



برنامه ملی کاهش قیمت تمام شده کالاها و خدمات

دکتر علی رضا امینی

اشاره: یکی از برنامه‌های مهم وزارت بازرگانی در دولت دهم، راه‌اندازی نهضت کاهش قیمت تمام‌شده کالاها و خدمات در کشور است. بالا بودن قیمت تمام‌شده کالاها و خدمات باعث شده است هم کالاها و خدمات با قیمت بالا در اختیار مصرف‌کنندگان قرار گیرد و هم توان رقابتی بنگاه‌ها در بازارهای داخلی و خارجی کاهش یابد که نتیجه آن پایین بودن سهم ایران در بازارهای جهانی است. بنابراین، کاهش قیمت تمام‌شده هم از طریق افزایش حجم فروش به افزایش سودآوری بنگاه‌ها کمک می‌کند و هم به کاهش قیمتی که کالاها و خدمات نصیب مصرف‌کنندگان می‌شود، منتهی خواهد شد. بنابراین، هدف وزارت بازرگانی از نهضت کاهش قیمت تمام‌شده ارتقای توان رقابتی تولیدکنندگان و افزایش رفاه مصرف‌کنندگان است که این هدف از راه‌هایی مانند بهبود فضای کسب‌وکار، توسعه فضای رقابتی، اصلاح فرآیندهای زنجیره تأمین، تولید و توزیع حاصل خواهد شد؛ به عبارت دیگر، از طریق کاهش هزینه‌های زائد و حذف اتلاف‌ها و استفاده بهینه از منابع و امکانات می‌توان قیمت تمام‌شده را کاهش داد. از منظر دیگر، اگر قیمت تمام‌شده در تمامی مراحل زنجیره ارزش کاهش یابد و فضای اقتصاد رقابتی باشد، قیمت کالای نهایی که مصرف‌کننده باید بپردازد، کاهش خواهد یافت. کاهش قیمت تمام‌شده از طریق اصلاح فرآیندهای زنجیره تأمین، تولید و توزیع، بهبود فضای کسب‌وکار و توسعه فضای رقابتی دارای پشتوانه‌ای علمی، تجربه شده و قابل حصول است و کشورهایی مانند چین از این رویکرد استفاده زیادی برده‌اند و جایگاه کشور خود را در بازارهای جهانی بسرعت بهبود بخشیده‌اند. از منظر دیگر، کاهش قیمت تمام‌شده در راستای تحقق اهداف رشد پرشتاب و مستمر اقتصادی، ارتقای درآمد سرانه، رسیدن به اشتغال کامل و دستیابی به جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در منطقه و در چارچوب سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی است. افزون بر این، کاهش قیمت تمام‌شده نقش مهمی در کند کردن اثرات تورمی طرح هدفمند کردن یارانه‌ها و محدودیت‌های بین‌المللی خواهد داشت و با تمامی برنامه‌های توسعه، از جمله برنامه پنجم توسعه هماهنگ بوده و در راستای نوآوری و اصلاح الگوی مصرف نیز است و ماهیت آن به گونه‌ای است که آثار منفی و زیانباری در پی ندارد و مسلماً با استقبال گسترده بخش خصوصی نیز همراه خواهد شد.

نشانه‌ها و دلایل بالا بودن قیمت تمام‌شده

سئوالی که در ابتدا مطرح می‌شود این است که دلیل اصلی و ریشه‌ای بالا بودن قیمت کالاها و خدمات داخلی نسبت به موارد مشابه خارجی چیست؟ به طور کلی عوامل تعیین‌کننده قیمت کالاها و خدمات عبارتند از:

۱. هزینه‌های مؤثر استفاده از هر واحد عوامل تولید
۲. هزینه‌های تحمیل شده بر بنگاه به واسطه قوانین و مقررات
۳. بهره‌وری عوامل تولید
۴. عملکرد لجستیک
۵. ساختار نظام توزیع
۶. ساختار بازار (رقابتی یا غیررقابتی بودن بازارها)

مجموعه عوامل فوق را می‌توان در یک عامل یا موضوع کلیدی خلاصه کرد، یعنی برآیند عملکرد عوامل فوق منجر به این مسئله می‌شود که بنگاه‌های اقتصادی یک کشور توان رقابت دارند، یا خیر؟ بنابراین، دلیل اصلی و ریشه‌ای بالا بودن قیمت کالاها و خدمات در ایران، پایین بودن توان رقابتی (رقابت‌مندی) اقتصاد ایران 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. اینکه در ایران تعرفه‌های وارداتی بالاست و یا سهم صادرات صنایع کارخانه‌ای از صادرات کالایی پایین است و نظیر اینها ریشه در ضعف اقتصاد ایران در رقابت‌مندی دارد. برخی کالاها و خدمات با در نظر گرفتن عامل کیفیت در ایران ارزان‌تر از کشورهای دیگر است، ولی به طور متوسط بیشتر کالاها و خدمات در ایران گران‌تر از جهان است. با توجه به اینکه هزاران کالا و خدمت با درجه کیفیت متنوع در ایران و جهان تولید می‌شود، در نتیجه امکان مقایسه کالا به کالا و خدمت به خدمت وجود ندارد و بناچار باید از شاخص‌های کلان اقتصادی در ارائه شواهد بالا بودن قیمت کالاها و خدمات در ایران نسبت به جهان استفاده کنیم.

الف) بالا بودن تعرفه‌های وارداتی

هدف از تعرفه حمایت از تولیدکننده داخلی است که قیمت محصول آن بالاتر از تولیدکننده خارجی است و توانایی رقابت با بنگاه‌های خارجی را ندارد. بنابراین، بالاتر بودن تعرفه‌ها به معنای فاصله زیاد بین قیمت‌های داخلی و خارجی است. به عنوان مثال، نرخ تعرفه وارداتی در سال ۱۳۸۸ که توسط گمرک اخذ می‌شود، برای کفش و کلاه ساخته شده از چرم ۱۲۰ درصد، پوشاک ۱۰۰ درصد، پیانو و آلات

موسیقی ۱۰۰ درصد، خرما 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 پایین برخوردارند و برای ارزیابی کلی از قیمت کالاها و خدمات باید به میانگین تعرفه‌های وارداتی توجه کرد. بر اساس مقایسه تطبیقی میانگین موزون نرخ‌های تعرفه وارداتی در گزارش مجمع جهانی اقتصاد در سال ۲۰۱۱-۲۰۱۰، ایران در میان ۱۳۹ کشور جهان دارای رتبه ۱۳۵ است که بیانگر بالا بودن تعرفه‌ها در ایران است. بنابراین، متوسط قیمت کالاها و خدمات در ایران نسبت به سطوح جهانی آن بالاست.

ب) بالا بودن نرخ تورم در ایران
نرخ تورم در دوره ۱۹۹۹-۲۰۰۹ در ایران از میانگین رقم مشابه برای کشورهای خاورمیانه بالاتر است و طبق پیش‌بینی صندوق جهانی پول این وضعیت تا سال ۲۰۱۳ حفظ خواهد شد و این به معنای افزایش قیمت نسبی ایران نسبت به رقبای منطقه و کاهش توان رقابتی بنگاه‌هاست.

ج) بهره‌وری پایین ایران نسبت به کشورهای توسعه‌یافته
بهره‌وری نیروی کار ایران بر حسب برابری قدرت خرید (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 ۶۲/۳ هزار دلار به ازای هر شاغل بوده است. در دوره ۱۹۹۵-۲۰۰۷، 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 است و هم رشد آن پایین‌تر از کشورهای توسعه‌یافته است. سهم رشد بهره‌وری کل عوامل (TFP) در تأمین رشد اقتصادی ایران ۴/۸ درصد و برای متوسط کشورهای منتخب سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) حدود ۴۰ درصد بوده است. بنابراین، ایران در مقایسه با کشورهای پیشرفته از منابع بیشتری برای تولید هر واحد محصول استفاده می‌کند که مؤید بالا بودن قیمت تمام‌شده است.

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

ه) جایگاه نامناسب ایران به لحاظ شاخص رقابت‌پذیری اقتصاد جهانی
بر اساس نتایج گزارش مجمع جهانی اقتصاد، در ۲۰۱۰-۲۰۱۱ رتبه ایران از نظر رقابت‌پذیری در بین ۱۳۹ کشور جهان ۶۹ است 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. عربستان جایگاه خود را در سال ۲۰۱۰ نسبت به ۲۰۰۹ به میزان ۷ پله بهبود داده است و رتبه ترکیه بدون تغییر باقی مانده است. نکته دیگر آنکه 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.

و) آسان نبودن شرایط کسب‌وکار
نامناسب بودن فضای کسب‌وکار به واسطه عدم کارآمدی قوانین و مقررات هزینه‌هایی را بر بنگاه‌ها تحمیل می‌کند که به بالا بودن قیمت تمام‌شده کالاها و خدمات منجر می‌شود. بر اساس شاخص سهولت کسب‌وکار بانک جهانی، رتبه ایران در بین ۱۷۸ کشور جهان در سال ۲۰۰۷-۲۰۰۸ برابر ۱۳۵ و در بین ۲۱ کشور منطقه حوزه سند چشم‌انداز ۱۶ است. رتبه عربستان در دنیا ۲۳ و در منطقه ۲ و برای ترکیه به ترتیب ۵۷ و ۷ است. بر اساس گزارش بانک جهانی در ۲۰۰۸-۲۰۰۹، رتبه ایران بر اساس شاخص سهولت کسب‌وکار بین ۱۸۳ کشور جهان ۱۳۷ است. بنابراین، فضای نامناسب کسب‌وکار در ایران یکی از دلایل بالا بودن هزینه‌های تولید است.

ز) تعداد زیاد روزهای تعطیل در ایران
تعطیلات رسمی در ایران نسبت به بسیاری از کشورهای جهان زیاد است. کارفرما حقوق و دستمزد و سود تسهیلات بانکی را ماهانه پرداخت می‌کند، ولی 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 بالا رود. افزون بر آن، عدم تقارن بین تعطیلات آخر هفته در ایران با بسیاری از کشورها موجب شده است حجم تجارت بنگاه‌ها با خارج محدود شود و از طریق کوچک شدن مقیاس تولید، قیمت تمام‌شده افزایش یابد. با توجه به مجموعه دلایل ذکر شده می‌توان به این نتیجه رسید که قیمت کالاها و خدمات با در نظر گرفتن عامل کیفیت به طور متوسط در ایران نسبت به میانگین جهانی آن بالاتر است. در ادامه به بررسی تفصیلی چند شاخص کلیدی در رابطه با بالا بودن قیمت کالاها و خدمات در ایران می‌پردازیم تا نقاط ضعف اقتصاد ایران مشخص شود.

نامساعد بودن فضای کسب‌وکار در ایران

بر اساس گزارش سهولت فضای کسب‌وکار بانک جهانی در سال ۲۰۰۸-۲۰۰۹، رتبه ایران بین ۱۸۳ کشور جهان ۱۳۷ است. نگاهی به گزارش بانک جهانی از وضعیت کسب‌وکار نشان می‌دهد یکی از مشکلات اقتصاد ایران انعطاف‌ناپذیری در استخدام و اخراج نیروی کار است که به افزایش هزینه‌های استفاده از نیروی کار منجر می‌شود. افزون بر این، انعطاف‌ناپذیری در تعیین دستمزد و عدم وجود ارتباط بین بهره‌وری و دستمزد مسئله دیگری است که به افزایش هزینه‌های استفاده از نیروی کار منجر می‌شود. هر سال شورای عالی کار حداقل دستمزد را با توجه به نرخ تورم تصویب می‌کند و به طور اتوماتیک (ناخواسسته) این مصوبه روی سایر سطوح دستمزدی نیز تأثیر می‌گذارد (از طریق مکانیزم انتظارات) و این فرآیند تعیین دستمزد بی‌ارتباط با بهره‌وری نیروی کار است و در نتیجه به افزایش هزینه‌های استفاده از نیروی کار منجر می‌شود.

دومین مشکل، آسان نبودن دسترسی شرکت‌ها به تسهیلات بانکی و بالا بودن نرخ سود تسهیلات بانکی در برخی از روش‌های تأمین مالی، بویژه در بانک‌های خصوصی و مخصوص در قالب عقود شرعی مانند مشارکت است. این مسئله بویژه برای شرکت‌های صادراتی مشکل ایجاد می‌کند، زیرا رتبه با نرخ بهره جهانی پایین تسهیلات بانکی دریافت می‌کنند، ولی شرکت‌های داخلی با نرخ‌های سود بالا (مانند ۲۵ درصد) و جوجه مورد نیاز را تأمین می‌کنند. بنابراین، ساماندهی نرخ‌های سود و تسهیل فرآیند دریافت تسهیلات از اولویت برخوردار است.

سومین مشکل، بوروکراسی اداری پیچیده در زمینه اخذ مجوزها از مراجع متعدد است که به اتلاف وقت سرمایه‌گذاران و تجار و افزایش هزینه‌های سرمایه‌گذاری و تولید منجر می‌شود.

چهارمین مشکل، بالا بودن مجموع نرخ‌های مالیات و طولانی بودن فرآیند پرداخت آن است که به افزایش قیمت تمام‌شده کالاها و خدمات منجر می‌شود. افزون بر این، مشکل بودن فرآیند تجارت بنگاه‌ها با خارج نیز به کاهش مقیاس تولید و افزایش هزینه تمام‌شده محصول منتهی می‌شود.

بنابراین، ایران از فضای مناسب کسب‌وکار برخوردار نیست و این مسئله به افزایش هزینه‌های کسب‌وکار منجر شده است. بدین ترتیب، بهبود فضای کسب‌وکار یکی از اولویت‌های برنامه‌های اقتصادی دولت است که در برنامه پنجم توسعه نیز مورد توجه قرار گرفته است.

شاخص رقابت‌پذیری ایران

گزارش رقابت‌پذیری اقتصاد جهانی بر اساس نظریه مزیت رقابتی از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۷ توسط مجمع جهانی اقتصاد (WEF) از دو رویکرد متمایز و در عین حال مکمل برای تحلیل توان رقابت استفاده کرده است. اولین رویکرد بر توان رقابت در رشد اقتصاد تمرکز دارد و این شاخص هر سال مورد بازنگری قرار می‌گیرد. شاخص رقابت در رشد اقتصادی یکی از بهترین برآوردکننده‌ها جهت چشم‌انداز رشد و رفاه کلی اقتصادهاست. این شاخص از سه عامل اصلی تشکیل شده است که عبارتند از: فناوری، نهادهای عمومی و محیط اقتصاد کلان.

دومین رویکرد گزارش که ریشه در مبانی خرد دارد، مربوط به توان رقابت کسب‌وکار است. این شاخص (BCI) به دنبال اندازه‌گیری ویژگی‌هایی است که سطح پایدار بهره‌وری کسب‌وکار را با توجه به مبانی خرد آن نشان می‌دهد. بهره‌وری و خلق ثروت به انعطاف شرکت‌ها و عملکرد آنها و همچنین کیفیت فضای کسب‌وکار خرد نیز بستگی دارد. در این شاخص از دو مؤلفه اصلی ساختار استراتژی (راهبرد) بنگاه‌های اقتصادی و محیط ملی کسب‌وکار استفاده شده است.

با اضافه کردن این شاخص به عنوان نشانگر ظرفیت بهره‌وری کنونی اقتصاد، دو شاخص رقابت‌پذیری در رشد اقتصادی (GCI) و رقابت‌پذیری در سطح خرد (MICI) با دو نگاه متفاوت اما مکمل، تصویر گویایی از توان رقابت یک اقتصاد را نشان می‌دهند.

بر اساس گزارش مجمع جهانی اقتصاد در سال ۲۰۱۱-۲۰۱۰، رتبه ایران بر اساس شاخص رقابت‌پذیری بین ۱۳۹ کشور جهان برابر ۶۹ و نمره آن از ۷ برابر ۴/۱۴ است و رتبه ایران در بین ۱۹ کشور حوزه سند چشم‌انداز ۱۰ است و کشورهای قزاقستان، مصر، لبنان، گرجستان، سوریه، ارمنستان، قرقیزستان و پاکستان بعد از ایران قرار دارند.

مروری بر جزئیات گزارش شاخص رقابت‌پذیری نشان می‌دهد ایران در ۱۶ زیرشاخص دارای مزیت رقابتی و در ۹۷ زیرشاخص عدم مزیت رقابتی دارد که بوضوح بیانگر اشکالات ساختاری گسترده در زمینه رقابت‌پذیری بوده که تبیین کننده بهره‌وری پایین اقتصاد ایران است. با توجه به تعدد زیاد نقاط ضعف رقابت‌پذیری و جایگاه نامناسب ایران در منطقه حوزه سند چشم‌انداز، ارتقای توان رقابت بنگاه‌ها مستلزم داشتن یک برنامه جامع است تا بتوان قیمت کالاها و خدمات تولید شده در داخل را کاهش داد و این موضوع یکی از اولویت‌های مهم اقتصاد کشور به شمار می‌رود.

نقش ساختار بازار در قیمت کالاها 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، اما در کیفیت و ویژگی تفاوت دارند) در بازار رقابت انحصاری در بلندمدت با هزینه متوسط (AC) تولید برابر بوده و سود ویژه اقتصادی صفر 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 تمام‌شده 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 اجرایی شدن 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 تمام‌شده، رفع موانع گسترش فضای رقابت در کشور است.

کاهش قیمت تمام‌شده؛ معرفی یک برنامه ملی

در ادبیات اقتصادی، افزایش سطح تولید از طریق به کارگیری مقادیر بیشتری از منابع و ارتقای سطح کیفی عوامل تولید (بهره‌وری) صورت می‌گیرد و برای تحقق سهم عوامل کیفی تولید، روش‌ها و مکانیزم‌های مختلفی وجود دارد که در مباحث تجربی نیز مورد بررسی و آزمون قرار گرفته است. مطالعات انجام شده نشان می‌دهد برای تحقق رشد اقتصادی مستمر و پرشتاب، بهره‌وری عوامل تولید باید 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. برای تحقق ارتقای سطح بهره‌وری در اقتصاد، به تجهیز منابع و ارائه جهت‌گیری‌ها و راهبردهای مناسب نیاز است که از جمله این راهبردها، بهبود فضای کسب‌وکار، توسعه فضای رقابتی و اصلاح فرآیندهای زنجیره تأمین، تولید و توزیع می‌تواند باشد. برای عملیاتی کردن این راهبردها نیز سیاست‌های اجرایی متنوعی وجود دارد که از جمله آن 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.

به‌رغم روند افزایشی شاخص‌های بهره‌وری از برنامه سوم توسعه به بعد و افزایش سهم صادرات صنعتی از کل صادرات، همچنان یکی از مشکلات اقتصاد ایران، بالا بودن قیمت تمام‌شده بسیاری از کالاها و خدمات تولید داخل با توجه به سطح کیفیت آنها در مقایسه با محصولات و خدمات مشابه خارجی است. به گونه‌ای که جایگاه اقتصاد ایران در بین کشورهای جهان به لحاظ شاخص‌های رقابت‌پذیری و فضای کسب‌وکار مناسب نیست. افزون بر این، موضوع ذکر شده فشار زیادی بر مصرف‌کنندگان کشور نیز وارد کرده و با توجه به نرخ‌های تورم دو رقمی به قشر ضعیف جامعه لطمات زیادی را وارد کرده است. مهار تورم یکی از الزامات تحقق کامل و اثربخشی بیشتر برنامه‌های کاهش قیمت تمام‌شده است که در برنامه‌های توسعه کشور، از جمله برنامه پنجم توسعه، مورد توجه قرار گرفته است و خوشبختانه در سال جاری تک رقمی شده است. در اقتصاد ایران علاوه بر اینکه قیمت تمام‌شده در بخش تولید قابل رقابت با کشورهای خارجی نیست، فاصله زیادی بین سطح قیمت تولیدکننده و سطح قیمت مصرف‌کننده در بازار وجود دارد که در عواملی مانند اشکالات سیستم حمل‌ونقل و انبارداری، نظام نامناسب توزیع، نبود سیستم اطلاع‌رسانی و شفاف نبودن اطلاعات مربوط به سطح کیفیت و قیمت کالاها و خدمات ریشه دارد. بنابراین، شناخت ریشه‌های مشکلات و اتخاذ سیاست‌های مناسب و اجرای صحیح آنها برای کاهش قیمت کالاها و خدمات ضروری است. در همین راستا، راه‌اندازی و پیگیری نهضت کاهش قیمت تمام‌شده کالاها و خدمات ضرورتی اجتناب‌ناپذیر دارد.

تعریف، اهداف، رویکردها و مبنای نظری

تعریف: فرآیندی مشارکتی (با حضور مصرف‌کنندگان، تولیدکنندگان، دستگاه‌های اجرایی و رسانه‌ها)، مستمر، همه‌جانبه و نظام‌مند به منظور ارتقای توان رقابتی محصولات و خدمات داخلی از طریق کاهش قیمت تمام‌شده و ارتقای کیفیت و با هدف:

۱. ارتقای سطح رفاه آحاد کشور؛ به منظور کاهش فقر و افزایش سطح رفاه جامعه نیاز به کاهش قیمت تمام‌شده، کاهش نرخ تورم و افزایش قدرت خرید مردم است تا بتوان سرمایه انسانی مورد نیاز را از نوع سلامتی و آموزش افزایش داد.
۲. افزایش سهم صادرات غیرنفتی و اتکالی کمتر به صادرات نفت؛ با توجه به روند مصرف و میزان ذخایر نفتی، در دهه‌های آتی ایران دیگر صادرکننده نفت نخواهد بود و از همین حالا باید برنامه‌ریزی برای جایگزین کردن آن انجام داد. به دلیل گسترش

روافزون رقابت در بازارهای خارجی، بقا در بازارهای خارجی مستلزم کاهش قیمت تمام‌شده و ارتقای قدرت رقابت‌پذیری بنگاه‌هاست.

۳. بقا در بازارهای داخلی: با توجه به جهت‌گیری کشور برای عضویت دائم در سازمان تجارت جهانی و ضرورت کاهش تعرفه‌ها و تأکید برنامه پنجم توسعه در مورد تحقق این مسئله و ضرورت افزایش رقابت در بازارهای داخلی، کاهش قیمت تمام‌شده برای بقا در بازارهای داخلی نیز لازم است.

با توجه به ضرورت‌های فوق، این برنامه در نظر دارد با همکاری بخش غیردولتی و دستگاه‌های اجرایی، دو جهت‌گیری اساسی را دنبال کند که از یک طرف قیمت تمام‌شده کالاها و خدمات تولیدی توسط بنگاه‌ها کاهش یابد و از طرف دیگر، فاصله بین قیمت تولیدکننده و قیمتی که کالاها و خدمات در اختیار مصرف‌کننده قرار می‌گیرد با سازوکارهای غیردستوری کاهش یافته و منطقی گردد. در برخی موارد ممکن است امکان کاهش قیمت تمام‌شده وجود نداشته باشد و ارتقای سطح کیفیت کالا یا خدمت در اولویت قرار داشته باشد که در چنین مواردی انجام اقدامات لازم برای تحقق ارتقای کیفیت مد نظر قرار می‌گیرد.

لذا در زمینه دستیابی به هدف اول (کاهش قیمت تمام‌شده بنگاه‌ها) لازم است چند اقدام اساسی صورت گیرد:

۱. 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.

۲. هزینه‌های مؤثر استفاده از هر واحد عوامل تولید کاهش یابد تا هزینه تمام‌شده کمتر تولید شود.

۳. بهینه‌سازی فرآیندهای مختلف تولید در بنگاه با رویکرد حذف اتلاف‌ها

۴. ایجاد سهولت در فضای کسب‌وکار از طریق اصلاح قوانین و مقررات

۵. ایجاد بسترهای لازم برای توسعه فضای رقابتی در اقتصاد

همچنین در راستای دستیابی به دومین هدف (منطقی‌سازی فاصله بین قیمت‌های تولیدکننده و مصرف‌کننده)، لازم است چند اقدام مهم صورت گیرد:

۱. سامان‌دهی نظام توزیع کالا با تأکید بر توسعه فضای رقابتی و کاهش قیمت تمام‌شده ارائه خدمات در بخش توزیع

۲. بهبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل و انبارداری و کاهش قیمت تمام‌شده خدمات ذیربط

۳. افزایش پوشش و کارایی نظارت بر قیمت‌ها (با تأکید بر شفاف‌سازی رابطه کیفیت و قیمت) و گسترش اطلاعات خریداران و فروشندگان از بازار کالاها و خدمات

با توجه به تنوع زیاد تولید کالاها و خدمات در بخش‌های مختلف اقتصادی و گستردگی مسئولیت تولی‌گری هر فعالیت به یک یا چند دستگاه اجرایی و همچنین تأثیر

سیاست‌های داخلی (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) و خارجی و قوانین و مقررات بر قیمت تمام‌شده، همکاری مؤثر تمامی دستگاه‌های اجرایی در موفقیت نهضت کاهش

قیمت تمام‌شده ضروری است. به عبارت دیگر، نیاز به یک عزم و اراده ملی است.

رویکرد طرح حاضر برای رسیدن به اهداف فوق، بهبود فضای کسب‌وکار، توسعه فضای رقابتی و اصلاح کل فرآیندهای زنجیره تأمین، تولید و توزیع با توجه به لایحه برنامه

پنجم توسعه، قانون هدفمند کردن یارانه‌ها و طرح تحول اقتصادی دولت است. مبنای نظری (تئوریک) برنامه کاهش قیمت تمام‌شده، نظریه مزیت رقابتی است که به کل

زنجیره ارزش توجه داشته و بر اساس آن برای رقابت‌مندی بنگاه‌ها در بازارهای داخلی و خارجی به انجام یک‌سری اقدامات در سطح اقتصاد خرد (راهبردها و فعالیت‌های

درون‌شرکتی و محیط ملی کسب‌وکار) و سطح اقتصاد کلان (سیاست‌گذاری اقتصاد کلان و زیرساخت‌های اجتماعی و نهادهای سیاسی) نیاز است. راهبردها و فعالیت‌های

درون‌شرکتی در سطح اقتصاد خرد شامل استراتژی و اثربخشی عملیاتی، عملکردهای سازمانی و بین‌المللی‌سازی بنگاه‌هاست. محیط ملی کسب‌وکار در اقتصاد خرد،

موضوعاتی مانند شرایط تقاضا (اندازه بازار داخلی و خارجی)، صنایع و خوشه‌های مرتبط و حمایتی، بافت استراتژیک و رقابتی و شرایط نهادهای تولید را مورد توجه قرار

می‌دهد. در قسمت شرایط نهادهای تولید، زیرساخت‌های لجستیک، ارتباطات، اجرایی، بازار سرمایه و نوآوری حائز اهمیت هستند. در حوزه اقتصاد کلان، سیاست‌گذاری‌های

اقتصاد کلان شامل سیاست‌های پولی و مالی است و زیرساخت‌های اجتماعی و نهادهای سیاسی دربرگیرنده نهادهای سیاسی، حاکمیت قانون و ظرفیت‌های پایه انسانی (مانند

آموزش و بهداشت) است که در جهت کاهش هزینه‌های تولید و ارتقای توان رقابتی بنگاه‌ها از اهمیت زیادی برخوردار هستند. بر اساس 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، این

رویکرد به بقای بنگاه‌ها در بازارهای داخلی و خارجی و افزایش سهم صادرات غیرنفتی منجر خواهد شد.

اگر ساختار اقتصاد رقابتی باشد و قیمت تمام‌شده در تمامی مراحل زنجیره تأمین، تولید و توزیع کاهش یابد، 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.

در نوشتار حاضر برخی ملاحظات در اجرای برنامه‌های کاهش قیمت تمام‌شده مورد توجه قرار گرفته‌اند که عبارتند از:



۱. توجه ویژه به توسعه فضای رقابتی: کلید اصلی در تداوم برنامه‌های کاهش قیمت تمام‌شده توسعه فضای رقابتی است. در این راستا اصلاح سیاست‌های اقتصاد کلان، قوانین و مقررات و نقش نهادها ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. مشارکت بخش دولتی و غیردولتی در شناسایی موانع موجود و ارائه راهکارها برای رفع آنها موجب افزایش ثمربخشی طرح خواهد بود.

۲. توجه ویژه به ارتقای بهره‌وری: در برنامه‌های کاهش قیمت تمام‌شده باید تأکید اصلی بر برنامه‌های ارتقای بهره‌وری باشد، زیرا این رویکرد به طور مستمر قابل پیگیری است و به بقای بنگاه در بازار کمک می‌کند.

۳. حفظ و ارتقای کیفیت: در اجرای برنامه‌های کاهش قیمت تمام‌شده نباید به گونه‌ای عمل کرد که کیفیت کالاها و خدمات کاهش یابد. بنابراین، معنای کاهش قیمت تمام‌شده آن است که با کیفیت معین و ثابت کالا یا خدمت، قیمت هر واحد کالا یا خدمت کاهش یابد یا با قیمت معین و ثابت، کیفیت کالا و یا خدمت ارتقا یابد. نکته‌ای که باید به آن توجه کرد آن است که بین کیفیت و قیمت یک رابطه منطقی تعریف شده باشد و آن تولیدی موفق است که با کیفیت بالاتر و قیمت کمتر انجام شود. در واقع، بدون کیفیت نمی‌توان وارد بازار رقابت شد. از منظر دیگر، ضرورتاً نباید به دنبال حداکثر کیفیت باشیم، زیرا کیفیت بالاتر مستلزم مصرف بیشتر منابع و مواد اولیه است که آثار سوء زیست‌محیطی دارد. بنابراین، سطح کیفیت کالا باید با توجه به خواست مشتری و در تناسب با قیمت آن منطقی و قابل رقابت باشد.

سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، فضای رقابتی در اقتصاد ضروری است، یا خیر؟ بالا رفتن سطح رفاه افراد، کم شدن فقر و بالا رفتن استانداردهای زندگی تابعی از این موضوع است که باید انتخاب شود آیا اقتصادی مبتنی بر رقابت و بهره‌وری بالا می‌تواند برای تحقق این اهداف کمک کند، یا خیر؟ نتیجه شرایط فعلی اقتصادی ایران در آینده افت رشد بهره‌وری، افزایش تورم و کاهش اشتغال است.

شاید مهم‌ترین سئوالی که امروز درباره وضعیت ایران وجود دارد، این است که آیا سیاست‌های کلان اقتصادی، در راستای تحقق این اهداف است؟ آیا انسجام سیاست‌ها و استراتژی‌های اقتصادی در کشور بر مبنای افزایش رقابت‌پذیری بنگاه‌ها و به تبع آن رقابت‌پذیری ملی است؟ نکته‌ای که باید به آن توجه کرد این است که در محیط‌های موفق، علت هر اقدامی، داشتن استراتژی مشخص و عملیاتی برای رسیدن به اهداف تعیین شده است. با توجه به اینکه استراتژی اقتصادی کشور در سند چشم‌انداز مشخص شده، لازم است این استراتژی را به طور شفاف بیان کنیم و همسویی آن را با ارتقای توان رقابت مشخص کنیم. مطالعات انجام گرفته در مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های وزارت بازرگانی نشان می‌دهد استراتژی تعیین شده در سند چشم‌انداز همسو با ارتقای توان رقابت‌پذیری اقتصاد ایران است، زیرا ویژگی‌های ذکر شده برای ارتقای توان رقابت لازم است. از طرف دیگر، مؤلفه‌های ۱۲ گانه شاخص رقابت‌پذیری با ویژگی‌های فوق هماهنگی 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.

ضعف‌ها و قوت‌های ایران برای شکار هزینه‌ها

قبل از معرفی جزئیات برنامه ملی کاهش قیمت تمام‌شده، به ذکر نقاط قوت و ضعف اقتصاد ایران در زمینه کاهش قیمت تمام‌شده می‌پردازیم.

الف) نقاط قوت اقتصاد ایران

- منابع اولیه بسیار مناسب در کشور
- تنوع منابع و عوامل تولید در کشور
- جمعیت بالای تحصیلکرده و متخصص
- موقعیت مناسب در منطقه
- ب) نقاط ضعف اقتصاد ایران
- قوانین و مقررات نامناسب
- بهره‌وری پایین
- عدم شفافیت قوانین و مقررات
- زیرساخت‌های اقتصادی نامناسب یا ناکافی و عدم بهره‌برداری بهینه از آن

با توجه به وجود نقاط قوت و ضعف‌های یاد شده، در سیاست‌گذاری‌های کلان برای دستیابی به جایگاه معقول و منطقی در منطقه خاورمیانه و در بین همسایگان تلاش زیادی شده است که مهم‌ترین آنها سند چشم‌انداز بیست ساله نظام جمهوری اسلامی ایران است، چرا که این شرایط به صورت بالقوه برای ایران فراهم است، ولی برای به فعل رساندن آن نیازمند رفع ضعف‌های موجود و به‌کارگیری فرصت‌های منطقه‌ای و بین‌المللی است و برای این منظور ایران باید از مزیت‌هایش در جهت توسعه اقتصادی و اجتماعی استفاده کند. بسیاری از مشکلات اقتصادی ایران نظیر تورم، بهره‌وری پایین، عدم شفافیت، فقر اقتصادی و در کل ناکارآمدی، معلول فقدان رقابت در اقتصاد ایران است. گرایش مردم برای سرمایه‌گذاری در بخش مستغلات، بویژه در بخش مسکن به صورت غیرمولد به دلیل نبود رقابت در محیط کلان و بهره‌ور نبودن سایر حوزه‌های اقتصادی است. اما مهم‌ترین مسئله این است که در سیاست‌گذاری کلان کشور باید انتخاب و تصمیم‌گیری شود که آیا برای تحقق اهداف سند چشم‌انداز بیست ساله و

راهبردهای کلیدی

به منظور کاهش قیمت تمام‌شده و به دنبال آن ارتقای توان رقابت بنگاه‌ها در کشور، لازم است در سطح کلان اقتصاد، ساختارها و نهادها متناسب با این فضا ایجاد شود و همچنین بنگاه‌ها نیز در جهت رقابت‌پذیری خود تلاش کنند، لذا راهبردهای کلیدی در مورد رقابت‌پذیری را می‌توان در دو سطح زیر مورد توجه قرار داد:

الف. سطح کلان: ایجاد فضای مناسب برای تقویت رقابت‌پذیری در اقتصاد ب. سطح خرد: اصلاح ساختار بنگاه‌های اقتصادی و سامان‌دهی مناسب آنها

سیاست‌های برنامه ملی کاهش قیمت تمام‌شده

۱. حوزه بهبود فضای کسب‌وکار و توسعه فضای رقابتی
- توسعه رقابت در صنعت بانکداری و تقویت نظارت بانک مرکزی
- توسعه بازارهای پول و سرمایه
- توسعه و رقابتی کردن صنعت بیمه
- تسهیل سرمایه‌گذاری خارجی در کشور
- اصلاح نظام ارزیابی طرح‌های سرمایه‌گذاری بر اساس قیمت‌های واقعی (غیر یارانه‌ای)
- توسعه فضای رقابتی و حذف رانت از عرصه تجارت
- توسعه فضای رقابتی در بخش حمل‌ونقل و بازرگانی (توزیع)
- تسهیل و کاهش هزینه‌های ورود و خروج بنگاه‌ها در بازار
- تسهیل تجارت بنگاه‌ها با خارج
- مقابله با رفتارهای تجاری غیرمنصفانه و دامپینگ
- کارآمد نمودن نظام مالیات
- افزایش کارایی بازار کار
- گسترش دولت الکترونیک و توسعه به‌کارگیری تجارت الکترونیکی

بهره‌وری و قیمت تمام‌شده

بهره‌وری روزافزون و بهره‌برداری بهینه و بیشینه از تمامی منابع اقتصادی بنگاه‌های تولیدی-صادراتی مانند (منابع انسانی، سرمایه، مواد و زمان و...) از مهم‌ترین عوامل بسترساز «کاهش قیمت تمام‌شده» و افزایش کیفیت محصولات تولیدی آنهاست. در بررسی ارتباط و تعامل دو مفهوم «بهره‌وری» و «کاهش قیمت تمام‌شده» می‌توان بنگاه‌های اقتصادی را از دو منظر عوامل درونی و بیرونی مورد توجه قرار داد. عوامل درونی بنگاه‌ها عواملی هستند که در اختیار آن بنگاه است و از جانب بنگاه قابل کنترل است. یک‌سری عوامل نیز بیرونی هستند که خارج از کنترل بنگاه هستند و توجه متقارن و هم‌زمان به هر دو اجتناب‌ناپذیر است. عوامل درونی موارد سخت‌افزاری (ماشین‌آلات و تجهیزات، تکنولوژی، نیروی انسانی، مصرف مواد و انرژی و...) را شامل می‌شود که قیمت تمام‌شده، تابع همه اینهاست. به عبارت دیگر، نوع سرمایه‌گذاری انجام شده، ماشین‌آلات و تجهیزاتی که مورد استفاده قرار می‌گیرد و نوع فناوری و چرخه عمر فناوری‌های به کار گرفته شده و... به طور مستقیم با دو مفهوم «بهره‌وری» و «قیمت» در ارتباط است.

عوامل درونی نرم‌افزاری نیز شامل سطح مهارت نیروی انسانی، فرآیندهای مدیریت، تولید، روش کار و... می‌شود که روش‌های بحث بهره‌وری و قیمت تمام‌شده روی همگی آنها اثرگذار است.

در مورد عوامل بیرونی نحوه تعامل بهره‌وری و کاهش قیمت تمام‌شده در بنگاه‌های اقتصادی می‌توان به ساختار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، حقوقی و قضایی اشاره کرد. وضعیت منابع انسانی، سرمایه، زمین، انرژی و مواد اولیه و... همگی جزء عوامل بیرونی هستند که یک‌سری مسائل را برای تعیین هزینه‌ها و قیمت‌های آن به بنگاه‌ها فراهم می‌کنند. در این حوزه، دولت و تشکلهای صنفی خصوصی نقش محوری دارند که با تعامل سازنده این دو می‌توان برای بهره‌وری بنگاه‌های اقتصادی در مسیر کاهش قیمت تمام‌شده محصولات آنها گام برداشت.

البته در حاشیه این مسائل نمی‌توان به یک‌سری از عوامل، نظیر عملکرد و کارایی دستگاه‌های دولتی، ثبات و مقررات دولتی، عدالت در توزیع فرصت‌ها، شفافیت، حمل‌ونقل، فناوری اطلاعات و ارتباطات، سیستم مالی و بانکی و غیره بی‌توجه ماند.

در مجموع همه اینها، عواملی هستند که به صورت یک زنجیره با هم ارتباط دارند و می‌توانند بنگاه‌های اقتصادی را در جهت بهره‌وری و کاهش قیمت تمام‌شده یاری کنند. از این جهت رویکردی را که برای افزایش «بهره‌وری» بنگاه‌های تولیدی-صادراتی قابل توصیف است، می‌توان از دو منظر انباشت و جذب سرمایه‌گذاری جدید و توسعه منابع انسانی و نوآوری‌های فناوری مورد توجه قرار داد. بنابراین آنچه می‌تواند نظام کلی ارتباط مستقیم دو مفهوم افزایش بهره‌وری و کاهش قیمت تمام‌شده را توصیف کند، می‌توان در سه عنوان ارائه کرد که شامل موارد زیر می‌شود:

۱. نظام‌هایی برای حذف یا کاهش تلفات ناشی از مواد و ماشین (بهره‌وری سرمایه)

۲. نظام‌هایی برای حذف یا کاهش تلفات ناشی از عملکرد انسان (بهره‌وری نیروی انسانی)

۳. بحث حذف یا کاهش تلفات ناشی از تعامل نامناسب بین انسان، ماشین و مواد (بهره‌وری کل عامل).

این نظام‌ها سخت‌افزار و نرم‌افزار هستند و انسان ابزارمحور است.

به هر حال، برای کاهش قیمت تمام‌شده محصول باید از نهاده‌های تولید تا منابع تولیدی که مصرف می‌کنیم، قاعدتاً کمتر مصرف کنیم تا قیمت تمام‌شده کمتر شود. متنها قطعاً منظور کاهش کیفیت و کاهش مقدار تولید نیست، بلکه هدف این است که ما در تولید با کیفیت بهتر بتوانیم نهاده‌های کمتری مصرف کنیم که این به مفهوم بهره‌وری است. در مجموع در مفهوم «بهره‌وری» هم بحث کاهش هزینه‌ها در نظر گرفته می‌شود و هم بحث افزایش کیفیت و لذا می‌توان بهره‌وری را بسترساز قیمت تمام‌شده کالاها دانست.

- اجرایی کردن قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان
- ایجاد شفافیت در قوانین و مقررات مرتبط با کسب‌وکار
- ایجاد شفافیت در اطلاعات مربوط به قیمت‌ها و کیفیت کالاها و خدمات
- کاهش هزینه‌های مبادله و ارتقای سرمایه اجتماعی
- کاهش هزینه‌های مؤثر استفاده از نیروی کار و سرمایه
- اصلاح نظام قیمت‌گذاری
- ۲. حوزه فرآیند تأمین
- منطقی‌سازی تعرفه‌های وارداتی
- سامان‌دهی تخفیفات ورود کالا از روش‌های مختلف
- نظارت بر کیفیت کالاهای وارداتی
- بهره‌گیری از مزیت رقابتی مواد اولیه ارزان برای تولیدکنندگان کالاهای نهایی
- اصلاح قوانین مرتبط با تجارت با رویکرد تشویق کاهش قیمت تمام‌شده
- ۳. حوزه فرآیند تولید در بنگاه
- ایجاد خوشه‌های صنعتی صادرات‌گرا
- مشارکت بیشتر دولت در مخارج D&R بنگاه‌های غیردولتی
- اطلاع‌رسانی و آموزش به بنگاه‌ها به منظور استفاده از تکنیک‌ها، نرم‌افزارها و فناوری‌های نوین برای کاهش قیمت تمام‌شده
- شناسایی، مستندسازی و معرفی بهترین تجارب کاهش قیمت تمام‌شده
- حمایت از فعالیتهای نوآوری در بنگاه‌ها و تشویق ایده‌های جدید در زمینه کاهش قیمت تمام‌شده
- شفاف‌سازی قیمت تمام‌شده کالاها و خدمات
- نهادسازی در مورد ارائه خدمات مشاوره در زمینه کاهش قیمت تمام‌شده
- فرهنگ‌سازی در مورد نقش کاهش قیمت تمام‌شده در افزایش سود شرکت‌ها و بقا در بازار
- نوسازی مدیریت بنگاه‌ها
- به‌کارگیری فناوری‌های نوین به منظور کاهش قیمت تمام‌شده
- ترغیب بنگاه‌های دولتی به استفاده از تکنیک‌های کاهش قیمت تمام‌شده
- کاهش ضایعات محصولات کشاورزی و صنعتی در مراحل مختلف تولید
- هدمندسازی و زمان‌دار کردن یارانه‌های اختصاص داده شده به برنامه‌های کاهش قیمت تمام‌شده
- ۴. حوزه فرآیند حمل‌ونقل
- کاهش ظرفیت بیکار ناوگان حمل‌ونقل
- ارتقای کیفیت خدمات حمل‌ونقل
- رفع موانع ترانزیت
- استفاده بهینه از شقوق مختلف حمل‌ونقل در راستای کاهش قیمت تمام‌شده خدمات حمل‌ونقل
- حمایت از توسعه شرکت‌های حمل‌ونقل
- نوسازی و اصلاح ناوگان و زیرساخت‌های حمل‌ونقل
- توسعه فضای رقابتی در زمینه ارائه خدمات مربوط به زیرساخت‌های حمل‌ونقل
- ۵. حوزه فرآیند انبارداری و توزیع
- توسعه زیرساخت‌های انبارداری و سردخانه (بویژه 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)
- بهبود بهره‌وری در واحدهای صنفی
- ۶. حوزه فرآیند 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 کشور
- متناسب‌سازی محصولات صادراتی با سلیقه مشتریان در بازارهای هدف
- حمایت از فعالیتهای صادراتی تولیدکنندگان
- افزایش سهم صادرات ایران با کشورهای منطقه
- معرفی محصولات ایرانی در بازارهای خارجی

تقسیم کار ملی برای اجرای برنامه ملی کاهش قیمت تمام‌شده

برنامه ملی کاهش قیمت تمام‌شده فرآیندی مشارکتی و مستمر است که هماهنگی تمامی سیاست‌ها و اقدامات را می‌طلبد و در نتیجه هماهنگی و همدلی دستگاه‌های اجرایی در موفقیت اهداف برنامه ملی کاهش قیمت تمام‌شده الزامی است. به همین خاطر، مکانیزمی در نظر گرفته شده است که برنامه عملیاتی به صورت مشارکتی تدوین شود. در این قسمت به معرفی تقسیم کار ملی برنامه‌های کاهش قیمت تمام‌شده مشتمل بر تعیین دستگاه مسئول و دستگاه‌ها و نهادهای همکار برای اجرای هر یک از برنامه‌های عملیاتی می‌پردازیم.