

رقابت، انحصار و تمرکز در صنایع ایران تحلیل و پیشنهادهای

نویسنده: دکتر حسین صالحی*

چکیده

تمام نتایج مثبت مورد نظر از اقتصاد متکی بر بازار، از جمله کارایی، تخصیص بهینه منابع و عدالت اجتماعی، در گرو عملکرد رقابتی بازارهاست. هر چند در مواردی، مانند صنایع با توابع هزینه نزولی، انحصارات می‌توانند در تخصیص بهتر منابع و افزایش کارایی نقش مؤثری داشته باشند، ولی دامنه این نوع انحصارات محدود است.

برای ایجاد و حفظ بازاری رقابتی و افزایش کارایی آنها، وجود زمینه مناسب، ضروری است. تعریف جامع و اعمال حقوق مالکیت، کاهش هزینه‌های قراردادی و مبادلاتی، تسهیل جریان اطلاعات در بازارها و در بین مصرف‌کنندگان، و قوانین تسهیل‌کننده رقابت و ضدانحصار، از جمله مهمترین شرایط لازم برای ایجاد زمینه مناسب در اقتصاد رقابتی متکی به بازار هستند. در این مقاله، با استفاده از آمار سرشماری کارگاههای صنعتی کشور در سال ۱۳۷۳، می‌کوشیم:

الف) شناخت جامعتری از وضعیت کارگاههای صنعتی کشور به دست آوریم.

ب) شاخصهای تمرکز مناسب را تعریف و محاسبه نماییم.

ج) نقش بنگاههای دولتی و عمومی را در افزایش یا کاهش انحصارات ارزیابی کنیم.

د) عوامل مؤثر در ایجاد و تداوم انحصارات موجود را شناسایی نماییم.

محاسبات اولیه شاخصهای تمرکز حاکی از وجود تمرکز قابل توجه در صنایع ایران به طور عمومی و در بخش مهمی از فعالیتهای صنعتی کشور است. این شاخصها، با تعمیم تعریف بنگاههای دولتی به عمومی، شامل شرکتهای سرمایه‌گذاری دولتی، نهادها و ... به شدت افزایش می‌یابد. از این رو،

اهمیت تعدیل ساختار مالکیت، نحوه اداره و تصمیمگیری بنگاههای دولتی در جهت افزایش رقابت در بخش صنعتی کشور، ضروری است.

همین طور، باید توجه داشت مطالعات اولیه حاکی از وجود انحصارات در بخش خصوصی نیز هست. براساس مطالعات اولیه، مهمترین دلیل شکل گیری انحصارات در کشور، چه در بخش عمومی و چه در بخش خصوصی، ایجاد موانع ورود از طریق قوانین و آیین نامه ها و مقررات دولت است. بنابراین، ضرورت بازنگری تمام قوانین و مقررات و آیین نامه های دولت، شامل اصل چهارم و چهارم قانون اساسی، منطقی به نظر می رسد.

آمارهای موجود حاکی از عملکرد ضعیف اقتصاد کشور در دو دهه اخیر است. در سالهای اخیر مسئولین و محققین اقتصادی درصدد بیان عوامل موثر بر عملکرد ضعیف و غیرکارایی اقتصاد کشور بوده اند. هر چند، پیامدهای انقلاب و جنگ تحمیلی قسمتی از مسئله را بیان می نماید، اما عملکرد اقتصاد کشور در دوران پس از جنگ تحمیلی، در مقایسه با کشورهای مشابه، همچنان نارسا به نظر می آید (مجاور حسینی ۱۳۷۷). از آنجا که در ذهن بسیاری از اقتصاددانان، انحصارها عدم کارایی را القا می نماید، اخیراً توجه بسیاری از محققین متوجه عملکرد بازارهای کشور شده است.

نظریه های اقتصادی و تجربه کشورهای دیگر حاکی از عملکرد برتر بازارهای رقابتی در مقایسه با بازارهای انحصاری است. اما تا چه حد ساختار اقتصاد کشور انحصاری است؟ هدف این گزارش بررسی نظریه های مربوط به رقابت و انحصار و محاسبه شاخصهای تمرکز اقتصادی در بخش صنعت با استفاده از آمار کارگاههای صنعتی کشور در سال ۱۳۷۳ است.

در قسمت اول، رقابت و انحصار و انواع آنها تعریف شده اند. در قسمت دوم به توجیه برنامه های تسهیل کننده رقابت و ضد انحصار می پردازیم. در قسمت سوم، مروری داریم بر سرچشمه انواع انحصارها، در قسمت چهارم یک الگوی انحصار در شرایط خاص ایران ارائه خواهد شد. در قسمت پنجم، شاخصهای اندازه گیری انحصار تعریف و برآورد آن برای صنایع ایران ارائه خواهد شد. در بخش آخر این گزارش پیشنهادات کلی برای تعدیل انحصارها مورد بحث قرار خواهد گرفت.

۱. تعریف انحصار و رقابت و انواع آنها

برای تحلیلهای بعدی ابتدا لازم است دو مفهوم انحصار و رقابت تشریح شده و تا حد امکان ابهاماتی که در مورد این دو مفهوم اساسی وجود دارد برطرف شود.

۱-۱. انحصار

جهت تحلیلهای نظری و کاربردی در ادبیات اقتصادی، یک بنگاه زمانی از قدرت انحصاری برخوردار است که بتواند قیمت داده و یا ستانده مشخصی را در بازار مربوطه کنترل نماید. به عبارت دقیقتر انحصار زمانی تحقق پیدا می‌کند که یک بنگاه مواجه با یک منحنی تقاضای نزولی در بازار کالا و یا خدمت تولیدی خود بوده (Monopoly)، یا مواجه با یک منحنی عرضه صعودی در بازاری که عوامل تولیدی مورد نیاز خود را خریداری می‌نماید است (Monopsony). به این ترتیب، قدرت انحصاری بنگاه بستگی به کشش منحنی تقاضای ستانده، یا کشش منحنی عرضه داده آن دارد. هر چه کششهای مربوطه کمتر باشد، از یک سو، بنگاه قدرت بیشتری در جذب مازاد مصرف‌کننده و کاهش رفاه عمومی دارد و از سوی دیگر، شکاف بیشتری بین قیمت و هزینه‌هایی تولید ایجاد شده و مقدار زیان ثابت (DWL) که خود معیاری از عدم کارایی بازار مربوطه است بیشتر خواهد شد.

همان‌طور که خواهیم دید، بنگاهها به دلایل مختلف می‌توانند در موقعیت انحصاری قرار گیرند. در مواردی کارایی نسبی بالای بنگاه نسبت به سایر رقیبها سبب رشد بنگاه، تمرکز بازار، و نهایتاً موقعیت انحصاری آن می‌شود. در موارد دیگر بنگاهها با همکاری، تبانی، و سازش با سایر رقیبان، یا حرکات استراتژیک خود، یا تبانی با مراکز تصمیمگیری و سیاستگذاران اقتصادی و سیاسی موفق به کسب قدرت انحصاری می‌شوند. آشکار است که، روش برخورد قانونگذار و سیاستگذاران اقتصادی با انحصارهای گروه اول در مقایسه با انحصارهای گروه دوم بسیار متفاوت خواهد بود.

همین‌طور باید به نکات زیر توجه نمود:

الف) رابطه نزدیکی بین فساد اداری و سودهای انحصاری وجود دارد. از یک سو، سودهای

انحصاری ناشی از برنامه‌ریزیهای اقتصادی دولت سبب ایجاد فساد اداری جهت کسب آن می‌شود. از سوی دیگر، فساد اداری خود می‌تواند منجر به برنامه‌ریزیهای اقتصادی جهت ایجاد سودهای انحصاری گردد.

هرچند، فساد اداری بدون سودهای انحصاری یا سودهای انحصاری بدون فساد اداری نیز امکان‌پذیر است.

ب) رابطه نزدیک ولی نه چندان روشنی نیز بین مدیریت ضعیف و غیرکارای بنگاهها، یا اساساً بنگاههای غیراقتصادی، چه دولتی و چه خصوصی، و موفقیت انحصاری وجود دارد. بسیاری از بنگاههای غیرکارا، چه دولتی و چه خصوصی، همواره در پی ایجاد موقعیت انحصاری از طریق قانونگذار یا سیاستگذاران اقتصادی جهت ایجاد یا حفظ بازارهای خود، جهت ادامه حیات یا کسب سود انحصاری هستند. همین‌طور موقعیت انحصاری، با توجه به نحوه کسب آن، می‌تواند پوششی برای مدیریت ضعیف و غیرکارا باشد.

هر چند، مدیریت ضعیف و بنگاههای غیراقتصادی در بازارهای غیرانحصاری، لاقلاً در کوتاه‌مدت، و مدیریت قوی و کارا و بازارهای انحصاری در کنار هم نیز امکان‌پذیر هستند. خلاصه آنکه، مدیریت ضعیف و غیرکارا، بنگاههای غیراقتصادی، فساد اداری، و انحصار در حالی که با یکدیگر مرتبط هستند، هر یک می‌توانند بدون دیگری نیز وجود داشته باشند. هر چند، در بلندمدت شرایط رقابتی سبب حذف بنگاههای غیرکارا و مدیریت ضعیف خواهد شد. همین‌طور، مدیریت صحیح و کارا می‌تواند سبب رشد بنگاه و ایجاد موقعیت انحصاری شود. تشخیص این امر در برنامه مبارزه با انحصار، همان‌طور که خواهیم دید، بسیار مهم خواهد بود.

۱-۲. رقابت

از نظر تئوری اقتصاد، رقابت خود هدف نبوده بلکه مکانیزمی است جهت سازمان دادن به فعالیت‌های اقتصادی برای رسیدن به اهداف خاص. این اهداف، در عمل، معمولاً تلفیقی هستند از کارایی، استمرار رشد اقتصادی، عدالت اجتماعی و مانند اینها. اتکا به رقابت، به عنوان یک مکانیزم تخصیص منابع، مانند هر مکانیزم دیگر تبعاتی را به همراه دارد. بسیاری از این تبعات،

مانند کارایی تولیدی و مصرفی و تخصیص بهینه منابع در یک تعادل رقابتی مطلوب هستند. هر چند، بعضی از تبعات و عملکردهای بازارهای رقابتی و تعادل رقابتی ممکن است مورد قبول نباشند. به عنوان مثال، سطح دستمزدهای تعادلی ناشی از عملکرد رقابتی بازار کار ممکن است مورد قبول سیاستگذاران سیاسی و اقتصادی نباشد. در هر صورت، بازارهای رقابتی، هر توزیع درآمد مورد نظر دیگری را می‌تواند، با حفظ تبعات مطلوب بازارهای رقابتی، تأمین نماید.

درک بسیاری از اقتصاددانها از رقابت بر مبنای الگوی رقابت کامل است. اقتصاددانها چنان به الگوی رقابت کامل خو گرفته‌اند که درک آنها از جایگاه و عملکرد رقابت در یک اقتصاد متکی به بازار به طور جدی مشکل‌زا است. توجه به اهمیت مکانیزم قیمت‌ها در تخصیص منابع از یک سو، و الفت اقتصاددانها به الگوی رقابت کامل از سوی دیگر، سبب شده است که بسیاری از آنها توجه خود را فقط معطوف به رقابت قیمتی (Price Competition) نمایند. این در حالی است که در الگوی رقابت کامل، بنگاهها قیمت را به عنوان یک پارامتر ثابت فرض کرده و اساساً رقابت قیمتی امکان‌پذیر نیست. بنگاهها با تولید کالاهای کاملاً مشابه و ورود و خروج خود از بازارهای مربوطه با یکدیگر رقابت می‌کنند (Imitative Output Competition). ضابطه شدت رقابت در چنین ساختاری روشن است. شدت رقابت زمانی به حداکثر می‌رسد که هیچ بنگاهی به تنهایی نتواند عرضه و بنابراین قیمت را کنترل نماید. به عبارت دیگر، شاخص شدت رقابت بستگی مستقیم به تعداد بنگاههایی دارد که کالای کاملاً مشابهی را تولید می‌کنند.

الگوی رقابت کامل فرض می‌کند که تمام بنگاهها بدون سرمایه‌گذاری جهت به دست آوردن اطلاعات و فن‌آوری جدید و بدون اشتیاق فعالیت می‌کنند. رقابت در نهایت شدت خود بدون هیچ‌گونه سرمایه‌گذاری جهت بهبود کیفیت کالاها، فن‌آوری، سازمان‌دهی، و کاهش قیمت ادامه دارد. همان‌طور که از تحلیل فوق برمی‌آید، الگوی نئوکلاسیک رقابت کامل دید بسیار محدود و مخدوشی از رقابت را ارائه می‌دهد، رقابت از طریق تولید مقلدانه کالاهای یکسان.

رقابت از طریق نوآوری و ارائه محصولات برتر (Innovative Competition) یکی از مهمترین و مؤثرترین شکلهای رقابت است. در این شکل از رقابت بنگاهها با سرمایه‌گذاریهای لازم سعی در ارائه محصولات جدید با خصوصیات برتر و ایجاد بازارهای انحصاری برای خود دارند. هرچند،

انحصارهای ایجاد شده به طور مؤثری توسط بنگاههای دیگری تهدید، جایگزین، و به نوبه خود از میان برداشته می‌شوند. امید سود انتظاری، موتور محرکه این نوع رقابت است. شدت رقابت بستگی به سود انتظاری دارد. به عبارت بهتر، شدت رقابت بستگی به سعی و سرمایه گذاری بنگاهها برای تولید کالاهای برتر و تعداد آنها دارد. بنابراین افزایش تعداد بنگاهها، در صورتی که به اندازه کافی سبب کاهش سودی انتظاری آنها شود، شدت رقابت را کاهش می‌دهد. شاید، سرعت جایگزینی یک کالا با کالای برتر، ملاک بهتری برای اندازه گیری شدت این نوع رقابت است. می‌توان نشان داد که، در شرایط خاص، شدت رقابت با افزایش تعداد بنگاهها کاهش پیدا می‌کند. حتی در مواردی از نظر رفاه اجتماعی محدودیت در ورود بنگاههای جدید مطلوب است (Demsetz, 1995).

بنگاهها از طریق ارائه کالاهای با کیفیت متفاوت نیز با یکدیگر رقابت می‌نمایند (Quality Competition). یکی از نتایج این نوع رقابت مشکل اطلاعاتی است که جهت تشخیص کیفیت کالاها برای مصرف کنندگان ایجاد می‌شود. از جمله مهمترین روشهایی که مصرف کنندگان سعی در کاهش هزینه‌های اطلاعاتی و حل این مسئله دارند اتکا به اشتها تولید کننده و مصرف کالاهای مارک دار (Brand Name) است. اتکا به اشتها تولید کننده و استفاده از کالاهای مارک دار به بنگاه قدرت انحصار می‌دهد. در نتیجه، تفاوت قیمت و هزینه نهایی تولید (P-MC) جهت اندازه گیری شدت رقابت دیگر نمی‌تواند معیار مناسبی باشد.

همان طور که از بحث فوق برمی‌آید، رقابت دارای ابعاد مختلفی است. رقابت از طریق تولید کالای مشابه، کالای جدید، قیمت، کیفیت، کاهش هزینه و...، طبعاً، شاخص شدت رقابت نیز دارای ابعاد مختلفی است. از این رو قوانین و برنامه‌های تسهیل کننده رقابت و ضد انحصار باید با توجه به ابعاد مختلف رقابت طراحی و به مورد اجرا گذارده شود.

به طور خلاصه، کاهش قیمتها، ارائه کالاها با خصوصیات و کیفیتهای متنوع، و بهبود دسترسی مصرف کنندگان به کالاها و خدمات از جمله مهمترین نتایج رقابت در ابعاد مختلف آن است. از میان برداشتن موانع ورود، خصوصاً موانع قانونی، برای ورود بنگاههای جدید در بازارهای مختلف مهمترین اقدام در جهت ایجاد شرایط رقابتی است.

۲. توجیه نظری برنامه تسهیل کننده رقابت و مبارزه با انحصار

رقابت در تمام ابعاد و شکلهای آن که در قسمت اول این گزارش تشریح شد، سبب بهبود عملکرد اقتصاد و افزایش کارایی آن می شود. در مورد انحصارها، متأسفانه، مسئله از پیچیدگیهای خاص برخوردار است. در حالی که انحصار در مقابل رقابت قرار دارد، اما در مواردی انحصارها، حتی، سبب بهبود عملکرد اقتصاد می شوند. در موارد دیگر رقابت خود سبب ایجاد انحصار و انحصار خود سبب تشدید رقابت می شود. از این رو ابهامات زیادی در مورد رقابت و انحصار و تفکیک انحصارهای زیان آور از انحصارهایی که نتیجه عملکرد رقابتی بازار هستند وجود دارد. به علاوه، با توجه به اینکه سرچشمه بسیاری از انحصارهای زیان آور و اعمال ضد رقابتی دولتها هستند، هر چه سهم دولت از درآمد ملی بالاتر و سلطه آن بر اقتصاد ملی بیشتر باشد، باید انتظار عملکرد ضعیف تر بازارها و عدم کاراییهای ناشی از آن را داشت. در جمهوری اسلامی ایران شاهد چنین وضعیتی هستیم که در قسمت دوم این گزارش به آن خواهیم پرداخت.

سهم بسیار بزرگ دولت از درآمد ملی در دوران قبل از انقلاب و تشدید این مسئله پس از انقلاب به دلایل زیر ابهامات فوق را بسیار پیچیده تر کرده است.

- ملی کردن تعداد زیادی از بنگاههای بخش خصوصی و سازمان دهی آنها تحت مدیریت سازمان صنایع ملی.

- مضادزه تعداد زیادی از بنگاههای بخش خصوصی و سازمان دهی آنها تحت مدیریت بنیادها، از جمله بنیاد مستضعفان و جانبازان، بنیاد ۱۵ خرداد، ...

- برنامه های کنترل اقتصادی دولت در مدت جنگ تحمیلی و ادامه آن.

- سرمایه گذاری درآمدهای حاصل از صادرات نفت در واحدهای تولیدی و خدماتی در چند دهه گذشته.

- تعهد دولت برای ارائه کالاها و خدمات با قیمتهای یارانه ای به طور مستقیم از طریق شرکت و نهادهای دولتی موجود یا ایجاد شرکتها و نهادهای دولتی جدید، یا به طور غیرمستقیم از طریق برنامه های اقتصادی در سطح خرد و کلان.

- کنترل قیمت بعضی از کالاها و خدمات، خصوصاً نرخ بهره و ارز.

- تمایل دولت برای ایجاد یک اقتصاد خودکفا، لااقل در ده سال اول پس از انقلاب، با محدود کردن تجارت خارجی و حمایت بی‌رویه از بنگاههای داخلی.
- عدم مشارکت بخش خصوصی در سرمایه‌گذاریهای بزرگ به دلیل عدم ثبات سیاستهای اقتصادی دولت و اصل ۴۴ قانون اساسی.

در نتیجه تحولات ناشی از برنامه‌های فوق عملکرد اقتصاد کشور نامطلوب بوده است. از این رو با توجه به کاهش درآمدهای حاصل از صادرات نفت و نیاز به ایجاد اشتغال در سالهای آینده، نیاز مبرم به افزایش کارایی اقتصادی بیش از پیش حس می‌شود. بدون شک فراهم آوردن زمینه بازارهای رقابتی و کنترل انحصارات زیان‌آور و نتایج حاصل از آن از اهمیت بسزایی برخوردار است. به طور خلاصه، در شرایط انحصاری بنگاهها جهت افزایش سود انحصاری خود قیمت را در سطحی بیش از هزینه نهایی معین می‌کنند. در نتیجه مقداری زیان ثابت (DWL) که منعکس‌کننده عدم کارایی بنگاههای انحصاری است حاصل می‌شود. اما زیانهای حاصل از فعالیت بنگاههای انحصاری به مقدار زیان ثابت محدود نمی‌شود. در زیر به تشریح زیانهای ناشی از انحصارها و توجیه لزوم برنامه‌های تسهیل‌کننده رقابت و ضد انحصار می‌پردازیم.

۲-۱. ایجاد بستر حقوقی لازم در یک اقتصاد متکی به بازار

نظریه‌های اقتصادی و تجربه‌های تاریخی بیانگر عملکرد نسبی بهتر اقتصادهای باز، غیرمتمرکز، و متکی بر بخش خصوصی و بازار است. با توجه به این که برنامه‌ریزان سیاستهای اقتصادی کشور درصدد افزایش سهم بخش خصوصی و مشارکت هر چه بیشتر آن در سرمایه‌گذاری و فعالیتهای اقتصادی هستند، ایجاد زمینه حقوقی لازم جهت سوق دادن بازارها به سمت بازارهای رقابتی و کارا و جلوگیری از ایجاد و استمرار انحصارهای زیان‌آور بخش خصوصی و دولتی از اهمیت بسزایی برخوردار است.

۲-۲. هدر رفتن منابع جهت کسب انحصار

از آنجا که تحصیل قدرت انحصاری سبب کسب سود انحصاری خواهد شد، هر سال منابع

قابل توجهی برای کسب قدرت انحصاری به هدر می‌رود. پوزنر (Posner 1975) نشان می‌دهد که چنانچه محدودیت رقابت برای کسب سود انحصاری وجود نداشته باشد، منابعی که جهت کسب سود انحصاری به هدر می‌رود برابر تمام سود انحصاری خواهد بود. تولاک (Tullock 1967) استدلال می‌نماید که ساختار ایجاد شده برای کسب سودهای انحصار جهت انتقالهای درآمدی دیگر نیز به کار گرفته خواهد شد. در نتیجه منابع بیشتری به هدر خواهد رفت.

همین طور می‌توان استدلال نمود که، بخشی از فساد اداری در جامعه ناشی از فعالیتهای گروههای فشار ذی نفع جهت کسب و حفظ سودهای انحصاری است. به علاوه، تبعات فساد اداری نیز هزینه‌هایی را دربردارد که موضوع گزارش حاضر نیست.

برنامه تسهیل‌کننده رقابت و ضد انحصار می‌تواند با از میان برداشتن سودهای انحصاری از یک سو، و تشدید مجازات جهت تحصیل انحصارات غیرقانونی از سوی دیگر، به طور مؤثری این گونه هزینه‌های اجتماعی را کاهش دهد.

۲-۳. انگیزه جهت افزایش کارایی

این قسمت را با این سؤال شروع می‌نماییم که: آیا بنگاههای رقابتی انگیزه‌های قویتری برای افزایش کارایی خود دارند یا بنگاههای انحصاری؟ آرو (Arrow 1962) استدلال می‌نماید که بنگاههای رقابتی برای فرار از شرایط رقابتی و ایجاد شرایط انحصاری انگیزه قویتری نسبت به بنگاههای انحصاری جهت افزایش کارایی خود دارند. بنگاههایی که در شرایط انحصاری فعالیت می‌کنند به تفاوت سود انحصاری حاصل از افزایش کارایی خود می‌نگرند، در حالی که بنگاههای رقابتی تمام سود انحصاری حاصل از افزایش کارایی خود را در نظر می‌گیرند. هر چند نظریه اولیه آرو در سال ۱۹۶۹ توسط دمستز (Demsetz 1969) مورد سؤال قرار گرفت، ولی چنانچه رقابت بنگاههای انحصاری با یکدیگر را نیز شامل تحلیل فوق‌نماییم مسئله تا حدی مشخص‌تر می‌شود. رقابت برای حذف رقیب، چه رقیب بالقوه و چه رقیب بالفعل، انگیزه قویتری به بنگاه می‌دهد تا خود را در شرایط انحصاری قرار دهد. عدم وجود فشارهای رقابتی به بنگاه انحصاری این امکان را می‌دهد که به اتکا سودهای انحصاری به دست آمده به فعالیت خود ادامه دهد. به عبارت دیگر،

فشاری برای افزایش کارایی خود احساس نکند.

چنانچه انحصار به دلیل کارایی به وجود نیامده باشد و دولت آن را ایجاد کرده باشد، مسئله فوق تشدید می‌شود. بنابراین، حذف انحصارهایی که مستقیماً یا به طور غیرمستقیم از طریق کانالهای دولتی، قانونی، آیین‌نامه، مصوبه ... به دست آمده باشند از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

۲-۴. عدالت اجتماعی و سودهای انحصاری

به نظر می‌رسد که یکی از دلایل مخالفت گروههایی از مردم و بعضی از برنامه‌ریزان سیاسی و اقتصادی با سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، خصوصی سازی، و اساساً بخش خصوصی، مشاهده تراکم ثروت در بین گروه کوچکی در بخش خصوصی است. به علاوه گروههای فوق بر این باورند که، ثروتهای به دست آمده نتیجه فعالیتهای تولیدی واقعی، ایجاد ثروت در جامعه، و ایجاد مازادهای مصرف کننده و تولید کننده نیستند. به عبارت ساده‌تر، ثروتهای متمرکز شده در بخش خصوصی فقط ناشی از "رانت"های انحصار هستند.

حال چنانچه نظریه فوق صحیح باشد، برنامه تسهیل کننده رقابت و ضد انحصار می‌تواند با حذف و یا محدود کردن سودهای انحصاری و فعالیتهای وابسته به آن، تا حدودی نگرانی گروههای فوق را برطرف کرده و زمینه را برای فعال کردن بخش خصوصی آماده سازد.

۲-۵. منافع مصرف کنندگان

افزایش سطح رقابت بین بنگاههای مختلف در هر بازار سبب بهبود کیفیت، افزایش تنوع، کاهش قیمت و افزایش خدمات قبل و پس از فروش می‌شود. در نتیجه منافع مصرف کنندگان به نحو بهتری تأمین خواهد شد.

۳. سرچشمه انحصارها

از آنجا که در بازارهای رقابتی سود اقتصادی بنگاهها در ثوری و در عمل صفر است، بنگاهها سعی در ایجاد قدرت انحصاری و تحصیل سود انحصاری دارند. جهت نیل به این هدف بنگاهها

درصد از میان برداشتن شرایط رقابتی هستند و در این راستا نیز به رقابت با یکدیگر می‌پردازند. عرضه کالاهای متفاوت و جدید، کاهش هزینه تولید، ایجاد موانع ورود و یا ایجاد هر نوع مزیت نسبی بنگاه را در شرایط انحصاری، لااقل در کوتاه مدت و میان مدت قرار می‌دهد. بنابراین آنچه مورد نظر بنگاه است، مقایسه هزینه و منافع حاصل از فعالیتهای انحصارطلبانه است.

در مورد سرچشمه اکثر انحصارها، ولی نه تمام آنها، دو نظریه عمومی ارائه شده است (Demsetz 1974). نظریه "خودکفایی" (Self-Sufficiency) و نظریه "مداخله‌گرانه" (Interventionism). طرفداران نظریه خودکفایی، سرچشمه انحصارها را حرکات بنگاه و یا بنگاههای یک صنعت بدون مداخله قابل توجه دولت و قانونگذار می‌دانند. بازارهای ناقص سرمایه، بازده به مقیاس، و تبلیغات مانع ورود و رقابت بنگاههای جدید و بنابراین ایجاد شرایط انحصاری می‌گردند. در حالی که، طرفداران نظریه مداخله‌گرانه، سرچشمه تمام انحصارهای زیان‌آور را دخالت‌های دولت یا قانونگذار در فعالیت اقتصادی می‌دانند. البته تفاوت این دو نظریه در برنامه‌ریزی جهت کاهش انحصارها، خصوصاً انحصارهای زیان‌آور، آشکار است. جهت کاهش انحصار و تسهیل رقابت، آیا باید دولت و قانونگذار با دخالت‌های خود سعی در تغییر ساختار بازار و تعدیل حرکات ضد رقابتی بنگاهها نماید (نظریه خودکفایی)، یا باید سعی در کاهش دخالت‌های دولت و قانونگذار در فعالیتهای اقتصادی، چه در سطح کلان و چه در سطح خرد نمایند (نظریه مداخله‌گرانه)؟

آنچه که مسلم به نظر می‌رسد این است که، از دید یک بنگاه یا انحصارگر جهت حفظ یا ایجاد قدرت انحصاری باید به نحوی قدرت تولیدی رقیب‌های بالقوه را فلج نمود. این عمل هزینه دارد. بنابراین سؤال اصلی برای بنگاه این است که برای رسیدن به قدرت انحصاری، آیا حرکات استراتژیکی بنگاه نهایتاً ارزاتر تمام می‌شود یا استفاده از قدرت دولت و قانونگذار؟

به نظر می‌رسد که چنانچه دولت حضور وسیعی در اقتصاد داشته و خود از قدرت انحصاری بالایی در بازارهای مختلف برخوردار باشد، حال به هر نحو و دلیل که این انحصارها را تحصیل کرده باشد، با استفاده از اختیارات خود در تدوین آیین‌نامه‌ها، مصوبه‌ها، و برنامه‌های اقتصادی با هزینه بسیار کم هم می‌تواند انحصارهای جدیدی به وجود آورد و هم می‌تواند انحصارهای موجود

خود را حفظ نماید. البته هر چه قانونگذار و دولت به یکدیگر نزدیکتر باشند، این مسئله بیشتر تشدید می‌شود.

۱-۳. روشهای ایجاد انحصار

در عمل قدرت انحصاری و استمرار آن به یکی از شش روش زیر ممکن است تحصیل شود. الف) دانش خاص در تولید یک کالا یا خدمت برتر که به طور محرمانه حفظ می‌شود تا سایر بنگاهها نتوانند آن را تقلید کنند.

ب) دانش خاص در کاهش هزینه تولید یک کالا یا خدمت که به طور محرمانه حفظ می‌شود تا سایر بنگاهها نتوانند آن را تقلید کنند. در این صورت بنگاه با قیمتگذاری تهاجمی خود می‌تواند سایر رقیبهای خود را از بازار حذف نماید.

ج) سرمایه‌گذاری روی تحقیق و توسعه (R&D) و دریافت لیسانس انحصاری برای دوره معین.

د) فشارهای سیاسی برای محدود کردن ورود سایر رقیبهای داخلی و خارجی به بازار مربوطه.

ه) حرکات استراتژیکی برای ایجاد موانع ورود و یا حذف رقیبها.

و) دسترسی به یک عامل کلیدی تولید به طور انحصاری و یا قیمت استثنایی.

البته همان طور که اشاره شد، دولت و قانونگذار در تحقق بعضی از موارد انحصاری فوق

ممکن است که نقش اساسی ایفا نماید.

۲-۳. طبقه‌بندی انحصارها

با توجه به هدف مطالعه، بنگاهها و فعالیتهای انحصاری را می‌توان به نحوهای مختلف طبقه‌بندی نمود، در این گزارش، انحصارها به دو ترتیب طبقه‌بندی شده‌اند. در ترتیب اول، روش تحصیل و عملکرد انحصار ملاک طبقه‌بندی است. انحصارها به دو گروه عمده تقسیم شده‌اند. گروه اول، انحصارهایی هستند که سبب بهبود عملکرد اقتصادی می‌شوند. گروه دوم، انحصارهای زیان‌آور که عملکرد آنها اقتصاد را از مسیر تخصیص بهینه منابع دور می‌نماید.

در ترتیب دوم مالکیت و کنترل بنگاه ملاک طبقه‌بندی است. انحصارها به دو گروه تقسیم

شده‌اند، انحصارهای متعلق به بخش خصوصی و انحصارهای متعلق به بخش عمومی.

۳-۲-۱. طبقه‌بندی انحصارها براساس روش تحصیل و عملکرد

هر نوع قیمتگذاری انحصاری، بجز تبعیض کامل قیمتها، سبب ایجاد مقداری زیان ثابت (DWL) می‌شود. بنابراین، در ثنوری هر نوع قیمتگذاری انحصاری توأم با عدم کارایی است. در عمل، هر چند، مواردی وجود دارد که رقابت، یا خود سبب ایجاد انحصار می‌شود یا انحصار سبب بهبود عملکرد بازار مربوطه می‌شود. بنابراین، برای تحلیل و سیاستگذاری در مورد انحصارها توجه به روش و شرایط تحصیل و عملکرد بسیار مهم است. در این طبقه‌بندی انحصارها به دو گروه تقسیم شده‌اند: انحصارهایی که عملکرد آنها مثبت است و انحصارهای زیان آور.

الف) انحصارهایی که سبب بهبود عملکرد اقتصادی می‌شوند

در زیر به تشریح موردهایی که وجود انحصارها، احتمالاً، سبب بهبود عملکرد اقتصادی می‌شوند و دلیل آن می‌پردازیم.

الف - ۱. انحصارهای طبیعی

در پاره‌ای از صنایع و یا فعالیتها، تابع هزینه نهایی و هزینه متوسط بنگاه در دامنه پوشش تابع تقاضای مربوطه همیشه نزولی است. از جمله این صنایع و فعالیتها می‌توان از شبکه‌های توزیع آب، برق، گاز، تلفن، راه و راه آهن ... نام برد. در این قبیل صنایع و فعالیتها، حتی اگر در مرحله اولیه توسعه آنها شرایط رقابتی وجود داشته باشد، رقابت بین بنگاهها، نهایتاً منجر به بقای یک بنگاه و ایجاد فضای انحصاری می‌شود. این گونه انحصارها را انحصارهای طبیعی نیز می‌گویند. مهمترین خصوصیات انحصارات طبیعی هزینه بسیار بالای ثابت و ریخته شده (Sunk Cost) آنها و زیانهای قابل توجه در سطح بهینه تولید است ($P=MC$).

به دلیل اهمیت تولیدات و خدمات ارائه شده توسط این گونه بنگاهها، در تمام کشورهای جهان آنها یا مستقیماً تحت مالکیت و اداره دولت هستند یا فعالیت آنها توسط دولت تنظیم

می‌گردد (Regulate).

الف - ۲. لیسانسهای انحصاری

سرمایه‌گذاری و هزینه‌های تحقیق و توسعه (R&D) جهت تولید کالاها، روشهای تولید، و ارائه خدمات جدید یکی از مهمترین و مؤثرترین راههایی است که بنگاهها با یکدیگر رقابت می‌کنند. به منظور تشویق بنگاههایی که مبادرت به این گونه سرمایه‌گذاریها می‌کنند و جلوگیری از استفاده بنگاههای دیگر از دستاوردهای آنها (Free Ride) بسیاری از کشورهای جهان اقدام به اعطای لیسانسهای انحصاری (Patent) می‌نمایند. این گونه لیسانسها سبب ایجاد قدرت انحصاری برای بنگاههای دریافت‌کننده آن در طول مدت لیسانس و حتی شاید مدتی پس از پایان آن می‌شود. ولی چنانچه زمان اعطای لیسانس، مدت و حیطه پوشش آنها به درستی انتخاب شود، منافع حاصل برای مصرف‌کنندگان به مراتب بیش از زیانهای ناشی از انحصارهای ایجاد شده است.

الف - ۳. بازده به مقیاس و محدودیت بازار

در بسیاری از صنایع تابع هزینه متوسط بنگاه به شکل L است. به عبارت دیگر، در سطح پایین و متوسط تولید بازده به مقیاس وجود داشته و هزینه متوسط شدیداً با افزایش سطح تولید کاهش پیدا می‌کند. پس از رسیدن سطح تولید به یک حد بحرانی، حداقل سطح کارای تولید (Minimum Efficient Scale)، هزینه متوسط برای افزایش واحدهای اضافی تولید ثابت باقی می‌ماند. در چنین حالتی تعداد بنگاههایی که می‌توانند در یک بازار فعالیت کنند، به عبارت دیگر شدت رقابت و انحصار، بستگی به حداقل سطح کارای تولید و اندازه بازار برای محصول مربوطه دارد. چنانچه به سادگی می‌توان دریافت، جهت تشدید رقابت در صنایعی که در بازده به مقیاس وجود دارد، از میان برداشتن محدودیت بازار و دسترسی به بازارهای صادراتی و تجارت بین‌الملل از اهمیت بسزایی برخوردار است. باز شدن بازارهای بین‌المللی، از یک سو منابع ارزی جدیدی را برای کشور فراهم می‌آورد، و از سوی دیگر موجبات استفاده از ثمرات رقابتی شدن بازارهای داخلی را نیز فراهم می‌آورد.

الف - ۴. کارایی و نوآوری

همان طور که قبلاً نیز اشاره شد یکی از راههایی که بنگاهها با یکدیگر رقابت می‌نمایند، نوآوری، افزایش کارایی، و تشخیص به موقع و اقدام در جهت بهره‌برداری از تحولات بازار و پاسخ به نیازهای جدید مصرف‌کنندگان است. در چنین مواقعی یک بنگاه یا به دلیل این که، اولین بنگاهی است که به بازار وارد شده یا به دلیل کارایی بالا به سرعت رشد کرده و بدون اینکه مانع قانونی و یا استراتژیکی برای ورود بنگاههای دیگر ایجاد کرده باشد، سهم بالایی از بازار را در اختیار خود می‌گیرد. به عبارت ساده‌تر، قدرت انحصاری در بازار مربوطه به دست می‌آورد. حتی در مواردی، شهرت اسمی (Brand Name) که برای بعضی از بنگاهها ایجاد می‌شود، سبب تشدید و استمرار قدرت انحصاری آنها می‌شود.

حال سؤال اصلی این است که، آیا باید چنین بنگاههایی که به دلیل کارایی، سرعت عمل، ... موفق به کسب سودهای انحصاری شده‌اند را تنبیه نمود؟

به نظر می‌رسد، جهت ایجاد انگیزه برای نوآوری، افزایش کارایی، بهره‌برداری از تحولات بازار و پاسخ به نیازهای مصرف‌کنندگان، تا جایی که این دسته از بنگاهها موانع جدی برای ورود و بنابراین رقابت بنگاههای دیگر ایجاد نکرده‌اند، باید بتوانند به فعالیت خود ادامه دهند. سود انحصاری حاصل، خود سبب جلب بنگاههای جدید به فعالیتهای مشابه خواهد شد. در نتیجه رقابت بنگاههای تازه وارد، قدرت انحصاری بنگاههای اولیه در بازارهای مربوطه و قیمت کالاها کاهش پیدا خواهد کرد.

ب) انحصارهای زیان آور

همان طور که قبلاً نیز اشاره شد هر نوع انحصار به خودی خود، به دلیل ایجاد زیان ثابت، زیان آور است. البته در برخی موارد سازمان اقتصادی راه‌حلی برای تولید کالاها و خدمات به طور کارا و در شرایط رقابتی ارائه نمی‌دهد. در این حالت، انحصارها در شرایط خاص قابل توجیه هستند. در زیر به تشریح روشهایی که انحصارهای زیان آور شکل می‌گیرند می‌پردازیم.

ب - ۱. تبانی

تمامی انحصارهایی که از طریق تبانی یا رفتار هماهنگ، قراردادهای تفاهمها، سازشهای صریح و ضمنی، یا اتحاد و الحاق در صورتی که موضوع آن ممانعت، تحدید، یا اختلال در بازار رقابت آزاد باشد تحصیل شوند انحصارهای زیان آور تلقی می‌شوند. هدف این گونه تبانیها و رفتارها، ایجاد موانع ورود، تثبیت قیمتها، محدودیت تولید، کنترل اطلاعات فنی، تقسیم بازار به طور مستقیم یا غیرمستقیم است. رفتارهای فوق سبب ایجاد زیان ثابت و هدر رفتن منابع جهت به دست آوردن سودهای انحصاری می‌شود.

ب - ۲. برخورداری از موقعیت مسلط

برخی از بنگاهها به دلیل اقتصادی، حقوقی، اداری، سیاسی، یا روانی نقش تعیین کننده در بازار تولید یا شبکه توزیع کالاها یا خدمات دارند. این گونه بنگاهها با استفاده از نقش تعیین کننده خود، موقعیت مسلط، شرایط خرید یا فروش را بر خلاف عرف تجارت به طرف مقابل تحمیل می‌نمایند. در نتیجه، سبب کاهش مقدار کالاها و خدمات مبادله شده می‌شوند.

ب - ۳. حرکات استراتژیک

حرکات استراتژیک از طرف یک بنگاه به دو منظور ممکن است طراحی شوند. اول، حذف و یا جلوگیری از ورود بنگاههای رقیب، دوم، هماهنگ کردن فعالیت بنگاههای دیگر در بازار به منظور افزایش سود بنگاههای موجود و به زیان مصرف کنندگان. هر دو حرکت سبب ایجاد و یا گسترش قدرت انحصاری در بازارهای مربوطه شده و عواقب نامطلوب انحصارگری را به همراه دارد.

ب - ۴. سوء استفاده از اطلاعات

این گونه از موقعیتهای انحصاری به دلیل دسترسی بنگاهها (یا اشخاص) به اطلاعاتی که دارای تبعات اقتصادی بوده و در دسترس عموم قرار ندارند تحصیل می‌شوند. اثر تخریبی این قبیل

انحصارها، اختلال در بازارهای رقابتی و فساد اداری جهت کسب اطلاعات مربوطه است.

ب - ۵. سیاستهای حمایتی

در بسیاری از کشورهای توسعه یافته یا در حال توسعه، به منظور حمایت از بعضی از بخشهای اقتصادی دولتها سیاستهای حمایتی، خصوصاً در تجارت خارجی را انتخاب می‌نمایند. هر چند، در کوتاه مدت ممکن است دلایل اقتصادی قابل قبولی برای انتخاب این سیاستها، وجود داشته باشد، ولی قطعاً در بلندمدت چنین نیست. متأسفانه، در بسیاری از موارد این گونه سیاستها با اتکا به گروههای فشار ادامه یافته و صنایع حمایت شده نه تنها در موقعیت انحصاری قرار می‌گیرند، بلکه هرگز از کارایی لازم نیز برخوردار نمی‌شوند. به علاوه جهت پوشش و پنهان کردن این گونه سیاستها اختلالات دیگری در بازارهای رقابتی ایجاد شده و هزینه‌های سنگینی بر اقتصاد تحمیل می‌شود.

۳-۲-۲. طبقه‌بندی انحصارها بر اساس مالکیت و کنترل

به نظر می‌رسد که با توجه به حضور وسیع دولت در فعالیتهای اقتصادی، اصل ۴۴ قانون اساسی، و اهمیت و تعدد شرکتهای دولتی و وابسته به حکومت، طبقه‌بندی انحصارها بر اساس مالکیت واحدهای مربوط در طراحی سیاستهای تسهیل‌کننده رقابت و ضد انحصار مفید باشد. با این هدف، انحصارها به دو گروه اصلی تقسیم شده‌اند. اول، انحصارهای بخش خصوصی. دوم، انحصارهای بخش غیرخصوصی.

الف) انحصارهای بخش خصوصی

تمامی بنگاههای انحصاری بدون در نظر گرفتن روش تحصیل یا ماهیت حقوقی آن، که صد در صد متعلق به بخش خصوصی باشند در این گروه قرار دارند. انگیزه اصلی غالب این انحصارها کسب سود است. درآمدها و سود حاصل، پس از پرداخت مالیاتهای قانونی، نیز به طور کامل، و بدون هیچ‌گونه کنترل، شرط و نظارت از طرف حکومت متعلق به مالک یا مالکان بنگاه است.

ب) انحصارهای بخش غیرخصوصی

این مجموعه شامل تمام بنگاههایی است که به طور مستقیم یا غیرمستقیم تحت مالکیت، کنترل، و نظارت نظام سیاسی قرار دارند. شاید در حال حاضر مهمترین مسئله انحصارها در کشور بنگاههایی که در این مجموعه قرار دارند است.

به دلیل پیچیدگی در نحوه تشکیل، هدف از تشکیل، نحوه مدیریت و جایگاه در نظام اداری و سیاسی کشور، دسته‌بندی این بنگاهها بسیار مشکل است. برخی از بنگاهها طبق اصل ۴۴ قانون اساسی متعلق به بخش عمومی و در اختیار دولت هستند. گروهی با قانون خاص به وجود آمده‌اند. تعداد زیادی از بنگاهها، به اصطلاح بنگاههای نسل دوم و سوم هستند که خود تحت مالکیت و مدیریت بنگاههای دیگر این مجموعه قرار دارند. گروهی از این بنگاهها برای اجرای هدفهای سیاسی - اقتصادی - اجتماعی دولت به وجود آمده و ابزار سیاستگذاری دولت هستند. تمامی انحصارهای طبیعی در این گروه قرار دارند. تعداد زیادی از این بنگاهها تحت مالکیت و مدیریت نهادها و بنیادها قرار دارند و دولت هیچ‌گونه کنترلی در مدیریت آنها ندارد. تعداد زیادی از این بنگاهها به دلیل وقایع بعد از انقلاب، ملی یا مصادره شده و تحت مالکیت و مدیریت سازمان صنایع ملی و بنیادها، به ترتیب، مدیریت و اداره می‌شوند.

با توجه به مطالب فوق به نظر می‌رسد که برنامه‌ریزی جهت تسهیل رقابت و کنترل انحصارها باید با توجه به مالکیت و کنترل از یک سو، و نحوه ایجاد و عملکرد از سوی دیگر طراحی و اجرا گردد.

۴. الگوی انحصار در شرایط خاص

در نظریه‌های متداول اقتصادی، بنگاه انحصاری با استفاده از قدرت خود در بازار، قیمت محصول را به نحوی تعیین می‌کند که سود خود را به حداکثر برساند. هدف بنگاه، به حداکثر رساندن سود، در سطحی از تولید حاصل می‌شود که، هزینه نهایی برابر درآمد نهایی باشد. در شکل شماره ۱ این حالت نشان داده شده است.

منحنی تقاضا برای محصول بنگاه D، منحنی درآمد نهایی مربوطه MR، و منحنی هزینه نهایی

بنگاه، که جهت سادگی فرض شده است که برابر هزینه متوسط نیز هست، $MC=AC$ است. سطح تولیدی و قیمت انحصاری به ترتیب برابر Q_M و P_m است. در این شکل مازاد مصرف کننده CS ، سود بالقوه بنگاه π ، و زیان ثابت DWL ، نشان داده شده است. چنانچه بنگاه در بازار رقابتی فعالیت می‌کرد، سطح محصول به Q_c افزایش و قیمت محصول به P_c کاهش پیدا می‌کرد. همان‌طور که در قسمتهای پیش گفته شد، لااقل قسمتی از سود بالقوه بنگاه نیز در اثر رقابت بین‌بنگاهها برای کسب موقعیت انحصاری تبدیل به زیان ثابت می‌شود. در اینجا لازم به یادآوری است که مقدار کل زیان ثابت که در نتیجه محدود کردن تولید در سطح تولید انحصاری Q_m و فعالیتهای بنگاه برای کسب سودهای انحصاری حاصل می‌شود، ساده‌ترین ملاک برای ارزیابی زیانهای ناشی از وجود انحصارها است.

کاربرد الگوی فوق در شرایط خاص اقتصادی کشور، هر چند دارای محدودیتهایی است. مهمترین دلیل این محدودیتهای عبارتند از:

الف - بسیاری از بنگاههایی که در شرایط انحصاری عمل می‌کنند در مالکیت دولت یا بخش عمومی بوده و هدف نهایی آنها به حداکثر رساندن سود نیست.

ب - پرداخت یارانه‌ها (مانند یارانه‌های ارزی، انرژی، اعتباری ...) مستقیماً تابع هزینه نهایی بنگاه را تغییر می‌دهد. تغییر تابع هزینه نهایی به نوبه خود مستقیماً مقدار تولید بنگاه انحصاری را تغییر داده و نتیجه‌گیری از الگوی متداول انحصار را مشکل می‌کند. در شکل ۲ این مسئله تشریح شده است.

در شکل شماره ۲، خط $MC=AC$ تابع هزینه نهایی و هزینه متوسط بنگاه را نشان می‌دهد. حال چنانچه در اثر پرداخت یارانه مختلف، تابع هزینه نهایی و متوسط بنگاه به $MC'=AC'$ کاهش پیدا کند، مقدار تولید انحصارگر به Q'_m افزایش پیدا می‌کند. در این صورت امکان دارد که $Q'_m > Q_c$ باشد. مقدار تولید انحصارگر بیش از مقدار تولید بهینه در شرایط رقابتی است. به عبارت ساده‌تر، مشکل تولید کمتر از سطح بهینه، می‌تواند به مشکل تولید بیش از سطح بهینه تبدیل شود. به علاوه مقدار کل زیان ثابت می‌تواند حتی بیش از شرایط اولیه باشد.

نکته قابل توجه دیگر این که، بهبود مدیریت که سبب کاهش هزینه‌های متغیر تولیدی بنگاه

شود، یا تأثیری بر مقدار زیان ثابت ندارد و یا آن را افزایش می‌دهد. به عبارت دیگر، بهبود مدیریت بنگاه سبب کاهش زیانهای ناشی از عملکرد انحصاری بنگاه نمی‌شود. نهایتاً، چنانچه بنگاه یا به دلیل مالکیت دولتی یا سیاستهای کنترل اقتصادی دولت مجبور به تولید در سطحی شود که قیمت برابر هزینه نهایی است (Q_c در شکل ۲)، مقدار زیان ثابت به نحو قابل توجهی، در اثر تولید بیش از حد بهینه، افزایش پیدا می‌کند.

به طور خلاصه، ارزیابی عملکرد بنگاههای انحصاری در شرایط سیاستهای حمایتی و کنترل اقتصادی مستلزم تجزیه و تحلیل اولیه اثرات سیاستهای دولت است. از یک سو، سیاستهای دولت ممکن است به گونه‌ای تنظیم شود که عملکرد یک بنگاه انحصاری بهینه باشد یا سبب تشدید زیانهای ناشی از عملکرد انحصارها شود و از سوی دیگر، سیاستهای دولت ممکن است عملکرد بنگاههایی را که در شرایط رقابتی فعالیت می‌کنند غیربهینه سازد.

۵. معرفی شاخصهای نظری موجود برای تشخیص انحصار

یکی از مهمترین مشکلات در طراحی برنامه‌های تسهیل‌کننده رقابت و ضد انحصار تشخیص بازارهایی است که نوعی مداخله، شاید عدم مداخله، جهت تصحیح و بهبود عملکرد آنها لازم به نظر می‌رسد.

دو مشکل اصلی وجود دارد. اول، تشخیص و اندازه‌گیری قدرت انحصاری یک یا مجموعه‌ای از بنگاهها در یک بازار مشخص است. دوم، تفکیک انحصارهای زیان‌آور و حرکات انحصارگری از سایر مواردی است که با وجود مشاهده انحصار، حرکات مداخله‌گرانه سیاستگذاری توجیه اقتصادی ندارد. در اینجا به بررسی مشکل اول می‌پردازیم و بررسی مشکل دوم را در جای دیگر انجام می‌دهیم. در اینجا لازم به تذکر است که در اکثر مواقع، سؤال وجود یا عدم وجود انحصار نیست، بلکه درجه انحصار و قدرت بازاری یک بنگاه یا صنعت مورد نظر است.

در ادبیات اقتصادی سه‌محور اصلی برای تشخیص و اندازه‌گیری قدرت بازاری مطرح شده است.

این محورها عبارتند از:

- الف) نوع کالا
 ب) عملکرد بنگاه
 ج) ساختار صنعت

۱-۵. نوع کالا

به نظر می‌رسد که توانایی بنگاه برای کنترل قیمت محصولات تولیدی خود معیار مناسبی برای اندازه‌گیری قدرت بازاری بنگاه باشد. توانایی بنگاه برای کنترل قیمت محصولات آن بستگی به وجود و یا عدم وجود و درجه جانشینی کالاهای تولیدی بنگاههای دیگر دارد. برای مثال، در شرایط رقابت کامل، بنگاه هیچ‌گونه قدرتی برای کنترل قیمت محصولات خود ندارد. دلیل این امر، همگن بودن محصولات بنگاهها در بازار مربوطه و شدت بسیار بالای جانشینی محصولات یک بنگاه با محصولات بنگاههای دیگر است. هر چه از شرایط رقابت کامل دور شویم، درجه جانشینی کالاهای یک بنگاه با محصولات بنگاههای دیگر کم شده و قدرت انحصاری آن زیاد می‌شود.

عده‌ای از محققین، با اتکا به تحلیل فوق، پیشنهاد کرده‌اند که کشش قیمتی تقاضا (Own-Price Elasticity) و کشش متقاطع تقاضا (Cross-Price Elasticity) به عنوان شاخص قدرت انحصاری مورد استفاده قرار گیرد. (Clarkson and Miller, 1982) نسبت معکوس و بالایی بین دو کشش فوق و قدرت بازاری وجود دارد.

هر چند مطالعات کاربردی این روش به ظاهر ساده، با محدودیتهای جدی روبه‌رو است. جهت برآورد قدرت انحصاری در یک بازار ابتدا حدود بازار مورد نظر باید معین شود. چنانچه حدود بازار بر اساس امکان جانشینی کالاهای مختلف برای یکدیگر معین شود، دیگر امکان استفاده از کششهای فوق برای اندازه‌گیری شدت انحصار از میان می‌رود. به علاوه، کالاها و خدمات ممکن است از جهت مصرفی جانشین یکدیگر باشند در حالی که از نظر روش و فن تولیدی امکان جانشینی بسیار کمی بین آنها وجود داشته باشد (مانند گاه و سیلیفون برای بسته‌بندی). همین‌طور ممکن است کالاها و خدمات اساساً از نظر مصرفی جانشین یکدیگر نباشند ولی در جریان تولید

امکان جانشینی بسیار بالایی در تولید آنها وجود داشته باشد (مانند، تولید کفش و یا لباسهای زنانه و مردانه). نهایتاً، در بسیاری از موارد، برآورد توابع تقاضا برای محصولات یک بنگاه و حتی صنعت به دلیل عدم دسترسی به آمارهای مورد نیاز امکان پذیر نیست.

۵-۲. عملکرد بنگاه

ارزیابی عملکرد بنگاهها روش دیگری برای اندازه گیری قدرت انحصاری آنها را ارائه می دهد. قیمت، سود، کارایی فنی، و فروش از جمله متغیرهایی هستند که جهت محاسبه شاخص قدرت انحصاری در ادبیات اقتصادی مطرح و به کار گرفته شده اند. در زیر دو نوع از این شاخصها تشریح شده اند.

الف) شاخص لرنر^۱

آبا لرنر (Abba Lerner) براساس قیمت فروش و هزینه نهایی تولید شاخص زیر را جهت اندازه گیری قدرت انحصاری پیشنهاد کرده است.

$$L = \frac{P - MC}{P}$$

شاخص لرنر L

MC = هزینه نهایی

P = قیمت فروش محصول

این شاخص بین صفر، بازار رقابت کامل و یک حد نهایی انحصار، در بازارهای مختلف و برای بنگاههای مختلف تغییر می کند.

دقت کنید که شاخص L با ککش تقاضا برای محصول یک بنگاه که سود خود را بیشینه می کند نسبت معکوس دارد.

$$L = - \frac{1}{\varepsilon}$$

ε = ککش تقاضا

دشواری استفاده از این شاخص محاسبه هزینه نهایی است. برای اکثر بنگاهها محاسبه هزینه نهایی عملاً غیرممکن است. به علاوه شاخص لرنر قدرت انحصاری بنگاه را در یک دوره مشخص نشان می‌دهد. مثلاً، چنانچه هزینه‌های سنگین برای تحقیق و توسعه جهت به بازار آوردن یک محصول در دوره‌های قبلی انجام گرفته باشد از اندازه شاخص لرنر نمی‌توان برای سیاستگذاری استفاده کرد. به علاوه، میزان شاخص لرنر زیان ثابت (DWL) را به درستی منعکس نمی‌کند. ممکن است که شاخص لرنر در دو مورد یکسان باشد، در حالی که زیان ثابت بسیار متفاوت باشد.

(ب) شاخص بین^۱

جو بین (Joe. S. Bain) استدلال می‌کند که، سود مستمر و بیش از حد متعارف فقط در سایه قدرت انحصاری امکان‌پذیر است. بنابراین با استفاده از آمار سود بنگاهها که برای تمام آنهايي که در بازارهای رسمی بورس فعالیت می‌کنند و به سادگی در دسترس است می‌توان پی به قدرت انحصاری آنها برد (Bain 1941). وی از معادله زیر، نرخ بازده به سرمایه‌گذاری (r) را محاسبه و با نرخ متعارف بهره (i) جهت به دست آوردن معیاری برای قدرت انحصاری استفاده می‌نماید.

$$r = \frac{R - C - D - iV}{V}$$

R = فروش کل

D = استهلاك

C = هزینه‌های جاری

V = سرمایه‌گذاری

یکی از نقاط ضعیف شاخص مذکور تفاوت سود اقتصادی و سود کتابی (حسابداری) است. به علاوه، در حالی که سود مستمر بالای غیر متعارف نمایانگر قدرت انحصاری است، سود غیرمستمر و یا متعارف نمایانگر عدم قدرت انحصاری نیست.

۳-۵. ساختار صنعت

دشواریهای اندازه‌گیری شدت قدرت انحصاری بر اساس نوع کالا و عملکرد بنگاه و نیاز عملی به وجود چنین معیاری، نهایتاً، بسیاری از محققین و سیاستگذاران اقتصادی را بر آن داشت که توجه

خود را معطوف به اندازه و توزیع بنگاههای فعال در یک صنعت نمایند. در این صورت، در اکثر مواقع منابع براساس کدهای ISIC طبقه‌بندی و تفکیک می‌شوند. تعریف حدود بازار که یکی از دشواریهای محاسبه شاخص قدرت انحصاری در دو روش قبلی بود همچنان باقی می‌ماند.

اندازه و توزیع داراییها، فروش، نیروی کار، و ارزش افزوده بنگاهها در هر صنعت و بازار زیربنای این دسته از شاخصهای قدرت انحصاری است. محققین با توجه به هدف مطالعه و دسترسی به آمارهای مورد نیاز از یک یا دسته‌ای از متغیرهای فوق جهت محاسبه نوعی شاخص تمرکز استفاده کرده‌اند. تمامی شاخصهای آماری که معرف اندازه و توزیع پراکندگی یک مجموعه باشند برای ساختن این گونه شاخصها مورد استفاده قرار گرفته‌اند. از جمله این شاخصها میانگین، میانه، واریانس، و انحراف معیار هستند. همچنین منحنی لورنز (The Lorenz Curve) و شاخص جینی (The Gini Coefficient) نیز جهت توزیع اندازه و پراکندگی متغیرهای مربوطه در صنایع و بازارها توسط محققین پیشنهاد و برآورد شده‌اند.

در زیر ابتدا دو شاخص بسیار متعارف تمرکز معرفی می‌شوند. سپس یک دسته از شاخصهای تمرکز که براساس اکسیومهای از پیش تعریف شده پیشنهاد و توسعه پیدا کرده‌اند معرفی خواهند شد.

الف) تمرکز بنگاههای برتر

ساده‌ترین شاخص تمرکز اندازه نسبی K بنگاه بزرگتر از نظر فروش، دارایی، ارزش افزوده و نیروی کار نسبت به کل صنعت یا بازار مورد نظر است.

$$C_k = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{\sum_{i=1}^n X_i}$$

n = تعداد کل بنگاهها در صنعت

X = ارزش افزوده یا فروش یا دارایی یا نیروی کار

این شاخص به سادگی با آمارهای موجود قابل محاسبه است. معمولاً C_4 سهم چهار بنگاه برتر و C_8 سهم ۸ بنگاه برتر محاسبه و ملاک ارزیابی قرار می‌گیرند. تنها مشکل برای محاسبه این

شاخص تعریف تمام بنگاههایی که در یک مجموعه، صنعت یا بازار، قرار می‌گیرند است.

(ب) شاخص هرفندال^۱

کاربردی ترین شاخص تمرکز برای اندازه گیری پراکندگی بنگاهها، شاخص هرفندال، H است.

$$H = \sum_{i=1}^n S_i^2$$

n= تعداد کل بنگاهها در صنعت و یا بازار مربوطه

S_i = سهم بنگاه i ام

این شاخص حاصل جمع مربع سهم اندازه (فروش، نیروی کار، ...) تمام بنگاهها در صنعت یا بازار مربوطه است. چنانچه سهم بنگاهها در ۱۰۰ ضرب شود، مقدار عددی این شاخص بین صفر رقابت کامل و ۱۰۰۰۰ انحصار کامل تغییر می‌کند.

یکی از نقاط قدرت یا ضعف این شاخص استفاده از اطلاعات در مورد تمام بنگاههای موجود در یک صنعت یا بازار است. مانند شاخصهای دیگر تعریف حدود بازار مشکل اصلی در برآورد این شاخص است. در بسیاری از مطالعات کاربردی از کدهای ISIC برای تعریف و محاسبه این شاخص استفاده شده است.

(ج) شاخصهای اکسیوماتیک تمرکز

انکاوا و جکیومین^۲ در سال ۱۹۸۰ به معرفی شاخصهای تمرکز براساس اکسیومهای از پیش تعریف شده پرداختند. شاخصهایی که اکسیومهای مورد نظر آنها را تأمین می‌نماید به صورت زیر معرفی شدند.

$$R = (S_1, S_2, \dots, S_n) = \sum_{i=1}^n S_i h(s_i)$$

R = شاخص تمرکز

N = تعداد بنگاهها در بازار (صنعت)

S_i = سهم بنگاه i ام

تابع $h(s_i)$ یک تابع دلخواه غیر نزولی است، به نحوی که $S.h(s)$ محدب باشد. همان طور که مشاهده می‌شود شاخص H (شاخص هرفندال) به این دسته از شاخصها تعلق دارد $(h(s)=s)$.

از جمله شاخصهای دیگری که به این دسته از شاخصهای تعلق دارند، می‌توان از شاخصهای زیر نام برد:

۱. شاخص انتروپی

$$R_e = \sum_{i=1}^n S_i \cdot \ln s_i$$

۲. شاخص هانا وکی^۱

$$R_{HK} = \sum_{i=1}^n S_i \alpha_i$$

α ضریب ثابت

به طور خلاصه مشکل اصلی در استفاده از شاخص تمرکزها عبارتند از:

- بازارهای منطقه در نظر گرفته نمی‌شوند. به عبارت ساده‌تر، ممکن است در تمام بازارهای منطقه‌ای انحصار وجود داشته باشد، ولی آمارهای ملی درجه بسیار ضعیفی از انحصار را در سطح کشور نشان دهند.

- واردات و صادرات در محاسبه این شاخصها لحاظ نمی‌شوند.

- تهدید بالقوه ورود بنگاههای جدید و اثر آن بر عملکرد بنگاهها در نظر گرفته نمی‌شود.

- کدهای ISIC لزوماً بازارهای مناسب را تعریف نمی‌نمایند.

۴-۵. برآورد شاخصهای تمرکز برای صنایع ایران

بررسی شدت تمرکز در صنایع مختلف کشور به دو جهت حایز اهمیت است. اول، جهت پاسخ به این سؤال که، آیا شدت تمرکز در صنایع کشور تا حدی است که مداخله جهت تصحیح آن را طلب کند؟ دوم، چنانچه پاسخ به سؤال اول مثبت است، در چه بخشهایی از صنایع کشور شاهد درجه

تمرکز بالایی هستیم و عوامل مؤثر در ایجاد تمرکزهای مربوطه چه هستند. برای پاسخ به سؤالات فوق، در این گزارش از آمار خام سرشماری کارگاههای صنعتی کشور در سال ۱۳۷۳ (آخرین سالی که در زمان نگارش این گزارش آمارهای مربوطه در دسترس بود) استفاده شده است. این سرشماری شامل بیش از ۱۳۰۰۰ کارگاه صنعتی با شاغلین بیش از ۱۰ نفر است. کارگاههای صنعتی برحسب نوع فعالیت در قالب سومین ویرایش طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی فعالیتهای اقتصادی (I.S.I.C, REV 3) تقسیم شده‌اند. هر چند در طراحی و جمع‌آوری اطلاعات مربوطه مرکز آمار ایران با مشکلاتی روبه‌رو بوده است، اما آمار کارگاههای صنعتی بهترین پایگاه آماری برای انجام مطالعه مورد نظر است.

جدول شماره ۱، تعداد بنگاهها، مقدار فروش و تعداد کارکنان بنگاهها را در سطح کدهای دو رقمی I.S.I.C در ۲۴ فعالیت نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود در سال ۱۳۷۳ بیشترین تعداد بنگاه به تولید سایر محصولات کانی غیرفلزی (کد ۲۶) مشغول بوده‌اند. صنایع مواد غذایی و آشامیدنی (کد ۱۵) با ۶۲۴۴ میلیارد ریال بالاترین مقدار فروش و تولید منسوجات (کد ۱۷) با ۱۵۶۹۱۱ نفر شاغل بالاترین سهم در اشتغال را داشته‌اند. فروش کل کارگاههایی که در سرشماری منظور شده‌اند بالغ بر ۳۳۹۹۴ میلیارد ریال و تعداد شاغلین ۸۴۲۲۲۵ نفر است. البته باید توجه داشت که بیش از ۲۵ بنگاه بزرگ صنعتی از جمله اکثر پالایشگاهها، کارخانه‌های سیمان، فولاد مبارکه، صنایع شیر ایران، ... در سرشماری مورد مطالعه منظور نشده‌اند.

در قسمت پایین جدول شماره ۱، شاخص هرفندال فروش و تعداد کارکنان در سطح کدهای دو رقمی I.S.I.C گزارش شده‌اند. برآورد شاخصهای فوق بیانگر تمرکز بسیار بالایی در صنایع کشور نیست. جدول شماره ۲ و نمودار شماره ۱ وضعیت و پراکندگی فروش بنگاههای صنعتی برحسب کدهای I.S.I.C دو رقمی را نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود فقط ۴ فعالیت صنعتی فروش سالانه بیش از ۱۵۰۰ میلیارد ریال در سال ۱۳۷۳ داشته‌اند.

جدول شماره ۳ مقدار و سهم، فروش، تعداد کارکنان و صادرات ۲۰، ۵۰، ۱۰۰ و ۲۰۰ بنگاه بزرگتر در صنایع را نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، ۲۰۰ بنگاه بزرگتر ۵۲ درصد فروش، ۳۸ درصد کارکنان، و ۹۷ درصد صادرات را در برمی‌گیرند. ارقام فوق حاکی از تمرکز نسبتاً

بالا در صنایع کشور است. هر چند، روند سهم بنگاههای برتر از فروش و اشتغال با مقایسه با ارقام مشابه در سالهای ۱۳۶۷ و ۱۳۷۱ نشانگر یک روند نزولی است (خداداد کاشی ۱۳۷).

جدول شماره ۴، برآورد شاخص هرفندال فروش در سطح کدهای چهار رقمی I.S.I.C که براساس همین شاخص مرتب شده است را نشان می‌دهد. جدول شماره ۵ و نمودار شماره ۲ پراکنندگی شاخص هرفندال در ۱۳۵ کد مربوطه را نشان می‌دهد. در جدول شماره ۴ سهم شرکتهای دولتی و شرکتهای عمومی (کلیه شرکتهای غیرخصوصی، شامل شرکتهای دولتی، بنیادها و ...) از شاخص هرفندال و همین طور سهم ۴ بنگاه بزرگتر دولتی و عمومی از فروش کل نیز برآورد و گزارش شده است.

مطالعه جدول شماره ۴ بیانگر نکات زیر است:

۱. در ۷۳ فعالیت، شاخص هرفندال بیش از ۲۰۰۰ است. با توجه به اینکه در ادبیات اقتصادی شاخص بیش از ۲۰۰۰ نشانه حد بحرانی قدرت انحصاری است، می‌توان چنین نتیجه گرفت که در اکثر فعالیت صنعتی کشور درجه قابل توجهی از انحصار وجود دارد.

۲. تمرکزهای بالای صنعتی، قدرتهای انحصاری، در هر سه بخش خصوصی، دولتی و عمومی قابل مشاهده است.

۳. در فعالیتهایی که بخش خصوصی از قدرت انحصاری برخوردار است، حجم فعالیت و مقدار فروش کل به طور قابل توجهی محدود است. در مقایسه حضور انحصارهای دولتی و عمومی در بخشهایی مشاهده می‌شود که حجم فعالیتها قابل ملاحظه هستند.

۴. همان طور که انتظار می‌رود درصد قابل توجهی از شاخص تمرکز به جهت وجود شرکتهای بزرگ بخش دولتی و عمومی است.

به طور خلاصه، برنامه‌ریزان اقتصادی جهت کاهش اثرات احتمالی زیان آور انحصارها باید هر سه بخش خصوصی، دولتی و عمومی را مدنظر داشته باشند، هر چند که به دلایل ذکر شده در قسمتهای قبلی اکثر بنگاههای بزرگ و انحصاری متعلق به بخش دولتی و عمومی هستند.

۶. سیاستهای اقتصادهای تسهیل‌کننده رقابت و ضد انحصار

از مطالعه ادبیات اقتصادی سازمانهای صنعتی به جرأت چنین می‌توان استنتاج کرد که دولت و

قانونگذار با ایجاد موانع ورود مهمترین سرچشمه انحصارهای زیان‌آور هستند. البته بیان فوق به این معنی نیست که:

۱. بخش خصوصی با حرکات استراتژیک (مانند - قیمتگذاری تهاجمی) یا غیرقانونی خود (مانند تبانی) نمی‌تواند انحصارهای زیان‌آور به وجود آورد.

۲. تمام انحصارهای ایجاد شده توسط بخش عمومی زیان‌آور و غیرکارا هستند.

در این قسمت از گزارش سیاستهای اقتصادی کلان و خرد دولت که سبب کاهش و یا افزایش شدت رقابت و انحصار می‌شوند مورد بحث قرار خواهد گرفت.

۶-۱. سیاستهای کنترل اقتصادی

سیاستهای کنترل اقتصادی از طریق قیمتگذاری منابع در سطحی کمتر از قیمت تعادلی و سپس تخصیص منابع از طریق مکانیزمهای اداری نه تنها سبب ایجاد سودهای انحصاری برای دریافت‌کنندگان این منابع می‌شود، بلکه زمینه را برای ایجاد فساد اداری آماده می‌سازد. به عنوان مثال تعیین نرخ ارز و سود بانکی هر ساله سبب ایجاد میلیاردها ریال سودهای انحصاری برای دریافت‌کنندگان ارز و اعتبارات در نرخهای کنترل شده در کشور می‌شود. به علاوه، دولت جهت تخصیص این منابع تعداد بنگاههایی را که به طور بالقوه می‌توانند وارد بازار شوند به دلیل تعهد ایجاد شده در صورت ورود این بنگاهها برای دریافت منابع کمیاب، ارز و اعتبارات، از طریق لزوم دریافت مثلاً "موافقت اصولی" کنترل می‌نماید. لزوم دریافت موافقت اصولی برای ورود به فعالیتهای تولیدی نیز به نوبه خود سبب کاهش سطح رقابت و ایجاد سودهای انحصاری برای دریافت‌کنندگان این نوع موافقت‌نامه‌ها و به دنبال آن گسترش فساد اداری می‌گردد.

خلاصه، سیاست کنترل قیمتها و سپس تخصیص منابع از طریق مکانیزمهای اداری سبب کاهش شدت رقابت و ایجاد سودهای انحصاری و فساد اداری می‌گردد. بنابراین، حذف سیاستهای کنترل قیمت و حذف سیاستهای چند نرخ ارز، اعتبارات و سایر منابع سبب بهبود عملکرد رقابتی بازارها و جلوگیری از هدر رفتن منابع برای کسب سودهای انحصاری می‌گردد.

۶-۲. نوسان سیاستهای اقتصادی دولت

عدم ثبات سیاستهای اقتصادی دولت سبب ایجاد عدم اطمینان و کاهش سود انتظاری و در نتیجه کاهش سرمایه گذاری بخش خصوصی خواهد شد. در این صورت، عدم ثبات سیاستهای پولی و مالی، سیاست تجارت خارجی و برنامه های اقتصادی دولت در عمل با توجه به هزینه های ورودی و خروجی و فعالیتهای اقتصادی، برای بنگاههای اقتصادی نوعی مانع ورود به حساب می آید. همان طور که در قسمتهای قبل تشریح شد موانع ورود به طور عمومی، جز در موارد خاص که در همین قسمت توضیح داده خواهند شد، سبب کاهش شدت رقابت و افزایش قدرت انحصارهای موجود خواهد شد.

۶-۳. تجارت خارجی

شاید یکی از متداولترین سیاستهای اقتصادی که سبب کاهش رقابت و گسترش انحصارها می شود، ایجاد محدودیت در تجارت خارجی است. سیاست اقتصادی درهای بسته، در تئوری و در عمل قدرتهای انحصاری را تقویت و انگیزه های رقابتی را کاهش می دهند. جلوگیری از واردات به هر نحو و شکل (تعرفه، سهمیه، ممنوعیت، ...) به هر عنوان (حمایت از صنایع داخلی، حفظ موازنه پرداختها ...) انگیزه تولید کنندگان داخلی را برای بهبود کیفیت کالاهای تولیدی، کاهش هزینه تولید و افزایش کارایی ضعیف می نماید. سیاستهای محدود کننده صادرات نیز از دو مسیر به رقابت صدمه وارد می نماید. اول، به خریداران داخلی تا حدودی قدرت انحصاری می دهد. دوم، با توجه به تشدید مشکلات ارزی، امکان واردات کالاهایی که می توانند با تولیدات داخلی رقابت نمایند را محدود می نماید.

بنابراین سیاستهای تجارت خارجی درهای بسته سبب تضعیف انگیزه های رقابتی بنگاههای داخلی خواهد شد. به علاوه، صنایع غیراقتصادی و غیرکارا که حتی در بلندمدت نیز قدرت رقابتی نخواهند داشت نتیجه مستقیم این گونه سیاستهاست.

۶-۴. محدودیت اطلاع رسانی

یکی از شرایط ایجاد و حفظ بازارهای رقابتی، جریان کارای اطلاعات در بازارهای مختلف است.

آگهیهای تجاری در نشریات، رادیو و تلویزیون یکی از مؤثرترین و ارزاترین راههای اطلاع‌رسانی در مورد وجود بنگاه، محصولات تولیدی و خصوصیات محصولات تولیدی است. هر چند عده‌ای از اقتصاددانها بر این باور هستند که آگهیهای تجاری نوعی مانع ورود بوده و سبب تشدید و استمرار قدرتهای انحصاری می‌شوند، لیکن اقتصاددانهای دیگر در دهه‌های اخیر این باور را مورد سؤال قرار داده‌اند. این اقتصاددانها استدال می‌نمایند، در صورت ایجاد محدودیت برای آگهیهای تجاری، بنگاههای جدید با محصولات جدید و برتر نخواهند توانست با بنگاههای موجود به طور مؤثر رقابت نمایند. در نتیجه قدرت انحصاری بنگاههای موجود حفظ خواهد شد. بنابراین، آگهیهای تجاری سبب تشدید رقابت در ابعاد مختلف آن خواهد شد.

آنچه که مسلم به نظر می‌رسد این است که منع یا ایجاد محدودیتهای جدی برای آگهیهای تجاری مانعی برای افزایش سطح اطلاعات مصرف‌کنندگان بوده و قدرتهای انحصاری موجود را استمرار می‌بخشد.

۶-۵. حضور دولت

دولتها در بسیاری از موارد با حضور مستقیم خود از طریق ایجاد شرکتها، نهادها و سازمانها وارد فعالیتهای اقتصادی می‌شوند که بخش خصوصی در صورت عدم مداخله دولت از عهده انجام آنها برمی‌آید. اندازه سرمایه‌گذاری برای ایجاد صنعت مورد نظر، اثرات جانبی مثبت و یا منفی فعالیت مورد نظر، امنیت ملی، مصالح ملی، ابزار سیاست‌گذاری بودن فعالیت مورد نظر و "اعمال حاکمیت دولت" از جمله دلایلی هستند که برای مداخله مستقیم دولت در فعالیتهای اقتصادی ذکر می‌شوند. هر چند استدلالهای فوق در مواردی از نظر سیاسی و یا اقتصادی قابل توجیه هستند، ولی در تمامی موارد سبب ایجاد انحصار می‌گردند و در اکثر موارد سیاستهای جایگزین کاراتری برای رسیدن به اهداف سیاسی و اقتصادی مورد نظر وجود دارد.

وجود این گونه شرکتها و نهادها و سازمانها به دلیل نزدیکی آنها و رابطه دو جانبه آنها با مراکز قدرت سبب ایجاد و استمرار قدرتهای انحصاری، علی‌رغم عملکرد ضعیف اقتصادی آنها می‌شود. بنابراین افزایش حضور اقتصادی دولت، به هر نحو و شکل سبب شکل‌گیری انحصارها و کاهش

عملکرد کارای اقتصاد می‌شود. کاهش حضور دولت جهت افزایش رقابت و کارایی، از طرف دیگر، باید با دقت و تأمل انجام گیرد تا انحصارهای خصوصی جانشین انحصارهای دولتی نگردند.

۶-۶. هزینه‌های قراردادی

هر نوع فعالیت تولیدی مستلزم قراردادهای متعددی بین بنگاههای تولیدی از یک سو و سایر بنگاههای تولیدی و خدماتی، مصرف‌کنندگان، کارگران و سهامداران از سوی دیگر است. تهیه، اجرا، نظارت و در صورت لزوم پیگیری قانونی برای اجرای قراردادهای مربوطه، هزینه‌های سنگینی را برای بنگاهها ایجاد می‌کند. هر چه این گونه هزینه‌ها بیشتر باشد، انگیزه بنگاهها برای ورود به فعالیتهای اقتصادی کمتر است. به عبارت ساده‌تر هزینه‌های ورودی و خروجی و قراردادهای لازم در مدت فعالیت تولیدی جزء موانع ورود به حساب می‌آیند. آشکار است که، هر چه این هزینه‌ها بیشتر باشند قدرت انحصاری بنگاههای موجود در فعالیتهای مختلف بیشتر خواهد بود.

بنابراین، کوشش سیاست‌گذاران اقتصادی، قانونگذار و قوه قضائیه برای کاهش این گونه هزینه‌ها سبب تشدید رقابت بین بنگاهها خواهد گشت.

۶-۷. استاندارد

با توجه به پیچیدگی کالاهای صنعتی که امروزه در بازارهای مصرفی و تولیدی ارائه می‌شوند و عدم تقارن اطلاعاتی موجود بین مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان این نوع کالاها، سازمانهای استاندارد وظیفه مهمی در امر حمایت از مصرف‌کنندگان از یکسو و تشدید رقابت بین تولیدکنندگان از سوی دیگر را به عهده دارند. حمایت و حفظ اعتبار این گونه مؤسسات نقش مهمی در تشدید رقابت بین بنگاههای مختلف تولیدی، خصوصاً در مورد کالاهای مصرفی را ایفا می‌نماید. بنابراین، سرمایه‌گذاری جهت بهبود عملکرد سازمانهای استاندارد سبب تشدید رقابت در تمامی ابعاد آن می‌گردد.

۶-۸. موانع ورود

هر نوع مانع برای ورود و فعالیت بنگاههای جدید، جز در موارد خاص سبب کاهش شدت رقابت و حفظ وضع موجود خواهد شد. بنابراین از میان برداشتن موانع ورود در صدر برنامه‌های تسهیل‌کننده رقابت و ضد انحصار قرار دارد. در قسمتهای قبلی این گزارش به موانع ورودی که سبب کاهش شدت رقابت می‌شوند اشاره شد. در این قسمت از گزارش برخی از موانع ورود که احتمالاً سبب بهبود عملکرد اقتصادی می‌شوند تشریح خواهد شد.

الف) لیسانسهای انحصاری

بدون شک اعطای لیسانسهای اقتصادی مانعی برای ورود سایر بنگاهها ایجاد می‌نماید. اما اعطای لیسانسهای انحصاری جهت تشویق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در تحقیق و توسعه برای عرضه کالاهای جدید و برتر یا روشهای تولیدی کارا تر ضروری و مفید است. همان طور که در قسمتهای قبلی نیز اشاره شد، تجربه نشان می‌دهد که انحصارهایی که بدین نحو ایجاد می‌شوند کم‌دوام بوده و توسط بنگاههای دیگر با کالاهای کم و بیش مشابه یا کاملاً برتر جایگزین می‌شوند.

ب) گواهینامه‌های تخصصی

در برخی از فعالیتهای اقتصادی خصوصاً خدمات به علت عدم تقارن اطلاعاتی بین ارائه‌دهندگان کالا یا خدمات و مصرف‌کنندگان، اهمیت مسئله کارفرما - کارگزار (Principal-Agent) تنظیم بازار از طریق اعطای گواهینامه‌های تخصصی انجام می‌پذیرد. لزوم داشتن گواهینامه‌های تخصصی برای پزشکان، حسابداران قسم خورده، وکلای دعوی برای ارائه خدمات مربوطه نوعی مانع ورود برای سایر افرادی که می‌خواهند به ارائه این گونه خدمات بپردازند به شمار می‌آید. از آنجا که در اغلب موارد، وظیفه اعطای این گواهینامه‌ها به انجمنهای تخصصی متشکل از همان حرفه واگذار می‌شود، انحصارهای حرفه‌ای شکل می‌گیرند. اما به نظر می‌آید حساسیت و اهمیت حفظ حداقل کیفیت در ارائه بعضی از کالاها و خدمات ایجاد این گونه موانع ورود را توجیه می‌نماید.

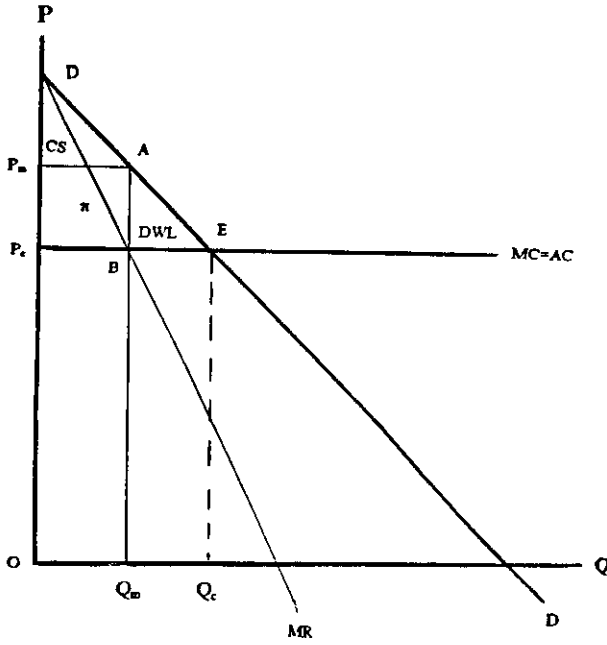
۹-۶. بستر قانونی جهت تسهیل رقابت و کنترل انحصارها

انحصارها به دلایل مختلف شکل می‌گیرند. در مواردی وجود انحصار نتیجه عملکرد کارای یک بنگاه است و در مواردی دیگر نتیجه تبانی. در مواردی رقابت خود منجر به انحصار می‌شود و در موارد دیگر شدیدترین نوع رقابت از طریق انحصارها صورت می‌گیرد. در مواردی تعداد زیاد بنگاه در یک صنعت ضامن رقابتی بودن آن است و در موارد دیگر حتی یک بنگاه در شرایطی خاص و بدون مداخله دولت عملکرد رقابتی دارد. در مواردی حتی ایجاد انحصار از طرف دولت و قانونگذار سبب بهبود عملکرد بازار مربوطه می‌شود. بالاخره در مواردی مصرف‌کنندگان خود خواهان قدرت انحصاری برای بنگاهها در صنایع خاص هستند.

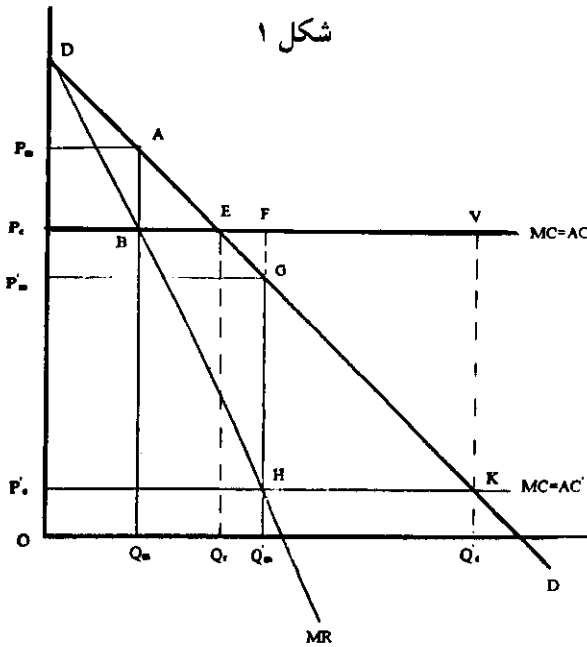
رقابت نیز خود در ابعاد مختلف صورت می‌گیرد. قیمت، کیفیت، محصول برتر، ورود و خروج از بازار مربوطه از جمله شکل‌های رقابت هستند. همان‌طور که قبلاً تشریح شد، در بسیاری از موارد، تشدید رقابت در یک بعد آن سبب تضعیف رقابت در ابعاد دیگر می‌گردد.

انگیزه غالب بنگاهها ایجاد کنترل و انحصار است. تجربه نشان می‌دهد که بنگاهها و مدیران بنگاهها (مستقل از بنگاه) خلاقیت زیادی جهت ایجاد انحصار و انحصارگری دارند. بنگاهها از طریق قراردادهای پیچیده پنهان و آشکار، مستند و شفاهی، قانونی و غیرقانونی ایجاد انحصار می‌نمایند. حرکات استراتژیک بنگاهها که به شکل‌های بسیار متنوعی به کار گرفته می‌شوند انحصار ایجاد می‌کنند. خلاصه آنکه تا زمانی که در رقابت سود نیست و در انحصار سود هست، حرکات بنگاهها برای ایجاد نوعی از انحصار با خلاقیت تمام ادامه خواهد داشت و راه‌حل واحد و مشخصی برای مبارزه با حرکات زیان‌آور آنها وجود ندارد.

با توجه به مطالب فوق در اغلب کشورهای پیشرفته صنعتی، نهاد قانونی و بستر قانونی خاصی برای جلوگیری از ایجاد انحصارها یا ارزیابی و قضاوت در مورد عملکرد بنگاهها پیش‌بینی شده است. این نهادها خود پایه‌های روشها و تغییر روشهای بنگاه برای ایجاد انحصارها تکامل پیدا کرده‌اند. بنابراین لزوم وجود چنین بستری و نهادهای وابسته به آن برای حفظ و گسترش بازارهای رقابتی و جلوگیری از حرکات بنگاهها برای ایجاد و به دست آوردن سودهای انحصاری ضروری است.



شکل ۱



شکل ۲

جدول ۱. تعداد بنگاه، فروش و کارکنان صنایع کشور به تفکیک کدهای دو رقمی

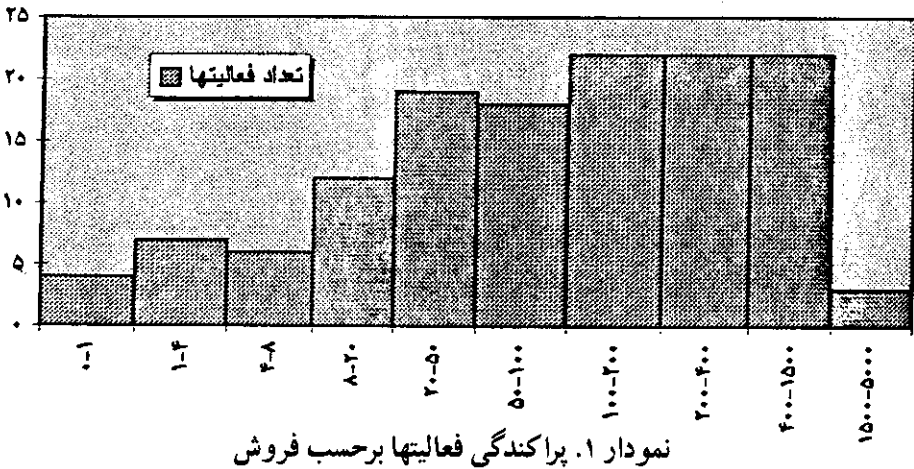
کد دو رقمی	نام فعالیت	تعداد بنگاهها	کل فروش (میلیارد ریال)	جمع کارکنان
۱۵	صنایع مواد غذایی و آشامیدنی	۱۹۱۷	۶۲۴۴	۱۰۵۹۱۸
۱۶	تولید محصولات از توتون و تنباکو	۳	۱۹۲	۸۰۲۶
۱۷	تولید منسوجات	۱۷۲۹	۴۰۶۲	۱۵۶۹۱۱
۱۸	تولید پوشاک	۵۰۲	۲۸۳	۱۲۷۵۰
۱۹	دباغی و عمل آوردن چرم	۴۲۱	۵۲۲	۱۹۶۱۲
۲۰	تولید چوب و محصولات چوبی	۲۴۶	۲۵۶	۱۳۳۱۵
۲۱	تولید کاغذ و محصولات کاغذی	۱۷۸	۸۰۲	۱۶۳۵۷
۲۲	انتشار و چاپ	۲۸۹	۲۸۰	۱۲۴۲۵
۲۳	صنایع تولید ذغال کک	۴۴	۳۴۷	۱۷۹۰۴
۲۴	صنایع تولید مواد و محصولات شیمیایی	۶۱۷	۳۹۳۲	۵۵۳۰۲
۲۵	تولید محصولات لاستیکی و پلاستیکی	۵۳۸	۱۲۵۲	۲۷۵۲۸
۲۶	تولید سایر محصولات کانی غیر فلزی	۲۷۸۲	۲۷۴۵	۱۲۱۸۱۱
۲۷	تولید فلزات اساسی	۳۳۴	۵۵۰۳	۷۱۸۰۵
۲۸	تولید محصولات فلزی بجز ماشین آلات	۱۰۸۶	۱۳۷۸	۴۱۷۳۷
۲۹	تولید ماشین آلات و تجهیزات طبقه بندی نشده	۱۱۴۱	۲۲۲۳	۶۹۹۹۷
۳۰	تولید ماشینهای اداری و حسابگر و محاسباتی	۲۲	۴۱	۷۸۳
۳۱	تولید ماشین آلات مولد و انتقال برق	۳۱۹	۸۷۹	۲۳۸۷۵
۳۲	تولید رادیو و تلویزیون و وسایل ارتباطی	۷۳	۳۱۹	۹۲۲۹
۳۳	تولید ابزار پزشکی و ابزار اپتیکی و ابزار دقیق	۱۰۴	۱۹۲	۷۱۶۳
۳۴	تولید وسایل نقلیه موتوری و تریلر	۲۴۹	۱۸۹۱	۲۷۱۶۳
۳۵	تولید سایر وسایل حمل و نقل	۸۵	۲۲۶	۸۶۸۶
۳۶	تولید مبلمان و مصنوعات طبقه بندی نشده	۳۹۷	۲۳۹	۱۰۹۲۸
۳۷	بازیافت	۵	۱	۵۶
۳۸	کشت و صنعت	۱۰	۱۸۳	۲۹۴۴

جمع	۱۳۰۹۱	۳۳۹۹۴	۸۴۲۲۲۵
-----	-------	-------	--------

شاخص هر فندال فروش	۱۰۶۵
شاخص هر فندال کارکنان	۹۷۹

جدول ۲. فراوانی فعالیت برحسب فروش

مقدار فروش به میلیارد ریال	تعداد فعالیتها
۰-۱	۴
۱-۴	۷
۴-۸	۶
۸-۲۰	۱۲
۲۰-۵۰	۱۹
۵۰-۱۰۰	۱۸
۱۰۰-۲۰۰	۲۲
۲۰۰-۴۰۰	۲۲
۴۰۰-۱۵۰۰	۲۲
۱۵۰۰-۵۰۰۰	۳



جدول ۳. مقایسه ۲۰، ۵۰، ۱۰۰ و ۲۰۰ بنگاه اول فروش، کارکنان و صادرات بنگاههای

صنعتی کشور

سهم بنگاههای برتر	جمع فروش (میلیارد ریال)	جمع کارکنان	صادرات (میلیون دلار)	درصد از کل فروش	درصد از کل کارکنان	درصد از کل صادرات
۲۰ بنگاه اول	۸۱۷۵	۹۸۷۲۰	۸۱۱	۲۴	۱۲	۷۵
۵۰ بنگاه اول	۱۱۶۱۱	۱۶۱۳۱۸	۹۱۲	۳۴	۱۹	۸۵
۱۰۰ بنگاه اول	۱۴۵۷۲	۲۳۳۵۵۹	۹۸۳	۴۳	۲۸	۹۱
۲۰۰ بنگاه اول	۱۷۸۰۳	۳۲۲۳۶۱	۱۰۴۰	۵۲	۳۸	۹۷

جدول ۴. وضعیت تمرکز در صنایع ایران با توجه به مالکیت

فعالیت	نام فعالیت	فروش کل میلیارد ریال	شاخص هرفندال فروش	سهام شرکتهای دولتی از شاخص هرفندال	سهام شرکتهای عمومی از شاخص هرفندال	سهام چهار بنگاه برتر عمومی	سهام چهار بنگاه برتر دولتی
				درصد	درصد	درصد	درصد
۲۸۱۳	... تولید دیگهای بخار بجز	۰/۱	۱۰۰۰۰	۰	۰	۰	۰
۳۷۱۰	باز یافت ضایعات و خرده های فلزی	۰/۱	۱۰۰۰۰	۰	۰	۰	۰
۲۲۱۳	انتشار نوار صوتی - صفحه گرامافون	۰/۲	۱۰۰۰۰	۰	۰	۰	۰
۳۳۱۳	تولید تجهیزات کنترل عملیات صنعتی	۰/۸	۱۰۰۰۰	۰	۰	۰	۰
۱۶۰۰	تولید محصولات از توتون و تنباکو	۱۹۱/۷	۹۲۳۳	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
۱۸۲۰	عمل آوری و رنگ کردن پوست خزدار	۸/۰	۹۰۷۷	۰	۱۰۰	۰	۹۵
۱۵۵۳	تولید مالتا و ماء الشعیر	۱۰/۵	۸۵۹۳	۰	۱۰۰	۰	۱۰۰
۳۱۴۰	تولید انباره ها و پیلها و باطریهای اولیه	۱۳/۸	۷۶۰۲	۰	۹۹	۰	۸۷
۱۵۱۸	پاک کردن و درجه بندی و بسته بندی پسته	۴۷۶/۵	۶۵۹۸	۰	۰	۰	۳
۲۷۲۳	تولید فلزات گرانبها و سایر محصولات	۲۱/۲	۶۲۸۶	۰	۹۸	۰	۷۸
۲۷۲۱	تولید محصولات اساسی مسی	۶۳۲/۳	۶۲۰۷	۹۰	۱۰۰	۷۵	۱۰۰
۱۵۵۶	تولید دوغ و آب معدنی	۳/۸	۶۲۰۴	۰	۱۰۰	۰	۱۰۰
۳۵۱۱	تولید و تعمیر انواع کشتی	۷/۰	۶۰۸۴	۹۸	۹۸	۸۱	۸۱
۲۲۱۹	سایر انتشارات	۶/۶	۵۹۰۳	۰	۹۴	۰	۷۴
۲۴۳۰	تولید الیاف مصنوعی	۳۴۷/۷	۵۷۵۴	۰	۱۰۰	۰	۹۸
۲۴۱۲	تولید کود شیمیایی و ترکیبات ازت	۴۹۴/۰	۴۸۸۴	۱۰۰	۱۰۰	۹۹	۹۹
۱۵۵۱	تولید الکل اتیلیک از مواد تخمیر شده	۱۳/۷	۴۷۹۳	۰	۰	۰	۰
۲۴۱۳	تولید مواد پلاستیکی	۸۸۶/۸	۴۷۵۶	۹۹	۹۹	۸۴	۸۴
۱۵۳۱	آماده سازی و آرد کردن غلات و حبوبات	۳۳۳/۹	۴۶۲۶	۱۰۰	۱۰۰	۷۲	۷۰
۲۳۲۰	تولید فرآورده های نفتی تصفیه شده	۳۴۴/۶	۴۴۲۶	۹۱	۱۰۰	۶۴	۹۱
۲۳۱۰	تولید فرآورده های کوره کک	۲/۹	۴۴۴۱	۰	۰	۰	۰
۳۸۰۰	کشت و صنعت	۱۸۲/۹	۴۰۴۶	۱۴	۹۹	۲۴	۹۲
۳۷۲۰	باز یافت ضایعات و خرده های غیر فلزی	۱/۳	۳۹۳۷	۰	۰	۰	۰

ادامه جدول ۴

فعالیت	نام فعالیت	فروش کل میلیارد ریال	شاخص هرفندان فروش	سهام شرکتهای دولتی از شاخص هرفندان درصد	سهام شرکتهای عمومی از شاخص هرفندان درصد	سهام چهار بنگاه برتر عمومی درصد	سهام چهار بنگاه برتر دولتی درصد
۱۵۳۲	تولید نشاسته و فرآورده های نشاسته ای	۳۷/۹	۳۹۲۳	۱	۹۹	۸۴	۷
۲۴۱۱	تولید مواد شیمیایی اساسی بجز	۲۵۶/۹	۳۶۶۶	۹۴	۹۸	۷۷	۶۱
۱۷۲۵	تولید گلیمر و زیلو و جاجیم دستاف	۳/۷	۳۵۷۰	۹۴	۹۴	۸۵	۸۱
۳۲۳۰	تولید گیرنده های تلویزیون و رادیو،	۲۲۹/۴	۳۵۲۵	۰	۹۵	۷۴	۴
۳۳۳۰	تولید ساعت های مچی و انواع دیگر	۱۴/۴	۳۲۷۵	۰	۰	۰	۰
۲۶۹۲	تولید محصولات سرمایه کی نوز -	۸۲/۵	۳۰۹۲	۰	۳	۱۳	۰
۱۷۲۳	تولید طناب و ریسمان و نغ قد و توری	۱۶/۲	۲۹۷۶	۰	۰	۰	۰
۳۲۲۰	تولید فرستنده های تلویزیونی و رادیویی	۶۷/۱	۲۹۵۴	۱	۹۰	۵۹	۵
۲۹۱۳	تولید باتاقان و دنده و چرخ دنده و	۳۵/۰	۲۹۳۸	۷۱	۹۶	۷۳	۴۶
۲۷۲۲	تولید محصولات اساسی آلومینیومی	۵۶۵/۵	۲۹۰۱	۹۵	۹۷	۶۹	۶۳
۳۳۲۰	تولید ابزارهای اپتیکی و تجهیزات	۳/۳	۲۸۰۲	۰	۰	۰	۰
۳۶۹۴	تولید وسایل بازی و اسباب بازی	۲/۶	۲۷۷۷	۰	۱۷	۲۵	۰
۳۴۱۰	تولید وسایل نقلیه موتوری	۱۵۵۱/۵	۲۷۷۱	۹۹	۱۰۰	۸۵	۸۳
۲۹۱۱	تولید موتور و توربین بجز موتورهای	۱۰۰/۳	۲۷۴۱	۸۴	۸۸	۸۱	۷۱
۳۶۹۱	تولید جواهرات و کالاهای وابسته	۷/۰	۲۶۸۳	۰	۰	۰	۰
۳۵۹۹	تولید سایر وسایل حمل و نقل	۱۲/۸	۲۴۴۴	۰	۷۱	۴۴	۰
۱۷۱۲	تکمیل منسوجات	۸۴/۱	۲۴۰۳	۰	۰	۰	۰
۲۱۰۱	تولید خمیر کاغذ و کاغذ مقوا	۳۰۹/۱	۲۳۷۶	۷۷	۹۹	۸۸	۶۳
۲۵۱۱	تولید لاستیک رویی و تویی و	۵۳۳/۲	۲۲۱۲	۵	۲۷	۴۴	۱۴
۲۲۱۱	انتشار کتاب و بروشور و کتابهای	۷۹/۶	۲۱۸۶	۲	۴	۱۷	۱۱
۲۶۱۱	تولید شیشه جام	۱۵۳/۱	۲۱۷۳	۰	۲۱	۲۴	۲
۲۹۲۳	تولید ماشین آلات متالورژی	۶/۵	۲۱۴۸	۰	۰	۰	۰

ادامه جدول ۴

فعالیت	نام فعالیت	فروش کل میلیارد ریال	شاخص هرفندال فروش	سهام شرکتهای دولتی از شاخص هرفندال درصد	سهام شرکتهای عمومی از شاخص هرفندال درصد	سهام چهار بنگاه برتر عمومی درصد	سهام چهار بنگاه برتر دولتی درصد
۱۵۴۳	تولید آب نبات و شکلات و نقل و	۲۵۹/۵	۲۰۲۳	۸۹	۸۹	۴۴	۴۲
۲۲۱۲	انتشار روزنامه ومجله ونشریات ادواری	۸۶/۳	۲۰۱۰	۱	۶۵	۵۳	۵
۲۹۲۱	تولید ماشین آلات کشاورزی وجنگلداری	۲۵۸/۱	۱۹۰۷	۴۱	۴۲	۳۷	۳۶
۳۵۲۰	تولید و تعمیر تجهیزات راه آهن	۵۸/۶	۱۸۸۸	۹۸	۱۰۰	۸۵	۸۵
۳۳۱۲	تولید ابزارها و وسایل ویژه اندازه گیری	۸۱/۲	۱۸۵۱	۱۴	۸۶	۶۶	۱۶
۱۵۱۵	کشتار دام و ضیور	۶۳۶/۶	۱۸۱۴	۰	۱۰	۲۱	۱
۳۵۹۱	تولید انواع موتورسیکلت	۱۲۲/۵	۱۷۸۰	۱۶	۸۳	۶۵	۲۰
۳۵۹۲	تولید انواع دوچرخه و سندنالی	۱۳/۹	۱۷۳۸	۰	۴	۱۱	۰
۳۴۴۰	تولید بدنه - اتاق سازی برای وسایل	۳۳/۳	۱۷۰۲	۰	۰	۱	۰
۳۲۱۰	تولید لامپها و لامپهای الکترونیکی	۲۲/۶	۱۶۹۹	۰	۲	۵	۰
۳۳۱۱	تولید تجهیزات پزشکی وجراحی و	۹۲/۵	۱۶۸۴	۱۲	۱۳	۲۳	۱۵
۲۷۱۰	تولید محصولات اولیه آهن وفولاد	۴۱۱۴/۴	۱۶۵۱	۹۸	۹۹	۷۴	۷۴
۲۸۱۲	تولید مخازن و انبارها و ظروف	۲۹۶/۴	۱۶۳۹	۹۵	۹۶	۵۳	۵۰
۲۸۹۳	تولید آلات برنده و ابزار دستی	۶۳/۲	۱۵۹۶	۲	۲	۶	۵
۲۰۱۰	اره کشی و رنده کاری چوب	۴۷/۵	۱۵۰۴	۹۰	۹۱	۵۹	۵۸
۳۱۲۰	تولید دستگاههای توزیع و کنترل نیروی	۱۴۸/۵	۱۴۸۱	۱	۸۵	۵۰	۴
۲۲۲۲	فعالیتهای خدماتی مربوط به چاپ	۱۰/۵	۱۴۴۵	۴۹	۴۹	۲۷	۲۶
۱۵۱۴	تولید روغن و چربی حیوانی و نباتی	۱۰۳۰/۴	۱۴۲۷	۰	۱۰	۲۱	۳
۲۴۲۱	تولید سموم دفع آفات وسایر فرآورده های	۴۵/۴	۱۴۲۶	۰	۳۵	۳۰	۰
۳۶۹۳	تولید کالاهای ورزشی	۳/۲	۱۴۲۱	۰	۰	۰	۰
۱۷۲۴	تولید قالی و قالیچه دستیاف	۶۱/۷	۱۳۸۷	۸۹	۹۳	۴۵	۳۹
۳۱۵۰	تولید لامپهای الکترونیکی و تجهیزات	۹۰/۵	۱۳۸۳	۰	۰	۰	۰

ادامه جدول ۴

فعالیت	نام فعالیت	فروش کل میلیارد ریال	شاخص هرفندال فروش	سهام شرکتهای دولتی از شاخص هرفندال درصد	سهام شرکتهای عمومی از شاخص هرفندال درصد	سهام چهار بنگاه برتر دولتی درصد	سهام چهار بنگاه برتر عمومی درصد
۲۹۲۲	تولید ماشین ابزارها	۹۵/۵	۱۲۹۵	۸۹	۹۵	۳۴	۴۷
۲۸۱۱	تولید محصولات فلزی ساختمانی	۳۹۲/۳	۱۲۷۹	۹۷	۹۵	۵۰	۴۸
۲۴۲۴	تولید صابون و مواد پاک کننده و	۶۹۵/۰	۱۱۸۶	۰	۰	۱	۲
۲۰۲۹	تولید سایر محصولات چوبی و تولید	۱۹/۷	۱۱۰۳	۳	۳	۹	۱۰
۳۱۳۰	تولید سیم و کابل عایق بندی شده	۲۲۴/۲	۱۰۸۳	۸۲	۸۸	۳۸	۴۴
۳۰۰۰	تولید ماشین آلات اداری و حسابگر	۴۱/۵	۱۰۷۵	۱	۱	۴	۵
۲۹۲۶	تولید ماشین آلات برای تولید	۴۸/۲	۹۶۸	۱۷	۳۱	۱۳	۲۴
۲۰۲۱	تولید ورقهای روکش شده و تخته	۱۳۸/۶	۹۵۱	۱۸	۶۸	۱۵	۴۶
۲۶۱۲	تولید محصولات شیشه ای بجز شیشه خام	۱۷۰/۳	۹۳۵	۰	۶۶	۰	۳۴
۲۵۱۲	تولید و تعمیر انواع قایق و سایر	۱۰/۸	۹۲۹	۲۲	۳۰	۱۴	۲۳
۱۷۲۹	تولید سایر منسوجات طبقه بندی نشده	۲۴/۳	۹۱۵	۰	۲	۱	۷
۱۵۲۰	تولید فرآورده لبنی	۴۲۳/۷	۸۵۷	۶۹	۹۱	۳۶	۴۵
۲۶۹۴	تولید سیمان و آهک و گچ	۶۷۴/۲	۸۲۹	۱۱	۸۳	۱۲	۴۴
۲۶۹۸	تولید سایر محصولات گلی و سرامیکی	۳۰۸/۹	۸۱۵	۲	۸۱	۶	۴۸
۳۱۹۰	تولید سایر تجهیزات الکتریکی	۲۸/۷	۸۰۳	۲	۳	۴	۶
۱۵۱۷	پاک کردن و درجه بندی و بسته بندی خرما	۲۳/۶	۸۰۱	۰	۰	۱	۱
۳۱۱۰	تولید موتورهای برق و ژنراتور و	۱۷۳/۷	۷۹۹	۷۵	۸۲	۲۷	۳۵
۱۷۳۲	جوراب بافی	۳۱/۰	۷۸۳	۰	۷۷	۰	۳۳
۱۹۱۲	تولید کیف و چمدان و محصولات	۹/۰	۷۶۵	۰	۰	۰	۰
۲۹۲۹	تولید سایر ماشین آلات با کاربرد خاص	۳۳/۴	۷۶۲	۸۲	۸۲	۳۱	۳۱
۲۰۲۳	تولید ظروف و محفظه های چوبی	۶/۶	۷۵۰	۴	۴	۶	۶
۱۵۴۶	تولید نان شیرینی و بیسکویت و کیک	۴۳۸/۶	۷۴۲	۰	۸۲	۰	۳۶

ادامه جدول ۴

فعالیت	نام فعالیت	فروش کل میلیارد ریال	شاخص هرفندال فروش	سهام شرکتهای دولتی از شاخص هرفندال درصد	سهام شرکتهای عمومی از شاخص هرفندال درصد	سهام چهار بنگاه برتر دولتی درصد	سهام چهار بنگاه برتر عمومی درصد
۳۶۹۹	تولید سایر مصنوعات طبقه بندی	۸۶/۲	۷۳۷	۴	۳۳	۵	۲۲
۲۹۱۴	تولید اجاق و کوره و مشعلهای کوره	۳۴/۵	۷۳۲	۰	۰	۰	۰
۱۵۵۵	تولید نوشابه های غیر الکلی گازدار	۴۰۰/۴	۷۱۳	۲	۸۱	۴	۳۴
۲۸۹۱	چکش کاری و پرس کاری و قالب زنی و	۲۲/۸	۶۶۲	۰	۰	۰	۰
۲۹۱۵	تولید تجهیزات بالا برنده و جابجا کننده	۷۶/۳	۶۵۸	۴	۶۸	۶	۳۷
۲۱۰۲	تولید جعبه و کارتن و سایر وسایل	۳۴۴/۹	۶۴۰	۳	۴۰	۵	۲۹
۲۰۲۲	تولید مصنوعات نجاری و قفسه بندی	۴۳/۲	۶۱۳	۰	۳۳	۰	۲۵
۱۵۴۵	نانوایی	۱۹/۲	۵۹۸	۷۴	۸۱	۲۸	۳۲
۲۷۳۱	ریخته گری آهن و فولاد	۱۲۲/۵	۵۸۹	۲۸	۴۲	۱۳	۲۳
۲۱۰۹	تولید سایر کالاهای کاغذی و مقوایی	۱۴۷/۷	۵۷۴	۴۲	۴۳	۲۳	۲۵
۲۶۹۱	تولید کالاهای سرمیکی غیر نسور	۱۳۵/۶	۵۷۴	۱۸	۳۴	۱۰	۲۳
۱۵۳۳	تولید خوراک دام و حیوانات	۱۹۴/۹	۵۶۷	۶	۸۴	۹	۳۵
۲۸۹۲	عمل آوری و روکش کردن فلزات و	۸۴/۴	۵۱۸	۶۲	۸۳	۱۹	۳۰
۲۹۳۰	تولید وسایل خانگی طبقه بندی	۸۹۴/۶	۵۰۲	۰	۵۵	۱	۳۱
۲۹۲۴	تولید ماشین آلات معدن و استخراج	۱۳۴/۴	۴۹۱	۸۳	۹۲	۳۲	۳۴
۲۹۱۹	تولید سایر ماشین آلات با کاربرد عام	۲۸۰/۲	۴۷۸	۰	۸	۰	۱۱
۲۷۳۲	ریخته گری فلزات غیر آهنی	۴۶/۸	۴۵۱	۰	۲	۰	۴
۲۵۱۹	تولید سایر محصولات لاستیکی	۱۱۳/۵	۴۴۲	۳۰	۲۷	۲۰	۱۷
۱۵۴۸	تولید سایر محصولات غذایی	۲۳۰/۲	۴۲۳	۵	۲۳	۶	۱۸
۲۴۲۳	تولید دارو و مواد شیمیایی	۵۹۹/۷	۴۰۹	۳	۵۳	۵	۲۴
۱۵۴۲	تولید قند و شکر	۸۵۵/۳	۴۰۵	۲۸	۵۹	۲۰	۲۷
۲۹۱۲	تولید پمپ و کمپرسور و	۱۶۱/۷	۴۰۳	۰	۴	۰	۶
۱۷۲۱	تولید کالاهای نساجی ساخته	۱۱۱/۳	۴۰۱	۰	۱۰	۰	۱۰

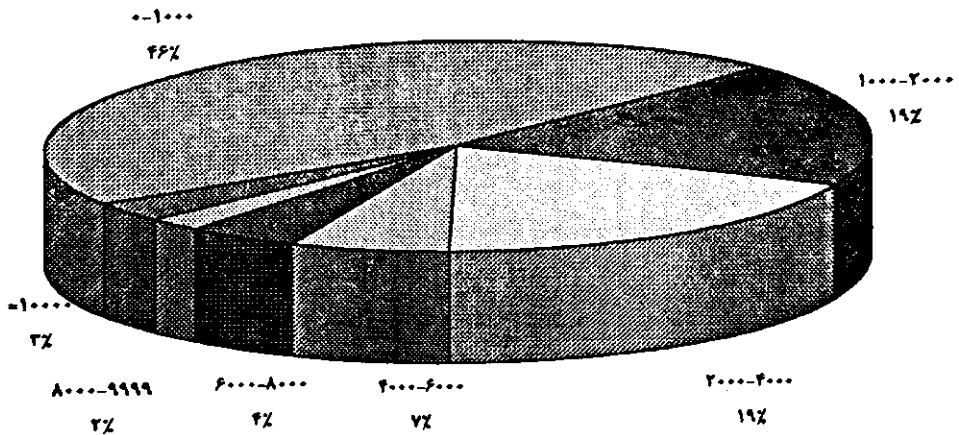
ادامه جدول ۴

فعالیت	نام فعالیت	فروش کل میلیارد ریال	شاخص هرفندال فروش	سهام شرکتهای دولتی از شاخص هرفندال درصد	سهام شرکتهای عمومی از شاخص هرفندال درصد	سهام چهار بنگاه برتر عمومی درصد	سهام چهار بنگاه برتر دولتی درصد
۲۴۳۰	تولید قطعات و ملحقات برای	۳۰۶/۱	۴۰۰	۵۶	۵۶	۲۹	۲۹
۲۶۹۵	تولید محصولات ساخته شده از	۵۲۷/۲	۳۹۰	۴۰	۹۴	۱۷	۳۵
۱۵۱۶	عمل آوری و حفاظت گوشت و	۱۰۸/۸	۳۸۷	۸	۱۱	۶	۹
۲۹۲۵	تولید ماشین آلات عمل آوری	۶۴/۸	۳۸۵	۰	۰	۰	۱
۱۵۱۲	عمل آوری و حفاظت ماهی و	۱۴۶/۰	۳۸۴	۲۲	۲۶	۱۷	۱۷
۲۴۲۹	تولید سایر محصولات شیمیایی	۲۵۰/۶	۳۳۴	۷	۹	۹	۹
۱۹۱۱	دباغی و تکمیل چرم	۲۰۴/۳	۳۱۵	۸	۲۱	۷	۱۵
۱۵۱۹	عمل آوری و حفاظت میوه ها و سبزیها	۴۵۱/۰	۲۹۳	۲	۳۴	۴	۱۶
۲۴۲۲	تولید انواع رنگ و روغن جلا	۳۵۵/۷	۲۶۸	۳	۹	۳	۹
۱۷۳۱	کشیافی و تریکوبافی و قلاب بافی	۷۴/۰	۲۴۷	۰	۵	۰	۵
۱۵۴۷	چای سازی	۳۷/۹	۲۴۴	۴۰	۴۱	۱۸	۱۸
۱۹۲۰	تولید کفش	۳۰۸/۷	۲۲۷	۵۱	۷۷	۲۱	۲۱
۳۶۱۰	تولید میلمان	۱۴۰/۴	۲۱۹	۵۸	۶۲	۱۵	۱۷
۱۵۴۴	تولید رشته و ما کارونی و ورمیشل	۱۳۸/۷	۲۱۲	۰	۱۵	۰	۸
۲۲۲۱	چاپ	۹۶/۹	۱۹۸	۱۷	۱۳	۱۰	۹
۲۵۲۰	تولید محصولات پلاستیکی بجز کفش	۶۰۵/۶	۱۹۱	۱	۷۱	۳	۱۵
۲۸۹۹	تولید سایر محصولات فلزی	۵۱۹/۱	۱۶۴	۵	۱۴	۴	۸
۱۷۲۶	تولید فرش ماشینی و موکت	۶۸۶/۲	۱۵۴	۱۱	۳۶	۶	۱۴
۱۸۱۰	تولید پوشاک	۲۷۵/۵	۱۲۵	۵	۲۳	۳	۸
۲۶۹۹	تولید سایر محصولات کانی غیر فلزی	۲۱۹/۵	۸۴	۳۰	۷۰	۸	۱۱
۱۷۱۱	آماده سازی و ریسندهی الیاف منسوج	۲۹۶۹/۴	۸۱	۲۶	۶۳	۷	۹
۲۶۹۷	تولید آجر	۲۷۷/۳	۴۴	۱	۲۴	۱	۵
۲۶۹۶	بریدن و شکل دادن و تکمیل سنگ	۱۹۶/۶	۳۲	۱۵	۳۰	۳	۶

جدول ۵. فراوانی شاخص تمرکز
(هرفندال فروش)

تعداد فعالیتها	شاخص هر فندال فروش
۶۲	۰-۱۰۰۰
۲۶	۱۰۰۰-۲۰۰۰
۲۵	۲۰۰۰-۴۰۰۰
۹	۴۰۰۰-۶۰۰۰
۶	۶۰۰۰-۸۰۰۰
۳	۸۰۰۰-۹۹۹۹
۴	=۱۰۰۰۰

نمودار ۲. پراکندگی شاخص هر فندال فروش فعالیتهای صنعتی



- Arrow, Kenneth J. (1962). Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention. in *The Rate and Direction of Inventive Activity*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Bain, Joe S. (Feb. 1941). The Profit Rate as a Measure of Monopoly Power. *Quarterly Journal of Economics*. Vol. 55.
- Clarkson, Kenneth W. and Miller, Roger L. (1982). *Industrial Organization, Theory, Evidence, and Public Policy*. McGraw-Hill.
- Demsetz, Harold. (April, 1969). Information and Efficiency: Another View Point, *Journal of Law and Economics*, 12. Two System of Belief About Monopoly. *Industrial Concentration*.
- Posner, Richard A. (1975). The Social Cost of Monopoly and Regulation. *Journal of Political Economy*. Vol. 83, No. 4.
- Tullock, Gordon. The Welfare Costs of Tariffs, Monopolies, and Theft. *Western Economic Journal*.