

چالش انحصار در صنعت خودرو؛ قانون واحد، تفسیر های متفاوت!

موضوع انحصار در صنعت خودرو در میزگرد بررسی عرضه خودرو در بورس کالا محل اختلاف بود؛ قائم مقام ایران خودرو انحصار را رد و ورود شورای رقابت به قیمت گذاری را خلاف قانون دانست، سخنگوی شورا، خودرو را کالایی انحصاری خواند و نماینده بورس کالا تأکید کرد انحصار طبیعی در این بازار مصداق ندارد و بورس کالا بستر شفاف و قانونی عرضه خودرو است. به نظر می رسد چالش اصلی نه در وجود انحصار، بلکه در تفسیر متفاوت نهادها از مفهوم انحصار طبیعی و نحوه اجرای قانون است؛ تفسیری که سرنوشت یکی از مهم ترین صنایع کشور را میان سه ضلع خودروساز، تنظیم گر و بازار سرمایه معلق نگه داشته است.

گروه اقتصادی – خودروسازان ایرانی در سال های اخیر همواره با اتهام انحصار در بازار روبه رو بوده اند و بارها تلاش کرده اند این اتهام را رد کرده و نشان دهند رقابت در بازار خودرو، هر چند محدود، وجود دارد. خودروسازان تأکید دارند بازار خودرو در ایران انحصاری نیست و تعدد تولیدکنندگان و حضور واردکنندگان، مانع از شکل گیری انحصار طبیعی شده است، اما شورای رقابت این بازار را انحصاری تشخیص داده و بر ورود قانونی خود به تنظیم گری و صدور دستورالعمل ها پافشاری می کند. در این میان، نماینده بورس کالا نیز با استناد به قوانین برنامه هفتم توسعه و احکام دائمی، معتقد است که هیچ منع قانونی برای عرضه خودرو در بورس کالا وجود ندارد و اختلاف موجود، ناشی از تفسیر متفاوت نهادها از مفهوم «انحصار طبیعی» است.

موضوع «انحصار در صنعت خودرو» در میزگرد بررسی عرضه خودرو در بورس کالا میان نمایندگان خودروسازان، شورای رقابت و سازمان بورس محل بحث قرار گرفت که سه نگاه متفاوت در برابر هم قرار گرفت؛ مشرح گفتگو در خصوص بحث انحصار در میزگرد ایستابه شرح زیر است:

هدف شورای رقابت ایجاد تعادل در بازار است

سپهر دادجوی توکلی –سخنگوی شورای رقابت-خودرو را کالایی انحصاری دانسته و حضور ششورا را در چارچوب قانون و حفظ منافع مصرف کننده ضروری می داند. وی با تأکید بر اینکه این شورا سیاست گذار صنعت خودرو نیست، بلکه نهادی تنظیم گر است که صرفا در زمان بروز انحصار وارد عمل می شود، گفت: شورای رقابت بر اساس شرایطی که در دور سوم عرضه خودرو در اواخر سال ۱۴۰۱ پیش آمد، به موضوع ورود کرد. در آن مقطع، بازار خودرو به شدت منتهب بوده نه خودروسازان توان عرضه کافی داشتند تا ششکت بازار جبران شود و نه سایر دستگاهها اقدام مثری انجام دادند. از این رو شورا مکلف شد ورود کرده و پس از بررسی ها، این بازار را انحصاری تشخیص داد.

او با اشاره به اینکه شورای رقابت در چارچوب قانون عمل می کند، افزود: قانون ششورا را موظف کرده است در صورت تشخیص انحصار در بازاری، وارد عمل شود. اکنون نیز بر اساس ارزیابی ها، بازار خودرو همچنان انحصاری است و ششورا بر مبنای همین تشخیص، دستورالعمل های لازم را صادر کرده است. طبیعی است که خودروسازان تفسیر متفاوتی داشته باشند، اما ملک، تصمیم نهایی شورا است.

توکلی تأکید کرد: شورای رقابت قیمت گذار نیست، بلکه دستورالعمل هایی صادر می کند که منجر به تعیین قیمت می شود.

خصوصی سازی با حلقه سهام بسته و بدهی های سنگین؛ بن بست حلقه

گروه اقتصادی – ساختار سهامداری پیچیده و بدهی های انباشته، خصوصی سازی در ایران را به حلقه ای بسته بدل کرده که مانع ورود سرمایه تازه و توسعه شرکت ها پس از واگذاری شده است. خصوصی سازی در ایران، که با هدف کاهش تصدی گری دولت و گشودن مسیر رقابت آغاز شد، امروز در بخش های از صنعت، از جمله خودرو، با دو چالش جدی روبه روست: ساختار سهامداری پیچیده و بسته که مالکیت را در حلقه ای محدود حفظ می کند، و بدهی های کالنی که پیش از واگذاری اصلاح نشده و بلافاصله بر دوش خریدار جدید سنگینی می کند. این ترکیب، عملا مسیر توسعه و نوآوری را برای شرکت های واگذار شده مسدود کرده است.

حلقه بسته سهامداری؛ وقتی مالکیت درون صنعت می چرخد یکی از موارد شاخص این مشکل، ساختار سهامداری خودروسازان بزرگ است. بخش قابل توجهی از سهام شرکت های شاخص توسط خود همان صنعت یا شرکت های تابعه آن نگهداری می شود. به عنوان مثال، خودروساز الف بخش مهمی از سهام خودروساز ب را از طریق شرکت کز یزنک زیر مجموعه خریداری کرده و خودروساز ب نیز بخشی از سهام خودروساز الف را به واسطه شرکت بازرگانی تابعه در اختیار دارد. این مالکیت متقاطع، باعث می شود کنترل واقعی درون یک حلقه صنعتی بسته بماند. کارشناسان حوزه حاکمیت شرکی معتقدند چنین چیدمانی نه تنها رقابت را محدود می کند، بلکه امکان ورود سرمایه گذار مستقل و تازفنس را به چرخه مدیریت و تصمیم گیری از بین می برد.

پیامدهای مالکیت متقاطع

فقدان انگیزه برای بهبود کیفیت، چون مالکان در یک حلقه بسته هستند، فشار رقابتی و ترس از دست دادن بازار کاهش می یابد. گزارش دهی غیرشفاف: اطلاعات مالی بنی شرکت های زیرمجموعه رد و بدل می شود، ولی در افکار عمومی و بازار سرمایه، تصویری کامل ارائه نمی شود.

مانع اقدام با فروش واقعی: حتی در صورت عرضه سهام، احتمال انتقال کنترل به بازیگران خارج از حلقه نزدیک به صفر است.

تجربه مشابه در ژاپن دهه ۸۰

ژاپن پیش از اصلاحات بازار سرمایه، با مشکل مالکیت متقاطع در بانکها و صنایع روبه رو بود. شرکت ها سهام یکدیگر را می خریدند تا ورود و خروجی خارج را هدف قرار دهد. شفافیت و اصلاح مالی ثبات کو نامدت، باعث کاهش بهر موری شد. در دهه ۹۰، با مجموعه اصلاحات شامل مشوق مالیاتی برای کاهش سهامداری متقاطع و الزام به افشای ساختار مالکیت، چرخه بسته شکسته شد و بخش خصوصی واقعی قدرت گرفت.

بدهی های سنگین؛ میراث واگذاری های ناخص

مشکل دیگر خصوصی سازی در ایران، انتقال بدهی های کلان شرکت ها به خریدار یا مدیران جدید است. بسیاری از واگذاری ها بدون اصلاح ساختار مالی انجام شده اند؛ یعنی بدهی های بانکی،

بر خلاف برخی دیدگاهها، قانون برنامه هفتم توسعه نه تنها نقش ششورا را محدود نکرده، بلکه بر تقویت حضور آن در بازار خودرو تأکید کرده است.

سخنگوی شورای رقابت یادآور شد: انحصار تنها به موضوع عرضه محدود نمی شود، بلکه هر زمان تمرکز بازار بالا باشد، انحصار شکل می گیرد. شاخص های مانند HHI یا CR۲ نیز همین موضوع را تأیید می کنند؛ حتی اگر تعداد خودروسازان زیاد باشد، اما دو شرکت سهم عمده بازار را در اختیار داشته باشند، همچنان انحصار برقرار است. به گفته او، تا پیش از سال ۱۴۰۱ از فرمول «هر ایزس کپ» (سقف قیمتی) استفاده می شد، اما به دلیل شرایط خاص صنعت خودرو، شورا برای نخستین بار فرمول «کاست پلاس» (هزینه تمام شده به علاوه سود معین) را جایگزین کرد. این فرمول از نظر ششورا منطقی و غیر قابل خدش است، هر چند در اجرا، ایرادهایی از سوی خودروسازان یا دستگاهای فنی وجود داشته است.

وی افزود: در دستورالعمل ۵۳۲، شورای رقابت صراحتاً اعلام کرده که بورس کالا بستر مناسبی برای عرضه محصول انحصاری خودرو نیست. اساس این تصمیم آن است که مابهالتفاوتی میان قیمت کارخانه و بازار آزاد باید نماند و مصرف کننده بتواند خودرو را مستقیماً با قیمت رقابتی و کیفیت مناسب از کارخانه خریداری کند. تجربه جهانی نیز نشان می دهد در بازارهای انحصاری، عرضه خودرو در بورس کالا سابقه ای ندارد.

توکلی در پایان خاطر نشان کرد: وظیفه حاکمیت این است که همان گونه که از خودروساز حمایت می شود، از حقوق مصرف کننده نیز دفاع شود. هدف ششورا رقابت ایجاد تعادل در بازار است تا در نهایت، هم تولیدکننده زیان نبیند و هم مصرف کننده از رانت و قیمت های غیر واقعی متضرر نشود.

بازار خودرو مصداق انحصار طبیعی نیست

اما جمشید ایمانی –قائم مقام ایران خودرو انحصار در بازار خودرو را رد کرده و ورود ششورای رقابت به قیمت گذاری را خلاف قانون می داند. وی با اشاره به جایگاه قانونی شورای رقابت، تأکید کرد: بر اساس قانون اجرای سیاست های اصل ۴۴، شورای رقابت مرجع بلامنازع تصمیم گیری در حوزه بازارهای انحصاری است و هیچ نهاد یا سازمانی نباید در تصمیمات آن دخالت کند.

وی افزود: در برنامه هفتم توسعه نیز این موضوع به صراحت مشخص شده است؛ طبق ماده ۲۸، قیمت گذاری ممنوع است مگر در مواردی که انحصار طبیعی تشخیص داده شود. بنابراین، از نظر ما بازار خودرو مصداق انحصار طبیعی نیست و شورا نباید وارد قیمت گذاری شود. ایمانی در پاسخ به این پرسش که آیا بازار خودرو در ایران انحصاری

اقتصادی

اقتصادش



صورت نگرفته است. نتیجه این روند، زیان ۳۰۰ هزار میلیارد تومانی به خودروسازان بوده است؛ در حالی که در صورت اجرای صحیح قانون، می توانستند ۱۵۰ هزار میلیارد تومان سود داشته باشند. به این ترتیب، صنعت خودرو در مجموع ۴۵۰ هزار میلیارد تومان زیان کرده و حدود ۱۵ درصد این مبلغ نیز متوجه دولت شده است؛ در نهایت هم مصرف کنندگان، به جز عده ای معذور، ناچار شدند خودرو را به قیمت بازار آزاد خریداری کنند.

در هیچ جای دستورالعمل ۵۳۲، اشارهای به عبارت انحصار طبیعی نشده است

داوود آذرشب – رئیس اداره تحلیل بازار بورس کالا – تأکید دارد انحصار طبیعی در بازار خودرو مصداق ندارد و طبق قوانین بالادستی، بورس کالا بستر قانونی و شفاف برای عرضه خودرو است. وی در واکنش به ابهامات مطرح شده درباره عرضه خودرو در بورس کالا، با تأکید بر لزوم تبیین دقیق مبانی قانونی، گفت: بحث ما صرفاً مربوط به بورس کالا نیست، بلکه به اصل قانون بازمی گردد. طبق قانون برنامه هفتم توسعه، محدود و اختیارات شورای رقابت در خصوص بازارها به صورت شفاف مشخص شده است. پرسش اصلی من همچنان این است که آیا شورای رقابت، بازار خودرو را انحصار طبیعی می داند یا خیر؟ آیا سخنگوی شورا سماعلام می کند که انحصار خودرو در ایران از نوع طبیعی است؟ چرا که در هیچ جای دستورالعمل ۵۳۲، اشارهای به عبارت انحصار طبیعی نشده است. در حالی که انحصار طبیعی، انحصار چندجانبه و انحصار قانونی هر کدام تعریف و چارچوب خود را دارند.

وی با اشاره به مصوبه ۵۳۲ شورای رقابت افزود: در همین مصوبه خودروهای هیبریدی از شمول دستورالعمل خارج شده اند. این موضوع خود نشان می دهد که انحصار طبیعی وجود ندارد؛ زیرا در صورت وجود چنین انحصاری، امکان خروج برخی خودروها از چارچوب دستورالعمل وجود نداشت.

آذرشب تأکید کرد: موضوع عرضه خودرو در بورس کالا به آن اندازه که مطرح می شود، پیچیده یا حساس نیست. هم اکنون بیش از هزار تن کالا در بورس کالا عرضه می شود و خودرو هم می تواند در همان چارچوب و با همان ضوابط معامله شود. حتی کالاهایی با شرایط بسیار پیچیده، مانند روغن پایه، طبق دستورالعمل در بورس کالا عرضه می شوند. محدودیت های عرضه و تقاضا نیز از طریق زیرساخت های نرم افزاری و ارتباط سامانه ای بورس با وزارت صمت و سایر دستگاه های مدیریت می شود. این ظرفیت ها به راحتی اجازه می دهند سیاست های تنظیمی و کنترلی دولت به سرعت اعمال شوند.

رئیس اداره تحلیل بازار بورس کالا با اشاره به نقش تعاملی نهادها افزود: در خصوص خودرو نیز همین نگاه وجود دارد، اما این پرسش باقی است که چرا چنین تعاملی میان شورای رقابت و بورس کالا شکل نمی گیرد؟ از منظر ما و نهادهای بالادستی مان، یعنی شورای عالی بورس و سازمان بورس، پذیرش خودرو در بورس کالا

مردم چه چیزهایی را قسطی می خرند؟

خرید قسطی از کالاهای سرمایه ای کلان، به اجناس خرد و کوچک رسید

گروه اقتصادی – قاعده این است که کالاهای سرمایه ای مانند خانه و خودرو یا حداقل کالاهایی که با دوام یا ضروری باشند، مانند لوازم خانگی قسطی خریداری شوند. حالا خرید قسطی از کالاهای سرمایه ای کلان، به اجناس خرد و کوچک رسیده است.

زندگی قسطی

مسئله مشکلات اقتصادی باعث شده است که خرید نقدی بسیاری از کالاها ممکن نباشد و شهر و ندان چارهای جز حواله کردن هزینه های خود به آینده پیدا نکنند. اما خیلی از اجناسی که قسطی فروخته می شوند – از دمیایی پلاستیکی کراکس تا هواپز – چندان هم ضروری نیستند؛ چرا قسط تمام زندگی ما را تصرف کرده است؟

غذا و دندان

قاعده این است که کالاهای سرمایه ای مانند خانه و خودرو یا حداقل کالاهایی که با دوام یا ضروری باشند، مانند لوازم خانگی قسطی خریداری شوند. حالا خرید قسطی از کالاهای سرمایه ای کلان، به اجناس خرد و کوچک رسیده است.

زمنستان سال ۱۴۰۳ هم آگهی های فروش گوشت قرمز با چک کارمندی منتشر شده بود اما با جهش قیمت گوشت در تیرماه ۱۴۰۴ فروش قسطی آن بیشتر شد. در طول عامه، قیمت گوشت ۴۰۰برابر و تبدیل به کالای لوکس شد؛ در نتیجه بعضی فضایی های بزرگ و فروشنده گان مواد پر پروتئینی شروع به فروش قسطی گوشت کردند. معلوم نیست بین پختن و خوردن این گوشت تا تسویه آخرین قسط چقدر فاصله خواهد افتاد.

در حوزه پزشکی، قبلا بعضی از درمان های طولانی دندان پزشکی که نیازمند چندین بار مراجعه پشت سرهم و جراحی های طولانی بود، قسطی انجام می شد. اما حالا دندان پزشکان حاضر هستند درمان های کوتاه یا حتی نصب یک ایمپلنت را هم قسطی انجام دهند. مواد و وسایل گران شده است و بیماران از عهده پرداخت ۳۰-۱۵۰ میلیون تومان برای یک دندان پر نمی آیند؛ در نتیجه هزینه را در طول عمامه تا یک سال پرداخت می کنند و امیدوارند که ضمانت ایمپلنت معتبر باشد.

همین یکماه گذشته، نوع دیگری از خرید قسطی اوج گرفت. خرید قسطی لوازم التحریر برای دانش آموزانی که اول مهر سسر کلاس درس رفتند. تبلیغات فروش اقساطی دفتر و مداد با انتقادهای زیادی روبه رو شد؛ زیرا نشان می داد که بعضی از شهر و ندان به حدی گرفتار کمبود نقدینگی شده اند که از خرید نقدی کوچک ترین و لازم ترین کالاها هم ناتوان هستند.

آیفون قسطی

در کنار ضروریات زندگی و مشکلات مالی طبقه متوسط، خیلی از اجناس غیر ضروری هم بازار قسطی پر رونقی پیدا کرده اند که گوشی آیفون یکی از این نمونه است و کلاهدر ای های بزرگی هم در این حوزه اتفاق افتاده است. مهرداد ناظری، جامعه شناس در این باره به همشهری می گوید: «مدتی قبل برای یک تحقیق به منطقه محرومی در کشور سفر کردم که شغل ساکنان آن کشاورزی بود.

متوجه شدم که همگی گوشی آیفون رده بالا دارند؛ در حالی که چندان هم از امکانات آن استفاده نمی کنند. او شرح می دهد: «در جامعه مصری نوع کنش داریم؛ «اولی معطوف به همسانی است. یعنی می خواهیم در اثر همسان شدن با دیگران در شبکه اجتماعی آنها قرار بگیریم و امنیت روانی و اجتماعی به دست بیاوریم.

دومی تعلق ساختن در فضای بی تعلقی است تا احساس خوبی از مالکیت چیزی داشته باشیم؛ زیرا



مالکیت مارا خوشحال می کند. مورد دیگر صعود توهمی به طبقات بالاتر است؛ زیرا با خرید یک کالای لوکس تصور می کنیم که به طبقات بالای جامعه رسیده و صاحب منزلت شدیم. چهارمین مورد هم اختلال تبعیض گونه است؛ یعنی ناتوانی در مالکیت کالاها تبدیل به نوعی اختلال می شود و ممکن است به صورت خشونت بروز پیدا کند.»

ناظری در باره برنامه های فروش قسطی می گوید: «بلاخره ما در تبلیغات خود کاملاً شوخ نشدو آگاه هستند. آنها می گویند این کالا را بخر تا به خانواده و باشگاه ما بپیوندی و منظور این است که با خرید این کالا، وارد گروهی خواهی شد که آرزوی عضویت در آن را داشتی.

آنها دالنامی گویند برای بالا رفتن منزلت و طبقه اجتماعی نیاز نیست پیش پرداخت بدهی، باضامن داشته باشی؛ فقط باید شروع به خرید از بین برندهای ما کنی و بعدا اقساط آن را بدهی، اما انتهای ولع خرید چه خواهد شد؟ این جامعه شناس می گوید: «گرفتار شدن در چرخه بی رویه خرید و پرداخت قسط، ابتدا به فشار مالی و بعد ورشکستگی اقتصادی خانواده ها منجر می شود که انتهای آن فروپاشی خانواده خواهد بود.»

سودجویی دلالها

مشکلات اقتصادی باعث شده است که شهر و ندان برای تأمین کالاهای مورد نیاز خود راهی جز خرید قسطی نداشته باشند اما موقعیت های بحرانی اقتصادی به نفع دلال های است که به دنبال کسب سود باشند. وقتی یک فروشگاه بزرگ در تمام شبکه های تلویزیونی و همه ساعت های روز تبلیغات فروش بدون چک، بدون ضامن و بدون پیش پرداخت را پخش می کند، قطعاً از این کار سود کافی می برد. زنجیره فروش به بانک های متصل است که خریدار را برای مدت طولانی مقروض می کنند و جمعیت بزرگی از اهالی شاید بهر راه قسط های خود را این شبکه پر داخت کنند.

برای تعدیل

سیاست های تنظیم بازار می تواند باروش هایی مانند کالابرگ تا حدی نیازهای اولیه شهر و ندان را برآورده کنند و نیاز به خرید قسطی کالاهای ضروری را از بین ببرد. حمید حاج اسماعیلی، کارشناس مسائل اقتصادی در این باره به همشهری می گوید: «کالابرگ زمانی موفق خواهد بود که دولت کالاهای مورد نیاز از پیش از بخش کننده داخلی خریداری یا با دلار حمایتی آنها را وارد و انبار و بعد با قیمت کمتر از بازار در میان گروه های هدف توزیع کند تا از این راه قیمت ها تعدیل شوند.»

ذوق متوسط ها

خرید قسطی کالاهای مصرفی، برای طبقه متوسط حقوق بگیر طراحی شده است. بخش فقیر جامعه که درآمد مشخصی ندارند، حتی وارد این روند هم نخواهند شد؛ زیرا از کمترین هزینه مالی برای شروع برخوردار نیستند. اگر چه گفته می شود که برخی از وام دهندگان خرد، کارت بارانه را به عنوان ضمانت می پذیرند اما این مبالغ کوچک در میان نیازهای طبقه مستمند جایی ندارد. هدف اصلی فروش اقساطی، کسانی هستند که درآمد ماهانه داشته باشند و به اعتبار آن خرید کنند؛ هر چند که این درآمد اندک باشد و هر ماه کم ارزش تر شود.

کلید سفارشات MDF، چوبی دکوراسیون غرفه و منزل

تلفن: ۰۲۵۷۹۸۲۵۷۷

صنایع چوب