

# تنظیم گفتر

اولین نشریه تخصصی حوزه تنظیم‌گری

سال چهارم | شماره سیزدهم | بهار ۱۴۰۲

## مسیر ناهموار تنظیم‌گری خودرو

- استقلال قانونی در برابر استقلال واقعی
- تنظیم‌گری خودرو؛ از گذشته تا آینده
- قیمت‌گذاری بهترین ابزار نیست





## فهرست مطالب

- سرمقاله  
تنظیم‌گری خودرو و چالش‌های پیش‌روی آن | ۴
- یادداشت تحلیلی  
قیمت‌گذاری بهترین ابزار نیست! | ۶
- یادداشت تحلیلی  
استقلال قانونی در برابر استقلال واقعی | ۹
- یادداشت تحلیلی  
تنظیم‌گری در خلأ اتفاق نمی‌افتد | ۱۲
- یادداشت تحلیلی  
به‌سوی ساختار مطلوب تنظیم‌گری خودرو | ۱۷
- گزارش نشست  
مواجهه با انحصار خودرو؛  
قیمت‌گذاری یا بورس کالا؟ | ۲۳
- مروری کوتاه بر آخرین مقالات چاپ شده در حوزه تنظیم‌گری  
برمرز دانش | ۲۶
- اخبار تنظیم‌گران داخلی  
باتنظیم‌گران | ۳۰
- اخبار بین‌الملل و تنظیم‌گران بین‌جهان  
تنظیم‌گری دور دنیا | ۴۰
- معرفی و اخبار شبکه‌های تنظیم‌گری بین‌المللی  
شبکه تنظیم‌گری | ۴۶
- گزارش نشست  
تنظیم‌گری بازار خودرو؛  
از گذشته تا آینده | ۵۳



# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ تنظیم‌گفتار

اولین نشریه تخصصی حوزه تنظیم‌گری

سال چهارم | شماره سیزدهم | بهار ۱۴۰۲



اندیشکده حکمرانی شریف



باشگاه تنظیم‌گری ایران (بنا)

مدیر مسئول: دکتر امیراحمد ذوالفقاری

ناشر: اندیشکده حکمرانی شریف

سر دبیر: مژده ناطقی

همکاران: مژده ناطقی، مهدی میرزایی، سید محمد رضا داگستر،

امیرحسین قلندری، محمد رضایی

ویراستار و طراحی گرافیک: محمد رضایی

شماره شاپا: ۸۷۸۳-۲۹۸۰



۹

استقلال قانونی در برابر استقلال واقعی



۴۶

شبکه‌تنظیم‌گری

معرفی و اخبار شبکه‌های تنظیم‌گری بین‌المللی

۵۳

گزارش نشست

تنظیم‌گری خودرو؛ از گذشته تا آینده



## سرمقاله

## تنظیم‌گری خودرو

## و چالش‌های پیش‌روی آن



مژده ناطقی

پژوهشگر اندیشکده حکمرانی شریف

تبدیل شده است، مسئله تنظیم‌گری خودرو است. مسئله تنظیم‌گری خودرو می‌تواند از منظرهای مختلفی مورد توجه قرار گیرد. اولین بُعد این مسئله، بُعد ساختاری است. در کشور ما در بخش‌های مختلف زنجیره صنعت خودرو (از تأمین تا عرضه) نهادهای مختلف حاکمیتی به ایفای نقش تنظیم‌گری می‌پردازند که از جمله می‌توان به سازمان توسعه تجارت، معاونت‌های مختلف وزارت صمت، شورای رقابت، ستاد تنظیم بازار، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، سازمان حفاظت محیط زیست، سازمان ملی استاندارد و... اشاره نمود. تا زمانی که هر کدام از این تنظیم‌گران در حیطه وظایف تخصصی خود به تنظیم‌گری پرداخته و تداخلی بین وظایف آنها وجود نداشته باشد، تنظیم‌گری با اختلال چندانی مواجه نخواهد شد؛ اما شواهد نشان می‌دهد در برخی از بخش‌های زنجیره صنعت خودرو بعضاً تنظیم‌گران متعددی در یک موضوع به تنظیم‌گری پرداخته و مرز بین وظایف آنها مشخص نیست. به عنوان مثال در بخش بازار خودرو، در طی این سال‌ها بین شورای رقابت و ستاد تنظیم بازار تعارضاتی در حدود وظایف وجود داشته است. این امر می‌تواند زمینه شکل‌گیری

صنعت خودرو در کشور ما همواره با چالش‌های متعددی روبه‌رو بوده که با توجه به اهمیت و نقش مهم این صنعت، گروه‌های متنوعی از سطوح مختلف حاکمیت برای حل مسائل مربوط به آن بسیج شده‌اند. اهمیت صنعت خودرو را می‌توان ناشی از موارد مختلفی دانست که از جمله می‌توان به نقش اساسی این صنعت در رشد ارزش افزوده بخش صنعت و نقش آن در فعال‌سازی زنجیره‌های تولید پسین و پیشین خود، اشتغالزایی بالای این صنعت، قرار گرفتن خودرو در دسته کالاهای مصرفی و وابستگی رفاه خانواده‌ها به آن و قرار گرفتن خودرو در صف کالاهای سرمایه‌ای در سال‌های اخیر اشاره نمود.

مسائل و مشکلات مربوط به صنعت خودرو را می‌توان از ابعاد و درجه‌های مختلفی مورد بررسی قرار داد. اگرچه رفع ریشه‌ای مسائل این صنعت نیازمند اتخاذ رویکردی جامع و در نظر گرفتن تمامی ابعاد آن است، اما پرداختن به هر کدام از این ابعاد به تنهایی نیز می‌تواند گامی هرچند کوچک در مسیر بهبود وضعیت خودرو در کشور باشد. یکی از ابعاد مسئله خودرو که این روزها با قیمت‌گذاری خودرو توسط شورای رقابت به یکی از مسائل اصلی آن





تعارض بین تنظیم‌گران رافراهم نموده و منجر به شکل‌گیری رقابت منفی بین آنها گردد؛ لذا با توجه به تنوع نهادهای درگیر در تنظیم‌گری خودرو، یکی از مواردی که در زمینه تنظیم‌گری خودرو می‌بایست بدان پرداخته شود این است که ساختار مطلوب تنظیم‌گری در این بخش به چه شکل می‌بایست باشد.

بعد دوم تنظیم‌گری خودرو که می‌تواند مورد بررسی قرار گیرد، ابزارهای تنظیم‌گری بازار خودرو است. حاشیه‌های به وجود آمده در طی چندماه اخیر در زمینه قیمت‌گذاری خودرو و نحوه تنظیم بازار خودرو در کشور، اهمیت وجود ابزارهای متنوع برای تنظیم‌گری بازار خودرو را بیش از پیش آشکار نموده است. در حال حاضر در کشور ماسواری رقابت به عنوان تنظیم‌گر بازار خودرو به ایفای نقش می‌پردازد که این نهاد تنظیم‌گر نیز در طی این سال‌ها عموماً از ابزار قیمت‌گذاری برای تنظیم بازار خودرو استفاده نموده است. با توجه به مخالفت‌های گسترده‌ای که نسبت به بکارگیری این ابزار وجود دارد، سؤالی که پیش می‌آید این است که

به غیر از این ابزار، تنظیم‌گر از چه ابزارهای بدیلی برای تنظیم‌گری بازار خودرو می‌تواند استفاده نماید؟ با توجه به حساسیت موضوع خودرو در بین مردم و سیاست‌گذاران، بعد دیگری که در حوزه تنظیم‌گری خودرو می‌تواند مورد توجه قرار بگیرد، توانایی تنظیم‌گر در اتخاذ تصمیمات تخصصی فارغ از فشارهای اجتماعی و سیاسی است. در واقع سؤال اصلی این است که نهاد تنظیم‌گر به عنوان نهاد تخصصی چطور می‌تواند در برابر فشارهای اجتماعی و سیاسی موجود مقاومت نموده و تصمیمی تخصصی که ممکن است برای برخی از گروه‌ها ناخوشایند باشد، اتخاذ نماید؟ با توجه به تنوع مسائل مرتبط با تنظیم‌گری خودرو که در این نوشتار به برخی از آنها اشاره گردید، در این شماره از تنظیم‌گفتار قصد بر آن است تا مسئله خودرو از دریچه تنظیم‌گری و از زوایای مطرح شده، مورد بحث و بررسی بیشتر قرار گیرد. امید است این شماره از تنظیم‌گفتار بتواند به روشن شدن بیشتر برخی از ابعاد مسئله تنظیم‌گری خودرو در کشور کمک نماید.

# قیمت‌گذاری بهترین ابزار نیست

یادداشت تحلیلی



سیدمحمد رضا دادگستر

پژوهشگر اندیشکده حکمرانی شریف

در بالا تشریح شد چه بسا دشوارتر از گذشتن از هفت خوان رستم باشد! قیمت‌گذاری دستوری راهبردی است که علی‌رغم پیامدهای مخرب آن مانند زیان شدید برای خودروسازان، دامن زدن به فرهنگ دلالی و سودآسان، افزایش قیمت خودرو در بازار آزاد، ایجاد مسابقه‌ای برای تبدیل سرمایه‌های راکد به خودرو علی‌رغم نداشتن نیاز به آن، از بین بردن مشوق‌های تولید محصولات بیشتر و با کیفیت‌تر و... قرار نیست از صنعت خودروی ایران رخت بر بندد. زمانی که دسترسی به خودرو به مشروعیت سیاستگذار گره خورده باشد و تورم مزمن واقعیت تلخ و آشنای اقتصاد ایران باشد، تنظیم‌گر تا اطلاع ثانوی خود را متعهد به مداخله در بازار خودرو می‌داند. اما چگونه می‌توان طراحی سیاست مداخله تنظیم‌گر را متحول ساخت؟ اگر شورای رقابت به عنوان تنظیم‌گر بازار خودروی ایران به عنوان بازاری انحصاری فرمول افزایش قیمت تعیین نکند، چه تصمیمات بدیلی می‌تواند اتخاذ کند تا بازار خودرو وضعیتی رقابتی پیدا کند و به آرامش برسد؟

■ تسلا از آغاز سال جاری میلادی یکی از خبرسازترین برندها بود. حضور پررنگ این الکتریکی‌ساز آمریکایی در صدر اخبار بیش از آنکه به خاطر پیشرفت‌های تکنولوژیک یا معرفی مدل‌های جدید باشد، به خاطر دومینوی کاهش قیمتی است که از چین، ژاپن و سنگاپور تا فرانسه و ایالات متحده ادامه دارد. آخرین خبر از تخفیف‌های تسلا بی‌تألیف تال‌حظه‌نگارش این گزارش، هفتمین دور کاهش قیمت این برند در ایالات متحده است که تسلا قیمت مدل‌های ۳ و ۷ را سه هزار دلار کاهش داد. طبیعتاً قیمت پایین‌تر به معنی تجربه خرید لذت بخش‌تر برای مشتری است. اما علت این تخفیف‌های جذاب چیست؟ آیا تسلا در هراس از شمشیر داموکلس دولت‌های مذکور فتیله قیمت محصولاتش را پایین کشیده؟ یا آنکه با قانون قدیمی و آشنای سود و زیان این راهبرد فروش را برگزیده است؟ بدیهی است که پاسخ بله را تنها می‌توان به یکی از پرسش‌ها داد و آن پرسش، پرسش دوم است. گذار از وضعیت فعلی بازار خودروی ایران به وضعیتی که



پیشرفت فناوریانه صنعت قطعه سازی را در پی داشته است. ورود شورای رقابت به این عرصه و تلاش برای رقابتی سازی تامین قطعات می تواند نقش شایانی در متعادل سازی قیمت ها داشته باشد و رضایت مشتریان را به ارمغان آورد.

### چراغ سبز به بازیگران جدید

ورود به صنعت خودرو برای بازیگران جدید با اما و اگرهایی همراه بوده که البته وجود این تردیدها نشان از عقلانیت داشته است. در صنعتی که رسیدن به صرفه مقیاس تولید در آن مستلزم تولید سالانه ۳ میلیون دستگاه خودرو است و بسیار شرکت هایی در این صنعت حضور داشته اند که در شرایط تحریمی و بی ثبات اقتصاد ایران ناچار به تعطیل کردن خط تولید خود شده اند، طبیعی است که بازار به کمتر بازیگر تازه واردی روی خوش نشان بدهد. مثال بارز آن در سال های اخیر شمار بسیار شرکت های مونتاژکننده خودروهای چینی بودند که تولید محدود مدل های نه چندان شناخته شده و بدون خدمات پس از فروش مطمئن را در دستور کار داشتند. این شرکت ها معمولاً در بهترین حالت می توانستند به تعهدات خود عمل کنند و بعد غزل خدا حافظی از بازار را بخوانند و در بدترین حالت انبوهی تعهدات انجام نشده از خود به جا می گذاشتند که حاصل آن تجمع های پرتکرار خریداران به خودرو نرسیده در برابر وزارت صمت بود. از این رو مخاطرات این راهبرد بالاست. اما از سوی دیگر می توان با شروط و قیودی به بهره گیری موثر و محتاطانه از آن فکر کرد. از جمله آنکه:

۱. به جای ورود اشخاص بدون تخصص یا شرکت های منفرد بدون تجربه به صنعت خودرو، ورود کنسرسیوم های صنعتی - مالی به خودرو سازی تشویق شود. این کنسرسیوم ها با محوریت نهادهای مالی پرتوان، قادرند برای تولید باتیراژ بالا

### مقابله با تصمیمات اشتباه

صنعت خودروی ایران به معنای واقع کلمه مرغ عزا و عروسی سیاست گذاری در کشور است و کمتر حوزه ای از سیاست گذاری را می توان یافت که دستی بر آتش خودرو نداشته باشد. یکی از مهم ترین این حوزه ها، سیاست گذاری اجتماعی است. خودروسازها در ایران ناچارند جور ضعف و عدم کامیابی سیاست های رفاهی و اجتماعی را بکشند. طبق گفته سخنگوی وقت وزارت صمت در اسفند ۱۴۰۱، نیمی از فروش خودروسازان در طرح فروش یکپارچه به مادران مشمول قانون جوانی جمعیت تخصیص پیدا کرد. پیشتر نیز لاین اختصاصی در دیگر طرح های فروش خودرو برای این گروه در نظر گرفته شد که منجر به محدودیت عرضه خودرو به دیگر خریداران شد، بازار را بی ثبات تر از گذشته کرد و حتی منجر به خلق پدیده ای نظیر اجاره کارت ملی مادران شد. مقاومت شماری از ذی نفعان درگیر در مسئله واردات خودرو با واردات خودروهای کارکرده یا محدود ماندن شمار شرکت های مجاز به واردات خودرو با شروط تعیین شده توسط وزارت صمت در زمره دیگر تصمیمات اشتباه خودرویی بود. انتظار می رود که شورای رقابت با مخالفت با این قبیل تصمیمات، از فضای آزاد خرید و فروش در بازار خودرو و احترام به سلیقه خریدار حمایت کند.

### شکستن انحصار قطعه سازها

صنعت قطعه سازی ایران معمولاً در تحلیل های خودرویی در بخش تاریک و ناگفته روایت قرار می گیرد؛ صنعتی که بدهی خودروسازان به آن در سال های اخیر به ۷۰ هزار میلیارد تومان رسید و منجر به تعطیلی ۹۵ درصد از شرکت های قطعه ساز شد. امروزه تامین قطعات خودروسازان هم درگیر واقعیت تلخ انحصار است و پیامدهایی نظیر افزایش قیمت، کاهش کیفیت و عدم



## نتیجه‌گیری: شورای رقابت کارآمدتر و اثربخش‌تر

قیمت‌گذاری دستوری در سال‌های اخیر به سرمایه اجتماعی شورای رقابت به عنوان تنظیم‌گر رقابت در کشور آسیب زیادی زده است. این ابزار تنظیم‌گری پرهزینه، کم‌اثر و پیچیده است و نتوانسته از منافع عمومی در بازار انحصاری و پرحاشیه خودرو حفاظت کند. توجه به راهبردهای بدیل از قبیل تسهیل‌گری در واردات خودرو، آسان‌سازی مشروط ورود باز یگران جدید و افزایش رقابت‌پذیری در صنعت قطعه‌سازی و شفافیت در قراردادهای تامین قطعات می‌توان زمینه را برای بازسازی اعتماد اجتماعی به این نهاد فراهم آورد. در عین حال، تجربه نشان داده که قیمت‌گذاری دستوری نیز می‌تواند با بهره‌گیری از ابزارهایی مانند معاف‌سازی خودروهای سطح بالا یا عرضه خودرو در بورس کالا تعدیل شود. توجه به این تجربیات نیز می‌تواند پیامدهای مخرب قیمت‌گذاری دستوری را کاهش دهد.

برنامه‌ریزی‌کنند و شبکه‌گسترده خدمات پس از فروش در سراسر کشور ایجاد کنند. لازمه این امر، ارائه مشوق‌هایی از قبیل معافیت از قیمت‌گذاری و تسهیل‌گری در ورود به بازارهای صادراتی است.

۲. آستانه‌های تولید تعیین شود و مجوزهای خودرو سازی به صورت موقت و بر اساس رسیدن خودرو سازها به تیراژهای تعیین شده تولید سالانه داده شود.

۳. ساز و کارهایی در راستای پاسخگویی به تعهدات به جامانده خودرو سازها در صورت ورشکستگی طراحی شود. توجه به این قید در بازار ایران با شرایط خاص تحریمی ضروری به نظر می‌رسد. پیشنهاد می‌شود که شرکت‌های تازه وارد تفاهم‌نامه‌ای با خودرو سازان فعلی در راستای پاسخگویی به تعهدات در صورت ورشکستگی منعقد سازند و نوعی بیمه به وجود بیاید.





# استقلال قانونی

## در برابر استقلال واقعی؛

آیا در ماجرای خودرو، استقلال شورای رقابت مورد خدشه واقع شد؟



مهدی میرزایی

پژوهشگر اندیشکده حکمرانی شریف

وزارت صمت و معاون اول رئیس جمهور و باهدف حفظ اعتبار و جایگاه شورای رقابت مورد استفاده قرار می‌گرفت. فارغ و فراتر از جنجال‌های رسانه‌ای اخیر، در این یادداشت تلاش خواهد شد تا با دقت نظر بر روی ویژگی استقلال، به عنوان یکی از شاخص‌ترین خصوصیات نهاد تنظیم‌گرو با تمرکز بر شورای رقابت، به عنوان یکی از اصلی‌ترین نهادهای تنظیم‌گر کشور، رابطه تنظیم‌گرو سیاست‌گذار مورد مذاقه قرار گیرد. در سال‌های اخیر، دولت‌ها بازارها را آزاد کرده و

■ ماجرای افزایش قیمت خودرو و همراه با حواشی بعضاً فراتر از متن آن، از خبرسازترین اتفاقات فروردین ماه امسال بود؛ جایی که درگیری‌ها و اصطکاکاتی را میان نهادها و سازمان‌های مختلف با محوریت شورای رقابت، شاهد بودیم. در طول چند روز کشمکش و خبرسازی، یکی از واژگان پرتکرار در گفتارها و گفتگوها - به خصوص از جانب شورای رقابت -، «مستقل و فراقوه‌ای» بودن شورای رقابت بود؛ واژه‌ای که در برابر درخواست‌های - به زعم شورای رقابت - خلاف قانون

روی کاغذ، چه میزان استقلالی از دولت دارد. از نظرگاه استقلال قانونی، شورای رقابت وضعیت مطلوبی را دارا بوده و بر روی کاغذ از استقلال مناسبی برخوردار است؛ چنان‌که در قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی آمده است که شورای رقابت در رسیدگی و تصمیم‌گیری از استقلال

کامل برخوردار بوده و اعضای شورا قابل نصب، اما غیر قابل عزل توسط نهاد منصوب‌کننده هستند و نمی‌توان اعضا را به دلیل اتخاذ تصمیمات در چهارچوب وظایف قانونی و یا اظهاراتی که به استناد قانون می‌کنند، تحت تعقیب قرارداد.

استقلال قانونی شورای رقابت امکان اعمال سلیقه و مداخلات قانونی در تصمیمات و مصوبات شورا را از مقامات

سیاسی سلب نموده است، اما این موضوع به معنای تأثیرناپذیری شورای رقابت از ترجیحات سیاسی نیست. همچنان‌که در ادبیات نیز تمایز میان استقلال قانونی و استقلال در عمل (استقلال واقعی) مورد تصریح قرار گرفته است و استقلال در عمل به توانایی تعیین ترجیحات تنظیم‌گران توسط خود این سازمان‌ها و استقلال آن‌ها در استفاده از ابزارها و اقدامات تنظیم‌گرانه به منظور اعمال این ترجیحات، تعبیر شده است. در واقع، درست است که شورای رقابت بر روی کاغذ از استقلال مناسبی برخوردار است، اما هر

شرکت‌های دولتی را خصوصی کرده و تلاش داشته‌اند تا به جای ارائه مستقیم کالا و خدمات در بازار و انجام مداخلات گسترده، به سوی رویکردهای تنظیم‌گرانه غیرمستقیم‌تر حرکت کنند؛ در نتیجه، دولت‌ها اغلب برای تنظیم این بازارهای جدید، اقدام به تأسیس آژانس‌های تنظیم‌گر مستقل نموده‌اند. محققین

**استقلال قانونی شورای رقابت امکان اعمال سلیقه و مداخلات قانونی در تصمیمات و مصوبات شورا را از مقامات سیاسی سلب نموده است، اما این موضوع به معنای تأثیرناپذیری شورای رقابت از ترجیحات سیاسی نیست**

بسیاری استقلال تنظیم‌گر از دولت را مورد بررسی قرار داده و آن را میزان درجه‌ای که تنظیم‌گر می‌تواند بدون دخالت سیاستمداران و بدون در نظر گرفتن ترجیحات سیاسی، تصمیمات خود را اتخاذ کند، تعریف می‌کنند. در یک نگاه سنتی، استقلال به صورت کاملاً رسمی و قانونی تعریف می‌گردد. استقلال قانونی محصول احکام و قوانینی است که در طراحی نهادی و تدابیر رویه‌ای یک نهاد تنظیم‌گر مستقل منظور شده است و در یک کلام، به این معناست که نهاد تنظیم‌گر بر

**DEPENDENCE**



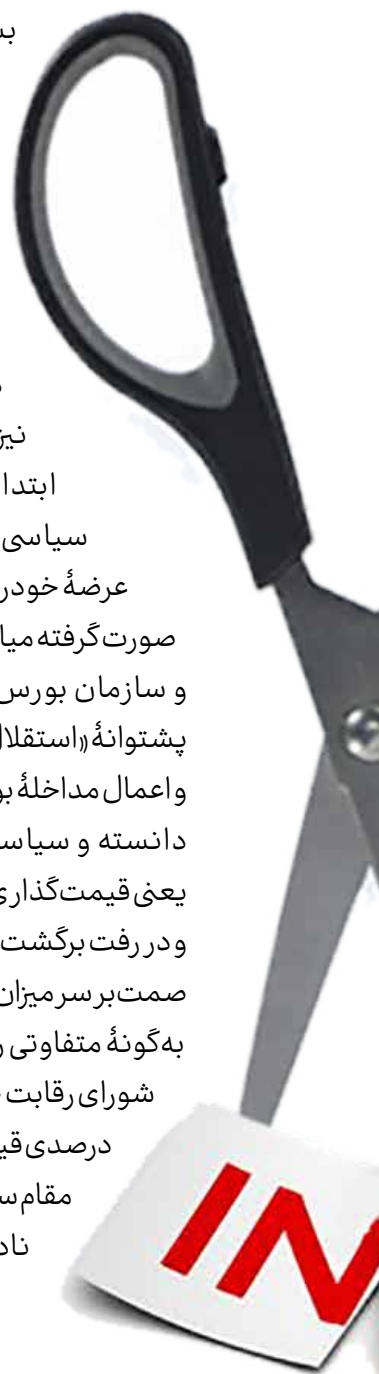
خداشه دار شدن استقلال شورای رقابت را در ذهن‌ها ایجاد نمود؛ نامه‌ شخص معاون اول رئیس جمهور به رئیس شورای رقابت و نامتعارف دانستن افزایش قیمت‌های کارخانه‌ای و درخواست تجدیدنظر فوری در آن، با وجود اینکه هیچ پشتوانه قانونی نداشته و الزامی برای شورای رقابت ایجاد نمی‌کرد، اما «در عمل»، شرایطی را رقم زد که اندکی بعد شاهد تغییر در تصمیم شورا و کاهش میانگین افزایش قیمت خودرو بودیم. حتی اگر تصمیم ثانویه شورای رقابت متأثر از نامه معاون اول نبوده باشد، وجود این ذهنیت در مقامات سیاسی کشور که مداخله غیرقاعده‌مند در اقدامات نهاد تنظیم‌گر را مشروع دانسته و آن را به صورت نامه‌ای علنی اعلام می‌دارند، خبر خوشایندی برای نظام تنظیم‌گری کشور که استقلال و اقتدار جزء جدایی‌ناپذیری از آن است، ندارد.

در شرایطی که در کشور ما روابط سیاسی بعضاً شفاف نبوده و اعمال مداخلات و ترجیحات مقامات سیاسی گاهی به شکل غیرنظام‌مندی صورت می‌پذیرد، بستر مناسبی جهت دور زدن استقلال قانونی نهاد‌های تنظیم‌گر و تخطی از چهارچوب‌های رسمی و تبدیل مسائل سیاسی و تخصصی به منازعات سیاسی، مهیا است. ارتباط میان سیاست‌گذار و تنظیم‌گر و کاربست سیاست‌های سیاست‌گذار توسط نهاد تنظیم‌گر امری قطعی و الزامی است، اما فرم و شکل این رابطه مسئله‌ای مجزا و حائز اهمیت است؛ نظام‌مند بودن روابط و عدم دخالت‌های باری به هر جهت مقامات سیاسی در امور تنظیم‌گری امری واجب بوده و قوام بخش نظام تنظیم‌گری و بهبود بخش شاخصه حکمرانی کشور خواهد بود.

چهارچوب قانونی و سازمانی منجر به مقدار محدود و مشخصی از اختیارات می‌شود و شکاف بالقوه‌ای میان ساختارهای رسمی و غیررسمی وجود دارد؛ در نتیجه، تفویض بوروکراتیک صلاحیت‌های تنظیمی از تصمیم‌گیرندگان سیاسی به نهاد‌های تنظیم‌گر اگرچه توسط قانون حمایت می‌شود و

بسیار رسمی است، اما همواره بر یک قرارداد ناقص مبنی بوده و ممکن است در عمل دچار خدشه شده و اقدامات تنظیم‌گران تحت تأثیر ترجیحات بازیگران سیاسی قرار گیرد.

در ماجرای افزایش قیمت خودرو نیز- فارغ از بحث‌های محتوایی- در ابتدا شاهد بودیم که با وجود اراده سیاسی دولت و وزارت صمت مبنی بر عرضه خودرو در بورس کالا و کشمکش‌های صورت گرفته میان شورای رقابت با این وزارتخانه و سازمان بورس، در نهایت، شورای رقابت به پشتوانه «استقلال قانونی» خود، حق تصمیم‌گیری و اعمال مداخله بورس و وزارت صمت را غیرقانونی دانسته و سیاست محبوب چندین ساله خود، یعنی قیمت‌گذاری خودرو، را اعمال نمود. در ادامه و در رفت برگشت‌های میان شورای رقابت و وزارت صمت بر سر میزان افزایش قیمت خودرو و اما اجرای به گونه متفاوتی رقم خورد. با وجود تصمیم اولیه شورای رقابت جهت افزایش به طور متوسط ۴۰ درصدی قیمت‌ها، ابلاغ نامه‌ای از جانب یک مقام سیاسی رده بالاتر- فارغ از درست یا نادرست بودن محتوای آن- شائبه





# تنظیم‌گری

یادداشت تحلیلی

## در خلا اتفاق نمی‌افتد





امیرحسین قلندری

پژوهشگر اندیشکده حکمرانی شریف

شورای رقابت، به عنوان تنظیم‌گر رقابت، در فرایندی تخصصی و با همکاری وزارت صمت و سازمان حمایت و با بهره‌گیری از پشته‌های آکادمیک نیروهای دانشگاهی، اقدام به تعیین قیمت خودروهای داخلی کرد. در این فرایند، از فرمول شناخته شده Pricing Cost-Plus استفاده شده است که نسبت به فرمول مسبق به سابقه Price-Cap ارجحیت داشته و تطابق بیشتری با وضعیت کنونی خودروسازان دارد. در کنار این فرمول، شورای رقابت بر اساس ترازایی (Benchmarking) قیمت حاصله‌ی خودروها را با قیمت حداقل سه خودروی مشابه خارجی و بر اساس شاخص رقابت‌پذیری نیز مقایسه نموده است تا قیمت‌گذاری صرفاً بر اساس هزینه‌کرد خودروسازان نباشد. با توجه به این موارد، شورای رقابت با همکاری سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان اقدام به افزایش قیمت کارخانه‌ای خودرو می‌کند که به نظر خیلی از اقتصاددانان نیز، تصمیم درستی است و علاوه بر نجات خودروسازان از زیان انباشته و کاهش فاصله‌ی میان قیمت کارخانه و بازار، حتی ممکن است منجر به کاهش قیمت بازاری خودرو شود. حال چه می‌شود که سازمان حمایت و وزارت صمت اعلام این قیمت‌ها را بر عهده نمی‌گیرند؟ چه می‌شود که شورای رقابت نیز از اعلام این قیمت‌ها سر باز می‌زند؟ چه می‌شود که جناب مخبرنامه‌ای علنی و رسانه‌ای به شورای رقابت زده و اعلام می‌کنند که افزایش قیمت‌ها

■ با گذشت حدود ۷۰ سال از عمر صنعت خودروسازی در ایران، امروزه این صنعت تبدیل به مسئله‌ای غامض برای همگان شده است؛ مسئله‌ای که چهار ضلع بازیگران از جمله سیاست‌گذار، تنظیم‌گر، تولیدکننده و مصرف‌کننده را به خود درگیر کرده است و هر چهار گروه همواره مدعی آسیب دیدگی از وضعیت موجود هستند. این یادداشت در مقام نقد و بررسی وضعیت صنعت خودرو و سیاست‌های دولت قرار ندارد، بلکه در صدد آن است تا از دریچه‌ی تنظیم‌گری، در خلال اتفاقات اخیر که در پارادایم قیمت‌گذاری خودرو افتاده است، این تجربه را برای نظام تنظیم‌گری ایران برجسته کند که «تنظیم‌گری در خلأ اتفاق نمی‌افتد».

۱۵ فروردین ماه امسال بود که شورای رقابت قیمت کارخانه‌ای جدید خودروها را به وزارت صمت ابلاغ کرد. بعد از کشمکش‌های جنجالی و متعدد بر سر مرجع اعلام قیمت خودرو میان شورای رقابت و وزارت صمت و نامه‌ی معاون اول رییس جمهور به شورای رقابت مبنی بر تجدید نظر در قیمت‌گذاری خودرو به دلیل آثار تورمی بر بازار، سرانجام در تاریخ ۲۰ فروردین ماه، قیمت‌های جدید خودرو اعلام شد. نکته‌ی حائز اهمیت آن است که میانگین افزایش قیمت بر اساس دستورالعمل شورای رقابت در ابتدا بیش از ۴۰ درصد بوده است اما پس از اتفاقات ذکر شده، میانگین افزایش قیمت خودرو به ۲۹ درصد رسیده است.

نامتعارف است؟ چه می‌شود که میانگین افزایش قیمت‌ها از ۴۰ درصد به ۲۹ درصد می‌رسد؟ ریشه‌ی همه‌ی این پرسش‌ها به نظر در امور اجتماعی، سیاسی و اقتصاد سیاسی نهفته است که در ادامه‌ی یادداشت بررسی خواهند شد.

## ■ جامعه‌ی تنظیم‌گری، فشار اجتماعی و مسئولیت‌گریزی

«جامعه‌ی تنظیم‌گری» شامل گروه‌هایی با خرده فرهنگ‌ها، ارزش‌ها، هنجارها و باورهای متفاوت است که در صورت مخالفت با تصمیم تنظیم‌گر، می‌توانند از طریق رهبران، شبکه‌ها و جنبش‌های خود، قدرت تنظیم‌گر را تضعیف کنند و در صورت موافقت با تصمیم تنظیم‌گر، دامنه‌ی آن را گسترش دهند. بنابراین، تنظیم‌گر باید توجه‌کننده‌ی ممکن است با جامعه‌ی تنظیم‌گری اطراف خود دچار شکاف معنایی یا هنجاری باشد و عملکردش تحت الشعاع فشارهای اجتماعی قرار گیرد. در مسئله‌ی خودرو، تفسیر و معنای قیمت‌گذاری توسط توده‌ی مردمی که متأثر از قیمت‌گذاری هستند، ممکن است با تفسیر شورای رقابت مطابقت نداشته باشد. در وضعیت فعلی، با فرض درست بودن تصمیم شورا، عموم مردم افزایش قیمت کارخانه خودرو را به نفع خود نمی‌دانند و همواره چه در مورد خودرو و چه در مورد کالاهای دیگر مثل بنزین

و انرژی، با افزایش قیمت‌ها مخالفت می‌کنند، حتی اگر این امر به دور از نگاه تخصصی و به ضرر خود آنان باشد. دعوای بر سر نخواستن مرجعیت اعلام افزایش قیمت میان شورای رقابت و وزارت صمت نیز ناشی از همین فشار اجتماعی است که به بروز و ظهور می‌رسد. فشار اجتماعی تا آن جایی رسوخ پیدا می‌کند که «مسئولیت‌گریزی» این نهادها بر همگان عیان می‌شود. مسئولیت‌گریزی (Avoidance of Responsibility) به این معنا که هر یک تلاش می‌کنند تا تقصیرها را برای تصمیمات غیرمحبوب یا دشوار به دیگری منتقل می‌کنند.

## ■ اقتصاد سیاسی، گذار به پوپولیسم و از کار افتادگی تنظیم‌گران

وقتی فعالیت‌ها از نظر سیاسی و اجتماعی مسئله‌ساز و خسارت‌بار باشد، کنشگران سیاسی این فعالیت‌ها را به تنظیم‌گران که نهادهایی تخصصی هستند تفویض می‌کنند، اما آن دسته از فعالیت‌هایی را که هزینه فرصت سیاسی آنها مثبت ارزیابی می‌شود را حفظ می‌کنند.

حتی در برخی از موارد، «پوپولیسم» از میان فشارهای اجتماعی و سیاسی سر بر می‌آورد و کنشگران سیاسی علی‌رغم تفویض اختیار، شروع به احیای مقاومتی پوپولیستی در برابر تصمیمات





می‌دهند. زمانی که تنظیم‌گر به طور هدفمند در دنیای سیاسی، اجتماعی و اقتصادی مداخله می‌کند، باید بداند که تصمیماتش به عنوان امری شناخته خواهد شد که همگان درگیر آن هستند. تنظیم‌گر باید بداند که حیطه‌ی فعالیتش محدود به ابلاغ مصوبات نیست و محیط سیاسی و اجتماعی حول تنظیم‌گری، جزء لاینفک فعالیت آن است. بدین منظور، پیشنهاد می‌شود تنظیم‌گر به عنوان حافظ منافع عمومی اقدامات زیر را برای مواجهه با این فشارهای اجتماعی و سیاسی انجام دهند:

### ۱. پذیرندگی در نتیجه و فرایند

پذیرندگی تنظیم‌گری (Regulatory Compliance) به طور کلی به معنای پایبندی تنظیم‌شونده‌ها به مقررات و دستورالعمل‌های ایجاد شده توسط نهادهای تنظیم‌گر می‌گویند. پذیرندگی تنظیم‌گری را می‌توان در دو نوع دسته‌بندی کرد: پذیرندگی در نتیجه و پذیرندگی در فرایند. پذیرندگی در نتیجه، تنه‌ارعایت مقررات و انجام رفتار مطابق با آنچه تنظیم‌گر تعیین کرده است را در بر می‌گیرد. به عنوان مثال آیا اظهارنامه مالیاتی به دستور سازمان مالیاتی به موقع تسلیم شد؟ آیا محدودیت‌های غذایی به دستور سازمان غذا و دارو رعایت می‌شود؟ پذیرندگی در فرایند اما مفهومی گسترده‌تر است. پذیرندگی در فرایند، پلی میان جهان تنظیم‌گر و جهان تنظیم‌شونده می‌سازد و درک افراد از مقررات، درک افراد از اهداف و ارزش‌های پشت مقررات تنظیم‌گری، نگرش‌ها و نیت‌های رفتاری تنظیم‌گر و تنظیم‌شوندگان را شامل می‌شود. تنظیم‌گران باید به این بُعد از پذیرندگی بیشتر توجه کنند، چرا که نحوه نگرش تنظیم‌گران و تنظیم‌شوندگان به یکدیگر و مذاکره در مورد فرایند پذیرش مقررات، نه تنها به پذیرندگی در نتیجه،

تخصصی می‌کنند و بعضاً تنظیم‌گر را مورد حمله و مؤاخذه قرار می‌دهند. از سوی دیگر، پاسخگویی نهاد تنظیم‌گر به نمایندگان مردم، مسئله‌ای پذیرفته شده در ادبیات تنظیم‌گری است. بسیاری این اصل از دموکراسی را بدیهی می‌دانند که سیاست‌های عمومی فقط باید تحت کنترل افرادی باشد که مستقیماً به رای دهندگان پاسخگو هستند و به نظر می‌رسد که نهادهای مستقل تنظیم‌گری این اصل را نقض می‌کنند. نکته‌ی حائز اهمیت در این تقابل نظری، آن است که در هر حال، مکانیزم‌های پاسخگویی تنظیم‌گر به نمایندگان و عموم مردم باید مشخص و شفاف باشند، در غیر این صورت، نقض تصمیمات تخصصی تنظیم‌گر کم‌اکنون بستری برای ظهور پوپولیسم خواهد بود. در مجموع، عدم حمایت سیاست‌مداران از تصمیمات تنظیم‌گر، به ویژه در مسائلی که تنظیم‌گر فشار عمومی جامعه را بر خود حس می‌کند، تنظیم‌گر را بیش از پیش در تنگنا قرار می‌دهد و می‌تواند منجر به از کار افتادگی و بلااثر شدن تصمیمات این نهاد شود. همچنان که در ماجرای اخیر، نظر شورای رقابت مبنی بر افزایش ۴۰ درصدی قیمت کارخانه‌ای خودرو با وجود ابراز مقاومت این نهاد عملیاتی نشد و در مکانیزمی نامعلوم و احتمالاً کذب‌آلود خدما منشا نه، میانگین افزایش قیمت‌ها به ۲۹ درصد رسید.

### ■ افزایش ظرفیت‌های تنظیم‌گری برای

#### مقابله با فشارهای اجتماعی و سیاسی

یک شرط لازم، البته نه کافی، برای تنظیم‌گری مؤثر، توانایی تنظیم‌گر برای اتخاذ تصمیم است. این ظرفیت را به سختی می‌توان بدیهی تلقی کرد و محیط اطراف تنظیم‌گری یا ویژگی‌های نهادی تنظیم‌گر اغلب این ظرفیت را تحت الشعاع قرار





با افزایش مشارکت افراد می‌تواند دایره‌ی نفوذ، مشروعیت و پایداری تصمیمات خودش را گسترش دهد.

### ۳. ابزارهای اجتماعی و ساخت قدرت نرم

تنظیم‌گر در کنار سایر ابزارهای اقتصادی و حقوقی باید مجهز به ابزاری باشد که به وسیله‌ی آن بتواند فشار اجتماعی را کنترل کند و جهت جنبش‌های اجتماعی را به نفع خود برگرداند. تنظیم‌گر در مواجهه با تصمیمات غیرتخصصی و بعضاً پوپولیستی سیاست‌مداران نیاز دارد تا از ابزارهای اجتماعی و رسانه‌ای استفاده کند و برای خود محدوده‌ای از قدرت سیاسی را شکل دهد. ابزارهای اجتماعی شامل انواع سازوکارهایی است که از طریق به کارگیری روش‌هایی نظیر اقناع‌سازی، گفتمان‌سازی و فعالیت‌های رسانه‌ای به دنبال تسهیل دستیابی به اهداف تنظیم‌گری است. شورای رقابت در دوره‌های پیشین کمتر از این ابزار بهره برده است، اما امروزه در مسائل مختلف از جمله قیمت‌گذاری خودرو با حضور فعال در رسانه‌ها و پاسخگویی سریع به اتفاقات و نظرات مختلف نظیر موارد مطرح شده توسط وزارت صمت و نامه‌ی معاون اول رئیس جمهور، توانسته تا حدی از ظرفیت ابزارهای اجتماعی استفاده کند؛ با این وجود برای آنکه استقلال قانونی شورای رقابت به استقلال در عمل تبدیل شود، این ابزار باید فعالانه‌تر در جهت قدرت‌سازی این نهاد به کار گرفته شود.

بلکه به مشروعیت و قابل اعتماد بودن سیستم تنظیم‌گری در آینده نیز منجر می‌شود. تمایل به پیروی از تنظیم‌گر در صورتی اتفاق می‌افتد که افراد مزایایی را ببینند، معتقد باشند که مقررات منصفانه است و احساس تعهد به خواسته‌های تنظیم‌گر داشته باشند که این عوامل در سایه‌ی توجه به پذیرندگی در فرایند محقق خواهد شد.

### ۲. اصول مشارکت، شفافیت و پاسخگویی عمومی

عموماً مردم دارای سهم کمی در تصمیمات تنظیم‌گر هستند و سطوح پایینی از مشارکت شهروندان در فرآیند تنظیم‌گری رقم می‌خورد؛ در صورتی که پایبندی به اصولی نظیر مشارکت، شفافیت و پاسخگویی عمومی کمک می‌کند تا اطمینان حاصل شود که تنظیم‌گر در خدمت منافع عمومی است و از نیازها و دغدغه‌های افراد متأثر از مقررات مطلع می‌شود. اصول مذکور، منجر به برقراری نوعی از عدالت رویه‌ای و برخورد محترمانه با کسانی که تنظیم می‌شوند، خواهد شد. به عنوان مثال برگزاری جلسات دادرسی معقول و منصفانه برای مخالفان، می‌تواند همراهی اقشار مختلف با تنظیم‌گر را به دنبال داشته باشد. اقشار مختلف در جامعه تنظیم‌گری اگر هیچ سازوکاری برای تغییر نبینند و صدایی در بیان و حل مشکلات نداشته باشند، مقررات را به عنوان یک تحمیل ناعادلانه و غیرمنطقی در نظر می‌گیرند. بنابراین، تنظیم‌گر



# به سوی ساختار مطلوب تنظیم‌گری خودرو

چگونه تنظیم‌گری می‌تواند به ثبات در بازار خودرو کمک کند؟



سیدمحمدرضا دادگستر

پژوهشگر اندیشکده حکمرانی شریف

توسعه و نفع‌رسانی همگانی است، نیاز به تنظیم‌گری در عرصه‌های مختلف فنی، اجتماعی و اقتصادی دارد تا از بروز موقعیت‌های اقدام ضدقانونی و شکست دولت و بازار جلوگیری شود. علیرغم نیاز صنعت خودروی ایران به تنظیم‌گری، شرایط حاکم بر این بخش از منظر الگوها و معیارهای تنظیم‌گری موفق چندان اثری از کارآمدی و اثربخشی ندارد. در واقع باید توجه داشت که مشکل نهادی صنعت خودروی ایران در ساختار چندذینفعی و پیچیده آن به عنوان یکی از صنایع کلیدی و پیشران کشور ریشه دارد. بررسی قوانین و آیین‌نامه‌های مرتبط با صنعت و بازار خودرو نشان می‌دهد ۲۳ نهاد تنظیم‌گر در این زمینه وجود دارد. در فقدان راهبر

■ تنظیم‌گری عرصه همکاری و هم‌افزایی بازیگران مختلف در سطح نظام حکمرانی برای نیل به اهدافی به ظاهر متناقض است؛ حفاظت از منافع مصرف‌کنندگان، پویایی صنعت و اعمال اقتدار دولت به عنوان یگانه مالک قدرت مشروع به نیابت از جامعه. دولت و بازار در کشاکش تلاش خود برای شکل‌دهی به نظم اجتماعی (در دولت به صورت مستقیم و در بازار به صورت غیرمستقیم)، با شکست‌ها و ناکامی‌هایی دست و پنجه نرم می‌کنند که تنظیم‌گری راهی برای اجتناب و حتی کاهش پیامدهای مخرب این شکست‌هاست. صنعت و بازار خودرو در مقام حوزه‌ای سیاستی که بسیار مستعد خطای سیاستگذار و انحراف عوامل بازار از مسیر

درصدی از بازار را به خود اختصاص داده است که به معنی سهم کمتر از ۸ درصد سایر خودروسازان است.

## ۲. سودهای بادآورده غیرمترقبه

شیوه قیمت‌گذاری در طول زنجیره خودرو موجب عدم توازن سود در این زنجیره به زیان خودروسازان شده است. در حلقه ابتدایی این زنجیره، قیمت‌گذاری نهاده‌های تولید مانند مواد شیمیایی (پلیمری) و فلزات اساسی (مانند فولاد) بر مبنای ضریبی از قیمت جهانی و نرخ ارز بوده؛ در حالی که قیمت‌گذاری محصول نهایی در پایان زنجیره به صورت دستوری و با کمترین توجه به نرخ ارز انجام می‌شود. در این بین تامین‌کنندگان مواد اولیه به راحتی می‌توانند از نوسانات نرخ ارز در اقتصاد پایبند مانند ایران بهره‌برند و نرخ محصولات خود را به همان تناسب و چه بسا بیشتر افزایش دهند. اما خودروساز به دلیل قیمت‌گذاری دستوری نمی‌تواند قیمت محصول خود را به همان میزان افزایش دهد. این وضعیت صنعت خودروی ایران با توجه به اینکه خودروساز نمی‌تواند تقاضای مواد اولیه خود را کاهش دهد و باید به آستانه تعیین شده در برنامه تولید ارائه شده توسط دولت برسد، به خلق سودهای بادآورده غیرمترقبه برای خودروساز انجامیده است.

## ۳. شرایط بیرونی منتج به سودآوری در بازار خودرو

وجود مزاد تقاضا در بازار خودرو به واسطه وجود حاشیه بازار (اختلاف قیمت درب کارخانه با بازار آزاد) در نتیجه شیوه نامناسب قیمت‌گذاری و کاهش تولید ناشی از دسترسی محدود به قطعات منفصله و مجموعه‌های خارجی فاقد ساخت داخل در شرایط تحریم مستقیم صنعت خودرو و خروج شرکای خارجی آن، تنظیم‌گری در حوزه مدیریت خودرو و حذف تقاضای سوداگران را ضروری ساخته است.

کلان و بلندمدت صنعت خودرو که تمامی نهادهای دولتی، عمومی و بخش خصوصی در سطح ملی به آن پایبند باشند، این نهادها نه در راستای منافع ملی بلکه در برخی مواقع ضدیکدیگر عمل می‌کنند و فضایی مشوش را برای اضلاع گوناگون صنعت و بازار خودرو نظیر وزارت صمت، خودروسازان، فروشندگان و خریداران خودرو ایجاد می‌کنند. تعدد تصمیمات که ماهیت آن‌ها بعضاً با هم تناقض دارد، به ترویج فرهنگ دستیابی به بالاترین سود در کوتاه‌ترین زمان در بازار خودرو دامن زده که بر مبنای بهره‌برداری از منافع ناشی از تصمیم تنظیم‌گر در بازه‌های زمانی موقت اشاره دارد؛ وضعیتی که به محدود سرمایه‌گذاران غیررسمی بازار خودرو سودهای کلان رسانده و طیف وسیعی از بازیگران را متضرر ساخته است. از جمله این تصمیمات می‌توان به استانداردگذاری و قیمت‌گذاری خودروهای تولیدی، مونتاژی و وارداتی اشاره کرد که تبدیل به عرصه زورآزمایی بازیگران سیاستگذاری خودرو در ایران گشته است.

## ■ چرا تنظیم‌گری خودرو؟

به صورت کلی، نیاز به وجود نهاد تنظیم‌گر در زنجیره تولید خودرو احساس می‌شود. اسمعیلی پور ماسوله و صادقی نیارکی (۱۴۰۰) هفت دلیل عمده برای این موضوع بیان کرده‌اند:

### ۱. وجود انحصار چندجانبه

بر اساس شاخص‌های هرفیندال-هیرشمن و تمرکز ۴ بنگاه و ۸ بنگاه برتر، ساختار صنعت خودروی کشور از نوع انحصار چندجانبه بوده و ممنوعیت‌های وارداتی خصوصاً در دوران کمبود ارزی به این موضوع دامن زده است. همچنین بررسی آخرین آمار تولید خودرو در دو ماهه اول ۱۴۰۲ حکایت از آن دارد که دو شرکت ایران خودرو و سایپا، سهمی ۸۱٫۸ درصدی از کل تولید خودرو داشته‌اند و خودروساز سوم، مدیران خودرو، سهمی ۱۱



## ■ سناریوهای پیش رو

اگرچه وجود ۲۳ نهاد تنظیم‌گر صنعت خودرو تعدد نهادی را به ذهن متبادر می‌کند، اما تمامی این نهادها قدرت تنظیمی و اختیارات سیاستی یکسان ندارند و از این رو در معماری نهادی مطلوب تنظیم بازار خودرو، در جایگاه‌های هم‌رده قرار نمی‌گیرند. تجربه تنظیم‌گری خودرو نشان داده که شماری از آن‌ها همچون وزارت صمت، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان (زیرمجموعه وزارت صمت)، سازمان توسعه تجارت (زیرمجموعه وزارت صمت)، شورای رقابت، سازمان ملی استاندارد و سازمان حفاظت از محیط زیست مهم‌ترین نهادهای درگیر به صورت مستقیم در تولید و عرضه خودرو و همچنین واردات خودروهای خارجی هستند. دیگر نهادها نظیر نیروی انتظامی، وزارت نفت، وزارت راه، بانک مرکزی و سازمان تعزیرات حکومتی نقش‌های تنظیمی محدود و بعضاً تک‌بعدی را ایفا می‌کنند. این امر باعث شده تا این نهادها در خطوط منازعه و جدال‌های سیاستی صنعت و بازار خودرو حضور به مراتب کمتر نسبت به نهادها و گروه‌های گرو نخست داشته باشند. با این فرض، می‌توان از چهار نوع ساختار تنظیم‌گری خودرو در ایران نام برد:

### ۱. تاسیس یک تنظیم‌گر بخشی جدید با محوریت خودرو

یکی از راهکارهای مورد توجه در تنظیم‌گری صنعت خودرو آن است که تنظیم‌گر مستقلی در این زمینه تاسیس شود و کلیه امور مربوط به خودرو از قبیل استاندارد‌های صنعتی، مجوزهای تولید، قیمت‌گذاری، تنظیم بازار، مقررات واردات، مسائل زیست‌محیطی و... به آن تفویض شود. مبنای قانونی این پیشنهاد در ماده ۵۹ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی (مصوب ۱۳۹۷) نهفته است: «شورای رقابت می‌تواند

## ۴. فقدان اطلاعات کافی

آگاهی ضعیف مصرف‌کنندگان خودرو به حقوق خود و فقدان «حمایت از حقوق مصرف‌کننده خودرو»، ورود نهاد تنظیم‌گر برای حفظ حقوق مصرف‌کنندگان را ضروری می‌سازد.

## ۵. قدرت چانه‌زنی نابرابر

قدرت چانه‌زنی برخی از تولیدکنندگان مواد اولیه در زنجیره خودرو بیش از قطعه‌سازان و خودروسازان است. علاوه بر آن، قدرت چانه‌زنی خودروسازان عمدتاً بیش از قطعه‌سازان، خصوصاً در قطعات و مجموعه‌های برخورد از بازار رقابتی است.

## ۶. عقلایی‌کردن و هماهنگی

تعدد بنگاه‌های کوچک و متوسط قطعه‌سازی و توانمندی پایین برخی از این بنگاه‌ها و در نتیجه پایین بودن بهره‌وری تولید و بالا بودن قیمت تمام‌شده محصولات تولیدی، حضور نهاد تنظیم‌گر جهت ایجاد شبکه‌سازی تولید و ارتقای بهره‌وری در این بنگاه‌ها ضروری می‌سازد.

## ۷. به روز شدن با تحولات

سرعت بالای تحولات فناورانه در صنعت خودروی جهانی و لزوم هم‌پایی تولیدکنندگان داخلی با این تحولات، برنامه‌ریزی برای همسویی و انطباق تولیدات داخلی با تحولات جهانی را جهت حفظ قدرت رقابتی تولیدکنندگان داخلی (قطعه‌سازان و خودروسازان) ضروری می‌سازد.

بر این اساس، ایده تنظیم بازار خودروی ایران، حداقل تا زمانی که شرایط فوق با تغییر و تحولاتی بنیادین روبه‌رو نشوند، ضروری به نظر می‌رسد. اما چه معماری نهادی‌ای قادر است به بهترین نحو ممکن این مهم را به سر منزل مقصود برساند؟



در حوزه کالا یا خدمتی خاص که بازار آن مصداق انحصار طبیعی است، پیشنهاد تشکیل نهاد تنظیم‌کننده بخشی را برای تصویب به هیأت وزیران ارائه و قسمتی از وظایف و اختیارات تنظیمی خود در حوزه مزبور را به نهاد تنظیم‌کننده بخشی واگذار نماید...». این نهاد تنظیم‌گر در صورت تأسیس دارای یک کمیسیون عالی از نماینده‌های دولت، مجلس و بخش خصوصی خواهد بود که کارکردهای مختلف تنظیم‌گری خود را از طریق کارگروه‌های کارشناسی درونی خود ایفا خواهد کرد. با این حال ابهاماتی در اجرای این سناریو وجود دارد؛ از جمله آنکه نهادهایی که در حال حاضر کارکردهای گوناگون تنظیم‌گری خود را انجام می‌دهند (نظیر شورای رقابت در امر قیمت‌گذاری، سازمان استاندارد در تعیین استانداردهای تولید و معاونت امور صنایع وزارت صمت در امر تولید) در برابر تأسیس این نهاد و از دست دادن اختیارات تنظیمی خود مقاومت خواهند کرد. همچنین در صورت تسهیل در واردات و تأسیس واحدهای صنعتی جدید در صنعت خودر که سهم بازار دو خودروساز بزرگ را تا حد زیادی کاهش دهند، علت وجودی این تنظیم‌گر که مقابله با انحصار در صنعت خودرو خواهد بود کمرنگ می‌شود و این نهاد قادر نخواهد بود در فضای سیاست‌گذاری صنعتی کشور بقا پیدا کند. ابهام دیگر در بازتولید تصمیمات مورد نقد پیشین نظیر قیمت‌گذاری دستوری در این نهاد تازه تأسیس و عدم توجه به دیگر ابزارهای تنظیم‌گری بازار خودرو خواهد بود.

## ۲. تبدیل شدن شورای رقابت به تنظیم‌گری تخصصی صنعت و بازار خودرو

شورای رقابت در حال حاضر با تعیین فرمول قیمت‌گذاری خودروهای تولیدی و مونتاژی یکی از مهم‌ترین بازیگران در تنظیم‌گری خودرو است که این نقش حائز اهمیت پیشینه‌ای به درازای یک دهه

دارد. شماری از فعالان و کارشناسان بازار خودرو بر این باورند که قیمت‌گذاری دستوری شورای رقابت ابزار تنظیم‌گری نامطلوبی بوده و به زیان انباشته خودروسازان، کاهش کیفیت خودروهای تولیدی و دلالتی در بازار خودرو به دلیل اختلاف قیمت در بازار کارخانه و بازار دامن زده است. با این حال این نهاد تنظیم‌گر به عنوان یکی از نخستین نهادهای تنظیم‌گر مدرن در ایران با اختیارات قانونی مصرح و سطح استقلال نسبتاً مطلوب در قیاس با دیگر تنظیم‌گران، می‌تواند از ابزارهای بدیل نظیر کنش‌گری در راستای تسهیل واردات، مقابله با انحصار در قراردادهای تأمین قطعات خودرو و تسهیل در صدور مجوزهای تولید خودرو برای بهبود فضای رقابت‌پذیری در بازار خودرو بهره‌گیرد. در دیگر محورهای تنظیم‌گری نیز شورای رقابت می‌تواند با گسترش و تقویت کارگروه خودروی خود، دانش کارشناسی مورد نیاز را گرد آورد. این پیشنهاد با توجه به اعتماد خدشه دار شده شورای رقابت در جدال‌های تنظیم‌گری بازار خودرو در سال‌های اخیر با مقاومت بخش خصوصی مواجه خواهد شد. همچنین مقاومت‌های نهادی در سطح نهادهای بخش عمومی برای جلوگیری از تفویض اختیارات قانونی به شوراد دیگر مشکلی است که نمایان خواهد شد. در نهایت احتمال کاهش کنش‌گری شورادر کارکرد اصلی خود، تنظیم‌گری رقابت و مقابله با انحصار، به ویژه در بازارهای نوظهور مانند پلنفرم‌ها، دیگر ویژگی منفی این پیشنهاد سیاستی است.

## ۳. حفظ وضع موجود با تغییرات و اصلاحات

محتمل‌ترین گزینه از نظر اجراپذیری، حفظ وضع موجود و حضور ۲۳ نهاد تنظیم‌گر در صنعت و بازار خودرو است. با این حال مشکلات موجود باعث می‌شود که عزم و خواست اجتماعی و سیاسی برای اصلاح عملکرد نهادهای درگیر در تنظیم‌گری خودرو



اثر بخشی سیاستی و... روبه‌رو بوده است. بر این اساس، تاسیس شورای عالی تنظیم‌گری خودرو نیز نمی‌تواند فارغ از کژکارکردهای دیگر شوراهای عالی در کشور باشد. با این حال، باورمندان به این سناریو معتقدند که تنها حضور مقامات عالی‌رتبه اجرایی کشور، رئیس‌جمهور یا معاون اول رئیس‌جمهور، در زمینه اتخاذ سیاست‌های تنظیم بازار خودرو می‌تواند به فضای آشفته و بی‌ثبات این حوزه پایان دهد. در نهایت باید توجه داشت که نهاد تنظیم‌گر یک نهاد تخصصی است که باید فاصله خود را با سیاستگذار حفظ کند تا از خلط کارکردی و پیامدهای آن اجتناب شود. این سناریو به عدم رعایت این شرط می‌انجامد.

### ■ جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

حل مشکلات صنعت و بازار خودروی ایران به عنوان گونه‌ای از مشکلات سیاستی بدخیم، طبیعتاً نمی‌تواند به تنهایی در محدوده سیاستگذاری خودرو رخ دهد و نیاز است تا دیگر حوزه‌های سیاستی نظیر سیاست خارجی، سیاست اجتماعی و سیاست پولی نیز در راستای کاهش پیامدهای زیان‌بار تصمیمات خود بر صنعت خودرو (نظیر تحریم‌ها، تخصیص خودرو در سیاست جوانی جمعیت و نرخ بالای تورم کشور) اصلاحاتی را پذیرا باشند. با این وجود، تنظیم صنعت و بازار خودرو حوزه‌ای است که پرداختن به آن می‌تواند در راستای کاهش کژکارکردهای موجود اثرگذار باشد. در بین سناریوهای موجود در این زمینه، محتمل‌ترین سناریو بازتولید وضع موجود با اصلاحات جزئی است که توافق نیروهای موجود در سیاستگذاری و تنظیم‌گری خودرو بر کیفیت این اصلاحات اهمیت دارد. تاسیس تنظیم‌گر تخصصی خودرو نیز دیگر سناریویی است که از منظر اتخاذ تصمیمات حرفه‌ای مطلوبیت‌ها و ویژگی‌های مثبت خود را دارا است؛ با این حال چشم‌انداز روشنی برای اجرای آن در وضعیت آشفته کنونی سیاستگذاری خودرو وجود ندارد.

شکل بگیرد. در این سناریو نهادهای تنظیم‌گر مرزهای بین خود را پررنگ‌تر می‌کنند که به کاهش همپوشانی و تداخل نهادی می‌انجامد. برای مثال؛ گذار تدریجی به سمت حذف قیمت‌گذاری با عاملیت شورای رقابت و عدم مداخله دیگر نهادها صورت بپذیرد. همچنین اصلاحات جزئی نظیر متساهلانه تر شدن رویکرد سازمان استاندارد در تعیین استانداردهای خودرویی یا کم‌رنگ شدن سخت‌گیری‌های زیست محیطی سازمان ملی محیط زیست در دستور کار قرار می‌گیرد که منجر به بهبود عملکرد بازار خودرو می‌شود. ابهام اصلی این پیشنهاد سیاستی این است که نمی‌توان انتظار تغییر و تحولات اساسی صنعت و بازار خودرو در بلندمدت را از آن داشت و صرفاً به عنوان راهکاری اجراپذیر و قابل اجرا در جهت کاهش بار مشکلات تنظیم‌گری خودرو در بازه زمانی کوتاه مدت قابل اتکا است. بر این اساس، احتمالاً این رویکرد قادر نیست سرمایه اجتماعی نهادهای تنظیم‌گر خودرو نزد شهروندان و فعالان بخش خصوصی زنجیره ارزش خودرو را ترمیم کند.

### ۴. شکل‌گیری شورای عالی تنظیم‌گری خودرو

شورای عالی در قوانین اداری جمهوری اسلامی ایران به شورایی موضوعی گفته می‌شود که ریاست آن بر عهده رئیس‌جمهور یا معاون اول وی است. این سبک معماری نهادی در نظام سیاستگذاری ایران بسیار محبوب بوده به صورتی که بیش از یکصد شورای عالی در حوزه‌های گوناگون؛ از ورزش و حفاظت از آثار باستانی تا فولاد و طنز وجود دارد. علی‌رغم تاسیس و فعالیت شمار بسیاری شورای عالی در کشور، این سبک معماری نهادی با انتقادات بسیاری از قبیل تداخل کارکرد با نهادهای رسمی، عدم شفافیت در فرآیندهای تصمیم‌گیری، افزودن بار دیوان‌سالاری کشور، عدم مشارکت نهادهای خصوصی و شهروندی، عدم پاسخگویی، نبود شواهد روشنی مبنی بر کارآمدی و

گزارش نشست

مواجهه با انحصار خودرو؛

قیمت گذاری یا بورس کالا؟







به فروش می‌رسد. این یک ثروت بادآورده و رانتیست که شورای رقابت، برای شخصی که در قرعه‌کشی خودرو برنده می‌شود می‌سازد.

عضو هیئت علمی دانشگاه امیرکبیر در ادامه به عنوان راه حل، پیشنهاد کرد که خودروها با قیمت بازار آزاد در بورس ارائه شوند و افزود: اگر خودرو در بورس به قیمت بازار آزاد ارائه شود، اشخاص خریدار خودرو می‌توانند با قیمت عادلانه، خودرو مورد نظر خود را خریداری کنند و پولی که مابه‌التفاوت قیمت کارخانه و قیمت بازار است به جیب دولت برود. در چنین حالتی، دولت می‌تواند آن پول را به جای اینکه در جیب یک نفر که احتمالاً از اشخاص ثروتمند جامعه نیز هست بگذارد، به صورت عادلانه بین اقشار مردم توزیع نماید و فقر را در جامعه کاهش دهد. اما شورای رقابت این مسئله را نمی‌پذیرد.

■ در ادامه، دکتر ذوالفقاری، گفته‌های آقای زمانیان را غیردقیق برشمرد و بیان داشت: این که بگوییم عده زیادی با شرکت در طرح‌های قرعه‌کشی خودرو میلیاردر شده‌اند و پول زیادی به جیب زده‌اند، گفته غیردقیقی است و صحت آماری ندارد.

هیئت علمی دانشگاه امام صادق در ادامه افزود: بازار خودرو در کشور ما انحصاری است، اما این مسئله

**در جریان تحولات اخیر بازار خودرو، نشستی با عنوان «مواجهه با انحصار خودرو: قیمت گذاری یا بورس کالا؟» با حضور مرتضی زمانیان، عضو هیئت علمی دانشگاه امیرکبیر و احمد ذوالفقاری، عضو هیئت علمی دانشگاه امام صادق (ع) برگزار شد.**

■ در ابتدای جلسه، دکتر زمانیان، با انتقاد از رویکرد شورای رقابت، به شرح و بسط دلایل افزایش قیمت خودرو پرداخت و از نتایج قیمت‌گذاری دستوری شورای رقابت انتقاد کرد. وی ریشه‌گرانی خودرو را در گرو انحصار دانست و توضیح داد:

اگر قیمت دلاری خودرویی که از چین وارد می‌شود را ضرب در ریال کنید، با تفاوت قیمت زیادی نسبت به قیمتی که این خودرو در داخل به فروش می‌رسد مواجه می‌شوید. علت چنین اتفاقی انحصار در بازار خودرو است.

وی در ادامه توضیح داد: شورای رقابت با قیمت‌گذاری دستوری، کارخانه را موظف به فروش خودرو با قیمت مشخصی می‌کند. در حالی که همان خودرو در بازار آزاد، با افزایش قیمت شدیدی مواجه می‌شود. برای مثال، قیمت خودرویی در کارخانه یک میلیارد و صد میلیون است اما همان خودرو در بازار آزاد به قیمت دو میلیارد





توسط مسئولین و سیاست‌گذاران کلان کشور نظیر رهبری، رؤسای جمهور، وزیرای صنعت و... مورد حمایت قرار گرفته.

او در ادامه به نیاز آمارهای کشور به خودرو اشاره کرد و خبر داد: بنابه آمار وزارت صمت، ما سالانه نیاز به یک میلیون و پانصد هزار خودرو نو نیاز داریم. قرار بود بخشی از این نیاز با تولید داخلی حل شود و بخشی با برداشتن ممنوعیت‌های وارداتی که البته علیرغم برداشته شدن برخی ممنوعیت‌ها، هنوز اثری از خودروهای وارداتی نیست.

ذوالفقاری در ادامه از طرح جوانی جمعیت و طرح فرسودگی به عنوان دو عامل مهم این ناترازی یاد کرد و توضیح داد: شروطی به قرعه‌کشی خودرو تحمیل شد که سهم عموم از تولید خودرو کشور کاهش یافت. یکی از این شروط، طرح جوانی جمعیت بود که نه در کمیسیون اقتصادی و نه در کمیسیون صنعتی مورد بررسی قرار نگرفت. صرفاً شخصی در کمیسیون فرهنگی برای تشویق زوج‌های متاهل به فرزندآوری

آن را مطرح کرد. در اینجا پنجاه درصد از خودروها به این طرح و اشخاص شامل آن تعلق گرفت. شرط دیگر، طرح فرسودگی بود که ۲۰ درصد از خودروهای تولید شده به این طرح اختصاص گرفت و سهم عموم از خودروهای تولید به ۳۰۰ هزار رسید. یعنی یک پنجم نیاز کل کشور! ما اگر بخواهیم مشکل عرضه و تقاضا برطرف شود باید این ناترازی را حل کنیم.

در بازار آزاد خودرو در ایران، رقابت بین تقاضاکنندگان شکل گرفته نه بین فروشندگان. حالتی که دقیقاً عکس دیگر کشورهاست.

او در ادامه در ارتباط با قیمت‌گذاری شورای رقابت توضیح داد: گذاشتن سقف قیمت، برای تعیین مصرف‌کنندگان واقعی است که با شرایطی که در هر قرعه‌کشی اعلام می‌شود، مشخص می‌شوند.

در این حالت، فقط یک عده خاص، با حقوق شهروندی‌شان می‌توانند از کارخانه خودرو دریافت کنند. اینطور نیست که بگوییم هر کسی با هر شرایطی می‌تواند از این رانت استفاده کند.

ما تعداد خودرو محدود داریم و متقاضی زیاد، پس کسانی که ذی‌حق تر هستند باید خودرو دریافت کنند. حالا اگر زمانی برسد که عرضه زیاد شود و تقاضا کم، شروط خرید خودرو از کارخانه، کم خواهد شد.

■ در ادامه، زمانیان از شیوه و شروطی که برای انتخاب شهروندان ذی‌حق دریافت خودرو در نظر گرفته شده انتقاد کرد و گفت:

چطور باید تعیین کرد چه کسی مستحق خرید خودرو با قیمت کارخانه است؟! شروط قرعه‌کشی به نحوی است که کسی که پراید قدیمی دارد و با آن مسافرکشی می‌کند، شهروند ذی‌حق تلقی نمی‌شود اما کسی که میلیاردی است و ماشین به نامش نیست، مستحق خرید با قیمت کارخانه است!





زمانیان با انتقاد از شرایط ثبت نام و خودروهای ثبت نامی گفت: شما دنا را با قیمت ۴۰۰ میلیون عرضه می کنید. خب اگر مسئله شما برآورده شدن آرزوی خودرو داشتن مردم است، چنین شخصی می تواند با این پول یک ۲۰۶ دست دوم بخرد. اینکار شما، صرفا باعث افزایش نابرابری و عصبی کردن جامعه می باشد. در ادامه نشست، ذوالفقاری در جواب به یکی از حضار که پرسیده بود چرا وقتی سرپرست خانواده ماشین دارد، همسر او می تواند برای خودرو ثبت نام کند در حالی که خانواده دیگری خودرو ندارد و از شانس برابر با همسر کسی که ماشین دارد، در قرعه کشی برخوردار است، گفت: قطعا شرایط دقیق نیست. اصلی ترین نگاه فعلی برای تخصیص خودرو به شهروندان، این است که هر کس خودرو ندارد، نیاز به خودرو دارد. البته این مسئله در نظر گرفتن خانواده ها برای قرعه کشی مطرح شد، اما چون به آمارها دقیق نبود و به موقع نرسید، امکان اعمالش به وجود نیامد.

ذوالفقاری در جواب زمانیان گفت: مادچار قحطی خودرو سواری هستیم. تنها راهی که می شود توان خرید برای مردم کم درآمد ایجاد کرد، همین است. ولی در آن حالت بورس که شما گفتید، خودرو برای مردم می شود آرزویی مثل مسکن!

عضوهیئت علمی دانشگاه امیرکبیر، دادن حس ثروت بادآورده به برخی را نتیجه طرح های قرعه کشی خودرو تلقی کرد و گفت: رهبری نیز برای این مسئله تذکر داد. چرا باید شخصی ناگهان ماشین با نامش در بیاید و برای مثال پانصد میلیون پول به جیب بزند؟! در این حالت کسی که برنده قرعه کشی نباشد، احساس باخت و عقب ماندگی می کند!

■ عضوهیئت علمی امام صادق حرف های زمانیان را غیردقیق برشمرد و افزود: کسی احساس باخت و عقب ماندگی می کند که وقتی می داند توانایی خرید مسکن ندارد، بفهمد توانایی خرید ماشین را هم از دست داده است!





امیرحسین قلندری

پژوهشگر اندیشکده حکمرانی شریف

## برمرزدانش

### ■ تنظیم‌گران غیرسیاسی‌شده به‌عنوان منبع سیاسی‌سازی: سهمیه‌بندی داروها در انگلیس و فرانسه<sup>۱</sup>

این مقاله در ۲۱ فوریه ۲۰۲۳، در نشریه European Public Policy منتشر شده است. این مقاله اساساً یک تمرین تئوری‌سازی است که سعی در آن دارد تا با انجام یک موردکاوی، نظریه غالب درباره تفویض اختیار به آژانس‌های تنظیم‌گری رازیر سؤال برد. طرفداران تفویض اختیار<sup>۲</sup> به آژانس‌های

تنظیم‌گری مستقل، معتقدند که تأسیس این آژانس‌ها، تغییری به سمت «سیاست‌زدایی»<sup>۳</sup> است و با عایق‌بندی آنان از بدنه دولت و چرخه‌های انتخاباتی، ثبات سیاست به نحوی مطلوب محقق می‌شود. با این حال، این مقاله نشان می‌دهد که تفویض اختیار بیشتر به آژانس‌های تنظیم‌گری مستقل، در عمل می‌تواند منجر به تضادهای سیاسی بزرگ‌تر شود و در نهایت ثبات سیاست<sup>۴</sup> را تضعیف کند. مقاله با بررسی سهمیه‌بندی دارو در دو کشور انگلستان و فرانسه که چندین شرایط مشترک در حوزه سیاست‌گذاری، تنظیم‌گری،

۱. Onoda, T. (۲۰۲۳). 'Depoliticised' regulators as a source of politicisation: rationing drugs in England and France. Journal of European Public Policy, ۲۲-۱.

۲. Delegation of Powers

۳. Depoliticisation

۴. Policy





نظریات پیشینی که بر «ویژگی‌های بازار و عوامل تعیین‌کننده اقتصادی» متمرکز بودند و یا «تنظیم دستور کار و همزمانی تصمیمات آژانس با منافع صنعت» را بررسی می‌کردند. در این مقاله با پیوند دادن این چارچوب‌ها به بحث‌های دیرینه درباره چهره‌های قدرت، نشان داده شده است که چگونه تسخیر تنظیم‌گری را می‌توان با استفاده از مفاهیم «جامعه‌شناسی فرهنگی» مورد مطالعه قرار داد و آن را به عنوان سومین چهره از تسخیر تنظیم‌گری شناسایی کرد.

در این مقاله از طریق مطالعه قوم‌نگاری از متخصصان سیاست تجاری، نشان داده شده است که توسعه سیاست تجارت دیجیتال در ایالات متحده یکی از نمونه‌های تسخیر تنظیم‌گری است. در طول دهه‌ی گذشته، لابی‌گران از نفوذ فرهنگی نه تنها برای تضمین اهداف سیاستی خود بلکه برای نهادینه کردن منافع خود در قوانین تجارت داخلی و بین‌المللی استفاده کرده‌اند. در این مقاله استدلال می‌شود که تسخیر تنظیم‌گری گاهی از طریق پوششی از اجماع ظاهر می‌شود و در این اجماع، منافع و نتایج سیاست‌های جایگزین همواره مورد سرکوب

صنعت دارو و فضای سیاسی دارند، نشان می‌دهد که برخلاف آنچه نظریه تفویض اختیار انتظار داشت، علیرغم تصمیم‌گیری بسیار تفویض شده، انگلستان مسیری پر از درگیری‌های سیاسی و اجتماعی را دنبال می‌کند که سیاست‌های آن را تضعیف کرده است، در حالی که محیط فرانسوی که از نظر سیاسی کمتر عایق شده است، تداوم سیاست بیشتری را نشان می‌دهد.

### ■ سومین چهره قدرت تسخیر تنظیم‌گری<sup>۵</sup>

این مقاله، در آپریل ۲۰۲۳ و در نشریه Socio-Economic Review منتشر شده است. اصطلاح تسخیر تنظیم‌گری<sup>۶</sup> معمولاً به پدیده‌ای اشاره دارد که در آن تنظیم‌گری به جای منفعت عمومی، منافع صنایع تنظیم شده را تضمین کند. این مقاله، با پیوند دادن جامعه‌شناسی فرهنگی و چهره‌های قدرت<sup>۷</sup>، چارچوبی فرهنگی را برای تسخیر تنظیم‌گری ترسیم می‌کند. این نوع نسبتاً جدید از بررسی تسخیر تنظیم‌گری به تکمیل نظریه‌های قبلی در مورد تسخیر تنظیم‌گری می‌پردازد؛

۵ . Li, W. Y. (۲۰۲۳). Regulatory capture's third face of power. Socio-Economic Review, ۱۴۴۵-۱۴۱۷. (۲)۲۱.

۶ . Regulatory Capture

۷ . Face of Power



و تلنگرهای غیرمشورتی<sup>۱۰</sup> پرداخته و آن‌ها را با نگرش‌های عمومی نسبت به تنظیم مقررات از بالا به پایین<sup>۱۱</sup> و انتخاب آزاد (گزینه‌های آزادیخواهانه)<sup>۱۲</sup> مقایسه می‌کند. تناسب میان این ۴ نوع ابزار سیاستی به این صورت است که با حرکت از تنظیم مقررات از بالا به پایین به سمت انتخاب آزاد، آزادی افزایش یافته و پایبندی به قانون و مقررات کاهش پیدا می‌کند. این مقاله همچنین بررسی می‌کند که آیا حمایت عمومی از هر دو نوع تلنگر با درک انصاف و اثربخشی آن ابزار سیاستی مرتبط است یا خیر. نویسندگان با انجام یک آزمایش نظرسنجی از ۱۷۰۶ پاسخ‌دهنده بزرگسال بریتانیا در دو حوزه سیاستی (پس‌انداز بازنشستگی و جبران انتشار کربن برای مسافران خطوط هوایی) نتیجه‌گیری می‌کند که سطوح بالاتری از حمایت اجتماعی برای هر دو نوع تلنگر در مقایسه با تنظیم مقررات از بالا به پایین وجود دارد و حمایت از تلنگرهای بیش از اثربخشی با منصفانه بودن تلنگرها مرتبط است.

قرار می‌گیرند. در همین راستا، مقاله نشان می‌دهد که شرکت‌های فناوری ایالات متحده از طریق اجماع، رژیم‌های تولید دانش و بازتولید نهادی، سیاست

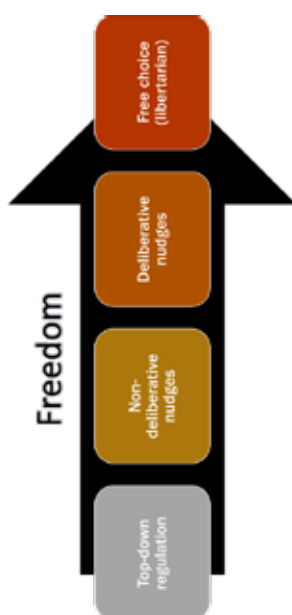


تجاری ایالات متحده را تسخیر کردند.

۱۰ . Non-Deliberative Nudges

۱۱ . Top-Down Regulation

۱۲ . Free Choice (Libertarian Options)



## ■ حمایت از تلنگرهای رفتاری در برابر ابزارهای سیاستی جایگزین و انصاف و اثربخشی درک شده آن‌ها<sup>۸</sup>

این مقاله از آخرین شماره نشریه Regulation & Governance با اشاره به بحث‌های گسترده‌ای که در سال‌های اخیر پیرامون شایستگی نسبی ابزارهای سیاستی رفتاری (تلنگرها) جهت تغییر بدون اجبار رفتار فردی مطرح شده است، به بررسی حمایت‌های اجتماعی از تلنگرهای مشورتی<sup>۹</sup>

۸ . John, P., Martin, A., & Mikoajczak, G. (۲۰۲۳). Support for behavioral nudges versus alternative policy instruments and their perceived fairness and efficacy. Regulation & Governance, ۳۶۱-۳۶۳, (۲)۱۷.

۹ . Deliberative Nudges

## دولت تنظیم‌گر امنیتی به‌عنوان یک دولت ریسک<sup>۱۳</sup>

این مقاله که در آخرین شماره نشریه Journal of European Public Policy منتشر شده است، استدلال‌های مربوط به ظهور دولت تنظیم‌گر امنیتی را در نقطه نظر وسیع‌تری از حکمرانی تنظیم‌گرانه و ادبیات دولت تنظیم‌گر قرار می‌دهد و بیان می‌کند که جدی گرفتن «دولت تنظیم‌گر امنیتی» به معنای جدی گرفتن حداقل سه مفهوم است: (الف) مفهوم دولت، (ب) دولت تنظیم‌گر و (ج) مفهوم امنیت. نویسنده مطرح می‌کند که ظهور دولت تنظیم‌گر مربوط به افول دولت مثبت<sup>۱۴</sup> یا دولت رفاه<sup>۱۵</sup> نیست، بلکه در مورد گسترش تنظیم‌گری در سطوح و حوزه‌های قضایی

است. با این توصیف، این امکان فراهم می‌شود که به دولت به شیوه‌ای چندشکلی نگریسته شود، نه به عنوان یک کنشگر منطقی واحد که یک منطق ثابت و تک‌شکلی را ابراز می‌کند، بلکه به عنوان یک نهاد تاریخی شناخته شود که لایه به لایه از ترتیبات، ابزارها، نهادها و مصالحه‌های سیاسی مختلف ساخته شده است. نویسنده همچنین استدلال کرده است که امنیت و ریسک ارتباط نزدیکی با یکدیگر دارند و قائل به برداشته شدن دیوارهای میان جامعه مطالعاتی ریسک و جامعه مطالعاتی امنیت است؛ با این اقدامات، در راستای پوشش شکاف‌های میان مطالعات حوزه امنیت و مطالعات حوزه حکمرانی تنظیم‌گرانه حرکت خواهد شد.

۱۳. Levi-Faur, D. (۲۰۲۳). The regulatory security state as a risk state. Journal of European Public Policy, ۳۰(۷), ۱۴۵۸-۱۴۷۱.

۱۴. Positive State

۱۵. Welfare State



# باتنظیم گران

اخبارتنظیم گران داخلی





محمد رضایی

پژوهشگر اندیشکده حکمرانی شریف

منصوب کرد. براساس این حکم راهبری شرکت ارتباطات زیرساخت، سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی و سایر بخشهای مرتبط با تحقیق، توسعه و امنیت ارتباطات در وزارتخانه به وی تفویض شده است.

## ■ رئیس ساترا: فروش ترافیک به جای فروش محتوا باعث ارجحیت اقتصاد بر فرهنگ شده است

رئیس ساترا در همایش ملی «رویکردهای انتقادی به فرصت ها و چالش های ارتباطات شبکه ای در فضای مجازی» گفت: امروزه شاهد هستیم افزایش مصرف اینترنت با هدف درآمدزایی از اپراتورها، انگیزه اصلی فعالیت برخی سکوها در فضای مجازی است تا جایی که رسانه ها با تولید ترافیک بیشتر، صاحب درآمد بیشتری می شوند و این امر باعث ارجحیت اقتصاد بر فرهنگ شده است.

وی با تاکید بر این نکته که انگیزه های تولیدکنندگان محتوا نیز اخیراً تغییر کرده است، گفت: تا ۱۰ سال پیش، کاربر با پرداخت هزینه، محتوای مورد نیاز خود را به صورت موردی یا در قالب خرید اشتراک خریداری می کرد اما فضای مجازی و جایگزینی فروش ترافیک به جای فروش محتوا، این معامله را برهم زده است و امروزه شاهد هستیم افزایش مصرف اینترنت با هدف درآمدزایی از اپراتورها، انگیزه اصلی فعالیت برخی سکوها در فضای مجازی است تا جایی که رسانه ها با تولید ترافیک بیشتر، صاحب درآمد بیشتری می شوند و این امر باعث ارجحیت اقتصاد بر فرهنگ شده است

## ■ محمدزاده لاجوردی را به عنوان معاون وزیر و رئیس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی منصوب شد

به گزارش روابط عمومی سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، امیر محمدزاده لاجوردی که پیش از این معاون وزیر، رئیس هیات مدیره و مدیرعامل شرکت ارتباطات زیرساخت بود، به ریاست سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی منصوب گردید. وی فارغ التحصیل دکتری و پسادکتری مهندسی کامپیوتر از دانشگاه صنعتی شریف است.



عضو موظف هیئت مدیره شرکت ارتباطات زیرساخت، نماینده ویژه وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در حوزه امنیت فاوا، رئیس کمیته شبکه ملی اطلاعات در برنامه هفتم، عضو کمیسیون عالی امنیت مرکز ملی فضای مجازی، هم بنیان گذار شرکت دانش بنیان، داوری مجلات علمی بین الملل و مسابقات بین المللی CTF از جمله سوابق محمدزاده لاجوردی است.

همچنین عیسی زارع پور، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در حکم دیگری امیر محمدزاده لاجوردی را با حفظ سمت به عنوان جانشین وزیر در امور ارتباطات



این زیست‌بوم نیست اما ساترا به جد در تلاش است تا انشاءالله توفیق داشته باشیم با رعایت آرمان‌های انقلاب، اعتقادات مردم و فرهنگ ایرانی-اسلامی بیشترین بهره‌مندی را از فضای مجازی داشته باشیم.

## ■ شورای رقابت اسنپ را محکوم کرد؛ اسنپ تکذیب کرد!

به گزارش روابط عمومی مرکز ملی رقابت، پیرو شکایت تپسی از اسنپ، شورای رقابت شرکت اسنپ را به دلیل استفاده از مالکیت هزار سیم‌کارت و ساخت حساب‌های کاربری به عنوان کاربر مسافر در سامانه شرکت تپسی و دسترسی به اطلاعات تماس حدود ۱۴ هزار راننده شرکت تپسی، به ارتکاب رویه ضد رقابتی محکوم کرده و دستور توقف رویه ضد رقابتی مذکور را صادر کرد. شورای رقابت همچنین به استرداد اضافه درآمد شرکت اسنپ از طریق مراجع قضایی ذی صلاح رای داد.

ماجرای این قرار بوده که اسنپ با خرید ۱۰۰۰ سیم‌کارت، ثبت نام در تپسی و دسترسی به شماره رانندگان تپسی، به دنبال جذب آنها بوده است.

معاون حقوقی تپسی در ارتباط با این پرونده به پیوست توضیح می‌دهد: «آذرودی ۹۸ این اتفاق افتاده است. طرح شکایت سال ۹۹ و جلسه رسیدگی به این شکایت در شورای رقابت ۲۰ اسفند سال ۱۴۰۱ برگزار شده است. در آذرودی ۹۸ حدود هزار سیم‌کارت ایرانسل به عنوان



چراکه اصل و اولویت اول شان این است که محتوایی تولید شود که مردم برای آن حجم اینترنت بیشتری خریداری و مصرف کنند و این موضوع که محتوای ارزشمندی از جهت فرهنگی تولید شود برای بسیاری از سکوها، اولویت دوم است.

رئیس سازمان تنظیم مقررات رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی خاطرنشان کرد: با تغییراتی که به واسطه فضای مجازی رخ داده، فرصت‌های بی‌شماری برای کشور به وجود آمده است که از نظر من بهره‌مندی از این فرصت‌ها نیازمند ورود جدی بخش خصوصی به فضای مجازی و انجام تنظیم‌گری از سوی حاکمیت است. اگر اجازه ورود به بخش خصوصی را در این زمینه ندهیم، فرصت‌ها تبدیل به تهدید خواهند شد، چه تهدید داخلی و چه تهدید خارجی. البته باید همواره مدنظر داشته باشیم که تنظیم‌گری کنیم آن هم تنظیم‌گری با ابعاد جامع. به این معنا که حقوق مخاطب، کسب و کارها و ذینفعان و همچنین منافع ملی باید رعایت شوند. من مخالف این نظر هستم که باید ورود بخش خصوصی را به کسب و کارهای محتوایی محدود کرد بلکه باید آن را تنظیم‌گری کرد. البته تنظیم‌گری هم دارای دشواری‌های بسیاری است چراکه برخی قوانین پایه‌ای کشور هم مبتنی بر



صوت و تصویر فراگیر با عضویت، حضور و مشارکت تمام رسانه‌های دارای مجوز از ساترا، هم‌زمان با برگزاری اولین نمایشگاه «رستا»، فعالیت خود را آغاز کرد. وی افزود: شورای راهبری مجمع رستا با امکان مشارکت همه مجوزگیرندگان از ساترا انتخاب خواهند شد و نقش ساترا در تشکیل مجمع صرفاً تسهیل‌گری است و نه تصدی‌گری.

مقیسه در ادامه تأکید کرد: سازمان تنظیم مقررات رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر با هدف تعامل هرچه بیشتر و بهتر با نهاد صنفی یاد شده، امکان عضویت نمایندگان را که از طرف شورای راهبری انتخاب می‌شوند، در شوراهای تخصصی ساترا فراهم کرده است که قطعاً اقدامی مؤثر برای تنظیم‌گری تعاملی است. این شوراها عبارت‌اند از: شورای صدور مجوز تولید، شورای صدور مجوز انتشار، شورای حمایت‌های محتوایی مانند توزیع بسته‌های محتوای سازمانی، شورای حمایت‌های دولتی مانند توزیع بودجه‌های دولتی مانند تبصره ۶ و مانند آن، شورای صندوق تسهیلات، شورای حمایت‌های اختصاصی ساترا مانند بهره‌مندی از تسهیلات مجموعه آومیک، شورای داوری و میانجی‌گری برای رفع اختلاف‌های احتمالی بین مجوزگیرندگان یا عوامل تولید، شورای رسیدگی به تخلفات، شورای تدوین مقررات، شورای تنظیم‌گری داده‌محور و فناوری، شورای تعیین صلاحیت حرفه‌ای، شورای رقابت ساترا، شورای نمایشگاه و جشنواره

مسافر در تپسی حساب کاربری ساختند و درخواست سفر ثبت می‌کردند. آنها بعد از اینکه راننده سفر را قبول می‌کرده، به شماره راننده دسترسی پیدا می‌کردند و بعد سفر را لغو می‌کردند. با توجه به رشد نرخ لغو سفرها در این دو ماه، علت این موضوع را بررسی کردیم و به این هزار سیم‌کارت رسیدیم.»

اسنپ در بیانیه‌ای اعلام کرده: اسنپ هیچ‌گونه اقدام ضد رقابتی و خلاف مقرراتی انجام نداده است و با توجه به اینکه سیم‌کارت‌ها به صورت رسمی به نام شرکت اسنپ ثبت شده‌اند، اتهام استفاده از این روش برای جذب کاربر راننده به صورت مخفیانه کاملاً نادرست است. اسنپ از سیم‌کارت‌های خریداری شده برای انجام تحقیقات بازار (رصد سرویس‌های داخلی شرکت و همچنین سایر شرکت‌ها) جهت تدوین طرح‌های تشویقی، بهبود زمان پذیرش درخواست‌ها، بهبود نرخ پذیرش درخواست‌ها و موارد مشابه استفاده می‌کند که به صورت مرسوم برای تحقیقات بازار توسط شرکت‌ها به کار گرفته می‌شود.

## ■ «رستا» نهادی صنفی با رویکرد خود تنظیم‌گری مشارکتی در حوزه صوت و تصویر فراگیر

به گزارش روابط عمومی ساترا، سعید مقیسه در باره فعالیت «رستا» گفت: مجمع رستا به عنوان نهادی صنفی با رویکرد خود تنظیم‌گری مشارکتی در حوزه



خدمات ارتباطی و فناوری اطلاعات مبتنی بر فناوری‌های نسل چهارم و بالاتر تلفن همراه به منظور رفع نیاز کاربران خود، نیازمند احداث سایت و نصب دکل جدید هستند. حال ممکن است برخی افراد نگران اثرات تشعشعی امواج رادیویی این تجهیزات باشند. به همین دلیل رگولاتوری براساس وظایف خود، در همکاری با



سایر سازمان‌های متولی در این حوزه مانند سازمان انرژی اتمی ایران، به طور مستمر تشعشعات آنتن دکل‌ها را به سه روش اندازه‌گیری می‌کند. وی در باره یکی از روش‌های اندازه‌گیری تشعشعات، به نصب سنسورهای اندازه‌گیری تجمعی شدت امواج الکترومغناطیسی در ۷۰ نقطه شهر تهران و ۱۸ نقطه شهر شیراز اشاره کرد و افزود: در حال حاضر میزان تشعشعات تجمعی در این دو شهر از طریق حسگرهای نصب شده، اندازه‌گیری می‌شود. نتایج این اندازه‌گیری‌ها برای بررسی به سازمان انرژی اتمی ایران به عنوان متولی ایمنی تشعشعی در کشور ارسال شده و در آنجا بررسی و تحلیل می‌شود که خوشبختانه تاکنون هیچ موردی مبنی بر غیراستاندارد بودن تشعشعات اعلام نشده است.

### ■ گزارش رگولاتوری ارتباطات و فناوری اطلاعات؛ رشد فیبر نوری همچنان کند پیش می‌رود

گزارش فصلی سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی از وضعیت شبکه ارتباطی کشور در زمستان

«رستا»، شورای ارزیابی و رتبه‌بندی رسانه‌ها، شورای سواد رسانه، شورای ممیزی بعد از انتشار و شورای نقشه بازار. رئیس ساترا خاطر نشان کرد: این شوراها و دیگر مجامع تصمیم‌گیری به مجمع رستا کمک خواهند کرد که یک مجمع مؤثر برای حمایت از صنف سکوه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی باشد. مجمع رستا نماینده واقعی و بدون شرط تمام سکوه‌ای دارای مجوز از ساترا است؛ در حالی که انجمن‌های صنفی متعددی که با موضوع‌های مرتبط با مأموریت ساترا تشکیل شده‌اند، تنها نماینده تعداد محدودی از سکوه‌ای فعال یا کنشگران عرصه صوت و تصویر فراگیر هستند که عضویت در آنها مستلزم پرداخت حق عضویت و پذیرش هیئت مدیره فعلی است.

مراسم انتخاب اعضای شورای راهبری مجمع رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر ایران ششم اردیبهشت با حضور رئیس و مدیران ساترا و نماینده سازمان بازرسی کل کشور و با مشارکت ۱۶۵ سکوی دارای مجوز از ساترا به صورت برخط و با حضور فیزیکی تعدادی از سکوه‌ای دارای مجوز برگزار شد.

### ■ سطح تشعشعات از استانداردهای تعیین شده پایین‌تر است

مدیرکل دفتر نظارت بر طیف رگولاتوری اعلام کرد: نتایج اندازه‌گیری تشعشعات پرتوهای رادیویی در سال ۱۴۰۱ نشان می‌دهد، تاکنون هیچ موردی از غیراستاندارد بودن حدود پرتوگیری آنتن‌های فعال مخابراتی در سطح کشور وجود نداشته و سطوح اندازه‌گیری از استانداردهای تعیین شده تشعشعات، پایین‌تر است.

به گزارش روابط عمومی سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، عظیم فردگفت: اپراتورها برای آرایه



است و روند توسعه کند خود را پشت سر می گذارد. سهم مشترکان پهنای باند ثابت براساس تکنولوژی فیبرنوری (FTHH) تنها ۲ درصد است و بیشترین سهم متعلق به تکنولوژی X-DSL ۷۷ درصد است. این در حالیست که وزیر ارتباطات، عیسی زارع پور، از ابتدای دوره وزارت خود بر ایجاد پوشش ۲۰ میلیونی فیبرنوری اصرار داشت اما در گزارش رگولاتوری اعلام شده است که تعداد خطوط فیبرنوری در کشور تقریباً به ۲۳۵ هزار مشترک رسیده که نسبت به سال گذشته، رشدی ۴۰ هزار تایی را تجربه کرده است. در ادامه همچنین به سهم بازار اپراتورهای تلفن همراه پرداخته شده است. همراه اول ۵۳ درصد، ایرانسل ۴۳ درصد و رایتل تنها ۴ درصد از سهم بازار را به خود اختصاص داده است. سهم بازار اپراتورها از پیامک هم نشان می دهد ۸۰ درصد این بازار دست همراه اولی ها، ۱۷ درصد ایرانسل و تنها سه درصد متعلق به رایتلی ها است. گویا همراه اولی ها پرچمداران بازار پیام سنتی موبایلی یعنی پیامک هم هستند. در این گزارش هم مانند گزارش پاییز ۱۴۰۱ رگولاتوری بخش شاخص های کیفیت شبکه زیرساخت در ارائه اینترنت حذف شده است.

سال ۱۴۰۱ نشان می دهد تعداد خطوط فیبرنوری در کشور به ۲۳۴ هزار و ۹۴۹ مشترک رسیده که نسبت به سال گذشته، تنها ۴۰ هزار عدد رشد کرده است و این میزان رشد در مقابل وعده ۲۰ میلیون فیبرنوری، همچنان کند و نا کافی به نظر می رسد. در این گزارش، شاخص های بخش ارتباطات و فناوری اطلاعات منتشر شد و گزارش رگولاتوری از شاخص های آماری بخش ارتباطات و فناوری در زمستان ۱۴۰۱ نشان می دهد ضریب نفوذ تلفن همراه نسبت به زمستان ۱۴۰۰، ۵۸۴ درصد افزایش یافته است و ضریب نفوذ پهن باند ثابت نسبت به سال گذشته در صدر رشد منفی را تجربه کرده است. همچنین در این گزارش آمده است سرعت انتقال داده مشترکان نسل چهارم روی اپراتورهای همراه اول و ایرانسل نسبت به پاییز ۱۴۰۱ کاهش یافته و تنها متوسط سرعت اینترنت رایتل حدود ۳۰ درصد رشد را تجربه کرده. در ادامه این گزارش به سهم بازار مشترکان پهنای باند ثابت به تفکیک تکنولوژی هم اشاره شده است که نشان می دهد که پروژه توسعه فیبرنوری با گذشت نزدیک به دو سال همچنان به رشد کافی دست نیافته



## ■ هشدار رگولاتوری: اپراتورها یک هفته فرصت دارند تعرفه پیامک تجاری را اصلاح کنند

امیرلاجوردی، رئیس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی در یکی از پیام‌رسان‌های داخلی عنوان کرد: افزایش ۲ برابری تعرفه پیامک‌های تجاری توسط برخی از اپراتورهای همراه که در نهایت از جیب مردم هزینه خواهد شد به هیچ وجه قابل قبول نیست و اپراتورها یک هفته فرصت دارند تعرفه را اصلاح کنند در غیر این صورت کمیسیون تنظیم مقررات و سازمان تنظیم‌وارد عمل خواهند شد.

سرویس‌های پیامکی تجاری، پیامک‌هایی بامضمون افزایش صد درصدی نرخ پیامک، به مشتریان شان ارسال و اعلام کردند که این اقدام طبق ابلاغ اپراتورها و به دنبال افزایش سراسری هزینه پیامک در سال جدید اتفاق افتاده است. این سرویس‌های پیامکی اعلام کردند که ناچار به افزایش تعرفه ارسال پیامک تجاری از ابتدای اردیبهشت سال ۱۴۰۲ هستند.

**امیرلاجوردی** @lajevardi  
افزایش دوبرابری تعرفه‌ی پیامک‌های تجاری توسط برخی از اپراتورهای همراه که در نهایت از جیب مردم هزینه خواهد شد به هیچ وجه قابل قبول نیست. اپراتورها یک هفته فرصت دارند تعرفه را اصلاح کنند در غیر این صورت کمیسیون تنظیم مقررات و سازمان تنظیم‌وارد عمل خواهند شد.

در نهایت روابط عمومی مرکز توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی اعلام کرد: در جلسه کارگروه مشترک وزارتخانه‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی و ارتباطات و فناوری اطلاعات مقرر شد که هزینه خدمات ارسال پیامک انبوه با تعرفه سال ۱۴۰۱ محاسبه شود.

وی افزود: مقرر شد در خصوص تعرفه‌های ارسال پیامک انبوه در سال ۱۴۰۲، جلسه‌ای با حضور نمایندگان مرکز توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی، سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، اپراتورها و شرکت‌های ارسال‌کننده پیامک انبوه برگزار شود.

## ■ بیانیه چهارم شورای رقابت؛ افزایش قیمت خودرو، کمک به رشد تولید و منافع مصرف‌کنندگان

روابط عمومی مرکز ملی رقابت بیانیه شماره چهارم شورای رقابت در خصوص بازار خودرو را منتشر کرد. در این بیانیه آمده است:

بازار خودرو از عوامل متعدد اقتصادی سیاسی از جمله تحریم، نوسانات ارز، تورم داخل کشور و برخی قوانین مانند قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت، قانون ساماندهی بازار خودرو، قانون بودجه سالیانه و... اثر می‌پذیرد و بر بخش‌های دیگر اقتصاد کشور از جمله صنایع پایین دستی همچون قطعه‌سازی، صنایع پتروشیمی و معادن و نیز اشتغال در این زنجیره اثرگذار است. در تنظیم‌گری این بازار باید سعی شود تمام ملاحظات مزبور لحاظ گردد. اما در این مسیر چالش‌های متعددی وجود دارد از جمله:

الف- در سمت تقاضا: شرایط تورمی کشور باعث شده مردم جهت حفظ ارزش دارایی‌های خود، تمایل زیادی به تبدیل وجوه نقد خود به کالاهای بادوام از جمله خودرو داشته باشند که این موضوع ورود واسطه‌گران به این بازار و افزایش بیشتر شکاف عرضه و تقاضا و برهم زدن نظم تقاضای مصرفی خودرو را در پی داشته است. کم‌اینکه بررسی‌ها نشان می‌دهد سطح تقاضای واقعی خودرو در کشور بالاتر از کل ظرفیت تولید خودرو اعم از تولید داخل و مونتاژ است. از سوی دیگر، با قانون جوانی جمعیت که ۵۰ درصد خودروها را به متقاضیان خاص اختصاص داده و از دسترس عموم متقاضیان خارج نموده، شکاف بین عرضه و تقاضا بیشتر شده است. در چنین شرایطی و برای جلوگیری از جهش زیاد قیمت و تضییع حقوق مصرف‌کنندگان واقعی، بالا جبار باید سیاست وضع سقف قیمت اتخاذ شود. البته ضرورت دارد که تا حد امکان از سوءاستفاده واسطه‌گران



افزایش بهره‌وری و کیفیت نیز نیازمند هزینه‌های تحقیق و توسعه بوده است که در این مدت، این امر هم مغفول مانده است. شایان ذکر است که طی سال‌های اخیر، خودروسازان هزینه تعمیرات و یا به روزرسانی تجهیزات را نداشته‌اند که همین زیرساخت‌های نامناسب و فرسوده و قدیمی می‌تواند در سال‌های آتی خود عامل کاهش تولید یا کاهش کیفیت محصولات آنها شود و از این طریق مشکل ناترازی بازار خودرو تشدید خواهد شد. به همین جهت به روزرسانی قیمت خودرو متناسب با هزینه تولید آن ضرورتی انکارناپذیر است.

ج- در موضوع قیمت: ملاک محاسبه قیمت در دستورالعمل مزبور، ضوابط قیمت‌گذاری مصوب هیأت تعیین و تثبیت قیمت‌ها است که توسط سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان محاسبه شده است. این ضابطه اولاً بر اساس هزینه‌های تحقق یافته تولیدکنندگان است و ثانیاً در خصوص برخی هزینه‌ها مانند هزینه‌های مالی و اداری و فروش و عمومی، درصدی از آنها مورد تأیید و محاسبه قرار می‌گیرند بنابراین در محاسبه قیمت‌ها بر اساس ضوابط مذکور سعی شده تا احتمال هزینه‌های اضافی یا نامربوط تا

در این شرایط جلوگیری شود که این کار از دو طریق انجام می‌شود: اول اینکه واقعی شدن قیمت خودرو بر اساس بهای تمام شده آن، مقداری از سود انتظاری خرید خودرو از کارخانه و انگیزه حضور واسطه‌گران را می‌کاهد؛ دوم اینکه وضع شرایطی برای متقاضیان که اطمینان نسبی در خصوص رسیدن خودرو به دست مصرف‌کننده واقعی را حاصل کند، حضور واسطه‌گران را محدود خواهد کرد. این موضوعات همگی در دستورالعمل مذکور مورد توجه قرار گرفت.

ب- در سمت عرضه: با توجه به این که قیمت در ب کارخانه دو شرکت ایران خودرو و سایپا یک سال و نیم تغییر نداشته و آخرین بار در پاییز سال ۱۴۰۰ و بر اساس تورم بخشی ۶ ماه نخست سال ۱۴۰۰ محاسبه و به روزرسانی شده است. این دو شرکت طی این مدت علیرغم زیان، همچنان سعی بر افزایش تولید داشته‌اند که با توجه به عدم پوشش کامل هزینه‌های تولید ایشان، افزایش تولید به زیان بیشتر آنان منتج شده است. این امر از یک بعد منجر به زیان سهامداران شرکت‌های خودروساز و در بعد دیگر، اثر منفی بر بازار سرمایه داشته است. همچنین، انگیزه خودروساز برای افزایش تولید، کاهش یافته است ضمن اینکه جهت

خودروسازان رصد و پایش و در برخی موارد مشاهده شد هنوز قیمت‌های قبلی در سایت‌ها وجود دارد. در نهایت پس از مکاتبه با این شرکت‌ها و همچنین گفت‌وگوهای تلفنی، امروز جلسه اتمام حجت با آنها تشکیل شد.

فرهیدزاده گفت: در این مدت نسبت به جمع‌آوری اسناد و مدارک لازم اقدام کردیم، همچنین در برخی موارد ابهاماتی وجود داشت که از شورای رقابت استعلام کردیم؛ به محض جمع‌آوری این ادله و همچنین دریافت جواب استعلامات، اقدامات تعزیری را بر اساس همان قیمت‌های اعلامی انجام خواهیم داد.

وی بیان داشت: مبنای اساس ۱۰۰ درصد همان قیمت‌های شورای رقابت است و بر اساس همان شرکت‌های خودروساز باید تمکین و تبعیت کنند.



سازمان حمایت از تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان کشور

رئیس سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان همچنین در پاسخ به پرونده تخلف ۱۴ هزار میلیارد تومانی یکی از خودروسازان، اظهار داشت: این تخلف ۱۴ هزار میلیارد تومان نبود بلکه ۹۰۰ میلیارد تومان بود، خودروساز مذکور به رای صادره اعتراض و تقاضای تجدید نظر کرد، در این زمینه مستنداتی نیز به شعبه رسیدگی کننده ارسال شد، ما نیز در حال بررسی موارد هستیم تا آنچه قرین عدالت است اجرایی شود.

وی گفت: مشتریان این خودروسازان، چنانچه مشکلی در زمینه قیمت‌های پرداختی خود داشته و قراردادهایشان قابل رصد باشد، می‌توانند به سازمان حمایت، سازمان‌های صمت استانی، مراجع حل اختلاف و کمیته‌های منطقه‌ای در این زمینه مراجعه کنند تا بررسی موارد، احقاق حق انجام شود.

حداکثر کاهش یابد و قیمت واقعی استخراج شود. در کنار این موضوع شایان ذکر است که نرخ تورم طی مدت مزبور (یک سال و نیم) رقم قابل ملاحظه‌ای است که چشم‌پوشی از آن باعث وارد آمدن زیان غیرقابل جبران به خودروسازان می‌گردد.

قیمت‌های پیشنهاد شده از سوی سازمان حمایت برای دو شرکت ایران خودرو و سایپا، بر اساس صورت‌های مالی شش ماهه اول سال ۱۴۰۱ این دو شرکت بوده است. این در حالی است که اگر صورت‌های مالی کل سال ۱۴۰۱ مبنای محاسبه قرار می‌گرفت قاعدتاً باید این ارقام بیشتر می‌شد اما به دلیل اینکه فرایند حسابرسی صورت‌های مالی شش ماهه دوم سال ۱۴۰۱ هنوز کامل نشده، امکان لحاظ آن وجود نداشته است. در هر صورت رشد قیمت‌های پیشنهادی سازمان حمایت از نرخ تورم در دوره مذکور بالاتر نبوده است.

## ■ سازمان حمایت: خودروسازان مونتاژی موظف به تمکین از نرخ‌های مصوب شورای رقابت هستند

حسین فرهیدزاده در یک برنامه خبری، با تأکید بر ضرورت اجرای مصوبه شورای رقابت در خصوص قیمت خودروهای مونتاژی، اظهار داشت: خودروسازان مونتاژی باید از قیمت‌های جدید مصوب شورای رقابت تمکین کنند و در غیر این صورت با آنها برخورد تعزیری را خواهد شد.

رئیس سازمان حمایت تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان افزود: این مهم طی جلسه‌ای با حضور معاون صنایع حمل و نقل و وزارت صمت، نمایندگان سازمان حمایت و همچنین خودروسازان خصوصی به خودروسازها اعلام و تأکید شد در صورتی که از قیمت‌های مذکور سرپیچی کنند با برخورد تعزیری مواجه خواهند شد. وی بیان داشت: در روزهای گذشته سایت‌های این

## ■ ۷۰ شرکت متقاضی راه‌اندازی تاکسی اینترنتی / ورود شورای رقابت به تعرفه‌ها

سخنگوی شورای رقابت گفت: در مورد تعرفه‌های تاکسی اینترنتی، مسائل در حال بررسی است، اگر نتایج به این شکل باشد که بازار نیاز به تنظیم‌گری مناسب دارد، دستورالعمل قیمت‌رامشخص می‌کنیم و در اختیار نهادهای مختلف مانند شهرداری ه‌امی گذاریم

اسماعیل شجاعی، سخنگوی شورای رقابت در برنامه تهران ۲۰ اظهار داشت: با توجه به اینکه این بازار تاکسی اینترنتی جانشینی‌های مناسب خودش و تعرفه‌های خودش داشته است (به شکلی که پورسانت‌ها و تعرفه‌های پرداخت تنظیم‌کرایه متناسب با شرایط بازار مثلاً ایام تعطیلی لحاظ می‌شد)، شورای رقابت تا به حال



در این مسئله ورود نکرده بود، اما اکنون در حال مطالعه بازار هستیم و شکایتی که شرکت تپسی از اسنپ داشت را بررسی کردیم.

سخنگوی شورای رقابت بیان کرد: اما در مورد تعرفه‌ها مسائل در حال بررسی است؛ اگر نتایج به این شکل باشد که بازار نیاز به تنظیم‌گری مناسب دارد، دستورالعمل قیمت‌رامشخص می‌کنیم و در اختیار نهادهای مختلف مانند شهرداری ه‌امی گذاریم و شوراموظف به مشخص کردن چارچوب ه‌امی شود. در واقع اطلاعات و داده‌ها را نهاده‌ها مطرح می‌کنند و در نهایت ممکن است ما به این نتیجه برساند که از نظر قیمت‌گذاری به بازار تاکسی اینترنتی ورود کنیم.

وی با بیان اینکه تاکنون نه از سمت راننده و نه مسافران شکایتی از این شرکت ه‌انداشتیم، اظهار کرد: البته گاهی مطالب انتقادی در رسانه‌ها مطرح می‌شود، مثل اینکه تاکسی‌های اینترنتی گزینه‌ای تحت عنوان «عجله دارم» را در سامانه طراحی کردند و به واسطه آن نرخ را بالاتر می‌برند و ممکن است در حق مسافر اجحاف بشود.

شجاعی با تاکید بر اینکه شورای رقابت به عنوان تنظیم‌گر کلان این موضوع را بررسی می‌کند و برای بررسی و ورود نیاز به شکایت ندارد، عنوان کرد: تصمیمات شورای رقابت قطعی است و بی‌جهت اعلام نظر نمی‌کند. این تصمیمات در کار گروه تخصصی بازار بررسی می‌شود و در صورت نیاز شورا ورود می‌کند، اگر کسی شکایتی دارد می‌تواند در سامانه شورای رقابت شکایتش را ثبت کند.

وی با بیان اینکه اعلام نظر نهایی درباره شکایت شرکت تپسی از اسنپ کمی طول می‌کشد، گفت: ظرف دو ماه آینده نظر نهایی اعلام خواهد شد. سال گذشته ۲۳ میلیون سفر انجام شده است که حدود ۷ میلیون سهم سفرهای اینترنتی بوده است، این بازار ۷۰ متقاضی دیگر نیز دارد، در نهایت شورا اگر احساس کند بازاری دچار انحطاط شده ورود خواهد کرد.



# تنظیم‌گری دور دنیای



محمد رضایی

پژوهشگر اندیشکده حکمرانی شریف

به گزارش رویترز، سازمان مدیریت فضای سایبری چین (CAC) در بیانیه‌ای اعلام کرده که در حد فاصل ۱۰ مارس تا ۲۲ مه حدود ۶۷ هزار اکانت رادر شبکه‌های اجتماعی بسته و صدها هزار پست را حذف کرده است. این اقدامات ظاهراً بخشی از کمپین بزرگ تریاکسازی فضای مجازی در این کشور است. پکن از سال ۲۰۲۱ میلارد ها اکانت شبکه‌های اجتماعی را هدف قرار داده بود تا اینترنت این کشور را پاکسازی و شرایط کنترل محتواها را آسان‌تر کند. این اقدام جدید اکانت‌هایی را هدف قرار

## ■ چین در راستای کنترل شبکه‌های اجتماعی، ۱/۴ میلیون پست و ۶۷ هزار اکانت را حذف کرد

رگولاتور فضای سایبری چین می‌گوید پس از یک تحقیقات دوماهه در باره نشر اطلاعات گمراه‌کننده، سودجویی‌های غیرقانونی و جعل هویت مسئولان دولتی و چندین مشکل برجسته دیگر، دست به حذف ۱,۴ میلیون پست در شبکه‌های اجتماعی زده است.

## ■ رهبران گروه هفت خواستار قانون‌گذاری برای کنترل هوش مصنوعی شدند

رهبران گروه هفت یا G7 که شامل کانادا، فرانسه، آلمان، ایتالیا، بریتانیا، ژاپن و آمریکا (به اضافه اتحادیه اروپا) می‌شوند، نگرانی‌های خود را درباره پیشرفت‌های فناوری هوش مصنوعی اعلام کردند و از تدوین قوانینی به منظور کنترل این فناوری و ابزارهای آن تا پایان سال جاری میلادی خبر دادند.

به گزارش رویترز، رهبران گروه هفت در اجلاس اخیر خود در هیروشیما ژاپن خواستار تدوین و پیاده‌سازی استانداردهای فنی برای کنترل فناوری هوش مصنوعی به عنوان یک فناوری قابل اطمینان شدند. آن‌ها اذعان کردند که قانون‌گذاری در این حوزه همپا با سرعت رشد این فناوری پیش نرفته است. آن‌ها در بیانیه‌ای اعلام کردند که اگرچه رویکردها برای دستیابی به هدفی مشترک در زمینه خلق ابزارهای هوش مصنوعی قابل اطمینان ممکن است متفاوت باشد، اما قوانین مربوطه باید با ارزش‌های دموکراتیکی هم‌راستا باشد که این کشورها همگی به آن‌ها اعتقاد دارند.

رهبران G7 گفتند باید در کمترین زمان ممکن فرصت‌ها و چالش‌های هوش مصنوعی مولد را بشناسند. این فناوری از زمان عرضه عمومی چت بات ChatGPT توسط شرکت OpenAI مورد توجه قرار گرفته است. مدیرعامل این شرکت هفته گذشته به مجلس

داده است که در شبکه‌های اجتماعی معروف از جمله وی‌چت، وی‌بو و Douyin وجود داشتند. دولت چین به این اکانت‌ها «خود رسانه» می‌گوید؛ چون در گروه‌های رسانه‌های مورد تأیید دولت نیستند اما به نشر اخبار می‌پردازند.



از میان ۶۷ هزار اکانتی که برای همیشه بسته شده‌اند، تقریباً ۸ هزار اکانت با اتهام نشر اخبار جعلی، شایعات و اطلاعات آسیب‌زننده روبه‌رو بودند. حدود ۹۳۰ هزار اکانت دیگر نیز با مجازات‌های سبک‌تر از جمله پاک شدن تمام دنبال‌کنندگان یا لغو قابلیت‌های درآمدزایی مواجه شدند. در یک کمپین جداگانه، CAC اخیراً بیش از ۱۰۰ هزار اکانت را برای مقابله با گسترش اخبار دروغین به اتهام جعل هویت رسانه‌ها مسدود کرده بود. این سازمان در بیانیه جدید خود می‌گوید در کمپین اخیر آن‌ها با حدود ۱۳ هزار اکانت نظامی جعلی هم برخورد شده است.

CAC می‌گوید این سازمان به صورت فعالانه با همکاری سازمان‌های امنیت عمومی، ناظران بازار و دیگر بخش‌های دولت کمپین خود را برگزار کرده و به مقابله با خودرسانه‌ها پرداخته است. این رگولاتور همچنین از شهروندان چینی خواسته تا داوطلبانه به آن‌ها در شناسایی و مسدودسازی این رسانه‌ها و اکانت‌های جعلی کمک کنند.





سنای آمریکا رفت و خواستار قانون‌گذاری پیرامون این فناوری شد. رهبران گروه هفت ضمن اذعان به تفاوت‌هایی که احتمالاً در زمینه قانون‌گذاری درباره هوش مصنوعی وجود خواهد داشت، بایکدیگر توافق کردند تا یک انجمن وزارتی موسوم به «جریان هوش مصنوعی هیروشیما» را تشکیل دهند و تاپیش از اتمام سال جاری میلادی درباره موضوعات مختلف مربوط به AI مولد از جمله کپی‌رایت و نشر اطلاعات غلط گفت‌وگو کنند.

آن‌ها از سازمان‌های بین‌المللی نظیر «سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی» هم خواستند تا به تحلیل پیرامون اثر قانون‌گذاری در این حوزه بپردازد. این گروه همچنین اعلام کرده است که در زمینه قانون‌گذاری با شرکت‌های فناوری همکاری خواهد کرد تا بستر رشد و پیاده‌سازی نوآوری‌های مسئولانه را فراهم آورد.

## ■ اتحادیه اروپا متا را نقره‌داغ کرد؛ جریمه تاریخی ۱/۳ میلیارد دلاری به‌خاطر نقض حریم خصوصی

اتحادیه اروپا جریمه‌ای رکوردشکن به مبلغ ۱,۲ میلیارد یورو (۱,۳ میلیارد دلار) را برای متا در نظر گرفته است. مقامات این اتحادیه پس از تحقیقات طولانی دریافته‌اند که شبکه اجتماعی فیسبوک با انتقال داده‌های شهروندان اروپا به سرورهای آمریکا مرتکب نقض قوانین کلیدی حریم خصوصی دیجیتال (GDPR) شده است.

کمیسیون حفاظت از داده‌های ایرلند (DPC) که این حکم‌رأ صادر کرده، می‌گوید انتقال اطلاعات شهروندان اروپا به آمریکا، این داده‌ها را در معرض خطر نقض حریم خصوصی قرار داده است. DPC ادعا می‌کند که چهارچوب‌های حقوقی فعلی برای انتقال داده‌ها به آمریکا متضمن حفظ حقوق و آزادی‌های کاربران

اروپایی فیسبوک نیست و GDPR راز پیرامی‌گذارد. این اتحادیه حالا از متا خواسته است که انتقال اطلاعات به ایالات متحده را متوقف کند. منتها این حکم نقایصی هم دارد که به نفع این غول دنیای فناوری است. در وهله اول، این حکم صرفاً برای داده‌های کاربران فیسبوک صدق می‌کند و به داده‌های کاربران اینستاگرام و واتس‌آپ اشاره‌ای ندارد. در وهله دوم، اروپا به متا پنج ماه مهلت داده است تا انتقال داده‌های آینده را متوقف کند و آن‌ها شش ماه زمان خواهند داشت تا از نگهداری داده‌های کاربران اروپایی در آمریکا دست بردارند.

متا در پستی در وبلاگ خود این جریمه را غیرموجه و غیرضروری توصیف کرده است. این شرکت ادعا می‌کند که آن‌ها صرفاً یکی از هزاران شرکتی هستند که به انتقال داده مشغولند. در بیانیه متا آمده است: «ما به دنبال تجدید نظر در این تصمیم هستیم و با توجه به آسیب‌هایی که این احکام می‌توانند بر میلیون‌ها کاربر روزانه فیسبوک داشته باشند، بلافاصله به سراغ دادگاه‌هایی خواهیم رفت که بتوانند این ضرب‌الاجل‌ها را متوقف کنند.»



تحت لوای «مرجع امور مالی» (F C A) بریتانیا قرار بگیرد که در حال حاضر مسئولیت کسب اطمینان از اجرای قوانین ضد پولشویی در شرکت‌های مالی را بر عهده دارد. با این حال، کمیته خزانه‌داری می‌گوید حتی قرارداد این معاملات در حوزه وظایف FCA این تصور را در ذهن مردم ایجاد می‌کند که این بازار امن است و شاید از پول‌های آن‌ها محافظت شود.

### ■ ChatGPT این بار به دلیل نقض احتمالی قوانین داده‌ها زیر ذره‌بین اسپانیا قرار گرفت

چت بات ChatGPT علاوه بر قابلیت‌های فوق‌العاده‌ای که به کاربران خود ارائه می‌کند، نگرانی‌هایی را نیز به همراه داشته است و همین موضوع باعث شده تا مقامات کشورهای مختلف آن را مورد بررسی قرار دهند. اکنون نیز گفته شده است که اسپانیا تحقیقات خود در مورد ChatGPT را آغاز کرده است. هم‌زمان با این موضوع، اتحادیه اروپا کارگروهی را برای ارتقای همکاری اروپا در این زمینه راه‌اندازی کرده است.

به گزارش یورونیوز، آژانس حفاظت از داده‌های اسپانیا (A E P D) اعلام کرد که تحقیقاتی را درباره شرکت آمریکایی OpenAI، خالق چت بات هوش مصنوعی ChatGPT، «به دلیل نقض احتمالی مقررات» مربوط به حفاظت از داده‌ها آغاز کرده است.



### ■ کمیته خزانه‌داری پارلمان بریتانیا: معاملات رمزارز باید مانند قمار قانون‌گذاری شوند

رئیس کمیته خزانه‌داری پارلمان بریتانیا می‌گوید مسئولان این کشور باید معامله رمزارزها را نه به عنوان یک سرویس مالی، بلکه به عنوان شکلی از قمار قانون‌گذاری کنند. آن‌ها می‌گویند مردم باید بدانند که با سرمایه‌گذاری روی این دارایی‌ها ممکن است تمام سرمایه خود را از دست بدهند.

به گزارش گاردین، «هریت بالدوین»، رئیس کمیته خزانه‌داری و نماینده حزب محافظه‌کار پارلمان بریتانیا، می‌گوید دولت این کشور دیگر نباید بودجه‌ای را که از مالیات شهروندان به دست آمده است، صرف تبلیغ فناوری‌های نوآورانه‌ای مثل توکن‌های دیجیتال کند؛ حداقل باید مزایای این فناوری‌ها برای مردم مشخص شده باشد. بالدوین می‌گوید معامله و سرمایه‌گذاری در ارزهای دیجیتال، درست مثل قمار، می‌تواند اعتیادآور باشد. اگرچه فناوری زیرساختی بلاکچین می‌تواند به کمک صنعت خدمات مالی بیاید، ولی سرمایه‌گذاری روی قیمت‌های پرنوسان دارایی‌های بی‌پشتوانه از جمله بیت‌کوین می‌تواند به از دست رفتن پول‌های مصرف‌کنندگان منجر شود. بریتانیایی‌ها انتظار دارند که معامله رمزارزها در نهایت



جدید Giphy، شرکت شاتراستاک (Shutterstock) است و آن را با قیمت ۵۳ میلیون دلار از متامی خرید؛ در حالی که متا در سال ۲۰۲۰، ۴۰۰ میلیون دلار برای Giphy هزینه کرده بود.

متا (که البته در آن زمان فیسبوک بود) Giphy را در سال ۲۰۲۰ خرید تا بتواند مجموعه GIF های خود را در پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام تولید کند. در آن زمان، Axios گزارش کرده بود که ارزش این معامله حدود ۴۰۰ میلیون دلار است و گاردین این میزان را ۳۱۵ میلیون دلار اعلام کرده بود. در هر دو صورت، برچسب قیمت ۵۳ میلیون دلاری برای شاتراستاک یک سود قابل توجه و یک ضرر فوق‌العاده عظیم برای متا محسوب می‌شود.

درست پس از خرید Giphy توسط متا، سازمان رقابت و بازار بریتانیا (CMA) تحقیقات خود را برای تعیین اینکه آیا این معامله به رقابت در بازار صدمه می‌زند یا خیر، آغاز کرد و متا را به دلیل عدم دریافت تأییدیه از سوی رگولاتورها، ۶۹،۶ میلیون دلار جریمه کرد. یک سال بعد نیز به متا دستور داد تا این پلتفرم را به دلیل تأثیر نا عادلانه‌اش بر بازار، بفروشد.

تصمیم اسپانیا برای تحقیق در مورد Chat GPT در حالی آغاز شده است که ایتالیا چند هفته قبل استفاده از Chat GPT را به دلیل نگرانی‌های مربوط به حریم خصوصی کاربران آن ممنوع کرد. آلمان نیز تحقیقات مشابهی را در مورد OpenAI انجام می‌دهد. پس از تصمیم ایتالیا، OpenAI به AFP گفته بود که «نگران حفاظت از داده‌ها» است و عملکرد آن با مقررات لازم در اتحادیه اروپا مطابقت دارد. همچنین ناظر حفاظت از داده‌های ایتالیا اخیراً اعلام کرد فرصتی برای رفع مسدودیت Chat GPT وجود دارد و الزاماتی را به OpenAI ارائه کرد که باید تا ۳۰ آوریل آن‌ها را انجام دهد تا ممنوعیت این چت بات هوش مصنوعی لغو شود.

### ■ متا پس از دستور سازمان رقابت و بازار بریتانیا، Giphy را با ضرر صدها میلیون دلاری به شاتراستاک می‌فروشد

بریتانیا در پایان سال ۲۰۲۱ به متا دستور داد تا Giphy را بفروشد و اکنون غول شبکه‌های اجتماعی مجبور شده است این پلتفرم را با ضرر به فروش برساند. خریدار





## ■ مدیرعامل OpenAI در کنگره با هشدار درباره خطرات هوش مصنوعی، خواستار قانون‌گذاری در این حوزه شد

مدیرعامل OpenAI، سازنده چت بات ChatGPT، به همراه مدیر بخش حریم خصوصی IBM و یک محقق هوش مصنوعی به کنگره آمریکا رفتند تا درباره خطرات هوش مصنوعی و نیاز به قانون‌گذاری در این حوزه با سناتورهای ایالات متحده حرف بزنند. در مجموع به نظر می‌رسد که طرفین خواستار ایجاد مقرراتی تازه برای کنترل این فناوری هستند.

در جلسه کنگره، سناتور «ریچارد بلومنتال» که ریاست این استماع را بر عهده داشت، جلسه را با ویدیویی آغاز کرد که با استفاده از مدل‌های هوش مصنوعی از خود او ساخته شده بود. در ادامه، «سم آلتمن»، مدیرعامل OpenAI، در بیانیه آغازین خود گفت: «معتقدیم مزایای ابزارهایی که تاکنون پیاده‌سازی کرده‌ایم، بسیار بیشتر از معایب آن است؛ اما فکر می‌کنیم که مداخله قانونی از سوی دولت برای

کاهش ریسک‌های فزاینده این مدل‌های قدرتمند حیاتی خواهد بود.»

ایجاد نهادی تازه برای کنترل صنعت هوش مصنوعی یکی از مهم‌ترین ایده‌های مطرح شده در این جلسه بود. آلتمن پیشنهاد داد که این نهاد اختیارات مختلفی داشته باشد و به شرکت‌ها برای فعالیت و عرضه محصولات مختلف مجوز دهد یا مجوز آن‌ها را باطل کند. او با ابراز نگرانی درباره وضعیت فعلی گفت: «[صنعت هوش مصنوعی] می‌تواند آسیب‌های بزرگی به جهان وارد کند.»

«گری مارکوس» که به عنوان محقق هوش مصنوعی از دانشگاه نیویورک در این جلسه حضور داشت، گفت دولت می‌تواند نهادی شبیه به سازمان غذا و دارو (FDA) ایجاد کند تا با بررسی سطح ایمنی محصولات هوش مصنوعی، پیش از عرضه آن‌ها تصمیم بگیرد که یک محصول می‌تواند در دسترس عموم قرار بگیرد یا خیر.

# شبکه‌تنظیم‌گری

معرفی و اخبار شبکه‌های تنظیم‌گری بین‌المللی





یادداشت کوتاه

## مقدمه‌ای بر

## معنای شبکه تنظیم‌گران،

## لزوم و کارکردهای آن



سیدمحمد رضا دادگستر

پژوهشگر اندیشکده حکمرانی شریف

که شبکه، انجمن، مجمع یا شورای تنظیم‌گری خوانده می‌شود تشکیل می‌دهند تا بتوانند از ظرفیت همکاری با یکدیگر استفاده کنند، بر چالش‌های مشترک غلبه یابند، زیرساخت‌های لازم برای فن تنظیم‌گری را تأمین کنند و از اختلافات بین یکدیگر کم کنند. همچنین بهره‌گیری از شبکه‌های تنظیم‌گری به تنظیم‌گرها کمک می‌کند تا تسهیل‌گر پیشرفت بخش تنظیم شوند باشند. سازمان‌های تنظیم‌گر می‌توانند با اتکا به شبکه‌های تنظیم‌گری، دانش و تجربه خود را فعالیت در فضای تنظیم‌گری رابه یکدیگر انتقال دهند و با عمل هماهنگ، نوعی فضای رقابتی مثبت پدید آورند که مهم‌ترین ارزش حاکم بر آن، دفاع از مفهوم تنظیم‌گری باشد. در تجربیات شکست خورده تنظیم‌گری بارها می‌توان به وضوح مشاهده کرد که دیگر بازیگران نظیر دولت‌ها یا شرکت‌های بخش خصوصی، از کنش ناهمگون و غیرهماهنگ تنظیم‌گرها استفاده می‌کنند تا دامنه اختیارات تنظیم‌گرها در عمل را کاهش دهند و مقررات وضع شده توسط آن‌ها را دور بزنند. فعال‌سازی شبکه‌های تنظیم‌گری می‌تواند راهی برای جلوگیری از این قبیل شکست‌های تنظیمی باشد.

■ تنظیم‌گری به عنوان یکی از کارکردهای مهم حکمرانی در سیاستگذاری مدرن، تغییر و تحولات گوناگونی را در سال‌های اخیر تجربه کرده است. سازمان‌های تنظیم‌گر جزو آن دسته از نهادهای نظام حکمرانی هستند که همواره باید سطح بالایی از دانش و تجربه را مدیریت کنند تا در عین حفظ پویایی و سودآوری اکوسیستم اقتصادی، صنایع و شرکت‌های بخش تحت تنظیم خود را به سمت تأمین منافع عمومی سوق دهند. در این مسیر، موانع متعددی ممکن است سדרاه تنظیم‌گرها شوند. آن‌ها باید رابطه خود با دیگر تنظیم‌گرها را تعریف کنند و بر موارد اختلاف نظرشان با آن‌ها به مصالحه برسند. مانع دیگر، ابهامات سیاستگذاران و جامعه در مورد اصل تنظیم‌گری و سودمندی آن است. همچنین باید به مشکلات مشترک تنظیم‌گرها در مورد زیرساخت‌های مشترک مورد نیاز تنظیم‌گری اشاره کرد. این موارد و دیگر موارد مشابه، باعث شده تا در برخی از کشورها دولت‌ها و در برخی دیگر از کشورها تنظیم‌گرها ابتکاری را سامان دهند که تحت عنوان ایجاد و فعال‌سازی شبکه‌های تنظیم‌گری شناخته می‌شود. تنظیم‌گرها در حوزه‌های مختلف نهادهای جدیدی را در قالب چیزی



## اخبار

# شبکه‌های تنظیم‌گری بین‌المللی

### ■ برگزاری نخستین سمپوزیوم بین‌المللی شبکه سازمان‌های تنظیم‌گر کانادا

شبکه سازمان‌های تنظیم‌گر کانادا (C N A R) در بیستمین سالگرد تاسیس خود فراخوان برگزاری نخستین سمپوزیوم بین‌المللی این شبکه را منتشر کرده است. در این رویداد که به صورت مجازی در ۱۷ می ۲۰۲۳ برگزار خواهد شد، سخنرانانی از بریتانیا، ایالات متحده، نیوزلند و استرالیا در مورد تنظیم‌گری در جهان در حال تغییر ارائه خواهند داشت. شبکه CNAR اعلام کرده است که با توجه به اهمیت فزاینده هوش مصنوعی، موضوع هوش مصنوعی و تنظیم‌گری محوریت بحث‌های اولین دوره سمپوزیوم بین‌المللی این شبکه خواهد بود.

### ■ انتشار گزارش سالانه شبکه رقابت بریتانیا

شبکه رقابت بریتانیا U K C N در تاریخ ۹ می ۲۰۲۳ گزارش سالانه ترتیبات همزمانی را که مهم‌ترین سند سیاستی این شبکه است منتشر کرد. این گزارش نهمین گزارش سالانه ترتیبات همزمانی U K C N از زمان اجرایی شدن ترتیبات همزمانی پیشرفته در سال ۲۰۱۴ است.

نهمین سری گزارش ترتیبات همزمانی U K C N بر دوره زمانی ۱ آوریل ۲۰۲۲ الی ۳۱ مارس ۲۰۲۳ متمرکز است و تصمیمات تنظیم‌گری رقابت سازمان رقابت و بازار CMA بریتانیا به عنوان تنظیم‌گر رسمی رقابت این کشور و هشت تنظیم‌گر دیگر را شامل می‌شود. گزارش متشکل از چهار بخش است: ارائه یک نمای کلی از تنظیم‌گری رقابت در سالی که گذشت، بیان اجرای تنظیم‌گری رقابت با جزئیات در بخش‌های مختلف اقتصاد بریتانیا، شرح کارهای انجام شده با محوریت بازار و در نهایت مرور فرصت‌های همکاری گسترده‌تر CMA و سایر تنظیم‌گران بخشی در بریتانیا.

گزارش امسال U K C N متمرکز بر بحران هزینه‌های معاش بوده است و این امر با توجه به آن که بخش بزرگی از بودجه خانوارهای کم‌برخوردار در بریتانیا صرف هزینه خدمات بخش‌های تنظیم شده توسط تنظیم‌گران بخشی می‌شود اهمیت ویژه‌ای پیدامی‌کند. گزارش تلاش‌های تنظیم‌گر رقابت و تنظیم‌گران بخشی برای کاهش این هزینه‌ها در سال گذشته از طریق رقابت و دیگر ابزارهای تنظیم‌گری را منعکس کرده است.



مختلف برزیل به نام RELIVRE منتشر کرده توسط انجمن برزیلی مصرف‌کنندگان انرژی صنعتی بزرگ و مصرف‌کنندگان آزاد (ABRACE)، انجمن تولیدکنندگان مستقل نفت و گاز برزیل (ABPIP) و موسسه برزیلی نفت و گاز (IBP) انجام شده است. آبار در این یادداشت بر لزوم در نظر گرفتن اصلاحات جزئی در رتبه‌بندی، توجه به بلوغ ایالت‌ها در وضع مقررات انرژی و در نظر گرفتن مشارکت ذی‌نفعان از سطوح مختلف تاکید کرد.

### ■ انعقاد تفاهم‌نامه میان دو شبکه تنظیم‌گر مهم آفریقایی

انجمن تنظیم‌گران آب ESAWAS و انجمن آفریقایی تنظیم‌گران خدمات شهری AFUR در تاریخ ۵ می ۲۰۲۳ یادداشت تفاهمی را با هدف رسمی سازی مشارکت دو شبکه امضا کردند. این امر به دنبال سال‌ها همکاری غیررسمی این دو نهاد در موضوعاتی همچون تغییرات اقلیمی رخ داد. AFUR که در نوامبر ۲۰۰۲ تأسیس شد و به عنوان انجمن رسمی تنظیم‌گرهای خدمات شهری آفریقایی فعالیت می‌کند، با هدف ایجاد و تقویت همکاری بین تنظیم‌گران برق، صنایع مخبرات، حمل‌ونقل و آب و فاضلاب در این قاره و در حمایت از رشد و توسعه اجتماعی-اقتصادی با تمرکز بر مسائل مربوط به تنظیم‌گری انرژی تأسیس شد. هدف همکاری این انجمن با ESAWAS بررسی فرصت‌ها برای طراحی یک سیاست مشارکت رقابتی در رابطه با تنظیم‌گری آب و فاضلاب در چارچوب ذیل است:

- به اشتراک‌گذاری اطلاعات در مورد تنظیم‌گری آب و برق در قاره آفریقا
- ایجاد ظرفیت از طریق آموزش و مهارت‌آموزی برای کارکنان

### ■ برگزاری رویداد در زمینه تنظیم‌گری مالی توسط مجمع تنظیم‌گران هند

مجمع تنظیم‌گران هند (FOIR) با همکاری مؤسسه امور شرکتهای هند (IICA)، یک اندیشکده زیر نظر وزارت امور شرکت‌ها، جدیدترین سری از رویدادهای «تنظیم‌گر خود را بشناسید» (KYR) را در تاریخ ۱۲ می برگزار کرد.

در این نشست، آجی پوشان پاندی، رئیس سازمان ملی پایش مالی (NFRA) به ایراد سخنرانی پرداخت. دیگر ارائه‌دهندگان این نشست، شری پراوین کومار، مدیرعامل IIICA و دکتر نوین سیروچی مدیر مرکز مطالعات FOIR بودند.

### ■ برگزاری جلسه کمیته راهبردی MEDREG

انجمن تنظیم‌گران انرژی مدیترانه (MEDREG) چهل و پنجمین جلسه کمیته راهبردی خود را در تاریخ ۱۱ می برگزار کرد. در این نشست که به صورت آنلاین و ویدئو کنفرانس برگزار شد، اعضای کمیته راهبردی در باره نشست عمومی انجمن که در تاریخ ۱۵ ژوئن سال جاری در رودس یونان برگزار خواهد شد به تبادل نظر پرداختند. همچنین در مورد برنامه‌های مدرک در بازه زمانی ۲۰۲۳ الی ۲۰۲۵ و قراردادهای کمک مالی آن بحث و بررسی صورت گرفت. در نهایت روسای کارگروه‌های انجمن به ارائه گزارش از جلسات کارگروه‌هایشان که در ماه مارس برگزار شدند پرداختند.

### ■ اعلام موضوع ABAR در زمینه تنظیم مقررات بازار آزاد گاز برزیل

انجمن آژانس‌های تنظیم‌گر برزیل، آبار، در روز ۱۲ می از طریق یادداشتی رسمی، موضع این نهاد را در مورد رتبه‌بندی مقررات بازار آزاد گاز در ایالت‌های

## ■ برگزاری وبینار توسط انجمن بین‌المللی تنظیم‌گران بازی

انجمن بین‌المللی تنظیم‌گران بازی (IAGR) در تاریخ سه‌شنبه ۲۰ ژوئن وبینار «توانمندسازی جوامع متنوع فرهنگی و زبانی در قمار مشکل‌دار: درس‌هایی از برنده بهترین کمپین تنظیم‌گری در سال ۲۰۲۲» را برگزار می‌کند. این وبینار که شرکت در آن تنها برای اعضای IAGR مجاز است، توسط کارشناسان تنظیم‌گری دفتر قمار مسئولیت‌پذیر (ORG) نیوساوت ولز استرالیا راهبری می‌شود. ORG در سال گذشته جایزه بهترین کمپین تنظیم‌گری را در جوایز تنظیم‌گری بین‌المللی برای کمپین خود، «عددی که زندگی ما را تغییر داد» دریافت کرد. این وبینار بینش‌هایی در مورد راهبردهای ارتباطی مؤثر و تعامل با گروه‌های اجتماعی چندفرهنگی ارائه می‌دهد و اهمیت ایجاد اعتماد برای تشویق رفتار کمک‌جویانه را بررسی می‌کند.

## ■ برگزاری مسابقه حمایت از رقابت ۲۰۲۳ توسط ICN

شبکه بین‌المللی رقابت (ICN) فراخوان مسابقه حمایت از رقابت ۲۰۲۳ را در تاریخ ششم ژوئن منتشر کرد. این مسابقه که در ایستگاه نهم خود قرار دارد، با همکاری بانک جهانی برگزار خواهد شد. ICN اعلام کرده است که به دنبال روایت‌های موفق از تنظیم‌گران رقابت و سایر ارگان‌های دولتی و سازمان‌های غیردولتی است که نتایج ملموس حمایت از رقابت را در محورهای ذیل نشان دهد:

۱. تعبیه اصول رقابت در سیاست‌های عمومی، به ویژه در هنگام پاسخ به بحران‌ها
۲. حمایت از رقابت در سراسر مرزها برای رویارویی با چالش‌های جهانی
۳. تقویت نهادهای بازار برای ارائه نتایج بهتر بازار

- ترویج فلسفه تنظیم‌گری مستقل خدمات شهری، حکمرانی خوب و شیوه‌های تنظیم‌گری
- توسعه رویکردهای هماهنگ برای تنظیم‌گری آب و فاضلاب

## ■ همکاری شورای تنظیم‌گران انرژی اروپا و جمهوری آذربایجان

کارشناسان شورای تنظیم‌گران انرژی اروپا (CEER) با همتایان آذربایجانی خود در چارچوب برنامه EU Energy فاز دوم - ترویج انتقال انرژی پاک در کشورهای مشارکت شرقی کار می‌کنند. هدف مشترک آن‌ها تقویت بخش گرمایش آذربایجان از طریق همسوسازی آن با استانداردهای بهره‌وری انرژی اتحادیه اروپا و ترکیب بهترین شیوه‌ها است. طی پنج روز، از ۱۲ تا ۱۶ ژوئن، کارشناسان CEER در گفتگوهای کاری با نمایندگان وزارت انرژی جمهوری آذربایجان و «ASC»، شرکت گرمایش منطقه‌ای شرکت می‌کنند. آن‌ها با هم در حال به اشتراک گذاشتن دانش در مورد تجربیات کشورهای عضو اتحادیه اروپا، تجزیه و تحلیل گزینه‌های گرمایش منطقه‌ای موجود و کار در جهت تدوین یک استراتژی جامع ملی گرمایش متناسب با نیازهای جمهوری آذربایجان هستند. هدف از تلاش‌های مشترک کارشناسان CEER و مقامات آذربایجان ایجاد سیستم‌های گرمایش منطقه‌ای سازمان‌یافته است که می‌تواند به طور مؤثر هزینه‌های انرژی را کاهش دهد، بهره‌وری انرژی را بهبود بخشد و به آینده سبزتر با کاهش ردپای کربن کمک کند. ابتکار EU Energy توسط اتحادیه اروپا با بودجه کل ۸,۵ میلیون یورو تامین مالی و به طور مشترک توسط شورای تنظیم‌گران انرژی اروپا (CEER)، آژانس بین‌المللی انرژی (IEA) و دبیرخانه جامعه انرژی (EnCS) اجرا می‌شود.



شند اسنتاک (مدیرعامل کالج داروسازان انتاریو)، ربکا دورکن (معاون مدیرعامل شرکت مطالعات تنظیم‌گری S M L) و دینا ویلیامز (رئیس شرکت مشاوره دوندی).

راهبر این نشست کلود بالتازار، مدیر تنظیم‌گری انجمن منابع انسانی کانادا خواهد بود. در نشست فوق، محورهای مانند تعریف تعالی تنظیم‌گری، اصول و استانداردهای تعالی تنظیم‌گری و نقش حکمرانی و رهبری در تعالی تنظیم‌گری مورد بررسی و بحث قرار خواهد گرفت. شبکه CNAR این رویداد را برای سازمان‌های تنظیم‌گر عضو به صورت رایگان برگزار می‌کند و هزینه ثبت‌نام برای دیگر علاقه‌مندان ۴۰ دلار در نظر گرفته شده است.

### ■ حضور مدیران انجمن آژانس‌های تنظیم‌گر برزیل در کنگره ملی برزیل

ایزناالدو بولوس، رئیس، و وینیسیوس بنویدس، معاون انجمن آژانس‌های تنظیم‌گر برزیل به همراه نمایندگان ۶۴ نهاد تنظیم‌گر برزیل در تاریخ ۲۰ آوریل در کنگره ملی این کشور حاضر شدند تا از موضع خود در برابر متمم ۵۴ قانون اساسی این کشور دفاع کنند. انجمن پیش‌تر در برابر این متمم که استقلال و اختیارات تنظیم‌گران برزیل را مورد خدشه قرار می‌دهد، مانیفستی با امضای ۶۴ سازمان تنظیم‌گر تهیه کرده بود. طبق متمم ۵۴ قانون اساسی برزیل، قرار است که اختیارات نظارتی تنظیم‌گران به هیئت‌های اجرایی منصوب شده توسط قوه مجریه انتقال پیدا کند. مفاد مانیفست تهیه شده توسط تنظیم‌گران که بر استقلال نهادهای تنظیم‌گر تأکید دارد، در روز ۲۰ آوریل با نمایندگان کنگره در میان گذاشته و از آن دفاع شد.

۴. حمایت از دستورکار تغییرات اقلیمی از طریق سیاست رقابت  
طبق اعلام ICN، آخرین مهلت ارسال آثار ۲۳ ژوئن ۲۰۲۳ است.

### ■ برگزاری کنفرانس سالانه شبکه تنظیم‌گران بریتانیا

کنفرانس ۲۰۲۳ اعضای شبکه تنظیم‌گران بریتانیا (UKRN) در تاریخ ۲۶ آوریل در محل تالار هنری ولکام لندن برگزار شد. در این کنفرانس نیم‌روزه که صرفاً اعضای شبکه می‌توانستند در آن حضور پیدا کنند، چالش‌های تنظیم‌گری با تمرکز بر رشد اقتصادی، تغییرات اقلیمی، دغدغه‌های مصرف‌کنندگان و انعطاف‌پذیری اقتصاد بریتانیا در برابر تغییرات محیط پیرامونی مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

سخنران اصلی این رویداد عبارت بودند از گوینف نرس (مدیرکل خدمات مالی خزانه)، هلن اوندی (مدیرعامل موسسه سیاست پولی و سلامت روان)، مرلین هیمن (مدیرعامل سازمان مردم‌نهاد انرژی تجدیدپذیر رجن) و لرد توبی هریس (رئیس کمیسیون ملی آمادگی).

کنفرانس ۲۰۲۳ شبکه تنظیم‌گران بریتانیا نخستین رویداد مقیاس بزرگ این شبکه پس از همه‌گیری کرونا بود.

### ■ اعلام فراخوان رویداد تعالی تنظیم‌گری توسط شبکه سازمان‌های تنظیم‌گر کانادا

شبکه سازمان‌های تنظیم‌گر کانادا (CNAR) در تاریخ دهم می ۲۰۲۳ رویداد مجازی «تعالی تنظیم‌گری» را برگزار می‌کند. در این رویداد که از سلسله گفتگوهای مجازی شبکه سازمان‌های تنظیم‌گر کانادا است، سه شخصیت مرتبط با تنظیم‌گری ارائه بحث خواهند داشت.



# معرفی شبکه | شماره اول

## شبکه تنظیم‌گران بریتانیا

UK Regulators Network (UKRN)



نوع شبکه: ملی / فرابخشی

سال تاسیس: ۲۰۱۴

انگلستان | تامین بودجه: پرداخت مشارکتی توسط اعضا

### اهداف ساختار حکمرانی

- ترویج رقابت در اقتصاد بریتانیا و تنظیم‌گری اقتصادی منسجم بین بخش‌ها
- تلاش برای کاهش هزینه خدمات مصرف‌کنندگان و مقرون به صرفه‌سازی آن‌ها
- کمک به ایجاد محیط مناسب سرمایه‌گذاری در اقتصاد بریتانیا
- کمک به تدوین مقررات کارآمد برای شرکت‌ها
- تبیین اهمیت و ضرورت تنظیم‌گری برای افکار عمومی



### ابزارها

- برگزاری رویداد، کنفرانس سالانه و نشست‌های تخصصی
- لابی‌گری به نمایندگی از اعضا در دولت و پارلمان، پژوهش، مشاوره به مدیران، اسناد و گزارش‌های راهبردی
- فعالیت رسانه‌ای و انتشار اخبار زیست بوم تنظیم‌گری بریتانیا

### اعضا

سازمان هواپیمایی کشوری، مرجع راهبردا امور مالی، اداره مقررات آب و برق ایرلند شمالی، دفتر ارتباطات، دفتر بازارهای گاز و برق، سازمان تنظیم خدمات آب، اداره راه آهن و جاده، تنظیم‌گر سیستم‌های پرداخت، شورای گزارشگری مالی، دفتر کمیساریای اطلاعات، هیئت خدمات حقوقی، تنظیم‌گر باز نشستگی، تنظیم‌گر مسکن اجتماعی و دفتر مقررات منبع واحد.



اندیشکده حکمرانی شریف

Governance & Policy  
ThinkTank

گزارش نشست

# تنظیم‌گری بازار خودرو

## از گذشته تا آینده

نشست تخصصی «تنظیم‌گری بازار خودرو؛ از گذشته تا آینده» به همت باشگاه تنظیم‌گران ایران در خردادماه برگزار شد. در این نشست، احمد ذوالفقاری، عضو هیئت علمی دانشگاه امام صادق(ع)، لطف‌الله سیاهکلی، نماینده مجلس شورای اسلامی و عضو کمیسیون صنایع و معادن و امیرحسین کاکایی، عضو هیأت علمی دانشکده خودرو دانشگاه علم و صنعت حاضر بوده و پیرامون موضوع تنظیم‌گری بازار خودرو به گفتگو پرداختند.



## ■ تولید انحصاری و بدون رقابت، موانع تنظیم بازار خودرو

لطف‌الله سیاه‌کلی به عنوان سخنران اول مراسم و در پاسخ به سوال در باب ساختار مطلوب برای تنظیم‌گری بازار خودرو گفت: باید ببینیم نیاز به تنظیم‌گر هست یا نه. هر بازار، دو عامل برای تنظیم نیاز دارد؛ رقابت و عرضه و تقاضا. اگر این دو مسئله حل شود تنظیم‌گری خود به خود اتفاق می‌افتد و دیگر نیازی به شورای رقابت هم نیست؛ همین شورای رقابتی که خودروساز از دستورات قانونی‌اش سرپیچی می‌کند. هر دوی این عوامل در ایران از کار افتاده‌اند. بازار خودرو در ایران انحصاریست و رقابتی در آن وجود ندارد. حالا مدام ساختارهای تنظیم‌گری اصلاح شود ولی تا این دو عامل درست نشوند، فایده‌ای ندارد. تولید انحصاری و بدون رقابت، دلالتی و بازار سیاه به ارمغان می‌آورد.

عضو کمیسیون صنایع و معادن در ادامه گفت: خودرو ساز می‌گوید چرا خودرو را باید از درب کارخانه به قیمتی کمتر از بازار بفروشیم؟! این حرف شاید درست بنظر برسد اما صد در صد غلط است! زیرادر بازار انحصاری قیمت‌ها باید دستوری باشد. باید ابتدا بازار از انحصار خارج شود، سپس آزادسازی قیمت‌ها رخ دهد.

می‌آید این است که چرا قیمت نهایی تولیدات صنایع ما، از قیمت معمول جهانی‌اش بیشتر می‌شود؟! چرا مرغ تولیدی در ایران گران‌تر از مرغ جهانی در می‌آید؟ کدام کالای صنعتی داخلی ارزان‌تر از نمونه خارجی با دلار ۲۸,۵۰۰ تومان است؟!

وی افزود: بیست سال پیش، وزارت صنعت و وزارت بازرگانی با هم ادغام شد تا صنعت و تجارت در کشور ما به تعادل برسد. اما حالا انکار همه می‌خواهند که مجدداً این دوازدهم جدا شده و هر کدام یک وزارت خانه باشند. در خود وزارت صمت، پنج نهاد تنظیم‌گر وجود دارند که رفتارهایشان بایکدیگر متناقض است. مشخص است تا وقتی تکلیف انحصار خودرو مشخص نگردد، سازمان روی سازمان گذاشتن برای تنظیم‌گری نتیجه‌ای حاصل نمی‌کند.

کاکایی در ادامه بیان کرد: با رفتار انحصارگرایانه دولت، انحصار موجود تثبیت می‌شود. خودروسازی داخلی تحت کنترل دولت است، واردات خودرو هم تحت کنترل دولت است. نتیجه این اتفاق آن است که رانت ایجاد می‌شود. در چنین شرایطی که انحصار روز به روز افزایش می‌یابد، وضعیت شبیه شوروی می‌شود و با این حجم از کنترل، انگیزه رقابت از بین می‌رود.

## ■ نتیجه دخالت‌های دولت، ایجاد رانت بوده است

در ادامه، امیرحسین کاکایی با اشاره به اینکه در کشورهایی نظیر آمریکا، ژاپن و کره جنوبی، علی‌رغم عدم سختگیری‌های زیاد برای واردات، بالای هشتاد و یک درصد بازار خودرو در دست تولیدات داخلی خودشان است، گفت: ما به جز مسئله قیمت و عرضه، عوامل بسیاری برای تنظیم بازار داریم. مثل استانداردها، مسئله سوخت و ارائه برخی مشوق‌ها و البته این موارد فقط مرتبط با صنعت خودرو نیست. سوالی که پیش

## ■ برخی مصوبات مجلس به تنظیم بازار خودرو ضربه می‌زند!

در ادامه نشست، امیراحمد ذوالفقاری عضو هیأت علمی دانشگاه امام صادق (ع) با اشاره به اینکه باید بررسی شود وجود کدام نهاد تنظیم‌گر ضروریست گفت: تنظیم‌گری تعاریف مختلفی دارد. تنظیم‌گری تعریف کارکرد هاست. به لحاظ کلی، وظیفه نهاد تنظیم‌گر رفع شکست بازار است. اگر سازوکار بازار درست باشد که مشکلی نیست. اما اگر به مشکل بخورد، نهاد تنظیم‌گر وارد می‌شود تا این مشکل برطرف



## ■ کارگر و انرژی ارزان تر از خارج، محصول نهایی گران تر!

در ادامه نشست، لطف الله سیاهکلی نماینده مجلس شورای اسلامی در ادامه حرف های آقای امیرحسین کاکایی در مورد گران بودن تولید نهایی صنایع در ایران گفت: اگر انرژی و نیروی کار ارزان را برداریم، تولید در کشور مایه معنای می شود. یک کارگر در آلمان آلمان بالغ بر بیست برابر یک کارگر ایران حقوق می گیرد. قیمت گاز در آن کشور سه برابر کشور ماست. اما چارادر آنجا BMW به قیمت ۳۰۰۰۰ دلار تولید می شود با آن کیفیت و در اینجا دنا با همین قیمت تولید می شود و با این کیفیت که شاهدش هستیم؟!!

شود و بازار به حالت عادی باز گردد. ورود شورای رقابت به موضوع خودرو از این دریچه است. وی ادامه داد: تعدد نهادهای تنظیم گر ذاتاً بد نیست. اما تنظیم گری موازی و ناکارآمد و رقابت تنظیم گران در عرصه حکمرانی خطرناک است. متأسفانه در صنعت خودرو با چنین چالشی مواجهیم! اما سوال این است آیا صنعت خودروی کشورمان شباهتی به بازار دارد؟ ذوالفقاری با اشاره به ورود بلاوجه نهادهای مختلف در صنعت خودرو اظهار داشت: در مجلس در راستای افزایش جمعیت مصوب می شود که پنجاه درصد خودروهای تولیدی به مادرانی که فرزند دومشان بدنی آمده اختصاص یابد. قطعاً مسئله افزایش جوانی جمعیت مهم است اما چرا باید مسئله جمعیت گره بخورد به مسئله خودرو؟





واردات باید جبران شود. اما وقتی زمان واردات می‌رسد، بانک مرکزی می‌گوید من ارز ندارم. چطور هشت میلیارد دلار ارز برای خروج از کشور و خرید خانه در ترکیه هست، ولی نمی‌شود دو میلیارد دلار برای واردات خودرو فراهم کرد؟! اصلاً بانک مرکزی پول ندهد، مردم در خانه‌هایشان شصت میلیارد دلار پول دارند. در اینجا بانک مرکزی می‌گوید نه. این هم پذیرفتنی نیست. من باید بدانم ارز از کجا می‌آید و به کجا می‌رود. می‌گوییم خب اگر می‌خواهی اینطور باشی یا اف‌ای تی اف را امضا کن یا اگر نمی‌کنی از مزایای امضا نکردنش استفاده کن. شما عملاً بدون امضا کردن اف‌ای تی اف دارید آن را اجرایی کنید.

### ■ قانون‌گذاری اشتباه مانع رشد صنعت خودرو است

در ادامه نشست، امیرحسین کاکایی عضو هیئت علمی دانشگاه علم و صنعت گفت: هر زمان قیمت دلار افزایش پیدا کند قیمت خودرو افزایش می‌یابد. هر زمان کاهش پیدا کند قیمت خودرو کاهش می‌یابد. ما حتی با حجم عظیمی از حمایت، در حوزه تایر و باتری هم در حال عقب افتادن از دنیا هستیم! تولیداتمان با استانداردهای جدید همخوانی ندارد. تایر ساز هم می‌گوید من دارم ورشکست می‌شوم. چرا این صنعت در طول این همه سال رشد نکرده است؟!

وی افزود: چون مادر حقیقت صنعت نداریم! ما صرفاً تولید کننده ایم. اینکه می‌گوییم صنعت نداریم، به معنای وابستگی شدید است. یعنی ما باید برای تولید برخی مواد اولیه را وارد کنیم. اما در اینجا سوال دیگری پیش می‌آید و آن این است که در صنایعی مثل فولاد که صنایع ساده‌ای هستند چرا تولیدات ماگران و پرهزینه است؟!

سیاهکلی به اقتصاد سیاسی قیمت‌گذاری و مدیریت خودرودر سمت تولیدکنندگان اشاره کرد و گفت: آقایان می‌گویند چون توانایی تنظیم بازار نداریم چنین اتفاقی می‌افتد. چون نگرانیم اگر به قیمت واقعی بفروشیم، با مسئله قاچاق درگیر شویم. پس جیب مردم را خالی می‌کنیم. اما این ظاهر ماجراست. پشت این ماجرا رانت وجود دارد. پشت این ماجرا برخی انتخابات‌ها وجود دارد. ما خودمان بازار را بهم می‌زنیم و عامل اصلی این اتفاق هم دولت است. من در جلسه‌ای از آقای علی‌آبادی، وزیر صمت، دو خواسته داشتم؛ اول اینکه قوانین مجلس را اجرا کند و دوم قیمت‌ها را واقعی کند.

### ■ قیمت واقعی یعنی هزینه تولید به اضافه سود متعارف.

عضو کمیسیون صنایع و معادن در ادامه در مورد روش‌های درست تنظیم‌گری گفت: تنظیم بازار با تولید و واردات صورت می‌گیرد. اگر تولید کم است با





وحشتناک واردات می‌آید. در نهایت یک بخش دیگری از نظام حکمرانی کشور آن را رد می‌کند و جلوی تصویبش را می‌گیرد. بعد هم که همه لوازم مربوط به واردات انجام شد، ناگهان رئیس سایپا گفت از شش شرکت وارد کننده، سه شرکت برای ما ست. خوب ما میخواستیم واردات داشته باشیم تا همان سایپا رقابت کند و فضای خودرو سازی اش را تغییر دهد!

این عضو هیئت علمی افزود: با بررسی جمیع شرایط صنعت خودروی کشور در حال حاضر ما عملاً چیزی به نام بازار خودرو نداریم. مادر شرایط قحطی خودرو هستیم و آن را جیره بندی کرده ایم!

### ■ این تفکر که واردات ضد تولید است، یک تفکر مافیایی است

در ادامه، لطف الله سیاهکلی، در مورد مشکل عوام فریبی بر سر اعلام قیمت خودرو گفت: نمی‌توانیم به مردم ایران بگوییم زندگی خود را با زندگی بقیه مردم دنیا مقایسه نکنند. شهروند ما با یک سرچ ساده متوجه می‌شود که تفاوت قیمت خودرو در کشور ما و دیگر نقاط جهان به چه نحو است؛ تازه آنهم با چه کیفیت متفاوتی.

این نماینده مجلس شورای اسلامی در ادامه افزود: واردات ابزار تنظیم گریست. واردات از تولید جدا نیست. البته واردات بی رویه غلط است. اما این تفکر که واردات ضد تولید است، یک تفکر مافیاییست! مردم ژاپن اگر از محصول ملی کشور خودشان استفاده می‌کنند، علتش آن است که می‌بینند محصول کشورشان در بازارهای بین المللی هم هست. خوب با خود می‌گویند چرا در چنین وضعیتی محصول ژاپنی نخرم؟! حالا مافیا یعنی چه؟ مافیا یعنی مدیر رانتی، یعنی دلال های کلان، یعنی کسی که ناگهان چند صد خودرو از ایران خودرو و تحویل می‌گیرد برای فروش در بازار یا انجام هر فعل دیگر. مافیا یعنی سپردن کل نیاز

فولکس واگن ده میلیون خودرو در سال تولید می‌کند. ما بیشترین تولیدمان ۵۰۰ هزار پراید بوده آن هم با چند مرحله ویرایش. خوب این که صنعت نمی‌شود. مشکل چیست؟! مشکل اینست که قانون گذاری درست نیست. قوانین بروز نشده اند. سه عامل مهم در کیفیت خودرو، تایر، باتری و فولاد است. چرا فولاد ساز تشویق نمی‌شود تا فولاد با کیفیت و ایمن برای خودرو سازی فراهم کند؟!

وی افزود: من پیشنهاد می‌کنم مرکز پژوهش های مجلس از در کنار هم گذاشتن کل مجموعه ها، یک حرف درست عملی و کارآمد بیرون بیاورد. چرا کسی از طرف مجلس، تمام قواعد و قوانین را بررسی نمی‌کند تا یک راه حل کار بردی و نهایی که حداقل روی کاغذ تناقض نداشته باشد و عملیاتی باشد ارائه کند؟

### ■ ما در شرایط قحطی خودرو هستیم و آن را جیره بندی کرده ایم!

امیر احمد ذوالفقاری عضو هیئت علمی دانشگاه امام صادق (ع)، با اشاره به فاصله زیاد عرضه و تقاضا در مورد مسئله خودرو گفت: در حال حاضر، مشکل اصلی ما مسئله تولید و واردات است. ما فاصله معناداری بین عرضه و تقاضا داریم. تقاضا بسیار بالاست. شکست بازار جایبست که ساز و کار رقابتی جواب ندهد. انحصار همه جا بد نیست. ما باید قواعد کنترل کننده داشته باشیم. حالا سوال اینست که ابزار قانون چقدر جواب می‌دهد و در کشور ما، قانون چقدر حرمت دارد؟! رئیس جمهور و وزیر بارها گفتند مافیای خودرو. این مافیای خودرو کیست که مانمی بینیم ولی هست.

وی اظهار داشت: با توجه به شرایط فعلی واردات خودرو چاره‌ی کوتاه مدت و میان مدت ماست. ولی چه می‌شود که تا طرح های واردات تصویب شود صدای یک عده بلند می‌شود. چه می‌شود که بعد از تصویب باکلی فشار از جانب رسانه، ناگهان خبر از افزایش تعرفه های



تولید باشد بیشتر سود را می‌کند، اما در ایران کسی بیشترین سود را می‌برد که در ابتدای زنجیره تولید است. این عضو هیئت علمی دانشگاه علم و صنعت، دلیل اشتیاق مردم به خرید خودرو را، وجود مشکلات زیاد در عرصه حمل و نقل عمومی برشمرد و گفت: بالغ بر بیست سال است که هیچ کس به فکر حمل و نقل عمومی نیست. چرا؟! چون دولت برای خودرو پول می‌گیرد و در یافتی دارد، ولی برای حمل و نقل عمومی باید هزینه کند.

در پایان نشست، احمد ذوالفقاری با نقد اینکه بعضی اشخاص وقتی توانایی تحمل حرف‌هایی در دفاع از مردم را ندارند، سریع برچسب پوپولیسم روی آن می‌زنند گفت: وقتی یک فعلی صورت می‌گیرد که به لحاظ نظر کارشناسی درست است اما مردم با آن مخالف‌اند، اگر کسی بخواهد با آن فعل مخالفت کند رفتار پوپولیستی دارد، اما مثلاً در موضوع عرضه خودرو در بورس، هم مردم مخالف بودند هم بسیاری از کارشناسان. حالا عده‌ای که نفعشان در رخ دادن این اتفاق بود، به کسانی که از این کار نقد کردند و با انجامش مخالف بودند، برچسب پوپولیسم زدند.

کشور به دو خودرو ساز دولتی کردن مدیریت آن. کدام شرکت معروف خودرو سازی در جهان، دولتی مدیریت می‌شود؟!

سیاه‌کلی ادامه داد: اگر محصول ما گران‌تر از نمونه مشابهش در خارج از کشور است، دلیلش نبود رقابت و دخالت دولت در امور می‌باشد. وقتی دولت دخالت دارد، کدام قیمت می‌تواند رقابتی شود؟ سیاست‌گذاری را دولت انجام می‌دهد، اما هزینه‌اش را ملت می‌دهند. سیاست‌گذاری باید جوری باشد که سیاست‌گذار اگر درست عمل کرد افتخار کند و اگر نه بگوید ببخشید و سیاست‌گذاری‌اش را اصلاح کند.

### ■ بالغ بر بیست سال است که هیچ کس به فکر حمل و نقل عمومی نیست.

در ادامه نشست، امیرحسین کاکایی در ادامه موضوع دخالت مافیا در مسئله خودرو گفت: اگر در موارد مختلف مافیا وجود دارد، نشان دهنده مشکلات بستر قانونیست. مابعد از انقلاب مسائل بسیاری را تغییر دادیم اما قوانین اقتصادی و تجاری کشورمان آنطور که باید تغییر نکرد. در خارج از ایران، کسی که آخر زنجیره



## ما را مهمان نظراتتان کنید

لطفا جهت ارتقای کیفیت انتشار و کمک به غنای بیشتر در محتوای نشریه در نظرسنجی شرکت نمایید. زمان لازم برای پاسخ به سوالات نظر سنجی کمتر از ۲ دقیقه بوده و برای شرکت در نظرسنجی این شماره از نشریه می‌توانید از طریق اسکن بارکد قرار داده شده در این قسمت و یا کلیک بر کلمه «نظر سنجی» (در صورتی که از نسخه‌های دیجیتال و یا آنلاین نشریه استفاده می‌کنید) اقدام نمایید. از همراهی شما بی نهایت سپاسگزاریم.





# تنظیم گفتار

اولین نشریه تخصصی حوزه تنظیم‌گری

 @Regtalk

 @Beta\_Regtalk



اندیشکده حکمرانی شریف



باشگاه تنظیم‌گری ایران (بتا)