تحلیلی بر موانع سرمایه گذاری در بخش های تولیدی

نوشته: مهندس سید حسن هفده تن

قسمت دوم

موانع سرمایه گذاری در بخش تولید

عمده ترین موانع برای سرمایه گذاری در بخشهای تولیدی به شرح زیر قابل یاد آوری است.

۱) تصدی گری اقتصادی دولت

در اقتصادهای موفق دنیا ، عمده ترین وظایف دولتها سیاست گذاری ، هدایت ، کنترل و نظارت بر روند اجرای برنامه ها ست . تصدی گری دولتها در امور اقتصادی از آفات تولید و از عمده ترین موانع سرمایه گذاری بخش خصوصی به شمار می رود . اقتصاد ایران نیز که بیش از۷۵ درصد آن دولتی و شبه دولتی است ، در راستای حذف تمامی موانع سرمایه گذاری می بایست خصوصی سازی را از طریق بازار بورس به دل سوختگان صنعت ، صاحبان سرمایه و ایده پردازان صنعتی واگذار نماید.

۲) غیر رقابتی بودن اقتصاد (انحصار گرایی)

۳)قاچاق کالا

۴)تبعیض در توزیع فرصتها و اعتبارات بانکی

۵) بالا بودن نرخ تسهیلات بانکی برای بخشهای تولیدی

۶) راهبردهای نامناسب در خصوصی سازی

۷) تمرکز گرائی در سیاستهای توسعه صنعتی

۸) بوروکراسی اداری

۹) مدیریتهای نا کار آمد

۱۰) عدم خرد گرایی در تعاملات سیاسی، منطقه‌ای و جهانی

۱۱) سیاست های نامناسب مالیاتی و گمرکی

۱۲) خدمات نامناسب پس از فروش یا صادرات

۱۳) سیاست گذاری انفعالی بازار کار

۱۴) عدم سه جانبه گرایی در سیاست گذاریهای صنعت و بخشهای تولیدی

۱۵) فقدان آموزش های حرفه ای حین کار و مادام العمر

۱۶) بیگانگی صنعت و حوزه های علمیه

۱۷) سیاست های نامناسب پولی – مالی

۱۹) انعطاف ناپذیری قوانین و مقررات بازار کار (روابط کار)

۲۰) هدفمند نبودن یارانه ها به نفع تولید و اشتغال

۲۱) فقدان شرکت های مادر تخصصی بازاریابی و صادراتی

۲۲) فقدان دولت الکترونیک و سیستم مکانیزاسیون برای توزیع عادلانه فرصت ها و اعتبارات

۲۳)فقدان زیر ساخت های مناسب در شبکه های ارتباطی کشور (زمینی ، دریایی و هوایی)

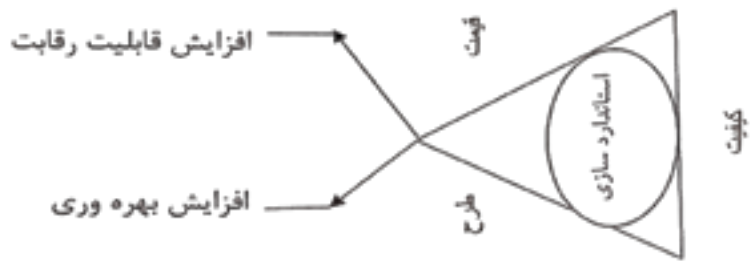
ظرفیت و کشش بازار مصرف داخلی محدود بوده و فقط قادر به جذب و هضم ۳۰ الی ۵۰ درصد از ظرفیت تولیدی کارخانجات ، واحدهای صنعتی و تولیدی می باشند. لذا با هدف بکار گیری ظرفیت تولیدی بیش از ۴۰۰ هزار واحد تولیدی خرد ، کوچک ، متوسط و بزرگ صنعتی در سراسر کشور نفوذ و راه یابی به بازار های منطقه ای و جهانی به منظور صیانت و بقاء واحدهای مذکور یک ضرورت اجتناب ناپذیر است . امروزه در تمامی کشور های صنعتی مسئولیت بازاریابی و صادرات محصولات تولیدی به عهده شرکتهای مادر تخصصی است که با همین هدف ساماندهی ، شبکه سازی و صاحب تجربه گردیده اند . واحدهای تولیدی نباید هیچگونه نقشی جز تلاش برای بهبود کیفیت و استاندارد سازی محصولات ایفا نمایند .

شرکت های مادر تخصصی در شکوفایی بازار های داخلی ، کشف ظرفیت های نهفته بازار مصرف بازارسازی های جدید ازطریق انتقال ذائقه مصرف کنند گان به ویژه خانمها به واحدهای تولیدی می‌توانند نقشی محوری ایفا کنند . دولت نیز می‌تواند به کمک مکانیزم هایی با هدف افزایش قدرت خرید مردم و کنترل واردات توسط تعرفه‌های گمرکی و برخی سیستم های تشویقی و انگیزشی به شکوفایی بازار مصرف داخلی کمک نماید.

شرایط ورود و نفوذ در بازار های منطقه‌ای و جهانی

اولین اقدام اساسی برای ورود و نفوذ در بازار های منطقه ای و جهانی ، استاندارد سازی محصولات تولیدی است. استاندارد سازی محصولات، صنایع و محصولات کشور را به بهره وری و قابلیت رقابت لازم که دو شرط عمده برای ورود به بازارهای منطقه ای و جهانی محسوب میشوند ، مجهز خواهد نمود.

شرایط پایدار سازی تولید و فرصت های شغلی تولید شریان حیات جامعه و کشور است . اگر در مسیر رشد تولید مانع و یا توقف ایجاد شود، حیات جامعه دچار مخاطره خواهد شد . عقل و خرد اقتصادی حکم می کند که قبل از تدوین سیاستهای مرتبط با تولید ، بازارهای مصرف داخلی ، منطقه ای و جهانی امکان سنجی ، شناسایی و شبکه سازی شوند . غفلت در ایجاد شبکه های ارتباطی برای دسترسی به بازار مصرف ، تلاش برای بازار سازی داخلی ، شناسایی ذائقه های مصرف کنندگان در داخل و خارج کشور با هدف استاندارد سازی محصولات تولیدی و همگون سازی تولیدات با سلایق بازار های مصرف داخلی ، منطقه ای و جهانی از عمده ترین رموز موفقیت در پایدار سازی و رشد تولید و اشتغال کشور خواهد بود . برای دستیابی به چنین موفقیتی ایجاد و ساماندهی شرکتهای مادر تخصصی و صاحب تجربه در امر بازار یابی های داخلی و خارجی در سراسر کشور از اهم مواردی است که باید بدان همت گمارد . حیات تولید و پایدار سازی اشتغال کشور از جریان گردش کالا ، فروش محصولات و پول و ارز حاصل از صادرات تغذیه می کند . هر گونه توقف در گردش کالا ، پول و ارز صادراتی ، تغذیه تولید و اشتغال کشور را با مشکلات جدی روبرو خواهد ساخت . کشوری که تنها صادر کننده مواد خام است به طور ناخواسته منابع حیاتی و میراث نسل های آینده را سخاوتمندانه به حراج گذاشته است.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی