

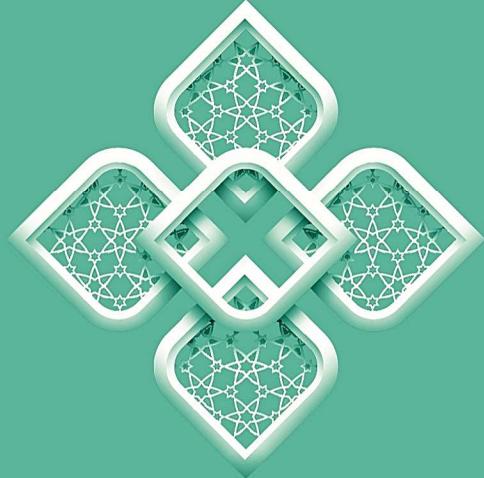
نامه اتفاق بازرگانی کرمانشاه

شماره 52 www.krccima.ir

نشریه اتفاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمانشاه / مهر ماه ۱۳۹۶
Kermanshah Chamber Of Commerce, Industries, Mines & Agriculture

قیمت تمام شده
چالش بزرگ صادرات کشور





۱۳۹۶ مهرماه

سالروز ملی صادرات
گرامی باد



در این شماره میخوانیم

به شهادت تجارب کسب شده در دو دهه اخیر علی الخصوص در طول برنامه های توسعه سوم و چهارم، اتخاذ راهکارهای منطقی و هوشمندانه می توانند کمک اساسی به رشد و توسعه صادرات غیرنفتی کشور داشته باشند. آمارها نشان می دهد سیاست های اتخاذ شده و البته عملیاتی شده در طول این برنامه ها موجب جهش در صادرات کشور گردید، فرهنگ تولید کالای صادرات محور به وجود آمد، حضور در نمایشگاه های خارجی پررنگ تر و چشمگیرتر شد و هیئت های اعزامی و پذیرشی از رونق خوبی برخوردار بود. ماحصل این تحرک و پویایی رسیدن به اهداف برنامه های توسعه ای و فراتر رفتن از پیش بینی های انجام شده در برنامه ها بود به نحوی که همواره صادرات از محورهای اساسی بود که در برنامه محقق، وقتی پیش از پیش بینی حرکت نمود. اما سیاست های گفته شده چه بود؟ و چه عواملی باعث این جنب و جوش و موفقیت در حوزه صادرات گردید؟ بدون شک برای رسیدن به این جواب ها دلایل فراوانی را میتوان بیان نمود اما ...

ادامه در صفحه ۱۴

۴	سخن نخست.....
۶	پژوهنده ویژه / نگاهی به قیمت تمام شده کالا و خدمات
۸	قیمت تمام شده چالش بزرگ صادرات کشور/ رئیس اتاق کرمانشاه
۱۰	گفتگو با رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت کرمانشاه
۱۱	دوازده دلیل برای قیمت تمام شده در ایران / عضو هیات نمایندگان
۱۲	تولید گران مانع برای صادرات/ گفتگو با یک تولید کننده
۱۳	بالا بودن هزینه تولید، پیامدها و راهکارها / استاد دانشگاه
۱۶	ماشین آلات قدیمی و فرسوده یکی از دلایل بالا بودن هزینه تمام شده
۱۷	گفتگو با استادیار گروه مدیریت دانشگاه پیام نور استان
۱۸	با کارآفرینان
۱۹	گفتگو با بنفسه شریفی، کارآفرین پاوه ای
۲۰	گفتگو با جهاندار شکری، مدیرعامل شرکت ذوب آهن ییستون
۲۲	تحلیل اقتصادی / نگاهی به ظرفیت های کشاورزی استان
۲۴	گفتگو با رئیس سازمان جهاد کشاورزی استان
۲۶	تولید بیش از بیازده هزار تن انواع آبریان در کرمانشاه
۲۷	نخود کرمانشاه ظرفیتی عظیم اما کمتر شناخته شده
۲۸	بهره وری کشاورزی در کرمانشاه پائین است / استاد دانشگاه
۳۰	صنایع تبدیلی گامی برای توسعه صادرات محصولات کشاورزی
۳۱	توسعه صادرات محصولات کشاورزی راهکار کاهش نرخ یکاری
۳۳	کیفیت روغن حیوانی کرمانشاه راه فدای کیت آن نمیکنیم
۳۶	از کشاورزی حفاظتی ییشتراز دانیم
۳۹	کلاف سردرگم مشکلات کشاورزان
۴۱	بعخش بین الملل
۴۲	آشنایی با استان نیوا کشور عراق
۴۵	آشنایی با جمهوری ترکیه
۴۹	قطار توان رقابت تجاری ما را بالا می برد
۶۲	شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی
۶۴	انتقاد رئیس اتاق از نحوه عودت مالیات بر ارزش افزوده
۶۵	شعبه حمایت از برندهای محلی در دادگستری استان تشکیل میشود
۶۷	فعالیت های اتاق
۶۸	پویش "ایران من" به کرمانشاه رسید
۶۹	نشست بررسی بازنگری قانون مالیات بر ارزش افزوده
۷۱	آئین تجلیل از صنعتگران و معدنکاران نمونه کرمانشاه
۷۵	سفر هیات تجاری استان دیالی عراق به کرمانشاه
۷۵	انجمن "هماهنگی توسعه و تعالی کرمانشاه" ایجاد می شود
۷۹	مراسم تجلیل از خبرنگاران استان کرمانشاه
۸۱	برگزاری نشست معرفی فرستهای اقتصادی کشور روسیه و کرمانشاه
۸۳	کرمانشاه و "چلیانسک" روسیه خواهر خوانده می شوند
۸۶	برگزاری آئین بزرگداشت بسیج اصناف در محل اتاق کرمانشاه
۸۸	برگزاری نشست روسای خانه های صنعت، معدن و تجارت سراسر کشور در کرمانشاه
۹۱	برگزاری نشست کمیسیون گردشگری، اقتصاد ورزش و هنر اتاق کرمانشاه

نام اتاق کرمانشاه

نشیمه اتاق بازرگانی، صنایع، معدن و کشاورزی کرمانشاه
سال یازدهم، شماره ۱ پنجم و دو، مهرماه ۹۶
Kermanshah Chamber Of Commerce, Industries, Mines And Agriculture
Industries, Mines & Agriculture

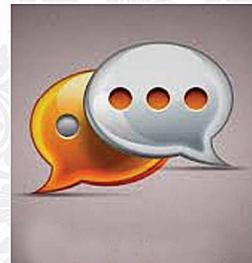


/پرونده ویژه نشیره اتفاق از قیمت تمام شده کالا و خدمات/ نگاهی به قیمت تمام شده کالا و خدمات از دید کارشناسان / بی حرف اضافه؛ چه باید کرد؟
قیمت تمام شده چالش بزرگ صادرات کشور
نرخ بالای سود تمهیلات با Toolkit از عوامل اصلی هزینه تولید بالا در کشور است
دوازده دلیل برای قیمت بالای تمام شده کالا در ایران
بالا بودن هزینه تولید؛ پیامدها و راهکارها
ماشین آلات قدیمی و فرسوده یکی از دلایل بالا بودن هزینه تمام شده تولید است
کاهش قیمت تمام شده تولید، زمینه ساز افزایش تولیدات داخلی



پرونده
ویژه

گفتگو



گفتگو با کارآفرین جوان نمونه کشور:
برای فعال نگه داشتن واحدها باید روی صادرات کار کنیم

گفتگو با رئیس مرکز داوری استان کرمانشاه:
مرکز داوری اتفاق بازارگانی مرجعی قانونی
برای رسیدگی سریع و کم هزینه به دعاوی اقتصادی

آشنازی با استان نینوا کشور عراق
از موقعیت جغرافیایی تا مهم ترین فرصت های سرمایه گذاری این استان

آشنازی با جمهوری ترکیه
همه ترین نکاتی که در تجارت با ترکیه باید بدانید
از مناطق آزاد تجاری تا اقلام صادراتی



بین الملل

شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی



در بیست و پنجمین نشست شورای گفتگوی مطرح شد: انتقاد رئیس بازارگانی
از نحوه عودت مالیات بر ارزش افزوده صادر کنندگان

بیست و ششمین نشست شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی استان
کرمانشاه برگزار شد

بیست و هفتمین نشست شورای گفتگوی: شعبه حمایت از برندهای محلی در
دادگستری استان تشکیل می شود/ احداث شهر که های صنعتی در کرمانشاه

تحلیل اقتصادی نشیره اتفاق از قابلیت های کشاورزی استان/
رونق اقتصادی در گرو اقتصاد کشاورزی
امیدواریم تولیدات کشاورزی استان به ۱۵ میلیون تن در افق ۱۴۰۴ برسد
تولید بیش از یازده هزار تن انواع آبزیان در کرمانشاه
نخود کرمانشاه، ظرفیتی عظیم اما کمتر شناخته شده
بهره وری کشاورزی در کرمانشاه پایین است
صنایع تبدیلی گامی برای توسعه صادرات محصولات کشاورزی
توسعه صادرات محصولات کشاورزی راهکار کاهش نرخ بیکاری کرمانشاه
کیفیت روغن حیوانی کرمانشاه را فدای کمیت آن نمی کنیم
از کشاورزی حفاظتی بیشتر بدآیم
ممونیت صادرات دام زنده باید مرتفع شود
کلاف سردرگم مشکلات کشاورزان



تحلیل
اقتصادی

آدرس: کرمانشاه، بلوار شهید بهشتی،
شماره ۵۳۵

صاحب امتیاز: اتفاق بازارگانی، صنایع، معادن و
کشاورزی کرمانشاه

- نشیره اتفاق بازارگانی کرمانشاه از عموم اعضاء،
محققان و نویسندگان مقاله و نقد می بشد.
- نظرات مندرج در نشیره الزاماً نظر نشیره نیست.
- نشیره اتفاق کرمانشاه در اصلاح، تلخیص
ویرایش مطالب آزاد است.
- مطالب ارسال شده برگردانده نمی شود.

کد پستی: ۶۷۱۵۶۶۴۵۵۱
تلفن: ۰۱۳-۴۱-۵۱
فاکس: ۰۸۳۳۸۲۲۸۱۶
پایگاه الکترونیکی: www.krccima.ir
پست الکترونیک: info@krccima.ir
کلایم: krccima.ir@gmail.com

مدیر مسئول: کیوان کاشفی

سر دبیر: گاویز قهرمانی

ویراستار: واحد روابط عمومی

تلفکس روابط عمومی و پذیرش آگهی:

۰۸۳۳۸۲۵۴۵۶

گرافیک و صفحه آرایی:

کلایز قهرمانی

به بهانه روز ملی صادرات

سخن نخست

توجه به آموزش از مهم‌ترین این راهبردها بود. راهبردهایی که توسط تمام کشورهایی که دارای صادرات بالا هستند تجربه شده و هنوز هم ادامه دارد.

دوم ایجاد بازارهای منطقه ایی مانند افغانستان و عراق و تا حدودی کشورهای CIS از دیگر دلایل این توفیق بود. بازگشایی این کشورها به روی کالاهای ایرانی و نیاز مبرم آنان به تامین کالا موجب پیدادار شدن نسل جدیدی از صادرکنندگان در کشور گردید که حضور خود را در بازارهای جدید و همراه با ریسک تقویت کردند و سوم تامین منابع لازم و اولویت قرار دادن سیاست‌های حمایت از صادرات توسط دولت‌های وقت را می‌توان نام برد که با وجود ثبات نسبی در اقتصاد و وجود منابع لازم امکان عملیاتی نمودن سیاست‌ها را به خوبی فراهم نمود. اما به تدریج از سال‌های ۹۰ و ۹۱ به بعد این سیاست‌ها دچار تنگنا و فراموشی تدریجی گردید، بحران مالی دولت بعد از یک دوره شش ساله رونق در کنار فشار تحریمهای خارجی و مسدود شدن تدریجی کانال‌های ارتباطی و بانکی فضای جدید در صادرات کشور مستولی نمود که اثرات آن همچنان احساس می‌گردد. در این ایام هیچ یک از وعده‌های مسئولین در مورد احیای مشوق‌ها و حمایت از صادرات به دلایل مختلف محقق نگردید که آثار آن در آمار صادرات کشور کاملاً مشهود است که نه تنها از ارقام صعودی خبری نیست که حتی برای تثبیت وضعیت موجود هم مشکلات فراوانی وجود دارد.

حال دو سوال اساسی وجود دارد:

۱. با توجه به تجربه‌های موفق قبلی چه اقداماتی بایستی انجام دهیم؟

۲. نهاد موظف در اجرای این اقدامات کدام است؟

با توجه به بررسیها و طرحهای مطالعاتی متعددی که توسط نهادهای ذینفع از جمله اتاق بازرگانی و سازمان توسعه تجارت انجام گرفته بسته‌ی نسبتاً کاملی از راهکارها و پیشنهادات وجود دارد که شاید مهمترین آن پائین آوردن قیمت تمام شده و پرداخت یارانه به واحدهای صادراتی است که همانطور که قبل از این گفته شد اثرات مثبت آن را در سال‌های قبل دیده ایم اما اصلی ترین مطلب سوال دوم است که نهاد مسئول را چگونه تعریف کنیم؟ به عقیده نگارنده با توجه به شرایط فعلی کشور و تنگناهای فراوان دولت در تأمین منابع که به نظر می‌رسد حداقل تا چند سال آینده این مشکل پایر جاست نمی‌توان از یک نهاد دولتی مانند سازمان توسعه صادرات انتظار کار اساسی و تاثیر گذار داشت. بر عکس پیشنهاد می‌کنم این نهاد به تدریج

به شهادت تجارب کسب شده در دو دهه‌ی اخیر علی‌الخصوص در طول برنامه‌های توسعه سوم و چهارم، اتخاذ راهکارهای منطقی و هوشمندانه می‌توانند کمک اساسی به رشد و توسعه صادرات غیرنفتی کشور داشته باشند.

آمارها نشان می‌دهد سیاست‌های اتخاذ شده و البته عملیاتی شده در طول این برنامه‌ها موجب جهش در صادرات کشور گردید، فرهنگ تولید کالای صادرات محور به وجود آمد، حضور در نمایشگاه‌های خارجی پررنگ‌تر و چشمگیرتر شد و هیئت‌های اعزامی و پذیرشی از رونق خوبی برخوردار بود.

ماحصل این تحرک و پویایی

رسیدن به اهداف برنامه‌های توسعه‌ای و فراتر رفتن از پیش بینی‌های انجام شده در برنامه‌ها

بود به نحوی که همواره صادرات

از محورهای اساسی بود که در

برنامه محقق وحتی بیش از پیش بینی حرکت نمود.

اما سیاست‌های گفته شده چه

بود؟ و چه عواملی باعث این جنب و جوش و موفقیت در حوزه صادرات گردید؟

بدون شک برای رسیدن به این جواب‌ها دلایل فراوانی را می‌توان بیان نمود اما شاید مهم‌ترین

ارکان این جهش را اول در

سیاست‌های حمایتی از صادرات

می‌بایست دنبال نمود. کمک‌های

دولت به نام جایزه صادرات،

یارانه حضور در نمایشگاه‌های

خارجی، کمک هزینه به اعزام و

پذیرش هیات‌های تجاری و البته

وظایف خود را به بخش خصوصی و در رأس آن اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران واگذار نماید و از سوی دیگر اتاق ایران با اتخاذ سیاستهای جدید وظیفه اصلی را در این زمینه عهده دار گردد.

دلایلی مانند قدمت طولانی اتاق، حضور تولیدکنندگان و صادرکنندگان در این نهاد، امکان تشكل سازی، امکان ایجاد هلدینگهای صادراتی، منابع مالی در اختیار که متعلق به اعضا است و می بایست به شکلی برای رونق اقتصادی اعضاء هزینه گردد، از مهمترین استدلالها برای لزوم حضور قوی تر اتاق در حوزه توسعه صادرات کشور است.

به نظر می رسد می بایست برای شروع کار با انجام تفاهم بدرج فرآیند این انتقال شروع شود. اینکه سازمان توسعه تجارت سالهای است حاضر نیست برگزاری یک مراسم ۲ ساعته و تعیین شاخصهای صادرکنندگان نمونه و انتخاب آنان را واگذار کند جای تعجب دارد. و یا برگزاری نمایشگاه ها و مقاومت در جهت واگذاری نمایشگاه های بین المللی تهران که می بایست سالها قبلاً اتفاق می افتاد محل بحث جدی است.

اما از سوی دیگر اتاق ایران نیازمند بازنگری سریع در اهداف سازمانی خود است. همه‌ی فعالین بخش خصوصی از اعضاء هیات نمایندگان اتاق ایران انتظار چابکی و تأثیرگذاری بر سیاستهای اقتصادی کشور دارند که انتظار بجا بی است.

به نظر می رسد اتاق با بازنگری در ارکان و ایجاد واحدهای مرتبط در این زمینه از جمله معاونت بازاریابی و امور نمایشگاهها میبایست نشان دهد که در پذیرش این مسئولیت جدی است. تخصیص بخشی از درآمدهای اتاق به توسعه صادرات و هزینه در حضور قدرتمند در نمایشگاه ها و رویدادهای اقتصادی بین المللی از دیگر سیاستهایها است که هم به رضایتمندی اعضاء متنه خواهد شد و هم منطق صحیح هزینه کرد در این تشكل اصلی بخش خصوصی کشور را محقق خواهد نمود.

ایجاد چنین نهادی در اتاق ایران و تخصیص منابع لازم و همچنین برقراری ارتباط با اتاقهای بازرگانی کشور و اتاقهای مشترک میتواند به همگرایی و تکاپویی بینجامد که توسعه صادرات را بر مدار منطقی بازگرداند.

فراموش نکنیم صادرات اصلی ترین عامل توسعه پایدار اقتصادی کشور است و نداشت برنامه و مسئول برای کشوری که ادعای حضور در جمع ۲۰ اقتصاد بزرگ دنیا را دارد زیبنده نیست و در این بین بخش خصوصی و در رأس آن اتاق ایران میتواند محور این حرکت آینده نگرانه باشد، به شرط آنکه مقداری بر شجاعت و سرعت خود بیفزاید.

کیوان کاشفی
عضو هیئت رئیسه اتاق ایران و رئیس اتاق کرمانشاه

/پرونده ویژه نشریه اتاق از قیمت تمام شده کالا و خدمات/

نگاهی به قیمت تمام شده کالا و خدمات از دید کارشناسان

بی حرف اضافه؛ چه باید کرد؟



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن
و کشاورزی کرمانشاه
شماره ۰۲/سال یازدهم، ۱۳۹۶

بی حرف اضافه؛ چه باید کرد؟

در این خصوص دولت به ویژه بخش‌های اقتصادی و مالی و بخش‌های مرتبط با تولید (صنعت و کشاورزی) و نیز صاحبان سرمایه و نهادهای کارفرمایی و کارگری؛ بیش از دیگران دارای مسؤولیت هستند.

مسئلیتی که باید در قالب همکاری و بسیج امکنانات با هدف گذاری‌های زمان‌بندی شده در جهت توسعه نوسازی و بهینه‌سازی صنایع و اصلاح مناسبات تولید و توزیع، بروز و ظهور پیدا نماید.

اما موقوفیت کشورهای پیشرفته در کاهش قیمت تمام شده با از بین بردن موانع موجود و توسعه راهکارهای عملیاتی، انجام فعالیت‌های مشارکتی، نسبت به توسعه خوش‌های کسب و کار و ایجاد بنگاه‌های بزرگ و شرکت‌های چند ملیتی محقق شده است و با فائق آمدن بر مشکلات تولید در سطح اقتصادی، بوده که توансنته‌اند به غول‌های بزرگ اقتصادی تبدیل شوند.

همچنین با توجه بیشتر به توسعه و بهبود زیرساخت‌ها از طریق رویکردهای مدیریتی و مهندسی، از دیگر اقداماتی بوده است که در کاهش هزینه و ایجاد مزیت رقابتی پایدار از نوع قیمتی، برای این دست کشورها مثمر ثمر واقع شده است.

این روش‌ها می‌توانند با مطالعات دقیق و بررسی تمام جزئیات چراغ راه برای دیگر کشورها نیز باشد.

اما برای اینکه قیمت تمام شده کالا در کشور به طور کامل مشخص شود باید گام‌هایی برای رفع مشکلات کشور، در خصوص مبارزه جدی با فساد سیستمی، تدوین استراتژی توسعه صنعتی، اصلاح ساختار بانک‌ها به نفع بخش‌های مولد کشور، بهبود فضای کسب و کار هر چه سریعتر برداشت این اصلاحات به نفع تولید ملی است.

با آرایی و تجدید ساختار نهادها در جهت حمایت از تولیدات صنعتی کشور از مؤثرترین راهکارها در این برهم زمانی است.

تا زمانیکه ساختار نهادی کشور به نفع بخش‌های غیرمولد است و کسب سود از راه‌های غیرتولیدی، سهل تر و پربازاده تر باشد، انگیزه برای ورود به فعالیت‌های مولد صنعتی تقویت نخواهد شد.

از این‌رو سیستم پاداش‌دهی در کشور باید اصلاح گردد. با انجام موارد یاد شده ظرفیت جذب برای بنگاه‌های داخلی بیشتر می‌شود و می‌توان با ورود سرمایه‌های خارجی در بخش‌های مولد سطح رفاه عمومی را در سطح کلان بالا برداشت.

در ادامه نقطه نظرات، تحلیل‌ها و راه کارهای مسئولین مرتبط و اساتید دانشگاه را در خصوص قیمت تمام شده کالا و خدمات در ایران می‌خوانیم:

اگر بخواهیم مشکلات موجود در کشور را رتبه بندی کنیم قطعاً قیمت بالای تمام شده کالا در ایران یکی از رتبه‌های ۱ تا ۳ را به دست خواهد آورد. این امر هم مسبب جهانی دارد و هم فعالیت‌های داخلی مثل تزریق بی‌رویه پول به پروژه‌هایی که به صورت غیر کارشناسی در اولویت قرار گرفتند و الان یا کارآمد نیستند و یا نیمه‌تمام رها شده اند. با این حال تاکنون تعریف جامعی از گرانی ارائه نشده است. لذا منگامی که می‌گوئیم "گرانی" به درستی نمی‌توانیم مختصات و ویژگی‌های آن و حدود آن را در تصوری و مفهوم ترسیم کنیم و در واقعیت جامعه نیز نمی‌توانیم به خوبی و با استدلال تعیین کنیم که چه چیز گران است و چه چیز گران نیست.

از همین رو اقدامات صورت گرفته برای مقابله با گرانی و مهار آن، ابتدا ناکارآمد بوده اند. در نتیجه غول گرانی کماکان در بازار جولان می‌دهد و با عربده کشی مبارز می‌طلبد و همه را دچار رعب و وحشت می‌سازد.

گران بودن تولید و بالا بودن قیمت تمام شده محصولات، در ذات تولید قرار دارد و زاییده مناسبات مرتبط با تولید است.

به علت پایین بودن بهره وری در تولید، مستهلك بودن ماشین آلات صنعتی، قدیمی و سنتی بودن شیوه‌های تولید، بالا بودن ضایعات، عدم بهره مندی از کارکنان ماهر در کارگاه‌های کوچک، ارتباط ضعیف بنگاه‌های تولیدی با دانشگاه‌ها و مؤسسات علمی و تحقیقاتی، هزینه‌های سربار غیر ضروری مثل خواب بلند مدت مواد اولیه یا محصول، حمل مضاعف، هزینه‌های مالی مثل بالا بودن نرخ سود مشارکت و تسهیلات بانکی، افزایش همه ساله هزینه‌های تولید و انرژی، عدم تخصیص یارانه به تولید، عوارض و حقوق گمرکی و سود بازرگانی در نظر گرفته شده برای ماشین آلات و قطعات یدکی و مواد اولیه و نیمه ساخته، پایین بودن تیاز تولید با وجود هزینه‌های ثابت و سرمایه‌گذاری‌های اولیه، وجود واسطه‌های چند گانه در مسیر تولید تا مصرف و... همه این عوامل و دیگر متغیرهای مؤثر بر هزینه تمام شده کالا، موجب گران شدن قیمت فروش کالا به مصرف کننده می‌شود.

بالا بودن هزینه تولید و گران تمام شدن محصول، در حقیقت گرانی به معنای متعارف آن نیست بلکه عارضه‌ای است که به تولید و قیمت‌ها تحمیل شده است.

تا زمانی که زمینه‌ها و علل بالا رفتن قیمت تمام شده کالا - نظری آنچه که به بعضی از آنها اشاره شد - برطرف نشوند؛ نمی‌توان انتظار داشت که کالا با قیمت مناسب در اختیار مصرف کننده قرار گیرد.



واگنهای خالی که در بندها خاک می‌خورند، سرمایه‌ای که به جای تولید، صرف خرید زمین ویلایی شده، مزارعی که نسل به نسل خرد شده‌اند، کالا، کارخانه‌ای که با ۵۰ درصد طرفت کار می‌کند، کارگاهی که احداث شده ولی سرمایه در گرگش ندارد، دانشجویی که برای نیاز کشور تربیت نمی‌شود، کارخانه‌ای که به جای جنوب در شمال احداث شده است، این‌ها و صدها نمونه دیگر، از جنس پایین بودن بهره‌وری و افزایش قیمت تمام شده محسوب می‌شوند.

اما ۶ راه حل عملیاتی برای برنامه کاهش قیمت تمام شده همچون تولید در بنگاه، بهبود فضای کسب و کار و توسعه فضای رقابتی، فرآیند تأمین، حمل و نقل، ابزارداری، توزیع و فرآیند صادرات، چارچوب‌های اصلی اقدام برای کاهش قیمت را تشکیل می‌دهند که برای آنها، سیاست‌های کلی و برنامه‌های عملیاتی نیز مدنظر است.

۱. تولید در بنگاه: یکی از اهداف عمد کاهش قیمت، کاهش هزینه‌های زائد و افزایش بهره‌وری در این بخش است که ایجاد خوش‌های صنعتی صادرات گرا، مشارکت بیشتر دولت در مخارج تحقیق و توسعه بنگاه‌های غیردولتی، اطلاع‌رسانی و آموزش به بنگاه‌ها به منظور استفاده از تکنیکها، نرم‌افزارها و فن‌آوری‌های نوین برای کاهش قیمت تمام شده، شفاف‌سازی قیمت تمام شده 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 تمام شده و فعالیت‌های تحقیق و توسعه آن‌ها، حمایت مالی از برونوپاری فعالیت‌های غیرتخصصی در بنگاه‌ها، ایجاد و گسترش فرهنگ مشارکت و همکاری صنایع با یکدیگر و توسعه زنجیره‌های تأمین، حمایت از ایجاد و گسترش خوش‌های تولیدی و صادراتی از راه پرداخت تسهیلات، برقراری پوشش‌های بیمه‌ای و پرداخت جوایز صادراتی و حمایت مالی از برونوپاری فعالیت‌های غیرتخصصی در بنگاه‌ها، به عنوان راهکارهای عملیاتی پیشنهاد می‌شود. همچنین حمایت از تشکیل با توسعه عملیاتی ارائه دهنده خدمات، کاهش قیمت و ارتقای بهره‌وری، ایجاد انگیزه‌های مؤثر در شرکت‌ها، سازمان‌ها، مؤسسه‌ها و بانک‌های دولتی به منظور به کارگیری تکنیک‌های نوین کاهش قیمت، به کارگیری و رعایت مقیاس بهینه تولید در اعطای مجوز واحدهای صنعتی به منظور اجتناب از تأسیس واحدهای ناکارآمد، استقرار حسابداری مدیریت به منظور شفاف‌سازی بهای خدمات کالا و خدمات به عنوان راهبردهای عملیاتی در حوزه تولید در بنگاه عنوان می‌شود.

۲. فرآیند تأمین: کاهش هزینه‌های ناشی از قیمت تمام شده در دو بخش تولید و واردات برای تهیه بخشی از نیاز که تولید توان تأمین آن را ندارد به عنوان عوامل مؤثر در تأمین، پیوسته از مسائل مورد توجه برنامه‌ریزان اقتصادی بوده و از همین رو راهکارهایی تخفیفات ورود کالا از راههای مختلف، نظارت بر ساماندهی تخفیفات ورود کالا از راههای مختلف، نظارت بر کیفیت کالاهای وارداتی، بهره‌گیری از مزیت روابطی مواد



قیمت تمام شده چالش بزرگ صادرات کشور

* کیانوش کاشفی، رئیس اتاق بازرگانی، صنایع،
معدن و کشاورزی کرمانشاه

امروزه قیمت تمام شده کالا و خدمات تاثیر مستقیم بر امکان جذب و پایداری در بازارهای داخلی و بین‌المللی دارد. در حال حاضر قیمت تمام شده در کنار ضعف در بسته بندی مهمترین چالش تولید کشور در رقابت با تولیدات کشورهای دیگر است. پیش‌بینی می‌شود روند سرمایه‌گذاری و اهمیت به مقوله بسته بندی به شکلی است که امکان ارتقاء این مقوله مهم در کوتاه مدت میسر و ممکن خواهد بود اما در مورد کاهش قیمت تمام شده محصولات موضوع به این سادگی‌ها قابل حل نیست و نیاز به اقدامات مهم و اساسی دارد. عوامل مختلفی باعث ایجاد هزینه تمام شده بالا و به تبع عدم توان رقابت گردیده است که از آن جمله می‌توان به عدم شفافیت در فضای اقتصادی، بحران نظام اداری و بوروکراسی ناکارآمد، عدم ثبات قوانین و مقررات، هزینه بالای تأمین منابع مالی، عدم ایجاد زمینه سرمایه‌گذاری خارجی، عدم بهره‌گیری از تکنولوژی‌های جدید و پیشرفته، پایین بودن کیفیت بسته‌بندی محصولات و عدم تبلیغات و بازاریابی مناسب و... اشاره کرد. این موارد و عواملی مانند عملکرد لجستیک، ساختار نظام توزیع، ساختار بازار (رقابتی یا غیررقابتی بودن بازارها) و... هزینه‌های مؤثر استفاده از هر واحد عوامل تولید را افزایش داده و بهره‌وری عوامل تولید و توان رقابت را کاهش می‌دهد.

برخی از کالاهای و خدمات با در نظر گرفتن عامل کیفیت در ایران ارزان‌تر از کشورهای دیگر است، اما در مجموع به طور متوسط پیشتر کالاهای 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 اما برخی مثال‌ها می‌تواند 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 ۱۰۰۰ کیلومتر با حرکت می‌کند و در مقابل ۱۰۰۰ کیلومتر را بدون بار باز می‌گردد، سیستمی که دو برابر استاندارد انرژی مصرف می‌کند، یک فروند کشتی که روزهای متعدد جریمه معطلی می‌خورد،

عوامل مختلفی باعث ایجاد هزینه تمام شده بالا و به تبع عدم توان رقابت گردیده است که از آن جمله می‌توان به عدم شفافیت در فضای اقتصادی، بحران نظام اداری و بوروکراسی ناکارآمد، عدم ثبات قوانین و مقررات، هزینه بالای تأمین منابع مالی، عدم ایجاد زمینه سرمایه‌گذاری خارجی، عدم بهره‌گیری از تکنولوژی‌های جدید و پیشرفته، پایین بودن کیفیت بسته‌بندی محصولات و عدم تبلیغات و بازاریابی مناسب و... اشاره کرد



اتاق بازرگانی، صنایع، معدن و کشاورزی کرمانشاه
شماره ۰۲/سال یازدهم، ۱۳۹۷

شده است.

۵. انبارداری و توزیع: توسعه زیرساخت‌های انبارداری و سرددخانه، نوسازی شبکه توزیع، ایجاد رقابت بیشتر در بخش توزیع، منطقی‌سازی تفاوت بین قیمت عمده‌فروشی با قیمت خرده‌فروشی و بهبود بهره‌وری در واحدهای صنفی به عنوان محورهای اساسی در این بخش پیشنهاد می‌شود. 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 بازار گانی، 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 تمام شده در حوزه انبارداری و توزیع توصیه می‌کنند.

۶. 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، متناسب سازی محصولات صادراتی با سلیقه مشتریان در بازارهای هدف، حمایت از فعالیت‌های صادراتی تولید کنندگان، افزایش سهم صادرات ایران با کشورهای منطقه و معرفی محصولات ایرانی در بازارهای خارجی از جمله عواملی است که در حوزه سیاست‌های کلی برنامه کاهش قیمت در حوزه صادرات پیش‌بینی شده است. باید ضمن حمایت‌های مالی از ایجاد و توسعه شرکت‌های مدیریت صادرات، شرکت‌های تخصصی صادرات و ایجاد و توسعه خوش‌های صادراتی، نسبت به استفاده مؤثر 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 برندهای در راستای توسعه صادرات غیرنفتی، توسعه و ایجاد زیرساخت‌های صادراتی در بازارهای هدف (شامل ایجاد مرکز تجاری، دفتر، نمایندگی، خدمات پس از فروش شبکه توزیع مویرگی در بازارهای هدف)، برای کاربردی کردن اهداف در این فرآیند نقش عمدی دارد.

اولیه ارزان برای تولید کنندگان کالاهای نهایی و اصلاح قوانین مرتبط با تجارت با رویکرد تشویق کاهش قیمت مطرح می‌شود.

۳. بهبود فضای کسب و کار و توسعه فضای رقابتی: توسعه رقابت در صنعت بانکداری و تقویت ناظارت بانک مرکزی، توسعه بازارهای پول و سرمایه و رقابتی کردن صنعت یمه، تسهیل سرمایه‌گذاری در خارج، کارآمد نمودن مالیات و اصلاح نظام ارزیابی طرح‌های سرمایه‌گذاری بر اساس قیمت‌های واقعی (یارانه‌ای) عملده ترین محورهای مؤثر در بهبود فضای کسب و کار را در بر 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 بازار گانی (توزیع)، مقابله با رفتارهای تجاری غیرمنصفانه و دامپینگ، افزایش کارایی بازار کار، گسترش دولت الکترونیک و توسعه بکار گیری تجارت الکترونیک، 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 کالاهای و خدمات، کاهش هزینه‌های مبالغه و ارتقای سرمایه‌ی اجتماعی، کاهش هزینه مؤثر استفاده از نیروی کار و سرمایه و اصلاح نظام قیمت‌گذاری در چارچوب برنامه‌های کاهش قیمت قرار می‌گیرد.

همچنین ناظارت دقیق و کارآمد بانک مرکزی بر هزینه تأمین مالی در شاخه‌های مختلف سازماندهی مرکز خدمات سرمایه‌گذاری خارجی به منظور عرضه خدمات، مشاوره، راهنمایی، حمایت و هدایت سرمایه‌گذاران خارجی، شناسایی و معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری از راه ایجاد پایگاه، حمایت از تولید، تجارتی سازی و صدور محصولات با فن آوری بالا، طراحی و استقرار سامانه یک پارچه مالیاتی، افزایش تعداد موافق‌نامه‌های لازم‌الاجرا، اجتناب از اخذ مالیات مضاعف، استقرار نظام دستمزد مبتنی بر بهره‌وری، اصلاح قانون کار و تأمین اجتماعی با رویکرد تسهیل در جایه جایی نیروی کار و حمایت از مشاغل مشارکتی و پاره وقت، ساماندهی تعطیلات رسمی با رویکرد کاهش هزینه‌های مؤثر 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.

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 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 فرآیند حمل و نقل پیش‌بینی



چند مورد است.
اول آنکه بهره وری نیروی انسانی در کشور ما پایین است، نیروی انسانی اگرچه در ایران به هزینه کمتری در اختیار بخش تولید است اما بهره وری، مهارت و تجربه کمتری دارد و البته مسئولیت پذیری نیروی کار نیز پایین است که مجموعه این عوامل قیمت تمام شده را در بخش نیروی انسانی افزایش می دهد.

در بخش انرژی و سوت خم تقریباً وضعیت مشابهی داریم و اگرچه قیمت انرژی در ایران نسبت به دنیا پایین است اما بهره وری انرژی در کشور ما کم است که به نوبه خود هزینه تولید را بالا میرد.

عامل مهم و اثرگذار دیگر نرخ سود تسهیلات بانکی خصوصاً برای واحدهای تولیدی است که تجهیزات، ماشین آلات و یا سرمایه در گردش خود را از محل تسهیلات بانکی تامین می کنند.

وقتی که سود تسهیلات بانکی گاهی تا ۲۰ درصد هم میرسد عملاً هزینه تمام شده کالا را برای تولید کننده به اندازه چشمگیری حدود ۱۵ تا ۲۰ درصد نسبت به نرم جهانی بالا می برد و قدرت رقابت را از او خصوصاً در رقابت با کالاهای خارجی و بعد صادراتی می گیرد.

هزینه های بازاریابی و تجاری سازی محصولات هم در ایران بسیار بالاست و نمی توان آن را نادیده گرفت، این بازاریابی چه در بعد داخلی و چه خارجی نیازمند تخصص و تجربه است و هم هزینه بالایی دارد و هم نبود آن باعث می شود توانیم کالای تولیدی داخل کشور را خصوصاً در بازارهای جهانی عرضه کنیم.

از سوی دیگر حمل و نقل نیز هزینه زیادی را به بخش تولید در کشور ما وارد می کند، متأسفانه در کشور ما ناوگان حمل و نقل مناسب و با قیمت ارزانی برای حمل و نقل مواد اولیه و کالای تولیدی در اختیار تولید کنندگان نیست.

البته عوامل دیگری مانند کیفیت کالاهای تولیدی، استانداردها و ... نیز که ارتباط مستقیم با مدیریت تولید دارد بر میزان رقابت پذیری کالاهای تولیدی ما اثرگذار است و اگر کالای ایرانی کیفیت و استاندارد کافی را نداشته باشد خصوصاً در بعدین المللی و بازارهای خارج از کشور، توان رقابت نخواهد داشت.

در چنین شرایطی واحد تولیدی امکان فروش محصولات خود را ندارد و دچار ضرر و زیان و هزینه های سربار میشود.

در استانی مانند کرمانشاه عواملی هستند که تاثیر بیشتری بر هزینه بالای تولید و قیمت تمام شده یک محصول دارند که مهمترین آنها کبمود نیروی ماهر، توانمند و مهرب است.

به علاوه بسیاری از واحدهای ما به دلیل هزینه بالا، امکان تمرکز بر روی بازاریابی خصوصاً در خارج از کشور و همچنین شرکت در نمایشگاه های بین المللی را ندارند.

در چنین شرایطی عمدۀ تمرکز تولید کنندگان بازار داخل کشور خواهد بود و چون در بازار داخلی هم فروش زیادی وجود ندارد، میزان هزینه و سود واحد تولیدی در نقطه سر به سر متوقف می شود و بنگاه اقتصادی به مشکل مالی بر

مشارکت دستگاههای اجرایی و فعالان اقتصادی امکان پذیر است. این موضوع را نیز نباید از خاطر برد که در برخی از موارد ممکن است امکان کاهش قیمت وجود نداشته باشد و ارتقای سطح کیفیت کالا یا خدمت در اولویت قرار گیرد که در چنین شرایطی انجام اقداماتی لازم برای تحقق ارتقای کیفیت مدنظر است. کاهش قیمت داستانی تمام ناشدنی و واقعیتی پیش روی است و نباید از آن به عنوان پروژه های مقطعي و شعاری یاد کرد بلکه باید با رقابتی کردن فعالیت های اقتصادی - ایجاد شفافیت اقتصادی - توسعه زیرساخت ها و بهبود فضای کسب و کار در راستای پیشبرد این امر گام های جدی و عملی برداشت.



نرخ بالای سود تسهیلات بانکی از عوامل اصلی هزینه تولید بالا در کشور است

* سید نعمت الله حقیقی / رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمانشاه

یکی از مهمترین عواملی که می تواند قدرت رقابت یک کالا را نسبت به محصولات مشابه افزایش دهد قیمت تمام شده تولید است، مصرف کنندگان همواره اجتناسی را انتخاب میکنند که در کنار کیفیت خوب، قیمت مناسب تری هم داشته باشد.

یکی از عواملی که در کشور ما به بخش تولید و حتی تجارت صدمه می زند بالا بودن هزینه تمام شده تولید است که قدرت رقابت را از تولید کنندگان ما چه در داخل و چه خارج از کشور می گیرد.

عوامل مختلفی بر قیمت تمام شده یک کالا اثرگذار است که از جمله آنها می توان به مواد اولیه، انرژی، نیروی انسانی، هزینه ماشین آلات و تجهیزات و سایر هزینه های کارخانه ای، هزینه پکینگ و بسته بندی، بازاریابی و تجاری سازی کالا، حمل و نقل و ... اشاره کرد.

در کشور ما مواد اولیه ای که در داخل تامین شود و همچنین قیمت حامل های انرژی نسبت به میزان نرمال جهانی پایین تر است، همچنین نیروی انسانی موردنیاز یک واحد تولیدی نیز در ایران هزینه کمتری دارد اما اینچه که باعث میشود هزینه های تولید برای ما بالا برود مربوط به

بهره وری نیروی انسانی در کشور ما پایین است، نیروی انسانی اگرچه در ایران به هزینه کمتری در اختیار بخش تولید است اما بهره وری، مهارت و تجربه کمتری دارد و البته مسئولیت پذیری نیروی کار نیز پایین است که مجموعه این عوامل قیمت تمام شده را در بخش نیروی انسانی افزایش میدهد.



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمانشاه
شماره ۰۲ / سال یازدهم، ۱۳۹۷