

سند تفصیلی بر نامه ششم
اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی
استان گیلان
بخش بازرگانی

بازرگانی داخلی

سرآغاز

بخش بازرگانی به عنوان یکی از موتورهای پر توان توسعه، عاملی برای دستیابی به رشد اقتصادی و یک فعالیت واسط و پیوند دهنده بخش‌های اقتصادی همواره مورد توجه صاحب‌نظران برنامه‌های توسعه قرار دارد. در شرایط اقتصادی امروز که ویژگی اصلی آن تقسیم کار و تولید انبوه چه در سطح ملی و چه در سطح بین‌المللی است؛ کیفیت ارائه خدمت بازرگانی تأثیر به‌سزایی بر چگونگی فعالیت‌های تولیدی و کسب مطلوبیت‌های مصرفی داشته و بدین لحاظ رفاه اقتصادی جامعه به میزان قابل توجهی از آن متأثر می‌باشد. با توجه به فرآیند جهانی شدن و گسترش وابستگی متقابل بین کشورها دیگر نمی‌توان با رویکردی درون‌گرایانه به توسعه اقتصادی نگریست و تصور نمود که می‌توان صرفاً در چارچوب ملی به آن دست یافت. از این روست که راهبردها و سیاست‌های تجاری در دنیای امروز از اهمیت خاصی برخوردار است.

موقعیت جغرافیایی منحصر به فرد استان گیلان یکی از ویژگی‌ها و قابلیت‌های اصلی این استان در حوزه بازرگانی داخلی و خارجی می‌باشد. همجواری (مرز خشکی و آبی) با ۴ کشور خارجی، دارا بودن حدود ۲۵۰ کیلومتر مرز ساحلی با دریای خزر (بدون احتساب خط ساحلی تالاب انزلی)، قرار گرفتن در مسیر کریدور شمال- جنوب، استقرار منطقه آزاد تجاری- صنعتی انزلی، نزدیکی به پایتخت و مراکز مهم جمعیتی کشور؛ سبب شده تا استان گیلان در زمینه مبادلات بازرگانی با سایر استان‌ها، کشورهای آسیای مرکزی و سایر کشورها جایگاه و اهمیت خاصی در کشور داشته باشد. به شرط استفاده درست از این ظرفیت‌ها و قابلیت‌ها، استان گیلان می‌تواند به عنوان یکی از قطب‌های اصلی بازرگانی کشور مطرح شود.

از سوی دیگر با توجه به این که استان گیلان در زمینه ی تولید و صدور محصولات کشاورزی و صنایع تبدیلی نظیر: برنج، توتون، چای، پیله ی ابریشم، بادام زمینی، زیتون، مرکبات، گردو و فندق، گل و گیاه زینتی، گیاهان دارویی، عسل، ماهی و خاویار، منسوجات، صنایع سلولزی (نئوپان، کاغذ و ...)، مواد شیمیایی (رنگ، چسب و ...) به سایر استان ها و حتی کشورهای خارجی مزیت نسبی دارد. بنابراین بخش بازرگانی استان می تواند به موازات توسعه بخش های صنعت، کشاورزی و گردشگری مسیر توسعه ی استان را هموار نماید.

۱ - بررسی عملکرد گذشته و وضع موجود بخش بازرگانی داخلی استان

۱-۱ - توصیف و تحلیل وضع موجود

۱-۱-۱ - نظام توزیع کالا و خدمات در بازار داخلی استان

فهرست قابل استناد
استان گیلان - غیر قابل استناد

امروزه سرعت رشد اقتصادی، افزایش جمعیت، گسترش شهرنشینی، مقیاس بالای تولید، تراکم بازارها و افزایش تعداد تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان، روابط اقتصادی و اجتماعی را بسیار پیچیده‌تر نموده و امکان حضور مستقیم تولیدکنندگان در بازارها (اعم از خرده‌فروشی و عمده‌فروشی) و تعامل رودررو با مصرف‌کنندگان کاهش یافته است. به عبارت دیگر، فعالیت‌های تولید و توزیع از هم جدا شده و توزیع، به‌عنوان رکنی جدید و مهم به دو رکن قبلی (تولیدکننده و مصرف‌کننده) اضافه شده است به طوری که شبکه‌ی توزیع، تمام فرآیندهای بین تولید تا مصرف را شامل شده و فرآیندهای نگهداری، حمل و نقل، بانک داری، پخش، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی را نیز در برمی‌گیرد. «علاوه بر این‌ها شبکه توزیع از بعد مصرف نیز باید بتواند بازخورد رفتار مصرف‌کنندگان به تولیدکننده را منعکس کرده و عقاید و سلیق آنان را در ارتقای کیفیت، نوآوری، بهبود سلامت و ایمنی و تولید محصولات جدید مدنظر قرار دهند. به طوری که بر این اساس، شبکه توزیع مجموعه‌ای از زنجیره‌های متصل به هم می‌باشد که جریان‌هایی مختلف شامل جریان کالاها و خدمات، جریان پولی، جریان اطلاعات و مانند آن را در برمی‌گیرد.»^۱

تصویر نظام توزیع کالای استان در برگیرنده اصناف (عمده و خرده فروش)، شرکت‌های پخش، نمایندگی شرکت‌های خارجی، تعاونی‌های مصرف، فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای و فروشگاه‌های مجازی می‌باشد. در سال ۱۳۹۴ مجموع نظام توزیع کالا و خدمات بازار داخلی استان گیلان شامل حدود ۸۷ هزار واحد صنفی، ۵۶ شرکت پخش، ۱۴۵ سردخانه، انبار و سیلو با ظرفیت مجموع ۶۵۲ هزار تن، ۱۵۰ فروشگاه مجازی، ۳۶۰ اتحادیه صنفی، ۱۶ اتاق اصناف و ۳۰ فروشگاه زنجیره‌ای خرده‌فروشی زنجیره بوده که اطلاعات دقیق آن در جدول شماره ۱ منعکس شده است:

^۱ سند برنامه راهبردی بخش خدمات مالی و بازرگانی کشور

جدول ۱- تصویر نظام توزیع و نگهداری کالا و خدمات در بازار داخلی استان گیلان ۱۳۹۴

مقدار	شرح	ردیف	مقدار	شرح	ردیف
۳۰	تعداد فروشگاه های زنجیره ای خرده فروشی	۱۰	۸۶۹۶۶	تعداد واحدهای صنفی با پروانه ی کسب ^۱	۱
۱۵۰	تعداد فروشگاه های مجازی ^۱	۱۱	۱۶۴۱۵	تعداد واحدهای صنفی تولیدی ^۱	۲
۱۰۴	تعداد انبارها ^{۱،۲،۳}	۱۲	۴۳۱۴۵	تعداد واحدهای صنفی توزیعی ^۱	۳
۳۰۳۴۹۰	ظرفیت انبارها (تن) ^{۱،۲،۳}	۱۳	۲۷۴۰۶	تعداد واحدهای صنفی خدماتی ^۱	۴
۳۵	تعداد سردخانه ها ^{۱،۲،۳}	۱۴	۲۶۸۱	تعداد واحدهای صنفی بدون پروانه کسب ^۱	۵
۵۲۶۲۰	ظرفیت سردخانه ها (تن) ^{۱،۲،۳}	۱۵	۳۶۰	تعداد اتحادیه های صنفی ^۱	۶
۱۲۰۰۰	ظرفیت ذخیره سازی گندم در بخش دولتی (تن) ^۴	۱۶	۱۶	تعداد اتاق های اصناف ^۱	۷
۱۷۶۰۰	ظرفیت ذخیره سازی گندم در بخش خصوصی (تن) ^۴	۱۷	۵۶	تعداد شرکت های پخش استان ^۱	۸
۲۹۶۰۰۰	جمع ظرفیت ذخیره سازی گندم استان (تن) ^۴	۱۸	۲	تعداد فروشگاه های بزرگ زنجیره ای ^۱	۹

ماخذ: ۱- سازمان صنعت و معدن و تجارت، ۲- شرکت تعاون روستایی، ۳- سازمان جهاد کشاورزی، ۴- شرکت غله و بازرگانی منطقه ۷.

در حال حاضر شبکه های توزیع در استان گیلان شامل بخش های سنتی و تا حدی نوین می باشد. این شبکه ها در صورتی می توانند موتور رشدی برای بخش های تولید باشند و رسالت اصلی خود را انجام رسانند که به تدریج از حالت سنتی (که دارای بهره وری و کارایی بسیار اندکی است) به سمت استفاده از ابزارهای نوین توزیع حرکت نمایند. لذا نوین سازی و افزایش کارایی شبکه ی توزیع از محورهای اصلی مورد توجه در تدوین برنامه ششم توسعه استان در بخش بازرگانی داخلی می باشد. در اقتصاد استان گیلان (به مانند کل کشور) عدم ارتباط صحیح بین بنگاه های بخش کوچک و متوسط (که به SMEs معروف هستند) و نیز بنگاه های بزرگ اعم از تولیدی و خدماتی، موجب شده که

اثر بخشی فعالیت‌های آنان در رشد و توسعه و جهش اقتصادی استان ناچیز و یا در حد انتظار نباشد و گاه با رقابت غیر سالم با یکدیگر، سهم خود را در تولید ناخالص داخلی خنثی نمایند. از این رو در تدوین برنامه بخش بازرگانی؛ رویکرد همه جانبه و فراگیر در زنجیره ارزش از تولید داخلی و یا واردات تا توزیع و مصرف و بنگاه‌های تولیدی و خدماتی و در سطوح و اندازه‌های مختلف بنگاه‌ها اعم از کوچک و بزرگ مورد توجه قرار می‌گیرد. با عنایت به این رویکرد شاخص‌های مورد ارزیابی بخش بازرگانی در برنامه ششم توسعه شامل محورهای از قبیل شفاف و روان سازی شبکه‌های توزیع، کاهش هزینه تامین و تهیه سبد مصرف خانوار و ساماندهی و گسترش بخش خرده فروشی غیر فروشگاه‌های و می باشد که اطلاعات آن جدول شماره ۲ آورده شده است.

جدول ۲- وضعیت شاخص‌های بخش بازرگانی در طی سال‌های ۹۴ - ۱۳۹۳

سال		واحد سنجش	عنوان شاخص/هدف کمی	ردیف
۱۳۹۴	۱۳۹۳			
۵۶	۴۵	شعبه	شفاف و روان سازی شبکه‌های توزیع	۱
۱۰۰۰۰	۹۰۰۰	متر مربع*	کاهش هزینه تامین و تهیه سبد مصرف خانوار	۲
۱۵۰	۰	وب سایت	ساماندهی و گسترش بخش خرده فروشی غیر فروشگاه‌های	۳
۲۵۰	۲۴۰	تعداد	توسعه کسب و کارهای اینترنتی	۴
۱۸۵۹	۰	تعداد	کالا یا خدمات عرضه شده برای معامله در سامانه ستاد	۵

ماخذ: سازمان صنعت و معدن و تجارت استان

* منظور از این شاخص که در سند برنامه راهبردی بخش خدمات مالی و بازرگانی کشور آمده کاهش هزینه تامین و تهیه سبد مصرف خانوار از طریق فروشگاه بزرگ و زنجیره ای است.

۱-۱-۲ - مقایسه شاخص های استان با کشور

با توجه به این که بخش عمده ای از اطلاعات آماری در جدول اهداف کمی بخش بازرگانی داخلی، در مقیاس کشور و استان در دسترس نمی باشد مقایسه شاخص های اهداف کمی کشور و استان و تعیین شکاف و مقایسه روند تغییرات آن امکان پذیر نیست. علی رغم این موضوع در جدول ۳ به منظور شناخت جایگاه و وضعیت استان در کشور شاخص های مطرح شده در شناخت تصویر نظام توزیع و نگه داری کالا و خدمات استان گیلان با ارقام متناظر کشور مقایسه و ارزیابی شده است.

جدول ۳- تصویر نظام توزیع و نگهداری کالا و خدمات در بازار داخلی استان

گیلان در مقایسه با کشور ۱۳۹۴

ردیف	شرح	کشور ^۱	استان ^۲	سهم استان از کشور
۱	تعداد واحدهای صنفی با پروانه کسب	۲۱۳۰۰۰۰	۸۶۹۶۶	۴,۱
۲	تعداد واحدهای صنفی تولیدی	۴۴۵۰۰۰	۱۶۴۱۵	۳,۷
۳	تعداد واحدهای صنفی توزیعی	۱۰۱۰۰۰۰	۴۳۱۴۵	۴,۳
۴	تعداد واحدهای صنفی خدماتی	۶۷۵۰۰۰	۲۷۴۰۶	۴,۱
۵	تعداد واحدهای صنفی بدون پروانه کسب	۴۷۰۰۰۰	۲۶۸۱	۰,۶

جدول ۳- تصویر نظام توزیع و نگهداری کالا و خدمات در بازار داخلی استان

گیلان در مقایسه با کشور ۱۳۹۴

ردیف	شرح	کشور ^۱	استان ^۲	سهم استان از کشور
۶	تعداد اتحادیه های صنفی	۸۱۶۷	۳۶۰	۴,۴
۷	تعداد اتاق های اصناف	۳۹۷	۱۶	۴,۰
۸	تعداد شرکت های پخش استان	۷۰۰	۵۶	۸,۰
۹	تعداد فروشگاه های بزرگ زنجیره ای	۴۲۰	۲	۰,۵
۱۰	تعداد فروشگاه های زنجیره ای خرده فروشی	۷۹۸	۳۰	۳,۸
۱۱	تعداد فروشگاه های مجازی	۱۲۰۰۰	۱۵۰	۱,۳
۱۲	تعداد سیلو دولتی ^۳	۸۵	۱	۱,۲
۱۳	ظرفیت ذخیره سازی گندم در بخش دولتی (تن) ^۲	۳۰۲۵۰۰۰	۱۲۰۰۰۰	۴,۰

گیلان - غیر قابل استناد

ماخذ: ۱ - سند برنامه راهبردی بخش خدمات مالی و بازرگانی کشور، ۲ - سازمان صنعت و معدن و تجارت، شرکت غله و بازرگانی منطقه ۷، ۳ - شرکت تعاون روستایی استان

اگر شاخص سهم جمعیت استان از کل کشور را به عنوان معیار ارزیابی سهم شاخص های بازرگانی استان از کشور قرار دهیم و با توجه به سهم ۳/۲ درصدی جمعیت استان از کشور؛ استان گیلان در زمینه شاخص های واحدهای صنفی با پروانه کسب، واحدهای صنفی تولیدی، توزیعی و خدماتی، اتحادیه های صنفی، اتاق های اصناف، شرکت های پخش استان، فروشگاه های زنجیره ای خرده فروشی و ظرفیت ذخیره سازی گندم در بخش دولتی استان از متوسط کشور بالاتر و در واحدهای صنفی بدون پروانه کسب، فروشگاه های بزرگ زنجیره ای و فروشگاه های مجازی پایین تر از متوسط کشور قرار دارد.

۱-۲- تنگناها و چالش ها بخش بازرگانی داخلی استان

- ۱- آسیب پذیری شدید و تاثیر مخرب قاچاق کالا و بازرگانی غیر رسمی بر بخش بازرگانی داخلی استان
- ۲- عدم شناسایی، جانمایی و تامین مراکز انبارش و ذخیره سازی کالا
- ۳- اعمال رویه های محدود کننده در خصوص تولید و نشر محصولات تبلیغی کالاها و خدمات تجاری
- ۴- پایین بودن دانش تخصصی و توانمندی های علمی و کاربردی تجار و بازرگانان، اصناف و کسبه استان در خصوص تجارت نوین
- ۵- فقدان بانک اطلاعات جامع تجارت استان
- ۶- تعدد بیش از حد و ناکارآمدی واحدهای صنفی سنتی و ناچیز بودن سهم فروشگاه های بزرگ و زنجیره ای در نظام توزیع داخلی استان
- ۷- عدم شکل گیری مناسب کسب و کار مجازی و اینترنتی

ردیف	هدف کمی		وضعیت در پایان سال های		سال های برنامه پنجم					رشد / متوسط دوره برنامه ششم (درصد)
			۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸	۱۳۹۹	
			واحد	عنوان	واحد	عنوان	واحد	عنوان	واحد	
	نسبت استان به کشور		درصد	-	-	-	-	-	-	-
	کشور	سهام فروشگاه های بزرگ و زنجیره ای از شبکه توزیع	درصد	-	۵	۸	۱۱	۱۴	۱۷	۲۰
استان			-	-	-	-	-	-	-	-
	نسبت استان به کشور		درصد	-	-	-	-	-	-	-
	کشور	ساماندهی و گسترش بخش خرده فروشی غیر فروشگاه های	وب	۱۱۰۰۰	۱۰۰۰۰	۱۶۰۰	۱۶۰۰	۱۶۰۰	۱۶۰۰	۱۶۰۰
سایت			-	-	-	-	-	-	-	-
	نسبت استان به کشور		درصد	-	-	-	-	-	-	-
	کشور	پوشش یکپارچه رهگیری و ردیابی الکترونیکی کالا و خدمات	درصد	۱۰	۱۳	۲۶	۴۲	۶۲	۸۰	۱۰۰
استان			-	-	-	-	-	-	-	-
	نسبت استان به کشور		درصد	-	-	-	-	-	-	-
	کشور	توسعه کسب و کارهای اینترنتی	تعداد	۱۰۳۶۶	۱۵۰۰۰	۲۰۰۰۰	۳۰۰۰۰	۴۰۰۰۰	۴۵۰۰۰	۵۰۰۰۰
استان			-	-	-	-	-	-	-	-
	نسبت استان به کشور		درصد	-	-	-	-	-	-	-
	کشور	تعداد کالا یا خدمات عرضه شده برای معامله در سامانه ستاد	تعداد	۲۵۲۹۵	۴۰۰۰۰	۵۰۰۰۰	۷۰۰۰۰	۹۰۰۰۰	۱۱۰۰۰۰	۱۳۰۰۰۰
استان			-	-	-	-	-	-	-	-
	نسبت استان به کشور		درصد	-	-	-	-	-	-	-
	کشور	سهام تجارت الکترونیکی از تولید ناخالص داخلی	درصد	-	۴,۸	۵,۱	۵,۱	۵,۲	۵,۳	۵,۳
استان			-	-	-	-	-	-	-	-
	نسبت استان به کشور		درصد	-	-	-	-	-	-	-

رشد / متوسط دوره برنامه ششم (درصد)	سال‌های برنامه پنجم					وضعیت در پایان سال‌های		هدف کمی		ردیف	
	۱۳۹۹	۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	واحد	عنوان		
۲۸,۴۱	۸۷	۶۵	۴۸	۳۷	۳۲	۲۶	-	قره	کشور	سهم واحدهای دارای صندوق مکانیزه فروش از کل واحدهای صنفی	۸
-	-	-	-	-	-	-	-		استان		
-	-	-	-	-	-	-	-	درصد	نسبت استان به کشور		

۲-۳- راهبردهای دستیابی به اهداف کلی، سیاست‌ها و اقدام‌های اساسی بخش بازرگانی داخلی استان گیلان

اقدام‌های اساسی	سیاست‌ها	راهبردها	ردیف
ایجاد شهرک‌های صنفی و پخش کالا شناسایی و شناسنامه دار کردن صنوف فاقد پروانه ایجاد پایگاه داده مکانی شبکه توزیع و پخش تعیین مکان و ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز برای نمایشگاه صادراتی و بین‌المللی در استان پشتیبانی و حمایت از تسهیل‌فرایندها برای ایجاد و توسعه فروشگاه‌های بزرگ زنجیره‌ای و اعمال سیاست‌های لازم جهت مکان‌یابی مناسب آنها شناسایی بازارهای با عملکرد انحصاری محصولات عمده‌ی استان (برنج، چای، کیوی و ...) و مدیریت و پیشنهاد کاهش تبعات انحصار به مرکز	توسعه‌ی شیوه‌های نوین و اصلاح شبکه‌های موجود تأمین، توزیع، بازاریابی و فروش	مدیریت اثربخش عرضه و تقاضای بازار	۱

ردیف	راهبرد ها	سیاست ها	اقدام های اساسی
	گسترش کسب و کار الکترونیکی	فراگیر نمودن تجارت الکترونیکی	فراگیر نمودن استفاده از صندوق های مکانیزه فروش در واحدهای صنفی
			اجرای شیوه های نوین نظارت هوشمند بر بازار
			جانمایی و تامین مراکز انبارش و ذخیره سازی کالا
			برنامه ریزی جهت معرفی و صدور محصولات راهبردی ویژه و منطقه ای استان در سایر استان های کشور
			ایجاد بانک اطلاعاتی جامع مورد نیاز تولیدکنندگان و مصرف کنندگان
			ترویج و آموزش تجارت الکترونیکی
			تامین زیر ساخت های کسب و کارهای اینترنتی و نظارت موثر بر آن
ترویج الکترونیکی نمودن نظام توزیع و نظارت و پایش آن			

منطقه آزاد تجاری - صنعتی انزلی

۱ - بررسی عملکرد گذشته و وضع موجود بخش

۱ - ۱ - توصیف و تحلیل وضع موجود

منطقه آزاد انزلی با مساحت تقریبی ۳۲۰۰ هکتار در نیمه جنوبی منطقه معتدل شمالی بین عرض ۳۷ درجه و ۲۵ دقیقه تا ۳۷ درجه و ۲۷ دقیقه عرض شمالی از خط استوا و ۴۹ درجه و ۳۳ دقیقه تا ۴۹ درجه و ۴۴ دقیقه طول شرقی از مبدا نصف النهار گرینویچ قرار گرفته است. محدوده منطقه آزاد تجاری - صنعتی انزلی (به غیر از محدوده بندری) از غرب به اراضی نیروی دریایی و محدوده روستای طالب آباد و از سوی شرق به روستای چپرپرید پایین منتهی می شود که در سه

محدوده جدا از هم به شرح ذیل در نظر گرفته شده است که هر یک پتانسیل خاص خود را دارند. این سه محدوده عبارتند از :

- (۱) ناحیه گلشن به مساحت ۲۰۹۱ هکتار که شامل اراضی مناسب طبیعی، با تراکم جمعیت پایین و مناطق مسکونی با دسترسی به سواحل مناسب و اماکن و تاسیسات تفریحی و توریستی منطقه می باشد.
- (۲) شهرک صنعتی حسن رود و ناحیه اطراف آن به مساحت ۹۴۶ هکتار که شامل شهرک صنعتی، اراضی منابع ملی و مجاور تالاب می باشد.
- (۳) محدوده بندری منطقه آزاد انزلی به مساحت ۱۰۶ هکتار که این امر مطلوبیت و جاذبه های منطقه آزاد تجاری - صنعتی انزلی را برای ارائه تسهیلات در زمینه تخلیه و بارگیری و سایر امور ارتقا داده است.

۱ - ۱ - ۱ - مزایا و قابلیت های منطقه آزاد انزلی

- منطقه آزاد انزلی با وجود قوانین بسیار مناسب نظیر انواع معافیت های مالیاتی و ایجاد امنیت سرمایه و دارایی (ماده ۵ قانون چگونگی اداره مناطق آزاد) از مناطق بسیار مستعد برای جذب سرمایه گذاری خارجی و داخلی به شمار می آید.
- منطقه آزاد تجاری - صنعتی یکی از بهترین مناطق جغرافیایی از نظر توسعه ی فعالیت های گردشگری، اقتصادی، صنعتی و تجاری، به دلیل نزدیکی به کلان شهر رشت و بندر انزلی می باشد و توان ایجاد رقابت با بنادر کشورهای حاشیه دریای خزر را دارد.
- منطقه آزاد تجاری - صنعتی انزلی درصدد است با گسترش تجارت الکترونیکی و توسعه ی بازارهای مجازی و فناوری اطلاعات و همچنین برگزاری نمایشگاه های بین المللی باعث تنوع فعالیت ها در استان گردد.

- منطقه آزاد انزلی با دارا بودن دریا، جنگل و تالاب درصدد است با توسعه ی گردشگری، حفاظت از تالاب بین المللی انزلی، توسعه کاربری های توریستی، راه اندازی مسیر دریایی به دیگر بنادر شمالی کشور مانند: نوشهر و بندر ترکمن بتواند باعث توسعه ی خدمات گردشگری منطقه ای، ملی و فراملی گردد.
- منطقه آزاد تجاری - صنعتی انزلی با توجه به این که کشاورزی فعالیت محوری استان گیلان می باشد، از مناطق بسیار مستعد در جهت ایجاد صنایع فرآوری تبدیلی و بسته بندی محصولات کشاورزی می باشد و ارزش افزوده را در استان باعث می شود.
- منطقه آزاد انزلی در کارکرد های اقتصادی خود می تواند اموری همچون پشتیبانی صادراتی و بازاریابی، بازاریابی، خدمات، خدمات لجستیک محصولات کشاورزی را در استان عهده دار گردد و کشاورزی سنتی را به کشاورزی نوین که آمیزه ای از صنعت و تکنولوژی است، تبدیل نماید.
- منطقه آزاد تجاری - صنعتی انزلی به واسطه ی قوانین و مقررات مناسب و همچنین آماده بودن زیرساخت های لازم می تواند به عنوان پایلوتی برای ایجاد شرکت ها و واحدهای تولیدی - صنعتی که محصولات مرتبط یا مکمل تولید می کنند، تبدیل گردد و از این طریق به رشد همه جانبه ی اقتصادی استان و کشور کمک نماید.
- منطقه آزاد انزلی با توسعه صنایع تبدیلی، افزایش بازدهی فعالیت های کشاورزی، توسعه صنایع با تکنولوژی بالا، ظرفیت تخصصی و صادراتی با عملکرد بین المللی (کشاورزی - الکترونیک - شیلات)، برقراری یارانه های صادراتی، تاکید بر توسعه صنعت در شهرک های صنعتی، در جهت توسعه صنعت صادراتی گام بر می دارد.

- منطقه آزاد تجاری - صنعتی انزلی به دلیل برخورداری از جایگاه رفیع ترانزیتی و حمل و نقل به واسطه واقع شدن در مسیر کریدور شمال - جنوب، توان بالایی در جهت ارتقا جایگاه استان در این زمینه را دارد.
- منطقه آزاد تجاری - صنعتی انزلی، با پیوند بنگاه های اقتصادی و تشیکل خوشه های صنعتی، درصدد است تا علاوه بر این که هزینه های مشترک بالاسری را کاهش دهد، به توسعه ی بخش صنعت در استان کمک نماید.
- منطقه آزاد تجاری - صنعتی انزلی با ایجاد و راه اندازی بندرگاه کاسپین علاوه بر گسترش فعالیت های بازرگانی و تجاری استان می تواند باعث گسترش صنایع دریایی و بندری شده و بدین لحاظ ۸۰ صنعت مرتبط با این صنعت را در استان فعال نماید.
- سازمان منطقه آزاد انزلی با فراهم نمودن مقدمات جهت ایجاد و راه اندازی بندرگاه نوین کاسپین و ایجاد راه آهن اتصال این بندرگاه به راه آهن در حال احداث قزوین - انزلی - آستارا می تواند موجب رونق هر چه بیشتر درآمدهای ترانزیتی در استان باشد.
- منطقه آزاد انزلی در تلاش است با توسعه ی پارک های علم و فناوری و گسترش ارتباطات علمی با مراکز و نهادهای آموزشی و تحقیقاتی در جهت انتقال دانش فناوری و تکنولوژی گام بردارد.
- منطقه آزاد انزلی با توسعه خدمات دانشگاهی برتر و ایجاد واحدهای دانشگاهی بین المللی و پذیرش دانشگاه های خصوصی، علاوه بر بسط و توسعه علوم و فنون در استان، همچنین باعث به وجود آمدن تقاضای گردشگری علمی و آموزشی در فصل سرما می گردد.

۲- ۱- ۱- ویژگی های کلان منطقه آزاد تجاری- صنعتی انزلی

مناطق آزاد برای جذب سرمایه گذاری نیازمند شرایط و مقدماتی هستند، که موقعیت مناسب جغرافیایی، دسترسی به بازارهای قدرتمند، فراهم بودن امکانات زیربنایی، وجود نیروی کار و ... از جمله این موارد هستند؛ بر این اساس مهمترین ویژگی های منطقه آزاد تجاری - صنعتی انزلی را می توان به شرح زیر برشمرد:

۱) قرار گرفتن در مسیر کریدور بین المللی شمال- جنوب، (نستراک) که از آن به عنوان کریدور حمل و نقل قرن بیست و یکم آسیا - اروپا یاد می شود. این کریدور بندر هلسینکی در شمال اروپا را از طریق روسیه به بندر شمال و جنوب دریای خزر، بندر خلیج فارس و سپس به کشورهای جنوب و شرق آسیا متصل می کند.

۲) ارتباط و تبادلات تجاری با بندر شمال و جنوب اروپا از طریق رود «ولگا» و «ولگا-دن» همجواری با بندر آستراخان و لاگان در روسیه، کراسنودسک در ترکمنستان، آکتائو در قزاقستان و باکو در آذربایجان.

۳) همجواری با بازار پرمصرف و مناسب کشورهای CIS

۴) از امتیازات مهم منطقه آزاد انزلی، وجود بندر انزلی در محدوده ی آن است که دارای امکانات، تجهیزات و تأسیسات پیشرفته ای جهت تخلیه و بارگیری و انبارداری است. از مهمترین آنان می توان به وجود ده پست اسکله به طول ۱۵۸۱ متر با ظرفیت حداکثر ۸۰۰۰۰ تن با کاربری تجاری، رو - رو، غلات، خدماتی و نفتی و سیستم کنترل ترافیکی دریایی (TS) و همچنین سیستم رایانه ای مشترک با گمرک جهت سهولت ترخیص کالا اشاره کرد.

۵) نزدیکی به فرودگاه بین المللی با برخورداری از تجهیزات کامل ناوبری و دستگاه

های LIS/MOE

۶) آزاد راه انزلی - رشت - قزوین

- (۷) وجود نیروی کار متخصص فراوان
- (۸) نزدیکی به بزرگترین ذخایر نفت و گاز دریایی خزر
- (۹) راه آهن قزوین- انزلی - آستارا که ظرفیت حمل بار از منطقه آزاد به نقاط مختلف کشور و مبادی ذیربط را به طور چشمگیری افزایش می دهد.
- (۱۰) برخورداری از زیربناهای مهم از جمله راه های ترانزیتی و ارتباطی، آب، برق، گاز، مخابرات و شبکه های فیبر نوری

۱-۲- تنگناها و چالش ها منطقه آزاد تجاری- صنعتی انزلی

- (۱) ناهماهنگی اجرایی بین سازمان های مناطق آزاد و سایر دستگاه های دولت
- (۲) مسائل مربوط به جذب سرمایه گذاری خارجی
- (۳) عدم بهره برداری بهینه از مزایای بالقوه ی منطقه آزاد تجاری- صنعتی انزلی در توسعه صادرات و صادرات مجدد

۲- برنامه راهبردی منطقه آزاد تجاری- صنعتی انزلی

۱-۲- اهداف کلی و راهبردهای منطقه آزاد تجاری- صنعتی انزلی

اهداف کلی	اهداف کلی	ردیف
توسعه زیرساخت ها، تولید و صادرات مجدد در منطقه آزاد انزلی و مناطق ویژه اقتصادی استان	ارتقاء جایگاه و عملکرد منطقه آزاد تجاری و مناطق ویژه اقتصادی استان در توسعه ی تجارت	۱

۲-۲- راهبردهای دستیابی به اهداف کلی ، سیاست ها و اقدامات اساسی منطقه آزاد

تجاری- صنعتی انزلی

ردیف	راهبرد ها	سیاست ها	اقدامات اساسی
۱	توسعه زیرساخت ها، تولید و صادرات مجدد در منطقه آزاد انزلی و مناطق ویژه اقتصادی استان	توسعه ی ظرفیت های صادراتی منطقه آزاد انزلی	تکمیل بندر کاسپین
			ایجاد ظرفیت های لازم برای احداث هاب تجاری در محور شانگاهی، اوکئانو و بندر کاسپین و کشورهای حاشیه دریای خزر.
			ایجاد پایگاه صادرات مجدد و مشوق های صادراتی.
			ایجاد و توسعه زیرساخت های لازم برای نگهداری و دپوی کالا جهت صادرات به روسیه.
			ارتقاء فرودگاه سردار جنگل به سطح بین المللی و الحاق آن به محدوده منطقه آزاد انزلی.
			تکمیل زیرساخت ها دریایی و بندری و ایجاد پسرانخانه های بندر انزلی
			احداث پایانه های صادراتی محصولات کشاورزی در استان
			احداث نمایشگاه بین المللی منطقه آزاد انزلی
			ایجاد مرکز صادرات خدمات فنی و مهندسی
			توسعه ی ظرفیت های تولیدی منطقه آزاد انزلی
ایجاد زیر ساخت های مرکز رشد و ایجاد پارک علمی و فناوری با گرایش صنعت.			
توسعه مراکز خدماتی مرتبط با فناوری اطلاعات.			
توسعه زیرساخت ها ، تولید و صادرات	توسعه زیرساخت ها ، تولید و صادرات	تبدیل منطقه آزاد انزلی به قطب فناوری	احداث کارخانجات صنایع هایتک (High Tech) متناسب با محیط زیست منطقه.
			ایجاد نهادهای مالی و شعب بانک های خارجی.
مجدد در منطقه آزاد انزلی و مناطق ویژه اقتصادی استان	مجدد در منطقه آزاد انزلی و مناطق ویژه اقتصادی استان	توسعه ظرفیت تامین منابع برای سرمایه گذاری و نیازها	تأسیس بیمه های بین المللی و شعب ممتاز بیمه های داخلی.
			ایجاد مرکز مالی بین الملل در منطقه آزاد انزلی.
			ایجاد و راه اندازی بورس منطقه ای آهن و چوب منطقه آزاد انزلی.
			تخصیص کد گمرکی جهت شناسایی فعالیت رسمی منطقه
			توسعه اراضی منطقه ویژه اقتصادی آستارا و الحاق به منطقه فعلی

ردیف	راهبردها	سیاست‌ها	اقدامات اساسی
		تکمیل زیر ساخت‌ها و بهره‌برداری کامل از منطقه ویژه اقتصادی آستارا	ایجاد و تکمیل زیرساخت‌ها و روستاها و بندری آستارا (اسکله، انبار، پایانه صادراتی، سردخانه و ...)
		راه‌اندازی و اجرایی نمودن منطقه ویژه اقتصادی لاهیجان	اتصال منطقه ویژه آستارا به راه آهن سراسری ایجاد فعالیت‌های دریایی، بندری، صنایع و خدمات وابسته و لجستیکی و ایجاد ارزش افزوده تجاری و واردات و صادرات

سازمان برنامه و بودجه استان گیلان - غیر قابل استناد