



نظام مسائل احصاء شده حمایت از کالای ایرانی



بنیاد فرهنگ و خاتم الاوصیا
معاونت شبکه سازی
و هدایت عملیات

بسمه تعالی

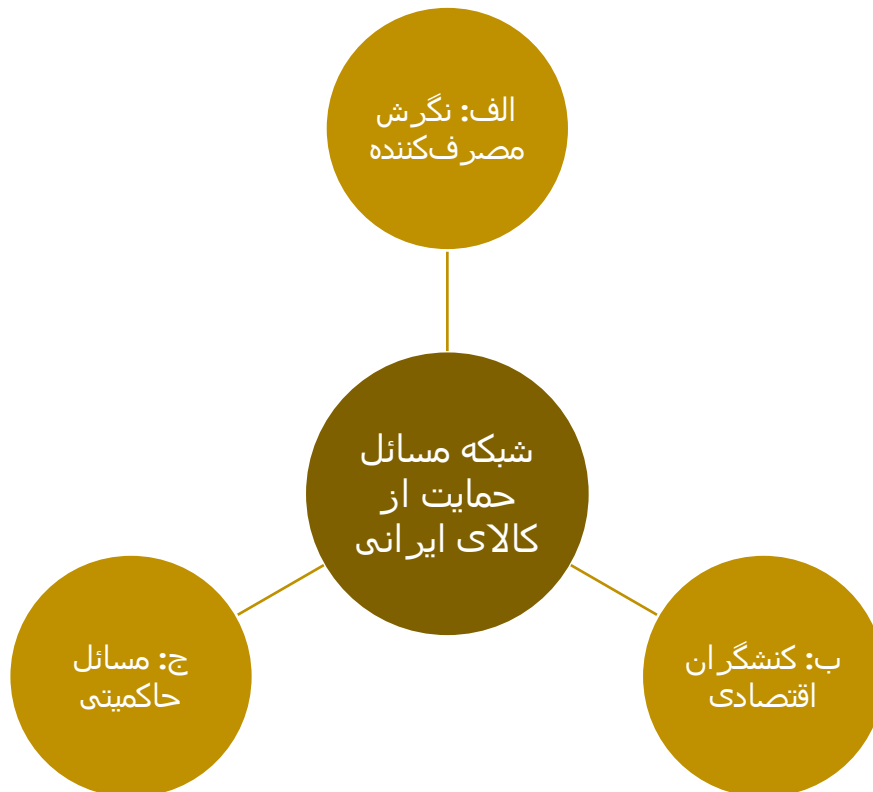
پس از نام گذاری سال حمایت از کالای ایرانی توسط امام خامنه‌ای مدظله‌العالی؛ دبیرخانه اتاق گفت‌وگو سازمان سازی اقتصاد مقاومتی بنیاد فرهنگی خاتم‌الاولیاء (عج) در صدد احصاء سلسله مسائل مربوط به حمایت از کالای ایرانی برآمد. لذا با استفاده از سخنان و رهنمود های حضرت امام خامنه‌ای مدظله‌العالی و مطالعه آثار مکتوب و نشریات موجود و نظرخواهی از ۳۰ نفر از متخصصان شبکه مسائل حمایت از کالای ایرانی حدود ۸۰ مسئله مختلف جمع آوری شده و در ۳ دسته ذیل دسته بندی گردیده است.

الف - مسائل نگرشی مصرف کننده به کالای ایرانی

ب- مسائل کنشگران اقتصادی نسبت به حمایت از کالای ایرانی

ج- مسائل حاکمیتی، سیاسی، تقنینی مربوط به حمایت از کالای ایرانی

لازم به ذکر است که از این ۸۰ مسأله با توجه به ۳ شاخص «اهمیت»، «فوریت» و «ظرفیت»، ۱۴ مسأله به عنوان اولویت‌های عملکرد بنیاد فرهنگی خاتم‌الاولیاء (عج) در سال جاری مشخص گردیده که در صفحه ۵ همین گزارش به پیوست تقدیم می‌گردد.







هزینه های بالای تامین اجتماعی
انعطاف ناپذیری قانون کار
مردمی نبودن اقتصاد
عدم مزیت سنجی منطقه ای
ضعف در سواد اقتصادی مسئولین
هزینه های بالای مالیاتی
دییلماسی ضعیف اقتصاد
بالا بودن نرخ سود تسهیلات بانکی به تولیدکنندگان
فرآیند های طولانی مدت ترخیص کالاهای واسطه ای
عدم توجه به اخذ مالیات با توان تولیدکننده
عدم مدیریت هوشمند تولید و صادرات و واردات
عدم اخذ مالیات از بازارهای غیر مولد
عدم تخصیص هدفمند یارانه‌ها به تولید
فقدان نظارت بر کیفیت کالاها و تولید
کم بودن تعرفه بر واردات بی رویه کالاهای نهائی
فقدان نظام بهینه استاندارد
بی‌توجهی به حقوق مالکیت
فقدان رویکرد یکپارچه حاکمیتی در تعامل با کسب‌وکارها
عدم همکاری دستگاه‌ها در صدور مجوزهای لازم
بنگاه داری دولت و بانکها
حمایت های غیر منطقی از برخی شرکتهای تولیدی نا کارآمد
زیرساخت‌های ناکافی
بهره‌وری پایین عوامل تولید
عدم ثبات قیمت منابع و مواد اولیه
عدم ثبات اقتصادی
ضعف تکنولوژی
عدم کارکرد شورای رقابت
عدم توسعه بازارهای مالی
عدم جلوگیری از ورود کالای قاچاق
تولید در مقیاس پایین و عدم بهره‌برداری از منافع صرفه‌جویی ناشی از آن
وابستگی غیر متعارف به بودجه دولت و درآمدهای نفتی
ضعف مدیریت بنگاه های تولیدی
برند سازی و تبلیغات عالی رقبای خارجی
فقدان استراتژی‌های بلندمدت در بنگاه های تولیدی
عدم ارتباط صنعت و دانشگاه و فقدان اقتصاد دانش بنیان
فقدان شناخت ساختار بازار داخلی و جهانی

اولویت‌های انتخاب‌شده با توجه به سه شاخص «اهمیت»، «فوریت» و «ظرفیت»

