

آقابزرگی توضیح داد: ممکن است بخشی از ماجرا به ملاحظات سیاسی و روانی بازار برگردد، به عنوان نمونه، امروز پس از انتشار خبر موضع شورای رقابت، سهم شرکت‌های خودروسازی در بورس وضعیت منفی پیدا کرد. این نشان می‌دهد که چنین اخبار و اظهارنظرهایی اثر مستقیم بر بازار سرمایه دارند.

وی تشریح کرد: به باور من، این موضع‌گیری شاید تلاشی برای «تلطیف فضای بازار» باشد تا از یک شوک منفی گسترده یا التهاب غیرقابل کنترل جلوگیری شود. به عبارت دیگر، شاید هدف‌شان ایجاد یک فرود نرم برای انتظارات بازار باشد، حتی اگر در نهایت تصمیم اجرایی متفاوتی اتخاذ شود.

این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به نمونه‌های خارجی گفت: اگر بخواهیم صرفاً به قیاس با نمونه‌های خارجی تکیه کنیم، به نتیجه روشنی نمی‌رسیم، چون هیچ کشوری مدل فروش خودرو در بورس کالا را به این شکل تجربه نکرده است. اما این به معنای بی‌فایده بودن ایده نیست، مقایسه با سیستم‌های فعلی داخلی مثل سامانه یکپارچه ثبت‌نام، پیش‌فروش یا قرعه‌کشی نشان می‌دهد که آن روش‌ها ناکارآمدی بالایی داشته‌اند. وقتی زیرساخت‌ها، بستر قانونی و فناوری برای عرضه خودرو در بورس کالا آماده است، منطقی است که از این ظرفیت استفاده کنیم. این بازار متشکل امکانات لازم را دارد و می‌تواند فرآیندی قابل پیش‌بینی و شفاف را ایجاد کند.

وی توضیح داد: رئیس سازمان بورس بیشتر دغدغه بهبود جایگاه و کارکرد بازار سرمایه را دارد، درحالی‌که شورای رقابت بیشتر بر سیاست‌های ایجاد توازن در رقابت بین تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان متمرکز است. البته، در فضای سیاسی و اقتصادی کشور، چنین نهادهایی همیشه بی‌تأثیر از فشارهای بیرونی نیستند.

آقابزرگی در پاسخ به این سوال که آیا عرضه خودرو در بورس کالا صددرصد اجرایی خواهد شد؟ گفت: پیش‌بینی صددرصد دشوار است، اما با توجه به حجم دفاع وزرای مربوطه از این موضوع، نمی‌توان رد کرد که این طرح دیر یا زود اجرا شود. حال ممکن است جزئیات و شیوه اجرا تفاوت‌هایی پیدا کند، اما در نهایت، بورس کالا همچنان بهترین بستر برای سامان دهی به عرضه خودرو به شمار می‌آید. اگر این فرآیند اجرایی شود، باید انتظار داشت که اثر آن بر شفافیت قیمت‌گذاری، کاهش رانت و دسترسی عادلانه مردم به خودرو ملموس باشد؛ هرچند مقاومت‌هایی هم از سوی ذی‌نفعان ساختارهای موجود وجود خواهد داشت.

وی درباره مزایا و معایب عرضه خودرو در بورس کالا گفت: عرضه خودرو در بورس کالا مزایا و معایب بسیاری دارد که از مزایای آن می‌توان به شفافیت و جلوگیری از رانت، افزایش رقابت واقعی، حرکت به‌صرفه به نفع تولیدکننده و مصرف‌کننده اشاره کرد؛ همچنین چالش‌های این موضوع نیز شامل مقاومت ذی‌نفعان قدیمی، اثرگذاری بر اخبار بازار و عدم آشنایی برای عموم مردم است.

▼ رقابت واقعی برای عرضه خودرو

علی رحمانی، کارشناس بازار سرمایه با اشاره به عرضه خودروهای وارداتی در بورس به «هم‌میهن» توضیح داد: در نگاه کلی، عرضه هر کالای مصرفی از جمله خودرو در بستر یک بازار شفاف و بر پایه مکانیزم عرضه و تقاضا، اقدام مثبتی است. همان‌طور که فولاد، میلگرد، مواد اولیه پتروشیمی یا سیمان از طریق بورس کالا معامله می‌شوند، خودرو نیز نباید از این قاعده مستثنی باشد. بورس کالا بستری را فراهم می‌کند که خریداران، چه مستقیم و چه از طریق کارگزاری‌ها، بتوانند بدون واسطه معامله کنند. این امکان، هم شفافیت می‌آورد و هم رقابت واقعی ایجاد می‌کند. وی افزود: مشکل اصلی به تجربه‌های اخیر برمی‌گردد. هفته گذشته در رسانه‌ها اعلام شد که خودروهای پرتیراژ داخلی ایران خودرو، با ذکر مشخصات دقیق مدل‌ها، قرار است در بورس عرضه شوند. حتی خبر جلسات ماهانه بین سازمان بورس، بورس کالا و مدیران ایران خودرو برای تاکید بر عرضه این محصولات منتشر شد. نتیجه چه شد؟ سهامداران خوش‌بین شدند، نماد ایران خودرو صف خرید خورد، اما ناگهان روز سه‌شنبه وبعد از ساعات معاملات، شورای رقابت و وزارت صمت برای چندمین بار مخالفت خود را اعلام کردند.

این کارشناس بازار سرمایه توضیح داد: روز کاری بعد، ایران خودرو که در صف خرید بود، با صف فروش بازگشایی شد. این اتفاق تنها یک نمونه است. داستان سایپا هم مشابه بود؛ بعد از کش‌وقوس فراوان اعلام شد این شرکت و شرکت‌های زیرمجموعه‌اش واگذار می‌شوند، خریدار تایید اهلیت گرفته و حتی افزایش سرمایه هم در راه بود. اما ناگهان همه چیز شش ماه به تعویق افتاد. این سبک تصمیم‌گیری و اعلام خبر سبب ایجاد نوسانات غیرمنطقی و بی‌اعتمادی جدی در بازار می‌شود.

رحمانی تاکید کرد: پیش از پیگیری فروش خودروهای وارداتی در بورس، ابتدا باید تکلیف مسائل داخلی روشن شود و شفاف‌سازی صورت گیرد. همان‌طور که در ضرب‌المثل آمده: «چراغی که به خانه رواست به مسجد حرام است.» خودروسازان داخلی زبان انباشته سنگینی دارند. اگر قرار است رئیس سازمان بورس به فکر عرضه وارداتی‌ها باشد، باید پیش از آن، تکلیف نابسامانی و

زبان‌های داخلی‌ها را مشخص کند.

وی اظهار کرد: برای خودروهای وارداتی، هزینه‌ها و فرآیند واردات قبلاً انجام شده و پول‌های کلان صرف شده است. اگر این خودروها با سود بالا و تعیین قیمت صرفاً بر مبنای عرضه و تقاضا در بورس به فروش برسند، احتمالاً فاصله قیمت با واقعیت بازار افزایش می‌یابد. این در حالی است که خودروهای داخلی نیز با افزایش قیمت روبه‌رو هستند، اما همچنان در زبان به سر می‌برند.

این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به اینکه چالش اصلی در این فرآیند اعتماد است، توضیح داد: هفته گذشته دیدیم که نوع و مدل خودرو برای عرضه مشخص شد، اما ظرف ۴۸ ساعت برنامه لغو شد. اتفاق مشابهی به راحتی می‌تواند برای وارداتی‌ها هم طی ۷۲ ساعت رخ دهد. این روبه‌باعث می‌شود نگاه فعالان بازار به تصمیم‌های بورس و دولت بدبینانه شود. در چنین فضایی، حتی یک خبر مثبت هم اثر پایداری نخواهد داشت، چون سرمایه‌گذاران به تداوم آن باور ندارند.

وی تشریح کرد: وقتی عرضه محصولاتی مثل خودرو بدون ثبات تصمیم‌گیری و شفافیت کامل انجام شود، احتمال شکل‌گیری شبکه‌هایی که از این نوسانات کوتاه‌مدت بهره می‌برند افزایش می‌یابد. این فضا باعث ایجاد ذهنیت رانتی در بازار می‌شود؛ یعنی اینکه برخی به جای تمرکز بر تولید یا ارزش‌افزوده واقعی، به دنبال بهره‌برداری از شکاف‌های تصمیم‌گیری و اطلاع‌رسانی هستند. چنین روندی به تولید لطمه می‌زند و فشار تئوری را نیز افزایش می‌دهد.

رحمانی با اشاره به اینکه این معضل تنها مختص خودرو نیست، گفت: متأسفانه این رویکرد در حال تصمیم به بخش‌های دیگری از اقتصاد است. صحبت‌هایی هست که برق و بنزین هم قرار است با همین روش و در همین فضای ذهنی و سابقه تصمیم‌گیری عرضه شود. وقتی پیشینه‌ای از ناپایداری و لغو تصمیم‌ها در پرورده وجود دارد، طبیعی است که اعتماد عمومی به این شیوه برای سایر کالاهای هم زیر سوال برود.

وی ادامه داد: برای جلوگیری از این معضل کارهای بسیاری می‌توان انجام داد: نخست، سیاست‌گذاران باید پیش از اعلام عمومی هر تصمیمی، به جمع‌بندی قطعی برسند و از هماهنگی کامل بین نهادهای مرتبط مطمئن شوند. دوم، شفافیت باید واقعی باشد، یعنی هم مزایا و هم محدودیت‌های تصمیم‌گیری به مردم و فعالان بازار توضیح داده شود. سوم، باید شاخص‌های عملکرد و پایش اثر تصمیم‌ها به صورت دوره‌ای منتشر شود تا فعالان بازار بر اساس داده‌های واقعی تصمیم بگیرند.

رحمانی در نهایت گفت: با اصل عرضه خودرو در بورس، چه وارداتی، چه داخلی، مشکل ندارم. مشکل من بای‌ثباتی، عدم شفافیت و اعلام‌های مقطعی بدون پشتوانه اجرایی است. اگر این ایرادها برطرف شود، بورس کالا می‌تواند بهترین محل برای ایجاد شفافیت و رقابت در بازار خودرو باشد. بازار سرمایه بر پایه اعتماد زنده است و هر تصمیمی که این اعتماد را تضعیف کند، مضر است.

▼ رونق دوباره بورس تهران

سرور قاراخانی، کارشناس بازار سرمایه در گفت‌وگو با «هم‌میهن» اظهار کرد: عرضه خودرو در بورس کالا هم یک فرصت جدی است و هم یک ریسک بالقوه که باید دقیق بررسی شود. از یک سو، می‌تواند تحرک تازه‌ای به بازار بدهد، شاخص کل بورس را تقویت کند و فضای رقابتی سالم‌تری در بازار خودرو ایجاد کند. از سوی دیگر، اگر به درستی مدیریت نشود، ممکن است بازار را با بی‌ثباتی و نوسانات شدید مواجه کند.

وی افزود: اولین مزیت، افزایش رقابت در بازار خودرو است. اگر عرضه خودروهای وارداتی در حجم مناسب و به‌صورت مستمر انجام شود، به احتمال زیاد قیمت‌ها کاهش

پیدا می‌کند و رقابت بین شرکت‌های داخلی و خارجی شکل می‌گیرد. این رقابت، به نفع مصرف‌کننده خواهد بود و حتی می‌تواند خودروسازان داخلی را وادار به ارتقای کیفیت محصولات کند تا سهم بازار خود را حفظ کنند.

این کارشناس بازار سرمایه ادامه داد: دومین مزیت، ایجاد رونق در بازار سرمایه است. در صورت ورود موفق و بدون مانع خودروهای وارداتی به بورس کالا، شاهد رشد سهام شرکت‌های فعال در حوزه خودروسازی، قطعه‌سازی و حتی شرکت‌های واردکننده خواهیم بود. به‌ویژه اگر نهادهای دولتی یا وزارتخانه‌های ذی‌ربط مانع‌تراشی نکنند، این شرکت‌ها می‌توانند از فرصت ایجادشده حداکثر استفاده را ببرند. سومین نکته مثبت، تأثیر این رویکرد بر اعتماد سرمایه‌گذاران است. تقویت مکانیزم عرضه و تقاضا در بازاری مانند خودرو، در کنار شفافیت قیمتی، باعث می‌شود سرمایه‌گذاران حس کنند بازار سرمایه به سمت عدالت و شفافیت حرکت می‌کند.

قاراخانی توضیح داد: وقتی یک بازار مهم و پرسروصدا مثل بازار خودرو، براساس مکانیسم واقعی اقتصاد کار کند نه بر مبنای دستور و سهمیه‌بندی، سرمایه‌گذاران می‌بینند که اصول اقتصاد رقابتی رعایت می‌شود. این موضوع، هم به بورس و هم به خود بازار خودرو اعتبار می‌دهد. در چنین شرایطی، حتی کاهش منطقی قیمت‌ها به دلیل افزایش عرضه، به عنوان یک نشانه مثبت در نظر گرفته می‌شود، چون بر پایه تصمیمات شفاف اتفاق افتاده است.

وی تاکید کرد: بی‌ثباتی بزرگ‌ترین خطر است. اگر سازمان‌های مسئول نتوانند این عرضه را به شکل پایدار و کنترل‌شده مدیریت کنند، یا قیمت‌ها در کوتاه‌مدت نوسان شدیدی پیدا کنند، هم بازار خودرو و هم بازار سهام ضربه می‌بینند. فرض کنید عرضه خودروهای وارداتی به سرعت بالا می‌رود، اما از آن طرف تقاضا پایین است. در این حالت قیمت‌ها ممکن است به شدت کاهش پیدا کند و این کاهش، سودآوری خودروسازان داخلی را تحت فشار قرار دهد. چنین اتفاقی به راحتی می‌تواند روی سهام آن‌ها اثر منفی بگذارد و شاخص کل را هم تضعیف کند.

این کارشناس بازار سرمایه تشریح کرد: ما در گذشته مواردی داشتیم که یک تصمیم بزرگ در حوزه خودرو یا کالاهای مشابه اعلام شد، بازار واکنش مثبت نشان داد، اما ظرف ۴۸ یا ۷۲ ساعت تصمیم لغو یا معلق شد. نتیجه چنین رفت‌وبرگشت‌هایی، چیزی جز بی‌اعتمادی برای بازار سهام و فعالان اقتصادی نبود. اگر همین سناریو برای وارداتی‌ها تکرار شود، سرمایه‌گذاران دوباره احساس ناامنی می‌کنند و ممکن است از بازار خارج شوند.

وی ادامه داد: قبل از هرگونه عرضه رسمی، باید سیاست‌ها و مسیر اجرایی به طور کامل مشخص شود. این یعنی نهادهای مسئول و سیاست‌گذار، از وزارت صمت تا سازمان بورس، باید بر سر چارچوب و اهداف به توافق قطعی برسند. قاراخانی گفت: مدیریت عرضه هم باید بر اساس داده‌های واقعی بازار انجام شود. اگر عرضه بیش از اندازه باشد یا قیمت‌ها به شکل غیرمنطقی افت کند، باید مکانیزم‌های تنظیم‌کننده وارد عمل شوند. همچنین اطلاع‌رسانی باید شفاف و بدون تناقض باشد تا سرمایه‌گذاران و مصرف‌کنندگان دچار سردرگمی نشوند.

این کارشناس بازار سرمایه در نهایت اظهار کرد: عرضه خودروهای وارداتی در بورس کالا، همانند عرضه خودروهای داخلی، می‌تواند یک اقدام مثبت با آثار گسترده اقتصادی باشد، اما موفقیت آن وابسته به مدیریت هوشمندانه و پرهیز از تصمیمات شتابزده است. اگر این عرضه‌ها با ثبات، هماهنگی نهادی و شفافیت کامل همراه باشد، نه تنها بورس، بلکه بازار خودرو هم منتفع خواهد شد اما اگر شاهد تغییرات ناگهانی، لغو یک‌شبه یا نوسانات بی‌کنترل باشیم، همه مزیت‌ها زیر سوال می‌رود. بازار سرمایه بر پایه اعتماد زنده است؛ حفظ این اعتماد پیش از هر چیز، مهم‌ترین وظیفه تصمیم‌گیران است.

نگاه کارشناس

فرصت ایران در خاور میانه پراشوب



محمد امامی

تحلیلگر امنیت غذایی

امنیت غذایی در دنیای امروز به مسئله‌ای پیچیده تبدیل شده است که نمی‌توان آن را از سیاست و اقتصاد و امنیت جدا کرد. در خاور میانه این پیچیدگی چند برابر است؛ زیرا سه عامل هم‌زمان، معادله را دشوارتر کرده‌اند: تهدیدات فرزانده اسرائیل، وابستگی شدید کشورها به واردات مواد غذایی، و فشارهای بی‌امان تغییرات اقلیمی. در چنین فضایی، دیپلماسی غذایی ابزاری راهبردی برای بقا و ثبات منطقه‌ای است. تحولات یک سال گذشته نشان داد که منطقه‌ما از مرز حله‌ای حساس عبور می‌کند. جنگ تحمیلی رژیم صهیونیستی علیه ایران، حملات متقابل هوایی و سایبری، و در تازه‌ترین رویداد، حمله این رژیم به خاک قطر، نشان داد خطوط قرمز پیشین فرو رفته و ششاع تهدید از شرق مدیترانه تا خلیج فارس گسترش یافته است. اکنون نه فقط غزه و لبنان، بلکه پایتخت‌های خلیج فارس نیز خود را در تیررس ناامنی می‌بینند. یکی از نخستین حوزه‌هایی که از این بی‌ثباتی آسیب می‌بیند، امنیت غذایی است. شرایط اقلیمی خاور میانه این آسیب‌پذیری را تشدید می‌کند. کاهش بارندگی، موج‌های گرما و خشکسالی‌های مکرر سبب شده حتی کشورهای ثروتمند حاشیه خلیج فارس هم نتوانند امنیت پایدار محصولات اساسی را تضمین کنند. ایران نیز با وجود پهنه وسیع کشاورزی، در برخی اقلام اساسی و نهاده‌های کشاورزی به واردات وابسته است. بیش از نیمی از نیاز غذایی کل منطقه از خارج تأمین می‌شود و به زبان ساده، هر اختلال در بازار جهانی غذا می‌تواند تهدیدی باشد بر سفره میلیون‌ها نفر در خاور میانه. اما در حالی که غرب آسیا همچنان گرفتار نگاه کوتاه‌مدت و اضطراری است، تجربه قدرت‌های بزرگ نشان می‌دهد که دیپلماسی غذایی می‌تواند به ابزار طراحی آینده بدل شود. ایالات متحده در سال‌های گذشته «دیپلماسی کشاورزی» را به عنوان بخشی از سیاست خارجی خود به کار گرفته است. وزارت کشاورزی آمریکا (USDA) با شبکه‌ای از ارتباطات خارجی، نه فقط محصولات کشاورزی صادر می‌کند بلکه قواعد بازار جهانی غذا را هم شکل می‌دهد. این مدل نشان می‌دهد که امنیت غذایی صرفاً با ذخایر داخلی تضمین نمی‌شود، بلکه نیازمند حضور فعال در بازارهای جهانی و شکل دادن به قواعد بین‌المللی است. برای ایران، درس این تجربه آن است که دیپلماسی غذایی باید بخشی از سیاست خارجی رسمی تعریف شود و ظرفیت‌های وزارت خارجه و وزارت جهاد کشاورزی در یک چارچوب مشترک قرار گیرند. اروپا مسیر دیگری را برگزیده است. استراتژی «از مزرعه تا سفره» (Farm to Fork) اتحادیه اروپا، امنیت غذایی را با تغییرات اقلیمی و سلامت عمومی گره زد. بروکسل تلاش می‌کند با استانداردهای و قدرت تنظیم‌گری، زنجیره غذایی را رانته‌ها در قاره بلکه در تجارت جهانی تحت تأثیر قرار دهد. این تجربه به خاور میانه می‌گوید که دیپلماسی غذایی صرفاً خرید و فروش نیست، بلکه تنظیم قواعد و استانداردهاست. ایران می‌تواند با ابتکار در تدوین استانداردهای مشترک منطقه‌ای برای کیفیت گندم، بهداشت و زنجیره سر، همان نقشی را در منطقه ایفا کند که اروپا در مقیاس جهانی دنبال کرده است. چین، به‌ویژه در چارچوب «کمربند و جاده»، دیپلماسی غذایی را با سرمایه‌گذاری خارجی و کشت فراسرزمینی پیوند داده است. پکن با تأمین مالی پروژه‌های کشاورزی در آسیا و آفریقا، هم امنیت غذایی خود را تضمین کرده و هم نفوذ ژئوپلیتیکیش را گسترش داده است. برای ایران، این تجربه نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری در کشت فراسرزمینی و مشارکت در پروژه‌های مشترک می‌تواند هم ابزار تأمین غذا باشد و هم اهرم سیاست خارجی. روسیه نیز با اتکاب به صادرات غلات به «قدرت غذایی» بدل شده است. مسکو پس از جنگ اوکراین نشان داد که کنترل مسیرهای صادراتی و استفاده از غلات به‌عنوان ابزار فشار، چگونه می‌تواند وزن سیاسی یک کشور را در معادلات جهانی افزایش دهد. این تجربه دو پیام برای ایران دارد: نخست، اهمیت مسیرهای ترانزیتی و کریدورهای امن؛ دوم، خطر استفاده ابزاری از غذا به‌عنوان سلاح. ایران اگر بتواند مسیرهای ترانزیتی منطقه‌ای را امن کند و نقش خود را به‌عنوان هاب لجستیکی تقویت نماید، می‌تواند هم از تهدید مصون‌تر شود و هم به بازیگری تأثیرگذارتر بدل گردد. بنابراین، در حالی که آمریکا بر شبکه‌سازی جهانی، اروپا بر تنظیم‌گری و استاندارد، چین بر سرمایه‌گذاری و کشت فراسرزمینی، و روسیه بر قدرت صادرات تکیه کرده‌اند، ایران و منطقه می‌توانند مدلی ترکیبی طراحی کنند. همکاری‌های منطقه‌ای در خرید مشترک، ذخایر هماهنگ و بیمه حمل‌ونقل، وقتی با ابتکار ایران در استانداردسازی و کریدورهای امن پیوند بخورد، می‌تواند به الگویی بومی از دیپلماسی غذایی بدل شود.