بدون احتساب میعانات گمرکی	با احتساب میعانات گمرکی	بدون احتساب میعانات گمرکی
۱۳۸۴	۸,۵	—	۱۱	۱۲۹	۱۲۹
۱۳۸۵	۹,۵	۱۶,۷	۱۳	۱۳۷	۱۷۶
*۱۳۸۶	۱۰,۵	۲۱	۱۵,۲	۱۴۵	۲۰۰

ماخذ: آمار کارشناسی شده گمرک

\* آمار کارشناسی نشده گمرک

### صادرات و واردات در برنامه سوم

ارزش : میلیارد دلار

سال‌های برنامه	صادرات	واردات	نسبت واردات به صادرات
۷۹	۳,۷	۱۴,۳	۳,۸
۸۰	۴,۲	۱۷,۶	۴,۲
۸۱	۴,۶	۲۲,۳	۴,۸
۸۲	۵,۹	۲۶,۶	۴,۵
۸۳	۷,۶	۳۵,۴	۴,۶

### صادرات و واردات در برنامه چهارم

ارزش : میلیارد دلار

سال‌های برنامه	صادرات		واردات با احتساب بنزین	نسبت واردات به صادرات	
	با احتساب میعانات گازی	بدون احتساب میعانات گازی		با احتساب میعانات گازی	بدون احتساب میعانات گازی
۸۴	۱۱	۱۱	۳۹,۷	۳,۶	۳,۶
۸۵	۱۶,۷	۱۳	۴۱,۷	۲,۴۸	۳,۲
۸۶	۲۱	۱۵,۲	۴۸,۳	۲,۲	۳,۱۷

\* واردات در دو جدول فوق که از طرف گمرک جمهوری اسلامی ایران اعلام شده با در نظر گرفتن واردات بنزین می‌باشد.

با توجه به ارقام فوق و افزایش درآمد نفتی که در مورد برنامه چهارم به بیش از دو برابر برنامه دوم می‌باشد، انتظار آن می‌رود که حجم واردات به مراتب بیشتر وضع موجود باشد و نیز با توجه به اعمال محدودیت‌های بین‌المللی و تحریم‌های اعمال شده برای شکستن مقاومت مردم در تصمیم بزرگ و ملی انرژی هسته‌ای، انتظار آن می‌رود که حجم صادرات کاهنده و یا حداقل برابر سالهای قبل باشد که نه تنها کاهش نیافت، بلکه با رشد چشمگیر مواجه شد.

## ح: توسعه و نوسازی ناوگان ملی

هم زمان با آغاز به کار دولت عدالت محور نهم در سال ۱۳۸۴ و در راستای نیل به اهداف از پیش تعیین شده نظام در سند چشم‌انداز و در بخش حمل و نقل دریایی، گروه کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران بعنوان ناوگان ملی کشور، با طراحی و اعمال الزامات سامانه مدیریت راهبردی، مبادرت به تدوین و استخراج پروژه‌ها و برنامه‌های استراتژیک لازم جهت حفظ برتری مطلق در منطقه خاورمیانه و ارتقای جایگاه خود در سطح قاره آسیا و جهان نمود. سامانه مدیریت راهبردی گروه کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران که برای اولین بار در این گروه طراحی و پیاده سازی شده است مشتمل بر بیش از ۲۷۰ طرح و پروژه استراتژیک می‌باشد که ذیل اهداف اصلی بازار، مشتری، ناوگان، سرمایه‌های انسانی و ... در افق زمانی ۸۹-۱۳۸۵ و هم‌سو با الزامات مندرج در سند چشم‌انداز ۲۰ ساله نظام و اعمال اصل ۴۴ تعریف و در حال اجرا می‌باشد. هم‌اکنون و پس از گذشت بیش از دو سال از اجرای برنامه‌های راهبردی، می‌توان به موارد اصلی ذیل بعنوان خروجی‌های این رویکرد، اشاره نمود:

### ۱- ناوگان

با عنایت به متوسط سن بالا و فرسوده بودن اغلب کشتی‌ها و شناورهای ناوگان و عدم توجه اقتصادی برای اداره این شناورها که مشتمل بر نود فروند در شرکت کشتیرانی و ۳۰ فروند دیگر در شرکت‌های تابعه می‌گردید، گروه کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران براساس برنامه‌ای مدون، مبادرت به اجرای پروژه راهبردی جوان‌سازی ناوگان خود نمود. در این راستا تعداد ۱۶ فروند کشتی به ظرفیت ۸۹۶۸۱۹ تن DWT از انواع تانکر، کانتینربر، فله‌بر و شناورهای مخصوص حمل کالای عمومی وارد ناوگان گروه گردید و در طول این مدت تعداد ۱۵ فروند کشتی فرسوده به ظرفیت ۲۰۲,۴۱۲ تن DWT از مدار فعالیت‌های تجاری ناوگان خارج و به یاردهای اوراق سازی فروخته شد.

براساس برنامه‌های راهبردی موجود، قرارداد ساخت ۷۰ فروند کشتی از انواع مختلف کانتینربر، جنرال کارگو، کشتی‌های ویژه حمل مواد شیمیایی مایع، سوخت‌رسان و غیره و به مجموع ظرفیت ۲/۶ میلیون تن DWT، با استفاده از امکانات یاردهای داخلی و

خارجی، نهایی و قطعی شده است. ضمن آنکه ساخت ۳۳ فروند دیگر به ظرفیت ۱/۵ میلیون تن DWT در دست مذاکره می‌باشد.

هرچند که رتبه فعلی شرکت کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران در منطقه خاورمیانه اول، در سطح آسیا ۱۲ و بین شرکت‌های کشتیرانی جهان ۱۷ می‌باشد، لیکن با تحویل‌گیری کشتی‌های در دست ساخت فوق‌الذکر، این رتبه‌بندی‌ها و تا قبل از اتمام دوره خدمتی دولت نهم بیش از پیش ارتقاء پیدا خواهد نمود.

لازم به ذکر است که تنها برای خرید ۷۰ فروند کشتی سفارش داده شده حدود سه میلیارد دلار منابع مالی مورد نیاز است که از این میزان حدود ۲۰ درصد آن از منابع مالی شرکت تأمین گردیده و برای تأمین الباقی مبلغ مذکور، شرکت کشتیرانی جمهوری اسلامی علی‌رغم مشکلات ناشی از تحریم‌ها، تا به حال توانسته است فاینانس حدود ۱/۵ میلیارد دلار را نیز صرفاً از منابع و بانک‌های خارجی تأمین نماید.

## ۲- بازار و مشتری:

در دوران فعالیت دولت نهم و در راستای افزایش سهم بازار و توسعه خدمات بیشتر به مشتریان داخلی و خارجی وهم سو با رشد ۵ درصدی اقتصاد جهانی در چند سال گذشته، کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران مبادرت به توسعه فعالیت های خود، به شرح ذیل نموده است:

۱- تقویت و توسعه خطوط کانتینری در مسیرهای خلیج فارس به آسیا و خلیج فارس به اروپا با افزایش تعداد کشتی های کانتینری مورد استفاده و ایجاد خطوط فیدری در منطقه مدیترانه و خاور دور (آسیا).

۲- راه اندازی خط جدید کانتینری بین بنادر کشورهای آسیایی و اروپایی و در رقابتی تنگاتنگ با رقبای خارجی و فارغ از مقوله حمل به مقصد ایران. این خط جدید با تحویل گیری ده فروند کشتی جدید و بزرگ کانتینری به ظرفیت ۶۵۰۰ TEU و ۵۱۲۵ TEU راه اندازی شده است.

۳- تقویت و توسعه حمل نفت خام و استمرار حضور در این بازار بعنوان دومین ناوگان نفتکش ایران پس از شرکت ملی نفتکش و با بکارگیری کشتی های نفتکش تحویل گیری شده در این مدت.

۴- خرید و بکارگیری ۴ فروند کشتی جدید در دریای خزر و تقویت حضور ناوگان کشور جمهوری اسلامی ایران در این دریا.

۵- راه اندازی خطوط فیدری در خلیج فارس و دریای عمان و توسعه آن به بنادر شمالی شبه قاره هند در رقابتی تنگاتنگ با رقبای خارجی.

۶- ورود به فعالیت های حمل و نقل و امور مربوط به پشتیبانی و لجستیک سکوها های نفتی در منطقه پارس جنوبی و بعنوان اولین شرکت ایرانی فعال در این بخش از حمل و نقل.

۷- خرید و استفاده از ترمینال کانتینری در بنادر هاب حوزه مدیترانه و بررسی و مطالعه برای توسعه فرآیند ترمینال داری با توجه به توسعه حمل و نقل کانتینری شرکت.

۸- اقدام برای توسعه ناوگان مسافربری در خلیج فارس و دریای عمان.

### ۳- سرمایه های انسانی

با توجه به رشد مطلوب اقتصاد جهانی در چند سال گذشته و به تبع آن توسعه انفجاری در صنعت حمل و نقل دریایی و افزایش شدید تعداد کشتی ها در سطح جهان، امروزه این صنعت با بحران شدید کمبود نیروی انسانی متخصص برای کار بر روی کشتیها، مواجه است بطوریکه هر ساله براین کمبود تعداد ۱۰۰۰۰ نفر در سطح جهان افزوده می شود. علی رغم این واقعیت، گروه کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران با اعمال برنامه ریزی جامع نیروی انسانی و استفاده بهینه از موسسه آموزشی خود و همچنین دانشگاه های دریایی کشور، توانسته است با آموزش برنامه ریزی شده و به موقع، نیروهای متخصص خود را از داخل کشور تأمین و بر روی شناورهای ناوگان بکارگیرد بطوریکه در حال حاضر بیش از ۸۵ درصد پرسنل دریایی ناوگان از داخل تأمین می گردد و بحران فوق الذکر کمترین تأثیر را بر این شرکت داشته است و از این طریق، همه ساله حداقل ۳۰۰ فرصت شغلی برای جوانان این مرز و بوم تنها در بخش دریا مهیا می شود.

# توسعه فناوری‌ها، توسعه تجارت الکترونیکی و نوسازی شبکه بازرگانی کشور

- طراحی و فعال‌سازی بیش از ۲۵ سیستم و پایگاه اطلاعاتی ملی از جمله:
- طراحی و آماده‌سازی سیستم کنینگ ملی کالا و توسعه اطلاعات پایه زنجیره تأمین کالا و اجرای برخی گروه‌های کالایی
- فعال‌سازی مرکز صدور گواهی دیجیتال (CA) و طراحی و اجرای سیستم‌های صدور گواهی الکترونیکی ریشه و گواهی الکترونیکی میانی بازرگانی (شروع عملیات تجارت الکترونیک در ایران)
- طراحی و پیاده‌سازی سیستم ثبت سفارشات الکترونیکی با هدف تسهیل امور ثبت سفارش و اجرای آزمایشی در سازمان‌های بازرگانی کشور
- طراحی و پیاده‌سازی سیستم مکانیزه مدیریت توزیع سیمان (CDMS)
- طراحی و پیاده‌سازی سیستم مکانیزه مدیریت تولید در توزیع کالاهای اساسی (GIMS)
- طراحی و پیاده‌سازی سیستم مکانیزه بسیج اقتصادی کشور
- طراحی و پیاده‌سازی سیستم مکانیزه پرداخت جوایز صادراتی
- طراحی و پیاده‌سازی سیستم مکانیزه خرید فوری گندم در سراسر کشور
- طراحی و پیاده‌سازی سیستم مکانیزه توزیع آرد در سرتاسر کشور
- طراحی و پیاده‌سازی آزمایشی سیستم توزیع شیر بر روی شبکه که در سال جاری از خرداد ماه اجباری می‌شود
- راه‌اندازی پرتال اطلاع‌رسانی فرش دستباف
- راه‌اندازی بانک اطلاعات قیمت کالا
- طراحی و تکمیل سیستم مکانیزه مدیریت انبارهای کالاهای اساسی کل کشور
- استقرار پایگاه اطلاع‌رسانی اصناف و بازرگانان

- اقدام در جهت فرهنگ سازی و آموزش تجارت الکترونیکی با طراحی بسته‌های آموزشی برای مخاطبان مختلف و نیز توزیع لوح فشرده آموزشی در کشور
- مکانیزاسیون سیستم کارت بازرگانی و بانک اطلاعات صادرکنندگان
- ایجاد سیستم سراسری مدیریت جامع توزیع پودر شوینده (DDMS) که در صورت عدم آزادسازی از خرداد ماه سال جاری با این سیستم توزیع و یارانه آن محاسبه می‌گردد.
- فعال نمودن تعداد زیادی سایت‌های اطلاع‌رسانی برای تجار و بازرگانان با حداقل دو زبان

\* لازم به تذکر است طراحی و زیر بار بردن و خدمات‌رسانی این تعداد فعالیت‌های ICT در سطح ملی از نظر صاحب‌نظران این فن در سطح کشور بی‌تغییر است.

## دانش پایه نمودن بخش بازرگانی

- توسعه ظرفیت‌های آموزشی و پژوهشی به میزان یکصد در صد
- انجام مطالعات پشتیبان تنظیم بازار و توسعه صادرات غیرنفتی
- راه‌اندازی شبکه علمی در حوزه بازرگانی و اقتصاد با همکاری وزارت اقتصاد، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی (سابق)، وزارت جهاد کشاورزی و بانک مرکزی
- ایجاد مرکز بهره‌وری و تعالی سازمانی بخش بازرگانی
- ایجاد کتابخانه دیجیتال
- راه‌اندازی شبکه آموزش بازرگانی در سراسر کشور
- تدوین طرح ملی ساماندهی زنجیره کالا و خدمات در کشور
- تدوین استانداردهای تجارت الکترونیک و بسته‌های آموزشی مربوطه
- تدوین نظام جامع مدیریت بازرگانی در شرایط بحران
- انتشار بیش از یکصد عنوان کتاب
- تدوین راهبردهای بلندمدت آمایش سرزمینی بازرگانی