



موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
روابط عمومی و امور بین الملل
۶۶۹۲۷۲۲۶ - ۶۶۹۲۷۲۳۶
WWW.ITSR.IR

بازار ابزار

بوئن تحلیلی موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
شماره هجدهم - شهریور ماه ۱۴۰۳

دورنمای صمت در دولت چهاردهم



علی زاهدطلبان: ابر چالش های دولت چهاردهم در حوزه تجارت خارجی



زهره آقاجانی: ضرورت ارتقای جایگاه جهانی ایران در بخش خردهفروشی



سعیده هوشمند: لزوم رشد اقتصادی برای خروج از رکود



فهیمة بهرامی: چالش های اخذ مجوز برای کسب و کارهای مجازی



قاسم خرمی: بوروکراسی شایسته گزین ابزار حکمرانی صنعتی



شناسنامه نشریه

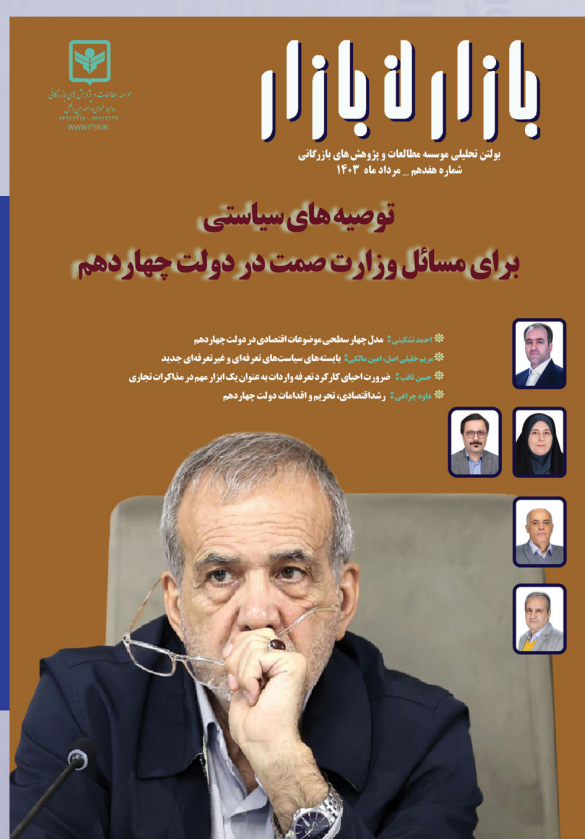
مدیر مسئول: دکتر احمد تشکینی

سردبیر: دکتر قاسم خرمی

تامین محتوای: فائزه کیائی

گرافیکست و صفحه آرا: ماهورا موسوی، ساجده ملا عبداللهی

عکاس: امیر محسن باسحا



موضوع شماره پیشین: توصیه های سیاسی برای مسائل وزارت صمت در دولت چهاردهم

نشریه دیجیتال «بازار نقد بازار» شامل تازه ترین دیدگاه ها و گزارش های تحلیلی پژوهشگران و کارشناسان موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی در موضوعات تخصصی و روز کشور است و لزوما دیدگاه رسمی و سازمانی این موسسه به حساب نمی آید.





سعیده هوشمند (عضو هیات علمی موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی)

لزوم رشد اقتصادی

برای خروج از رکود با توجه به قابلیت های اقتصادی ایران

مقدمه:

در نهایت، حمایت ویژه از صناعی که توانایی ایجاد ارزش افزوده بالا و اشتغالزایی دارند، تشویق به نوآوری و استفاده از فناوری های نوین، توجه به مسائل زیست محیطی در توسعه صنعتی و تشویق به استفاده از انرژی های تجدیدپذیر و فناوری های پاک، باید در دستور کار قرار گیرد. این رویکردها و توصیه های سیاستی می توانند به تحقق جهش رشد اقتصادی و خروج از رکود و تورم کمک کرده و به بهبود وضعیت اقتصادی کشور منجر شوند.

شرایط و قابلیت های اقتصاد ایران

با توجه به شرایط و قابلیت های اقتصاد ایران، اولویت ها و توصیه های سیاستی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) در دولت چهاردهم باید با توجه به ویژگی های منحصر به فرد اقتصاد کشور تنظیم شوند. مهم ترین ویژگی ها و قابلیت های اقتصاد ایران شامل موارد ذیل است:

۱. منابع طبیعی و معدنی غنی:

- وجود ذخایر نفت و گاز.

- منابع معدنی متنوع مانند آهن، مس، طلا و...

۲. بازار بزرگ داخلی:

- جمعیت جوان و رو به رشد.

- ظرفیت بالای مصرف داخلی.

۳. موقعیت جغرافیایی استراتژیک:

- قرار گرفتن در مسیر کریدورهای تجاری بین المللی.

- دسترسی به بازارهای منطقه ای و جهانی.

۴. پتانسیل های علمی و فناوری:

- وجود دانشگاه ها و مراکز تحقیقاتی معتبر.

- نیروی انسانی تحصیل کرده و متخصص.

در دولت چهاردهم، وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) با در نظر گرفتن شرایط و قابلیت های اقتصاد ایران و با رویکردی ایدئولوژیک و سیاسی، می بایست اولویت های خود را به گونه ای تنظیم کند که جهش رشد اقتصادی و خروج از رکود و تورم را محقق سازد. این اولویت ها، لازم است بر پایه اصول توسعه پایدار اقتصادی و اجتماعی کشور و با توجه به افزایش تولید داخلی، بهبود فضای کسب و کار، جذب سرمایه گذاری داخلی و خارجی، توسعه صادرات و ارتقاء بهره وری و کارایی اقتصادی شکل بگیرد.

ایران با بهره مندی از منابع طبیعی غنی، جمعیتی جوان، موقعیت جغرافیایی استراتژیک، و پتانسیل های علمی و فناوری بی نظیر، ضروری است از این قابلیت ها به نحو احسن بهره برداری کند. بر این اساس، وزارت صمت باید تمرکز خود را بر توسعه صنایع بومی و داخلی، حمایت از صنایع کوچک و متوسط، توسعه متوازن و منطقه ای، تحقیق و توسعه و نوآوری، و تقویت تعاملات بین المللی با محوریت منافع ملی قرار دهد.

برای افزایش تولید و بهره وری، ارتقاء فناوری در صنایع و حمایت از نوآوری ضروری است. همچنین بهبود زیرساخت های صنعتی و تولیدی، کلید دستیابی به تولید کالاهای با کیفیت و رقابتی است. در همین راستا، توسعه صادرات و کاهش وابستگی به نفت از طریق تشویق به تولید کالاهای صادرات محور و توسعه بازارهای جدید، از اهمیت ویژه ای برخوردار است.

جذب سرمایه گذاری داخلی و خارجی از طریق ارائه مشوق های مالیاتی، کاهش بروکراسی، و ایجاد مناطق ویژه اقتصادی باید به صورت جدی پیگیری شود. این اقدامات به بهبود فضای کسب و کار و تسهیل فرآیندهای تجاری کمک شایانی خواهند کرد. همچنین، اصلاحات ساختاری و بهبود محیط کسب و کار نیز از دیگر اولویت های مهمی است که نیاز است مورد توجه قرار گیرد.

توسعه نیروی انسانی و ارتقاء مهارت ها از طریق سرمایه گذاری در آموزش و پرورش نیروی انسانی ماهر و تشویق به کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای جدید، لازم است در دستور کار وزارت صمت قرار گیرد. این اقدامات می توانند به افزایش بهره وری و کارایی اقتصادی منجر شوند و زمینه ساز توسعه پایدار اقتصادی کشور باشند.

برای تقویت تعاملات بین المللی و دیپلماسی اقتصادی، گسترش روابط تجاری با کشورهای دوست و همسو و بهره برداری از موقعیت جغرافیایی استراتژیک ایران در کنار مذاکرات بر پایه عزت، حکمت و مصلحت با کشورهای غیر همسو ضروری است. این رویکرد می تواند به افزایش توان صادراتی و کاهش وابستگی به نفت منجر شود و زمینه ساز توسعه پایدار اقتصادی گردد.

در حوزه سیاست های پولی و مالی، کنترل و مدیریت نقدینگی و اعمال سیاست های مناسب برای کنترل تورم از اهمیت ویژه ای برخوردار است. سرمایه گذاری در پروژه های زیرساختی مانند حمل و نقل، انرژی و ارتباطات و ایجاد شغل های جدید از طریق این سرمایه گذاری ها، می تواند به تحریک رشد اقتصادی کمک کند.





شرایط اقتصادی، سیاسی و ایدئولوژیک خاص ایران

با توجه به شرایط اقتصادی، سیاسی و ایدئولوژیک خاص ایران، اولویت‌ها و توصیه‌های سیاستی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) باید به گونه‌ای تنظیم شوند که با اصول و مبانی جمهوری اسلامی ایران همخوانی داشته باشند و بتوانند در راستای توسعه پایدار اقتصادی و اجتماعی کشور حرکت کنند. اهم شرایط ایدئولوژیک و سیاسی خاص ایران شامل موارد ذیل است:

۱. تکیه بر اقتصاد مقاومتی:

- خودکفایی در تولید کالاها و کاهش وابستگی به واردات.

- تقویت تولید داخلی و حمایت از صنایع بومی.

۲. حمایت از مستضعفان و اقشار آسیب پذیر:

- ایجاد فرصت‌های شغلی و کاهش بیکاری.

- توسعه اقتصادی در مناطق کمتر توسعه یافته.

۳. تاکید بر عدالت اجتماعی و توزیع عادلانه منابع:

- کاهش شکاف طبقاتی و توزیع عادلانه ثروت.

- ارائه خدمات رفاهی به همه اقشار جامعه.

لذا اولویت‌های وزارت صمت از نگاه ایدئولوژیک می‌بایست موارد ذیل را شامل شود:

۱. توسعه صنایع بومی و داخلی:

- حمایت از تولیدکنندگان داخلی از طریق تسهیلات مالی و مالیاتی.

- تقویت زنجیره تأمین داخلی و کاهش وابستگی به واردات.

۲. حمایت از صنایع کوچک و متوسط:

- ایجاد بسترهای مناسب برای رشد و توسعه صنایع کوچک و متوسط.

- ارائه تسهیلات و امکانات برای ارتقاء این صنایع.

۳. توسعه متوازن و منطقه‌ای:

- توجه به توسعه مناطق محروم و کمتر توسعه یافته.

- توزیع عادلانه منابع و سرمایه گذاری‌ها در سراسر کشور.

۴. تحقیق و توسعه و نوآوری:

- تشویق به نوآوری و استفاده از فناوری‌های نوین.

- حمایت از شرکت‌های دانش بنیان و فناوری.

۵. تقویت تعاملات بین المللی با محوریت منافع ملی:

- گسترش روابط تجاری با کشورهای دوست و همسو.

- بهره‌برداری از موقعیت جغرافیایی استراتژیک برای توسعه تجارت بین المللی.

۵. تنوع اقلیمی و جغرافیایی:

- امکان تولید محصولات کشاورزی متنوع.

- ظرفیت‌های بالای گردشگری.

بنابر این اولویت‌های وزارت صمت با توجه به شرایط اقتصاد ایران را می‌توان در موارد ذیل خلاصه کرد:

۱. استفاده بهینه از منابع طبیعی:

- توسعه صنایع پایین دستی پتروشیمی و پالایشی.

- افزایش ارزش افزوده مواد معدنی از طریق فرآوری داخلی.

۲. تقویت صنایع داخلی و تولید ملی:

- حمایت از صنایع کوچک و متوسط به عنوان موتور رشد اقتصادی.

- تشویق به بومی سازی فناوری‌ها و تولید قطعات مورد نیاز صنایع.

۳. توسعه زیرساخت‌های صادراتی و افزایش توان رقابتی:

- بهبود بنادر و شبکه‌های حمل و نقل.

- تسهیل فرآیندهای گمرکی و صادراتی.

۴. تشویق به نوآوری و تحقیق و توسعه:

- حمایت مالی و تشویقی از شرکت‌های دانش بنیان.

- تقویت همکاری‌های دانشگاه و صنعت برای توسعه فناوری‌های بومی.

۵. جذب سرمایه گذاری و بهبود فضای کسب و کار:

- ارائه مشوق‌های مالیاتی و کاهش بروکراسی.

- ایجاد مناطق ویژه اقتصادی برای جذب سرمایه‌گذاران خارجی.

بنابراین توصیه‌های سیاستی با توجه به شرایط و قابلیت‌های اقتصاد ایران موارد ذیل را شامل می‌شود:

۱. توسعه زیرساخت‌های انرژی و بهره‌وری:

- افزایش بهره‌وری در تولید و مصرف انرژی.

- سرمایه گذاری در انرژی‌های تجدیدپذیر مانند خورشیدی و بادی.

۲. توسعه زنجیره ارزش در صنایع مختلف:

- تشویق به تولید محصولات با ارزش افزوده بالا.

- حمایت از ایجاد شبکه‌های تأمین داخلی.

۳. تقویت تعاملات بین المللی و دیپلماسی اقتصادی:

- استفاده از موقعیت جغرافیایی برای جذب سرمایه گذاری و توسعه تجارت.

- تقویت همکاری‌های اقتصادی با کشورهای همسایه و منطقه.

۴. حمایت از بخش خصوصی و کاهش وابستگی به نفت:

- کاهش سهم نفت در بودجه و تقویت بخش‌های غیرنفتی.

- حمایت از کارآفرینان و کسب و کارهای نوپا.

۵. توسعه پایدار و حفظ محیط زیست:

- توجه به مسائل زیست محیطی در توسعه صنعتی.

- تشویق به استفاده از فناوری‌های پاک و کاهش آلاینده‌ها.

با این رویکردها، ایران می‌تواند از ظرفیت‌های اقتصادی خود بهره‌برداری بهتری کرده و به توسعه پایدار و افزایش رفاه عمومی دست یابد.



بوروکراسی شایسته‌گزین

ابزار حکمرانی صنعتی در دولت وفاق ملی

قاسم خرمی (کارشناس موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی)

وزارتخانه‌ای با مشغله و پرمناقشه

وزارت صنعت، معدن و تجارت امروز، همانگونه که از نامش پیداست، ترکیبی از چندین وزارتخانه پیشین با چندین حوزه کاری مجزاست. بنابراین، بطور ویژه در همه دوره‌ها با انبوهی از مسائل ریز و درشت کاری خود درگیر بوده است. این وزارتخانه همچنین به دلیل اهمیتی که در اقتصاد ملی دارد، نحوه اداره‌اش با حساسیت بالاترین مقامات حکومت در قبل و بعد از انقلاب مواجه بوده است. شاید بیش از همه وزارتخانه‌های کشور در معرض ادغام و تفکیک‌های مکرر قرار داشته و هنوز هم در همین خصوص پرونده‌ای ناتمام و بلا تکلیف در دولت و مجلس دارد. محصولات و تولیداتش با زندگی همه طبقات اجتماعی در پیوند است و نوع عملکرد آن می‌تواند محل اعتراض و معارضة طیفی وسیعی از گروه‌ها باشد. از کارگری که در یک بخش سابقا دولتی حقوق نگرفته، تا کارخانه‌داری که درگیر بحران رکود است و حتی شهروندی که خود را مالباخته ثبت نام خودرو و یا زیان دیده از مصرف کالای نامرغوب تولیدی و وارداتی می‌داند، همه، درست یا غلط، طرف حسابی جز وزارت صنعت، معدن و تجارت نمی‌شناسند!

مشکلات وزارت صنعت اما در پاسخ به مراجعین و معترضین خلاصه نمی‌شود. آنچه از بابت تحریم و فشارهای خارجی بر سر اقتصاد ملی می‌آید، بازتاب فوری اش در بخش صنعت و معدن تجارت آشکار می‌شود. با همه اینها، کار و کارایی اصلی این وزارتخانه رسیدگی روزانه به همین تیپ مشکلات است. اما جنس مشکلات و راه حل‌ها از یکدست نیست؛ پاره‌ای از مسائل اگر به موقع رفع و رجوع نشوند، می‌توانند بر روی کارایی و شیوه عمل آن در تحقق اهداف اصلی تاثیرگذار باشند. مسائل مربوط به مدیریت و حکمرانی از این دسته‌اند.

حکمرانی خوب «Good Governance» بر شیوه‌های جلب مشارکت افراد و نیروهای اجتماعی از طریق یک بوروکراسی کارآمد با هدف ایجاد وفاق عمومی حول برنامه‌های تغییر و رشد اقتصادی و اجتماعی تاکید دارد. این تعریف از حکمرانی مختص همه سازمان‌های دارای مأموریت‌های اقتصادی و اجتماعی مثل وزارت صنعت، معدن و تجارت است. بنابراین اصول حکمرانی خوب در این نهاد، باید بر دو اصل اساسی استوار باشد.

یکی

دیگر از مصائب حکمرانی این

وزارتخانه، فقدان ارتباط نظامند با نیروهای

اجتماعی موثر بر توسعه صنعتی اعم از روشنفکران،

نویسندگان، هنرمندان، حقوقدانان، سینماگران، روزنامه

نگاران و از همه مهمتر ارتباط با فعالان بخش خصوصی

است. همه اینها را باید به حساب ضعف‌های بوروکراتیک

وزارت صمت نوشت که با تقلیل جایگاه سازمانی آن در

چارت تشکیلاتی اخیر وزارتخانه، چنین ضعف‌هایی

تشدید شده است

یکم: توان پیگیری برنامه‌های رشد و توسعه اقتصادی و صنعتی.

دوم: توان جلب مشارکت کارکنان داخلی و گروه‌های اجتماعی در پیشبرد اهداف مأموریت‌های سازمانی. شاخص‌های دیگر حکمرانی مثل قانون‌گرایی، تکریم حقوق شهروندی، شفافیت و ثبات، به نوعی پشتیبان این دو اصل به حساب می‌آیند. توسعه ژاپن و کره جنوبی، هر دو بر یک بوروکراسی منعطف، کارا و نیرومند استوار بود که نه تنها از عهده برنامه‌ریزی‌های رشد و توسعه اقتصادی صنعتی موفق برآمدند بلکه بسیاری از روشنفکران کشورشان را هم جذب و هضم بوروکراسی صنعتی کردند. دولت ژاپن از دوران میجی (۱۸۶۸) تا امروز تلفیقی از صاحبان صنایع بزرگ، سیاستمداران محافظه‌کار، روشنفکران لیبرال و بورکرات‌های نخبه بوده است و پارک‌هی چونک رئیس جمهور و معمار توسعه کره جنوبی بین سال‌های ۱۹۶۲ تا ۱۹۷۹، تلاش زیادی داشت تا نخبگان دانشگاهی و روشنفکران متخصص و با دانش را وارد ساختار دولتی کشور کند.

حکمرانی خوب و توسعه صنعتی

وزارت صنعت علاوه بر جایگاه مهمش در تدوین خط‌مشی صنعتی کشور، به دلیل تاثیر مستقیمی که بر شاخص‌های اقتصادی اعم از سرمایه‌گذاری، خلق کسب و کارهای جدید، ایجاد اشتغال و رفاه عمومی دارد، عملکردش در حوزه حکمرانی، بر تعیین رابطه حکومت و جامعه تاثیر تعیین کننده دارد. همچنین، ارتقاء شاخص‌های حکمرانی خوب در این وزارتخانه از قبیل «باور و امید به تغییر و بهبودخواهی»، «بوروکراسی توانمند و شایسته‌گزین» و «جلب مشارکت کارکنان و نیروهای اجتماعی در برنامه‌های توسعه صنعتی» نوعا حرکتی در جهت توانمندسازی جامعه مدنی است. از منظر فرایندهای دموکراتیک نیز، اگر رئیس جمهور فعلی را نماینده بخش‌های تحول‌خواه جامعه بدانیم، مسلما موفقیت این وزارتخانه در حل بحران اشتغال، بهبود کیفیت کالا و خدمات صنعتی و تامین بهنگام ارزاق و مایحتاج عمومی و بطور کلی گسترش رضایتمندی شهروندان، می‌تواند تاثیرات مثبتی در تحکیم موقعیت نیروهای تحول‌خواه و دموکراسی طلب کشور در پی داشته باشد.



چارت جدید و ابلاغی وزارت صمت در دولت سیزدهم، چند تغییر اساسی داشت که مثل همه تغییراتی از این دست، واجد ویژگی های مثبت و شاید پیامدهای منفی و حساب نشده باشد.

تقسیم وظایف سنگین معاونت صنایع سابق به چند معاونت تخصصی جدید، قابل دفاع و حذف معاونت های طرح و برنامه و آموزش و پژوهش، قابل پیش بینی بود اما شاید غافلگیرکننده ترین تصمیم، حذف «معاونت توسعه مدیریت و منابع» و تقلیل وظایف بوروکراتیک آن، در سطح یک مرکز با عنوان «مرکز سرمایه انسانی و سازمانی» است.

مباحث تخصصی مبنی بر لزوم و یا عدم لزوم ایجاد تعادل میان بخش صنعت و تجارت، موضوع این نوشته نیست. اما روح کلی حاکم بر این تغییرات که با حذف سه معاونت مذکور و افزایش معاونت های فنی و مهندسی، قابل فهم است، سنگین کردن وزن رشته ها و تخصص های مهندسی و مکانیکی به ضرر رشته ها و دانش علوم اجتماعی آنها در درون ستاد وزارتخانه و درمحل سیاستگذاری های صنعتی است.

عقب زدن علوم اجتماعی (اقتصاد، جامعه شناسی، هنر، مدیریت، حقوق، علوم سیاسی و ...) و دامن زدن سلطه تام و تمام مهندسان در حوزه سیاستگذاری صنعتی، داستان غمبار و با سابقه ای است. ایجاد صدها پروژه پرهزینه و کم بهره در سراسر کشور بدون ملاحظات اقلیمی و امنیتی و بازاریابی و نیازسنجی داخلی و صادراتی و غیره، همه محصول ذهنیت های مهندسی و امکان سنجی فنی بدون توجه به پیوست های فرهنگی و اجتماعی و سیاسی بوده است. توسعه نیم بند مبتنی بر نابرابری های اجتماعی و سرزمینی و احداث واحدهای آب بر مثل مثل فولاد و پتروشیمی در بیابان های خشک ایران، نتیجه نگاه صرف مکانیکی و غیبت علوم و دانش اجتماعی و انسانی در قلمرو سیاستگذاری های صنعتی است.

حذف معاونت توسعه مدیریت و منابع در چارت جدید وزارت صمت (جدای از این بحث که عملکرد آن قابل قبول بوده یا نبوده است)، آشکارا به کوچک شدن بوروکراسی به نفع تکنوکراسی منجر شده است. اهمیت بوروکراسی و یا نظام اداری کارآمد در دستیابی به توسعه صنعتی، موضوعی نیست که نیازمند بحث و جدل باشد.

مع الوصف، در کشور ایران که دولت متولی توسعه صنعتی است، مسائل حکمرانی در نهادی مثل وزارت صنعت، دیگر مسائل درون سازمانی یک وزارتخانه تلقی نمی شود چرا که مستقیما بر سرنوشت صنعت و موقعیت جمعی سایر ایرانیان نیز تاثیر گذار است.



اگر ظرف و بستر تحقق حکمرانی را بوروکراسی بدانیم، تاثیر این امر در سازمان های متولی رشد و توسعه صنعتی مثل وزارت صنعت، معدن و تجارت از جهات دیگری هم حائز اهمیت است. «پیتر اوانز» که در کتاب «توسعه و چپاول» تحقیقات ارزشمندی درباره کشورهای تازه صنعتی شده آسیای شرقی انجام داده است، وجود بوروکراسی قدرتمند، منزله، شایسته گزین و کارآمد را از عوامل مهم دستیابی این کشورها به توسعه صنعتی ذکر کرده است. به نظر او یک بوروکراسی قدرتمند نه تنها در تدوین و اجرای درست سیاست ها و برنامه های صنعتی موثر است، بلکه در بیشتر این کشورها، وجود مدیران و کارکنان شایسته و سالم در درون دستگاه دولت، موجب ارتباط بهتر دولت با بخش خصوصی و نیروهای اجتماعی اثرگذار بر توسعه صنعتی شده است. به همین دلیل در جمع بندی نهایی او، که اتفاقا درباره جامعه ایران هم اظهار نظر کرده است، دولت زمانی در توسعه صنعتی موفق خواهد شد که مدیران و تصمیم گیران دولتی بواسطه دستگاه توانمند اداری و سایر شبکه های موجود، در مرحله اول با بدنه سازمانی خود و سپس با کارآفرینان خصوصی و در نهایت با جامعه بر سر چگونگی دستیابی به توسعه صنعتی به توافق رسیده باشند و توسعه صنعتی را به پروژه مشترک خود و جامعه تبدیل کرده باشند بنابراین، در کشور ایران که دولت متولی توسعه صنعتی است، مسائل حکمرانی در نهادی مثل وزارت صنعت، دیگر مسائل درون سازمانی یک وزارتخانه تلقی نمی شود چرا که مستقیما بر سرنوشت صنعت و موقعیت جمعی سایر ایرانیان تاثیر گذار است.

لزوم بازسازی بوروکراسی در وزارت صمت

وزارت صمت در هر دو حوزه مهم حکمرانی یعنی ایجاد مکانیزم «شایسته گزینی» و «ارتباط با نیروهای اجتماعی» از دیرباز تا کنون، ضعف هایی داشته است و با وجود اینکه یکی از وزارتخانه های راهبردی و تخصصی کشور است اما هیچ وقت نتوانسته است راهی مناسب برای جلب و جذب نخبگان و حتی افراد با تحصیلات عالی پیدا کند. به همین دلیل، مطابق اعلام سازمان برنامه، به لحاظ سطح تحصیلات نیروهای شاغل، به عنوان یکی از کم سوادترین وزارتخانه های دولتی شناخته شده است.

یکی دیگر از مصائب حکمرانی این وزارتخانه، فقدان ارتباط نظامند با نیروهای اجتماعی موثر بر توسعه صنعتی اعم از روشنفکران، نویسندگان، هنرمندان، حقوقدانان، سینما گران، روزنامه نگاران و از همه مهمتر ارتباط با فعالان بخش خصوصی است. همه اینها را باید به حساب ضعف های بوروکراتیک وزارت صمت نوشت که با تقلیل جایگاه سازمانی آن در چارت تشکیلاتی اخیر وزارتخانه، چنین ضعف هایی تشدید شده است



چند توصیه سیاسی

برای ارتقای جایگاه جهانی ایران در بخش خرده‌فروشی



زهرا آقاجانی (عضو هیات علمی موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی)

اصلاح و بازنگری مقررات
حاکم بر فضای کسب‌وکار خرده
فروشی برای تسهیل ایجاد و توسعه
فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای، به ایجاد
فضای رقابتی تری در بازار خرده‌فروشی منجر
خواهد شد. مجموعه این عوامل، در وهله اول
تاثیر مثبتی بر ارکان جذابیت بازار و اشباع
بازار خواهد داشت.

بررسی وضعیت ایران در این شاخص، نشانگر بهبود وضعیت کشور در ارکان ریسک کشوری، میزان اشباع بازار و فشار زمانی (به جز رکن جذابیت بازار) بوده است. در ارتباط با رکن ریسک کشوری، اگر چه امتیاز ایران از ۳۰۴ به ۷۰۷ ارتقا پیدا کرده است؛ اما اختلاف فاحشی با سقف امتیاز یعنی نمره ۱۰۰ دارد. همچنین در رکن اشباع بازار، امتیاز کشورمان از ۸۹.۲ به ۹۱.۳ افزایش یافته است. در خصوص رکن فشار زمانی نیز امتیاز ایران از ۳۱.۰۳ به ۴۱.۶ افزایش پیدا کرده است. اما امتیاز کشورمان در رکن جذابیت بازار از ۳۳.۵ به ۲۴.۲ کاهش یافته است.

با توجه به توصیفات فوق، مهمترین اولویت‌های دولت چهاردهم، به منظور ارتقای جایگاه ایران در شاخص جهانی توسعه خرده‌فروشی را می‌توان به شرح زیر بیان نمود:

الف) کاهش ریسک‌های حاکم بر بخش خرده‌فروشی: پایین‌ترین امتیاز ایران در این شاخص، به رکن ریسک کشوری اختصاص دارد. از این رو یکی از مهمترین اولویت‌ها، سیاستگذاری برای کاهش ریسک‌های سیاسی، اقتصادی، مالی و تجاری کشور است که نه تنها برای بخش خرده‌فروشی، بلکه برای سایر بخش‌های اقتصادی نیز مولفه بسیار تعیین‌کننده‌ای محسوب می‌شود. یکی از مهمترین اقدامات ضروری در این ارتباط، گسترش مناسبات سیاسی با کشورهای جهان با در نظر گرفتن ملاحظات ملی است.

ب) بهبود فضای کسب‌وکار خرده‌فروشی: اصلاح و بازنگری مقررات حاکم بر فضای کسب‌وکار خرده‌فروشی برای تسهیل در توسعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای، به ایجاد فضای رقابتی تری در بازار خرده‌فروشی منجر خواهد شد. مجموعه این عوامل، تاثیر مثبتی بر ارکان جذابیت بازار و اشباع بازار خواهد داشت. در این ارتباط اقداماتی همچون در نظر گرفتن مشوق‌های قانونی در راستای ترغیب واحدهای خرده‌فروشی سنتی برای پیوستن به شبکه‌های فرانچایزی، تعریف چارچوب‌های قانونی برای ممانعت از اتخاذ رویه‌های غیرمنصفانه تجاری در حوزه خرده‌فروشی و طراحی چارچوب‌ها و استانداردهای قانونی برای شکل‌گیری مدل‌های کسب‌وکاری جدید در شبکه توزیع با توجه به مفاهیم مرسوم جهانی می‌توانند راهگشا باشند.

ج) گسترش تعاملات و مبادلات منطقه‌ای و جهانی و ارتقای هم‌پیوندی با اقتصاد جهانی: این اقدام می‌تواند به حضور خرده‌فروشی کشور در بازارهای جهانی کمک کند. مصداق بارز این هم‌پیوندی، توسعه شبکه خرده‌فروشی مدرن با مشارکت کشورهای در حال توسعه از طریق تاسیس شرکت‌های زنجیره‌ای خرده‌فروشی مشترک است. با گسترش اینگونه فروشگاه‌ها در این بازارها، امکان عرضه انواع محصولات از جمله محصولات بومی ایرانی در بازارهای صادراتی فراهم می‌شود.

د) ایجاد بسترهای لازم جهت ورود بیشتر بازیگران بین‌المللی به بازار خرده‌فروشی ایران (به‌خصوص در حوزه محصولات مصرفی پرگردش): این امر موجب ارتقای رقابت در بخش خرده‌فروشی، افزایش کیفیت خدمات ارائه شده به مصرف‌کنندگان، افزایش سطح استانداردهای کمی و کیفی حاکم بر بازار و افزایش رضایتمندی مصرف‌کنندگان خواهد شد که می‌تواند به طور خاص در رکن اشباع بازار تاثیرگذار باشد. در این ارتباط، در نظر گرفتن سازوکارهای لازم برای نظارت مستمر بر فعالیت بازیگران حوزه خرده‌فروشی، به منظور ایجاد تحول ساختاری در شبکه توزیع کالا از مسیر جذب سرمایه‌گذاری خارجی، بیش از پیش ضرورت پیدا می‌کند.

یکی از نماگرهای مهم برای سنجش میزان جذابیت بخش خرده‌فروشی کشورهای در حال توسعه، شاخص جهانی توسعه خرده‌فروشی Global Retail Development Index (GRDI) است که توسط موسسه بین‌المللی ای.تی.کرنی (A.T. Kearney) به صورت دوسالانه برای کشورهای منتخب محاسبه می‌شود. با توجه به قرارگیری ایران در گزارش سال ۲۰۲۳ موسسه (منتشر شده در اوایل سال ۲۰۲۴)، مطالعه وضعیت کشورمان در این شاخص می‌تواند نمایی کلی از تحولات صورت گرفته در این بخش و فضای حاکم بر آن را ترسیم نموده و به تعیین اولویت‌های سیاستگذاری در این حوزه کمک کند. برای محاسبه این شاخص، مجموعه‌ای از متغیرهای کلان و متغیرهای بخشی در قالب چهار رکن اصلی مورد استفاده قرار می‌گیرد:

۱. جذابیت بازار: سرانه فروش خرده‌فروشی؛ جمعیت کشور؛ جمعیت شهری؛ و کارایی کسب‌وکار (اثربخشی دولت، بار ناشی از قوانین و مقررات، سهولت کسب‌وکار و کیفیت زیرساخت‌ها)؛

۲. ریسک کشوری: ریسک سیاسی (کارایی اقتصادی، شاخص‌های بدهی، رتبه‌بندی اعتباری و دسترسی به منابع بانکی)؛ و ریسک تجاری (هزینه‌های مربوط به تروریسم، جنایت، خشونت و فساد)؛

۳. اشباع بودن بازار: سهم خرده‌فروشی مدرن؛ تعداد خرده‌فروشان بین‌المللی فعال در کشور؛ سرانه مساحت خرده‌فروشی مدرن به ازای جمعیت شهری و سهم بازاری بازیگران بزرگ خرده‌فروشی؛

۴. فشار زمانی (سرعت گسترش خرده‌فروشی): نرخ رشد فروش خرده‌فروشی مدرن وزندهی شده بر اساس نرخ رشد اقتصادی؛ و نرخ رشد فضای خرده‌فروشی وزندهی شده بر اساس مساحت خرده‌فروشی مدرن جدیداً ایجاد شده.

براساس نتایج گزارش سال ۲۰۲۳ این شاخص، ایران در بین ۴۴ کشور جهان، رتبه ۲۶ را با امتیاز ۴۶.۲ به خود اختصاص داده است. لازم به ذکر است که طبق این گزارش و به استناد آمار شرکت پلنت ریتیل (Planet Retail)، اندازه بازار خرده‌فروشی ایران در سال ۲۰۲۳ معادل ۸۵ میلیارد دلار بوده است.

پیش از این، کشورمان تنها یکبار در سال ۲۰۱۱ در رتبه‌بندی این موسسه قرار گرفته بود که از بین ۳۰ کشور، جایگاه ۲۹ را با امتیاز ۳۹.۳ کسب کرده بود. بدین ترتیب علیرغم افزایش تعداد کشورهای حاضر در رتبه‌بندی سال ۲۰۲۳، شاهد صعود ۳ پله‌ای رتبه ایران در این گزارش هستیم. شایان ذکر است در رتبه‌بندی سال ۲۰۲۳ این شاخص، کشورهای هندوستان، جمهوری دومینیکن و عربستان به ترتیب رتبه‌های اول تا سوم را به خود اختصاص داده‌اند. در بین کشورهای خاورمیانه نیز ایران پس از عربستان، ترکیه (رتبه ۹) و اردن (رتبه ۱۱) جایگاه چهارمین کشور منطقه را در این شاخص به خود اختصاص داده است.



در گفتگو با علی زاهد طلبان بررسی شد:

سه راهکار برای سه ابرچالش دولت چهاردهم در حوزه تجارت خارجی

از این رو به غیر از افزایش روابط اقتصادی و تجاری با کشورهای عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا بویژه روسیه (که آن هم به دلیل برخی مشابهت‌های ساختاری میان اقتصادهای دو طرف مثل اتکاء به درآمدهای نفتی و سوخت‌های فسیلی، نیاز به سرمایه‌گذاری و فناوری‌های نوین و عدم مکمل بودن اقتصاد آنها تابع محدودیت‌های ویژه‌ای در توسعه حداکثری روابط است)، ظرفیت‌های ایجاد شده از این مسیر، پاسخگویی چندانی برای ایجاد گشایش‌های جدی برای فرار از فشار تحریم‌ها نداشته است. البته افزایش نسبی و تدریجی فروش و صادرات نفت از طریق دور زدن تحریم‌ها از یک سو و روی کار آمدن دولت آقای بایدن به جای ترامپ و تحولات ژئوپلتیک منطقه مثل جنگ روسیه و اوکراین و در نتیجه کاهش فشارهای تحریمی از سوی دیگر به کاهش آلام ناشی از تحریم‌ها در حوزه تجارت خارجی و بهبود نسبی شاخص‌های اقتصادی کمک نمود. برای سازماندهی بهتر حوزه تجارت خارجی، دولت سیزدهم تلاشی را که دولت قبل برای تفکیک وزارت صمت آغاز کرده بود، در چند نوبت دنبال نمود، اما با روی خوش نشان ندادن مجلس و اختلاف نظری که بین ارکان دولت در این زمینه وجود داشت، پیگیری بیشتر این موضوع نیز رها گردید. به غیر از این دو موضوع، در دولت ناتمام سیزدهم، شاهد تحول خاصی در زمینه راهبردهای تجارت خارجی نبودیم.

یکی از برنامه‌های اعلامی دولت چهاردهم، گشایش در سیاست خارجی، رفع تحریم‌ها و تلاش برای حل مسائل و مشکلات ناشی از فشارهای خارجی است. در چند دهه گذشته، تحریم‌های خارجی، کلیت اقتصاد ایران و بطور خاص حوزه تجارت خارجی کشور را دستخوش تنگنا و تهدیدات جدی کرده است. در گفتگو با دکتر علی زاهد طلبان، عضو هیات علمی و مدیر گروه پژوهش‌های بازرگانی خارجی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، مهمترین اولویت‌ها و چالش‌های دولت چهاردهم در بخش تجارت خارجی و راهکارهای عبور از آن را بررسی کرده ایم:

۱. در ابتدای بحث، اگر ممکن است گزارش مختصری از روند تجارت خارجی کشور تا امروز ارائه بفرمایید؟

تجارت خارجی کشور از گذشته تاکنون همواره دستخوش نوسانات متعددی بوده که این نوسانات و افت و خیزها جز در پرتو فراز و فرودهای اقتصادی و سیاسی کشور و تحولات پیرامونی آن قابل تفسیر نیست. رشد اقتصادی که خود برآمده از ترکیب مولفه‌های متعددی است، مهمترین متغیر اثر گذار در حجم تجارت خارجی کشور و پارامتری مهم در جهت‌گیری سیاست‌های تجاری اعم از صادرات و واردات است. با افت رشد اقتصادی در یک دهه گذشته (دهه نود) از یک سو و از سرگیری فشارهای تحریمی ناشی از خروج آمریکا از برجام از سوی دیگر، چالش‌های جدی برای حوزه تجارت خارجی بویژه صادرات نفت و کمبود منابع ارزی برای واردات رخ داد که خود موجب اعمال محدودیت‌ها و بروز تنگنای زیادی در حوزه تجارت خارجی گردید. بی ثباتی فضای کسب و کار، پیش‌بینی ناپذیری روندهای آتی، افزایش هزینه‌های مبادله، اوج‌گیری تورم شتابان و مزمن، محدودیت منابع و مضایق ارزی و ده‌ها عارضه دیگری که دامن‌گیر تجارت خارجی شده و کم و بیش تا امروز نیز ادامه یافته است، حوزه سیاست تجاری کشور را به محیطی پرمخاطره و پر چالش مبدل ساخته است که برای برون‌شدن از آن عزمی ملی و جدی را در همه ارکان حاکمیت می‌طلبد.

۲. راهبردهای تجارت خارجی در دولت سیزدهم را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

بخش مهمی از تلاش دولت سیزدهم مصروف مقابله با پیامدهای ناشی از تداوم خروج آمریکا از برجام و اعمال تحریم‌های گسترده فراسرزمینی این کشور برای بستن ریه‌های تنفسی اقتصاد ایران در حوزه تجارت خارجی و همچنین یافتن راه کارهای جایگزین برای محدودیت‌های بین‌المللی ناشی از عدم تصویب (FATF) برای انتقال وجوه مالی بین بانکی در مبادلات تجاری شد. پیوستن به برخی از ائتلاف‌های سیاسی و اقتصادی منطقه ای نظیر پیمان شانگهای (که عضویت در آن در دولت قبل قطعی شده بود)، بریکس و تقویت روابط اقتصادی با اتحادیه اقتصادی اوراسیا، ظاهراً مهمترین راهبرد دولت سیزدهم برای مقابله با این وضعیت بود. به غیر از اتحادیه اقتصادی اوراسیا که از هویت اقتصادی متشکلی برای ترویج مبادلات اقتصادی و تجاری برخوردار است، سایر تشکلهای مذکور هنوز فاقد سازوکارهای حقوقی اقتصادی مشخصی برای توسعه مبادلات اقتصادی و تجاری بوده و بیشتر در حد ائتلاف‌های سیاسی امنیتی باقی مانده‌اند.





- ❑ انعقاد موافقت نامه های پولی دوجانبه و چندجانبه برای تجارت با ارزهای ملی و استفاده از ابزارهای نوین تجاری مانند رمزارزها
- ❑ انعقاد موافقت نامه های تجارت ترجیحی و آزاد در قالب نقشه راه توسعه مناسبات تجاری با همسایگان و سایر کشورها
- ❑ انعقاد موافقت نامه های همکاری و سرمایه گذاری مشترک با سایر کشورها در زمینه حمل و نقل، بیمه و امور بانکی
- ❑ کاهش هزینه های مبادله از طریق بهبود زیرساخت های تجاری و تسهیل رویه های تجاری و گمرکی
- ❑ **ب)** اصلاحات نهادی فوری و بازطراحی نظام حکمرانی در بخش تجارت خارجی
- ❑ تقویت نهادهای سیاست گذاری تجاری با رویکرد یکپارچگی سیاست های صنعتی، تجاری، فناوریانه و کلان اقتصادی
- ❑ انسجام بخشی به تشکیلات کلان دولت در حوزه تجارت خارجی
- ❑ حذف و ادغام شوراها و کمیته های موازی و کم اثر و تشکیل شورای تجارت خارجی
- ❑ بازنگری در قوانین و مقررات مناطق آزاد تجاری و ویژه اقتصادی
- ❑ تاسیس کمیته ملی تسهیل تجارت و اتخاذ سیاست های تسهیل تجاری به منظور ارتقاء بهره‌وری
- ❑ تقویت بنیه کارشناسی و تخصصی نهادهای متولی سیاست تجاری
- ❑ **ج)** بهبود مستمر محیط کسب و کار و ساختار بازار رقابتی
- ❑ اجرای قانون رقابت و مقابله با انحصار و تعبیه ابزارهای لازم برای مقابله با فعالیت های سوداگرانه
- ❑ اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ و تقویت انگیزه های تولید
- ❑ بازنگری در سطح حمایت های تجاری موجود با توجه به ملاحظات زیست محیطی و رقابت پذیری اقتصاد ملی
- ❑ اصلاح قوانین و مقررات معارض و تثبیت فضای قانونی
- ❑ اعمال حمایت های تجاری شفاف با رویکرد حذف موانع غیر ضرور
- ❑ تقویت و ارتقاء شفافیت و اتخاذ سیاست های تسهیل تجاری به منظور ارتقاء بهره‌وری
- ❑ تقویت زیرساخت های تجاری کشور

امید است که دولت چهاردهم و سکندار سیاست های تجاری کشور با بازشناسی و آسیب شناسی وضع موجود و اولویت بندی درست مسائل و چالش ها، در این زمینه گام های مفید و موثری بردارد.

۳. به نظر شما مهمترین چالش های بخش بازرگانی خارجی در دولت چهاردهم چیست؟

چالش های حاکم بر بخش بازرگانی خارجی کشور را نمی توان مستقل از چالش های موجود در سایر حوزه های سیاسی، اقتصادی، امنیتی، زیست محیطی و حتی مسائل و مشکلات اجتماعی تحلیل کرد. بخش بازرگانی خارجی کشور با همه این حوزه ها در تعامل و تبادل پیوسته است و پیامدها و سرریزهای مشکلات این حوزه ها، تا حد زیادی اقدامات و حتی جهت دهی سیاست های تجاری کشور را در بخش بازرگانی خارجی دیکته می کند. پیامدهای مرتبط با حوزه سیاست خارجی و تحریم های فراسرزمینی نمونه بارز این تاثیر و تاثر است. مشکلات مربوط به تولید و ضعف رقابت پذیری تولیدات داخلی عمدتاً از تورم مزمن و ناترازی های مالی و بودجه ای دولت و بی ثباتی محیط اقتصاد کلان و حکمرانی ضعیف ریشه می گیرد. با اینکه مسائل و مشکلات بازرگانی خارجی کشور متعدد و متکثرند و راه حل یگانه ای برای آنها وجود ندارد، چنانچه بخواهیم سه محور اصلی چالش های مربوط به حوزه بازرگانی خارجی را فهرست کنیم، باید بر حل و فصل و یافتن راه حل های مناسب برای سه کلان چالش اساسی و مزمن زیر که خود سرمنشا مشکلات متعدد دیگر است، انگشت تاکید نهاد:

- ❑ **الف)** محدودیت ها و چالش های ناشی از اعمال تحریم های اقتصادی
- ❑ **ب)** ضعف مفرط حکمرانی و تعدد و پراکندگی نهادهای تصمیم گیر و اثرگذار در حوزه تجارت خارجی
- ❑ **ج)** حمایت گرایی کور از تولید داخلی به هر قیمت و فارغ از هر نتیجه و پیامدی در غیاب یک سیاست تجاری روشن و استوار

۴. راهکارهای سیاستی برای ارتقای سطح سیاست تجاری کشور در دولت جدید، چه می تواند باشد؟

همانطور که در بالا اشاره شد، سیاست های تجاری کشور در عمل متأثر از ملغمه ای از کنش های سیاستی حوزه های دیگر است و با توجه به سه چالش محوری مذکور، در حال حاضر نهاد متولی سیاست تجاری کشور فاقد کفایت و استقلال عمل لازم برای طراحی و بکارگیری یک راهبرد تجاری روشن، کارآمد و بهینه است. به اعتقاد بنده برای خروج از این بن بست مزمن و آغاز اصلاحات سیاستی، سه محور اصلی زیر با اتخاذ مجموعه ای از اقدامات ذیل آن از اولویت بیشتری برخوردار است:

- ❑ **الف)** تلاش برای رفع تحریم ها و همزمان کاربست راه کارهای خنثی سازی آن با هدف باز نگه داشتن مسیر تجارت خارجی کشور
- ❑ استفاده حداکثری از فضای انتخاب رئیس جمهور جدید و پیگیری دیپلماسی فعال برای رفع تحریم ها با راه کارهای چندگزینه ای



معرفی طرح پژوهشی:

تبیین رشته فعالیت های کسب و کارهای مجازی از منظر
نوع و نهاد متولی صدور مجوز

فهیمة بهرامی (عضو هیات علمی موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی)

۲) یافته های اختصاصی کشورها:

• نظام حکمرانی فضای کسب و کار مجازی در آمریکا:

صدور مجوز برای کسب و کارهای مجازی در آمریکا بر اساس نوع فعالیت اقتصادی و محل فعالیت متفاوت است و به عوامل زیر بستگی دارد:

۱. **ساختار تجاری:** شامل شرکت با مسئولیت محدود (LLC)، شرکت سهامی (Corporation)، مشارکت (Partnership)، و مالکیت انفرادی (Sole Proprietorship). هر یک نیازمند مجوزها و الزامات قانونی خاص خود هستند.

۲. **نوع فعالیت:** نوع کالا و خدمات ارائه شده توسط بنگاه نیازمند به دریافت مجوز تکمیلی دارد. مثلاً شرکت های ارائه دهنده خدمات مالی دیجیتال باید مجوزهای خاصی مانند رعایت قوانین ضد پولشویی داشته باشند، در حالی که فروشندگان کالاهای فیزیکی باید مقررات تجارت الکترونیک و حقوق مصرف کننده را رعایت کنند.

۳. **محل فعالیت:** کسب و کارهای ملی باید با مقررات فدرال هماهنگ باشند، مانند قوانین تجارت بین ایالتی و مالیات فدرال. این در حالی است که کسب و کارهای ایالتی نیاز کمتری به مجوزهای فدرال دارند مگر برای بهره مندی از مزایای قانونی و مالیاتی فدرال.

۴. **بیمه های تجاری:** نوع بیمه های تجاری مورد نیاز می تواند بر نوع مجوزهای لازم تأثیر بگذارد.

مجوزهای کسب و کار یکی از ابزارهای کلیدی حاکمیت برای ساماندهی فعالیتها، آگاهی از ظرفیت و توان عرضه بخش کالا و خدمات، امکان رصد و پایش واحدهای عرضه کننده کالا و خدمات و به تبع آن فراهم آوردن بستر استفاده از ابزارهای حمایت از حقوق مصرف کنندگان نقش بسزایی دارند. آنها همچنین اجرای قوانین و سیاستهای نظارتی را در زمینه های مختلف مانند مقررات مالیاتی، نظارت بر محیط زیست و سایر موضوعات مرتبط تسهیل می کنند. با عنایت به توسعه و انتقال محیط های کسب و کار از فضاهای فیزیکی به سمت فضای مجازی، اهمیت صدور مجوز برای فعالیت های آنلاین را دوچندان می کند. در این راستا درک رابطه بین مجوز کسب و کار و طبقه بندی زمینه های فعالیت برای حفظ قانونی بودن، حفاظت از منافع عمومی و اطمینان از عملکرد روان کسب و کار در بخش های مختلف بسیار مهم است. این مقررات برای تضمین ارائه کالاها و خدمات براساس استانداردهایی که از حقوق مصرف کننده حمایت می کنند ضروری است.

در پژوهش حاضر مدل طبقه بندی کسب و کارهای مجازی برای اخذ مجوزهای مربوطه مورد بررسی قرار گرفته است و نهاد مسئول هر کدام توضیح داده شده است. برای بهره مندی از تجربیات جهانی در اداره فضای کسب و کار مجازی در ابعاد مختلف (فراتر از طبقه بندی)، منشورهای بین المللی تهیه شده توسط دفتر مقررات دیجیتال بانک جهانی مورد بررسی قرار گرفت و به طور خاص تجارب ایالات متحده، هند و ترکیه تحلیل شد. مهم ترین یافته های این پژوهش به شرح زیر است:

۱) یافته های عمومی بین المللی:

مطالعات بین المللی نشان می دهند که چارچوب مقررات گذاری و مجوزدهی کسب و کارهای مجازی به چهار بخش الزامات، نظارت، مجازات ها، و خودتنظیمی تقسیم می شود. هر بخش شامل مقررات و نهادهای مسئول مربوطه است که طبقه بندی فعالیتها در این بخش ها، کیفیت تنظیم گری را بهبود می بخشد.

ضرورت ساماندهی کسب و کارهای مجازی به دلایلی همچون رشد اطلاعات نادرست، تمرکز قدرت در شرکت های بزرگ، افزایش رفتارهای الگوریتمی، نیاز به حاکمیت داده و رسیدگی به آسیب های فعالیت های مجازی تأکید می شود. فرایند روشن و تسهیل کننده برای مجوزدهی و تعیین نهادهای مسئول اهمیت زیادی دارد.

سیستم های مجوزدهی در کشورها متأثر از مقررات و سیاست های کلان مانند نظام مالیاتی، قوانین ثبت شرکت ها و قوانین زیست محیطی است. اصول کلیدی مقررات گذاری شامل شفافیت، مسئولیت پذیری، رویکردهای مبتنی بر ریسک، ضمانت های اجرایی متناسب، استفاده از فناوری، توسعه زیرساخت های دیجیتال، تشویق خودتنظیمی، حمایت از نوآوری و کارآفرینی، مشارکت عمومی و ارزیابی تأثیر نظارتی است.

طبقه بندی فعالیتها برای صدور مجوز کسب و کار در کشورهای مختلف متفاوت است، اما بیشتر کشورها برای ساده تر کردن این فرایند از طبقه بندی های مشخص استفاده می کنند. برای مثال، برخی کشورها از کدهای طبقه بندی NAICS (شناسه سلسله مراتبی نوع فعالیت اقتصادی) برای صدور مجوز کسب و کار استفاده می کنند که فعالیت های اقتصادی را به دسته ها و زیر دسته ها تقسیم می کند.





• نظام حکمرانی فضای کسب و کار مجازی در هند:

صدور مجوز برای کسب و کارهای مجازی در آمریکا بر اساس نوع فعالیت اقتصادی و محل فعالیت متفاوت است و به عوامل زیر بستگی دارد:

۱. ساختار تجاری: شامل شرکت با مسئولیت محدود (LLC)، شرکت سهامی (Corporation)، مشارکت (Partnership)، و مالکیت انفرادی (Sole Proprietorship). هر یک نیازمند مجوزها و الزامات قانونی خاص خود هستند.

۲. نوع فعالیت: نوع کالا و خدمات ارائه شده توسط بنگاه نیازمند به دریافت مجوز تکمیلی دارد. مثلاً، شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات مالی دیجیتال باید مجوزهای خاصی مانند رعایت قوانین ضد پولشویی داشته باشند، در حالی که فروشندگان کالاهای فیزیکی باید مقررات تجارت الکترونیک و حقوق مصرف‌کننده را رعایت کنند.

۳. محل فعالیت: کسب و کارهای ملی باید با مقررات فدرال هماهنگ باشند، مانند قوانین تجارت بین‌ایالتی و مالیات فدرال. این در حالی است که کسب و کارهای ایالتی نیاز کمتری به مجوزهای فدرال دارند مگر برای بهره‌مندی از مزایای قانونی و مالیاتی فدرال.

۴. بیمه‌های تجاری: نوع بیمه‌های تجاری مورد نیاز می‌تواند بر نوع مجوزهای لازم تأثیر بگذارد.

• نظام حکمرانی فضای کسب و کار مجازی در هند، در هند، سیستم مجوزدهی کسب و کارهای مجازی و طبقه‌بندی فعالیت‌ها با نظام استاندارد و مجوزدهی ملی مرتبط است. برای شروع یک کسب و کار مجازی، ابتدا باید شرکت ثبت شود و مجوزهای لازم از وزارت تجارت و صنعت و سایر نهادهای مربوطه دریافت گردد. دو معیار کلیدی برای اخذ مجوز فعالیت در هند عبارت است از:

۱. طبقه‌بندی کسب و کارها بر حسب مالکیت:

- شرکت تک نفره
- شرکت سهامی عام
- شرکت مالکیت انحصاری
- شرکت تضامنی

وزارت امور شرکت‌ها بر ثبت شرکت‌ها و مشارکت‌های با مسئولیت محدود (LLP) نظارت می‌کند. ثبت شرکت باعث ایجاد هویت قانونی جداگانه و حمایت با مسئولیت محدود می‌شود و به رشد تدریجی کسب و کار پس از رسیدن به یک آستانه مالی مشخص کمک می‌کند.

۲. دسته‌های مختلف مجوز تجارت آنلاین بر حسب نوع فعالیت:

- مجوز صنایع: برای کارخانجات تولیدی کوچک، متوسط و بزرگ.
- پروانه مغازه: برای مشاغل پرخطر و حساس مانند فروش هیوم، تولید ترقه، شمع سازی، آرایشگاه، خشکشویی، فروشگاه کامپیوتر، کلینیک، فروشگاه‌های پزشکی و غیره.
- مجوز تاسیس مواد غذایی: برای رستوران‌ها، غرفه‌های مواد غذایی، غذاخوری‌ها، فروشگاه‌های گوشت و سبزیجات، نانوایی‌ها، مراکز خرید و غیره.

• نظام حکمرانی فضای کسب و کار مجازی در ترکیه:

در ترکیه، نهادهای اصلی مسئول طبقه‌بندی و صدور مجوز کسب و کارهای اینترنتی شامل سازمان توسعه تجارت الکترونیک، وزارت توسعه معادن و فناوری اطلاعات، و شورای مرکزی کسب و کارهای اینترنتی هستند. این نهادها مسئولیت توسعه تجارت الکترونیک، ارائه راهنمایی و نظارت بر مجوزها را برعهده دارند. علاوه بر این، وزارت بازرگانی مسئول تجارت الکترونیک و حمایت از مصرف‌کننده است، سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات بر محتوای اینترنت نظارت دارد، و آژانس مقررات و نظارت بانکی و بانک مرکزی ترکیه سیستم‌های پرداخت آنلاین را تنظیم می‌کنند. هیأت حفاظت از داده‌های شخصی زیر نظر وزارت دادگستری، حفاظت از داده‌ها و رسیدگی به تخلفات مربوط به داده‌های شخصی را انجام می‌دهد. سازمان رقابت نیز بر تجارت الکترونیک نظارت کرده و می‌تواند تحریم‌هایی اعمال کند.

سیستم مجوزدهی در ترکیه به گونه‌ای است که برخی صنایع خاص نیازمند دریافت مجوز ویژه هستند. برای طبقه‌بندی فعالیت‌ها از سیستم (نمایه فعالیت اقتصادی اروپا) استفاده می‌شود که فعالیت‌های اقتصادی را به کدهای یکتا اختصاص می‌دهد. در فرآیند درخواست مجوز، کسب و کارها باید فعالیت خود را براساس این سیستم طبقه‌بندی کرده و کد مربوطه را به مراجع ذی‌ربط ارائه دهند تا مجوز لازم صادر شود. این سیستم به وزارتخانه‌ها و ارگان‌های مربوطه کمک می‌کند تا فعالیت‌ها را به درستی طبقه‌بندی و اطلاعات مورد نیاز را کسب کنند.

در مجموع می‌توان گفت، صدور مجوز برای کسب و کارهای مجازی فرایندی پیچیده است که نیازمند توجه به نوع فعالیت تجاری، محل فعالیت و ساختار تجاری کسب و کار است. این فرایند کمک می‌کند تا کسب و کارها به صورت قانونی فعالیت کنند و از مزایای قانونی و مالیاتی بهره‌مند شوند.

۳) تجربه ایران: با توجه به اینکه فرایندهای مرتبط با کسب و کار، به‌ویژه در حوزه تنظیم‌گری و مجوزدهی، بهتر است براساس اعتماد و خوداظهاری باشند، نوع فعالیت توسط کسب و کار وارد شده و سپس توسط کارشناسان بررسی و تأیید یا رد می‌شود. ورود نوع فعالیت باید از یک فهرست مشخص و چندسطحی انجام شود. استفاده از طبقه‌بندی‌های بین‌المللی مانند ISIC یا CPC و بومی‌سازی آن‌ها مطابق با قوانین کشور ضروری است. در این مطالعه، طبقه بندی رشته فعالیت‌های مجازی در سه سطح انجام شده: سطح اول شامل ۱۲ عنوان، سطح دوم شامل ۶۵ عنوان، و سطح سوم شامل ۴۳۶ عنوان است. از این تعداد، ۲۴۲ رشته فعالیت (۵۶ درصد) نیازمند مجوز بوده و مابقی نیازی به مجوز پیش‌نیاز ندارد.

در ترکیه،

نهادهای اصلی مسئول طبقه‌بندی و صدور مجوز کسب و کارهای اینترنتی شامل سازمان توسعه تجارت الکترونیک، وزارت توسعه معادن و فناوری اطلاعات، و شورای مرکزی کسب و کارهای اینترنتی هستند. این نهادها مسئولیت توسعه تجارت الکترونیک، ارائه راهنمایی و نظارت بر مجوزها را برعهده دارند.

