

اولویت‌های کالایی و کشورهای هدف صادراتی

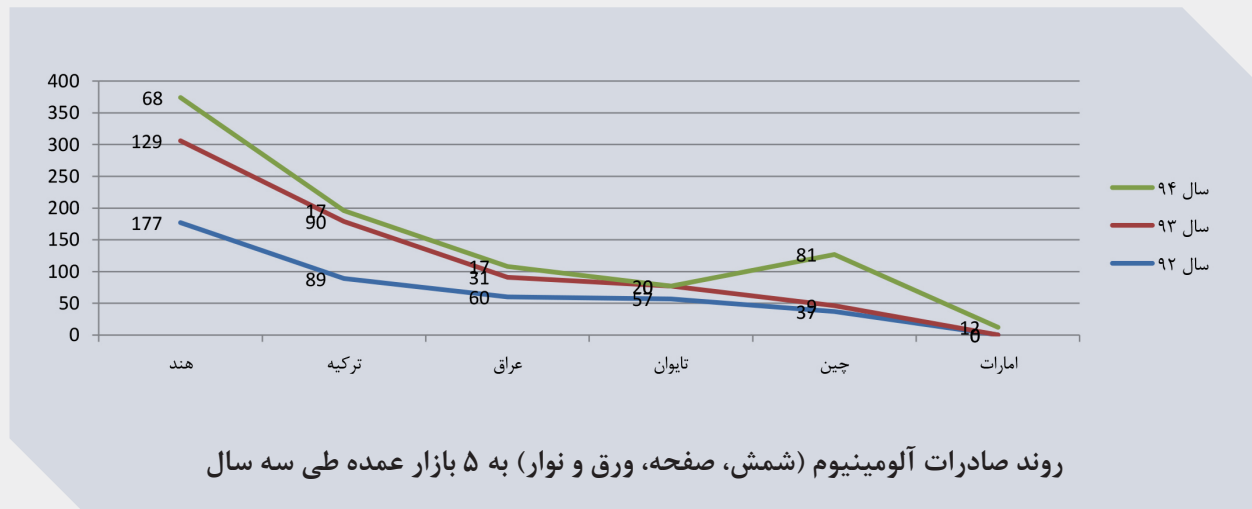
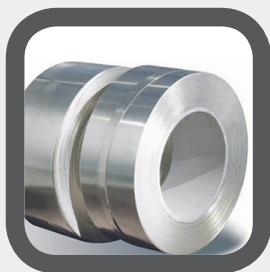
گروه معدن



معاونت توسعه صادرات

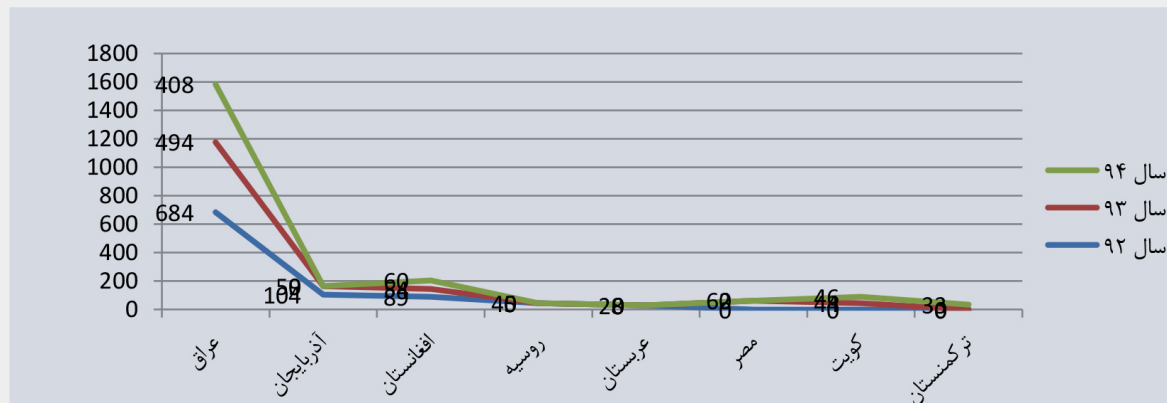
آلومینیوم شمش و صفحه، ورق، نوار

زیرگروه 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	
آلومینیوم شمش و صفحه، ورق، نوار	۲۷۹	عمده بازار های هدف صادراتی پنج ماهه ۹۵ - کل ارزش صادرات (۷۵ میلیون دلار)						<ul style="list-style-type: none"> - کاهش تقاضا در سطح جهانی - عدم دسترسی به اطلاعات مربوط به پتانسیلهای صادراتی سایر بازارهای هدف - جهت توسعه صادرات - مشکلات مالی و نقدینگی عمدتاً ناشی از کاهش قیمت‌های جهانی - کاهش واردات که تولید داخلی را به سوی تامین نیاز داخلی صنایع پایین دست ساخته است 	<ul style="list-style-type: none"> - فعالیت و تلاش رایزنان بازرگانی جهت احصاء اطلاعات بازار کشورهای حوزه ماموریت - حمایت مالی از طریق اعطاء جوایز صادراتی و اجرایی نمودن تخصیص امتیاز سبد حمایتی
		ترکیه ۳۷%	تایوان ۱۹%	عراق ۱۳%	هند ۱۲%	چین ۹%			
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۴ - کل ارزش صادرات (۲۲۵ میلیون دلار)							
		چین ۴۳%	هند ۳۴%	ترکیه ۹%	امارات ۶%	تایوان ۵%			
		عمده بازار های هدف صادراتی سال ۹۳ - کل ارزش صادرات (۲۹۹ میلیون دلار)							
		هند ۴۳%	ترکیه ۳۰%	عراق ۱۰%	تایوان ۶%	افغانستان ۳%			
عمده بازار های هدف صادراتی سال ۹۲ - کل ارزش صادرات (۴۵۳ میلیون دلار)									
هند ۳۹%	ترکیه ۲۰%	عراق ۱۳%	تایوان ۱۳%	چین ۸%					



سیمان و کلینکر

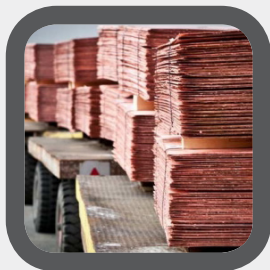
زیرگروه کالایی	هدف صادراتی ۹۵	کشور هدف ۱	کشور هدف ۲	کشور هدف ۳	کشور هدف ۴	کشور هدف ۵	مشکلات صادرات	برنامه‌های عملیاتی جهت توسعه صادرات					
سیمان و کلینکر	۸۰۷	عمده بازارهای هدف صادراتی پنج ماهه ۹۵ - کل ارزش صادرات (۱۷۴ میلیون دلار)					عراق ۴۱%	افغانستان ۱۳%	کویت ۱۳%	پاکستان ۶%	ترکمنستان ۵%	بنگلادش ۵%	<ul style="list-style-type: none"> افزایش حقوق ورودی برخی بازارهای هدف مانند ارمنستان و نیز اخذ وجوه اضافی در مرز عراق مشکلات حمل و نقل و کمبود واگن در صادرات به ترکمنستان، عدم دسترسی مستقیم به شبکه ریلی مشکلات مربوط به انتقال ارز حاصله از صادرات عدم نظارت بر قیمت‌های صادراتی هزینه‌های سنگین حمل زمینی و عدم امکان دسترسی به کامیون به میزان و در زمان مناسب عدم وجود تجهیزات بارگیری سیمان باکتری در اسکله‌های ایرانی صدور بخشنامه گمرک ایران در خصوص استخدام ترخیص کار امور صادرات توسط صادرکننده عدم امکان انتقال ارز و تبادلات مالی با سیستم بانکی کشور و افتتاح LC زمان‌بر بودن فرآیند انتقال ارز عدم امکان انعقاد قرارداد با مصرف کنندگان نهایی به دلیل دو تری بودن ارز حضور واسطه‌های ایرانی برای صادرات عدم تعهد صادرکنندگان به قیمت واقعی صادراتی و اقدام به قیمت شکنی و رقابت کاذب دریافت وجه نامتعارف در گمرکات کشور و بازارچه‌های مرزی - مانند تحمل هزینه شستشوی کامیون مدیریت غیر شفاف در گمرکات هزینه‌های سنگین بندری (۳ الی چهار برابر بودن هزینه ورود کشتی به بنادر در مقایسه با سایر رقبای
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۴ - کل ارزش صادرات (۱۰۷۷ میلیون دلار)					عراق ۶۰%	افغانستان ۹%	قطر ۶%	پاکستان ۴%	ترکمنستان ۵%		
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۳ - کل ارزش صادرات (۸۵۵ میلیون دلار)					عراق ۵۸%	مصر ۷%	آذربایجان ۷%	افغانستان ۶%	کویت ۵%		
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۲ - کل ارزش صادرات (۶۷۹ میلیون دلار)					عراق ۶۴%	آذربایجان ۱۰%	افغانستان ۸%	روسیه ۴%	عربستان ۳%		



رشد صادراتی سیمان و کلینکر در ۵ بازار عمده طی سه سال

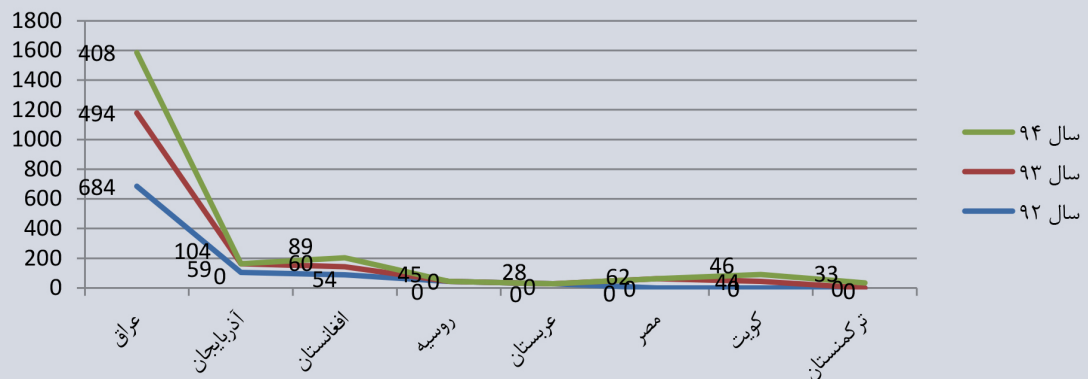
کاند مس

زیرگروه 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	
کاند مس	۳۵۷	عمده بازار های هدف صادراتی پنج ماهه ۹۵ - کل ارزش صادرات (۳۴۶ میلیون دلار)						- کاهش تقاضای جهانی و روند نزولی صادرات در سطح جهانی	
		چین ۳۷%	ترکیه ۳۲%	امارات ۲۳%	عمان ۷%	استرالیا ۲%			
		عمده بازار های هدف صادراتی سال ۹۴ - کل ارزش صادرات (۱۸۰ میلیون دلار)							
		چین ۳۹%	امارات ۲۵%	عمان ۱۸%	ترکیه ۱۴%	هند ۳%			
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۳ - کل ارزش صادرات (۳۳۶ میلیون دلار)							
		ترکیه ۷۵%	امارات ۲۰%	هند ۳%	چین ۲%	-			
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۲ - کل ارزش صادرات (۳۳۷ میلیون دلار)							
امارات ۴۶%	ترکیه ۳۷%	چین ۱۷%	-	-					



سنگ و کنسانتره مس

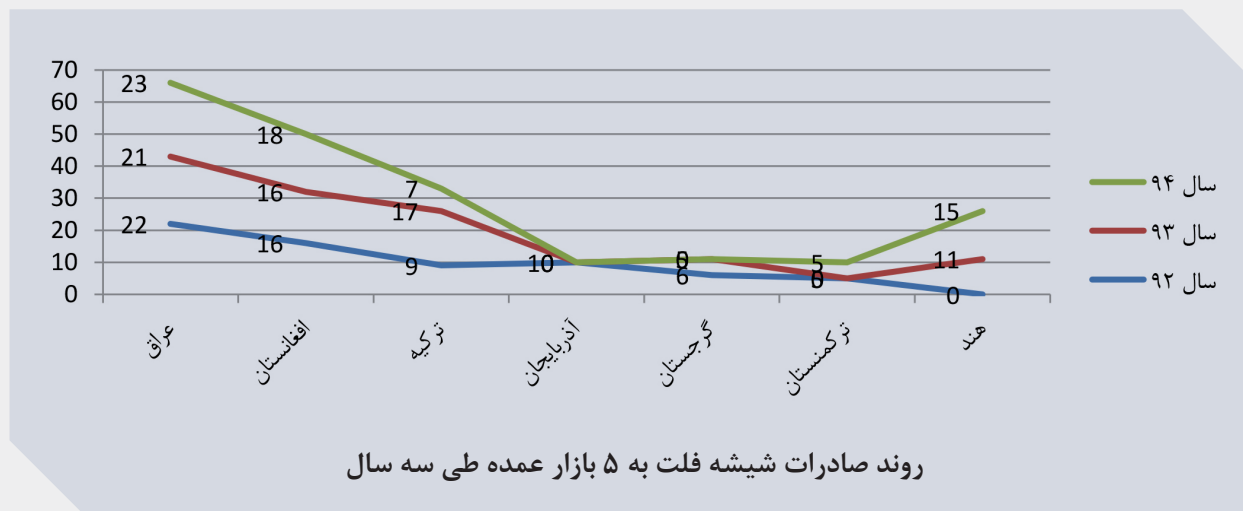
زیرگروه کالایی	هدف صادراتی ۹۵	کشور هدف ۱	کشور هدف ۲	کشور هدف ۳	کشور هدف ۴	کشور هدف ۵	مشکلات صادرات	برنامه‌های عملیاتی جهت توسعه صادرات	
سنگ و کنسانتره مس	۳۰۰	عمده بازار های هدف صادراتی پنج ماهه ۹۵ - کل ارزش صادرات (۵۲ میلیون دلار)						صادرات سنگ و کنسانتره مس طی سه سال اخیر روند صعودی داشته و در سال جاری نیز ادامه داشته است	
		چین ۹۷%	فیلیپین ۳%	-	-	-			
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۴ - کل ارزش صادرات (۵۰ میلیون دلار)							
		چین ۹۹/۹%	ترکیه ناچیز	-	-	-			
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۳ - کل ارزش صادرات (۲۷ میلیون دلار)							
		چین ۱۰۰%	-	-	-	-			
عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۲ - کل ارزش صادرات (۱۵ میلیون دلار)									
چین ۴۳%	فیلیپین ۳۰%	عمان ۲۷%	-	-	-				



روند صادرات سنگ و کنسانتره مس در ۵ بازار عمده طی سه سال

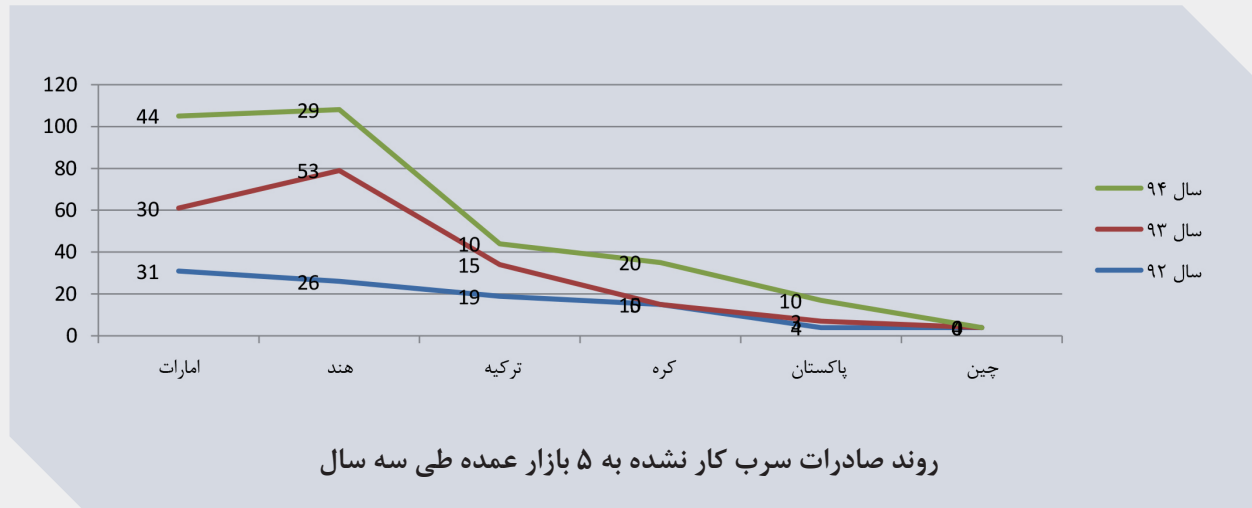
شیشه ساختمانی

زیرگروه 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				
شیشه ساختمانی	۱۱۰	عمده بازارهای هدف صادراتی پنج ماهه ۹۵ - کل ارزش صادرات (۳۵ میلیون دلار)					عراق ۲۶%	هند ۲۴%	افغانستان ۱۹%	ترکیه ۸%	ترکمنستان ۷%	
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۴ - کل ارزش صادرات (۷۶ میلیون دلار)					عراق ۳۰%	افغانستان ۲۴%	هند ۲۰%	ترکیه ۹%	ترکمنستان ۷%	
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۳ - کل ارزش صادرات (۸۲ میلیون دلار)					عراق ۲۶%	ترکیه ۲۱%	افغانستان ۲۰%	هند ۱۳%	گرجستان ۶%	
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۲ - کل ارزش صادرات (۷۴ میلیون دلار)					عراق ۳۰%	افغانستان ۲۲%	ترکیه ۱۲%	هند ۱۵%	گرجستان ۷%	
		مشکلات صادرات					- اقدام برخی کشورها جهت سهمیه‌بندی واردات از جمله کشور ترکیه، این در حالی است که (اخیراً طی توافق ترجیحی بین ایران و ترکیه طرف ترک از تخفیفات قابل توجهی برای صادرات به ایران بهره مند شده است. - فقدان برنامه بلند مدت صادراتی و عدم انسجام صادرات و نیز عدم تعهد برخی صادرکنندگان به قیمت واقعی - عدم دسترسی به سیستم حمل و نقل با قیمت رقابتی و هزینه سنگین حمل و نقل					
		برنامه‌های عملیاتی جهت توسعه صادرات					- رایزنی با کشورهای هند و ترکیه جهت رفع مشکل صادرات و سهمیه بندی صادرات - پرداخت یارانه حمل و نقل - تشکیل کنسرسیوم صادراتی جهت سازماندهی صادرات و کنترل قیمت‌های صادراتی					



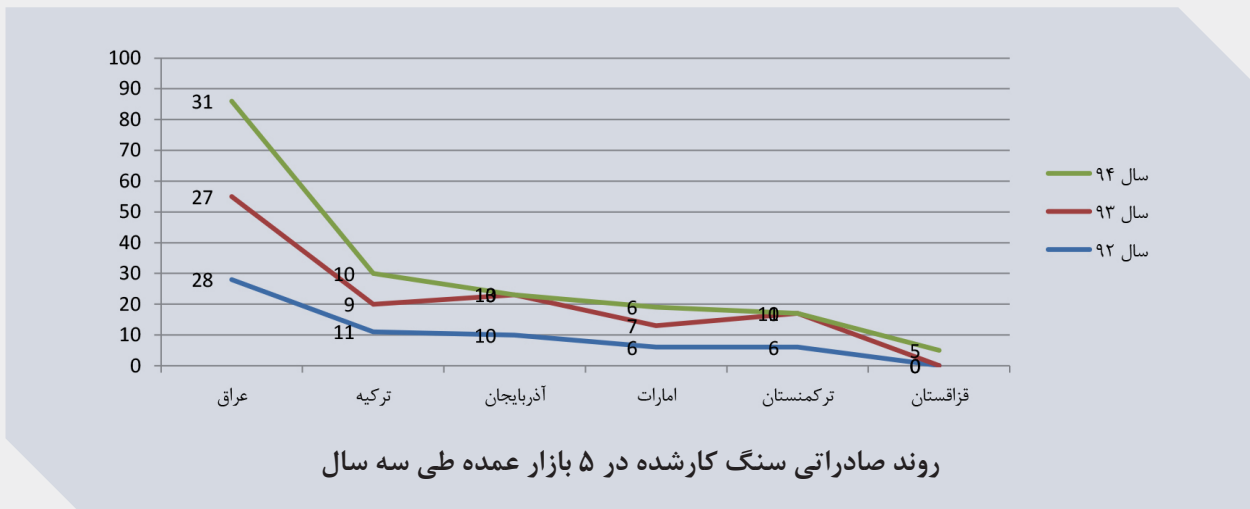
سرب کار نشده

برنامه‌های عملیاتی جهت توسعه صادرات	مشکلات صادرات	کشور هدف ۵	کشور هدف ۴	کشور هدف ۳	کشور هدف ۲	کشور هدف ۱	هدف صادراتی ۹۵	زیرگروه کالایی	
- فعالیت و تلاش رایزنان بازرگانی جهت احصاء اطلاعات بازار کشورهای حوزه ماموریت - حمایت مالی از طریق اعطاء جوایز صادراتی	- (روند صادرات طی سه سال اخیر صعودی بوده لیکن پتانسیل رشد صادرات همچنان وجود دارد) - عدم دسترسی به اطلاعات پتانسیل صادراتی سایر بازارهای هدف جهت توسعه صادرات - مشکلات مالی و نقدینگی ناشی از کاهش قیمت‌های جهانی	عمده بازارهای هدف صادراتی پنج ماهه ۹۵ - کل ارزش صادرات (۶۶ میلیون دلار)						۱۴۵	سرب کار نشده
		تایوان ۵%	پاکستان ۹%	کره ۷%	امارات ۳۳%	هند ۳۶%			
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۴ - کل ارزش صادرات (۱۲۹ میلیون دلار)							
		پاکستان ۸%	ترکیه ۸%	کره ۱۶%	هند ۲۲%	امارات ۳۴%			
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۳ - کل ارزش صادرات (۱۲۴ میلیون دلار)							
		پاکستان ۲%	ترکیه ۱۲%	کره ۱۶%	امارات ۲۴%	هند ۴۳%			
عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۲ - کل ارزش صادرات (۱۰۴ میلیون دلار)									
پاکستان ۴%	کره ۱۴%	ترکیه ۱۸%	هند ۲۵%	امارات ۳۰%					



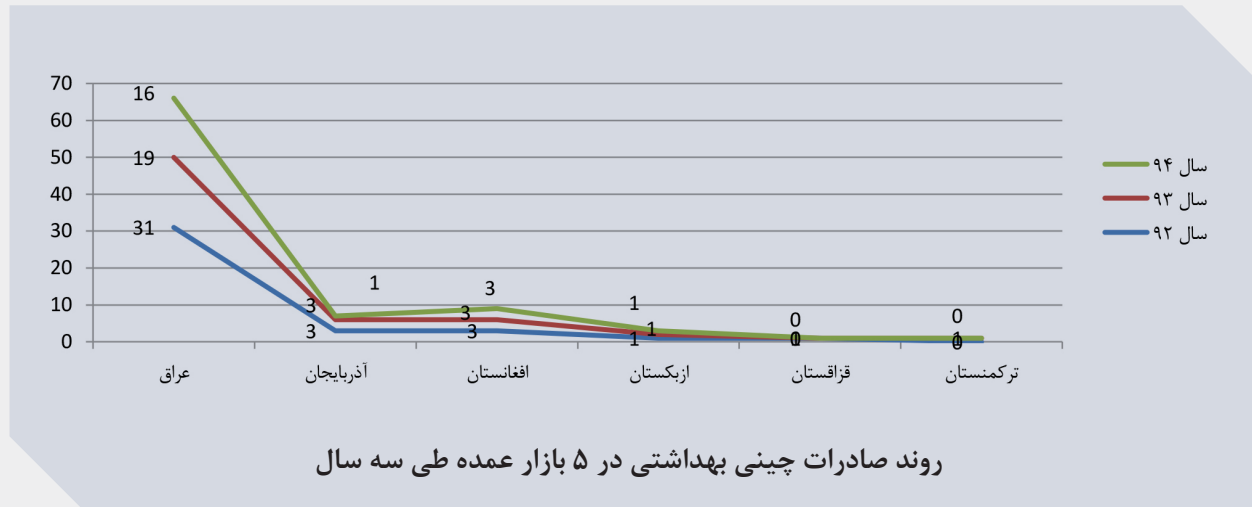
سنگ ساختمانی کارشده

زیرگروه 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	
سنگ ساختمانی کارشده	۱۷۱	عمده بازارهای هدف صادراتی پنج ماهه ۹۵ - کل ارزش صادرات (۵۰ میلیون دلار)						<ul style="list-style-type: none"> - کمبود نقدینگی جهت مکانیزه کردن تولید - عدم توجه به روش‌های مدرن روز و بهره‌گیری از تکنولوژی روز جهت بهبود کیفیت - هزینه‌های سنگین حمل و نقل - ضعف در بازاریابی صادراتی 	<ul style="list-style-type: none"> - تقویت بنیه مالی و نقدینگی واحدهای تولیدی جهت تامین ماشین‌آلات مورد نیاز - تخصیص و اجرای سیستم اعطای باران‌های بازاریابی منظور شده در سبد حمایتی - تخصیص بارانه حمل - ارائه اطلاعات بازارهای هدف توسط رایزنان
		عراق ۴۲%	ترکمنستان ۲۰%	ترکیه ۱۰%	آذربایجان ۴%	قزاقستان ۴%			
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۴ - کل ارزش صادرات (۸۷ میلیون دلار)							
		عراق ۳۶%	ترکمنستان ۱۳%	ترکیه ۱۲%	امارات ۶%	قزاقستان ۵%			
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۳ - کل ارزش صادرات (۸۸ میلیون دلار)							
		عراق ۳۱%	آذربایجان ۱۵%	ترکمنستان ۱۳%	ترکیه ۱۰%	امارات ۸%			
عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۲ - کل ارزش صادرات (۷۹ میلیون دلار)									
عراق ۳۵%	ترکیه ۱۴%	آذربایجان ۱۳%	امارات ۸%	ترکمنستان ۸%					



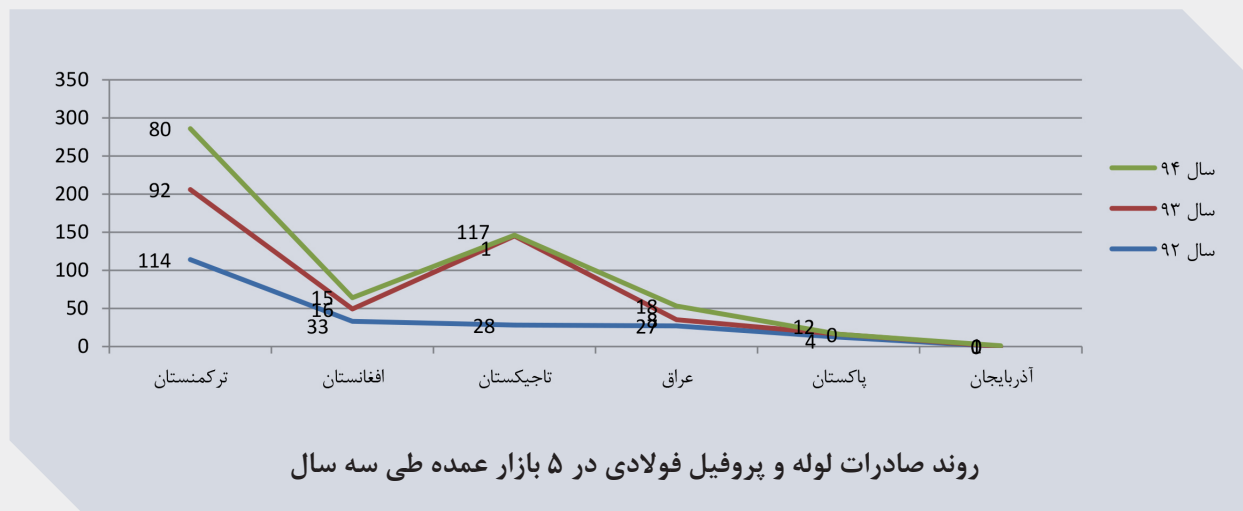
چینی بهداشتی

زیرگروه 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	
چینی بهداشتی	۳۰	عمده بازار های هدف صادراتی پنج ماهه ۹۵ - کل ارزش صادرات (۸ میلیون دلار)						<ul style="list-style-type: none"> - فقدان استاندارد اجباری در تولید و صادرات محصول که منجر به تخریب برند ایرانی در بازارهای هدف می گردد. - عدم توجه به ضرورت برند سازی و تاثیر آن در حفظ و توسعه بازار صادراتی - رقابت ناسالم بین تولیدکنندگان و صادرکنندگان - ضعف بنیه مالی و نقدینگی - عدم وجود استراتژی صادرات در صنعت - تغییر اولویت بندی و کاهش تعرفه واردات برخی از اقلام بویژه در مجموعه مصالح ساختمانی - از اولویت دهم واردات را در آینده نزدیک به شدت افزایش خواهد داد و شرایط بسیار دشوار تری را برای واحدهای تولیدی و صادراتی کشور که در مقطع زمانی موجود نیز با مشکلات بسیار روبرو هستند ایجاد خواهد کرد 	<ul style="list-style-type: none"> - الزام به تولید و صادرات محصولات استاندارد و با کیفیت - اعطای یارانه و جوایز صادراتی جهت تقویت بنیه مالی - جلوگیری از صادرات کالاهای بی کیفیت - تدوین برنامه استراتژیک توسط بخش خصوصی و حمایت بخش دولتی
		عراق ۷۱%	افغانستان ۱۸%	آذربایجان ۶%	-	-			
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۴ - کل ارزش صادرات (۲۲ میلیون دلار)							
		عراق ۷۶%	افغانستان ۱۷%	آذربایجان ۴%	ازبکستان ۲%	ترکمنستان ۱%			
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۳ - کل ارزش صادرات (۲۸ میلیون دلار)							
		عراق ۶۹%	افغانستان ۱۲%	آذربایجان ۱۰%	ازبکستان ۴%	ترکمنستان ۲%			
عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۲ - کل ارزش صادرات (۴۱ میلیون دلار)									
عراق ۷۶%	آذربایجان ۸%	افغانستان ۷%	ازبکستان ۳%	قزاقستان ۲%					



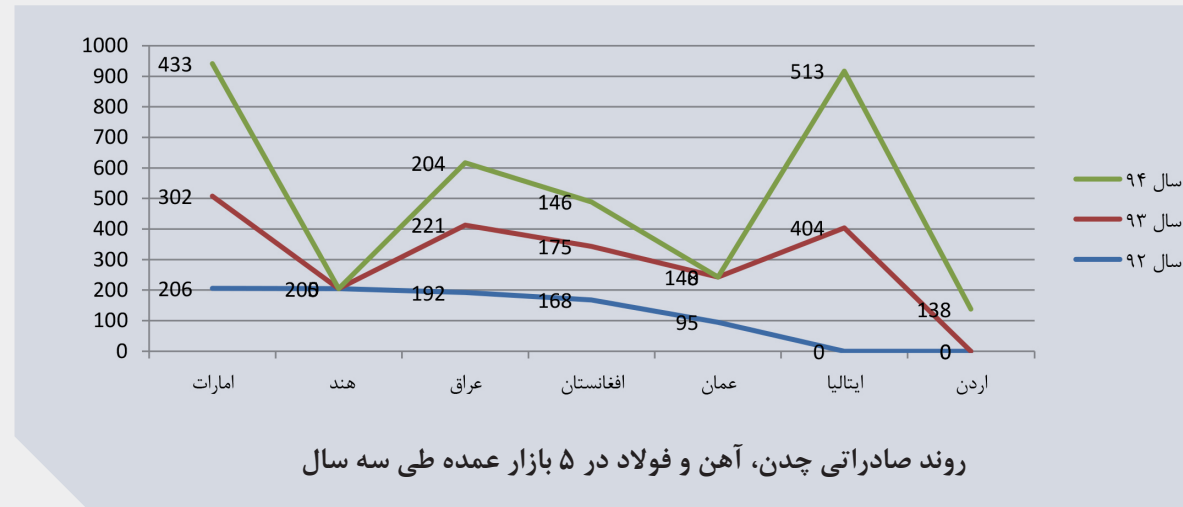
فولاد لوله و پروفیل فولادی

زیرگروه 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	
فولاد لوله و پروفیل فولادی	۱۷۰	عمده بازار های هدف صادراتی پنج ماهه ۹۵ - کل ارزش صادرات (۳۲ میلیون دلار)						<ul style="list-style-type: none"> - مشکل تامین به هنگام ورق مورد نیاز با کمیت و کیفیت مورد درخواست صنعت لوله و پروفیل - مشکلات بانکی - افزایش روز افزون هزینه‌های گمرکی و بندری (بارگیری- انبار-جابجایی و ...) - فقدان امکانات لازم در بازارچه‌های مرزی - سخت‌گیری مضاعف بر صادرکنندگان ایرانی در گمرکات عراق - افزایش تعرفه ورق مورد نیاز (کمتر از 3mm) در حالیکه تامین آن از محل منابع داخل به میزان کافی میسر نیست. - محدود ساختن ورود موقت توسط گمرک. (مجوز ورود تنازهای بالای ۱۰,۰۰۰ را برای ورود موقت نمی‌دهد) - عدم دسترسی به مجموعه قوانین و مقررات کشورهای هدف - هزینه‌های سنگین حمل‌ونقل 	<ul style="list-style-type: none"> - ایجاد بانک مشترک بین ایران و بازارهای هدف صادراتی - امکان دسترسی به قوانین و مقررات بازارهای هدف توسط رایزنان - کاهش هزینه‌های گمرکی - اعطای یارانه حمل - تسهیل و کاهش تعرفه واردات مواد اولیه مورد نیاز از جمله ورق کمتر از ۳ میلیمتر
		ترکمنستان ۵۶%	عراق ۲۸%	افغانستان ۱۶%	-	-			
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۴ - کل ارزش صادرات (۱۱۶ میلیون دلار)							
		ترکمنستان ۶۹%	عراق ۱۶%	افغانستان ۱۳%	تاجیکستان ۱%	آذربایجان ۱%			
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۳ - کل ارزش صادرات (۱۳۹ میلیون دلار)							
		ترکمنستان ۶۶%	افغانستان ۱۲%	تاجیکستان ۱۲%	عراق ۶%	پاکستان ۳%			
عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۲ - کل ارزش صادرات (۲۱۵ میلیون دلار)									
ترکمنستان ۵۳%	افغانستان ۱۵%	تاجیکستان ۱۳%	عراق ۱۳%	پاکستان ۶%					



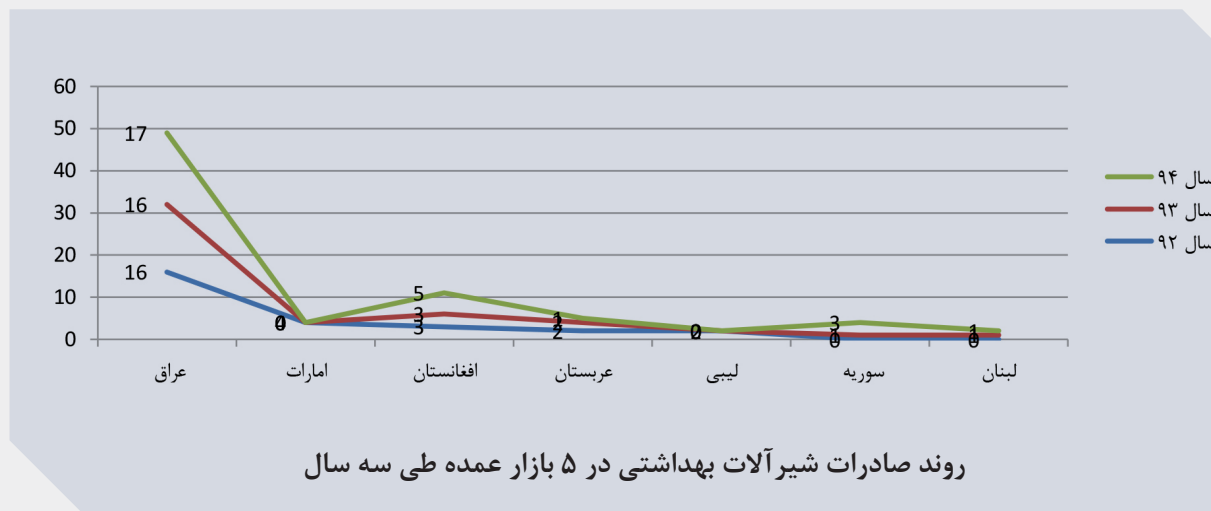
فولاد و آهن

زیرگروه 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	
فولاد و آهن (شمش تا مقاطع و فرولیاژ)	۳۱۹۸	عمده بازار های هدف صادراتی پنج ماهه ۹۵ - کل ارزش صادرات (۱۲۰۵ میلیون دلار)						<ul style="list-style-type: none"> - عدم دسترسی به زیر ساخت مناسب حمل و نقل - بالا بودن هزینه حمل و نقل - محدودیت جهت واردات ماده اولیه مورد نیاز - عدم به روز رسانی ارزشی پایه صادراتی - اختلاف بین نرخ فروش واحدهای داخلی - مشکلات انتقال ارز و مسایل بانکی مرتبط با آن - شرایط نابسامان در برخی کشورهای هدف صادراتی و کاهش تقاضا از سوی ایشان (وابستگی به بازارهای منطقه ای همواره ریسک صادرات را به دنبال دارد) 	<ul style="list-style-type: none"> - تسهیل فرایند واردات مواد اولیه مورد نیاز - اصلاح قیمت‌های پایه صادراتی - ساماندهی و سازمان دهی کمی و کیفی سیستم حمل و نقل و اعطای کمک هزینه حمل جهت بهبود توان رقابتی صادرکنندگان
		ایتالیا ۱۷%	امارات ۱۵%	عمان ۱۲%	اسپانیا ۹%	تایلند ۷%			
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۴ - کل ارزش صادرات (۲۲۹۷ میلیون دلار)							
		امارت ۱۳%	عراق ۸%	اردن ۶%	اسپانیا ۵%	افغانستان ۶% تایلند ۴%			
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۳ - کل ارزش صادرات (۲۰۴۳ میلیون دلار)							
		ایتالیا ۲۰%	امارات ۱۵%	عراق ۱۱%	افغانستان ۹%	عمان ۷%			
عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۲ - کل ارزش صادرات (۱۳۲۵ میلیون دلار)									
امارات ۱۶%	هند ۱۶%	عراق ۱۵%	افغانستان ۱۳%	۷%					



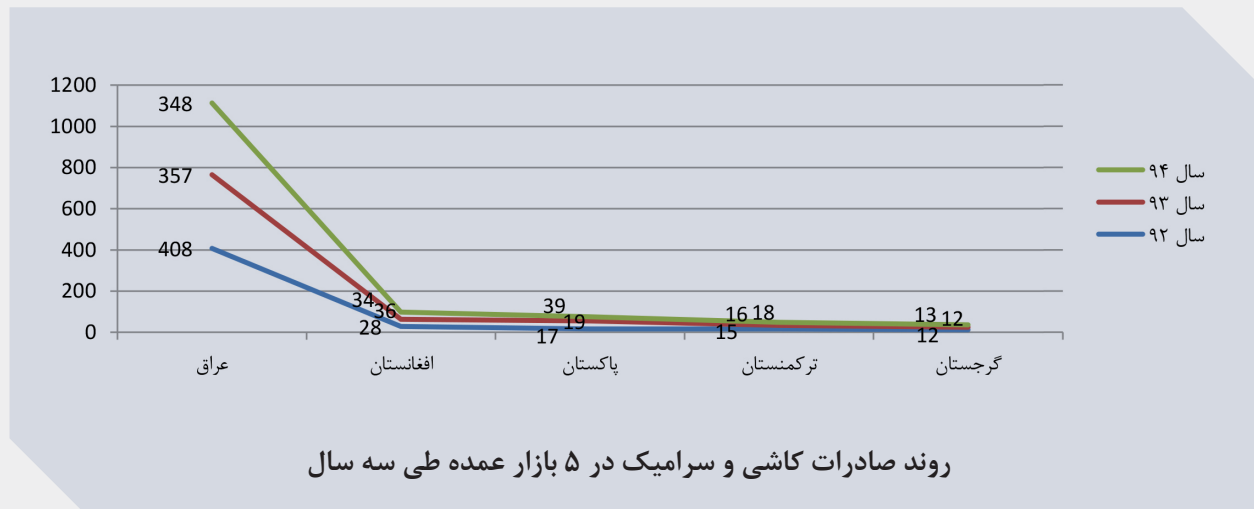
شیرآلات بهداشتی

زیرگروه 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	
شیرآلات بهداشتی	۳۰	عمده بازارهای هدف صادراتی پنج ماهه ۹۵ - کل ارزش صادرات (۹ میلیون دلار)						- عدم نظارت و کنترل محصولات صادراتی (صادرات محصولات بی کیفیت بر اعتبار و برند ایرانی خدشه جبران نا پذیر وارد ساخته و موجب ازدست دادن بازارهای هدف صادراتی خواهد شد) - عدم اهتمام به موضوع برند و فرهنگ سازی - تغییر اولویت بندی و کاهش تعرفه واردات برخی از اقلام بویژه در مجموعه مصالح ساختمانی از اولویت دهم واردات را در آینده نزدیک به شدت افزایش خواهد داد و شرایط بسیار دشوارتری را برای واحدهای تولیدی و صادراتی کشور که در مقطع زمانی موجود نیز با مشکلات بسیار روبرو هستند ایجاد خواهد کرد	- ایجاد برند داخلی و صادراتی - تلاش برای ارتقاء استاندارد صادراتی و ممانعت از صادرات محصولات غیراستاندارد
		عراق ۵۱%	افغانستان ۲۲%	سوریه ۱۰%	لبنان ۹%	-			
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۴ - کل ارزش صادرات (۲۸ میلیون دلار)							
		عراق ۶۱%	افغانستان ۱۶%	سوریه ۹%	عربستان ۴%	ترکمنستان ۳% ترکیه ۳%			
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۳ - کل ارزش صادرات (۲۶ میلیون دلار)							
		عراق ۵۷%	افغانستان ۱۳%	عربستان ۷%	سوریه ۵%	لبنان ۴%			
عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۲ - کل ارزش صادرات (۳۰ میلیون دلار)									
عراق ۵۳%	امارات ۱۲%	افغانستان ۹%	عربستان ۷%	لیبی ۶%					



کاشی و سرامیک و آجر

زیرگروه 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					
کاشی و سرامیک و آجر	۵۴۰	عمده بازارهای هدف صادراتی پنج ماهه ۹۵ - کل ارزش صادرات (۱۴۶ میلیون دلار)					عراق ۷۱%	ترکمستان ۵%	پاکستان ۶%	افغانستان ۸%	گرجستان ۳%	<ul style="list-style-type: none"> - صدور مجوزهای متعدد جهت تولید که منجر به اشباع بازار و رقابت منفی بین تولید کنندگان شده - فقدان برنامه‌ریزی مدرن صادراتی - صادرات محصولات بی کیفیت و قیمت شکنی - مشکلات حمل و نقل دریایی - عدم دستیابی به قوانین بازارهای هدف - هزینه سنگین حمل و نقل - تغییر اولویت بندی و کاهش تعرفه واردات برخی از اقلام بویژه در مجموعه مصالح ساختمانی - از اولویت دهم واردات را در آینده نزدیک به شدت افزایش خواهد داد و شرایط بسیار دشوارتری را برای واحدهای تولیدی و صادراتی کشور که در مقطع زمانی موجود نیز با مشکلات بسیار روبرو هستند ایجاد خواهد کرد 	<ul style="list-style-type: none"> - کنترل کیفی محصولات صادراتی و جلوگیری از صدور کالاهای بی کیفیت - پرداخت بارانه حمل - تامین اطلاعات مورد نیاز صادر کنندگان - در خصوص بازارهای هدف - بهبود شرایط حمل دریایی و تامین خدمات لازم - تدوین برنامه استراتژیک صادراتی
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۴ - کل ارزش صادرات (۴۵۰ میلیون دلار)					عراق ۷۷%	ترکمستان ۳%	پاکستان ۴%	افغانستان ۸%	گرجستان ۳%		
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۳ - کل ارزش صادرات (۴۹۳ میلیون دلار)					عراق ۷۲%	ترکمستان ۴%	پاکستان ۷%	افغانستان ۸%	گرجستان ۳%		
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۲ - کل ارزش صادرات (۵۰۹ میلیون دلار)					عراق ۸۰%	ترکمستان ۳%	پاکستان ۳%	افغانستان ۶%	گرجستان ۲%		



روی کار نشده

زیرگروه 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	
روی کار نشده	۱۹۳	عمده بازار های هدف صادراتی پنج ماهه ۹۵ - کل ارزش صادرات (۵۹ میلیون دلار)						- عدم دسترسی به اطلاعات پتانسیل صادراتی سایر بازارهای هدف جهت توسعه صادرات - مشکلات مالی و نقدینگی ناشی از کاهش قیمت‌های جهانی	- اقدام رایزنان بازرگانی جهت احصاء اطلاعات بازار کشورهای حوزه مأموریت - حمایت مالی از طریق اعطاء جوایز صادراتی
		ترکیه ۴۰%	هند ۲۵%	امارات ۱۳%	کره ۱۱%	پاکستان ۳% تایوان ۳%			
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۴ - کل ارزش صادرات (۱۷۶ میلیون دلار)							
		ترکیه ۵۲%	هند ۲۱%	امارات ۷%	تایوان ۵%	کره ۴%			
		عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۳ - کل ارزش صادرات (۱۴۷ میلیون دلار)							
		ترکیه ۴۲%	هند ۲۴%	امارات ۱۲%	کره ۶%	چین ۵%			
عمده بازارهای هدف صادراتی سال ۹۲ - کل ارزش صادرات (۱۵۹ میلیون دلار)									
ترکیه ۴۵%	امارات ۲۱%	هند ۱۵%	کره ۹%	سنگاپور ۳%					



روند صادرات روی کار نشده در ۵ بازار عمده طی سه سال