



IRANIAN MINES AND MINING INDUSTRIES DEVELOPMENT
AND RENOVATION ORGANIZATION

سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت معدن و تجارت

سند ملی توسعه صنعت گوهرسنگ در کشور

سند توسعه صنعت گوهرسنگ در کشور

فهرست:

- ۱- مقدمه: ۱
- ۱- تعریف مسئله ۲
- ۲- دسته‌بندی گوهرسنگ‌ها و فلزات قیمتی ۲
- ۳- اهمیت صنعت گوهر در کشور ۳
- ۴- تجارت جهانی ۴
- ۴-۱- گوهرسنگ‌ها ۵
- ۵- مروراید در کشور ۵
- ۶- مهمترین نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدهای صنعت ۶
- ۷- تجزیه و تحلیل محیط داخلی و خارجی (IE) و تعیین استراتژی کلی صنعت گوهرسنگ کشور ۸
- ۸- استراتژی‌ها در حوزه های مختلف صنعت گوهرسنگ ۸
- ۹- وضعیت مطلوب (چشم انداز، مأموریت و اهداف) صنعت گوهرسنگ ایران ۱۰
- ۹-۱- چشم انداز صنعت ۱۲
- ۹-۲- مأموریت صنعت ۱۲
- ۹-۳- ارزش‌های صنعت ۱۲
- ۹-۴- اهداف صنعت ۱۳
- ۹-۴-۱- اهداف حوزه معدن و مواد اولیه ۱۳
- ۹-۴-۲- اهداف حوزه فناوری ۱۳
- ۹-۴-۳- اهداف حوزه فرآوری و تولید ۱۴
- ۹-۴-۴- اهداف حوزه مدیریت و منابع انسانی ۱۴
- ۹-۴-۵- اهداف حوزه مالی و سرمایه‌گذاری ۱۴
- ۹-۴-۶- اهداف حوزه بازار ۱۴
- ۹-۴-۷- اهداف حوزه زیرساخت و فضای کسب و کار ۱۴
- ۱۰- نقشه راه توسعه صنعت گوهرسنگ کشور تا ۱۴۱۰ ۱۵
- ۱۱- ساختار پیشنهادی صنعت گوهرسنگ کشور ۲۰

مقدمه:

گزارش حاضر شامل استراتژی‌ها، اهداف، برنامه‌ها و نقشه راه صنعت گوهرسنگ ایران، تلفیق و خلاصه‌ای از گزارشات پیشین می‌باشد که در چندین جلسه کمیته تدوین استراتژی صنعت گوهرسنگ سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران (ایمیدرو) مطرح و مورد بحث قرار گرفته و به دلیل جامع بودن مطالعات، در موارد لازم بازنگری و نهایی شده است. گزارشات جامع فوق، در دفتر امور صنایع غیر فلزی وزارت صمت و مدیریت زیر ساخت ایمیدرو قابل دسترس بوده و با توجه به این که برای تدوین استراتژی از نتایج آن‌ها استفاده شده، از آوردن کلیه مطالب تشریحی گزارشات در اینجا خودداری گردیده و در صورت نیاز می‌توان به گزارشات جامع آن‌ها به عنوان مراجع و مستندات مراجعه نمود.

این سند استراتژی شامل سرفصل‌های زیر می‌باشد:

- مطالعه محیط درونی صنعت و تعیین نقاط قوت و ضعف آن (عوامل داخلی)، امتیازدهی آن‌ها و تعیین مهم‌ترین آن‌ها برای استفاده در تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی به منظور تدوین استراتژی کلی (کلان) صنعت
- مطالعه محیط بیرونی صنعت و تعیین فرصت‌ها و تهدیدهای آن (عوامل خارجی)، امتیازدهی آن‌ها و تعیین مهم‌ترین آن‌ها برای استفاده در تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی به منظور تدوین استراتژی کلی (کلان) صنعت
- تحلیل ماتریس SWOT به منظور تعیین استراتژی‌ها در حوزه‌های مختلف صنعت
- تدوین وضعیت مطلوب (Feasible) یا قابل دستیابی، با در نظر داشتن نقاط ضعف و قوت و فرصت‌ها و تهدیدها و وضعیت موجود و روندهای گذشته از جمله نرخ‌های رشد در دهه‌های قبل
- تدوین اهداف ضمن رعایت SMART بودن آن‌ها، در حوزه‌های مختلف با در نظر داشتن وضعیت مطلوب تعریف شده
- تدوین برنامه‌ها و اقدامات عملی برای دستیابی به اهداف در هر حوزه، در چارچوب استراتژی تدوین شده برای همان حوزه
- امتیازدهی و اولویت‌بندی استراتژی‌ها و برنامه‌ها و اقدامات برای اجرا در بازه‌های زمانی مورد نظر و تعیین متولیان انجام آن‌ها (تدوین نقشه راه)

۱- تعریف مسئله

صنعت گوهرسنگ را می‌توان یکی از قدیمی‌ترین صنایعی دانست که بشر از دیرباز به آن اشتغال داشته‌است. این صنعت با گذر زمان توسعه یافته و با توجه به ویژگی‌های خاص خود، در حال حاضر به منبع درآمد بالایی برای بسیاری از کشورها تبدیل شده است. متأسفانه در کشور ما علیرغم وجود قدمت آن (تراش فیروزه و عقیق بیش از ۷۰۰۰ سال قبل) و وجود پتانسیل‌های بالقوه معدنی، نیروی کار تحصیل کرده، بازار مصرف بالای داخلی، امکان تأمین گوهرسنگ‌های خام قیمتی از کشورهای همسایه دارای روابط نزدیک با ما و این صنعت نه تنها قادر به تأمین نیاز داخلی نیست، بلکه با ارزش‌ترین گوهرسنگ خود یعنی فیروزه نیشابور را که در جهان شناخته شده‌است، نیز با عدم اعمال مدیریت مناسب در زنجیره ارزش خود به باد یغما سپرده‌است.

در گزارش حاضر اهداف، استراتژی‌ها و برنامه‌ها و اقدامات لازم جهت رفع مشکلات این صنعت در حوزه‌های مختلف و توسعه آن تدوین گردیده‌اند. سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران در نظر دارد ضمن هماهنگی با سایر سازمان‌های ذیربط دولتی و بخش خصوصی و کمک آن‌ها، با اجرای استراتژی‌های تعریف شده، اقدام به انجام و اجرای برنامه‌های تدوین شده در این سند ملی نموده و راه توسعه این صنعت را هموار نماید.

۲- دسته‌بندی گوهرسنگ‌ها و فلزات قیمتی

از نظر تجاری می‌توان تمام گوهرسنگ‌ها و فلزات قیمتی را در سه گروه زیر جای داد:

الف) گوهرسنگ‌ها یا جم استون! که به عنوان سنگ‌ها و کانی‌های قیمتی و نیمه‌قیمتی یاد می‌شوند ولی ترجیحاً بکارگیری همه آن‌ها تحت یک عنوان و آن هم گوهرسنگ است. این واژه در نشست‌های تخصصی و علمی مطرح شده و با توجه به فرهنگ عمومی، تاریخی و علمی پذیرفته شده‌است. برخی گوهرسنگ‌ها عبارتند از الماس، زمرد، توپاز، لاجورد، انواع آکوامارین، الکساندریت، انواع گروه سیلیس مانند عقیق‌ها، درکوهی، سیتترین و یا حتی گوهرهایی که منشأ معدنی ندارند مانند کهربا و شبق و مروارید. ارزش یک گوهر به زیبایی، کمیابی، دوام و جذابیت آن بستگی دارد.

ب) فلزات قیمتی^۱: شامل طلا، پلاتین، نقره، بدیهی است که این بخش مورد نظر ما نیست هر چند معمولاً به همراه جواهرات استفاده می‌شوند.

ج) جواهرات^۲: وقتی که بر روی سنگ‌های قیمتی پرداخت صورت می‌گیرد و یا با فلزات قیمتی به صورت ترکیبی مجموعه قیمتی و زینتی را شکل می‌دهند، بدان جواهرات گفته می‌شود. هر یک از موارد بالا از نظر تجارت می‌توانند به صورت مجزا یا به صورت ترکیبی مطرح باشند، که در جدول ۱ گردش مالی متوسط سالانه جهانی آن‌ها آمده‌است.

^۱ Gemstone

^۲ Precious Metals

^۳ Jewelry

جدول ۱: گردش مالی سالانه جهانی گوهرسنگها، فلزات قیمتی و جواهرات

دسته بندی	متوسط گردش مالی سالیانه
گوهرسنگها (به صورت خام) بدون الماس	۲۳ میلیارد دلار
فلزات قیمتی	۴۰۰-۵۰۰ میلیارد دلار
جواهرات	۶۰۰ میلیارد دلار

۳- اهمیت صنعت گوهر در کشور

گوهرسنگ و فلزات قیمتی اگر با هم در نظر گرفته شوند که بی ارتباط باهم نیز نیستند، جایگاه جهانی قابل توجهی دارد، و مقامی در مقایسه نفت، فلزات و... دارد.

در کشور ما هم صنعت گوهرسنگ چندین مزیت دارد که، چنانچه این صنعت توسعه یابد می تواند یک جایگاه اقتصادی قابل قبولی برای کشور ما باشد. هدف از تدوین این گزارش مهم نشان دادن جایگاه واقعی و چگونگی رسیدن به آن است.

به طور تاریخی فرهنگ ایران و اقتصاد خانواده یا گوهرسنگ نزدیک بود هر چند امروز تا حدودی تکیه اقتصادی و پشتوانه اقتصاد خانوادهها طلا است ولی سنگهای قیمتی نیز در این گروه قرار می گیرد.

از نظر فرهنگی ایرانیان در مقایسه با خیلی از ملیتهای دنیا علاقه بیشتر به گوهرسنگها دارند و این در اقتصاد داخل مربوط به گوهر قابل توجه است. همچنین می توان موارد زیر را ذکر کرد:

- بازار داخلی پر رونق با جمعیت ۸۵ میلیونی خود جایگاه ویژه دارد.
- بازار منطقه ای کشورهای همسایه بخصوص همسایگان پیرامون خلیج فارس
- وجود منابع گوهرسنگهای متنوع در ایران
- وجود منابع متنوع و بسیار غنی در کشورهای هم ریشه، هم فرهنگ چون افغانستان، تاجیکستان، پاکستان و امکان تأمین آنها.
- وجود نیرو کار جوان و خلاق در ایران و آماده کار
- تلفیق هنر دستی ایرانی که با توجه به سابقه و فرهنگ ایرانی با صنعت گوهر که می تواند به عنوان یک مزیت نسبی بسیار قابل توجه در ارتباط با رقبای دیگر باشد.
- کم هزینه بودن راه اندازی کارگاههای تولید پردازش از نظر: ماشین آلات، و فضای لازم
- سادگی و آسانی از نظر حجمی، وزنی، نگهداری، حمل و نقل و جابجایی
- ارزش افزوده بالا در صنعت گوهرسنگها که تا ۳۰ برابر هم در مواردی ممکن است.
- پیچیده نبودن این صنعت و فراگیری آسان در یک آموزش چند ماهه

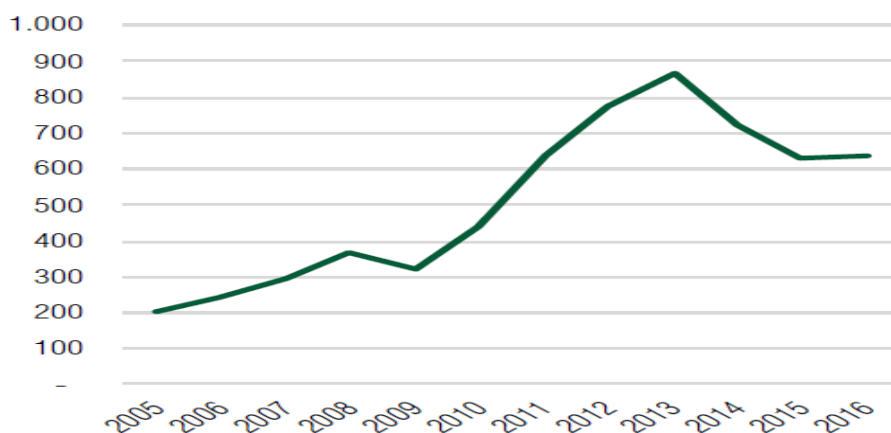
۴- تجارت جهانی

همانطور که یاد شد، ارزش افزوده بالا و اشتغال‌زایی بالای سنگ‌های قیمتی و نیمه‌قیمتی با هزینه‌ای اندک در مقایسه با سایر صنایع باعث شده این صنعت دارای سهم عظیمی در میزان اعتبار موجود در خزانه ملی بسیاری از کشورها گردد. به طور کلی گوهرسنگ‌ها از لحاظ اقتصادی و تجاری از چند دیدگاه قابل توجه هستند. گوهرسنگ‌ها در اقتصاد و تجارت به صورت زیر تعریف می‌شوند:

- حجم کم، ارزش بالا
 - نقل و انتقال آسان و گاه به آن‌ها تجارت چمدانی گفته می‌شود.
 - به‌عنوان پشتوانه‌ای مطمئن در اقتصاد خانواده‌ها به خصوص کشورهای جهان سوم و صد البته در ایران عزیز. هرچند که در این راستا بیشتر طلا مطرح است تا جواهرات که یکی از مزیت‌های منفی جواهرات در ایران است که باید مورد توجه قرار گیرد.
 - اشتغال‌زایی با هزینه کم و فراگیری آسان و سریع.
 - تنوع در کار با توجه به تنوع در انواع گوهرسنگ‌ها و کاربرد آن‌ها یعنی جواهرسازی.
 - فراگیر بودن صنعت به طوری که می‌تواند تمام لایه‌های اجتماعی را شامل شود.
- ارزش سالیانه تولید و تجارت جهانی سنگ‌های قیمتی در سال‌های ۲۰۱۹-۲۰۱۵ به بیش از ۶۰۰ میلیارد دلار رسیده است که رتبه بندی اول تا سوم به صورت زیر است:

- ✓ کشور هند در رتبه اول
- ✓ تایلند در رتبه دوم
- ✓ اسرائیل رتبه سوم

قابل ذکر است که این رقم شامل الماس می‌شود اما طلا را در بر نمی‌گیرد. به گزارش مجله Mining، میزان تبادلات طلا با نوسان بین ۴۰۰-۳۰۰ میلیارد دلار در سال است، در نمودار ۱ مقدار صادرات جهانی گوهرسنگ‌ها و جواهرات را تا سال ۲۰۱۶ مشاهده می‌نمایید، که در سال ۲۰۱۸ این سهم حدود ۶۰۰ میلیارد دلار بوده است.



نمودار ۱ صادرات جهانی سنگ‌های قیمتی و جواهرات از سال ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۶ (میلیارد دلار آمریکا)

۴-۱- گوهرسنگ‌ها

ارزش گوهرسنگ‌ها به طور خام و کارنشده معادل ۲۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۹ بوده است. هر چند برخی از آمارها، الماس را هم در این آمار به حساب نمی‌آورند، ولی الماس همینطور که گفته شد تجارتي در حدود ۷۵-۹۰ میلیارد دلار دارد، که مربوط به صنعت الماس گوهری است که از معدن به دست می‌آید و پردازش می‌شود.

متأسفانه هیچ آمار مستندی از میزان واردات، صادرات و مصرف انواع گوهرسنگ‌ها از جمله الماس، گوهرسنگ‌های قیمتی و نیمه قیمتی در کشور موجود نمی‌باشد. لذا کارگروه تدوین استراتژی با کسب نظرات خبرگان این صنعت، میزان تقریبی ارزش بازار گوهرسنگ‌های خام را معادل ۱۰۰ میلیون دلار و جواهرات را ۲,۴ میلیارد دلار در سال ۱۳۹۸ تعیین نمود که به عنوان مبنا در تعیین وضعیت مطلوب مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

۵- مروارید در کشور

یکی از انواع فراوان و پر رونق گوهرسنگ‌ها مروارید می‌باشد. مروارید در صنعت گوهرسنگ‌ها به شرح زیر هستند:

۱- مروارید طبیعی در بدن صدف‌های نرم‌تنان که مقدار آن زیاد نمی‌باشد و نقشی در اقتصاد صنعت مروارید ندارد.

۲- مروارید پرورشی این نوع مروارید تولیدش به صورت طبیعی در بدن صدف می‌باشد. اما روش تولید به دست بشر است طوری که صدف‌های مناسب را انتخاب و پرورش می‌دهد و در بدن آن‌ها یک خار، کار می‌گذارند و در نهایت صدف مشابه حالتی که خار طبیعی وارد بدنش شده است واکنش نشان می‌دهد و مروارید تولید می‌کند که امروزه در ژاپن، چین و بحرین بازار بسیار مناسبی دارد.

در سواحل خلیج فارس ایران گونه‌های بسیار مناسب صدف که مروارید عالی تولید می‌کنند وجود دارد. در واقع خلیج فارس یکی از نقاط خوب پرورشی صدف‌های مستعد تولید مروارید می‌باشد. ایجاد چند پرورشگاه برای تولید مروارید پرورشی و صنایع وابسته بدان می‌تواند در رونق مروارید کشور مفید واقع شود.

۶- مهمترین نقاط قوت و ضعف و فرصت ها و تهدیدهای صنعت

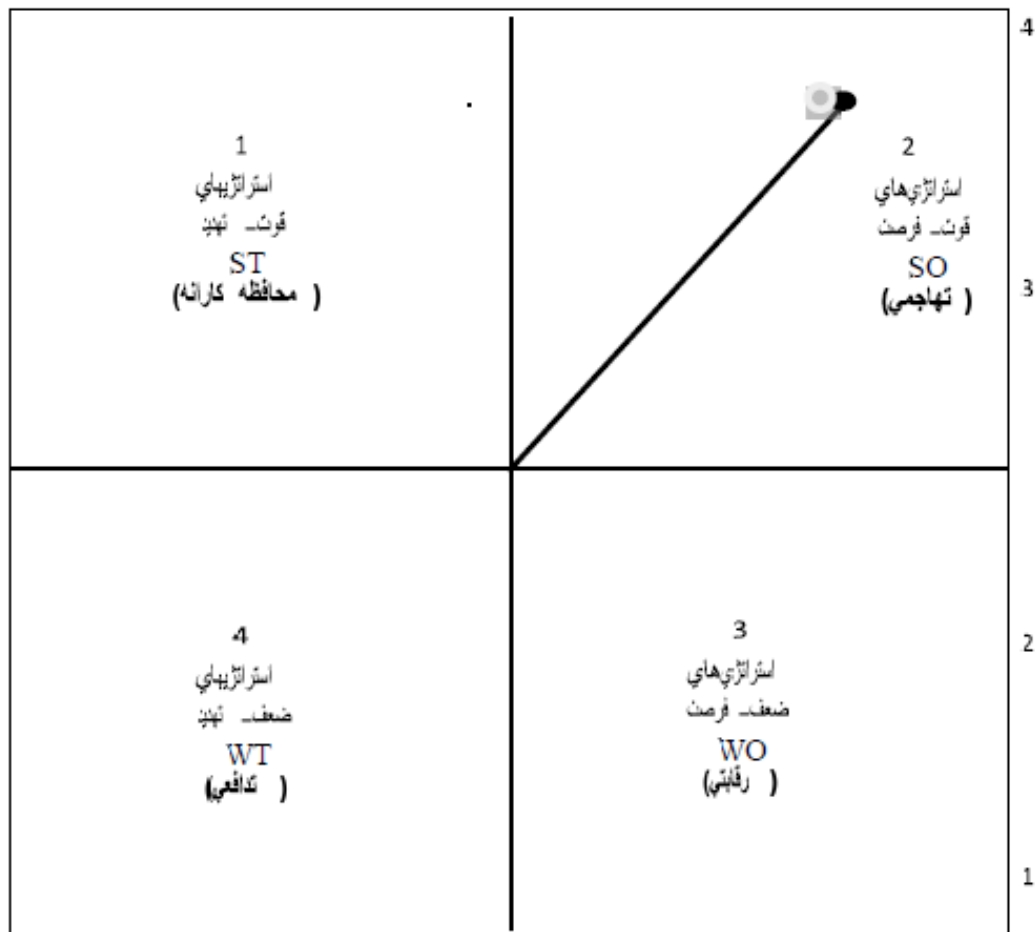
ردیف	عنوان قوت	وزن	امتیاز
۱	ارزش افزوده بالای صنعت	۰/۱۴	۰/۷
۲	وجود ذخائر غنی انواع سنگ‌های نیمه قیمتی در کشور	۰/۰۸	۰/۴
۳	برخورداری از مزایای قوانین حمایتی صنایع خانگی و دستی	۰/۰۷	۰/۲۸
۴	وجود مراکز آموزشی و تجربه آموزش در این صنعت در کشور	۰/۰۶	۰/۱۸
۵	ساخت داخل ماشین‌آلات و تجهیزات فرآوری	۰/۰۵	۰/۱۵
۶	سابقه طولانی در بازار داخلی و برخی کشورهای منطقه	۰/۰۲	۰/۰۶
	جمع امتیاز		۱/۷۷
	سهام از کل امتیاز ۹ مورد نقاط قوت شناسایی شده صنعت		۶/۹۴ درصد
ردیف	عنوان ضعف	وزن	امتیاز
۱	عدم تکمیل اکتشافات تفصیلی جهت شناخت کامل ذخائر کشور	۰/۰۶	۰/۲۴
۲	کمبود تراشکار و ضعف آموزش تراش سنگ‌های قیمتی	۰/۰۶	۰/۲۴
۳	کمبود واحدهای فرآوری صنعتی	۰/۰۶	۰/۲۴
۴	عدم شناسایی ذخائر سنگ‌های قیمتی مناسب در کشور تا کنون	۰/۰۵	۰/۱۵
۵	عدم وجود آمار و اطلاعات مستند در حوزه‌های مختلف صنعت	۰/۰۵	۰/۱۵
۶	مدیریت سنتی و سطح پائین تحصیلات و آموزش نیروی انسانی شاغل	۰/۰۵	۰/۱۵
۷	نبود استاندارد ملی برای گوهرسنگ در کشور	۰/۰۴	۰/۱۲
۸	میزان اشتغال پائین در صنعت علیرغم وجود پتانسیل‌های بالقوه	۰/۰۴	۰/۱۲
	جمع امتیاز		۱/۴۱
	سهام از کل امتیاز ۱۴ مورد نقاط ضعف شناسایی شده صنعت		۵/۸۱ درصد

ردیف	عنوان فرصت	وزن	امتیاز
۱	وجود بازار بزرگ مصرف داخلی، منطقه‌ای و جهانی	۰/۱	۰/۵
۲	سرمایه‌گذاری کم به ازای هر شغل	۰/۱	۰/۵
۳	امکان واردات سنگ‌های قیمتی از کشورهای همسایه (افغانستان، پاکستان، تاجیکستان)	۰/۰۶	۰/۲۴
۴	وجود نیروی جوان با تحصیلات دانشگاهی و جویای کار	۰/۰۴	۰/۱۶
۵	استفاده از تجارب کشورهای پیشرو صنعت در زمینه مدیریت و آموزش منابع انسانی	۰/۰۵	۰/۱۵
۶	استفاده از تجارب کشورهای پیشرو صنعت در زمینه تولید	۰/۰۳	۰/۱۲
۷	وجود تجارب فرآوری و افراد آموزش دیده در کشور	۰/۰۴	۰/۱۲
۸	استفاده از تجارت الکترونیکی جهت بازاریابی و توسعه بازار	۰/۰۴	۰/۱۲
	جمع امتیاز		۱/۹۱
	سهم از کل امتیاز ۱۰ مورد فرصت شناسایی شده صنعت		۹۴ درصد
ردیف	عنوان تهدید	وزن	امتیاز
۱	وجود رقبای قوی در سطح جهان	۰/۱	۰/۴۰
۲	واردات و صادرات چمدانی و قاچاق	۰/۰۸	۰/۳۲
۳	تعدد سازمان‌ها و تشکل‌های متولی و ساختار نامناسب زنجیره تولید صنعت	۰/۰۷	۰/۲۸
۴	نامناسب بودن فضای کسب و کار	۰/۰۶	۰/۲۴
۵	عدم استفاده از روش‌ها و ماشین‌آلات نوین در استخراج و فرآوری	۰/۰۵	۰/۱۵
۶	نبود مراکز معتبر دارای اعتبار جهانی در کشور، جهت عیارسنجی و صدور گواهی‌نامه برای حصولات	۰/۰۴	۰/۱۲
	جمع امتیاز		۵۱/۱
	سهم از کل امتیاز ۱۰ مورد تهدید شناسایی شده صنعت		۸۴/۴ درصد

۷- تجزیه و تحلیل محیط داخلی و خارجی (IE) و تعیین استراتژی کلی صنعت گوهرسنگ کشور

مجموع امتیاز عوامل داخلی و خارجی صنعت گوهرسنگ کشور به ترتیب برابر ۶/۳ و ۸۲/۳ می‌باشند که با تعیین محل تلاقی آن‌ها روی دو محور امتیاز ارزیابی عوامل داخلی و خارجی مشخص می‌شود که نقطه تلاقی آن‌ها در مربع ۲ قرار می‌گیرد که نشان‌دهنده استراتژی تهاجمی (رشد و توسعه) برای این صنعت می‌باشد.

نمودار ۲: امتیاز ارزیابی عوامل داخلی



۸- استراتژی‌ها در حوزه های مختلف صنعت گوهرسنگ

در ماتریس SWOT زیر ۴ گروه استراتژی‌های ((WO، (ST)،SO)) و (WT) از تعامل نقاط قوت - فرصت، قوت-تهدید، ضعف - فرصت و ضعف - تهدید صنعت تدوین شده‌اند که با توجه به نتایج ارزیابی عوامل داخلی و خارجی استراتژی‌های SO (رشد و توسعه)، استراتژی‌های غالب صنعت می‌باشند.

ماتریس SWOT صنعت سنگ‌های قیمتی و نیمه قیمتی

نقاط ضعف (W)	نقاط قوت (S)	
<p>W ۱- عدم تکمیل اکتشافات تفصیلی جهت شناخت کامل ذخائر کشور</p> <p>W ۲- عدم شناسایی ذخائر سنگ‌های قیمتی مناسب در کشور تا کنون</p> <p>W ۳- کمبود واحدهای فرآوری صنعتی</p> <p>W ۴- کمبود تراشکار و ضعف آموزش تراش سنگ‌های قیمتی</p> <p>W ۵- عدم وجود آمار و اطلاعات مستند در حوزه‌های مختلف صنعت</p> <p>W ۶- مدیریت سنتی و سطح پائین تحصیلات و آموزش نیروی انسانی شاغل</p> <p>W ۷- نبود استاندارد ملی برای گوهرسنگ در کشور</p> <p>W ۸- میزان اشتغال پایین در صنعت علیرغم وجود پتانسیل‌های بالقوه</p>	<p>S ۱- ارزش افزوده بالای صنعت</p> <p>S ۲- وجود ذخائر غنی انواع سنگ‌های نیمه‌قیمتی در کشور</p> <p>S ۳- برخورداری از مزایای قوانین حمایتی صنایع خانگی و دستی</p> <p>S ۴- وجود مراکز آموزشی و تجربه آموزش در این صنعت در کشور</p> <p>S ۵- ساخت داخلی ماشین آلات و تجهیزات فرآوری</p> <p>S ۶- سابقه طولانی در بازار داخلی و برخی کشورهای منطقه</p>	<p>عوامل داخلی</p> <p>عوامل خارجی</p>
فرصت‌ها (WO)	فرصت‌ها (SO)	فرصت‌ها (O)
<p>استراتژی‌های مبتنی بر ضعف‌ها و فرصت‌ها (WO)</p> <p>۱- توسعه منابع تأمین سنگ خام</p> <p>۲- توسعه مدیریت و منابع انسانی</p> <p>۳- مدیریت مناسب آمار و اطلاعات صنعت</p>	<p>استراتژی‌های مبتنی بر قوت‌ها و فرصت‌ها (SO)</p> <p>۱- توسعه سرمایه‌گذاری و تولید</p> <p>۲- توسعه بازار داخلی، منطقه‌ای و جهانی</p>	<p>O ۱- وجود بازار بزرگ مصرف داخلی، منطقه‌ای و جهانی</p> <p>O ۲- سرمایه‌گذاری کم به ازای هر شغل</p> <p>O ۳- امکان واردات سنگ‌های قیمتی در کشورهای همسایه (افغانستان، پاکستان و تاجیکستان)</p> <p>O ۴- وجود نیروی جوان با تحصیلات دانشگاهی و جویای کار</p> <p>O ۵- استفاده از تجارب کشورهای پیشرو صنعت در زمینه مدیریت و آموزش منابع انسانی</p> <p>O ۶- استفاده از تجارب کشورهای پیشرو صنعت در زمینه تولید</p> <p>O ۷- وجود تجارب فرآوری و افراد آموزش دیده در کشور</p> <p>O ۸- استفاده از تجارت الکترونیکی جهت توسعه بازار</p>

تهدیدها (T)	استراتژی‌های مبتنی بر قوت‌ها و تهدیدها (ST)	استراتژی‌های مبتنی بر ضعف‌ها و تهدیدها (WT)
۱ T - وجود رقبای قوی در سطح جهان ۲ T - واردات و صادرات چمدانی و قاچاق ۳ T - نامناسب بودن فضای کسب و کار ۴ T - تعدد سازمان‌ها و تشکل‌های متولی و ساختار نامناسب زنجیره تولید صنعت ۵ T - عدم استفاده از روش‌ها و ماشین‌آلات نوین در استخراج و فرآوری ۶ T - نبود مراکز معتبر دارای اعتبار جهانی در کشور، جهت عیارسنجی و صدور گواهینامه برای محصولات	۱- اصلاح ساختار کلان صنعت ۲- توسعه زیرساخت‌ها و محیط کسب و کار ۳- ارتقاء رقابت‌پذیری صنعت	۱- بهبود ساختار صنعت ۲- بهبود محیط کسب و کار ۳- بهبود روش‌های تولید

۹- وضعیت مطلوب (چشم انداز، مأموریت و اهداف) صنعت گوهرسنگ ایران

با توجه به جمع‌بندی نتایج حاصل از بررسی عوامل مؤثر بر ترسیم و تدوین وضعیت مطلوب صنعت گوهرسنگ کشور، به ویژه تعیین استراتژی تهاجمی "رشد و توسعه"، و با در نظر داشتن نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی و در نظر گرفتن میزان مصرف و سهم ایران از بازار جهانی گوهرسنگ و جواهرات بر اساس تصمیمات کمیته تدوین استراتژی ایمیدرو، سهم ایران از ارزش بازار جهانی صنعت گوهرسنگ و صنعت جواهرات تا سال ۱۴۱۰ بر اساس ارقام جدول زیر تعیین و به تبع آن چشم‌انداز، مأموریت، ارزش‌ها و اهداف صنعت گوهرسنگ کشور تعریف و تدوین گردیده‌اند.

جدول ۲: سهم ایران از ارزش بازار جهانی صنعت گوهرسنگ و صنعت جواهرات تا سال ۱۴۱۰

دوره	ارزش بازار جهانی گوهرسنگ (میلیارد دلار)	سهم ایران		ارزش بازار جهانی جواهرات (میلیارد دلار)	سهم ایران	
		درصد	ارزش (میلیون دلار)		درصد	ارزش (میلیارد دلار)
پایان ۱۴۰۵	۳۲	۱	۳۲۰	۷۶۶	۰,۵	۳,۸۳
پایان ۱۴۱۰	۴۱	۲	۸۲۰	۹۷۷	۱	۹,۷۷

در جدول فوق مفروضات زیر در نظر گرفته شده‌اند:

۱- براساس آخرین اطلاعات موجود، ارزش بازار جهانی گوهرسنگ و جواهرات در سال ۲۰۱۸ به ترتیب برابر ۲۳ و ۶۰۰ میلیارد دلار بوده و ارزش هر یک در سال‌های مندرج در جدول بر اساس نرخ رشد جهانی ۵ درصد آن‌ها محاسبه گردیده‌است.

۲- براساس تصمیم اتخاذ شده در کمیته استراتژی، ارزش بازار گوهرسنگ مصرفی کشور در سال ۱۳۹۸ معادل ۱۰۰ میلیون دلار و ارزش بازار جواهرات مصرفی معادل ۲,۴ میلیارد دلار بوده که سهم آن‌ها از ارزش بازار جهانی هر یک به ترتیب برابر ۰,۴۲ درصد و ۰,۴ درصد می‌باشد. در مورد مبلغ ارزش جواهرات توجه به این نکته در برنامه‌ریزی توسعه صنعت حائز اهمیت می‌باشد که حدود ۹۵ درصد از ارزش آن مربوط به واردات الماس و سنگ‌های قیمتی می‌باشد.

۳- در جهت اجرای استراتژی تهاجمی بدست‌آمده از تحلیل عوامل داخلی و خارجی و به منظور توسعه این صنعت در کشور، سهم در نظر گرفته شده برای گوهرسنگ در پایان سال ۱۴۰۵ برابر ۱ درصد بازار جهانی و سهم آن در پایان سال ۱۴۱۰ برابر ۲ درصد یعنی ۲ برابر سهم در پایان سال ۱۴۰۵ منظور گردیده‌است.

۴- جهت دستیابی به سهم ۱ درصد و ۲ درصد از بازار جهانی گوهرسنگ‌ها تا سال‌های ۱۴۰۵ و ۱۴۱۰ ضروری است برنامه‌ریزی و اقدامات لازم برای رسیدن به رشد سالانه ۲۲ درصد (هر سال نسبت به سال قبل) در هر دو دوره ۱۳۹۹-۱۴۰۵ و ۱۴۰۵-۱۴۱۰ فراهم گردد.

۵- در جهت توسعه بخش جواهرات نیز سهم در نظر گرفته شده برای آن در پایان سال ۱۴۰۵ برابر ۰,۵ درصد بازار جهانی و سهم آن در پایان سال ۱۴۱۰ برابر ۱ درصد یعنی ۲ برابر سهم در پایان سال ۱۴۰۵ منظور گردیده‌است.

در جهت برنامه‌ریزی دقیق‌تر برای دستیابی به سهم‌های تعیین شده در جدول فوق برای گوهرسنگ در طول دو دوره، با در نظر داشتن کلیه عوامل محیط داخلی و خارجی از جمله وجود منابع معدنی، دانش فنی و سابقه تولید و منابع مالی مورد نیاز برای سرمایه در گردش بالا، بسترسازی لازم، سهم گوهرسنگ‌ها و الماس از سهم کلی منظور شده برای انواع گوهرسنگ، در جدول زیر آورده شده‌اند.

جدول ۳: سهم انواع گوهرسنگ‌ها از ارزش بازار ایران تا سال ۱۴۱۰

دوره	نیمه قیمتی		قیمتی		الماس	
	سهم %	ارزش (میلیون دلار)	سهم %	ارزش (میلیون دلار)	سهم %	ارزش (میلیون دلار)
پایان ۱۴۰۵	۸۰	۲۵۶	۱۵	۴۸	۵	۱۶
پایان ۱۴۱۰	۵۵	۴۵۱	۳۰	۲۴۶	۱۵	۱۲۳

۹-۱- چشم انداز صنعت

صنعت گوهرسنگ ایران به عنوان یک هنر صنعت، یکی از صنایع معدنی ایران است که با توجه به دو بعد صنعتی و هنری آن، به دنبال توسعه همه جانبه خود و صنایع وابسته و کسب سهم ۲ درصدی از ارزش بازار جهانی گوهرسنگ و سهم ۱ درصدی از بازار جهانی جواهرات تا پایان سال ۱۴۱۰ می‌باشد.

۹-۲- مأموریت صنعت

مأموریت صنعت با در نظر داشتن ۹ ویژگی لازم شامل: مشتریان، محصولات و خدمات، بازارها، فناوری، بقا، رشد و سودآوری، فلسفه وجودی، توجه به جامعه و منابع انسانی، به شرح زیر می‌باشد:

"مأموریت و رسالت گوهرسنگ کشور، توسعه همه جانبه خود و صنایع و خدمات وابسته، از طریق تولید رقابتی انواع محصولات نهائی گوهرسنگ مورد نیاز بازار داخلی و جهانی برای کسب سهم ۲ درصدی از ارزش بازار جهانی گوهرسنگ و سهم ۱ درصدی از بازار جهانی جواهرات تا پایان سال ۱۴۱۰ با استفاده حداکثری از مزیت‌های نسبی کشور، از جمله ذخائر غنی و متنوع سنگ‌های نیمه‌قیمتی موجود، نیروی انسانی دارای تحصیلات دانشگاهی و آماده کار و واردات الماس و سنگ‌های خام قیمتی رنگی به‌ویژه از کشورهای منطقه با نام‌های تجاری معتبر (برند) ایرانی می‌باشد.

۹-۳- ارزش‌های صنعت

- خدمت به مشتریان و تأمین حداکثری رضایت و وفاداری آن‌ها
- جلب اعتماد مشتریان و اطمینان دادن به آن‌ها از کیفیت و اصالت محصولات
- توجه به اخلاق حرفه‌ای و تلاش و برنامه ریزی برای تعمیم آن
- مبارزه با فساد و تقلب با توجه به ماهیت خاص صنعت

۹-۴- اهداف صنعت

عوامل مؤثر بر تعیین اهداف صنعت و دستیابی به آن‌ها به شرح زیر می‌باشند:

- توسعه زیر ساخت‌ها و بهبود فضای کسب و کار
- توسعه اکتشافات و سرمایه‌گذاری در معادن
- بهبود رشد اقتصادی ایران و جهان و به تبع آن افزایش تقاضا برای انواع
- توسعه روابط سیاسی ایران و کشورهای صنعتی و تسهیل تعاملات جهانی
- اجرا و تشویق سیاست توسعه صادرات غیر نفتی و امکان افزایش
- عضو شدن ایران در سازمان تجارت جهانی (WTO) و به تبع آن حذف کمک‌های یارانه‌ای و غیر یارانه ای دولت و سخت‌شدن قابلیت رقابت صنایع
- عضو شدن ایران در کنفدراسیون جهانی جواهرات (CIBJO)
- توسعه سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی
- توسعه کارآفرینی

اهداف گوهرسنگ کشور در ۷ حوزه مواد اولیه، فناوری، فرآوری و تولید، مدیریت و منابع انسانی، مالی و سرمایه‌گذاری، بازار و زیرساخت و فضای کسب و کار، با توجه به "نقاط ضعف و قوت" و "فرصت‌ها و تهدیدها" و ۸ عامل کلیدی فوق‌الذکر محیطی تأثیرگذار بر تحقق آن‌ها ضمن در نظر داشتن ویژگی‌های SMART بودن اهداف (مشخص بودن، قابل اندازه‌گیری بودن، قابل دستیابی بودن، قابل اعتماد بودن و ملموس بودن) با توجه به چشم انداز و مأموریت تعریف‌شده در فوق بشرح زیر می‌باشند.

۹-۴-۱- اهداف حوزه معدن و مواد اولیه

- شناسایی کلیه ذخائر معدنی سنگ‌های قیمتی و نیمه قیمتی قابل بهره‌برداری کشور
- بهره‌برداری مناسب فنی اقتصادی و رسمی از معادن کشور
- تأمین انواع سنگ خام (الماس، سنگ‌های قیمتی رنگی خام و نیمه قیمتی) متناسب با سهم تعیین شده در چشم‌انداز از منابع داخلی و خارجی
- بهره‌برداری مناسب فنی اقتصادی و رسمی از معادن با اصلاح قوانین و مقررات و تهیه دستورالعمل‌های لازم

۹-۴-۲- اهداف حوزه فناوری

- ارتقاء سطح فناوری واحدهای معدنی و فرآوری صنعتی و صنایع دستی با استفاده از فناوری‌های روز جهان به‌ویژه جهت تراش سنگ‌های قیمتی و الماس
- اصلاح زنجیره تولید و ارزش صنعت در راستای افزایش کمی و کیفی و رقابت‌پذیری آن
- ارتقاء سطح کیفی محصولات و رقابت‌پذیری سازندگان و تولیدکنندگان داخلی ماشین‌آلات، تجهیزات و مواد مصرفی

۹-۴-۳- اهداف حوزه فرآوری و تولید

- توسعه واحدهای فرآوری صنعتی جهت تولید انبوه با توجه به صرفه مقیاس اقتصادی تولید
- توسعه تولید در بخش صنایع دستی از طریق ایجاد شرکت‌های هولدینگ
- توسعه تکنولوژی‌های پیشرفته تراش و بهسازی گوهرسنگ‌ها
- ارتقاء استاندارد محصولات تولیدی تا سطح استانداردهای کشورهای مطرح در صنعت
- توسعه طراحی و مهندسی محصولات جدید با توجه به نیاز بازار
- توسعه بخش فرآوری الماس و سنگ‌های قیمتی رنگی با سنگ‌خام وارداتی جهت تأمین نیاز داخلی و صادرات
- استفاده از ظرفیت‌های صنعت گوهر در اشتغال‌زایی

۹-۴-۴- اهداف حوزه مدیریت و منابع انسانی

- بهبود ساختار کلان و ارتقاء سطح مدیریت صنعت
- رشد و توسعه منابع انسانی، خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی
- دایر نمودن رشته‌های دانشگاهی، تدوین سرفصل‌های آموزشی یکپارچه و تفکیک نقش سازمان‌های مختلف متولی
- تدوین استانداردهای لازم جهت صدور شناسنامه‌ها گوهری، رتبه‌بندی کیفی آزمایشگاه‌ها و کارشناسان گوهرشناسی
- حمایت از پروژه‌های پژوهشی، ترجمه، تدوین و تألیف کتب روز و تشکیل انجمن‌های علمی

۹-۴-۵- اهداف حوزه مالی و سرمایه‌گذاری

- جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی
- توسعه منابع مالی به منظور تأمین سرمایه در گردش مورد نیاز صنعت

۹-۴-۶- اهداف حوزه بازار

- کسب سهم ۲ درصدی از ارزش بازار جهانی گوهرسنگ و سهم ۱ درصدی از بازار جهانی جواهرات تا پایان سال ۱۴۱۰ براساس چشم‌انداز تعریف شده
- تسهیل و شفاف‌سازی واردات و صادرات انواع سنگ‌خام و محصولات نهایی
- ایجاد برند ایرانی برای محصولات صنعت گوهرسنگ کشور
- اصلاح قوانین و مقررات واردات و صادرات گوهرها با توجه به قوانین کشورهای پیشرو در صنعت گوهر و جواهر

۹-۴-۷- اهداف حوزه زیرساخت و فضای کسب و کار

- مستندسازی آمار و اطلاعات صنعت
- ارتقاء کارائی و اثربخشی تشکلهای صنعت
- توسعه مراکز ارائه‌دهنده خدمات فنی، مهندسی و مشاوره‌ای مورد نیاز صنعت

- توسعه بیمه‌های پوشش‌دهنده ریسک‌ها در زنجیره ارزش صنعت
- توسعه روابط تجاری با بازیگران اصلی صنعت در جهان
- توسعه زیرساخت‌های تجارت الکترونیک
- توسعه نمایشگاه‌های داخلی با هدف فرهنگ‌سازی و شرکت در نمایشگاه‌های خارجی با هدف شناسایی و ایجاد بازار

با توجه به امتیاز نهایی جذابیت ۶ استراتژی صنعت گوهرسنگ، اولویت آن‌ها تعیین و در جدول زیر نشان داده شده‌اند.

جدول ۴: استراتژی‌های گوهرسنگ کشور و اولویت آن‌ها

رتبه اولویت	امتیاز جذابیت	استراتژی‌ها
۱	۳,۹۴	اصلاح ساختار کلان صنعت
۲	۳,۸۰	توسعه زیرساخت‌ها و بهبود محیط کسب و کار
۳	۳,۷۰	توسعه منابع تأمین سنگ خام
۴	۳,۶۱	توسعه مدیریت و منابع انسانی
۵	۳,۵۳	توسعه سرمایه‌گذاری و تولید
۶	۳,۲۵	توسعه بازار داخلی، منطقه‌ای و جهانی

۱۰- نقشه راه توسعه صنعت گوهرسنگ کشور تا ۱۴۱۰

در زیر نقشه راه توسعه صنعت گوهرسنگ کشور شامل برنامه‌ها و اقدامات عملی مرتبط با استراتژی‌های تدوین شده، برحسب اولویت، ضمن تعیین متولیان هر یک از آن‌ها، در دوره ۱۳۹۹ الی ۱۴۰۵ و ۱۴۰۵ الی ۱۴۱۰، آورده شده‌است.

۱۳۹۹-۱۴۰۵
استراتژی‌ها
۱- اصلاح ساختار کلان صنعت ۲- توسعه زیرساخت‌ها و بهبود محیط کسب و کار ۳- توسعه مدیریت و منابع انسانی ۴- توسعه منابع تأمین سنگ خام ۵- توسعه سرمایه‌گذاری و تولید

استراتژی اصلاح ساختار کلان صنعت	
متولی	برنامه‌ها و اقدامات :
حوزه وزارتی - ایمیدرو	۱- تشکیل شورای راهبری گوهرسنگ
اتاق بازرگانی - اتاق اصناف	۲- تأسیس خانه گوهر ایران
ایمیدرو - سازمان استاندارد	۳- احداث مرکز ارزیابی و اعتبارسنجی گوهرسنگ ایران
سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران	۴- ایجاد شهرک‌های صنفی یا کارگاه‌های تخصصی و زون‌های تخصصی و توسعه خوشه‌های مرتبط و تجمیع آن در ۵ استان دارای گمرک تخصصی
بخش خصوصی - تشکل‌های تخصصی و حرفه‌ای در حوزه صنعت گوهرسنگ	۵- تأسیس مراکز طراحی، مشاوره‌ای و فنی اختصاصی صنعت گوهرسنگ
معاونت امور صنایع وزارت صمت	۶- توسعه ساخت داخلی ماشین‌آلات و تجهیزات، ابزار و مواد اولیه و مصرفی در صنعت گوهرسنگ
بخش خصوصی با حمایت دولت	۷- ارتباط رسمی با CIBJO اتحادیه جهانی گوهرسنگ‌ها و آزمایشگاه‌های مرجع دنیا
استراتژی توسعه زیرساخت‌ها و بهبود محیط کسب و کار	
متولی	برنامه‌ها و اقدامات :
معاونت امور معادن و صنایع معدنی وزارت صمت معاونت امور صنایع وزارت صمت	۱- مدیریت صادرات انواع گوهرسنگ خام
دفتر مقررات صادرات و واردات وزارت صمت با همکاری سازمان‌های مجوزدهنده	۲- استقرار نظام خوداظهاری در واردات و صادرات انواع گوهرسنگ و اصلاح فرآیندهای واردات و صادرات (قطعی - موقت - حضور در نمایشگاه) و تصویب فرآیندهای مربوطه و اصلاح سامانه امور جامع گمرکی
معاونت امور معادن و صنایع معدنی وزارت صمت معاونت امور صنایع وزارت صمت	۳- اصلاح نظام تعرفه‌ای و تکمیل کد تعرفه‌های انواع گوهرسنگ‌ها
سازمان توسعه تجارت ایران	۴- پیگیری اعطای مشوق‌های صادراتی برای صادرات انواع گوهرسنگ کارشده

معاونت امور صنایع وزارت صمت سازمان امور مالیاتی	۵- پیگیری معافیت بیمه و مالیات برای کارگاه‌های تراش گوهرسنگ خام در مناطق دارای پتانسیل تولید به مدت ۱۰ سال
معاونت امور معادن و صنایع معدنی وزارت صمت- سازمان امور مالیاتی	۶- پیگیری معافیت بیمه و مالیات برای معادن انواع گوهرسنگ به مدت ۱۰ سال
معاونت امور معادن و صنایع معدنی وزارت صمت	۷- پیگیری ارائه تخفیفات در پرداخت حقوق دولتی برای معادن انواع گوهرسنگ به مدت ۱۰ سال
معاونت امور صنایع وزارت صمت- مجلس	۸- پیگیری حذف مالیات بر ارزش افزوده در زنجیره تولید صنعت گوهرسنگ
معاونت امور صنایع وزارت صمت- گمرک- اتاق اصناف - بخش خصوصی	۹- ایجاد اتاق گوهر و فلزات گرانبها در گمرکات تخصصی به منظور ارائه کلیه خدمات از طریق پنجره واحد
استراتژی توسعه مدیریت و منابع انسانی	
متولی	برنامه ها و اقدامات :
سازمان زمین شناسی	۱- طراحی و استقرار پایگاه اطلاعات صنعت گوهرسنگ
ایمیدرو سازمان فنی و حرفه‌ای	۲- توسعه مراکز آموزشی تخصصی صنعت گوهرسنگ در مناطق دارای پتانسیل تولید به منظور تربیت تراشکاران خبره برای تراش گوهرسنگ‌های قیمتی و الماس
معاونت امور معادن و صنایع معدنی وزارت صمت	۳- تدوین استانداردهای آموزشی مشاغل صنعت، براساس نیازسنجی آموزشی کارکنان معادن و کارگاه‌های فرآوری گوهرسنگ
خانه گوهر ایران	۴- انتشار نشریه تخصصی صنعت گوهرسنگ ایران
ایمیدرو- گمرک	۵- آموزش به ارزیابان گمرک، ارکان وزارت صمت
ایمیدرو	۶- آموزش و پژوهش‌های تخصصی (قوانین، اکتشاف، استخراج، گوهرشناسی، فناوری، ابزار و ماشین آلات و) در زمینه گوهرسنگ
استراتژی توسعه منابع تأمین سنگ خام	
متولی	برنامه ها و اقدامات :
ایمیدرو با همکاری سازمان زمین‌شناسی	۱- توسعه فعالیت‌های اکتشافی جهت شناسایی ذخایر انواع گوهرسنگ‌ها شامل غربالگری اطلاعات موجود، مطالعات در سایر استان‌ها و اکتشافات جدید با اخذ پروانه‌های اکتشافی که به دریافت گواهی کشف منتج خواهد شد.
ایمیدرو معاونت امور معادن و صنایع معدنی وزارت صمت	۲- واگذاری محدوده‌های اکتشافی انواع گوهرسنگ‌ها به کارگاه‌های تراش واجد صلاحیت با رعایت قوانین و مقررات

ایمیدرو	۳- مطالعات امکان‌سنجی واردات سنگ خام الماس و گوهرسنگ‌های قیمتی از کشورهای منطقه و سایر کشورهای جهان
خانه گوهر ایران- اتاق بازرگانی با حمایت سازمان توسعه تجارت	۴- مشارکت با دارندگان معادن انواع گوهرسنگ‌ها در کشورهای دیگر به ویژه الماس و سنگ‌های قیمتی جهت واردات و تولید در کشور
ایمیدرو	۵- مطالعات امکان‌سنجی تولید الماس صنعتی در کشور
ایمیدرو با همکاری سازمان شیلات	۶- مطالعه امکان‌سنجی اجرای پایلوت طرح کشت صدف‌های مروارید ساز
استراتژی توسعه سرمایه‌گذاری و تولید	
متولی	برنامه‌ها و اقدامات :
ایمیدرو	۱- انجام مطالعات امکان‌سنجی تراش الماس در کشور به منظور تأمین نیاز داخلی و صادرات
سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران	۲- حمایت از احداث بازارچه‌ها و نمایشگاه‌های دائمی و موقت در مناطق گردشگری کشور و دارای گمرک تخصصی
بخش خصوصی با حمایت دولت	۳- تأسیس شرکت‌های مادر تخصصی در استان‌های دارای پتانسیل به منظور تحت پوشش قراردادن کارگاه‌های کوچک پراکنده در سطح کشور
بخش خصوصی با حمایت سازمان توسعه تجارت	۴- مشارکت با شرکت‌های مطرح منطقه‌ای و جهانی جهت توسعه صنعت گوهرسنگ کشور در حوزه‌های مختلف
سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران با استفاده از توان بخش خصوصی	۵- حمایت از ایجاد شهرک تخصصی گوهرسنگ در نزدیکی مرز افغانستان (تایباد) و احداث بازارچه‌های تراش و خرید و فروش انواع گوهرسنگ خام و کارشده در آن
ایمیدرو- وزارت صمت	۶- ارائه تسهیلات از طریق صندوق بیمه سرمایه‌گذاری فعالیت‌های معدنی و طرح تام
ایمیدرو	۷- مطالعات امکان‌سنجی استفاده صنعتی از گوهرسنگ‌ها نظیر گارنت

۱۴۰۵-۱۴۱۰	
استراتژی‌ها	
۱. توسعه منابع تأمین سنگ خام ۲. توسعه سرمایه‌گذاری و تولید ۳. توسعه بازار داخلی، منطقه‌ای و جهانی	
استراتژی توسعه منابع تأمین سنگ خام	
متولی	برنامه‌ها و اقدامات :
اتاق بازرگانی خانه گوهر ایران	۱- واردات انواع گوهرسنگ‌ها ویژه الماس و سنگ‌های قیمتی از دیگر کشورها جهت تأمین نیاز داخلی و صادرات در کشور
اتاق بازرگانی خانه گوهر ایران	۲- سرمایه‌گذاری در معادن الماس و گوهرسنگ‌های قیمتی در خارج از کشور برای تأمین سنگ خام الماس و سنگ‌های قیمتی
استراتژی توسعه سرمایه‌گذاری و تولید	
متولی	برنامه‌ها و اقدامات :
سازمان توسعه تجارت اتاق بازرگانی	۱- مشارکت با شرکت‌های مطرح منطقه‌ای و جهانی برای تراش و صادرات الماس و گوهرسنگ‌های قیمتی در کشور
بخش خصوصی معاونت امور صنایع وزارت صمت	۲- تولید الماس صنعتی در صورت مثبت بودن نتایج امکان‌سنجی
استراتژی توسعه بازار داخلی، منطقه‌ای و جهانی	
متولی	برنامه‌ها و اقدامات :
تشکل‌های خصوصی سازمان توسعه تجارت	۱- حضور یافتن تولیدکنندگان داخلی انواع محصولات گوهرسنگ در نمایشگاه‌های داخلی، منطقه‌ای و بین‌المللی
تشکل‌های خصوصی سازمان توسعه تجارت	۲- حمایت از برگزاری نمایشگاه‌های داخلی، منطقه‌ای و بین‌المللی توسط تولیدکنندگان انواع محصولات گوهرسنگ
بخش خصوصی خانه گوهر	۳- برندسازی در حوزه گوهرسنگ و جواهرات
تشکل‌های خصوصی سازمان توسعه تجارت معاونت صنایع دستی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی	۴- برگزاری حراجی‌های حرفه‌ای برای عرضه و فروش گوهرسنگ‌ها و فروش آنلاین در داخل و خارج از کشور

۱۱- ساختار پیشنهادی صنعت گوهرسنگ کشور

در حال حاضر صنعت گوهرسنگ کشور در دو بخش وزارت صنعت، معدن و تجارت و معاونت صنایع دستی وزارت میراث فرهنگی مدیریت می شود. لذا در جهت ایجاد هماهنگی در سیاست گذاری ها و برنامه ریزی ها، حمایت از دست اندازان صنعت و نظارت عالی بر عملکرد آن در سطح ملی، پیشنهاد می شود شورای عالی گوهرسنگ متشکل از نمایندگان وزارت صمت، وزارت میراث فرهنگی، ایمیدرو، بانک مرکزی، سازمان تأمین اجتماعی، سازمان امور مالیاتی، گمرک ایران و سازمان آموزش فنی و حرفه ای (بخش خصوصی بنا به اقتضا) تشکیل گردد. ضمناً در راستای بهینه سازی زنجیره تولید و ارزش این صنعت، ایجاد و توسعه برخی ارکان از جمله خانه گوهر ایران، واحدهای فرآوری صنعتی، شرکت های هلدینگ، مراکز فنی مهندسی، طراحی و مشاوره ای، مراکز ارزیابی و اعتبارسنجی و نمایشگاه ها و بازارچه ها جهت دستیابی به اهداف در راستای استراتژی های تدوین شده ضروری می باشد. ضمناً ساختار پیشنهادی در نمودار زیر ارائه گردیده است.



نموار ۴: ارزش صنعت گوهرسنگ و عوامل اجرایی آن