

شکار هزینه‌ها؛ شکوفایی سرمایه‌ها

■ رضا کربلایی

هستند تا از له شدن بخش تولید و خدمات ارزاور خویش جلوگیری کنند. از این منظر، اقتصاد ایران هم البته نیازمند برنامه‌ای برای کاستن از هزینه‌های تمام‌شده تولید و تجارت است و تردید نباید کرد که روح و ماهیت سیاست‌ها و برنامه‌های مبتنی بر کاهش هزینه‌های تولید و خدمات و تجارت در گرو این است که در یک کلام بهره‌وری افزایش یابد.

دوباره این مسئله را یادآور می‌شویم که جست‌وجوی مؤلفه‌ها و متغیرهای اثرگذار بر قیمت تمام‌شده تولید و خدمات در کشور دست‌کم در دو سطح دولت و بخش خصوصی به نتایج متفاوت منجر خواهد شد؛ از این رو، بایسته است رهیافت و راهبرد اقتصاد ملی ایران به گونه‌ای طراحی و اجرا شود که همه احساس مسئولیت کنند. تولید کالاها و خدمات با کیفیت و قیمت رقابتی نه یک شعار، که ضرورتی است معطوف به ماندن در بازارهای دیگران، و گرنه کوتاهی در شکار هزینه‌ها باعث از دست رفتن بازارهای داخلی خواهد شد و دست‌کم اینکه افزایش نرخ بیکاری چندان دور از انتظار نخواهد بود. از این رو، اقدام وزارت بازرگانی در حمایت از تولید رقابتی و صادرات‌گرا و تلاش در جهت کاهش هزینه‌های تولید ملی درخور توجه ویژه است، ولیکن محدود کردن این مسئله به یک وزارتخانه به نتیجه مطلوب نخواهد انجامید و شایسته است رسالت کاهش هزینه‌های تولید فراگیر شود و دولت و بخش خصوصی در یک راستا تلاش کنند و راه را برای رقابت کم‌هزینه‌تر باز کنند. آنچه وزارت بازرگانی به عنوان بسته سیاستی برای کاهش قیمت تمام‌شده طراحی کرده و مصمم به اجرای آن است، مجموعه‌ای است از ۱۳۰ راهکار که در چهار سطح تدوین شده است. این ۴ سطح شامل بهبود فضای کسب‌وکار، اصلاح فرآیند تولید در بنگاه، اصلاح فرآیند حمل‌ونقل و توزیع و سرانجام اصلاح فرآیند صادرات می‌شود. ساختار این تصمیم‌گیری دولت بر مبنای تعیین وظایف و اختیارات دستگاه‌های اجرایی و به گونه‌ای بازتعریف مأموریت‌ها و اهدافی است که وزارتخانه‌ها و دستگاه‌های مسئول در راستای سیاست‌های اقتصادی دولت برای کاهش بهای تمام‌شده تولید کالاها و ارائه خدمات باید بردارند. باور کنیم که امروزه تلاش جهت کاهش قیمت تمام‌شده کالاها و خدمات و تقویت توان رقابتی بنگاه‌های اقتصادی در مصاف با دیگر رقبای خارجی در سطح بازارهای داخلی و خارجی یک عزم ملی می‌طلبد و انتظار می‌رود دولت و مجلس موانع را بردارند.

بدون تردید برای ماندن در عرصه رقابت، آن هم در بازارهای داخلی، منطقه‌ای و جهانی دیگر نمی‌توان به حمایت‌های یک‌جانبه دولتی دل بست و ضرورت ایجاد می‌کند هزینه‌های تولید را کم کرد و با مدیریت بنگاه تولیدی یا شرکت خارجی بر اساس مؤلفه‌های پیچیده رقابت، راهی برای هدایت منابع محدود جست‌وجو کرد و کالا و خدماتی با سطح کیفی بالا به بازار عرضه کرد. واقعیت این است که تولیدکنندگان و صادرکنندگان ایرانی برای تقویت یا دست‌کم حفظ موقعیت و جایگاه خود در بازارهای داخلی و خارجی با چالش افزایش هزینه‌های تولید و ارائه خدمات مواجه هستند، زیرا شکار هزینه‌ها خود به معنای شکوفایی سرمایه‌هاست؛ سرمایه‌هایی که ارزان به دست نمی‌آید، چه این سرمایه مادی و از منابع مالی باشد، چه سرمایه انسانی.

پرسش اینجاست که چرا اصل بدیهی کاهش هزینه‌های تولید کالا و خدمات در اقتصاد ایران به کیمیای دست‌نیافتنی‌ای تبدیل شده است؟ آیا می‌توان بر اساس مؤلفه‌ها و متغیرهای برخاسته از اقتصاد دولتی به تداوم حضور در بازار دل خوش کرد؟ آیا با نرخ بهره‌وری کنونی، نرخ بالای تورم و هزینه‌های بالای مالی و پولی می‌توان امید داشت که همچنان کالاها و خدمات ایرانی در بازارهای جهانی خودی نشان دهند؟ واقعیت را نمی‌توان کتمان کرد، آنچه این روزها، بنگاه‌های تولیدی و صادرکنندگان کشورهای پیشرفته بر سر آن تحقیق می‌کنند و هزینه‌های زیادی را متحمل می‌شوند، بهره‌گیری از روش‌ها و تکنیک‌های جدید برای جلب‌نظر مصرف‌کننده و کاهش قیمت تمام‌شده کالاها و خدمات است؛ موضوعی که در اقتصاد ایران به کیمیای دست‌نیافتنی‌ای تبدیل شده و طبیعی است، مهم‌ترین گامی که دولت می‌تواند و باید در مسیر کاهش هزینه‌های تولید و منطقی شدن قیمت تمام‌شده کالاها و خدمات بردارد، این است که موانع دولتی بر سر راه را بردارد تا فعالان اقتصادی مجبور نباشد هزینه‌های پیش‌بینی نشده‌ای را برای عبور از موانع دولتی در نظر بگیرند.

دست‌کم این که درنگی در سیاست‌ها و برنامه‌های اقتصادی کشورهای جهان، بویژه پس از بحران اقتصادی سال ۲۰۰۸ میلادی و باقی ماندن اثرات سنگین آن در حال حاضر نشان می‌دهد دولت‌مردان کشورهای مختلف برای نجات اقتصاد ملی خویش، سیاست‌های مبتنی بر تجارت و اقتصاد آزاد را به حاشیه رانده‌اند و با تسهیل مقررات و قوانین و در پیش گرفتن سیاست‌های حمایت‌گرایانه در تکاپو

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی