

اولویت‌های کالایی و کشورهای هدف صادراتی

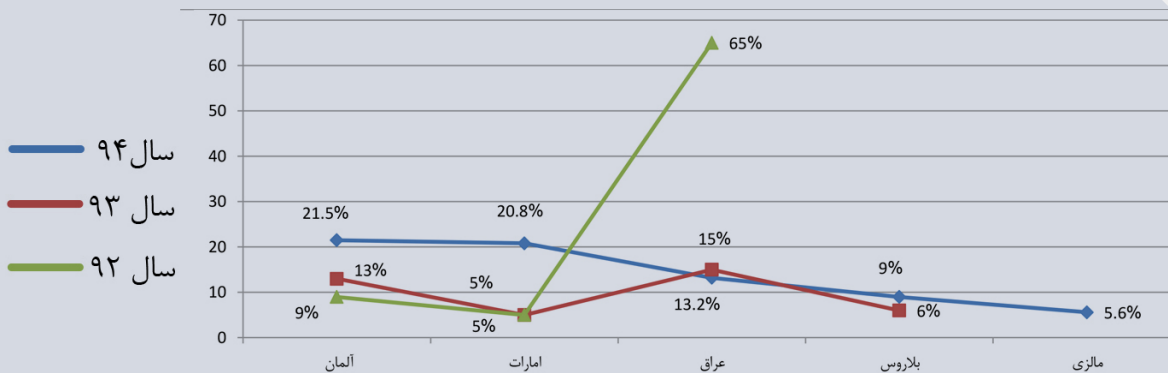
کالاهای غیرنفتی



معاونت توسعه صادرات

دارو و تجهیزات پزشکی

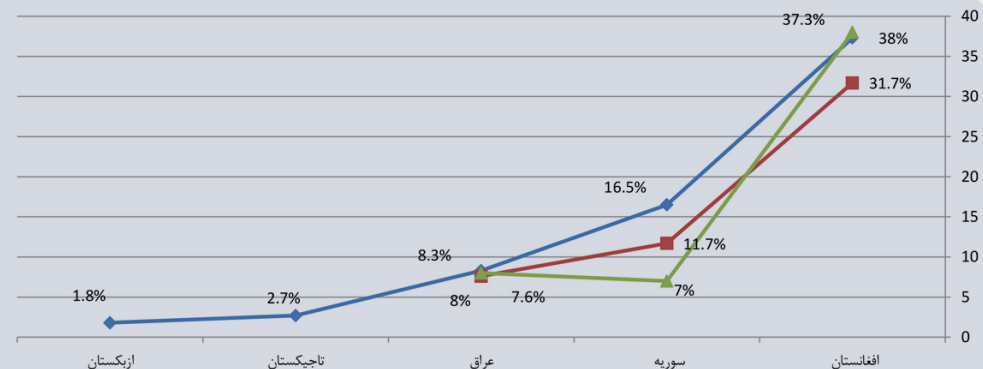
زیرگروه کالایی	هدف صادراتی ۹۵	کشور هدف ۱	کشور هدف ۲	کشور هدف ۳	کشور هدف ۴	کشور هدف ۵	
تجهیزات و ملزومات پزشکی	۱۹	سهم کشورهای هدف در ۷ ماهه سال ۹۵ (میلیون دلار)					
		لهستان ۲/۲	امارات ۱/۲	آلمان ۰/۹	مالزی ۰/۶	بلاروس ۰/۵	
		سهم کشورهای هدف در سال ۹۴ (میلیون دلار)					
		آلمان ۳/۱	امارات ۳	عراق ۱/۹	بلاروس ۱/۳	مالزی ۰/۸	
		سهم کشورهای هدف در سال ۹۳ (میلیون دلار)					
		سوریه ۹/۷	عراق ۳	آلمان ۲/۶	بلاروس ۱/۲	امارات ۰/۹	
سهم کشورهای هدف در سال ۹۲ (میلیون دلار)							
		عراق ۳/۶	آلمان ۰/۵	امارات ۰/۲۷	افغانستان ۰/۲۶	ترکمنستان ۰/۲	
برنامه‌های عملیاتی جهت توسعه صادرات	مشکلات صادرات	<p>عدم حضور مستمر در نمایشگاه‌های بین‌المللی</p> <p>پراکندگی نمایشگاه‌های داخلی</p> <p>هزینه بر بودن ثبت شرکت، ایجاد نمایندگی و مرکز خدمات پس از فروش در بازارهای هدف</p> <p>هزینه بر بودن ثبت کالا</p> <p>کمبود اطلاعات تولیدکنندگان و صادرکنندگان در خصوص بازارهای هدف</p>					
<p>- کمک به برگزاری پاپوین ثابت در نمایشگاه‌های مهم تجهیزات پزشکی (مدیکا آلمان و عرب هلت امارات)، تجهیزات دندان پزشکی (IDS آلمان و ادک دبی) و تجهیزات آزمایشگاهی (آچما آلمان و عرب لب دبی) به مدت حداقل سه سال</p> <p>- برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی بجای اختصاصی در کشورهای هدف</p> <p>- ایجاد غرفه‌های اطلاع‌رسانی تخصصی در نمایشگاه‌های خارجی</p> <p>- پوشش بخشی از هزینه‌های ثبت و ایجاد مراکز با اختصاص بودجه لازم</p> <p>- انعقاد تفاهم نامه در خصوص پذیرش گواهی ثبت وسیله پزشکی توسط وزارت بهداشت ایران در کشورهای هدف صادراتی بخصوص کشورهای منطقه</p> <p>- پوشش بخشی از هزینه‌های مربوط به ارتقای کیفیت تولیدات صادراتی و اخذ استانداردهای بین‌المللی</p>							



نمودار سهم صادرات دارو و تجهیزات پزشکی به پنج کشور طی سه سال

داروهای انسانی

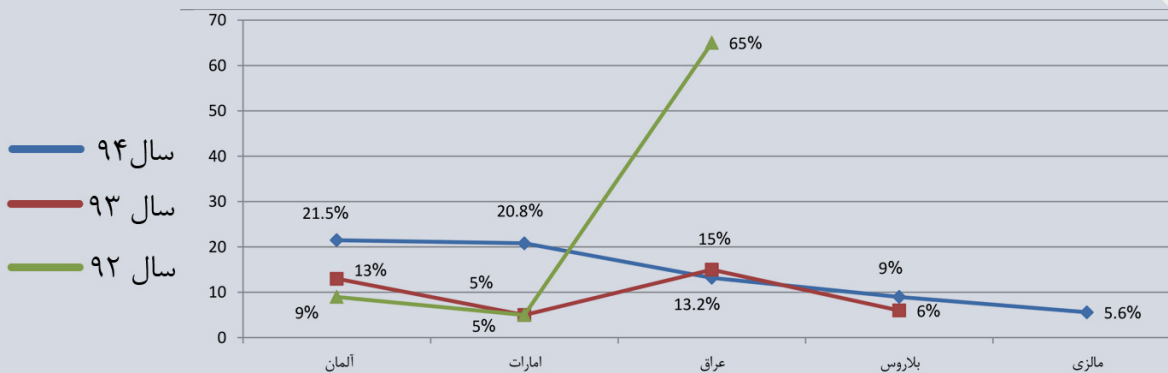
زیر گروه کالایی	هدف صادراتی ۹۵	کشور هدف ۱	کشور هدف ۲	کشور هدف ۳	کشور هدف ۴	کشور هدف ۵	مشکلات صادرات	برنامه‌های عملیاتی جهت توسعه صادرات	
داروهای انسانی	۱۱۶	سهم کشورهای هدف در ۷ ماهه سال ۹۵ (میلیون دلار)						<p>- افزایش قیمت تمام شده ناشی از فرسودگی خطوط تولید و پایین بودن ظرفیت تولید نسبت به ظرفیت اسمی در برخی از واحدهای تولید دارو</p> <p>- ضعف و پایین بودن قدرت بازاریابی اتکا به بازارهای سنتی و اتفاقی</p> <p>- هزینه بر بودن ثبت شرکت، ایجاد نمایندگی و مرکز خدمات پس از فروش در بازارهای هدف</p> <p>- زمانبر بودن فرآیند ثبت محصول در بازارهای هدف</p> <p>- بالا بودن هزینه‌های ثبت شرکت و ثبت دارو در کشورهای هدف (پروسه ثبت در بازارهای مختلف متفاوت می‌باشد بعنوان مثال ثبت دارو در روسیه ۵۰۰۰ دلار و در عراق ۲۰۰۰ دلار می‌باشد).</p>	<p>- تقویت بحث بازاریابی و لزوم شناسایی مشکلات بازار توسط بنگاه‌ها</p> <p>- بکارگیری ابزارهای نوین مدیریتی به منظور ارتقای مدیریت علمی با استفاده شرکت‌ها از خدمات مشاوره‌ای</p> <p>- تدوین بسته حمایتی و استراتژی صادراتی دارو و تأسیس صندوق حمایت و پشتیبانی از صنایع داروسازی کشور</p> <p>- اعطای جوایز و پارانهاهای صادراتی</p> <p>- برنامه‌ریزی جهت تأمین مواد اولیه</p> <p>- افزایش تولید تا سقف ظرفیت‌های اسمی</p> <p>- اعطای تسهیلات به منظور استفاده از تکنولوژی روز و بازسازی خطوط تولید</p> <p>- عرضه‌یابی و تعیین استراتژی جهت تولید صادراتی</p> <p>- تدوین استراتژی بازاریابی کالا</p> <p>- پوشش بخشی از هزینه‌های ثبت و ایجاد مراکز با اختصاص بودجه لازم</p> <p>- پرداخت بخشی از هزینه‌های ثبت در هر کشور براساس اولویت‌های منطقه‌ای و کالایی</p>
		افغانستان ۱۹/۷	آلمان ۱۹/۲	روسیه ۹	سوریه ۵/۸	عراق ۵			
		سهم کشورهای هدف در سال ۹۴ (میلیون دلار)							
		افغانستان ۳۶,۶	سوریه ۱۶,۳	عراق ۸,۲	تاجیکستان ۲,۷	ازبکستان ۱,۸			
		سهم کشورهای هدف در سال ۹۳ (میلیون دلار)							
افغانستان ۳۸,۴	روسیه ۲۲,۷	آلمان ۲۰,۶	سوریه ۱۳,۳	عراق ۹,۲					
سهم کشورهای هدف در سال ۹۲ (میلیون دلار)									
افغانستان ۵۸	آلمان ۲۶	روسیه ۱۹,۹	عراق ۱۲	سوریه ۱۰,۷					



نمودار سهم صادرات داروهای انسانی به پنج کشور طی سه سال

مواد اولیه دارویی

زیرگروه کالایی	هدف صادراتی ۹۵	کشور هدف ۱	کشور هدف ۲	کشور هدف ۳	کشور هدف ۴	کشور هدف ۵	
مواد اولیه دارویی	۴۹	سهم کشورهای هدف در ۷ ماهه سال ۹۵ (میلیون دلار)					
		هند ۴/۲	یمن ۴	امارات ۳/۸	سوریه ۱/۴	چین ۱/۲	
		سهم کشورهای هدف در سال ۹۴ (میلیون دلار)					
		امارات ۱۶,۴	هند ۱۳,۵	چین ۲	تایوان ۱,۳	افغانستان ۱,۱	
		سهم کشورهای هدف در سال ۹۳ (میلیون دلار)					
		امارات ۵,۵	هند ۳,۳	تایوان ۱,۸	افغانستان ۱,۷	چین ۰,۲	
		سهم کشورهای هدف در سال ۹۲ (میلیون دلار)					
		گرجستان ۴,۲	هند ۳	ترکیه ۲,۶	افغانستان ۰,۳	تایوان ۱,۷	
		مشکلات صادرات					
		- لزوم توجه به تعرفه واردات مواد اولیه وارداتی - عدم توانمندی بنگاه‌ها در حوزه‌ی بازار، تکنولوژی و مدیریت - افزایش قیمت تمام شده ناشی از فرسودگی خطوط تولید و پایین بودن ظرفیت تولید نسبت به ظرفیت اسمی در برخی از واحدهای تولیدی - بالا بودن هزینه حمل‌ونقل و ضعف و فقدان شبکه حمل‌ونقل به بازارهای هدف مخصوصاً بازارهای جدید صادراتی					
برنامه‌های عملیاتی جهت توسعه صادرات - بازنگری هر ساله در خصوص تعرفه واردات مواد اولیه - تقویت بحث بازاریابی و لزوم شناسایی مشکلات بازار توسط بنگاه‌ها - بکارگیری ابزارهای نوین مدیریتی به منظور ارتقای مدیریت علمی با استفاده شرکت‌ها از خدمات مشاوره‌ای - تدوین بسته حمایتی و استراتژی صادراتی - استفاده از تکنولوژی روز و بازسازی خطوط تولید - عرضه یابی و تعیین استراتژی جهت تولید صادراتی - الزام شرکتها به تولید صادراتی با کیفیت - تخصیص اعتبارات لازم بصورت مستقیم و غیرمستقیم در برقراری خطوط منظم حمل و نقل							



نمودار سهم صادرات دارو و تجهیزات پزشکی به پنج کشور طی سه سال