

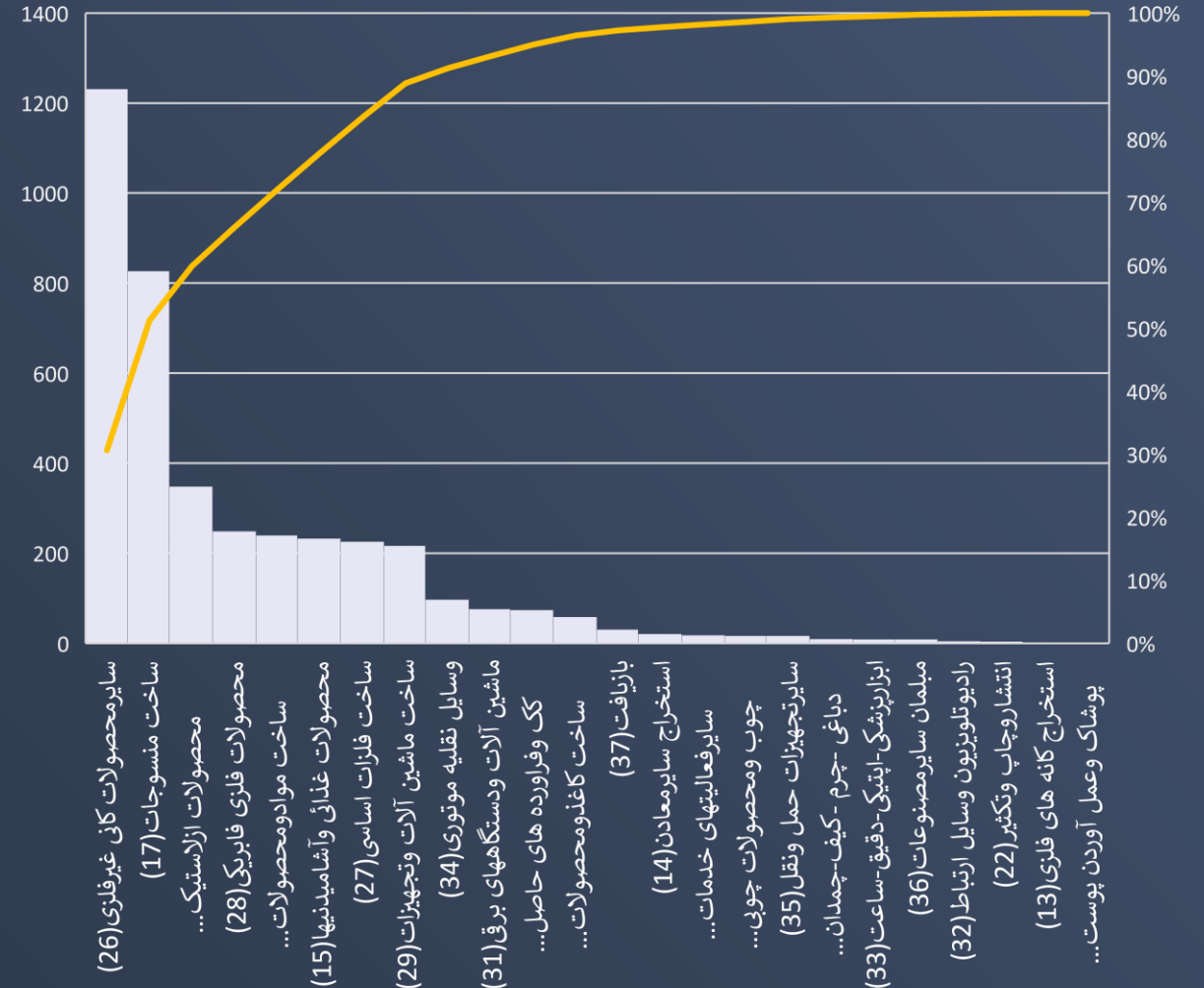
بررسی شاخص فعالیت صنعتی در گروه‌های فعالیت

مرکز مطالعات کاربردی
خانه صنعت، معدن و تجارت استان اصفهان
آبان ۱۳۹۹



جامعه مورد بررسی بانک اطلاعات خانه صنعت، معدن و تجارت استان اصفهان

تعداد واحد ها	کد ۲ رقمی ISIC	
9	ابزارپزشکی-اپتیکی-دقیق-ساعت(۳۳)	۱
21	استخراج سایر معادن(۱۴)	۲
1	استخراج کانه های فلزی(۱۳)	۳
4	انتشاروچاپ وتکثیر(۲۲)	۴
31	بازیافت(۳۷)	۵
1	پوشاک و عمل آوردن پوست خز(۱۸)	۶
17	چوب ومحصولات چوبی بجزمبل(۲۰)	۷
10	دباغی -چرم -کیف -چمدان -کفش(۱۹)	۸
5	رادیوتلوویزیون وسایل ارتباط(۳۲)	۹
226	ساخت فلزات اساسی(۲۷)	۱۰
59	ساخت کاغذومحصولات کاغذی(۲۱)	۱۱
217	ساخت ماشین آلات وتجهیزات(۲۹)	۱۲
827	ساخت منسوجات(۱۷)	۱۳
240	ساخت موادومحصولات شیمیائی(۲۴)	۱۴
17	سایر تجهیزات حمل ونقل(۳۵)	۱۵
18	سایر فعالیتهای خدمات مهندسی(۷۴)	۱۶
1231	سایر محصولات کانی غیر فلزی(۲۶)	۱۷
74	کک وفرآورده های حاصل از نفت(۲۳)	۱۸
76	ماشین آلات ودستگاههای برقی(۳۱)	۱۹
9	مبلمان سایر مصنوعات(۳۶)	۲۰
348	محصولات ازلاستیک وپلاستیک(۲۵)	۲۱
233	محصولات غذائی وآشامیدنیها(۱۵)	۲۲
249	محصولات فلزی فابریکی(۲۸)	۲۳
97	وسایل نقلیه موتوری(۳۴)	۲۴
4020	تعداد کل	



پارامتر بررسی :

“میزان متوسط برق مصرفی واحدهای صنعتی در سه ماهه خرداد(۳)، تیر(۴) و مرداد(۵) سالهای ۱۳۹۷ تا ۱۳۹۹ به عنوان متغیر پیرو میزان تولید واحدها”

به تفکیک گروه های فعالیت : ۱.کد ۲ رقمی ISIC و ۲.کد ۴ رقمی ISIC

نرخ رشد متوسط مصرف دوره (α)

درصد تغییرات متوسط مصرف سه ماه هر سال به نسبت متوسط مصرف سه ماه مشابه سال گذشته

$$\alpha_i = \frac{v_{(i,j)} - v_{(i-1,j)}}{v_{(i-1,j)}} \quad v_{(i,j)} = \frac{\sum_{m=j}^{j+2} x_{(i,m)}}{3}$$

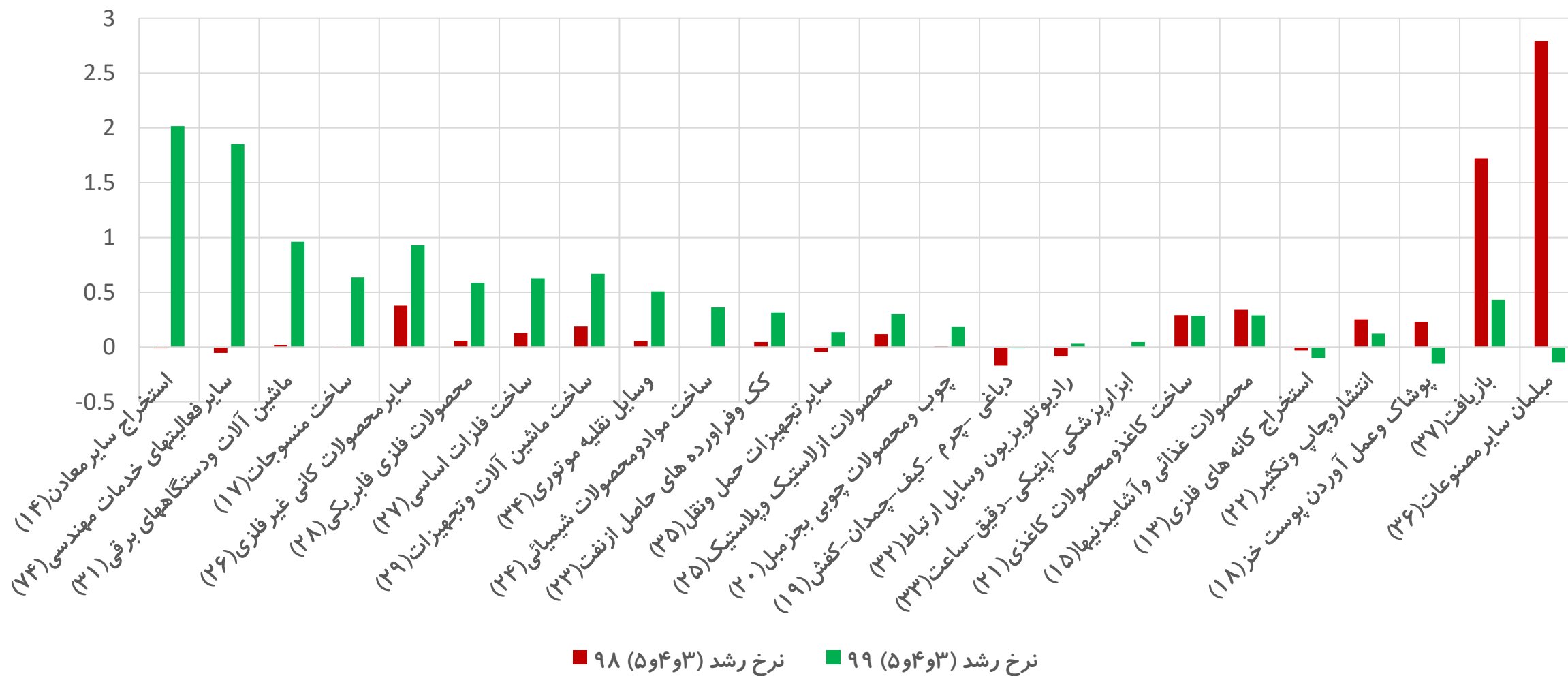
α بزرگتر از صفر :

به معنی افزایش میزان مصرف انرژی متوسط سه ماهه سال مورد بررسی به نسبت سه ماهه مشابه سال گذشته است که متناسب با افزایش تولید در زمان مشابه می باشد

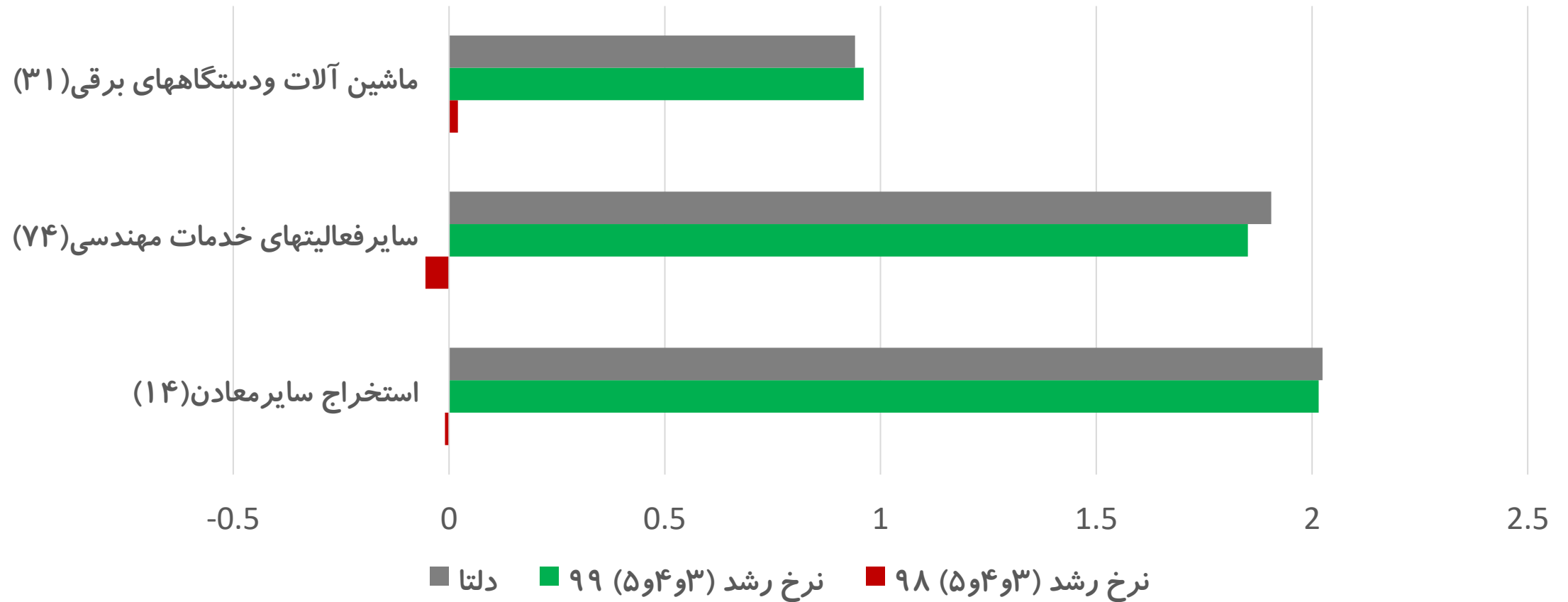
α کوچکتر از صفر :

به معنی کاهش میزان مصرف انرژی متوسط سه ماهه سال مورد بررسی به نسبت سه ماهه مشابه سال گذشته است که متناسب با کاهش تولید در زمان مشابه می باشد

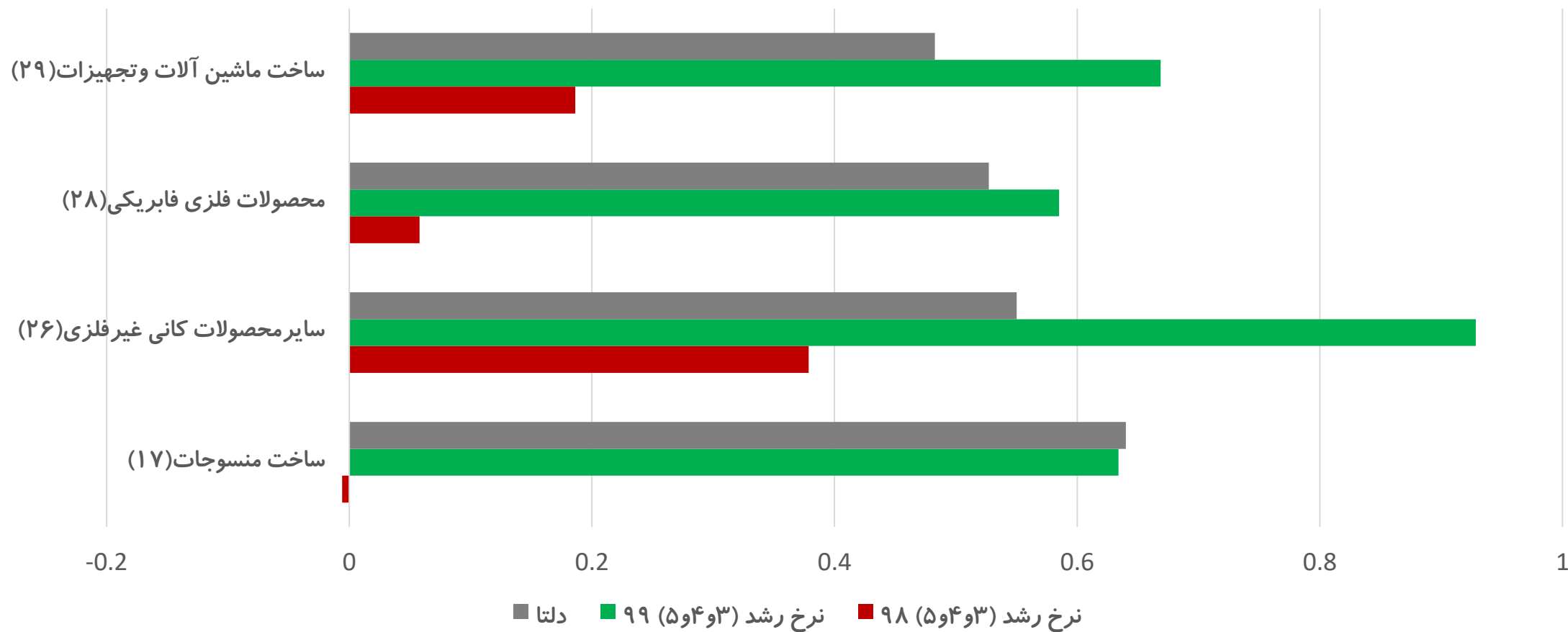
نرخ رشد متوسط مصرف ماه‌های 3، 4 و 5 دو سال 1399 و 1398



سه گروه کالایی با بیشترین افزایش رشد : به ترتیب مزیت قیمتی ، مزیت فناوری و مزیت رقابتی ناشی از تحریم اصلی ترین عوامل رشد بوده اند



پنج گروه کالایی بعدی با بیشترین افزایش رشد :



827	ساخت منسوجات (۱۷)
245	آماده سازی و ریسندگی الیاف نساجی بافندگی منسوجات (۱۷۱۱)
10	تولید انواع پارچه و کالاهای کشیاف و قلاب باف (۱۷۳۰)
472	تولید انواع قالی و قالیچه (۱۷۲۲)
10	تولید سایر منسوجات طبقه بندی نشده در جای دیگر (۱۷۲۹)
10	تولید طناب - ریسمان - نخ قند و توری (۱۷۲۳)
17	تولید کالاهای نساجی تکمیل شده باستثنای پوشاک (۱۷۲۱)
63	عملیات تکمیلی منسوجات رنگرزی - چاپ - تکمیل (۱۷۱۲)

1231	سایر محصولات کانی غیر فلزی (۲۶)
708	برش و شکل دادن و پرداخت سنگ (۲۶۹۶)
19	تولید - سیمان - آهک - گچ (۲۶۹۴)
133	ساخت سایر محصولات کانی غیر فلزی طبقه بندی نشده در جای دیگر (۲۶۹۹)
30	ساخت شیشه و محصولات شیشه ای (۲۶۱۰)
9	ساخت کالاهای از مواد سرامیکی غیر ساختمانی و غیر نسوز (۲۶۹۱)
73	ساخت کالاهای بتونی - سیمانی و گچی (۲۶۹۵)
19	ساخت محصولات از مواد سرامیکی نسوز (۲۶۹۲)
240	ساخت محصولات سفالی و سرامیکی ساختمانی غیر نسوز (۲۶۹۳)

249	محصولات فلزی فابریکی (۲۸)
10	ساخت آلات برنده - ابزار دستی و یراق آلات عمومی (۲۸۹۳)
21	ساخت انواع تانکر - مخزن و کانتینرهای فلزی (۲۸۱۲)
45	ساخت سایر محصولات فلزی طبقه بندی نشده در جای دیگر (۲۸۹۹)
61	عملیات صنعتی کوتینگ فلزات - مهندسی مکانیک عمومی (۲۸۹۲)
29	فورجینگ - پرسکاری - قالبزنی - فورم دهی غلتکی فلزات - متالوژی پودر (۲۸۹۱)
83	محصولات فلزی ساختمانی (۲۸۱۱)

217	ساخت ماشین آلات و تجهیزات (۲۹)
15	تجهیزات بالابرنده و جابجاکننده (۲۹۱۵)
10	ساخت انواع بلبرینگ - چرخ دنده - تجهیزات مکانیکی انتقال نیرو (۲۹۱۳)
24	ساخت انواع پمپ - کمپرسور - شیر - سوپاپ (۲۹۱۲)
6	ساخت انواع کوره و مشعلهای کوره (۲۹۱۴)
15	ساخت سایر ماشین آلات با کاربرد عام (۲۹۱۹)
20	ساخت ماشین ابزار (۲۹۲۲)
5	ساخت ماشین آلات تولید منسوجات - البسه و چرم (۲۹۲۶)
8	ساخت ماشین آلات عمل اوری مواد غذایی - نوشابه و توتون و تنباکو (۲۹۲۵)
10	ساخت ماشین آلات کشاورزی و جنگل داری (۲۹۲۱)
9	ساخت ماشین آلات متالوژی (۲۹۲۳)
10	ساخت ماشین آلات معدنی - استخراج - راه و ساختمان (۲۹۲۴)
51	ساخت وسایل خانگی طبقه بندی نشده در جای دیگر (۲۹۳۰)
33	سایر ماشین آلات با کاربرد خاص (۲۹۲۹)
1	موتورها و توربین ها بجز موتورهای هواپیما و وسائل موتوری (۲۹۱۱)

شرایط تعادل بازار



آنچه به نظر پیش روی صنعت خواهد بود:

افزایش موجودی کالای
شرکتها با بهای تمام شده
بالا

کاهش قیمت ارز

کاهش ریسک غیر
تجاری صادرات و واردات

افزایش نرخ سود
تسهیلات

پیشنهاد می شود واحد های صنعتی مد نظر داشته باشند:

تاکید بر استراتژی های تبلیغاتی توسعه قدرت برند به منظور دستیابی مزیت و قدرت رقابتی پایدارتر برای روزهای پیش رو

برخی از شرکت ها متناسب با بازار خود ممکن است در جهت شکل دهی ساز و کار های فروش اعتباری و مدت دار از جمله مدیریت منابع مالی مورد نیاز و سرمایه در گردش قدم بردارند

تلاش در جهت توسعه بازار های بین المللی متناسب، با هدف افزایش حاشیه سود و اندازه بازار

مرکز مطالعات کاربردی
خانه صنعت، معدن و تجارت استان اصفهان
پاییز ۱۳۹۹

