



وزارت بازرگانی

اندیشکده بازرگانی

۲

نهضت کاهش قیمت تمام شده

پایان اقلافها

www.moc.gov.ir



نسخه الکترونیکی اندیشکده بازرگانی در پایگاه اینترنتی وزارت بازرگانی در دسترس است.



نهضت کاهش قیمت تمام شده پایان اتلافها

برگرفته از دیدگاه‌های دکتر مهدی غضنفری وزیر بازرگانی
و شماری از پژوهشگران
به کوشش شهناز حسینی

از سری انتشارات اندیشکده بازرگانی

۲



www.moc.gov.ir

ویرایش اول
اسفند ۱۳۸۹
تهران - ایران

شناسه پدید آورندگان

- **عنوان:** نهضت کاهش قیمت تمام شده، پایان اتلاف ها
 - **گردآوری و تنظیم:** شهناز حسینی (برگرفته از دیدگاه‌های دکتر مهدی غضنفری، وزیر بازرگانی و شماری از پژوهشگران)
 - **ناشر:** روابط عمومی وزارت بازرگانی
 - **نوبت چاپ:** ویرایش اول - اسفند ۱۳۸۹
 - **تیراژ:** ۲۰۰۰ نسخه
 - **طراحی:** علی گنجوی
 - **چاپ:** شرکت چاپ و نشر بازرگانی
 - **با تشکر از:** موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
 - **نشانی:** تهران میدان ولیعصر، جنب سفارت عراق، ساختمان مرکزی وزارت بازرگانی، دفتر روابط عمومی
 - **کد پستی:** ۱۴۱۶۷۸۳۶۱۹، صندوق پستی: ۶۳۹۹-۱۴۱۵۵
 - **تلفن:** ۸۸۹۰۵۷۷۰ (۰۲۱) - تلفنخانه: ۸۲۲۱۱
 - **نسخه الکترونیکی:** www.moc.gov.ir بخش سخنرانی‌ها و همایش‌های وزیر بازرگانی
 - www.shabanews.ir بخش اندیشه‌های بازرگانی
- کلیه حقوق این اثر متعلق به وزارت بازرگانی است.



فهرست مطالب

پیشگفتار	۴
مقدمه	۶
۱- تعریف	۷
۲- اهداف نهضت	۷
۳- اقتصاد دانش محور اساس بهره‌وری	۸
۴- چرا نهضت قیمت تمام شده- ضرورت اجرا	۱۰
۵- دلایل بالا بودن قیمت تمام شده	۱۱
۵-۱- تعرفه	۱۲
۵-۲- نرخ تورم	۱۳
۵-۳- بهره‌وری نیروی کار	۱۳
۵-۴- سهم صادرات صنایع کارخانه‌ای	۱۴
۵-۵- رقابت پذیری و جایگاه ایران	۱۴
۵-۶- فضای کسب و کار	۱۵
۵-۷- تعداد روزهای تعطیل	۱۵
۶- زیرساخت لجستیک در ایران	۱۵
۷- نقش نظام توزیع در قیمت کالا	۱۷
۷-۱- مشکلات نظام توزیع در ایران	۱۸
۸- ساختار بازار در قیمت کالا و خدمات	۱۸
۹- کشاورزی، ظرفیت تولید	۱۹
۹-۱- راهکارهای کمک کننده به کاهش قیمت تمام شده	۲۰
۹-۲- کاهش سیکل قیمت تمام شده محصولات کشاورزی	۲۰
۱۰- واقعیت کنونی تولید صنعتی و رویکردهای آتی	۲۱
۱۰-۱- راهکارها	۲۱
۱۱- مصوبه دولت- تعامل میان دستگاهی	۲۲
۱۱-۱- همسویی با استراتژی سند چشم‌انداز	۲۲
۱۱-۲- همراهی برنامه پنجم توسعه	۲۳
۱۲- چارچوب و راه حل های عملیاتی	۲۴
۱۲-۱- تولید در بنگاه	۲۴
۱۲-۲- فرایند تامین	۲۵
۱۲-۳- بهبود فضای کسب و کار و توسعه فضای رقابتی	۲۵
۱۲-۴- حوزه حمل و نقل	۲۶
۱۲-۵- انبارداری و توزیع	۲۷
۱۲-۶- فرایند صادرات	۲۸
۱۳- کاهش قیمت تمام شده و تقسیم کار ملی	۲۸
۱۳-۱- حوزه بهبود فضای کسب و کار و توسعه فضای رقابتی	۲۹
۱۳-۲- حوزه فرایند تامین کالا	۳۴
۱۳-۳- اصلاح فرایند تولید	۳۵
۱۳-۴- حوزه حمل و نقل	۳۸
۱۳-۵- انبارداری و توزیع	۳۹
۱۳-۶- فرایند حوزه صادرات	۴۰
نتیجه گیری	۴۱



پيشگفتار

هدفمندی یارانه‌ها، بهشت تکنیک‌های کاهش قیمت تمام‌شده

یکی از اهداف و منطقی‌های اجرای کامل قانون هدفمندسازی یارانه‌ها مدیریت کاهش هزینه‌ها به ویژه در بنگاه‌های تولیدی، اقتصادی و خدماتی است و از این روست که وزیر بازرگانی زمان حاضر را بهشت تکنیک‌های کاهش قیمت تمام‌شده می‌داند. اما این تکنیک‌ها چه هستند؟

مدت‌هاست که فضای رقابتی، فروش بیشتر و تلاش برای کسب سهم بیشتری از بازار، بنگاه‌های اقتصادی را ملزم کرده تا به بازرنگری در فرآیندهای خود پردازند و در زمینه مدیریت و کاهش هزینه‌ها و در نهایت کاهش قیمت تمام‌شده تولیدات خود بکوشند. این سعی و تلاش منجر به ایجاد تکنیک‌های نوینی در این عرصه شده که در ادامه به طور اختصار به برخی از آنها اشاره می‌شود.

« سیستم تولید به موقع (JIT)

Just in Time نوعی فلسفه تولید با یک هدف بسیار ساده است. رویکرد سیستم تولید به موقع (JIT) بر این است که اقلام مورد نیاز، با کیفیت مورد نیاز، به مقدار مورد نیاز و دقیقاً در زمان مورد نیاز تولید شود. در این رویکرد، از یک سو شاهد کاهش موجودی در کلیه سطوح خرید مواد و کالاهای نهایی و از سوی دیگر کاهش فعالیت‌های غیرمستقیم نظیر نگهداری مواد و در نتیجه افزایش نرخ بهره‌وری و کاهش هزینه‌ها خواهیم بود.

« تولید بدون کارخانه

این سیستم با هدف حداکثر کردن صرفه‌جویی در منابع مالی، فنی، انسانی و ... لازم برای تولید با بهره‌گیری از امکانات موجود جامعه طراحی شده و به نحوی است که با تولید قسمت‌های اصلی (کلیدی) که درصد محدودی از فعالیت‌های تولید را به خود اختصاص می‌دهند (حدود ۲۰ درصد) بتوان از توانایی‌های موجود جامعه برای تأمین سایر قسمت‌ها که درصد بالایی از تولید هستند (حدود ۸۰ درصد) استفاده کرد.

« تولید انعطاف‌پذیر

تفکر تولید انعطاف‌پذیر اینست که محصول با کیفیت، لزوماً با هزینه‌های بالا تولید نمی‌شود. در تولید انعطاف‌پذیر، مشتری جزء تفکیک‌ناپذیر روند تولید است و به جای آنکه منتظر مشتری باشد، خود به سراغ مشتری می‌رود.

« مهندسی ارزش (VE)

مهندسی ارزش (Value Engineering) مجموعه‌ای از تکنیک‌های سیستماتیک و کاربردی برای تشخیص کارکرد یک محصول و یا یک خدمت و سپس تولید آن با کمترین هزینه است. در حقیقت مهندسی ارزش یک



روش خلاق و سازمان یافته به منظور شناخت هزینه‌های غیرضروری است؛ هزینه‌هایی که نه کیفیت محصول را افزایش می‌دهند و نه کارایی و طول عمر محصول را بالا می‌برند و نه حتی مورد علاقه مشتری می‌باشند. در مهندسی ارزش، این ذهنیت که افزایش کیفیت همواره با بالا رفتن هزینه‌ها همراه است از بین می‌رود چون در تعریف این تکنیک آمده است: مهندسی ارزش، حفظ یا ارتقای کیفیت همراه با کاهش زمان و هزینه.

« مدیریت دانش

امروزه دانش به عنوان یک فاکتور رقابتی کلیدی در اقتصاد جهانی شمرده می‌شود لذا مدیریت دانش در عصر کنونی اهمیت ویژه‌ای یافته است.

ثبت و ضبط دانش و توسعه بکارگیری آن و بهره‌گیری از بهترین تجارب دیگران، در هر سازمان تولیدی و خدماتی می‌تواند منشا جهش و ارتقای آن سازمان شود و در عین حال کاهش هزینه‌ها را به همراه داشته باشد.

مدیریت دانش و مدیریت ذینفعان از جمله انتظارات وزیر بازرگانی دولت دهم از روابط عمومی خود بوده است. ایشان بر این باورند که اگر مدیریت دانش وزارت بازرگانی عملیاتی شود، قطعاً اطلاع‌رسانی مطابق با نیاز مخاطبان خواهد بود. و با این نگاه، هر فردی یک سرمایه محسوب می‌شود.

هم‌اکنون وزارت بازرگانی در پی تحقق بازرگانی نوین در کشور است. به همین منظور بازرگانی مبتنی بر دانش در اولویت‌های این دستگاه اجرایی قرار دارد. مدیریت و توسعه دانش در مجموعه بازرگانی از یک سو منجر به بهبود عملکرد و بهره‌وری سازمانی می‌شود و از دیگر سو ارتقای کیفی فعالیت‌های ذی‌نفعان را به همراه دارد.

ذینفعان وزارت بازرگانی بر این باورند که سخنرانی‌های دکتر غضنفری در محافل مختلف و رسانه‌ها نه فقط حاوی اخبار و اطلاعات بلکه شامل مباحث علمی و تبیینی است. آنها سخنرانی‌های ایشان را دارای تئوری و ساختار علمی و عملی می‌دانند که نیازمند تبیین و توسعه است.

از همین رو اداره کل روابط عمومی وزارت بازرگانی با هدف مدیریت دانش و گسترش آن در حوزه بازرگانی، اقدام به انتشار اندیشکده بازرگانی کرده است. اساس سلسله جزوات اندیشکده بازرگانی بر گرفته از دیدگاه‌های جناب آقای دکتر غضنفری، وزیر محترم بازرگانی در سخنرانی‌ها و مصاحبه‌ها در حوزه‌های مختلف است که با بهره‌گیری از پژوهش‌ها، مصوبات قانونی و ... تکمیل و تدوین شده است. شایان ذکر است فایل سخنرانی‌های ایشان در پایگاه اینترنتی وزارت بازرگانی به نشانی moc.gov.ir بخش سخنرانی‌ها و همایش‌های وزیر بازرگانی قرار دارد.

اندیشکده پیش رو پس از وزارت بازرگانی و هدفمند کردن یارانه‌ها به موضوع نهضت کاهش قیمت تمام شده پرداخته است. جا دارد از زحمات همکاران موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی که در یکسال و نیم اخیر تلاش گسترده‌ای در تبیین و آموزش این موضوع داشته‌اند، همچنین سرکار خانم شهناز حسنی برای گردآوری و تنظیم این شماره اندیشکده و نیز شرکت چاپ و نشر بازرگانی برای چاپ آن تشکر نماییم.

امید است این حرکت گامی باشد در جهت بومی شدن تکنیک‌های نوین تجاری و نیز مستندسازی تجربه‌ها و دیدگاه‌ها به عنوان الگویی ایرانی - اسلامی برای آیندگان.

سیدعلیرضا شجاعی



مقدمه

با وجود روند افزایشی شاخص‌های بهره‌وری از برنامه سوم توسعه تاکنون و ارتقاء سهم صادرات صنعتی از کل صادرات، اما همچنان یکی از مشکلات اقتصاد ایران، بالا بودن قیمت تمام‌شده تولیدات داخلی در مقایسه با محصولات و خدمات مشابه خارجی است. به گونه‌ای که جایگاه اقتصاد را در میان کشورهای جهان به لحاظ میزان رقابت‌پذیری و فضای کسب و کار نامناسب کرده است.

مطالعات نشان می‌دهد برای تحقق رشد اقتصادی مستمر و پرشتاب باید بهره‌وری عوامل تولید به نحوی تغییر کند که نه تنها تولید از کیفیت بالاتری برخوردار باشد بلکه در فضای رقابت‌پذیری در موقعیت بالاتری (چه داخلی و خارجی) قرار گیرد.

ارتقای سطح بهره‌وری نیازمند تجهیز منابع و در پیش گرفتن جهت‌گیری‌ها و راهبردهای مناسب است که از جمله این عوامل بهبود فضای کسب و کار، توسعه فضای رقابتی و اصلاح فرایندهای زنجیره تامین، تولید و توزیع مطرح می‌شود. برای عملیاتی نمودن این راهبردها نیز سیاست‌های اجرایی متنوعی وجود دارد که از آن جمله می‌توان به موضوع بهینه‌سازی هزینه‌های تولید و کاهش قیمت تمام‌شده اشاره کرد که این موضوع در کنترل تورم و افزایش رفاه افراد جامعه نیز نقش اساسی خواهد داشت.

قیمت تمام‌شده بالای تولید و کاهش آن به عنوان یک نهضت فراگیر، رویکردی جدید و فراخوانی است برای به مشارکت طلبیدن تمام دستگاه‌های اجرایی و فعالان اقتصادی، تا با ارائه برنامه‌های هدفمند در تعاملی همسو جهت حذف هزینه‌ها و تحقق اهداف پیش روی اقتصاد گام‌های بزرگی برداشته شود.

وزارت بازرگانی از شروع کار دولت دهم، طرح نهضت کاهش قیمت تمام‌شده را که ایده آن نخستین بار دو سال پیش از سوی دکتر مهدی غضنفری در کسوت معاونت توسعه روابط اقتصادی و رییس کل سازمان توسعه تجارت دولت نهم مطرح شده بود را سرلوحه فعالیت‌های خود قرار داده است.

توجه به تنوع زیاد تولید کالا و خدمات در بخش‌های مختلف اقتصادی و گستردگی تولی‌گری هر فعالیت به یک یا چند دستگاه اجرایی و تاثیر سیاست‌های داخلی (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی)، خارجی و قوانین و مقررات بر قیمت تمام‌شده، همکاری موثر تمامی دستگاه‌های اجرایی در موفقیت نهضت کاهش قیمت تمام‌شده ضروری به نظر می‌رسد. به عبارت دیگر فراگیر شدن این برنامه نیازمند عزم و اراده ملی است.

با این وجود نمی‌توان انتظار داشت که این برنامه در یک دوره کوتاه‌مدت اجرایی شود اما به طور قطع با تدوین برنامه هدفمند و مشخص شدن وظایف و مسئولیت دستگاه‌ها و از سویی تعامل بخش خصوصی می‌توان به آینده موفق نهضت یقین پیدا کرد.



تعریف

نهیضت کاهش قیمت تمام شده به عنوان فرایندی مستمر، برنامه‌ای مشارکتی با حضور تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان و دستگاه‌های اجرایی است که عملیاتی کردن آن نیازمند تعامل همه‌جانبه برای ارتقای کیفیت، بالا بردن توان رقابتی محصولات و خدمات است.

با یادآوری این واقعیت که هزینه بالای تولید کالاها و خدمات باعث شده تا اجناس با قیمت غیر واقعی در اختیار مصرف‌کنندگان قرار گیرد، قدرت رقابت‌پذیری بنگاه‌ها در بازارهای داخلی و خارجی کاهش می‌یابد و نتیجه‌ای جز کاهش سهم ایران در بازارهای جهانی عاید کشور نمی‌شود، می‌توان به اهمیت ارائه تعریفی واحد از برنامه کاهش قیمت تمام شده برای تعامل گسترده همه دستگاه‌ها پی برد.

۲- اهداف نهیضت

ارتقای سطح رفاه آحاد کشور، افزایش صادرات غیرنفتی، کاهش اتکاء به صادرات نفت و بقا در بازارهای داخلی از جمله اهدافی است که با عملیاتی شدن نهیضت کاهش قیمت تمام شده تحقق آنها حتمی خواهد بود.

۲-۱- ارتقای سطح رفاه آحاد کشور

به منظور کاهش فقر و افزایش سطح رفاه جامعه نیاز به کاهش قیمت تمام شده، کاهش نرخ تورم و افزایش قدرت خرید مردم است تا بتوان سرمایه انسانی را آموزش داد و در جهت رفع نیاز گام برداشت.

۲-۲- افزایش سهم صادرات غیرنفتی

با توجه به روند مصرف و میزان ذخایر نفتی، در دهه‌های آتی ایران دیگر صادرکننده نفت نخواهد بود و از هم‌اکنون باید برنامه‌ریزی برای جایگزین کردن آن داشت. به دلیل گسترش روزافزون رقابت در بازارهای هدف، بقا در بازارهای خارجی نیازمند کاهش قیمت تمام شده و ارتقای قدرت رقابت‌پذیری بنگاه‌ها است.

۲-۳- بقا در بازارهای داخلی

جهت‌گیری کشور برای عضویت دائم در سازمان جهانی تجارت، ضرورت کاهش تعرفه‌ها و تأکید برنامه پنجم توسعه در جهت تحقق این هدف همزمان با رقابت، ماندگاری در بازارهای داخلی را امکان‌پذیر می‌کند.



برای دستیابی به هدف اول (کاهش قیمت تمام‌شده بنگاهها)، لازم است چند اقدام اساسی صورت گیرد:

« افزایش بهره‌وری عوامل تولید، تا به ازای تولید هر واحد کالا یا خدمت از منابع کمتری استفاده شود که نتیجه آن کاهش هزینه تمام‌شده است.

« هزینه‌های موثر استفاده از هر واحد عوامل تولید کاهش یابد تا به تبع آن هزینه تمام‌شده تولید کمتر شود.

« بهینه‌سازی فرایندهای مختلف تولید در بنگاه با رویکرد حذف اتلاف‌ها

« ایجاد سهولت در فضای کسب و کار از طریق اصلاح قوانین و مقررات

« فراهم کردن بسترهای لازم برای توسعه فضای رقابتی در اقتصاد

همچنین برای رسیدن به هدف دوم (منطقی‌سازی فاصله بین قیمت‌های تولیدکننده و مصرف‌کننده) لازم است چند اقدام مهم صورت گیرد:

« ساماندهی نظام توزیع کالا با تاکید بر توسعه فضای رقابتی و کاهش قیمت تمام‌شده و عرضه خدمات در بخش توزیع

« بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل، انبارداری و کاهش قیمت تمام‌شده خدمات ذی‌ربط

۳- اقتصاد دانش‌محور اساس بهره‌وری

یکی از محورهای تحقق شعار کاهش قیمت تمام‌شده بالابردن بهره‌وری عوامل تولید است علاوه بر این موضوعات متعددی برای افزایش بهره‌وری عوامل تولید نظیر بهبود کیفیت بکارگیری نیروی کار، استفاده بهینه از سرمایه، آموزش حین کار نیروی انسانی، تحصیلات عالی نیروی کار، سرمایه‌گذاری در سرمایه فیزیکی، توجه به سرمایه‌گذاری در فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)، صرف هزینه بر روی تحقیق و توسعه موثر هستند.

براساس یک بررسی، بهره‌وری در ایران در سال ۲۰۰۷، به ازای هر شاغل ۷/۱ هزار دلار بوده است. در حالی که شاخص بهره‌وری در کشورهای عضو سازمان توسعه و همکاری اقتصادی (OECD) در همان سال به ازای هر شاغل به ۵۶ هزار دلار می‌رسید.

این بررسی نشان می‌دهد ایران در مقایسه با کشورهای پیشرفته از منابع بیشتری برای تولید استفاده می‌کند به همین دلیل از بهره‌وری پایینی برخوردار است.

حرکت به سوی اقتصاد دانش‌محور می‌تواند یکی از راه‌های افزایش بهره‌وری پایدار عوامل تولید به ویژه نیروی کار و به تبع آن کاهش قیمت تمام‌شده محصولات گردد. اما اقتصاد دانش‌محور چیست



و اقتصادی‌های مبتنی بر دانش از چه ویژگی‌های برخوردار هستند؟

اقتصاد دانش محور اقتصادی است که تولید، توزیع و استفاده از دانش در آن نقش اصلی و غالب برای تولید ثروت را عهده‌دار باشد. در این مدل اقتصاد، دانش محرک اصلی رشد، ایجاد ثروت و اشتغال در تمامی رشته فعالیت‌ها است. براساس این تعریف اقتصاد دانش تنها بستگی به تعداد محدودی صنایع مبتنی بر فناوری بسیار پیشرفته نیست بلکه در این نوع اقتصاد کلیه فعالیت‌های اقتصادی به شکلی به دانش متکی هستند حتی فعالیت‌هایی نظیر معدن و کشاورزی.

همچنین دانش مورد نیاز برای ساختن اقتصاد دانش محور تنها از نوع فناوری محض نخواهد بود و دانش فرهنگی، اجتماعی و مدیریتی را نیز دربر می‌گیرد.

در اقتصاد دانش محور، سهم قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی از رشته فعالیت‌های مبتنی بر دانش، مانند صنایع با فناوری برتر، متوسط، خدمات مالی و تجاری دانش محور است، دانش بیش از عوامل سنتی نظیر کار و سرمایه موجب تولید می‌شود و ارزش بسیاری از شرکت‌های نرم‌افزاری و فناوری زیستی، نه ناشی از دارایی‌های فیزیکی بلکه ناشی از سرمایه‌های غیر ملموس آنها یعنی دانش است.

عوامل اصلی شکل‌گیری و تحقق اقتصاد دانش محور در هر اقتصادی عبارتند از:

- « آموزش: رابطه مستقیم با اقتصاد دانش محور دارد. کشورهای سنگاپور و کره جنوبی موفقیت خود را در آن می‌دانند.
- « تحقیق، پژوهش و توسعه نوآوری‌ها: برای گذر از اقتصاد سنتی به اقتصاد دانش محور نیاز به سرمایه‌گذاری بالا در پژوهش است.
- « نقش دولت: دولت می‌تواند با توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و هدایت بخش خصوصی از طریق تسهیلات در به وجود آمدن اقتصاد دانش محور موثر باشد.
- « شکل‌گیری صنایع با فناوری بالا و بکارگیری سرمایه‌های مخاطره‌پذیر.
- « فرهنگ‌سازی در تغییر سنت‌ها
- « افزایش نقل و انتقالات مالی و داده‌های دیجیتال، اینترنت، ارتباط بین شرکت‌های کوچک و بزرگ را در سطح جهان برقرار می‌کند.

به نظرمی رسد با حرکت به سوی اقتصاد مبتنی بر دانش می‌توان افزایش در بهره‌وری پایدار را در عوامل تولید و به تبع آن کاهش قیمت تمام شده تحقق بخشید.



۴- چرا نهضت کاهش قیمت تمام‌شده- ضرورت اجرا

حضور در عرصه رقابت جهانی در عصر حاضر به دلیل توسعه سریع تکنولوژی و کوتاه شدن چرخه عمر محصولات تولیدشده مستلزم بهبود مداوم کیفیت و یا کاهش قیمت است. از این رو، کاهش قیمت تمام‌شده به ویژه برای ایران که روند تحول تکنولوژی در آن نسبت به برخی کشورها قدری کندتر است، یک ضرورت به شمار می‌رود. اما در شرایط فعلی، چند عامل این ضرورت را به یک الزام تبدیل ساخته است.

۴-۱- بحران مالی و اقتصادی در جهان که از طریق کاهش قیمت‌ها در بازارهای جهانی، عرصه رقابت را تنگ‌تر از قبل نموده است. به عنوان نمونه، ارزش واحد کالاهای صادراتی و وارداتی کشور نسبت به سال قبل کاهش قابل ملاحظه‌ای داشته که ناشی از رکود حاکم در بازارهای جهانی است.

۴-۲- با اجرایی شدن تمام یا بخشی از قانون هدفمندی یارانه، هزینه تولید در کشور افزایش خواهد یافت و در صورتی که تمهیدات لازم در این مورد از هم‌اکنون اندیشیده نشود، موقعیت رقابتی کشور در بازارهای داخلی و جهانی تحت فشار بیشتری قرار خواهد گرفت. پیشتر نیز موضوع کاهش قیمت تمام‌شده در قالب مفاهیمی نظیر افزایش بهره‌وری نیروی کار، سرمایه و بهره‌وری کل عوامل تولید در برنامه چهارم توسعه مورد تأکید قرار گرفته بود. مقام معظم رهبری نیز با تعیین سال ۱۳۸۸ به عنوان سال اصلاح الگوی مصرف که قابل تعمیم به مصرف نهاده‌های تولید و زمان بود. بر این مقوله تأکید داشته‌اند.

بنابراین، نخست اینکه کاهش قیمت تمام‌شده بحث جدیدی نیست و ثانیاً، این مقوله از یک ضرورت تبدیل به یک الزام شده است. از سویی موضوع کاهش هزینه و قیمت تمام‌شده را باید هم در بعد خرد (در سطح بنگاه) و هم در سطح کلان (دولت و دستگاه‌های اجرایی) مورد توجه قرار داد. این فرایند در سطح بنگاه محدود نمی‌شود بلکه باید در سرتاسر زنجیره تأمین - یعنی از هنگام تأسیس بنگاه، سفارش مواد، حمل، تولید و توزیع آن تا مصرف‌کننده نهایی - مورد توجه قرار داد و در هر مرحله، برای کاهش هزینه تمام‌شده تلاش نمود.

در ارتباط با این فرآیند چند نکته قابل تأکید است. نخست اینکه این فرآیند ماهیت انگیزشی دارد و نه ماهیت دستوری و دیگر اینکه به دلیل گستردگی این فرآیند وزارتخانه‌ها و سازمان‌های مختلفی درگیر این مسئله خواهند بود که لازم است هر یک برنامه مشخص و معینی را که هماهنگ کننده و تقویت کننده اقدامات دستگاه‌های دیگر است، دنبال نمایند و موضوع سوم آن است که نهضت کاهش



قیمت تمام شده برای کلیه دست‌اندرکاران و جامعه دستاورد مثبتی خواهد داشت. با کاهش هزینه تولید و افزایش قدرت رقابتی تولیدکنندگان، سود آنها افزایش می‌یابد. با افزایش سود شرکت‌ها، دولت نیز در آمد مالیاتی بیشتری به دست می‌آورد. مصرف‌کنندگان نیز از کاهش قیمت تمام شده کالاها و خدمات منتفع خواهند شد و رفاه جامعه افزایش خواهد یافت.

براساس محور چهارم توسعه فضای رقابتی و رفع انحصارات از پیش‌نیازهای اجرایی شدن این نهضت است که این مورد نیز با ابلاغ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، تشکیل شورای رقابت و تصویب قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تبدیل موانع غیرتعرفه‌ای به تعرفه تا حدود زیادی عملی شده است.

براساس نظریه مزیت رقابتی، اگر اقدامات سطح اقتصاد خرد و کلان به طور هماهنگ و در جهت درست اجرا شوند، نتیجه آن افزایش توان رقابتی بنگاه‌ها و بهبود استاندارد زندگی جامعه خواهد بود. بنابراین، چنین رویکردی به بقای بنگاه‌ها در بازارهای داخلی و خارجی و افزایش سهم صادرات غیر نفتی منجر خواهد شد.

اگر ساختار اقتصاد رقابتی باشد و قیمت تمام شده در تمامی مراحل زنجیره تامین، تولید و توزیع کاهش یابد، سپس قیمت کالا یا خدمتی که توسط مصرف‌کننده داخلی و خارجی پرداخت می‌شود کاهش خواهد یافت و این به معنای ارتقای توان رقابت بنگاه‌های داخلی در بازارهای داخلی و خارجی و افزایش رفاه جامعه است.

۵- دلایل بالا بودن قیمت تمام شده

برای آگاهی از عوامل تاثیر گذار در افزایش قیمت تمام شده در ایران نخستین پرسشی که ابتدا مطرح می‌شود. آن است که علت اصلی و ریشه‌ای بالا بودن قیمت کالاها و خدمات داخلی نسبت به موارد مشابه خارجی چیست؟ برای پاسخ به این پرسش می‌توان به عواملی چون هزینه‌های موثر استفاده از هر واحد عوامل تولید، هزینه‌های تحمیل شده بر بنگاه به واسطه قوانین و مقررات، بهره‌وری عوامل تولید، عملکرد لجستیک، ساختار نظام توزیع، ساختار بازار (رقابتی یا غیررقابتی بودن بازارها) اشاره کرد.

به بیانی دیگر دلیل اصلی و ریشه‌ای بالا بودن قیمت کالاها و خدمات در ایران، پایین بودن توان رقابتی (رقابت‌مندی) اقتصاد است. توان رقابت یعنی توانایی یک کشور در حفظ و یا ارتقای سهم خود در بازارهای جهانی مشروط به حفظ و یا ارتقای سطح استاندارد زندگی مردم در بلندمدت.

این موضوع که تعرفه‌های وارداتی در ایران نسبتاً بالا است و یا سهم صادرات صنایع کارخانه‌ای از صادرات کالایی پایین است و نظیر اینها ریشه در مسائل اقتصادی در حوزه رقابت دارد.

برخی از کالاها و خدمات با در نظر گرفتن عامل کیفیت در ایران ارزان‌تر از کشورهای دیگر است اما



در مجموع به طور متوسط بیشتر کالاها و خدمات در ایران گران تر از جهان است. با توجه به این که هزاران کالا و خدمت با درجه کیفیت متنوع در ایران و جهان تولید می شود در نتیجه امکان مقایسه کالا به کالا و خدمت به خدمت وجود ندارد و به ناچار باید از شاخص های کلان اقتصادی در ارائه شواهد بالا بودن قیمت کالاها و خدمات در ایران نسبت به جهان استفاده کرد.

با آنالیز کردن قیمت تمام شده یک کالا و محاسبه نقش پارامترهای اقتصاد خرد و کلان می توان به آثار تورمی پی برد. برخی مثال ها می تواند به فهم بیشتر این مسئله کمک کند به عنوان نمونه شرکت و یا سازمانی که دو برابر نیاز، نیروی انسانی به کار گرفته است، کامیونی که یک هزار کیلومتر با بار حرکت می کند و در مقابل یک هزار و ۲۰۰ کیلومتر را بدون بار بازمی گردد، سیستمی که دو برابر استاندارد انرژی مصرف می کند، یک فروند کشتی که روزهای متمادی جریمه معطلی می خورد، واگن های خالی که در بندرها خاک می خورند، سرمایه ای که به جای تولید صرف خرید زمین ویلایی شده، مزارعی که نسل به نسل خرد شده اند، پخت غیر کیفی نان، تولید غیر استاندارد کالا، محصول تولیدی تولید کننده که در انبار خاک می خورد، کارخانه ای که با ۵۰ درصد ظرفیت کار می کند، کارگاهی که احداث شده ولی سرمایه در گردش ندارد، دانشجویی که برای نیاز کشور تربیت نمی شود، کارخانه ای که به جای جنوب در شمال احداث شده است، اینها و صدها نمونه دیگر، از جنس پایین بودن بهره وری محسوب می شوند.

هدف نهضت کاهش قیمت تمام شده هجوم به این ائتلاف ها و اسراف ها و ایجاد این تفکر است که مشکل بسیار جدی ولی در عین حال قابل حل است. این ناکارآمدی و عدم بهره وری هر ساله حداقل ۱۰۰ هزار میلیارد تومان یارانه را هدر می دهد. در عین اینکه برخی از مشکلات مثل بیکاری و غیره همچنان مقاومت می کنند.

۱-۵- تعرفه

هدف از تعرفه، حمایت از تولید کننده در شرایطی که قیمت محصول داخلی بالاتر از تولید کننده خارجی است و توانایی رقابت با بنگاه های خارجی را ندارد. می باشد بنابراین، بالاتر بودن تعرفه ها به معنای فاصله زیاد بین قیمت های داخلی و خارجی است. به عنوان مثال نرخ تعرفه وارداتی در سال ۱۳۸۸ که توسط گمرک اخذ می شود برای کفش و کلاه ساخته شده از چرم ۱۲۰ درصد، پوشاک ۱۰۰ درصد، پیانو و آلات موسیقی ۱۰۰ درصد، خرما زاهدی ۱۰۰ درصد، عسل طبیعی ۹۰ درصد، خودرو ۹۰ درصد، کاشی و سرامیک ۱۰۰ درصد بوده است. از منظر دیگر برخی کالاها و خدمات نیز وجود دارند که از تعرفه پائینی برخوردار هستند و برای ارزیابی قیمت کالاها و خدمات می بایست به میانگین تعرفه های وارداتی توجه نمود.

بر اساس مقایسه تطبیقی میانگین موزون نرخ های تعرفه وارداتی در گزارش مجمع جهانی اقتصاد در



سال ۲۰۱۱-۲۰۱۰، ایران در میان ۱۳۹ کشور جهان رتبه ۱۳۵ را به خود اختصاص داده که بیانگر بالا بودن تعرفه‌ها در کشور است بنابراین متوسط قیمت کالاها و خدمات در ایران نسبت به سطوح جهانی آن بالاتر می‌باشد.

افزایش مستمر نرخ تعرفه‌ها و استفاده مضاعف از آن در افزایش قیمت تمام شده موثر است چرا که افزایش مضاعف تعرفه‌ها یعنی برعهده گرفتن مسئولیت واحدی که نتوانسته محصول خود را ارزان تولید کند. این اتفاق به این معنا است که به جای قدرتمند کردن تیم خودی به جریمه رقیب اقدام شود.

۲-۵- نرخ تورم

بر اساس گزارش‌های رسمی، نرخ تورم در دوره ۲۰۰۹-۱۹۹۹ در ایران از میانگین رقم مشابه برای کشورهای خاورمیانه بالاتر بوده و طبق پیش‌بینی صندوق بین‌المللی پول این وضعیت تا سال ۲۰۱۳ حفظ خواهد شد که این به معنای افزایش قیمت نسبی ایران نسبت به رقبای منطقه و کاهش توان رقابتی بنگاه‌ها است.

کارشناسان اقتصادی سه دلیل عمده را برای تورم ذکر می‌کنند که از آن جمله می‌توان به تورم ناشی از افزایش عرضه، افزایش تقاضا، فشار هزینه و تورم ساختاری اشاره کرد.

در نوع اول به اعتقاد آنها ارتباط مثبتی بین رشد پول و سطح عمومی قیمت‌ها وجود دارد. در دو نوع اول آنها می‌گویند که به جز پارامترهای اقتصاد کلان، پارامترهای اقتصاد خرد هم موثر واقع می‌شوند به این معنا که مجموعه‌ای از عوامل همچون افزایش دستمزد و کاهش بهره‌وری، بالا بودن هزینه‌های مالی و تبادل تجاری، ناکارآمدی سیستم تولید و حمل و نقل، ظرفیت‌های خالی تولیدی خدماتی، افزایش قیمت‌های خرید تضمینی، تورم نیروی انسانی در کار، قیمت ارز و نرخ سود بانکی و گمرکی، محیط کسب و کار و غیره موثر است. با این وجود در این شرایط تورمی، برخی تولیدکنندگان داخلی موفق شده‌اند قیمت تمام شده کالاها را تا ۲۰ درصد کاهش دهند.

۳-۵- بهره‌وری نیروی کار

بهره‌وری نیروی کار ایران برحسب برابری قدرت برابری قدرت (PPP) در سال ۲۰۰۶ حدود ۳۲/۹ هزار دلار به ازای هر شاغل و برای متوسط ۱۹ کشور منتخب سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) حدود ۶۶/۲ هزار دلار به ازای هر شاغل اعلام شده است.

در دوره ۲۰۰۷-۱۹۹۵، متوسط رشد سالانه بهره‌وری کل عوامل در ایران ۰/۸ درصد و برای متوسط ۱۹ کشور منتخب سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) حدود ۱/۰۸ درصد بوده است یعنی هم سطح بهره‌وری در ایران پایین و هم رشد آن پایین‌تر از کشورهای توسعه یافته است. سهم رشد



بهره‌وری کل عوامل (TFP) در تامین رشد اقتصادی ایران ۸/۱۴ درصد و برای متوسط کشورهای منتخب سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) حدود ۴۰ درصد بوده است. پس ایران در مقایسه با کشورهای پیشرفته از منابع بیشتری برای تولید هر واحد محصول استفاده می‌کند که بیانگر بالا بودن قیمت تمام‌شده است.

۴-۵- سهم صادرات صنایع کارخانه‌ای

در دوره ۲۰۰۶-۱۹۹۵ متوسط سهم صادرات کارخانه‌ای از کل صادرات کالایی ایران ۹ درصد و برای متوسط ۱۹ کشور منتخب سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) حدود ۳/۷۲ درصد بوده است. بنابراین پایین بودن سهم صادرات صنایع کارخانه‌ای ایران نشانگر گرانتر بودن این محصولات نسبت به کشورهای پیشرفته است.

۵-۵- رقابت‌پذیری و جایگاه ایران

برای افزایش رقابت‌پذیری باید فضا را برای کسب اطلاعات آماده کرد و از رقابت تولید داخلی و خارجی هراس نداشت. قرار گرفتن در یک فضای اقتصادی بدون حضور تولیدات خارجی رقابت را معنادار نمی‌کند زیرا همه آنها که به بهبود شاخص رقابت‌پذیری علاقه‌مند هستند باید برای دشوار شدن فضای کاری خود آماده باشند.

باید با رویکرد نگاه به آینده به افزایش رقابت‌پذیری پرداخت و راهکارهای متعددی را در این راستا بررسی کرد. برای مثال امضای موافقت‌نامه‌هایی چون کاهش و یا به صفر رساندن تعرفه‌ها بین چند شریک تجاری می‌تواند در رقابتی کردن فضای کسب و کار موثر باشد. نکته جالب آن است که گاهی به بهبود برخی شاخص‌ها در راستای افزایش رقابت‌پذیری پرداخته می‌شود اما رتبه کشور در شاخص جهانی تغییر نمی‌کند به این دلیل که سایر کشورها نیز در حال بهبود فضای کسب و کار و شاخص‌های رقابت‌پذیری هستند.

بهبود شاخص‌ها امری است مستمر که باید با گام‌های کوچک صورت گیرد این اصل برای بسیاری از کشورها پذیرفته شده است بنابراین ایران نیز همچون سایر کشورها به صورت مستمر در نهضت کاهش قیمت تمام‌شده به آن پردازد.

بر اساس نتایج گزارش مجمع جهانی اقتصاد در ۲۰۱۱-۲۰۱۰ رتبه ایران از نظر رقابت‌پذیری در بین ۱۳۹ کشور جهان ۶۹ می‌باشد که بیانگر پایین بودن سطح بهره‌وری و توان رقابتی اقتصاد ایران است. در همین سال رتبه ترکیه و عربستان به عنوان رقبای مهم ایران در منطقه به ترتیب ۶۱ و ۲۱ بوده است. براساس این گزارشات، عربستان جایگاه خود را در سال ۲۰۱۰ نسبت به ۲۰۰۹ به میزان ۷ پله بهبود



داده و رتبه ترکیه بدون تغییر باقی مانده است. نکته دیگر آن که رتبه ایران در بین ۱۹ کشور حوزه سند چشم‌انداز ۱۰ است و کشورهای قزاقستان، مصر، لبنان، گرجستان، سوریه، ارمنستان، تاجیکستان، قرقیزستان و پاکستان بعد از ایران قرار دارند.

۶-۵- فضای کسب و کار

نامناسب بودن فضای کسب و کار به واسطه ناکارآمدی قوانین و مقررات، هزینه‌هایی را بر بنگاه‌ها تحمیل می‌کند که به بالا بودن قیمت تمام‌شده کالاها و خدمات منجر می‌شود. بر اساس شاخص سهولت کسب و کار بانک جهانی، رتبه ایران در بین ۱۷۸ کشور جهان در سال ۲۰۰۸-۲۰۰۷ برابر ۱۳۵ و در بین ۲۱ کشور منطقه حوزه سند چشم‌انداز ۱۶ بود. رتبه عربستان در دنیا ۲۳ و در منطقه ۲ و برای ترکیه به ترتیب در دنیا و منطقه ۵۷ و ۷ است.

طبق گزارش بانک جهانی در ۲۰۰۹-۲۰۰۸، رتبه ایران بر اساس شاخص سهولت کسب و کار بین ۱۸۳ کشور جهان برابر ۱۳۷ می‌باشد. بنابراین فضای نامناسب کسب و کار در ایران یکی از دلایل بالا بودن هزینه‌های تولید است.

۷-۵- تعداد روزهای تعطیل

تعداد روزهای تعطیل در تقویم رسمی کشور بیانگر این موضوع است که میزان تعطیلات در ایران به نسبت بسیاری از کشورهای جهان زیاد است. کارفرما حقوق، دستمزد و سود تسهیلات بانکی را ماهانه پرداخت می‌کند اما بابت روزهای تعطیل رسمی که بنگاه تولیدی ندارد از هزینه دستمزد و بهره پرداختی وی کاسته نمی‌شود. این موضوع باعث می‌شود هزینه‌های واقعی استفاده از نیروی کار و سرمایه افزایش یابد. افزون بر آن عدم تقارن بین تعطیلات آخر هفته در ایران با بسیاری از کشورها موجب شده حجم تجارت بنگاه‌ها با خارج محدود شود و از طریق کوچک شدن مقیاس تولید، قیمت تمام‌شده افزایش یابد.

۶-۶- زیرساخت لجستیک در ایران

لجستیک به طور مستقیم با مسائل اقتصادی مهم مانند توسعه تجارت، تنوع صادرات و رشد اقتصادی و بهره‌وری ارتباط دارد. شاخص‌های متعددی برای اندازه‌گیری عملکرد لجستیک کشورها طراحی شده‌اند که یکی از جامع‌ترین آنها مربوط به بانک جهانی است.

بانک جهانی عملکرد لجستیک کشورها را در گزارش سال ۲۰۱۰-۲۰۰۹ برای ۱۵۵ کشور جهان و در قالب ۶ شاخص تحلیل کرده است. شاخص عملکرد لجستیک (LPI) از شش زیرشاخص زیر تشکیل شده است:



- ۱ کارایی فرایندهای ترخیص کالا (سرعت، سادگی و قابل پیش‌بینی بودن تشریفات اداری) به وسیله آژانس‌های کنترل‌کننده مرزی مثل گمرک
- ۲ کیفیت تجارت و زیرساخت‌های مرتبط با حمل و نقل (مثل ورودی‌ها، راه‌آهن، جاده‌ها و تکنولوژی اطلاعات)
- ۳ سهولت دسترسی به انواع کالا با قیمت رقابتی
- ۴ شایستگی و کیفیت خدمات لجستیک (متصدیان حمل و نقل، کارگزاران یا واسطه‌های گمرک)
- ۵ توانایی در تعقیب و ردیابی کالاهای ارسالی
- ۶ مناسب بودن زمان تحویل محموله‌ها در مقصد در زمان تعیین شده یا زمان مورد انتظار

این شاخص‌ها بر اساس آخرین تحقیقات علمی و تجربی و با استفاده از متخصصان لجستیک استخراج شده است. این رویکرد، امکان مقایسه معنادار عملکرد لجستیک بین کشورها، مناطق و گروه‌های درآمدی را فراهم می‌سازد.

نزدیک به یک‌هزار متخصص لجستیک در بیش از ۱۳۰ کشور در این تحقیق مشارکت دارند. این تحقیق دارای دو بخش مجزا بین‌الملل و داخلی می‌باشد.

در سال ۲۰۰۹ این تحقیق در بیش از پنج هزار نقطه در کشورهای مختلف با بیش از یک هزار فرستنده محموله‌های بین‌المللی صورت گرفت. بر این اساس، بازارهای هشت‌گانه در شش سطح از ۱ (بدترین) تا ۵ (بهترین) ارزیابی شد.

این بازارها بر اساس بیشترین اهمیت آنها در صادرات و واردات یک کشور و به صورت تصادفی انتخاب می‌شوند. در مورد کشورهایی که از نظر زمینی بسته‌اند، از طریق کشورهای همسایه که با آنها در بازارهای بین‌المللی ارتباط دارند، در نظر گرفته می‌شود.

رتبه ایران در سال ۲۰۱۰-۲۰۰۹ در بین ۱۵۵ کشور جهان ۱۰۳ است و بیشترین ضعف ایران به ترتیب در شاخص سهولت دسترسی به کالاهای با قیمت رقابتی، شاخص توانایی در تعقیب و ردیابی کالاهای ارسالی و شاخص کارایی فرایندهای ترخیص کالا در گمرک بوده است.

هم‌اکنون در کشورهای پیشرفته هر وسیله حمل و نقل سالانه ۲۵۰ هزار کیلومتر طی مسیر می‌کند اما در ایران این شاخص ۸۰ هزار کیلومتر در سال است.



۷- نقش نظام توزیع در قیمت کالا

یکی از دلایل فاصله زیاد بین قیمت تولیدکننده (یا قیمت کالاهای وارداتی) با قیمت مصرف‌کننده به نارسایی‌های نظام توزیع کالا در ایران ارتباط دارد. در اقتصاد ایران، نظام توزیع کالا ساختاری سنتی دارد و نقش واحدهای صنفی خرده‌فروشی و عمده‌فروشی در آنها مسلط و غالب است. فروشگاه‌های بزرگ زنجیره‌ای و شرکت‌های پخش کالا نقشی کم‌رنگ دارند.

براساس آمار اخذشده از بانک اطلاعات اصناف کشور در ابتدای سال ۱۳۸۹، حدود ۷۶۹ هزار واحد صنفی دارای پروانه در قسمت خدمات توزیعی (خرده‌فروشی و عمده‌فروشی) و یک میلیون و ۴۵ هزار نفر شاغل در بخش بازرگانی فعال بوده‌اند که متوسط تعداد شاغل به ازای هر واحد صنفی ۱/۴ نفر است که به وضوح کوچک بودن اندازه بنگاه‌های بازرگانی را نشان می‌دهد به بیانی دیگر این وضعیت نتیجه طبیعی آن بهره‌وری پایین است.

کوچک بودن اندازه بنگاه و حجم فروش به افزایش قیمت کالاهای فروخته‌شده توسط این واحدها منجر می‌شود تا بتوانند هزینه‌های واحد صنفی را پوشش دهند. در شرایطی که هزینه‌های اجاره واحدهای صنفی بالا باشد، این افزایش قیمت بیشتر خواهد شد و به افزایش تورم بیشتری منجر خواهد شد.

مقایسه تطبیقی از بهره‌وری نیروی کار در بخش بازرگانی، رستوران و هتلداری ایران با کشورهای منتخب سازمان همکاری‌های اقتصادی (OECD) از جمله نروژ، انگلستان، آلمان و ترکیه نشان می‌دهد که بهره‌وری نیروی کار بر اساس معیار برابری قدرت خرید (PPP) در بخش بازرگانی ایران نسبت به میانگین چهار کشور منتخب OECD بسیار پایین است و حتی نسبت به کشور ترکیه که یکی از رقبای اصلی ایران در حوزه سند چشم‌انداز است قابل ملاحظه نیست.

بنابراین اصلاح ساختار نظام توزیع در ایران اجتناب‌ناپذیر بوده و می‌تواند در کاهش فاصله بین قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده نقش مهمی داشته باشد.



مقایسه تطبیقی بهره‌وری نیروی کار بخش بازرگانی، رستوران و هتلداری ایران با کشورهای منتخب OECD در ۲۰۰۴-۲۰۰۵ (هزار دلار به ازای هر نفر شاغل)

کشور	۲۰۰۴	۲۰۰۵
نروژ	۱۱۳۸۷۶	۹۸۷۰۴
انگلستان	۷۵۱۶۰	۷۷۳۰۰
آلمان	۷۴۳۵۸,۴	۷۱۰۹۰,۲
ترکیه	۶۱۵۶۶,۸	۶۱۶۷۷,۱
میانگین چهار کشور	۸۱۲۴۰,۳	۷۷۱۹۰,۶
ایران	۳۷۰۴۹,۵	۳۸۰۶۸,۹

۱-۲- مشکلات نظام توزیع در ایران

به طور کلی مسائل و مشکلات نظام توزیع در ایران عواملی چون پایین بودن بهره‌وری واحدهای صنفی، عدم توسعه شبکه‌های زنجیره‌ای خرده‌فروشی، فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای و نهادهای توزیع زنجیره‌ای، عدم تاسیس مراکز بارانداز و عمده‌فروشی، نقش پایین شرکت‌های پخش کالا در نظام توزیع کالا، ثبت نشدن اطلاعات برخی از واحدهای صنفی، شرکت‌های پخش کالا و شرکت‌های بازرگانی را دربر می‌گیرند.

از سویی عدم وجود اطلاعات از درصد افزایش قیمت کالاها در مراحل مختلف توزیع، نبود بانک اطلاعات از قیمت‌های عمده‌فروشی و خرده‌فروشی کالاها و کیفیت آنها، حضور ناچیز سرمایه‌گذاران خارجی در بخش توزیع، بالا بودن هزینه‌های اجاره واحدهای صنفی، بی‌توجهی به راهبرد مشتری‌مداری در بنگاه‌های بازرگانی، عدم توسعه زیرساخت‌های مربوط به سردخانه محصولات کشاورزی و بالا بودن ضایعات محصولات کشاورزی در بخش توزیع از جمله این موارد به شمار می‌آید.

۸- ساختار بازار در قیمت کالا و خدمات

قیمت تعیین شده برای کالاها و خدمات با توجه به نوع ساختار بازار از نظر رقابتی و انحصاری بودن متفاوت است. قیمت محصولات متمایز (ناهمگن) در بازار رقابت کامل و قیمت محصولات همگن متمایز (یعنی محصولاتی که متعلق به یک صنعت معین هستند ولی تفاوت در کیفیت و ویژگی دارند)



در بازار رقابت انحصاری در بلندمدت با هزینه متوسط (AC) تولید برابر بوده و سود ویژه اقتصادی صفر است.

لازم به ذکر است صفر بودن سود اقتصادی به معنای آن است که هر عامل تولید به اندازه نقش آن در تولید دارای درآمد خواهد بود و سود حسابداری مثبت است (سود صاحبان سهام مثبت است). بنابراین حرکت به سمت بازارهای رقابت کامل در مورد محصولات ناهمگن و بازارهای رقابت انحصاری در مورد محصولات همگن متمایز گامی در جهت کاهش قیمت تمام شده در اقتصاد است. در این راستا، تسهیل و کاهش هزینه‌های ورود و خروج بنگاه‌ها به بازار و ایجاد شفافیت در اطلاعات از الزامات کلیدی تحقق بازارهای رقابتی است. افزون بر این، کاهش موانع تجاری به منظور در رقابت قرار دادن انحصارگران داخلی با تولیدکنندگان خارجی به تغییر رفتار انحصارگر به سمت رفتار بنگاه رقابتی منجر خواهد شد.

هم‌اکنون در اقتصاد ایران، به دلیل مشکل یا پرهزینه بودن فرایند ورود و خروج بنگاه‌ها به بازار، عدم شفافیت اطلاعات، عدم اجرای قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، نقش انحصاری بنگاه‌های دولتی، فرصت‌های نابرابر در فعالیت‌های اقتصادی، موانع تجاری زیاد و مانند اینها ساختار بازار از رقابتی بودن دور است و مهم‌ترین پیش‌نیاز برای تحقق کاهش قیمت تمام شده، رفع موانع گسترش فضای رقابت در کشور است.

۹- کشاورزی، ظرفیت تولید

در شرایطی که ظرفیت تولید محصولات کشاورزی در کشور سالانه ۳۰۰ میلیون تن است اما با تمام تلاش‌های صورت گرفته سالانه تنها ۱۰۰ میلیون تن از این محصولات تولید می‌شود. در حقیقت این فاصله بین ظرفیت تولید و شرایط کنونی، نشان‌دهنده فاصله گرفتن از مقیاس بهینه تولید است و در صورت عدم بهره‌گیری مطلوب از ظرفیت‌های موجود، قیمت تمام شده به شدت افزایش خواهد یافت. میزان ضایعات نیز در حوزه کشاورزی ۲۵ برابر استانداردهای جهانی است و به عبارت دیگر می‌توان گفت به ازای هر تن تولید، ۲۵۰ کیلوگرم از محصولات کشاورزی ضایع می‌شود این در حالی است که میزان ضایعات محصولات کشاورزی در کشورهای دیگر در هر تن تنها ۱۰ کیلوگرم است. از سویی براساس آمارهای رسمی میزان هدر رفت آب در کشور ۲۸ تا ۳۰ درصد است در حالی که متوسط جهانی در این شاخص تنها ۱۰ تا ۱۲ درصد است.

در حال حاضر میانگین عملکرد تولید در باغات ۱۶-۱۵ تن در هکتار برآورد می‌شود. در حالی که این رقم در کشورهای توسعه یافته ۶۰-۵۰ تن در هکتار و در کشورهای در حال توسعه ۴۰-۳۰ تن در هکتار است.

هم‌اکنون افزایش قیمت محصولات کشاورزی براساس نرخ تورم محاسبه می‌شود و هر یک از این عوامل به سهم خود در افزایش نرخ تورم تاثیرگذار هستند.



۹-۱- راهکارهای کمک‌کننده به کاهش قیمت تمام‌شده

- « یکپارچه‌سازی اراضی: وزارت جهاد کشاورزی تمهیدات لازم جهت یکپارچگی و جلوگیری از خرد شدن اراضی کشاورزی و تغییر کاربری آنها را در نظر گیرد.
- « افزایش عملکرد (تولید در واحد سطح) با استفاده از دانش فنی و روش‌های نوین تولید محصولات کشاورزی، استفاده از نهال‌ها و بذرهاى اصلاح شده و شناسنامه‌دار
- « سوخت، آب، برق و نهاده‌های تولید در محل‌های تولید به قیمت ارزان ارائه شود تا باعث تشویق و ترغیب تولیدکنندگان شود.
- « افزایش ضریب مکانیزاسیون در تولید محصولات کشاورزی از طریق تولید ماشین‌آلات و محصولات در واردات ماشین‌آلات کشاورزی و پرداخت یارانه و وام‌های با بهره پایین به تولیدکنندگان جهت خرید ماشین‌آلات
- « آموزش تولیدکنندگان و فعالان عرضه بازرگانی جهت آشنایی با روش‌های روز تولید و نگهداری و بازاریابی محصولات کشاورزی در دنیا
- « ساخت اتاق‌های سرد (سردخانه)، سالن‌های درجه‌بندی و بسته‌بندی جهت کاهش ضایعات پس از برداشت محصولات کشاورزی
- « ارتقای کیفی کارتن‌های صادراتی و کاهش هزینه‌ها استفاده از محصولات پتروشیمی با توجه به ارائه محصولات پتروشیمی در بورس و افزایش قیمت آنها که منجر به افزایش هزینه بسته‌بندی می‌شود.
- « پرداخت یارانه‌های تشویقی به تولیدکنندگان در کوتاه‌مدت برای اصلاح باغات و مزارع

۹-۲- کاهش سیکل قیمت تمام‌شده محصولات کشاورزی

- « پیش‌بینی آمار تولید محصولات و کیفیت آن از سوی وزارت جهاد کشاورزی قبل از شروع فصل برداشت
- « پیش‌بینی آمار محصولات کشاورزی توسط وزارت بازرگانی به صورت سالانه
- « در کشورهای تولیدکننده محصولات کشاورزی در زمان شروع برداشت و عرضه محصول به بازارهای داخلی با استفاده از ابزار تعرفه در جهت حمایت از تولیدات داخلی، تعرفه‌ها به شکلی تعیین می‌شود که امکان واردات محصولات کشاورزی وجود نداشته باشد و به تبع آن در شرایط خارج از فصل و کاهش محصول امکان واردات با تعرفه پایین به صورت کنترل‌شده جهت حمایت از مصرف‌کننده صورت می‌پذیرد.
- « پرداخت یارانه‌های صادراتی برای حمل دریایی، زمینی و هوایی، توسعه ناوگان حمل یخچال و توسعه حمل هوایی با اختصاص هواپیماهای باربری با اولویت حمل میوه و تره‌بار و گل
- « توقف تورم برای تولید و صادرات و یا افزایش نرخ ارز برابر با تورم



۱۰- واقعیت کنونی تولید صنعت و رویکردهای آتی

مصرف بیشتر مواد اولیه، استهلاک بالای ماشین آلات، افزایش هزینه‌های ضایعات، انبارداری، حمل و نقل و بالا بودن عوارض اجتماعی از عوامل موثر در افزایش قیمت تمام شده به شمار می‌آیند. براساس برآوردهای کارشناسی ظرفیت خالی در ایران در بخش صنعت ۳۰ درصد و در حمل و نقل ۶۰ درصد است و این در حالی است که ظرفیت خالی عامل موثری بر افزایش قیمت تمام شده به شمار می‌رود. همچنین زمان مورد نیاز برای تولید خودروی ایرانی در مقایسه با برخی شرکت‌های خودروسازی خارجی به ۶ برابر می‌رسد. این عوامل، بهره‌وری سرمایه را کاهش می‌دهند. گردش سرمایه در بنگاه‌های اقتصادی ۲ تا ۳ بار در سال است در حالی که در بنگاه‌های موفق بیش از ۱۵ بار در سال گردش سرمایه صورت می‌گیرد.

رشد متوسط بهره‌وری سرمایه در کشور معادل ۲ دهم درصد بوده در حالی که طبق هدفگذاری‌های صورت گرفته باید به یک درصد افزایش می‌یافت و همچنین متوسط رشد سالانه بهره‌وری کل عوامل ۹ دهم درصد بوده که باید به ۲/۵ درصد تحقق می‌یافت و این نشان‌دهنده این است که بهره‌وری در اقتصاد و مدیریت کشور هنوز جایگاه قابل قبولی را پیدا نکرده که ضروری است به شکل جدی‌تر و موثرتر به آن پرداخته شود.

۱۰-۱- راهکارها

استفاده از صرفه‌های مقیاس از طریق تعیین مقیاس بهینه تولید در صنایع مقتضی، توسعه شبکه و خوشه‌های صنعتی، توسعه صنایع بسته‌بندی مواد غذایی و کشاورزی، تعریف و اجرای استانداردهای لازم برای واردات فناوری و به روز کردن آنها، توسعه پیمانکاری‌های فرعی بین واحدهای کوچک و مکمل صنایع بزرگ و استفاده از صرفه‌جویی‌های مقیاس در فرآیند تامین از جمله راهکارهای در نظر گرفته شده در طرح نهضت کاهش قیمت تمام شده از سوی وزارت صنایع و معادن عنوان شده است. به اعتقاد کارشناسان، بالا بودن هزینه‌های مالی در بنگاه‌های صنعتی، ناکارآمدی بازار کار ایران، بهره‌وری پایین و نیز عدم کارآیی نظام توزیع کشور از جمله دلایل اصلی بالا بودن قیمت تمام شده در بخش صنعت و معدن کشور به شمار می‌آید.

همچنین افزایش هزینه‌های مالی در بسیاری از واحدهای صنعتی بیشتر از هزینه‌های انرژی است چرا که یک بنگاه برای دریافت وام و تسهیلات مورد نیاز خود هزینه‌های بسیاری را صرف می‌کند که این هزینه‌ها بعضاً در محاسبات لحاظ نمی‌گردد.

از جمله دلایل دیگری که در تمامی بنگاه‌های کشور مطرح بوده و تاثیرات غیرقابل انکاری را به همراه دارد موضوع بازار کار است که این مسئله در ایران بسیار ناکارآمد است چرا که به دلیل نامناسب بودن فضای کار، ارتباط منطقی و تاثیرگذاری بین کارفرمایان و افراد جویای کار که به طور عموم عملکرد



قابل قبولی را دارند، برقرار نمی‌شود که این مسئله واحدهای تولیدی را با مشکل روبرو خواهد ساخت.

۱۱- مصوبه دولت- تعامل میان دستگاهی

کمیسیون اقتصادی هیات دولت در مصوبه مورخ ۸۹/۱/۲۸ وزارت بازرگانی را موظف کرد با همکاری وزارتخانه های صنایع و معادن، امور اقتصادی و دارایی، کار و امور اجتماعی، نفت، نیرو، جهاد کشاورزی، مسکن و شهرسازی، راه و ترابری، فناوری اطلاعات و ارتباطات، کشور، امور خارجه و معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی رییس جمهور، بانک مرکزی جمهوری اسلامی، سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و با مشارکت بخش غیردولتی، برنامه کاهش قیمت تمام شده کالاها و خدمات را مشتمل بر محورهای برنامه، دستگاهها و نهادهای مسئول و همکار، زمان و منابع مالی مورد نیاز برای اجرای آنها تدوین و جهت تصویب به دبیرخانه کمیسیون اقتصاد ارائه نماید.

در مصوبه مذکور همچنین مقرر گردید کمیته تخصصی کاهش قیمت تمام شده کالا و خدمات با حضور نمایندگان تام‌الاختیار دستگاه‌های اجرایی، سازمان‌ها، نهادهای دولتی فوق‌الذکر و سایر دستگاه‌های اجرایی و نهادهای غیر دولتی ذیربط (بنا به تشخیص) تشکیل شود. طی چندین جلسه برگزار، محورهای برنامه مشتمل بر ۱۳۵ مورد راهکار یا برنامه عملیاتی مورد توافق قرار گرفت که بهبود فضای کسب و کار و توسعه فضای رقابتی، اصلاح حوزه‌های فرایند تامین، فرایند تولید در بنگاه، فرایند حمل و نقل، فرایند انبارداری و توزیع، فرایند صادرات از آن جمله می‌باشند.

برنامه‌های انتخاب شده مبتنی بر مطالعات انجام شده و تجربیات کارشناسی دستگاه‌های اجرایی و نمایندگان بخش غیردولتی بوده. در مرحله بعد، در جلسات کارشناسی دوجانبه بین وزارت بازرگانی و دستگاه‌های مسئول نسبت به تعیین برنامه‌های کلیدی و اولویت دار اقدام گردید. در مرحله سوم نیز با توجه به برنامه‌های کلیدی انتخاب شده چارچوب کلی برنامه کاهش قیمت تمام شده مدون شد.

۱۱-۱- همسویی با استراتژی سند چشم‌انداز

بر مبنای سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور، دست یافتن به جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه آسیای جنوب غربی (شامل آسیای میانه، قفقاز، خاورمیانه، و کشورهای همسایه) با تاکید بر جنبش نرم‌افزاری و تولید علم، رشد پرشتاب و مستمر اقتصادی، ارتقاء سطح نسبی درآمد سرانه و رسیدن به اشتغال کامل، هدف‌گیری شده است. جامعه ایرانی در افق چشم‌انداز دارای ویژگی‌هایی چون برخورداری از دانش پیشرفته، توانایی در تولید علم و فناوری، متکی بر سهم برتر منابع انسانی و سرمایه اجتماعی در تولید ملی، برخورداری از سلامت، رفاه، فرصت‌های برابر، به دور از فساد و تبعیض و بهره‌مند از محیط زیست مطلوب، توسعه یافته و دارای تعامل سازنده و موثر در روابط



بین الملل است.

با توجه به افق‌های پیش‌بینی شده استراتژی تعیین‌شده در سند چشم‌انداز همسو با ارتقای توان رقابت‌پذیری اقتصاد ایران است، زیرا ویژگی‌های ذکرشده برای ارتقای توان رقابت لازم است. از طرف دیگر با مولفه‌های رقابت‌پذیری نیز همخوانی دارد اکنون برای نیل به اهداف مذکور باید شرایط را بیش از پیش مورد بررسی قرار داد و به این نکته نیز توجه داشت که جز با همسویی تمامی سیاست‌های داخلی (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و تکنولوژی) و خارجی رقابت‌پذیری عملی نخواهد شد.

۲-۱۱- همراهی برنامه پنجم توسعه

از جمله جهت‌گیری‌های سیاست‌های کلی برنامه پنجم توسعه که می‌تواند آثار مستقیم بر ارتقای رقابت‌پذیری کشور در سطح کلان کشور داشته باشد می‌توان به مواردی چون دست‌یابی به فناوری پیشرفته مورد نیاز، اهتمام به ارتقای کیفیت در تولید، تأکید بر راهبرد توسعه صادرات به ویژه در بخش خدمات با فناوری بالا، دست‌یابی به فناوری‌های پیشرفته مورد نیاز، ایجاد آرامش سیاسی - اجتماعی در محیط داخلی و تعامل سازنده با محیط خارجی، تقویت و توسعه نظام استاندارد ملی، افزایش بودجه تحقیق و پژوهش به سه درصد تولید ناخالص داخلی تا پایان برنامه پنجم و دست‌یابی به جایگاه دوم علمی و فناوری در منطقه و تثبیت آن در برنامه پنجم اشاره کرد.

همچنین گسترش حمایت‌های مادی و معنوی از نخبگان و نوآوران علمی و فناوری، بهبود فضای کسب و کار کشور با تأکید بر ثبات محیط اقتصاد کلان، فراهم آوردن زیرساخت‌های ارتباطی، اطلاعاتی، حقوقی، علمی و فناوری مورد نیاز و ...، تقویت تعامل اقتصادی با جهان به ویژه حوزه تمدن ایرانی - اسلامی، ارتقاء کمی و کیفی بازارهای مالی (سرمایه، پول و بیمه) با تأکید بر کارایی، شفافیت و سلامت نیز اثر مستقیمی بر ارتقای رقابت‌پذیری در کشور دارد.

از سویی اصلاح ساختار نظام بانکی با اجرای کامل و روزآمد قانون بانکداری بدون ربا و نهادینه کردن نظام‌های قرض‌الحسنه، تامین اعتبارات خرد و اعتبارات لازم برای سرمایه‌گذاری‌های بزرگ، تحقق سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی و الزامات مربوط به هر یک از بندها با تأکید بر حمایت از شکل‌گیری بازارهای رقابتی، توانمندسازی بخش غیردولتی برای مشارکت در تولید علم و فناوری، اصلاح نظام اداری و قضایی در جهت افزایش تحرک و کارآیی و بهبود خدمات‌رسانی به مردم، حذف یا ادغام مدیریت‌های موازی، تأکید بر تمرکز زدایی در حوزه‌های اداری و اجرایی، پیشگیری از فساد اداری و مبارزه با آن و تنظیم قوانین مورد نیاز نیز نشان‌دهنده همسویی سیاست‌های کلی برنامه پنجم توسعه با نهضت کاهش قیمت تمام‌شده است.

در برنامه پنجم توسعه نیز مواد متعدد قانونی به موضوعات مرتبط با بهبود فضای کسب و کار و ارتقای توان رقابت‌بنگاه‌ها وجود دارد.



۱۲- چارچوب و راه حل‌های عملیاتی

محورهای عمده مورد توافق برای برنامه کاهش قیمت تمام‌شده توسط نمایندگان دستگاه‌های مختلف همچون تولید در بنگاه، بهبود فضای کسب و کار و توسعه فضای رقابتی، فرایند تامین، تولید در بنگاه، حمل و نقل، انبارداری، توزیع و فرایند صادرات چارچوب‌های اصلی اقدام برای کاهش قیمت تمام‌شده را تشکیل می‌دهد که برای این چارچوب‌ها، سیاست‌های کلی و برنامه‌های عملیاتی نیز مدنظر است.

۱۲-۱- تولید در بنگاه

یکی از اهداف عمده طرح نهضت کاهش قیمت تمام‌شده، کاهش هزینه‌های زائد و افزایش بهره‌وری در این بخش است که ایجاد خوشه‌های صنعتی صادرات‌گرا، مشارکت بیشتر دولت در مخارج تحقیق و توسعه (R&D) بنگاه‌های غیردولتی، اطلاع‌رسانی و آموزش به بنگاه‌ها به منظور استفاده از تکنیک‌ها، نرم‌افزارها و فناوری‌های نوین برای کاهش قیمت تمام‌شده، شفاف‌سازی قیمت تمام‌شده کالاها و خدمات را می‌توان به عنوان سیاست‌های برنامه‌ای در این حوزه برشمرد.

در این راستا حمایت مالی هدفمند و زمان‌دار از بنگاه‌های فعال در زمینه کاهش قیمت تمام‌شده و فعالیت‌های تحقیق و توسعه آنها، حمایت مالی از برون‌سپاری فعالیت‌های غیرتخصصی در بنگاه‌ها، ایجاد و گسترش فرهنگ مشارکت و همکاری صنایع با یکدیگر و توسعه زنجیره‌های تامین، حمایت از ایجاد و گسترش خوشه‌های تولیدی و صادراتی از طریق پرداخت تسهیلات، برقراری پوشش‌های بیمه‌ای و پرداخت جوایز صادراتی و حمایت مالی از برون‌سپاری فعالیت‌های غیرتخصصی در بنگاه‌ها به عنوان راهکارهای عملیاتی پیشنهاد می‌شود.

اطلاع‌رسانی و آموزش به بنگاه‌ها به منظور استفاده از مدل‌ها (تکنیک‌ها) و نرم‌افزارهای پیشرفته (فناوری‌های نوین) برای کاهش قیمت تمام‌شده، استقرار پایگاه اطلاعاتی کارگاه‌های صنعتی، شناسایی، مستندسازی و معرفی بهترین تجارب کاهش قیمت تمام‌شده، استفاده از صرفه‌جویی‌های مقیاس در فرایند تامین مواد اولیه و کالاهای واسطه‌ای بنگاه‌های صنعتی، حمایت ویژه از بنگاه‌ها در قالب استفاده موثر و کارآمد از ظرفیت‌های کاهش قیمت تمام‌شده برای کاهش آثار و تبعات محدودیت‌های بین‌المللی، طراحی نظام اعطای جایزه ملی به ایده‌های جدید کاهش قیمت تمام‌شده نیز در تحقق اهداف مورد نظر موثر خواهد بود.

همچنین حمایت از تشکیل یا توسعه نهادهای ارائه‌دهنده خدمات کاهش قیمت تمام‌شده و ارتقای بهره‌وری، ایجاد انگیزه‌های موثر در شرکت‌ها، سازمان‌ها، موسسات و بانک‌های دولتی به منظور بکارگیری تکنیک‌های نوین کاهش قیمت تمام‌شده، بکارگیری و رعایت مقیاس بهینه تولید در اعطای مجوز واحدهای صنعتی به منظور اجتناب از تاسیس واحدهای ناکارآمد، استقرار حسابداری



مدیریت به منظور شفاف‌سازی بهای تمام‌شده کالا و خدمات باد به عنوان راهبردهای عملیاتی در حوزه تولید در بنگاه عنوان می‌شود.

۲-۱۲- فرایند تامین

کاهش هزینه‌های ناشی از قیمت تمام‌شده در دو بخش تولید و واردات برای تهیه بخشی از نیاز که تولید توان تامین آن را ندارد به عنوان عوامل موثر در تامین پیوسته از مسائل مورد توجه برنامه‌ریزان اقتصادی بوده و از همین رو راهکارهایی چون منطقی‌سازی تعرفه‌های وارداتی، ساماندهی تخفیفات ورود کالا از طرق مختلف، نظارت بر کیفیت کالاهای وارداتی، بهره‌گیری از مزیت رقابتی مواد اولیه ارزان برای تولیدکنندگان کالاهای نهایی و اصلاح قوانین مرتبط با تجارت با رویکرد تشویق کاهش قیمت تمام‌شده مطرح می‌شود.

در این میان قبل از هر چیز حمایت ویژه از بنگاه‌ها در قالب استفاده موثر و کارآمد از ظرفیت‌های کاهش قیمت تمام‌شده برای کاهش آثار و تبعات محدودیت‌های بین‌المللی می‌تواند به عنوان راهکارهای اجرایی در حوزه فرایند تامین مورد توجه قرار گیرد که در کنار آن حمایت از تشکیل یا توسعه نهادهای ارائه‌دهنده خدمات قیمت تمام‌شده و ارتقای بهره‌وری نیز از اهمیت بالایی برخوردار است.

ایجاد انگیزه‌های موثر در شرکت‌ها، سازمان‌ها، موسسات و بانک‌های دولتی به منظور نوسازی مدیریت بنگاه با تاکید بر آموزش کارآفرینی و اصلاح فرایندها، بکارگیری و رعایت مقیاس بهینه تولید در اعطای مجوز واحدهای صنعتی به منظور اجتناب از تاسیس واحدهای ناکارآمد، بهره‌گیری از تکنیک‌های نوین قیمت تمام‌شده، استفاده از تسهیلات مالی خارجی و تسهیل دسترسی به منابع نوین تامین مالی و ترغیب بنگاه‌های دولتی به استفاده از تکنیک‌های کاهش قیمت تمام‌شده از جمله عوامل موثر در کاربردی کردن فرایند تامین به شمار می‌آید.

۳-۱۲- بهبود فضای کسب و کار و توسعه فضای رقابتی

توسعه رقابت در صنعت بانکداری و تقویت نظارت بانک مرکزی، توسعه بازارهای پول و سرمایه و رقابتی کردن صنعت بیمه، تسهیل سرمایه‌گذاری در خارج، کارآمد نمودن مالیات و اصلاح نظام ارزیابی طرح‌های سرمایه‌گذاری بر اساس قیمت‌های واقعی (پارانه‌ای) عمده‌ترین محورهای موثر در بهبود فضای کسب و کار را دربر می‌گیرند.

در این حوزه همچنین ایجاد فضای رقابتی و حذف رانت از عرصه تجارت، تسهیل و کاهش هزینه‌های ورود و خروج بنگاه‌ها در بازار، تسهیل تجارت بنگاه با خارج، توسعه فضای رقابتی در بخش حمل و نقل و بازرگانی (توزیع)، مقابله با رفتارهای تجاری غیرمنصفانه و دامپینگ، افزایش کارایی بازار کار، گسترش دولت الکترونیکی و توسعه بکارگیری تجارت الکترونیکی، اجرایی کردن قانون حمایت از



حقوق مصرف کنندگان، ایجاد شفافیت در قوانین و مقررات مرتبط با کسب و کار، ایجاد شفافیت در اطلاعات مربوط به قیمت‌ها و کیفیت کالاها و خدمات، کاهش هزینه‌های مبادله و ارتقای سرمایه اجتماعی، کاهش هزینه موثر استفاده از نیروی کار و سرمایه و اصلاح نظام قیمت گذاری در چارچوب برنامه‌ای کاهش قیمت تمام شده قرار می‌گیرد.

ذکر این نکته ضروری است که برای عملیاتی کردن بهبود فضای کسب و کار و توسعه فضای رقابتی باید نخست گسترش رقابت در نظام بانکی در جهت رقابتی کردن نرخ سود و تسهیلات بانکی را فراهم کرد. سپس بستر قانونی جهت صدور مجوز فعالیت بانک‌های خارجی را پیگیری کرد.

محورهایی چون اصلاح و بازنگری ارزیابی طرح‌های سرمایه‌گذاری غیردولتی براساس قیمت‌های غیرارانه‌ای در اعطای تسهیلات بانکی، بهبود ارائه خدمات بانکی و توسعه فعالیت بانک‌ها در حوزه‌های جدید (تعمیق بازار پول)، کاهش تدریجی و منطقی نمودن تعرفه کالاها و وارداتی با رویکرد افزایش بهره‌وری بنگاه‌ها، کاهش تعرفه مواد اولیه و واسطه‌ای غیر قابل جایگزین مورد نیاز تولید داخلی را نیز می‌توان در برنامه‌های سیاستی قرار داد.

همچنین نظارت دقیق و کارآمد بانک مرکزی بر هزینه تامین مالی در شقوق مختلف سازماندهی مرکز خدمات سرمایه‌گذاری خارجی به منظور عرضه خدمات، مشاوره، راهنمایی، حمایت و هدایت سرمایه‌گذاران خارجی، شناسایی و معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری از طریق ایجاد پایگاه، حمایت از تولید، تجاری‌سازی و صدور محصولات با فناوری بالا (High Tech)، طراحی و استقرار سامانه یکپارچه مالیاتی، افزایش تعداد موافقت‌نامه‌های لازم الاجرا اجتناب از اخذ مالیات مضاعف، استقرار نظام دستمزد مبتنی بر بهره‌وری، اصلاح قانون کار و تامین اجتماعی با رویکرد تسهیل در جابجایی نیروی کار و حمایت از مشاغل مشارکتی و پاره‌وقت، ساماندهی تعطیلات رسمی با رویکرد کاهش هزینه‌های موثر استفاده از نیروی کار و سرمایه و استفاده بهینه از زمان تولید و تجارت بنگاه‌ها از بی‌شمار راه حل‌های عملیاتی در حوزه بهبود فضای کسب و کار و توسعه فضای رقابتی محسوب می‌شود.

۱۲-۴- حوزه حمل و نقل

ارتقای کیفیت خدمات حمل و نقل، رفع موانع ترانزیت، استفاده بهینه از شیوه‌های مختلف حمل و نقل در راستای کاهش قیمت تمام شده خدمات حمل و نقل، حمایت از توسعه شرکت‌های حمل و نقل، کاهش ظرفیت بیکار ناوگان حمل و نقل، نوسازی و اصلاح ناوگان و زیرساخت‌های حمل و نقل، رفع موانع ترانزیت و توسعه فضای رقابتی در زمینه ارائه خدمات مربوط به زیرساخت‌های حمل و نقل از جمله سیاست‌های برنامه‌ای حوزه فرایند حمل و نقل پیش‌بینی شده است. اما از طرفی دیگر ایجاد سامانه الکترونیکی در گام ملی بار برای اطلاع‌رسانی بین ناوگان حمل و نقل و



محمولات، بازرگاری در قوانین ترانزیت و ایجاد هماهنگی با قوانین بین‌المللی، ساماندهی خودمالکی رانندگان برون‌شهری از راه‌هایی مانند توسعه تعاونی‌ها، ارتقای کیفیت خدمات حمل و نقل از راه‌هایی مانند توسعه فضای رقابتی، شناسایی راه‌های کاهش هزینه تامین وسایل نقلیه مانند اعطای مجوز واردات کامیون و تریلر از خارج با تعرفه پایین، ایجاد و توسعه بنادر خشک و زیرساخت‌های لازم برای ترویج حمل و نقل چندوجهی Multi-Modal، شناسایی اتلاف‌ها و هزینه‌های زائد در حمل و نقل و حذف آنها اهداف برنامه‌ها را عملیاتی می‌کند.

۵-۱۲- انبارداری و توزیع

ققدان زیرساخت‌های مورد نیاز در حوزه انبارداری و توزیع سبب می‌شود که حتی با وجود فراهم شدن سایر شرایط اما هزینه‌های بالا در این بخش رخ نماید.

بر این اساس توسعه زیرساخت‌های انبارداری و سردخانه (به ویژه در استان‌های کمتر برخوردار)، نوسازی شبکه توزیع، ایجاد رقابت بیشتر در بخش توزیع، منطقی‌سازی تفاوت بین قیمت عمده‌فروشی (شامل قیمت کالاهای وارداتی و کالاهای تولید داخل) با قیمت خرده‌فروشی (قیمت مصرف‌کننده) و بهبود بهره‌وری در واحدهای صنفی به عنوان محورهای اساسی پیشنهاد می‌شود.

برای عملیاتی شدن این برنامه‌ها نیز باید نسبت به تکمیل سردخانه‌های محصولات کشاورزی با مشارکت بخش غیر دولتی، توسعه و تاسیس شرکت‌های پخش و فعالیت در قالب نمایندگی و یا تشکل‌های تخصصی، رفع موانع توسعه شبکه‌های زنجیره‌ای خرده‌فروشی اصناف، فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای و راه‌اندازی نهادهای توزیع زنجیره‌ای اقدامات اساسی را انجام داد.

شناسنامه‌دار کردن شرکت‌ها و واحدهای پخش کالا به منظور ساماندهی نظام توزیع کالا، کاهش تعداد واسطه‌ها، ترغیب و تشویق عوامل توزیع جهت اخذ مجوز در چارچوب ضوابط جاری، اجرای طرح ملت‌کارت اصناف به منظور رصد و منطقی‌سازی تفاوت‌های ایجاد شده بین قیمت کالاهای تولید داخل یا وارداتی با قیمت کالای توزیع شده در مراحل مختلف، ساماندهی واحدهای صنفی بدون پروانه به منظور نظارت بر آنها و شفافیت فرایند داد و ستد، تاسیس مراکز بارانداز و عمده‌فروشی کالا نیز امکان افزایش بهره‌وری در این بخش را فراهم می‌کند.

نظر به گستردگی حوزه توزیع، موضوعاتی چون طرح تشکیل بانک اصناف به منظور دسترسی آسان و با هزینه منصفانه به اعتبارات بانکی، تشویق و جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و یا سایر تسهیلات مالی خارجی در بخش توزیع کالا نیز اعطای نشان به واحدهای صنفی، راه‌اندازی کلینیک‌های بهره‌وری بازرگانی، ارتقای سطح آموزش‌های حرفه‌ای مدیران واحدهای صنفی، کاهش ضایعات در قسمت توزیع و بهبود کیفیت خدمات، حمایت از نوسازی تکنولوژیکی ماشین‌آلات و تجهیزات واحدهای صنفی از جمله راهبردهایی است که کارشناسان برای کاهش قیمت تمام‌شده در حوزه انبارداری و توزیع توصیه می‌کنند.



۶-۱۲- فرایند صادرات

حمایت از ایجاد و توسعه نهادهای تخصصی در امر صادرات، ایجاد و یا توسعه زیرساخت‌های صادراتی در داخل کشور و بازارهای هدف، افزایش بهره‌وری زیرساخت‌های صادراتی، متناسب‌سازی محصولات صادراتی با سلیقه مشتریان در بازارهای هدف، حمایت از فعالیت‌های صادراتی تولیدکنندگان، افزایش سهم صادرات ایران با کشورهای منطقه و معرفی محصولات ایرانی در بازارهای خارجی از جمله عواملی است که در حوزه سیاست‌های کلی برنامه قیمت تمام‌شده در حوزه صادرات پیش‌بینی شده است.

برای عملیاتی کردن این اهداف باید ضمن حمایت‌های مالی از ایجاد و توسعه شرکت‌های مدیریت صادرات، شرکت‌های تخصصی صادرات و ایجاد و توسعه خوشه‌های صادراتی، نسبت به استفاده موثر و هدفمند از روابط تجاری (اقتصادی) در افزایش صادرات غیرنفتی و تکمیل یا ساخت پایانه‌های تخصصی و عمومی صادراتی اقدام شود.

همچنین تکمیل، تجهیز و نوسازی خطوط بسته‌بندی و سورتینگ به منظور صادرات محصولات کشاورزی، حمایت از برندسازی در راستای توسعه صادرات غیرنفتی، بهره‌گیری از توانمندی و ظرفیت خالی زیرساخت‌های مرتبط با صادرات و واردات نهادهای دولتی، توسعه و ایجاد زیرساخت‌های صادراتی در بازارهای هدف (شامل ایجاد مراکز تجاری، دفتر، نمایندگی، خدمات پس از فروش شبکه توزیع مویرگی در بازارهای هدف)، برای کاربردی کردن اهداف در این فرایند نقش عمده‌ای دارد.

به نظر می‌رسد، حمایت از کاهش هزینه‌های تبلیغات و بازاریابی بنگاه‌های صادراتی نمونه و خوشنام، حمایت از تحقیق و توسعه در زمینه کالا و بازار با رویکرد صادرات، افزایش کمی و کیفی برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی، هدفمند کردن اعطای تخفیف‌ها در نمایشگاه‌های بین‌المللی، ارتقای اثربخشی نمایشگاه‌های داخلی از طریق جذب بازدیدکنندگان خارجی، اطلاع‌رسانی موثر به ذینفعان از طریق ایجاد و به روزرسانی بانک اطلاعات برگزاری نمایشگاه‌ها سیاست‌های برنامه کاهش قیمت تمام‌شده را در حوزه صادرات موفقیت‌آمیز کند.

۱۳- کاهش قیمت تمام‌شده و تقسیم کار ملی

همانگونه که از تعریف نهضت کاهش قیمت تمام‌شده بر می‌آید، این رویکرد فرایندی مشارکتی و مستمر بوده که هماهنگی تمامی سیاست‌ها و اقدامات را می‌طلبد و در نتیجه هماهنگی و همدلی دستگاه‌های اجرایی در موفقیت اهداف برنامه کاهش قیمت تمام‌شده الزامی است.

مکانیزم در نظر گرفته‌شده برنامه عملیاتی است که به صورت مشارکتی و مشتمل بر تعیین دستگاه مسئول و دستگاه‌ها و نهادهای همکار اجرا می‌شود.



۱۳-۱- حوزه بهبود فضای کسب و کار و توسعه فضای رقابتی

« برنامه تسهیل دسترسی به منابع مالی برای سرمایه‌گذاران و تولیدکنندگان مطابق نرخ‌های مصوب شورای پول و اعتبار از طریق:

- ۱ نظارت بانک مرکزی بر هزینه تامین مالی طرح‌ها و پروژه‌ها در بخش‌های مختلف
- ۲ تدوین ابزارهای نوین خدمات بانکی و اعتباری
- ۳ ساماندهی خدمات بانکی موسسات مالی غیراعتباری خارج از نظارت بانک مرکزی در چارچوب قوانین و مقررات بانکی و اعتبار

« برنامه کاهش قیمت تمام‌شده خدمات بانکی از طریق:

- ۱ بهبود ارائه خدمات بانکی و توسعه فعالیت بانک در حوزه‌های جدید (تعمیق بازار پول)
- ۲ ایجاد رقابت بیشتر و منصفانه در بازار پول و اعتبار با فراهم کردن زمینه جهت صدور مجوز فعالیت بانک‌های خارجی در کشور و رقابتی کردن نرخ سود و تسهیلات بانکی
- ۳ برنامه تخصیص بهینه منابع بانکی به طرح‌های مولد از طریق اصلاح و بازنگری ارزیابی طرح‌های سرمایه‌گذاری غیر دولتی بر اساس قیمت‌های غیر یارانه‌ای در اعطای تسهیلات بانکی

« مسئول: بانک مرکزی

با مشارکت وزارتخانه‌های امور اقتصادی و دارایی، صنایع و معادن، جهاد کشاورزی، بازرگانی و مسکن و شهرسازی، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و تهران، خانه صنعت و معدن ایران و اتاق تعاون

« برنامه ایجاد سهولت در ورود و خروج بنگاه‌ها به بازار از طریق:

- تسهیل مراحل ثبت و انحلال شرکت‌ها با بهره‌گیری از خدمات الکترونیکی

« برنامه منطقی‌سازی مالیات‌ها، عوارض و حق بیمه دریافتی از بنگاه‌ها و تسهیل فرایند رسیدگی به دعاوی از راه‌های:

- ۱ طراحی و استقرار سامانه یکپارچه مالیاتی
- ۲ اصلاح و مهندسی مجدد فرایندهای مالیاتی با رویکرد تسریع خدمات امور مالیاتی
- ۳ تشکیل دادگاه مالیاتی و مکانیزه کردن فرایند حل اختلاف مالیاتی
- ۴ بازنگری قانون مالیات‌های مستقیم از طریق اصلاح نرخ‌ها و ضوابط اخذ آنها (مشمول بر حذف مالیات مضاعف و حذف جرایم بی‌مورد)



- ۵ پیاده‌سازی سیستم خدمات مودیان مالیاتی مبتنی بر فناوری اطلاعات
- ۶ افزایش تعداد موافقت‌نامه‌های لازم‌الاجرا اجتناب از اخذ مالیات مضاعف
- ۷ ساماندهی اخذ عوارض و مالیات از بنگاه‌ها با رویکرد کاهش قیمت تمام‌شده
- ۸ بازنگری در قوانین و مقررات بیمه با رویکرد حذف مضاعف حق بیمه، شفافیت بیشتر و اصلاح نرخ‌ها
- ۹ راه‌اندازی پورتال جامع خدمات بیمه‌ای در قالب ارائه خدمات الکترونیکی و مشتری‌مداری

« برنامه حمایت از سرمایه‌گذاری‌های پرخطر از طریق
- توسعه ظرفیت بیمه‌های اتکایی در داخل کشور به منظور افزایش ظرفیت نگهداری و ریسک

« برنامه تسهیل سرمایه‌گذاری خارجی در کشور از راه‌های:

- ۱ سازماندهی مرکز خدمات سرمایه‌گذاری خارجی به منظور ارائه خدمات مشاوره، راهنمایی، حمایت و هدایت سرمایه‌گذاران خارجی
- ۲ شناسایی و معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری کشور از طریق ایجاد پایگاه اینترنتی، برگزاری همایش‌ها، طراحی و راه‌اندازی بانک اطلاعاتی جامع سرمایه‌گذاری خارجی
- ۳ تسهیل و تسریع فرایند انتخاب سرمایه‌گذار برای طرح سرمایه‌گذاری خارجی

« برنامه تسهیل فرایندهای صادرات و واردات از راه‌های:

- ۱ تسهیل امور و فرایندهای گمرکی (مانند استرداد حقوق و عوارض دریافتی) و مسائل مربوط به قرنطینه و ایجاد هماهنگی با شبکه حمل و نقل
- ۲ استقرار پنجره واحد تجاری و تسریع در فرایند ترخیص کالا و مواد اولیه از گمرک
- ۳ تجهیز مبادی ورودی و خروجی به دستگاه‌های کنترل نامحسوس جهت کنترل موثر بر ورود و خروج کالا و روان‌سازی تجارت

« دستگاه مسئول: وزارت امور اقتصادی و دارایی
با مشارکت وزارتخانه‌های بازرگانی، صنایع و معادن، دادگستری، جهاد کشاورزی و بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، مسکن و شهرسازی، کار و امور اجتماعی، کشور، رفاه و تامین اجتماعی، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، بیمه مرکزی ایران، سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران و گمرک جمهوری اسلامی ایران و اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و تهران، خانه صنعت و معدن ایران و اتاق تعاون



« برنامه افزایش کارایی بازار کار از راه‌های:

- ۱ مکانیزه کردن فرایند حل اختلافات کارگری و کارفرمایی
- ۲ استقرار نظام دستمزد مبتنی بر بهره‌وری
- ۳ اصلاح قانون کار و قانون تامین اجتماعی با رویکرد تسهیل در جابجایی نیروی کار و حمایت از مشاغل مشارکتی و پاره‌وقت

«« دستگاه مسئول: وزارت کار و امور اجتماعی
همکاران: وزارتخانه‌های صنایع و معادن، بازرگانی، رفاه و تامین اجتماعی، کشور و معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رییس جمهور، سازمان تامین اجتماعی، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و تهران، خانه صنعت و معدن ایران، اتاق تعاون و تشکل‌های رسمی کارگری و کارفرمایی

« برنامه کاهش هزینه ثابت احداث بنگاه جدید از طریق:

- بازننگری در شیوه اخذ حق انشعابات آب و برق و فاضلاب (مانند دریافت تدریجی هزینه و با وقفه ۱ تا ۲ ساله)

«« وزارتخانه مسئول: وزارت نیرو
با مشارکت وزارتخانه‌های نفت، صنایع و معادن، مسکن و شهرسازی و جهاد کشاورزی و اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و تهران، خانه صنعت و معدن ایران و اتاق تعاون

« برنامه کاهش هزینه ثابت احداث بنگاه جدید از طریق:

- بازننگری در شیوه اخذ حق انشعابات گاز (مانند دریافت تدریجی هزینه و با وقفه ۱ تا ۲ ساله)

«« دستگاه مسئول: وزارت نفت
با همکاری وزارتخانه‌های نیرو، صنایع و معادن، مسکن و شهرسازی و جهاد کشاورزی و اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تهران و اتاق تعاون

« برنامه کاهش هزینه‌های موثر استفاده از عوامل تولید از طریق:

- ساماندهی تعطیلات رسمی با رویکرد استفاده بهینه از زمان تولید و تجارت بنگاه‌ها



« مشؤل: وزارت كشور
با مشاركت وزارتخانه‌های بازرگانی، صنایع و معادن، كار و امور اجتماعی و امور خارجه و معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رییس جمهوری، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و تهران، خانه صنعت و معدن ایران، اتاق تعاون و انجمن صنایع نساجی ایران

« برنامه تسهیل فرایند ورود بنگاه‌های جدید به بخش توزیع از طریق:
- صدور پروانه کسب واحدهای صنفی به صورت مکانیزه

« برنامه گسترش اطلاعات خریداران از قیمت‌ها و ایجاد شفافیت در قیمت و کیفیت کالاها و خدمات از راه‌های:

- 1 راه‌اندازی بانک اطلاعات قیمت‌های عمده‌فروشی و خرده‌فروشی کالاها و خدمات و یکپارچه‌سازی آن در سطح استانی و ملی
- 2 نظارت و بازرسی کارآمد با رویکرد افزایش کارایی نظارت بر قیمت کالاها و خدمات و با تاکید بر شفاف‌سازی رابطه بین کیفیت و قیمت کالاها و خدمات
- 3 طراحی و ایجاد پورتال انتشار اطلاعات قیمت کالاها و خدمات با همکاری NGOها
- 4 ایجاد پایگاه اطلاع‌رسانی بازرگانان (واردکنندگان کالا) به منظور دسترسی آزاد و بدون هزینه متقاضیان کالا به اطلاعات واردکنندگان کالا (از جمله قیمت کالاهای وارداتی)

« برنامه ایجاد فضای سالم رقابت از طریق:
- وضع عوارض ضد دامپینگ در مقابل رفتارهای تجاری غیر منصفانه

« برنامه گسترش عرضه کالاها و خدمات از طریق تجارت الکترونیکی به وسیله:

- 1 ارائه آموزش‌های عمومی و تخصصی برای بهره‌گیری از تجارت الکترونیکی
- 2 رفع مشکلات ناشی از عدم امنیت شبکه و حقوق مالکیت فکری در فضای سایبر
- 3 ایجاد هماهنگی با نهادهای ذیربط برای ایجاد زیرساخت‌ها متناسب با نیازها
- 4 توسعه تجارت الکترونیکی بر مبنای طرح شبکه کارت اصناف
- 5 پیاده‌سازی پروژه تدارکات الکترونیکی دولتی
- 6 گسترش کاربردهای گواهی الکترونیکی میان فعالان اقتصادی

« برنامه تسهیل فرایندهای صادرات و واردات از طریق:
- طراحی و سیاستگذاری پنجره واحد تجاری



«
دستگاه مسئول: وزارت بازرگانی
نهادهای مشارکت کننده: وزارتخانه‌های صنایع و معادن، جهاد کشاورزی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و تهران، خانه صنعت و معدن ایران و سازمان نظام مهندسی رایانه‌ای

«
برنامه گسترش اطلاعات خریداران از کیفیت کالاها و خدمات از طریق:
۱ استقرار پایگاه اطلاعاتی کارگاه‌های صنعتی
۲ الزامی کردن درج بر چسب درجه کیفیت کالا بر روی محصولات تولیدی صنایع

«
مسئول: وزارت صنایع و معادن
با مشارکت معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی، سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران

«
برنامه گسترش اطلاعات خریداران از کیفیت کالاها و خدمات از طریق:
- استانداردسازی کالاهای تولید داخل و وارداتی و الزامی کردن درج برچسب کیفیت کالا بر روی محصولات

«
دستگاه‌های مسئول: معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رییس جمهوری و سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران
مشارکت کننده: وزارتخانه‌های صنایع و معادن، بازرگانی و جهاد کشاورزی

«
برنامه ارتقای کارایی خدمات دولتی از طریق:
۱ گسترش دولت الکترونیکی با رویکرد افزایش کیفیت و سرعت ارائه خدمات دولتی برای بنگاه‌ها و سرمایه‌گذاران و شفافیت بیشتر و جلوگیری از گسترش فساد اداری

«
نهاد مسئول: معاونت توسعه مدیریت و سرمایه انسانی رییس جمهوری با همکاری تمامی وزارتخانه‌های متولی شرکت‌های دولتی و بانک مرکزی

«
برنامه فرهنگ‌سازی و ترویج اهمیت و فواید کاهش قیمت تمام‌شده و امکان‌پذیری آن از راه‌هایی مانند:
۱ تهیه کلیپ
۲ تهیه برنامه‌های مستند رادیویی و تلویزیونی



« دستگاه مسئول، سازمان صدا و سيمای جمهوری اسلامی ایران با همراهی وزارت بازرگانی، اتاق بازرگانی و صنايع و معادن ایران و تهران، اتاق تعاون و تشکل های فراگیر رسانه ای

۲-۱۳- حوزه فرایند تامین کالا

« برنامه ساماندهی و مدیریت واردات کالا از راه های:

- ۱ کاهش تدریجی و منطقی نمودن تعرفه های کالاهای وارداتی
- ۲ کاهش تعرفه مواد اولیه و واسطه ای غیر قابل جایگزین مورد نیاز تولید داخلی
- ۳ ساماندهی تخفیفات ورود کالا به کشور از طرق مختلف (بازارچه های ملوانی، ته لنجی، پيله وری، معابر و ...)

« وزارتخانه مسئول: وزارت بازرگانی
همکاران: وزارتخانه های اموراتصادی و دارایی، صنايع و معادن، جهاد کشاورزی و راه و ترابری و اتاق بازرگانی و صنايع و معادن تهران، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، گمرک جمهوری اسلامی ایران و اتاق تعاون، ستاد مبارزه با قاچاق کالا

« برنامه ساماندهی و مدیریت واردات کالا از طریق:

- رعایت استانداردهای فنی، کیفی و بهداشتی در خصوص کالاهای وارداتی و حمایت از حقوق مصرف کنندگان با رویکرد ارائه خدمات پس از فروش

« برنامه ایجاد مزیت رقابتی برای بنگاه های داخلی از طریق:

- اصلاح و بازننگری در نحوه تعیین قیمت در بورس کالایی

« مسئول: وزارت امور اقتصادی و دارایی
با مشارکت وزارتخانه های نفت، نیرو، راه و ترابری، فناوری اطلاعات و ارتباطات، جهاد کشاورزی، صنايع و معادن، بازرگانی و معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی رییس جمهور (سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران)، اتاق بازرگانی و صنايع و معادن ایران و تهران، خانه صنعت و معدن ایران



۱۳-۳- اصلاح فرایند تولید

« برنامه کمک به کاهش ظرفیت بیکار بنگاهها از راههای:

- ۱ حمایت مالی هدفمند از بنگاههای فعال در زمینه کاهش قیمت تمام شده و فعالیت‌های تحقیق و توسعه آنها
- ۲ اطلاع‌رسانی و آموزش به بنگاهها به منظور استفاده از مدل‌ها و نرم‌افزارهای پیشرفته (فناوری‌های نوین) برای کاهش قیمت تمام شده
- ۳ استفاده از صرفه‌جویی‌های مقیاس در فرایند تامین مواد اولیه و کالاهای واسطه‌ای بنگاههای صنعتی
- ۴ حمایت ویژه از بنگاهها در قالب استفاده موثر و کارآمد از ظرفیت‌های کاهش قیمت تمام شده برای کاهش آثار و تبعات محدودیت‌های بین‌المللی

« برنامه توسعه خوشه‌های صنعتی و پشتیبان و صادرات از طریق:

- ۱ حمایت مالی از برون‌سپاری فعالیت‌های غیر تخصصی در بنگاهها
- ۲ ایجاد و گسترش فرهنگ مشارکت و همکاری صنایع با یکدیگر و توسعه زنجیره‌های تامین
- ۳ حمایت از ایجاد و گسترش خوشه‌های تولیدی صادرات‌گرا از طریق پرداخت تسهیلات، برقراری پوشش‌های بیمه‌ای و پرداخت جوایز صادراتی

« برنامه افزایش سهم تولید و صادرات محصولات با فناوری بالا (High Tech) از طریق:

- حمایت از تولید و تجاری‌سازی محصولات High Tech

« برنامه ساماندهی واحدهای موجود و اجتناب از تاسیس واحدهای ناکارآمد از طریق:

- بکارگیری و رعایت مقیاس بهینه تولید در اعطای مجوز واحدهای صنعتی

«« دستگاه مسئول: وزارت صنایع و معادن
با مشارکت: وزارتخانه‌های، جهاد کشاورزی، بازرگانی، امور اقتصادی و دارایی، تعاون، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و تهران، خانه صنعت و معدن ایران و اتاق تعاون

« درجه‌بندی محصولات کشاورزی و بکارگیری روش‌های نوین کاهش ضایعات آنها از طریق بسته‌بندی و انتخاب شیوه حمل مناسب

«« وزارتخانه مسئول: جهاد کشاورزی
با همکاری: وزارتخانه‌های صنایع و معادن، راه و ترابری و بازرگانی



« برنامه ارتقای دانش علمی در زمینه کاهش قیمت تمام‌شده و استفاده از آن در تولید از راه‌های:

- ۱ طراحی نظام اعطای جایزه ملی به ایده‌های جدید کاهش قیمت تمام‌شده
- ۲ حمایت از تشکیل یا توسعه نهادهای ارائه‌دهنده خدمات کاهش قیمت تمام‌شده و ارتقای بهره‌وری
- ۳ ایجاد انگیزه‌های موثر در شرکت‌ها، سازمان‌ها، موسسات و بانک‌های دولتی به منظور بکارگیری تکنیک‌های نوین کاهش قیمت تمام‌شده

« « دستگاه مسئول: معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رییس جمهور (سازمان ملی بهره‌وری ایران)
مشارکت‌کنندگان: تمامی وزارتخانه‌ها، موسسات و سازمان‌های دولتی ذیربط، شرکت‌های مادر تخصصی بازرگانی دولتی، بانک مرکزی ج.ا.ا، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و تهران، خانه صنعت و معدن ایران و اتاق تعاون

« شفاف‌سازی بهای تمام‌شده کالاها و خدمات بنگاه‌های دولتی و غیر دولتی از طریق:
- استقرار حسابداری مدیریت

« برنامه آموزش تکنیک‌های نوین کاهش قیمت تمام‌شده به بنگاه‌ها از طریق:
- شناسایی، مستندسازی و معرفی بهترین تجارب کاهش قیمت تمام‌شده

« « وزارتخانه مسئول: امور اقتصادی و دارایی (سازمان حسابرسی)
با همکاری: وزارتخانه‌های صنایع و معادن، بازرگانی، جهاد کشاورزی، تعاون، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و تهران، خانه صنعت و معدن ایران و اتاق تعاون

« برنامه آموزش تکنیک‌های نوین کاهش قیمت تمام‌شده به بنگاه‌ها از طریق:
- شناسایی، مستندسازی و معرفی بهترین تجارب کاهش قیمت تمام‌شده



«...» دستگاہ مسئول: وزارت بازرگانی
با مشارکت وزارتخانه‌های صنایع و معادن، جهاد کشاورزی، تعاون، معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رییس جمهور و بانک مرکزی، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و تهران، خانه صنعت و معدن ایران و اتاق تعاون

« برنامه نوسازی مدیریت بنگاه از طریق:
- آموزش کارآفرینی

«...» وزارتخانه مسئول: وزارت کار و امور اجتماعی
با مشارکت: وزارت صنایع و معادن، جهاد کشاورزی، بازرگانی، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران، خانه صنعت و معدن ایران و اتاق تعاون

« ارتقای توان رقابت‌پذیری محصولات صنایع دستی و خدمات گردشگری از طریق:
۱) بکارگیری روش‌های نوین کاهش قیمت تمام شده
۲) تشویق رویکرد صادراتی

«...» سازمان مسئول: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری
دستگاه‌های همکار: وزارتخانه‌های بازرگانی و امور خارجه

« برنامه کاهش قیمت تمام شده در ساخت مسکن از راه‌های:

- ۱) کاهش هزینه آماده‌سازی زمین
- ۲) استفاده از تسهیلات مالی خارجی و تسهیل دسترسی به منابع نوین تامین مالی
- ۳) صنعتی‌سازی تولید مسکن و بکارگیری فناوری‌های نوین در ساخت مسکن
- ۴) بهینه‌سازی مصرف مصالح در ساخت مسکن از راه‌هایی مانند تهیه نقشه‌های ساختمانی تیپ و ارتقای توان تخصصی طراحان و معماران
- ۵) تهیه و تدوین الگوی بهینه مصرف مسکن
- ۶) تولید مصالح نوین ساختمانی
- ۷) کاهش هزینه حق بیمه کارگران ساختمانی



« وزارتخانه مسئول: وزارت مسکن و شهرسازی
مشارکت کنندگان: وزارتخانه‌های امور اقتصادی و دارایی، کشور، بازرگانی، صنایع و معادن و علوم، کار و امور اجتماعی، رفاه و تامین اجتماعی، تحقیقات و فناوری و بانک مرکزی، سازمان بورس اوراق بهادار، سازمان صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران و معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رییس جمهوری، سازمان نظام مهندسی و کنترل ساختمان

۴-۱۳- حوزه حمل و نقل

- « کاهش ظرفیت‌های بیکار بخش حمل و نقل از راه‌هایی مانند:
- ۱ ایجاد سامانه الکترونیکی در گاه ملی بار برای اطلاع‌رسانی بین ناوگان و محمولات
 - ۲ بازننگری در قوانین ترانزیت و ایجاد هماهنگی با قوانین بین‌المللی
 - ۳ ساماندهی خودمالکی رانندگان برون‌شهری از راه‌هایی مانند توسعه تعاونی‌ها

« برنامه ارتقای کیفیت خدمات حمل و نقل از راه‌هایی مانند:
- توسعه فضای رقابتی در خدمات حمل و نقل با تاکید بر زیرساخت‌ها

- « برنامه کاهش هزینه تمام‌شده خدمات حمل و نقل از راه‌هایی مانند:
- ۱ شناسایی راه‌های کاهش هزینه تامین وسایل نقلیه مانند اعطای مجوز واردات کامیون و تریلر از خارج با تعرفه پایین
 - ۲ - ایجاد و توسعه بنادر خشک و زیرساخت‌های لازم برای ترویج حمل و نقل چندوجهی Multi-Modal
 - ۳ شناسایی اتلاف‌ها و هزینه‌های زائد در حمل و نقل و حذف آنها

« مسئول: وزارت راه و ترابری
با مشارکت وزارت بازرگانی و وزارت صنایع و معادن، امور خارجه، بانک مرکزی، گمرک جمهوری اسلامی ایران، خانه حمل و نقل، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و تهران، اتاق تعاون و خانه صنعت و معدن ایران



۵-۱۳- انبارداری و توزیع

« ساماندهی نظام توزیع از راه‌های:

- ۱ توسعه و تاسیس شرکت‌های پخش و فعالیت در قالب نمایندگی و یا تشکلهای تخصصی
- ۲ شناسنامه‌دار کردن شرکت‌ها، واحدهای پخش کالا و ترغیب و تشویق عوامل توزیع جهت اخذ مجوز در چارچوب ضوابط جاری
- ۳ اجرای طرح ملت‌کارت اصناف به منظور رصد کردن و منطقی‌سازی تفاوت‌های ایجادشده بین قیمت کالاهای تولید داخل یا وارداتی با قیمت کالای توزیع‌شده در مراحل مختلف
- ۴ رفع موانع توسعه شبکه‌های زنجیره‌ای خرده‌فروشی اصناف، فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای و راه‌اندازی نهادهای توزیع زنجیره‌ای
- ساماندهی واحدهای صنفی بدون پروانه به منظور نظارت بر آنها و شفافیت فرایند داد و ستد
- ۶ تاسیس مراکز بارانداز و عمده‌فروشی کالا
- ۷ تکمیل سردخانه‌های محصولات کشاورزی با مشارکت بخش غیردولتی
- ۸ تشویق و جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و یا سایر تسهیلات مالی خارجی در بخش توزیع کالا

« برنامه بهبود بهره‌وری در واحدهای صنفی از راه‌هایی مانند:

- ۱ اعطای نشان به واحدهای صنفی
- ۲ راه‌اندازی کلینیک‌های بهره‌وری بازرگانی
- ۳ ارتقای سطح آموزش‌های حرفه‌ای مدیران واحدهای صنفی
- ۴ کاهش ضایعات در بخش توزیع و بهبود کیفیت خدمات
- ۵ حمایت از نوسازی تکنولوژیکی ماشین‌آلات و تجهیزات واحدهای صنفی
- ۶ تشکیل بانک اصناف در راستای تامین نقدینگی مورد نیاز اصناف

« مسئول: وزارت بازرگانی

با مشارکت: وزارتخانه‌های صنایع و معادن، جهاد کشاورزی، کشور، امور اقتصادی و دارایی، بانک مرکزی و سازمان صنایع دستی و گردشگری، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و تهران، خانه صنعت و معدن ایران و اتاق تعاون، شورای عالی اصناف و تشکلهای صنفی، انجمن لجستیک و سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران



۶-۱۳- فرایند حوزه صادرات

« نهادسازی در امر توسعه صادرات از راه‌های:

- ۱ حمایت مالی از ایجاد و توسعه شرکت‌های مدیریت صادرات، شرکت‌های تخصصی صادرات
- ۲ حمایت مالی از ایجاد و توسعه خوشه‌های صادراتی

« برنامه ایجاد و یا توسعه زیرساخت‌های صادراتی در داخل کشور و بازارهای هدف و افزایش بهره‌وری آنها:

- ۱ تکمیل یا ساخت پایانه‌های تخصصی و عمومی صادراتی
- ۲ توسعه و ایجاد زیرساخت‌های صادراتی در بازارهای هدف (شامل ایجاد مراکز تجاری، دفتر، نمایندگی، خدمات پس از فروش شبکه توزیع مویرگی)
- ۳ بهره‌گیری از توانمندی و ظرفیت خالی زیرساخت‌های مرتبط با صادرات و واردات نهادهای دولتی

« برنامه متناسب‌سازی محصولات صادراتی با سلیقه مشتریان در بازارهای هدف از طریق:

- ۱ تکمیل، تجهیز و نوسازی خطوط بسته‌بندی و سورتینگ به منظور صادرات محصولات کشاورزی

« برنامه حمایت از فعالیت‌های صادراتی تولیدکنندگان از طریق:

- ۱ حمایت از کاهش هزینه‌های تبلیغات و بازاریابی بنگاه‌های صادراتی نمونه و خوشنام
- ۲ حمایت از برندسازی در راستای توسعه صادرات غیرنفتی
- ۳ حمایت مالی از صدور محصولات با فناوری بالا (High Tech)
- ۴ حمایت از تحقیق و توسعه در زمینه کالا و بازار با رویکرد صادرات

« برنامه معرفی محصولات ایرانی در بازارهای خارجی از طریق:

- ۱ افزایش کمی و کیفی برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی
- ۲ هدفمند کردن اعطای تخفیف‌ها در نمایشگاه‌های بین‌المللی
- ۳ ارتقای اثربخشی نمایشگاه‌های داخلی از طریق جذب بازدیدکنندگان خارجی
- ۴ اطلاع‌رسانی موثر به ذینفعان از طریق ایجاد و به روزرسانی بانک اطلاعات برگزاری نمایشگاه‌ها

«« دستگاه مسئول: وزارت بازرگانی

با همکاری وزارتخانه‌های صنایع و معادن، جهاد کشاورزی، امور خارجه، امور اقتصادی و دارایی، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و تهران، خانه صنعت و معدن ایران و اتاق تعاون، گمرک جمهوری اسلامی ایران، سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران



« برنامه افزایش صادرات غیر نفتی از طریق:

- بهره گیری از ظرفیت موافقت نامه های تجاری منطقه ای و استفاده موثر و هدفمند از روابط تجاری (اقتصادی)

«« دستگاه مسئول: وزارت امور خارجه
با مشارکت وزارتخانه های بازرگانی، صنایع و معادن و جهاد کشاورزی

در این نوع تقسیم کار دستگاه مسئول می بایست یک یا چند کار گروه تخصصی - به تشخیص خود را متشکل از واحدهای ذی ربط در وزارتخانه و نمایندگان دستگاهها و نهادهای همکار (با تاکید بر مشارکت بخش غیردولتی) تشکیل داده و در نخستین نشست نسبت به تعیین زمان بندی اجرای برنامه ها و منابع مالی مورد نیاز اقدام نماید. پس از تایید برنامه زمان بندی و منابع مالی مورد نیاز توسط کمیته تخصصی کاهش قیمت تمام شده، برنامه مذکور به کمیسیون اقتصاد هیات دولت جهت تصویب ارسال خواهد شد. پس از تصویب کلیات برنامه توسط کمیسیون مذکور، بقیه اقدامات توسط کار گروه های تخصصی به منظور تهیه بسته اجرایی کاهش قیمت تمام شده انجام و جهت بررسی و کنترل سازگاری آنها به کمیته تخصصی کاهش قیمت تمام شده ارائه خواهد شد.
کمیته تخصصی با تلفیق و سازگار نمودن برنامه ها، نهایتاً بسته اجرایی (عملیاتی) کاهش قیمت تمام شده را جهت تصویب تقدیم کمیسیون اقتصاد هیات دولت خواهد نمود.
وظایف لحاظ شده بر محور پنج قالب مدون کمیته برنامه کاهش قیمت تمام شده در نظر گرفته شده است.

نتیجه گیری

رویکرد نهضت کاهش قیمت تمام شده بر پنج محور بهبود فضای کسب و کار، اصلاح فرایندهای تولید در بنگاه، حمل و نقل و توزیع و سرانجام اصلاح فرایندهای صادرات به نوعی نقشه راه بنگاه های اقتصادی را برای رسیدن به توسعه مطلوب ترسیم می کند.
بدیهی است که اجرای هر برنامه ای در این راستا برای تحقق اهداف نهضت و به عنوان نیاز اساسی جامعه در سایه تعاملات دوسویه و چندسویه، بهره گیری از توان و جذب مشارکت دستگاه های اجرایی و فعالان اقتصادی امکان پذیر است.

برنامه کاهش قیمت تمام شده در نظر دارد با همکاری بخش غیردولتی و دستگاه های اجرایی، دو جهت گیری اساسی را دنبال کند که از یک طرف قیمت تمام شده کالاها و خدمات تولیدی توسط



بنگاه‌ها کاهش یابد و از سوی دیگر فاصله بین قیمت تولیدکننده و قیمتی که کالاها و خدمات در اختیار مصرف‌کننده قرار می‌گیرد با ساز و کارهای غیر دستوری کاهش یافته و منطقی گردد. این موضوع را نیز نباید از خاطر برد که در برخی از موارد ممکن است امکان کاهش قیمت تمام‌شده وجود نداشته باشد و ارتقای سطح کیفیت کالا یا خدمت در اولویت قرار گیرد که در چنین شرایطی انجام اقدامات لازم برای تحقق ارتقای کیفیت مدنظر است.

به نظر می‌رسد توجه به توسعه فضای رقابتی ارتقای بهره‌وری و افزایش کیفیت تولیدات داخلی کلید اصلی اجرای نهضت کاهش قیمت تمام‌شده است و در این راستا انتظار می‌رود بهبود فضای کسب و کار، توسعه و تشویق صادرات غیرنفتی، حمایت از سرمایه‌گذاری خارجی، توسعه همکاری‌های اقتصادی با دیگر کشورها و پیگیری جدی عضویت ایران در سازمان جهانی تجارت در برنامه‌ها قرار گیرد.

نهضت کاهش قیمت تمام‌شده داستانی تمام‌ناشدنی و واقعیتی پیش روی است و نباید از آن به عنوان پروژه‌ای مقطعی و شعاری یاد کرد بلکه باید با رقابت‌پذیر کردن قیمت‌های تمام‌شده و حفظ کیفیت در جهت تحقق اهداف پرشتاب اقتصاد کشور گام‌های بزرگی را برداشت.



تتبعه اطلاع رسانی بازرگانی ایران
www.shabanews.ir

شبکه اطلاع رسانی بازرگانی ایران (شابا)

اداره کل روابط عمومی وزارت بازرگانی با توجه به اهمیت اطلاعات در دنیای امروز، اطلاع رسانی در حوزه بازرگانی را به عنوان یک بخش استراتژیک و راهبردی در نظر داشته و در این راستا با ایجاد شبکه اطلاع رسانی بازرگانی ایران (شابا) نسبت به انعکاس و اطلاع رسانی فعالیت های این حوزه به جامعه ذی نفعان خود مبادرت کرده است.

تهیه و تولید اخبار و مصاحبه های اختصاصی، انعکاس سریع اخبار دریافتی از سازمان های زیرمجموعه، گردآوری و انتشار اخبار مهم رسانه های کشور در بخش بازرگانی، به همراه انعکاس فعالیت ها و دیدگاه های بخش خصوصی و ذی نفعان بیرونی وزارت بازرگانی از محورهای اصلی فعالیت شابا است.

معرفی نشان

نماد طراحی شده برای شبکه اطلاع رسانی بازرگانی ایران بر مبنای اصول کاری شابا شامل طراحی، عناصر مفهومی و خصوصیات می باشد که به آنها اشاره می شود:

الف) تولید نشانه ترکیبی

برای ایجاد ایجاز و رساندن پیام، این نشانه به حالتی موجز هم عنوان کلمه شابا و هم مفهوم و رسالت یک وبسایت خبری را داراست.

ب) استفاده از فرم ها و عناصر ایرانی (از جمله تریخ ایرانی و بنه جقه هایش)

به جهت تعهد و تعلق به آثار قدیم ایرانی و یادآوری پوشش و فضای بازرگانی قدیم ایران و همچنین ترویج فرهنگ و هنر ایرانی، نوشته های گرافیکی شابا، نقوش بنه جقه های ایرانی را تداعی می کند.

ج) تولید نماد پرنده

قرار دادن شمای پرنده در قالب لگوتایپ شابا، بیان کننده مفهوم عمیق خبررسانی و همچنین تیزبینی برای تحلیل و تولید اخباری با صراحت و صداقت است.

د) استفاده از خطوط منحنی و چرخش آن و استفاده از کره زمین

این خطوط به تجارت جهانی و امور بازرگانی اشاره دارد که چرخش خطوط منحنی به دور کره زمین حاوی از پویایی این دیدگاه است.

ه) وجود عنصر دایره به منظور انعکاس مفهوم صلح و امانتداری در انتقال خبر

این عنصر در کنار باقی اجزا، قابل اعتماد بودن و اعتبار شبکه اطلاع رسانی بازرگانی را به نمایش می گذارد.

و) خاصیت تأثیر گذاری از طریق رنگ و فرم در نهایت سادگی هدف نهایی مجموعه ترکیب بندی نشانه شابا و به دور از بررسی جز به جز، انتقال یک حالت آرامش دهنده و تأثیر گذار به مخاطب است.

اصول کاری شابا

• تیزبینی در تحلیل • رعایت صراحت و صداقت در اخبار • پویایی دیدگاه • حفظ اعتبار و قابل اعتماد بودن • انتقال آرامش و تأثیر گذاری بر مخاطب

بخش ها و امکانات

• ۳۱ بخش استانی • خروجی RSS • ارسال پیام مستقیم • اشتراک خبرنامه روزانه • دریافت اخبار بر روی تلفن همراه • امکان ارسال خبر مورد علاقه به دیگران

افتخارات

« رتبه اول ششمین جشنواره ملی انتشارات روابط عمومی های کشور معرفی ساختار و فعالیت های شابا در ششمین جشنواره ملی انتشارات روابط عمومی ها کشور (سال ۱۳۸۹)، مورد توجه هیات داوران جشنواره قرار گرفته و توانست رتبه اول خبرنامه الکترونیکی در سطح ملی را کسب کند.

« رتبه برتر ششمین سمپوزیوم بین المللی روابط عمومی ها

هیات داوران ششمین جشنواره برترین های روابط عمومی ایران (سال ۱۳۸۹)، به جهت خلاقیت و نوآوری در بکارگیری ابزارهای روز اطلاع رسانی، تندیس و رتبه برتر ارتباطات الکترونیکی در سطح ملی را به شابا به نمایندگی از اداره کل روابط عمومی وزارت بازرگانی اعطا کرد.

کانال های ارتباطی

• وبسایت: shabanews.ir • پست الکترونیکی: info@shabanews.ir

• تلفن: ۰۲۱-۸۸۹۰۵۷۷۰ • فکس: ۰۲۱-۸۸۹۰۶۵۰۴ • پیامک: ۳۰۰۹۶۱۰

وزارت بازرگانی و هدفمندی یارانه‌ها

سلسله مباحث اندیشکده بازرگانی برگرفته از دیدگاه‌های دکتر مهدی غضنفری در محافل رسمی، همایش‌ها و یا گفتگوهای متعدد مطبوعاتی وی با بهره‌گیری از پژوهش‌ها، مصوبات قانونی و ... از سوی روابط عمومی وزارت بازرگانی تکمیل و تدوین شده است. نخستین شماره اندیشکده بازرگانی تحت عنوان وزارت بازرگانی و هدفمندی یارانه‌ها علاوه بر بررسی وضعیت یارانه در ایران و سایر کشورها، یارانه در فضای غیرهدفمند را مورد توجه قرار داده و با بیان دیدگاه‌های مختلف در خصوص تاثیر کم‌اطلاعی در نحوه اجرای قانون، به تفصیل در خصوص آثار مثبت اجرای قانون پرداخته است.

جایگاه وزارت بازرگانی در حوزه هدفمندی یارانه‌ها، شش ضلعی تنظیم بازار، مدیریت یارانه‌های نقدی، طبقه‌بندی چهارگانه کالاها، کمفایت ذخایر، تشریح بسته‌های حمایتی، ستاد بازرگانی هدفمندی یارانه‌ها، جایگاه اصناف در کنار مردم، اجرای تدریجی و نتایج حاصل از عملیاتی شدن قانون، از جمله محورهای این اندیشکده شماره ۴۰ صفحه‌ای را دربر می‌گیرد که در فرصت‌های پایانی ورود به مرحله اصلی قانون هدفمندسازی یارانه‌ها منتشر شد. نسخه الکترونیکی اندیشکده بازرگانی در شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران (شایا) به نشانی shabanews.ir و نیز پایگاه اینترنتی وزارت بازرگانی به نشانی moc.gov.ir در دسترس است.



بازرگان

نشریه بازرگانی شامل اخبار بازرگانی خارجی و داخلی به همت اداره کل روابط عمومی وزارت بازرگانی منتشر می‌شود. این نشریه با مرور فعالیت‌های انجام‌شده به عنوان یک سنت پسنده، اختصاص هر شماره خود به پرونده‌ای ویژه و جمع‌آوری مجموعه‌ای از اخبار، گفتگو و گزارش‌های مرتبط، اطلاع‌رسانی شفاف و دقیق و پاسخگویی به خواسته‌های ذی‌نفعان عرصه بازرگانی کشور را سرلوحه فعالیت‌های خود قرار داده است.

ویژه‌نامه‌های بازرگانی

گنجینه‌ای از اخبار و گزارش‌ها در یک موضوع

- شماره ۵۴: حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان • شماره ۵۳: همت مضاعف و کار مضاعف
- شماره ۵۲: هدفمندی یارانه‌ها و شکار هزینه‌های پنهان
- شماره ۵۱: وزارت بازرگانی و هدفمندسازی یارانه‌ها • شماره ۵۱: کیفیت نان
- شماره ۵۰: دولت الکترونیکی • شماره ۴۹: صادرات غیرنفتی • شماره ۴۸: فرش
- شماره ۴۷: نهضت کاهش قیمت تمام‌شده • شماره ۴۶: عملکرد وزارت بازرگانی در دولت دهم
- شماره ۴۵: فروشگاه‌های زنجیره‌ای • شماره ۴۴: اخبار بازرگانی خارجی و داخلی
- شماره ۴۳: اصناف • شماره ۴۲: اکسپو شانگهای • شماره ۴۱: ارتباطات و روابط عمومی • شماره ۴۰: تنظیم بازار ...



نسخه الکترونیکی ویژه‌نامه‌های بازرگانی از طریق پایگاه اینترنتی وزارت بازرگانی در دسترس است.



Ministry of Commerce



نهضت کاهش قیمت تمام شده پایان اقلافها

2

وزارت بازرگانی از شروع کار دولت دهم، طرح نهضت کاهش قیمت تمام شده را که ایده آن نخستین بار دو سال پیش از سوی دکتر مهدی غضنفری در کسوت معاونت توسعه روابط اقتصادی و رییس کل سازمان توسعه تجارت دولت نهم مطرح شده بود را سرلوحه فعالیت های خود قرار داده است. توجه به تنوع زیاد تولید کالا و خدمات در بخش های مختلف اقتصادی و گستردگی تولی گری هر فعالیت به یک یا چند دستگاه اجرایی و تاثیر سیاست های داخلی (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی)، خارجی و قوانین و مقررات بر قیمت تمام شده، همکاری موثر تمامی دستگاه های اجرایی در موفقیت نهضت کاهش قیمت تمام شده ضروری به نظر می رسد. به عبارت دیگر فراگیر شدن این برنامه نیازمند عزم و اراده ملی است. قیمت تمام شده بالای تولید و کاهش آن به عنوان یک نهضت فراگیر، رویکردی جدید و فراخوانی است برای به مشارکت طلبیدن تمام دستگاه های اجرایی و فعالان اقتصادی، تا با ارائه برنامه های هدفمند در تعاملی همسو جهت حذف هزینه ها و تحقق اهداف پیش روی اقتصاد گام های بزرگی برداشته شود.

www.shabanews.ir

تنبه اطلاع رسانی بازرگانی ایران

www.shabanews.ir

آدرین خیرها و رویدادها در حوزه بازرگانی



نسخه الکترونیکی اندیشکده بازرگانی در شبکه اطلاع رسانی بازرگانی ایران (شابا) در دسترس است.