



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت معدن و تجارت

شاخص "ساخت کشور"

گزارش سال ۲۰۱۷

Made -In- Country Index (MICI)
Report ۲۰۱۷

مهر ۱۳۹۶

معاونت طرح و برنامه

دفتر آمار و فرآوری داده‌ها

شناسنامه گزارش:

عنوان: فارسی - شاخص "ساخت کشور" گزارش سال ۲۰۱۷

انگلیسی - ۲۰۱۷ Made -In- Country Index (MICI) Report

منبع: سایت www.statista.com

دوره زمانی انتشار گزارش منبع: سالیانه

پیشینه: -

تهیه شده در معاونت طرح و برنامه ، دفتر آمار و فرآوری داده‌ها

شماره تماس جهت ارائه نظرات: خانم جامی : ۸۱۷۶۲۴۹۶ - آقای سراجزاده : ۸۱۷۶۲۳۹۰

فهرست مطالب

<u>صفحه</u>	<u>عنوان</u>
۱	مقدمه
۲	۱. معرفی مرجع
۳	۲. معرفی شاخص " ساخت کشور "
۶	۳. رتبه‌بندی شاخص برجسب " ساخت کشور " در جهان
۱۲	۴. نتایج تغییر ذهنیت مثبت مردم از محصولات ساخت کشورها
۱۴	۵. رتبه‌بندی شاخص " ساخت کشور " و ویژگی‌های محصول
۲۰	۶. محبوبیت کالاهای ساخت ایران در بین کشورها

پیشگفتار

با جهانی شدن اقتصاد و گسترش پیوندهای اقتصادی کشورها با یکدیگر، آمارها، داده‌ها و شاخص‌های مقایسه‌ای بین کشوری اهمیتی بیش از پیش یافته است. بر همین اساس برخی سازمان‌های معتبر بین‌المللی اقدام به گردآوری و انتشار آمارها و شاخص‌های مقایسه‌ای بین کشوری می‌نمایند.

اطلاع از آخرین وضعیت کشورمان در این شاخص‌ها می‌تواند نقش به‌سزائی در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی سرمایه‌گذاران و فعالین تجاری و دیگر ذینفعان داشته باشد. لذا وزارت صنعت، معدن و تجارت وظیفه خود می‌داند با انتشار مستمر و فراگیر اینگونه آمارها و شاخص‌ها در کشور، ضمن کمک به ایجاد شفافیت در فضای کلان اقتصادی کشور، دسترسی فعالان اقتصادی را به اطلاعات مذکور تسهیل نماید.

امید است این سری گزارش‌ها زمینه بهبود تصمیم‌ها و سیاستگذاری‌های مرتبط با فضای کسب و کار را فراهم سازد. همکاران محترم می‌توانند نظرات خود در زمینه موضوعات گزارش و ساختار آن را به دفتر آمار و فرآوری داده‌ها ارائه نمایند. این سلسله گزارش‌ها از طریق پورتال وزارتخانه نیز قابل بهره‌برداری می‌باشد.

در دنیای امروز کشورها به دنبال ایجاد مزیت و فضای رقابتی برای محصولات و کالاهای تولیدی خود به منظور عرضه در حوزه تجارت بین‌المللی و منطقه‌ای هستند، تا پشتوانه‌ای مقتدر و باثبات در عرصه‌های اقتصادی برای خود فراهم نمایند.

بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته با اتخاذ سیاست‌های حمایت از بازار داخلی، صنایع خود را تا مرزهای رقابت‌پذیری جهانی رشد داده و با استفاده از روش‌های متنوعی از جمله شکستن قیمت‌ها و دامپینگ، سعی در به دست آوردن بازارهای هدف نموده‌اند. در این فضای رقابتی برچسب "ساخت کشور"^۱ که به اختصار **MICI**^۲ خوانده می‌شود، بر روی کالاها، در برگیرنده مفاهیمی مانند کیفیت، کارایی و اعتماد بوده و جایگاه ویژه‌ای در بازار یافته است. عجین شدن اعتبار و هویت ملی یک کشور با مفهوم برچسب "ساخت کشور" موجب شده تا کشورهای متقاضی ورود به بازارهای جدید و نیازمند توسعه، با اعتباربخشی به این برچسب، سعی در گشایش فضای تجاری گسترده‌تری در پیش روی تولیدکنندگان خود داشته باشند.

در راستای سوق دادن بازار به مصرف یک کالا، عوامل متعددی موثر است که از جمله می‌توان به استفاده از مواد اولیه مناسب، ارتقا فناوری، بهبود مستمر کیفیت، خدمات پس از فروش، قیمت مناسب، طراحی مناسب، همکاری با برندهای معتبر جهانی، رعایت استانداردهای ایمنی و عرضه در فروشگاه‌های زنجیره‌ای اشاره نمود. در سطح بازارهای بین‌المللی کاهش تنش‌های سیاسی به عنوان عامل بازدارنده در توسعه فعالیت‌های تجاری، ایجاد وجهه مناسب بین‌المللی، کاهش تنش در فضای منطقه‌ای و همسایگان، بهبود ارتباطات و روابط بین‌المللی، می‌تواند به بهبود نماد "ساخت کشور" کمک نماید.

^۱ Made In Country

^۲ Made-In-Country-Index

برچسب "ساخته شده در"^۳ ابتدا توسط انگلیسی‌ها در پایان قرن ۱۹ مورد استفاده قرار گرفت، تا محصولاتشان از محصولات ارزانتر و اقلام مشابه آلمانی متمایز گردد. از سال ۱۹۵۰ به دلیل تحولات گسترده اقتصادی در آلمان، کاربرد برچسب «ساخته شده در» به سرعت تغییر کرده و عنوان "ساخت آلمان" به مهر کیفیت محصول تبدیل گردید.

با توجه به اهمیت بسیار واژه برچسب "ساخته شده در"، مرجع آماری Statista، برای اولین بار در دوره ۲۰۱۶-۲۰۱۷ کشورها را براساس شاخص "ساخت کشور" رتبه‌بندی نموده است.

در این بررسی ویژگی‌های کیفیت، استانداردهای ایمنی، قیمت مناسب، منحصر به فرد بودن، طراحی، فناوری پیشرفته، اصالت، پایداری / سازگاری با محیط زیست، تولید منصفانه، نماد وضعیت به عنوان مولفه‌های اثرگذار در شاخص "ساخت کشور" مورد بررسی قرار گرفته است.

۱. معرفی مرجع

آمارهای مورد استفاده در این گزارش از سایت آماری Statista به آدرس www.Statista.com استخراج شده و دسترسی به خلاصه اطلاعات از طریق مراجعه به سایت برای عموم امکان پذیر است.

Statista، یکی از موسسه‌های پیشرو در حوزه آمار است که با استفاده از یک تیم مشتمل بر ۴۵۰ متخصص آمار، پایگاه داده و تحلیل‌گر، داده‌های کمی و آمار و اطلاعات مورد نیاز را از طریق پرسشنامه و تحقیقات میدانی برای پژوهشگران فراهم می‌نماید. متقاضیان اطلاعات آماری مذکور، طیف گسترده‌ای از شرکت‌های فعال در سطح جهانی و موسسات برتر دانشگاهی می‌باشند. از زمان راه‌اندازی این پایگاه در سال ۲۰۰۸، بیش از یک میلیون کاربر در آن ثبت نام کرده‌اند.

شرکا و همکاران Statista عبارتند از Mashable.com، The Independent Insider Business، Wall Street Journal و Forbes.

این موسسه علاوه بر استفاده از مراجع آمارهای بین‌المللی مانند UN، IMF و بانک جهانی، از منابع اطلاعاتی و آماری داخل کشورها نیز بهره می‌گیرد.

^۳ "Made in"

۲. معرفی شاخص " ساخت کشور "

شاخص "ساخت کشور" با هدف بررسی شهرت و محبوبیت محصولات کشورهای مختلف جهان در سال ۲۰۱۷ برای ۴۹ کشور و اتحادیه اروپا محاسبه شده است.

جدول شماره ۱، ویژگی‌های اثرگذار در محاسبه شاخص " ساخت کشور" را نشان می‌دهد.

جدول ۱. ویژگی‌های اثرگذار در محاسبه شاخص " ساخت کشور "

ردیف	ویژگی	توضیح
۱	کیفیت بالا High quality	کیفیت بسیار خوب کالا
۲	استانداردهای ایمنی بالا High security Standards	تکنیک‌های استفاده شده به منظور حفاظت از مصرف‌کننده و کاهش خطرات محیطی، رویکردهای مدیریت ریسک، آموزش، بهره‌وری و به‌روز بودن فناوری‌ها
۳	قیمت مناسب Very good value for money	ارزش پول پرداخت شده را دارد
۴	منحصر به فرد بودن Uniqueness	شرایطی که به عنوان یک عامل برای تبلیغ و یا فروش محصول، آن را از سایر محصولات درون یک دسته‌بندی جدا می‌نماید.
۵	طراحی عالی Excellent design	طراحی زیبا و مشتری پسند
۶	فناوری‌های پیشرفته Advanced technology	استفاده از پیشرفته‌ترین فناوری روز در تولید محصول
۷	اصالت Authenticity	نماد قابل اعتماد بودن و اعتبار تولیدکننده کالا
۸	پایداری / سازگاری با محیط زیست Sustainability/Eco-Friendliness	سازگاری با محیط زیست در فرآیند تولید و کالای نهایی
۹	تولید منصفانه Fair production	رعایت شرایط عادلانه و ضوابط اخلاقی در روند ساخت
۱۰	نماد وضعیت Status symbol	دیدگاه قابل مشاهده و بیرونی از موقعیت اجتماعی و شاخص درک وضعیت اقتصادی یا اجتماعی مصرف‌کننده است. بسیاری از کالاهای لوکس اغلب به عنوان نماد وضعیت مالی و اجتماعی شناخته می‌شوند.

برای بررسی این شاخص، شرکت پژوهشی دالیا^۴ به سفارش Statista، نظرات ۴۳۰۳۴ نفر از ۵۲ کشور را بر اساس ادراک آنان از محصولات ۵۰ کشور مختلف (۴۹ کشور و اتحادیه اروپا) با استفاده از پرسشنامه مورد

^۴ Dalia، یک شرکت فناوری است، که با استفاده از روش‌های خاصی، به طور مداوم در حال اصلاح و به‌روز رسانی روش جمع‌آوری داده‌ها برای اطمینان از نتایج آنها است.

ارزیابی قرار داده است. لازم به ذکر است، ایران در زمره کشورهای ارزیابی کننده نبوده ولی در فهرست کشورهای مورد ارزیابی منظور شده است.

نقشه شماره ۱ توزیع کشورهای ارزیابی کننده و مورد ارزیابی را نشان می دهد. هر پاسخ‌دهنده، سه کشور مختلف را ارزیابی نموده است. بدین ترتیب هر کشور حداقل توسط ۲۵۰۰ نفر مورد ارزیابی قرار گرفته و جمعاً ۱۲۹،۱۰۲ ارزیابی فردی انجام گرفته است. جدول شماره ۲ توزیع حجم نمونه پاسخ‌دهندگان در ۵۲ کشور را نشان می دهد.

علاوه بر این، در مطالعه فوق تغییر ذهنیت مردم کشورهای مختلف در طی ۱۲ ماه در خصوص ویژگی‌های محصولات کشور مورد نظر، بررسی شده است.

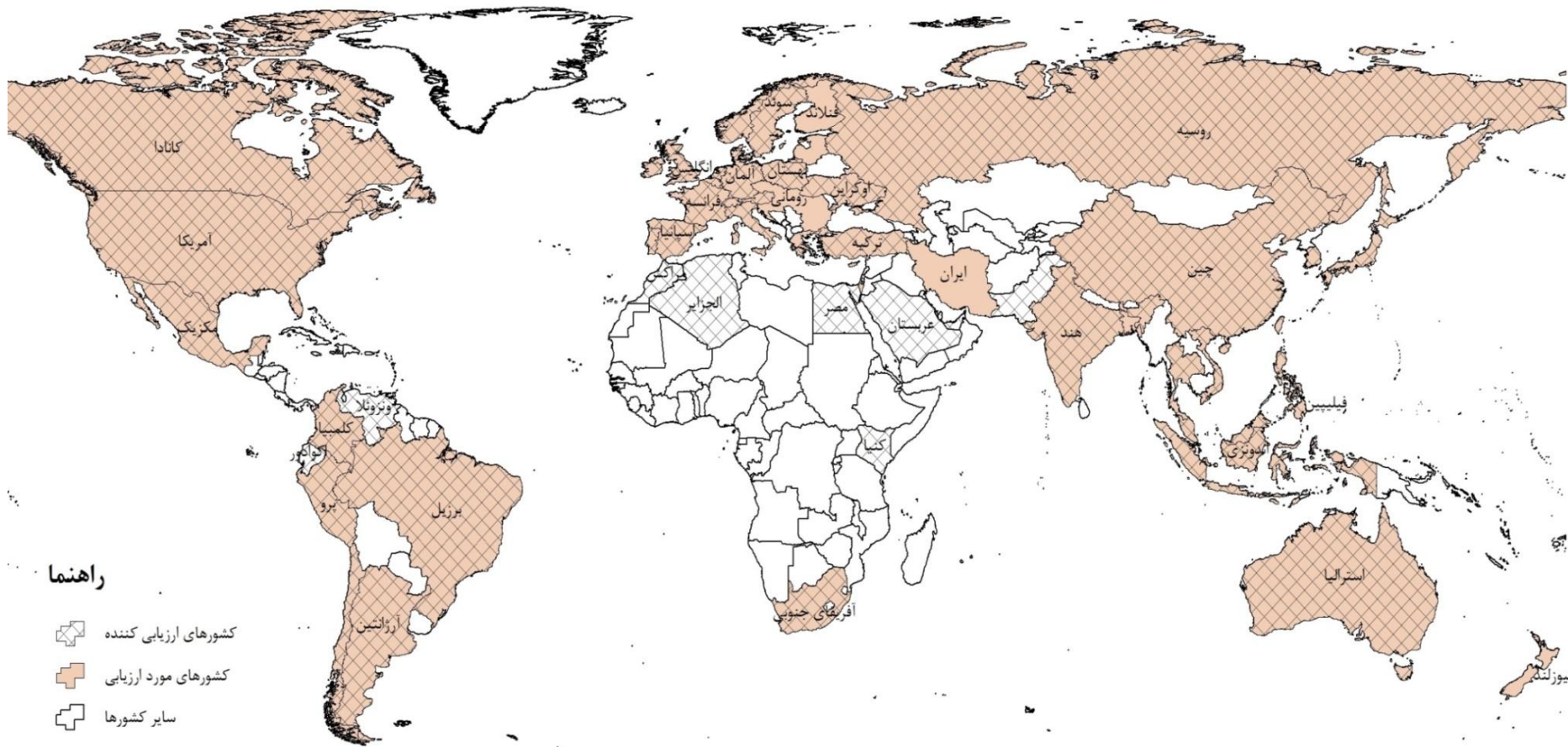
داده‌ها در یک بررسی جهانی آنلاین بین دسامبر ۲۰۱۶ و ژانویه ۲۰۱۷ جمع‌آوری گردیدند. در این بررسی، پاسخ‌دهندگان با استفاده از یک مقیاس پنج مرحله‌ای به سوالات زیر پاسخ دادند:

در بسیاری از محصولات می توان برچسبی را یافت که محل تولید کالا مشخص شده است. در مورد محصولات با برچسب "Made in X" چه احساسی دارید؟




درک شما از کشور X در ۱۲ ماه گذشته به چه میزان تغییر کرده است؟

کدام ویژگی‌ها را با محصولات ساخته شده در کشور X مرتبط می دانید؟

نقشه ۱. توزیع کشورهای ارزشی ارزیابی کننده و مورد ارزیابی



راهنما

-  کشورهای ارزیابی کننده
-  کشورهای مورد ارزیابی
-  سایر کشورها

جدول ۲. توزیع حجم نمونه پاسخ‌دهندگان در ۵۲ کشور - نفر

ردیف	کشور	تعداد پاسخ دهندگان	ردیف	کشور	تعداد پاسخ دهندگان	ردیف	کشور	تعداد پاسخ دهندگان
۱	چین	۱،۰۸۰	۱۹	پرتغال	۱،۰۲۰	۳۷	الجزایر	۵۲۸
۲	فرانسه	۱،۰۶۴	۲۰	سنگاپور	۱،۰۱۹	۳۸	ویتنام	۵۲۵
۳	سوئد	۱،۰۵۷	۲۱	مکزیک	۱،۰۱۶	۳۹	ونزوئلا	۵۲۴
۴	نروژ	۱،۰۵۶	۲۲	اسپانی	۱،۰۱۶	۴۰	آرژانتین	۵۲۲
۵	دانمارک	۱،۰۵۱	۲۳	ایتالیا	۱،۰۱۰	۴۱	رژیم اشغالگر قدس	۵۲۱
۶	کره جنوبی	۱،۰۴۹	۲۴	هندوستان	۱،۰۰۹	۴۲	کنیا	۵۲۱
۷	تایوان	۱،۰۴۱	۲۵	آلمان	۱،۰۰۸	۴۳	سوئیس	۵۲۱
۸	کانادا	۱،۰۴۰	۲۶	لهستان	۱،۰۰۷	۴۴	مراکش	۵۱۹
۹	بلژیک	۱،۰۳۹	۲۷	تایلند	۱،۰۰۷	۴۵	اتریش	۵۱۷
۱۰	کلمبیا	۱،۰۳۸	۲۸	روسیه	۱،۰۰۵	۴۶	اکوادور	۵۱۶
۱۱	مالزی	۱،۰۳۸	۲۹	عربستان	۱،۰۰۴	۴۷	شیلی	۵۰۷
۱۲	آفریقای جنوبی	۱،۰۳۷	۳۰	آمریکا	۱،۰۰۴	۴۸	اوکراین	۵۰۷
۱۳	یونان	۱،۰۳۶	۳۱	ترکیه	۱،۰۰۲	۴۹	فیلیپین	۵۰۴
۱۴	ژاپن	۱،۰۲۹	۳۲	هلند	۱،۰۰۱	۵۰	مصر	۵۰۰
۱۵	برزیل	۱،۰۲۵	۳۳	پاکستان	۷۷۳	۵۱	بحرین	۳۴۶
۱۶	انگلستان	۱،۰۲۵	۳۴	امارات	۵۳۶	۵۲	هنگ کنگ	۲۰۸
۱۷	پرو	۱،۰۲۲	۳۵	اندونزی	۵۳۵	جمع		۴۳،۰۳۴
۱۸	استرالیا	۱،۰۲۰	۳۶	ایرلند	۵۲۹			

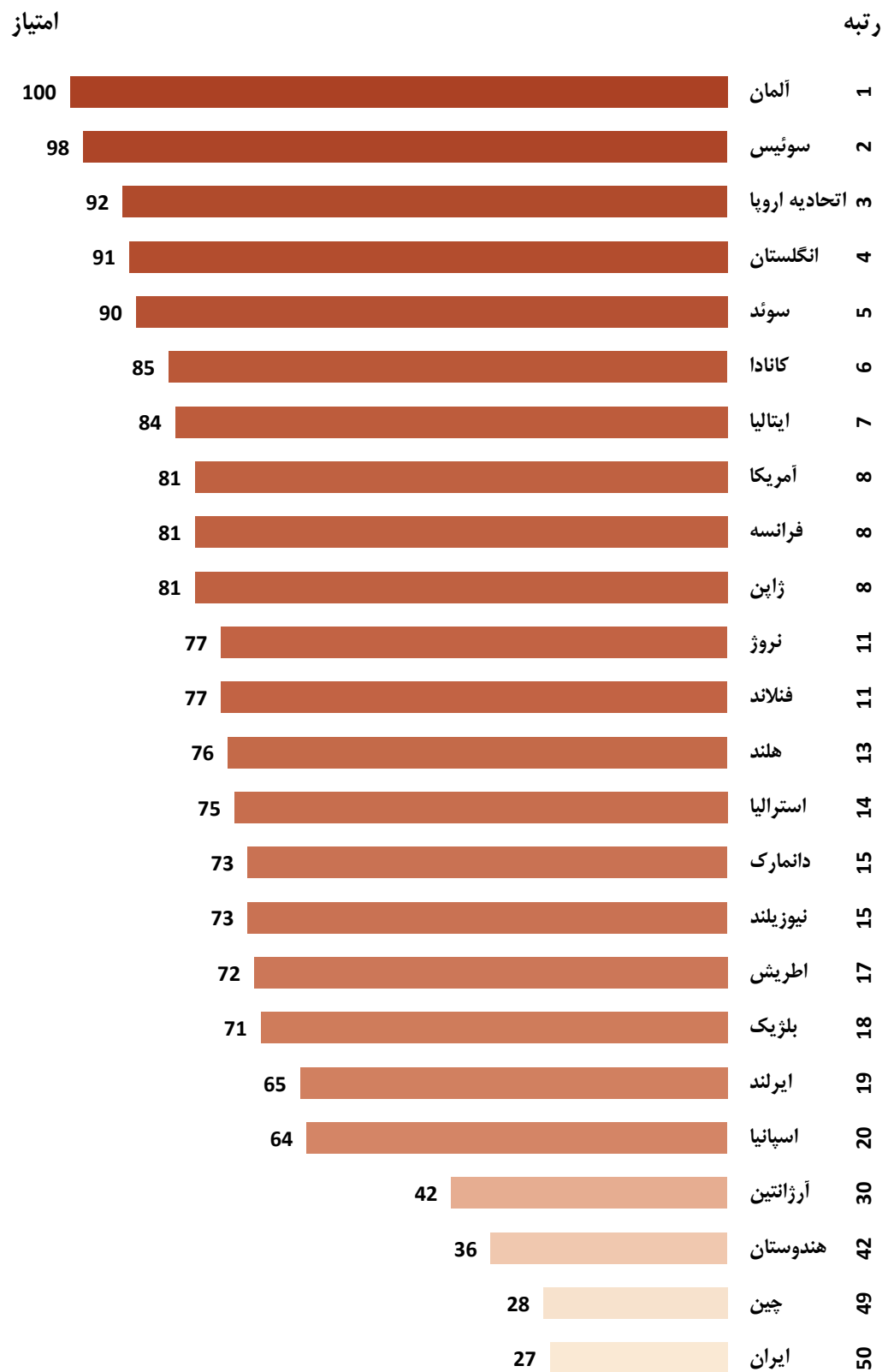
۳. رتبه‌بندی شاخص برچسب " ساخت کشور " در جهان

رتبه‌بندی جهانی شاخص " ساخت کشور " نگاه مثبت مردم را نسبت به محصولات کشورها نشان می‌دهد. امتیاز اولین جایگاه در رتبه‌بندی توسط این شاخص، برابر ۱۰۰ می باشد، که به کشور آلمان اختصاص داده شده است.

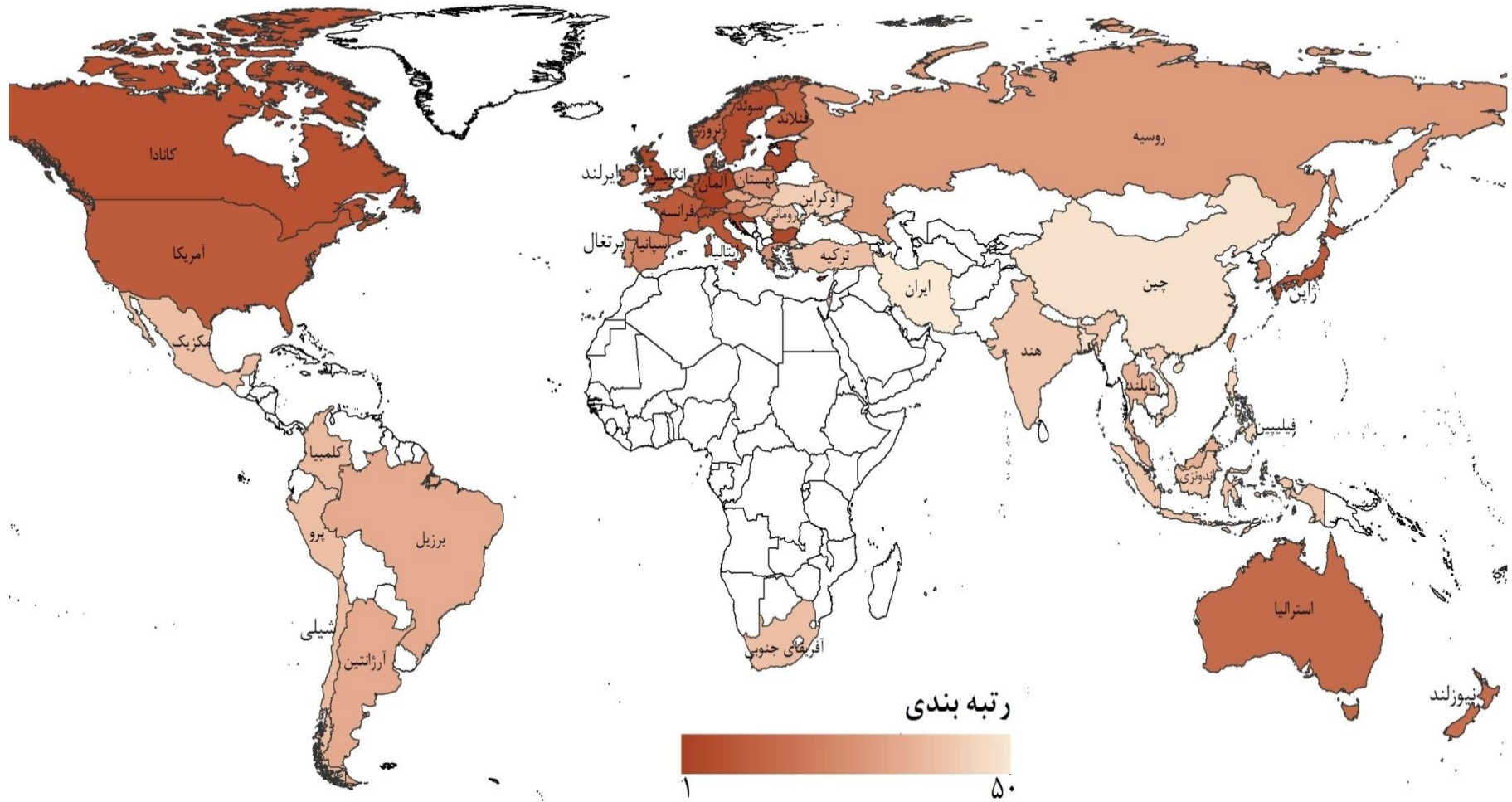
نمودار شماره ۱ و نقشه شماره ۲ رتبه‌بندی و امتیاز ۵۰ کشور مورد ارزیابی از جمله ایران را در شاخص برچسب

"ساخت کشور" در سال ۲۰۱۷ نشان می‌دهد.

نمودار ۱. رتبه‌بندی و امتیاز شاخص " ساخت کشور " در سال ۲۰۱۷



نقشه ۲. رتبه‌بندی کشورها در شاخص "ساخت کشور" در سال ۲۰۱۷

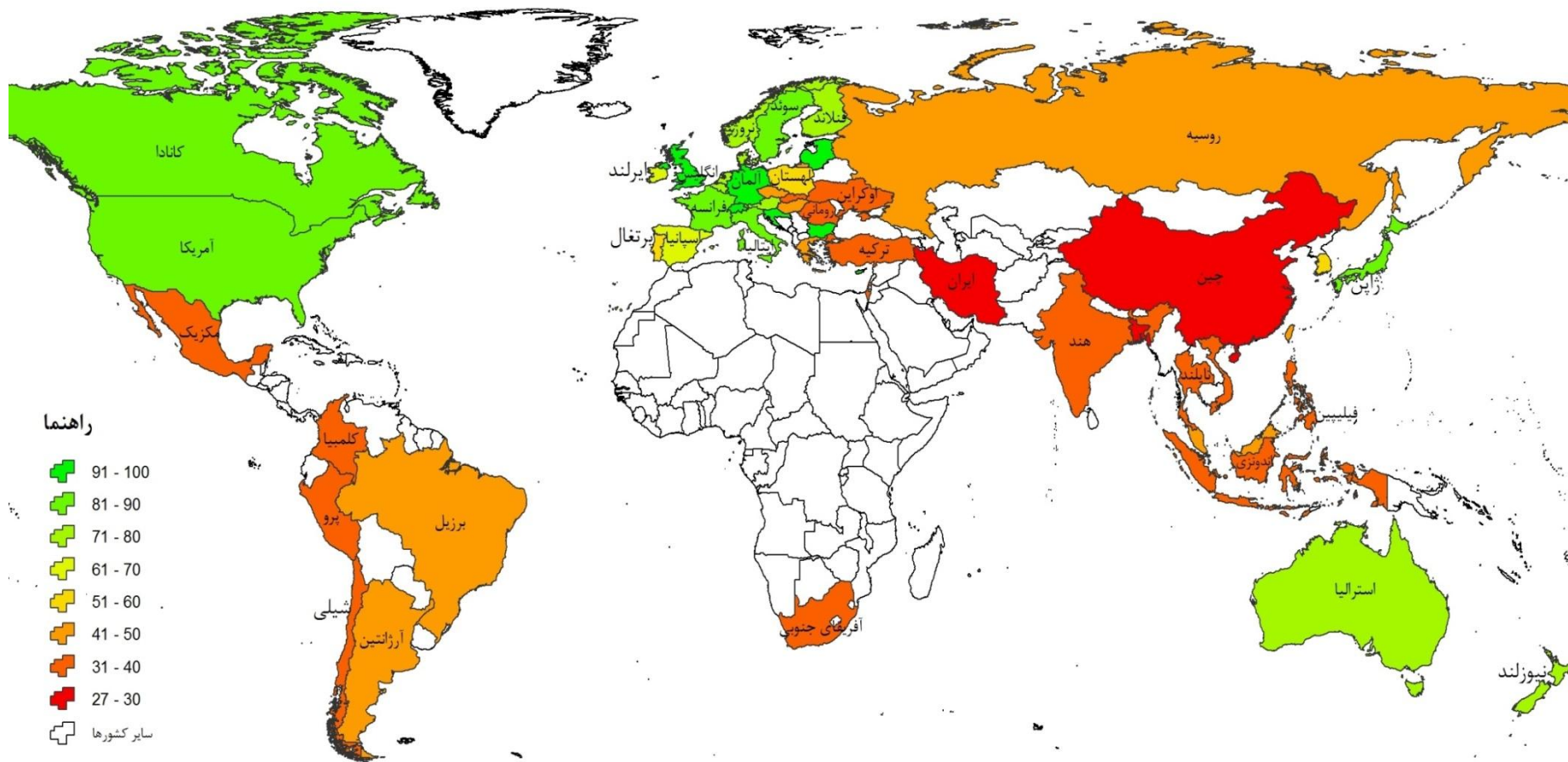


توزیع کشورهای مورد ارزیابی بصورت ۲۰ کشور توسعه‌یافته و ۳۰ کشور در حال توسعه، که تا حدودی متأثر از وزن‌دهی با توجه به حجم واردات آن‌ها می‌باشد، در نمودار شماره ۲ و نقشه شماره ۳ نشان داده شده است.

نمودار ۲. توزیع رتبه کشورهای مورد ارزیابی به تفکیک گروه بندی امتیاز



نقشه ۳. توزیع رتبه کشورهای مورد ارزیابی به تفکیک گروه بندی امتیاز



در این ارزیابی اتحادیه اروپا همچنان به عنوان یک نام تجاری قوی در سراسر جهان شناخته می شود و در رتبه بندی کلی شاخص " ساخت کشور " جایگاه سوم را با امتیاز (۹۲) دارد. این اتحادیه از دیدگاه پاسخ دهندگان ۳ کشور و در ۸ زیرشاخص، جایگاه اول را به خود اختصاص داده و شهرت خوبی نه تنها برای مصرف کنندگان کشورهای اتحادیه اروپا مانند سوئد و انگلستان، بلکه در سایر کشورهای خارج از اتحادیه اروپا نیز به عنوان مثال در اکثر کشورهای آمریکای جنوبی (آرژانتین و کلمبیا) جایگاه بالاتری دارد.

۳۷ درصد پاسخ دهندگان، "کیفیت بالا" در محصولات اتحادیه اروپا را حائز اهمیت می دانند. محصولات اروپایی دارای شهرت بالاتر از حد متوسط بوده و امتیاز خوبی از نظر کیفیت، تکنولوژی و استانداردهای ایمنی بالا کسب نموده اند.

تنش های منطقه ای به درک مردم از محصولات " ساخته شده در کشور همسایه " موثر بوده و تحولات سیاسی بر تصویر و درک مردم از کشورهای تولیدکننده تاثیر می گذارند، چنانکه این موضوع در برداشت ذهنی مردم از تولیدات کشورهای ترکیه، اوکراین، آمریکا و یونان موثر بوده است.

برچسب " ساخت آمریکا " در رتبه هشتم پس از کشورهایمانند انگلستان، سوئد و کانادا قرار دارد. محبوبیت محصولات آمریکایی در میان کشورها، در طول دوره مورد بررسی نسبت به دوازده ماه قبل از آن بدتر شده است (تاثیرات ترامپ^۵). آمریکا، یک مثال از این واقعیت است که، تغییرات عمده سیاسی می توانند تأثیر قابل توجهی بر روی تصویر برخی از کشورها از تولید داشته باشد. تحولات سیاسی اخیر به وضعیت محبوبیت دو کشور ترکیه و یونان نیز آسیب زده است.

" ساخت آمریکا " منشا افتخار بسیاری از آمریکایی ها است. مردم کشورهای چون برزیل، آرژانتین، هند و آمریکا، کالاهای دارای برچسب " ساخت آمریکا " را به دلیل داشتن شهرت بهتر، ترجیح می دهند.

دونالد ترامپ، رئیس جمهور آمریکا تمرکز زیادی بر افزایش تعداد کالاهای ساخته شده در آمریکا داشته است. علیرغم مالیات و هزینه های کسب و کار در صادرات کالا به سایر کشورها، افزایش صادرات، عمدتاً به دلیل دو برابر شدن تولید در سه دهه گذشته بوده است.

° The Trump Effect

در بسیاری از کشورها، محصولات داخلی اغلب محبوبیت بیشتری داشته و ترجیح داده می‌شوند. بطوریکه در نظرسنجی صورت گرفته، ۲۲ برند از ۴۹ برند، در کشور خودشان، دارای بیشترین امتیاز و محبوبیت بوده‌اند. محبوبیت محصولات "ساخت ژاپن" نه تنها در ژاپن، بلکه در ۱۷ کشور رتبه اول، دوم یا سوم را دارند. محبوبیت کالاهای ژاپنی در ویژگی‌هایی نظیر کیفیت بسیار بالا، پیشرفته‌ترین فناوری و قیمت مناسب می‌باشد و امتیاز بالایی را در کشورهای جهان دریافت نموده است. با استثنای چین که به دلیل مسائل سیاسی و تاریخی به کالاهای ژاپنی امتیاز نسبتاً پایینی را داده است. برچسب "ساخت ژاپن" در رتبه‌بندی جهانی در رده هشتم با امتیاز ۸۱ (مشترکاً با "ساخت فرانسه" و "ساخت آمریکا") قرار دارد.

علیرغم تحولات فرهنگی و اقتصادی، کشورهای مستعمره نیز درک مثبتی از محصولات استعمارگران سابق خود داشته و محصولات آنها از شهرت بیشتری برخوردار است.

۴. نتایج تغییر ذهنیت مثبت مردم از محصولات ساخت کشورها

در ادامه، به بررسی نتایج تغییر نگرش پاسخ‌دهندگان در خصوص پرسش زیر خواهیم پرداخت.

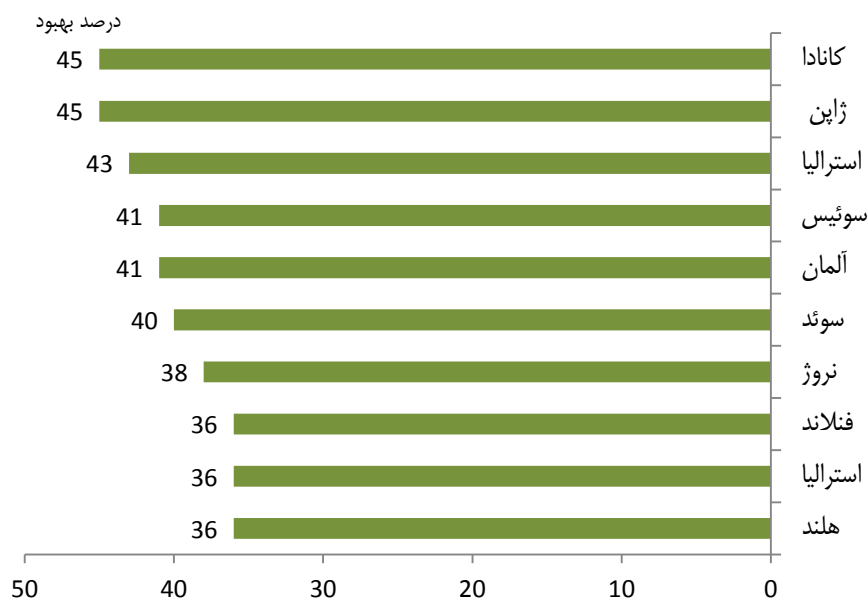
"ذهنیت شما نسبت به کالاهای ساخت کشورها و یا مناطق زیر در طول ۱۲ ماه گذشته به چه میزان تغییر کرده است؟"

نمودارهای ۳ و ۴، میزان تغییر ذهنیت پاسخ‌دهندگان را به سوال فوق نشان می‌دهد:

پاسخ‌دهندگان نظر خود را با استفاده از یک مقیاس پنج سطحی از "بهبود زیاد" تا "افت زیاد" ارائه داده‌اند. میزان تغییرات ذهنیت مثبت و رتبه‌بندی کشورها براساس اندازه خالص مجموع ارزیابی‌های صورت گرفته در پنج رده بین اعداد "بهبود زیاد" ۲، ۱، ۰، -۱، -۲ "افت زیاد" می‌باشد.

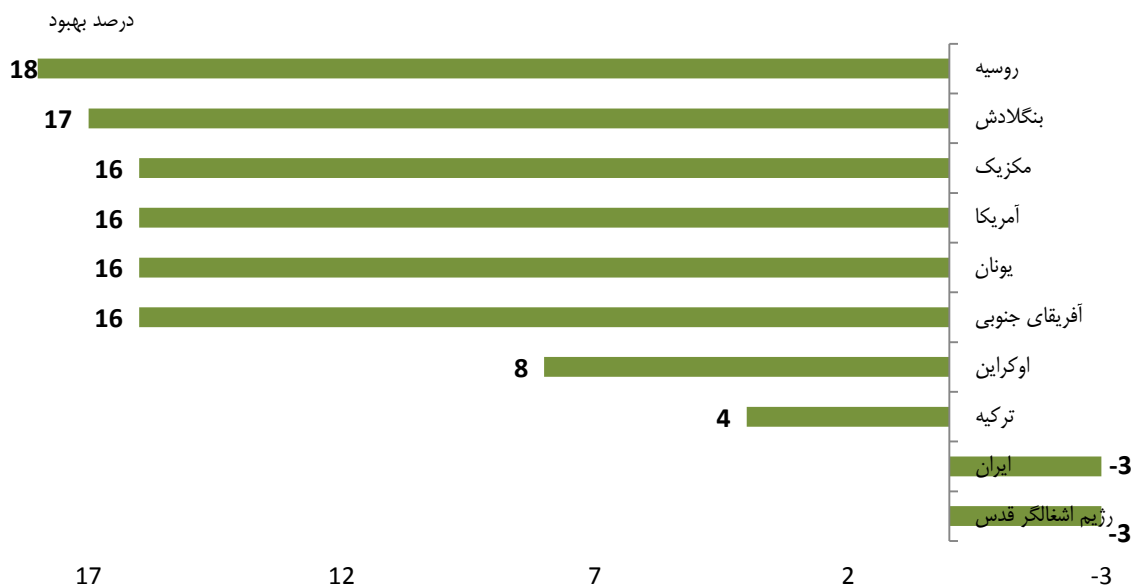


نمودار ۳. ده کشور بالای جدول و دارای بیشترین تغییرات مثبت در ذهنیت مردم در ۱۲ ماه گذشته



در رتبه‌بندی جهانی، تغییر ذهنیت مثبت مردم از کانادا (۴۵ درصد)، ژاپن (۴۵ درصد) و استرالیا (۴۳ درصد) بهبود یافته و آلمان در رتبه چهارم با (۴۱ درصد) بوده است. پنج کشور از ده کشور در ارتباط با تغییر ذهنیت مثبت مردم از کشورهای عضو اتحادیه اروپا هستند.

نمودار ۴. ۱۰ کشور پایین جدول و دارای کمترین تغییرات مثبت در ذهنیت مردم در ۱۲ ماه گذشته



ایران و رژیم اشغالگر قدس با تغییر دیدگاه پاسخ‌دهندگان به میزان ۳- درصد، حداقل تغییر مثبت را داشته‌اند. تغییر ذهنیت مثبت مردم در خصوص آمریکا و روسیه به ترتیب ۱۶ درصد و ۱۸ درصد بوده است. ارقام محاسبه شده برای هر کشور نتیجه کم کردن سهم پاسخ‌دهندگانی است که ذهنیت‌شان از آن کشور در ۱۲ ماه گذشته تاحدودی یا بسیار افت نموده، از سهم پاسخ‌دهندگانی که ذهنیت‌شان از همان کشور تاحدودی یا بسیار بهبود یافته است.

۵. رتبه‌بندی شاخص " ساخت کشور " و ویژگی‌های محصول

رتبه‌بندی شاخص " ساخت کشور " برای ده کشور برتر و ایران به تفکیک ویژگی‌های محصول در سال ۲۰۱۷ در جداول شماره ۳ الی ۱۲ ارائه شده است.

جدول ۳. رتبه‌بندی ۱۰ کشور برتر و ایران بر اساس ویژگی "کیفیت بالا" - ۲۰۱۷

رتبه	کشور	امتیاز (درصد)
۱	آلمان	۴۹
۲	سوئیس	۴۳
۳	ژاپن	۴۰
۴	اتحادیه اروپا	۳۷
۵	سوئد	۳۵
۶	ایتالیا	۳۴
۷	انگلستان	۳۴
۸	آمریکا	۳۳
۹	فرانسه	۳۳
۱۰	کانادا	۳۱
۵۰	ایران	۶

جدول ۴. رتبه‌بندی ۱۰ کشور برتر و ایران براساس ویژگی " استانداردهای ایمنی بالا" - ۲۰۱۷

رتبه	کشور	امتیاز (درصد)
۱	آلمان	۳۲
۲	اتحادیه اروپا	۳۰
۳	آمریکا	۲۴
۴	سوئد	۲۳
۵	سوئیس	۲۳
۶	انگلستان	۲۳
۷	ژاپن	۲۲
۸	کانادا	۲۲
۹	فنلاند	۱۹
۱۰	نروژ	۱۸
۴۶	ایران	۵

جدول ۵ رتبه‌بندی ۱۰ کشور برتر و ایران براساس ویژگی " قیمت مناسب" - ۲۰۱۷

رتبه	کشور	امتیاز (درصد)
۱	چین	۳۶
۲	ژاپن	۲۸
۳	تایلند	۲۷
۴	تایوان	۲۷
۵	کره جنوبی	۲۵
۶	هندوستان	۲۳
۷	مالزی	۲۳
۸	ویتنام	۲۳
۹	اندونزی	۲۲
۱۰	آلمان	۲۲
۴۹	ایران	۱۳

جدول ۶ رتبه‌بندی ۱۰ کشور برتر و ایران براساس ویژگی " منحصر به فرد بودن" - ۲۰۱۷

رتبه	کشور	امتیاز (درصد)
۱	ایتالیا	۲۲
۲	سوئیس	۲۰
۳	فرانسه	۲۰
۴	انگلستان	۱۸
۵	ژاپن	۱۷
۶	سوئد	۱۷
۷	اسپانیا	۱۷
۸	یونان	۱۶
۹	آمریکا	۱۶
۱۰	آلمان	۱۶
۴۶	ایران	۱۰

جدول ۷. رتبه‌بندی ۱۰ کشور برتر و ایران براساس ویژگی " طراحی عالی " - ۲۰۱۷

رتبه	کشور	امتیاز (درصد)
۱	ایتالیا	۳۷
۲	آلمان	۳۰
۳	فرانسه	۳۰
۴	ژاپن	۲۸
۵	سوئیس	۲۶
۶	آمریکا	۲۵
۷	سوئد	۲۵
۸	اتحادیه اروپا	۲۳
۹	انگلستان	۲۳
۱۰	فنلاند	۲۰
۵۰	ایران	۶

جدول ۸. رتبه‌بندی ۱۰ کشور برتر و ایران براساس ویژگی " فناوری‌های پیشرفته " - ۲۰۱۷

رتبه	کشور	امتیاز (درصد)
۱	ژاپن	۵۳
۲	آلمان	۴۲
۳	آمریکا	۳۹
۴	اتحادیه اروپا	۳۳
۵	کره جنوبی	۳۰
۶	سوئیس	۲۸
۷	سوئد	۲۶
۸	انگلستان	۲۵
۹	کانادا	۲۳
۱۰	چین	۲۲
۴۷	ایران	۵

جدول ۹. رتبه‌بندی ۱۰ کشور برتر و ایران براساس ویژگی " اصالت " - ۲۰۱۷

رتبه	کشور	امتیاز (درصد)
۱	سوئیس	۲۱
۲	آلمان	۲۱
۳	ایتالیا	۲۰
۴	انگلستان	۲۰
۵	آمریکا	۱۹
۶	فرانسه	۱۹
۷	کانادا	۱۸
۸	ایرلند	۱۸
۹	ژاپن	۱۷
۱۰	اتحادیه اروپا	۱۷
۴۷	ایران	۹

جدول ۱۰. رتبه‌بندی ۱۰ کشور برتر و ایران براساس ویژگی "پایداری / سازگاری با محیط‌زیست" - ۲۰۱۷

رتبه	کشور	امتیاز (درصد)
۱	کانادا	۲۱
۲	فنلاند	۲۰
۳	سوئد	۱۹
۴	نروژ	۱۹
۵	نیوزیلند	۱۷
۶	اتحادیه اروپا	۱۷
۷	استرالیا	۱۷
۸	دانمارک	۱۷
۹	هلند	۱۷
۱۰	سوئیس	۱۶
۴۹	ایران	۵

جدول ۱۱. رتبه‌بندی ۱۰ کشور برتر و ایران براساس ویژگی "تولید منصفانه" - ۲۰۱۷

رتبه	کشور	امتیاز (درصد)
۱	کانادا	۲۰
۲	فنلاند	۱۹
۳	ایرلند	۱۹
۴	استرالیا	۱۸
۵	نیوزیلند	۱۸
۶	هلند	۱۷
۷	دانمارک	۱۷
۸	شیلی	۱۷
۹	سوئد	۱۷
۱۰	لهستان	۱۷
۵۰	ایران	۱۰

جدول ۱۲. رتبه‌بندی ۱۰ کشور برتر و ایران براساس ویژگی "نماد وضعیت" - ۲۰۱۷

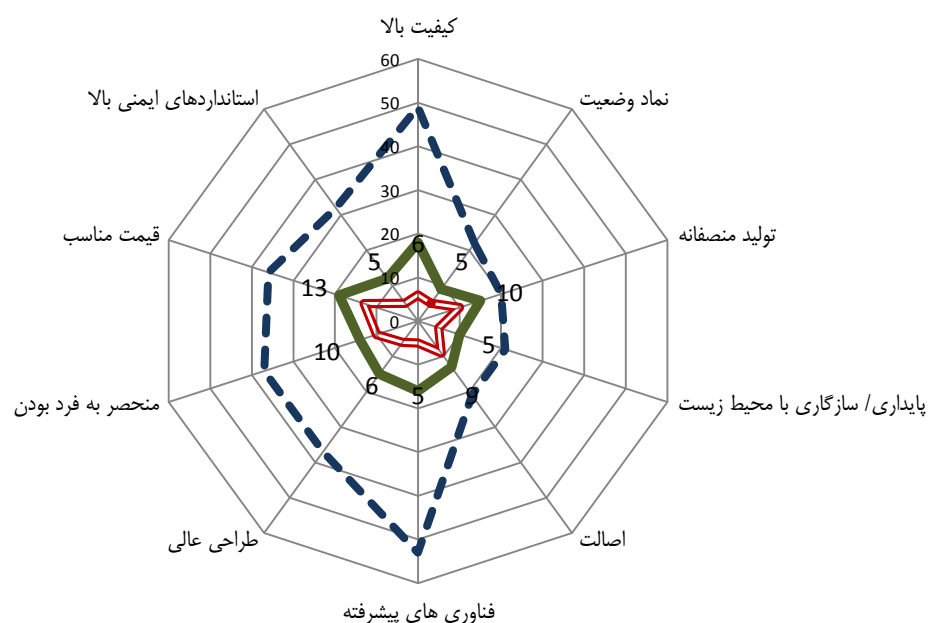
رتبه	کشور	امتیاز (درصد)
۱	سوئیس	۲۲
۲	آمریکا	۲۲
۳	ایتالیا	۲۰
۴	آلمان	۲۰
۵	انگلستان	۲۰
۶	فرانسه	۲۰
۷	اتحادیه اروپا	۱۶
۸	سوئد	۱۴
۹	ژاپن	۱۱
۱۰	کانادا	۱۱
۴۳	ایران	۵

در جدول شماره ۱۳ و نمودار شماره ۵، وضعیت ایران، میانگین جهانی و کشورهای دارای بیشترین امتیاز براساس ویژگی‌های کالا ارائه شده است.

جدول ۱۳. وضعیت ایران، میانگین جهانی و کشورهای دارای بیشترین امتیاز براساس ویژگی‌های کالا

ویژگی کالا	کشور دارای بیشترین امتیاز (درصد)	امتیاز میانگین جهانی (درصد)	امتیاز ایران (درصد)	رتبه ایران (از ۵۰ کشور)
کیفیت بالا	آلمان (۴۹)	۱۸	۶	۵۰
استانداردهای ایمنی بالا	آلمان (۳۲)	۱۲	۵	۴۶
قیمت مناسب	چین (۳۶)	۱۹	۱۳	۴۹
منحصر به فرد بودن	ایتالیا (۳۷)	۱۴	۱۰	۴۶
طراحی عالی	ایتالیا (۳۷)	۱۵	۶	۵۰
فناوری‌های پیشرفته	ژاپن (۵۳)	۱۶	۵	۴۷
اصالت	سوئیس (۲۱)	۱۳	۹	۴۷
پایداری / سازگاری با محیط زیست	کانادا (۲۱)	۱۰	۵	۴۹
تولید منصفانه	کانادا (۲۰)	۱۵	۱۰	۵۰
نماد وضعیت	سوئیس (۲۲)	۹	۵	۴۳

نمودار ۵. وضعیت ایران، میانگین جهانی و کشورهای دارای بیشترین امتیاز براساس ویژگی‌های کالا



جدول شماره ۱۳ نشان می‌دهد، مردم دنیا نگاه مثبت‌تری از نظر "کیفیت بالا" (۴۹ درصد) و "استانداردهای ایمنی بالا" (۳۲ درصد) همراه با محبوبیت کلی نسبت به برچسب «ساخت آلمان» در مقایسه با سایر کشورها دارند.

پس از آلمان، معتبرترین برچسب، "ساخت سوئیس" و پس از آن اتحادیه اروپا، انگلستان و سوئد می‌باشد. سوئیس، جایگاه دوم رتبه‌بندی جهانی را در ویژگی‌های "نماد وضعیت" (۲۲ درصد) و "اصالت" (۲۱ درصد) دریافت نموده است.

برتری ایتالیا در طراحی عالی (۳۷ درصد) و ژاپن در "فناوری‌های پیشرفته" (۵۳ درصد) در بین کشورها بوده است.

برتری چین در مورد "قیمت مناسب" (۳۶ درصد) و برتری کانادا در جایگاه ششم به لحاظ پایداری / سازگاری با محیط زیست (۲۱ درصد) و تولید منصفانه (۲۰ درصد) است.

۶. محبوبیت کالاهای ساخت ایران در بین کشورها

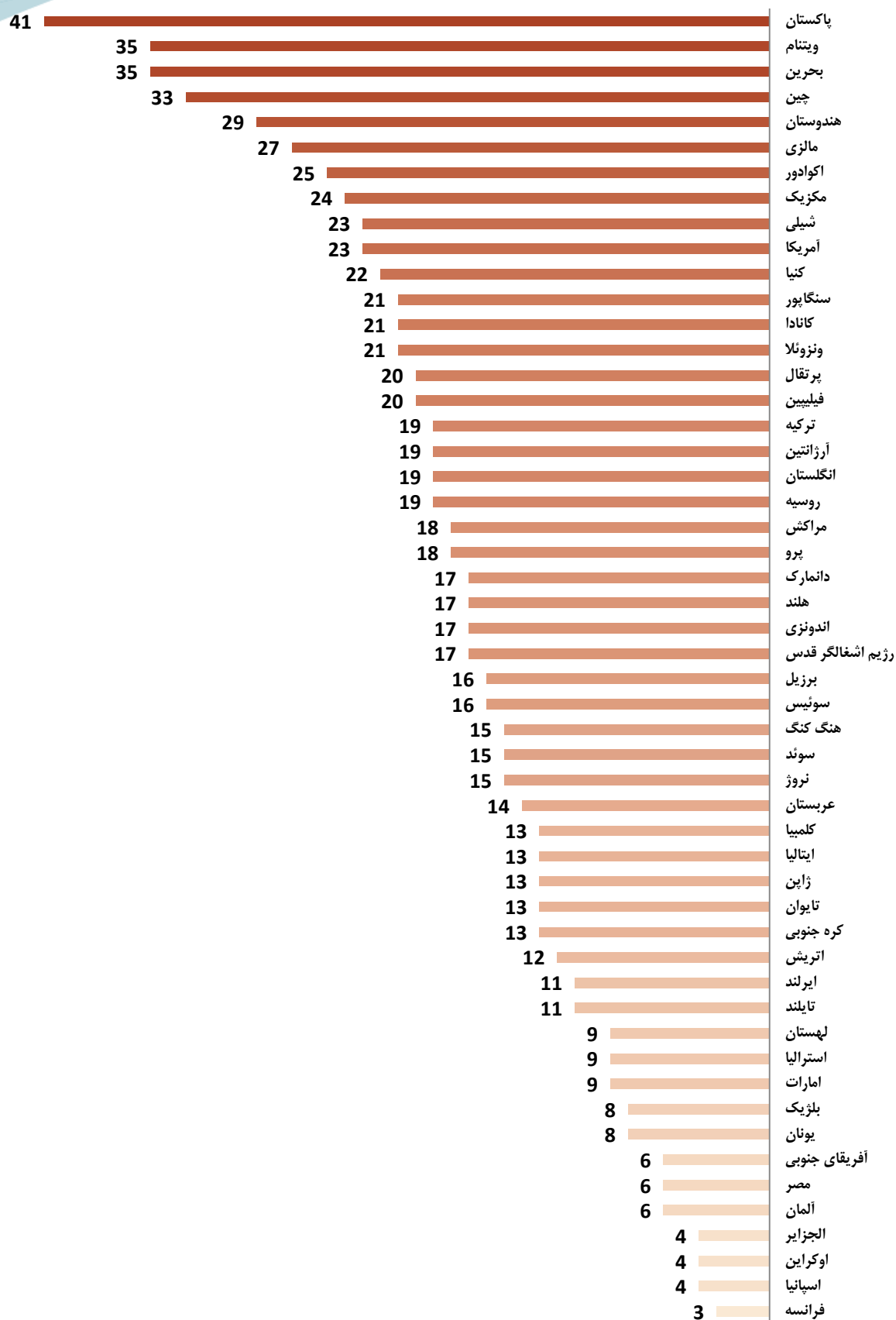
به طور کلی، ایران در ارزیابی کالاهای ۵۰ کشور با امتیاز شاخص ۲۷ در رتبه ۵۰ قرار دارد و محبوبیت کالاهای ایرانی بر اساس ویژگی‌های ارزیابی در مقایسه با سایر کشورها، کمتر از حد متوسط است. این نکته قابل ذکر است که محدود بودن تعداد کشورهای ارزیابی شده از عواملی است که می‌تواند بر رتبه کشورمان موثر باشد. همچنین وجود نام کشورمان در بین ۵۰ کشور ارزیابی شده گویای شناخت نسبی مصرف کنندگان از برچسب "ساخت ایران" است که می‌تواند وجه مثبتی در گزارش پیش رو باشد. جدول شماره ۱۴، ده کشور نخست را که برچسب "ساخت ایران" در آنها دارای رتبه مناسب‌تری است، نشان می‌دهد. برای نمونه برچسب ساخت ایران در کشور بحرین با وجود داشتن ۳۵ درصد محبوبیت در رتبه ۳۴ از بین ۵۰ کشور قرار دارد. به این معنی که ۱۵ کشور دیگر در بین پاسخ‌دهندگان بحرینی دارای محبوبیت کمتر از ۳۵ درصد بوده‌اند.

جدول ۱۴. رتبه محبوبیت برچسب "ساخت ایران" در ۱۰ کشور

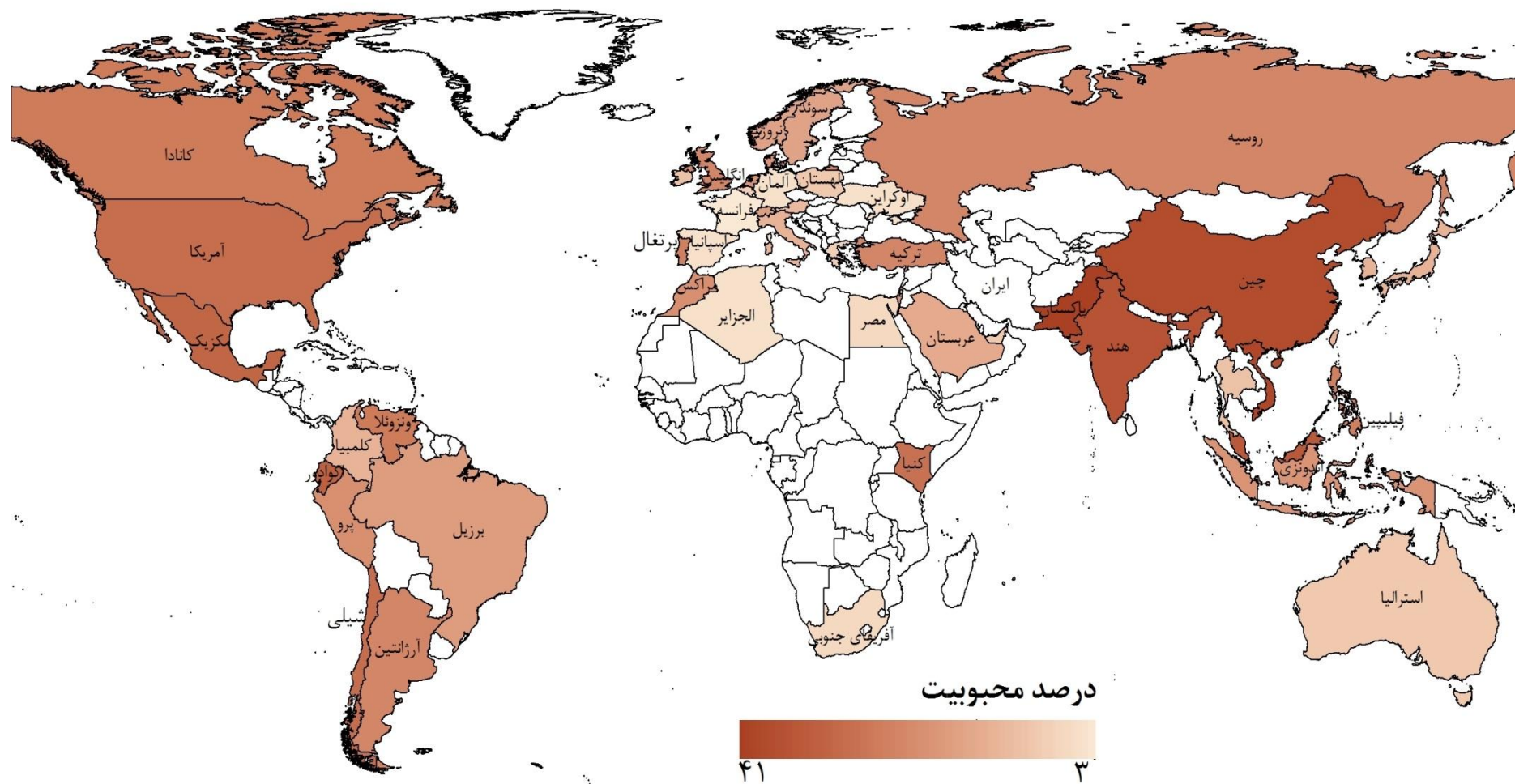
کشور	رتبه از ۵۰	درصد محبوبیت
دانمارک	۳۲	۱۷
کانادا	۳۳	۱۶
اتریش	۳۳	۱۲
بحرین	۳۴	۳۵
سوئیس	۳۵	۱۶
اندونزی	۳۸	۱۷
مالزی	۳۸	۲۷
ژاپن	۳۸	۱۳
هلند	۳۹	۱۷
پرتغال	۴۲	۲۰

نمودار شماره ۶ و نقشه شماره ۴، درصد محبوبیت کالاهای "ساخت ایران" را در بین کشورها در سال ۲۰۱۷ نشان می‌دهد. لازم به توضیح است که صرف داشتن درصد محبوبیت بالا در یک کشور به منزله داشتن رتبه مناسب در آن کشور نمی‌باشد. برای نمونه با وجود محبوبیت ۴۱ درصدی کالای "ساخت ایران" در کشور پاکستان، رتبه اختصاص داده شده به ایران ۴۴ در بین ۵۰ کشور بوده که به معنی بالا بودن محبوبیت برچسب "ساخت کشور" اکثر کشورها در پاکستان می‌باشد و فقط ۵ کشور از کل جامعه، محبوبیتی کمتر از ایران داشته‌اند.

نمودار ۶. درصد محبوبیت کالاهای ساخت ایران در بین کشورها در سال ۲۰۱۷



نقشه ۴. درصد محبوبیت کالاهای ساخت ایران در بین کشورها در سال ۲۰۱۷



مردم ایران به میهن خویش علاقه‌منداند و باور دارند که مصرف کالای ساخت کشور موجب اشتغال فرزندان این مرز و بوم شده و باعث گردش سرمایه در داخل کشور و رونق تولید داخلی می‌گردد. طراحی منحصر به فرد و نگاره‌های زیبا و کیفیت و دوام فرش ایرانی و صنایع دستی، طعم و عطر زعفران داخلی و کیفیت و تنوع و کیفیت پسته ایرانی از دلایل گرایش مصرف‌کنندگان جهانی و داخلی به مصرف این محصولات می‌باشد. همچنین خاویار و خرماهای ایرانی از محصولات منحصر به فرد در بازارهای بین‌المللی به شمار می‌روند.

بسیاری از لوازم خانگی ایرانی از جمله لوازم سرمایشی و گرمایشی همانند کولر، بخاری و آبگرمکن‌های برقی و گازی، اجاق گاز و چرخ خیاطی، به دلیل کیفیت و دوام و خدمات پس از فروش مناسب و رعایت استانداردهای ایمنی بالا در سبد انتخاب مصرف‌کنندگان ایرانی قرار گرفته‌اند.

محصولات و مصالح ساختمانی نظیر انواع کاشی، سرامیک و چینی بهداشتی، سیمان و محصولات فولادی عمدتاً مصرف داخلی دارند.

از سوی دیگر در کالاهایی نظیر محصولات نساجی، الکترونیکی و خودرو، تمایل بیشتر مصرف‌کنندگان به خرید کالاهای خارجی (در صورت وجود در بازار) می‌باشد.

بنابراین باید عواملی را که موجب تقویت نماد "ساخت کشور" می‌گردد، شناسایی نموده و در این زمینه راهکارهای عملی ارائه دهیم. توجه به کیفیت و علایق و سلیقه‌های بومی و فرهنگ ایرانی-اسلامی در طراحی و تولید محصولات و کسب رضایت مشتریان می‌تواند، تمایل مصرف‌کنندگان داخلی را به مصرف کالاهای ساخت کشور افزایش داده و نماد "ساخت ایران" را تقویت نماید.

مطمئناً با ارتقاء سطح تعلق خاطر مصرف‌کنندگان داخلی به نماد "ساخت ایران"، واحدهای صنعتی و تولیدی ایرانی دارای مزیت در بازار جهانی، با رغبت بیشتری به سمت دست‌یابی به بازارهای خارجی حرکت کرده و با سرمایه‌گذاری در سطوح مختلف تولید، محصولاتی متناسب با سلیقه مصرف‌کننده خارجی نیز تولید و عرضه می‌نمایند.