

رفاقت شورای رقابت با خودروسازها!

شورای رقابت با خودروسازان رفاقت کرده و با مشتریان رقابت می‌کند؛ این گزاره دیگر تنها یک تیتیر کنایی نیست، بلکه حقیقت تلخی است که تازه‌ترین تصمیمات این شورا در بازار خودرو آن را آشکار ساخته است. نسخه جدید دستورالعمل تنظیم بازار خودرو که در ۲۵مرداد ۱۴۰۴ تصویب شد، به شکل صریح قدرت تعیین قیمت‌ها را به خودروسازان واگذار کرده و نقش وزارت صمت را در این فرآیند عملاً حذف کرده است. این اقدام نشان می‌دهد، نهاد نظارتی که قرار بود حافظ حقوق مصرف‌کننده باشد، تصمیم گرفته سمت تولیدکننده‌ها بایستد و اجازه دهد بازار به جای رقابت سالم، عرصه‌ای برای افزایش بی‌رویه قیمت‌ها و سودآوری یک‌طرفه شود.

وقتی خودروسازان بدون هیچ محدودیت جدی توان تعیین قیمت محصولات خود را دارند، مصرف‌کننده در موقعیتی آسیب‌پذیر قرار می‌گیرد و عدالت اقتصادی در بازار خودرو به شکل کامل زیر سؤال می‌رود. افزایش افسارگسیخته قیمت‌ها تنها بخشی از آثار این تصمیم است؛ کاهش دسترسی مردم به خودرو، کاهش قدرت خرید و تشدید نابرابری اقتصادی پیامدهایی هستند که به سرعت خود را نشان خواهند داد. این سیاست نه تنها بازار را ناپایدار می‌کند، بلکه زمینه‌انحصار و رانت را نیز فراهم می‌آورد زیرا تولیدکننده‌ها قادر خواهند بود بدون هیچ مانعی سود خود را حداکثر کنند و مصرف‌کننده را مجبور به پرداخت هزینه‌های گزاف نمایند.

تصمیم اخیر شورای رقابت، اعتماد عمومی به نهادهای نظارتی را به شدت تضعیف می‌کند. وقتی مردم مشاهده می‌کنند، نهادی که وظیفه آن حمایت از حقوق مصرف‌کننده است، عملاً طرف تولیدکننده را گرفته، حس بی‌عدالتی و تبعیض در جامعه تقویت می‌شود. این حس نابرابری می‌تواند به نارضایتی اجتماعی و حتی بحران‌های عمیق‌تر منجر شود زیرا خودرو تنها یک کالای مصرفی نیست؛ ابزاری است که بخش بزرگی از زندگی روزمره مردم را شکل می‌دهد و محدود شدن دسترسی به آن فشارهای اقتصادی و اجتماعی قابل توجهی ایجاد می‌کند. پیامدهای بلندمدت این سیاست نیز بسیار نگران‌کننده است. بازار خودرو به دلیل وابستگی مستقیم به قدرت خرید مردم، بازتابی از وضعیت اقتصادی جامعه است و وقتی قیمت‌ها بدون محدودیت افزایش می‌یابند، اثر مستقیم بر تورم، قدرت خرید و نابرابری اجتماعی دارد. مردم در حالی که در آمدشان ثابت یا حتی کاهش یافته است، مجبور می‌شوند هزینه‌های بیشتری برای خودرو بپردازند؛ این فشار اقتصادی باعث می‌شود، سایر نیازهای ضروری خانواده‌ها محدود شود و رفاه عمومی کاهش یابد.

بازار خودرو بدون نظارت مستقل، به سرعت به سمت انحصار و کاهش کیفیت محصول حرکت می‌کند. کشورهایی که موفق شده‌اند بازار خودرو را به شکلی پایدار و عادلانه مدیریت کنند، هرگز قیمت‌گذاری را بدون نظارت مؤثر به تولیدکننده نسپرده‌اند و همواره نهادهای مستقل وجود داشته‌اند که به تعادل عرضه و تقاضا و حفاظت از حقوق مصرف‌کننده توجه کنند. اما در ایران ما، تصمیم شورای رقابت مسیر معکوس را طی می‌کند و مصرف‌کننده در معرض آسیب قرار دارد، در حالی که تولیدکننده‌ها در شرایط امن و حمایت‌شده، سود خود را حداکثر می‌کنند و انگیزه‌ای برای بهبود کیفیت خودرو یا کاهش قیمت ندارند.

این سیاست نه تنها کیفیت خودروها را تحت تأثیر قرار می‌دهد، بلکه رفتار مصرف‌کننده را نیز تغییر می‌دهد. وقتی قیمت‌ها بدون محدودیت بالا می‌رود، مردم به جای خرید خودروهای جدید، به سمت خرید خودروهای دست دوم سوق داده می‌شوند یا حتی از خرید خودرو صرف‌نظر می‌کنند. این تغییر رفتار می‌تواند بازار دست دوم را دچار نوسانات شدید کند و زمینه‌ای برای فعالیت‌های سودجویانه فراهم آورد. اقتصاد خود را تهدید و چه در بخش تولید و چه در بخش مصرف، دچار بی‌ثباتی خواهد شد و کل زنجیره تأمین خودرو تحت تأثیر قرار می‌گیرد.

پیامدهای اقتصادی این تصمیم محدود به بازار خودرو نیست و می‌تواند به سایر بخش‌های اقتصادی نیز سرایت کند. افزایش قیمت خودرو، هزینه حمل‌ونقل و به تبع آن قیمت کالاهای خدمات مرتبط با حمل و نقل را افزایش می‌دهد و تورم را تشدید می‌کند. این روند فشار اقتصادی بر خانوارها را بیشتر کرده و باعث کاهش قدرت خرید عمومی می‌شود. افزایش بی‌رویه قیمت خودرو همچنین می‌تواند، سرمایه‌گذاری در سایر صنایع مرتبط با خودرو، از قطعه‌سازی گرفته تا خدمات پس از فروش، را کاهش دهد زیرا بازار ناپایدار و نامطمئن خواهد بود.

اعتماد عمومی به نهادهای نظارتی زمانی شکل می‌گیرد که شهروندان اطمینان داشته باشند؛ حقوق‌شان از سوی سازمان‌های مسئول حفظ می‌شود. وقتی این اعتماد از بین می‌رود، مشارکت مردم در بازار کاهش می‌یابد، شکاف اجتماعی و اقتصادی عمیق‌تر می‌شود و حس نابرابری در جامعه شدت می‌یابد. مردم به تدریج احساس می‌کنند قوانین و مقررات به نفع گروه‌های خاص وضع شده و حقوق آنها در نظر گرفته نمی‌شود. این حس بی‌عدالتی می‌تواند به اعتراض‌های اجتماعی و فشار بر نهادهای دولتی منجر شود و ثبات سیاسی و اقتصادی را تحت تأثیر قرار دهد.

بازار خودرو، به دلیل گستردگی و اهمیت آن در زندگی روزمره، نمادی از عدالت اقتصادی و توان مدیریت دولت است. تصمیم اخیر شورای رقابت نشان می‌دهد، اولویت‌ها به سمت منافع تولیدکننده‌ها تغییر کرده و مصرف‌کننده قربانی این تغییر اولویت شده است. این رویکرد نه تنها ناعادلانه است، بلکه به کاهش انگیزه تولیدکننده‌ها برای بهبود کیفیت محصول منجر نمی‌شود؛ زیرا سود آنها تضمین شده و نیازی به ارتقای کیفیت یا رقابت واقعی با سایر تولیدکننده‌ها ندارند.

بازار خودرو بدون بازنگری جدی در این سیاست، عرصه‌ای یک‌طرفه، پرتنش و ناعادلانه خواهد ماند. فاصله میان تولیدکننده و مصرف‌کننده به سرعت افزایش خواهد یافت و بازگشت به شرایطی عادلانه و رقابتی دشوار خواهد بود. شفافیت، نظارت مستقل و توجه به حقوق مصرف‌کننده باید در اولویت تصمیم‌گیری‌ها قرار گیرد تا بازار دوباره به مکانی عادلانه تبدیل شود، نه اینکه رقافت بسا تولیدکننده و رقابت با مشتری، قانون جدید بازی باشد. هر تصمیمی که در چنین شرایطی اتخاذ شود، پیامدهای گسترده و طولانی مدت خواهد داشت و نهادهای مسئول باید توجه کنند هرگونه کوتاهی در حمایت از مصرف‌کننده منجر به آسیب‌های اقتصادی، اجتماعی و حتی سیاسی خواهد شد. اکنون زمان آن است که شورای رقابت مسیر خود را بازبینی کند و بازگشت به اصول اولیه تنظیم بازار، حمایت از حقوق مصرف‌کننده و تضمین رقابت سالم را در دستور کار قرار دهد، پیش از آن که شکاف میان تولیدکننده و مصرف‌کننده انقدر بزرگ شود که بازگشت‌پذیر نباشد و کل بازار خودرو ایران دچار بحران شود.

اقتصاد دیجیتال بسا وجود ظرفیت‌های بی‌نظیر انسانی و فناوریانه، هنوز نتوانسته به جایگاه واقعی خود برسد. انبوهی از جوان تحصیل کرده، آشنا به فناوری و تشنه تجربه‌های نو، می‌توانند با تکیه بر دانش و خلاقیت خود موتور محرک اقتصاد باشند. تجربه‌های موفق استارت‌آپ‌های داخلی نیز نشان داده است، توان تبدیل‌شدن به باز یگر منطقه‌ای وجود دارد. با این حال، بسیاری از فعالان این حوزه بر یک مانع مشترک یعنی تعارض منافع میان ساختارهای سنتی و نوآرانه تأکید دارند. به‌عزم آنان، اقتصاد دیجیتال بیش از آن‌که با کمبود منابع یا فقدان ایده روبه‌رو باشد، از فشار گروه‌هایی آسیب‌می‌بیند که بقای خود را در گرو جلوگیری از تغییر می‌دانند. بانک‌ها در برابر فین‌تک‌ها، صنف‌های سنتی در برابر پلتفرم‌های خدماتی و برخی نهادهای دولتی در برابر استارت‌آپ‌های نوآور، نمونه‌هایی از این تعارض منافع هستند. در چنین شرایطی، سیاستگذار به جای تنظیم‌گری منصفانه و حمایت از نوآوری، اغلب جانب ساختارهای قدیمی را گرفته و مسیر توسعه را تنگ‌تر کرده است. پیامد این وضعیت، عقب‌ماندن از رقابت منطقه‌ای و بین‌المللی است. در حالی که کشورهای همسایه با اصلاح قوانین و جذب سرمایه‌های خارجی، به قطب‌های صادرات خدمات دیجیتال بدل می‌شوند، در ایران ما بسیاری از سرمایه‌گذاران محتاط‌تر شده و بخشی از نیروهای جوان به مهاجرت می‌اندیشند. آیا اقتصاد دیجیتال همچنان در حصار تعارض منافع باقی خواهد ماند یا می‌توان با تصمیم‌های شجاعانه، آن را به مسیر رشد و صادرات هدایت کرد؟

■ ■ ■

اقتصاد دیجیتال در جهان امروز دیگر یک انتخاب حاشیه‌ای نیست؛ بخش بزرگی از رشد اقتصادی و اشتغال کشورها بر پایه فناوری‌های نوین و پلتفرم‌های اینترنتی شکل می‌گیرد. در بسیاری از کشورها، اقتصاد دیجیتال موتور اصلی صادرات خدمات و کالا شده و فرصت‌های تازه‌ای برای جوانان به وجود آورده است. ایران هم در ظاهر چیزی کم ندارد؛ جمعیت جوان، تحصیل‌کرده، آشنا به فناوری و مشتاق نوآوری. اما با وجود این ظرفیت عظیم، هنوز نتوانسته‌ایم اقتصاد دیجیتال را به جایگاه واقعی‌اش برسانیم. اگر می‌پرسیم چرا پاسخ بسیاری از فعالان این حوزه در یک جمله خلاصه می‌شود: تعارض منافع. واقعیت این است که تسلسل جدیدی از کارآفرینان ایرانی در سال‌های اخیر نشان داده‌اند؛ توانایی ایجاد کسب‌کارهای بزرگ و حتی حضور در بازار منطقه را دارند. اپلیکیشن‌های خدماتی، فروشگاه‌های آنلاین، پلتفرم‌های آموزشی و فین‌تک‌ها در مدت

گزارش ۲

حسام کمالی

اقتصاد دیجیتال در حصر «تعارض منافع»

اقتصاد دیجیتال با وجود جوانان خلاق می‌تواند موتور جهش صادرات و رشد پایدار باشد اما سیاست‌های نادرست، تعارض منافع و مقررات دست‌وپاگیر

سرمایه‌ها و امیدها را در معرض خاموشی قرار داده است



با سرمایه‌گذاری نمی‌تواند آینده فعالیت خود را پیش‌بینی کند.

پیامد این وضعیت روشن است. نخستین نتیجه، عقب‌ماندن ایران‌مان از رقابت جهانی است. در شرایطی که کشورهای همسایه با سرعت به سمت فضای فعالیت برای نوآوران نام و نامطمئن شده، یک روز مجوزی صادر، روز بعد همان مجوز بی‌اعتبار اعلام می‌شود. یک روز پلتفرمی با استقبال عمومی روبه‌رو می‌شود، روز بعد با فیلتر یا محدودیت قانونی مواجه می‌شود. در چنین فضای، هیچ کارآفرین راه‌حل احیای اقتصاد دیجیتال، رفع انحصارها، ساده‌سازی مقررات و حمایت از نوآوران است. اقتصاد دیجیتال فرصت پیامد دوم، مهاجرت سرمایه انسانی است. بسیاری از جوانان خللا و تخصص ایرانی که می‌توانستند در داخل کشور شغل و ارزش‌آفرینی کنند، دیگر در میان ما حضور ندارند. پیامد سوم، کاهش تعامیل سرمایه‌گذاران داخلی است. سرمایه‌گذار بیش از هر چیز به محیطی پایدار نیاز دارد. اما وقتی قوانین و

سیاستگذار به جای داور بی‌طرف، جانب گروه‌های سنتی را می‌گیرد. تجربه‌های سال‌های اخیر نشان داده است هر بار بین یک استارت‌آپ و یک نهاد سنتی اختلافی پیش آمده، تصمیم نهایی به نفع نهاد سنتی بوده است. همین رفتار باعث شده، بلندروبه‌رو شده، دیواری که از جنس رقابت سالم نبود، یک روز مجوزی صادر، روز بعد همان مجوز بی‌اعتبار اعلام می‌شود. یک روز پلتفرمی با استقبال عمومی روبه‌رو می‌شود، روز بعد با فیلتر یا محدودیت قانونی مواجه می‌شود. در چنین فضای، هیچ کارآفرین



راه‌حل احیای اقتصاد دیجیتال، رفع انحصارها، ساده‌سازی مقررات و حمایت از نوآوران است. اقتصاد دیجیتال فرصت پیامد دوم، مهاجرت سرمایه انسانی است. بسیاری از جوانان خللا و تخصص ایرانی که می‌توانستند در داخل کشور شغل و ارزش‌آفرینی کنند، دیگر در میان ما حضور ندارند. پیامد سوم، کاهش تعامیل سرمایه‌گذاران داخلی است. سرمایه‌گذار بیش از هر چیز به محیطی پایدار نیاز دارد. اما وقتی قوانین و

ترخیص کالا همچنان حریف می‌طلبد!

با سیستمی شدن تشریفات گمرکی و امکان ترخیص سریع کالا در صورت تکمیل مدارک همچنان مشکلاتی مانند تأخیر در دریافت مجوزها

هماهنگی ناکافی بین سازمان‌ها و اختلاف تفسیر قوانین، روند ترخیص را کند می‌کند



است، حتی در ایام بحرانی، مانند دفاع مقدس ۱۲روزه، تلاش برای ترخیص سریع کالاهای اساسی تنها با همکاری دقیق بین دستگاه‌ها امکان‌پذیر بود.

پس از تکمیل مراحل فوق، کالا آماده اظهار به گمرک می‌شود. اظهارنامه وارداتی شامل اطلاعات کامل کالا، مبدأ و مقصد، ارزش، تعرفه گمرکی و اسناد مرتبط است. این اظهارنامه وارد سیستم الکترونیکی گمرک می‌شود. بر اساس مدیریت ریسک، مسیر ترخیص کالا تعیین می‌شود. حدود ۷۰درصد کالاها در مسیر سبز و زرد قرار می‌گیرند و نیازی به بازرسی فیزیکی ندارند. مسیر قرمز شامل کالاهایی است که نیازمند ارزبایی فیزیکی و کارشناسی دقیق هستند.

مدیریت ریسک در گمرک بر اساس ۷۰ تا ۸۰ شاخص تعریف شده است. این شاخص‌ها شامل نوع کالا، تعرفه، اعتبار واردکننده، سابقه فروشنده و مجوزهای صادر شده است. سیستم الکترونیکی گمرک تمامی این اطلاعات را بررسی می‌کند و بر اساس آن مسیر کالا تعیین می‌شود. این مکانیزم باعث شده است، بسیاری از کالاها بدون توقف طولانی، آماده ترخیص شوند. با این حال، کالاهایی که در مسیر قرمز قرار می‌گیرند،