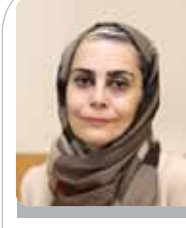


مبارزه با انحصار عزم ملی می‌خواهد



عاطفه خسروی
مدیر مسئول

نظریه انحصار یکی از شاخه‌های اصلی در اقتصاد خرد و نظریه به‌نگاه‌هاست که به مطالعه رفتار بنگاه‌های مسلط بر بازارهای غیررقابتی می‌پردازد. این نظریه به‌ویژه بر نحوه تعیین قیمت، سطح تولید و میزان سود بنگاه‌ها در شرایط بازار غیررقابتی تمرکز دارد.

اقتصاددانانی مانند جان رابینسون، ای. ای. چمبرلین و ام. کالکی، این نوع سود را نتیجه «قدرت انحصار» می‌دانند که از بد روزگار نصیب هر کسی نمی‌شود و برای بهره از این مزیت، باید در لیست «خواص» قرار گرفت.

در این صورت است که بازیگران این میدان از خارج قوانین بازی، بدون رقیب و رعایت الزامات استاندارددهای کیفی و کمی، قادر به ادامه حیات و کسب سودهای بادآورده می‌شوند و این چنین است که سودهای کلان رانتهی در دست عده‌ای از خواص دست به‌دست می‌شود.

باتوجه به این پیشگفتار، موضوع انجام‌انگیزتر می‌شود که نتایج یک پژوهش آماری انجام‌شده در پژوهشگاه آمار وابسته به مرکز آمار ایران می‌گوید: «یکی از پژوهش‌هایی که روی ۱۲۲ صنعت بزرگ ایران انجام شده، نشان می‌دهد در مجموع ۵۰ درصد اقتصاد ایران انحصاری است و طبق بررسی‌های انجام‌شده روی شرکت‌های بورسی، در ۷۶ درصد از صنایع، تمرکز بالایی وجود دارد. براساس این پژوهش‌های آماری بازارهای ایران به‌صورت انحصاری در اختیار یک یا چند شرکت است و این شرکت‌ها با ایجاد رانت، نان کسب‌وکارهای کوچک را آجر کرده‌اند.»

بررسی‌های پژوهشگاه آمار نشان می‌دهد: «میزان تمرکز و انحصار در برخی صنایع حتی تا ۱۰۰ درصد فروش آن صنعت است؛ به‌طورمثال صنایعی مانند تولید ساعت، قایق‌های ورزشی و ساخت تجهیزات سیال از جمله این صنایع هستند. همچنین در صنایعی مانند تعمیر تجهیزات برقی، تولید مولدهای بخار، صنعت تقطیر، تصفیه و ترکیب الکل سفید، ساخت کالاهای مصرفی الکترونیک و ساخت برخی دستگاه‌های پزشکی و درمانی، میزان انحصار بیش از ۹۰ درصد است. به این معنا که فروش محصولات این صنایع تا ۹۰ درصد فقط در اختیار یک یا چند شرکت خاص است.»

این اطلاعات همچنین نمایان می‌سازد: «تولید قطعات خودرو که از جمله صنایع پر مصرف در ایران است، با بازاری به‌شدت انحصاری مواجه است؛ به‌طوری‌که فقط یک شرکت مسلط بیش از ۸۷ درصد سهم بازار را در ۳ سال به‌خود اختصاص داده و سهم فروش ۴ بنگاه مسلط در این بازار در سال‌های موردبررسی بیش از ۹۵ درصد از کل فروش این صنعت بوده است.»

این بنیاد پژوهشی که به‌منظور پاسخگویی به نیازهای پژوهشی در زمینه آمار و اطلاعات در نظام آماری کشور، از ۱۳۷۸ مشغول به‌فعالیت است، در گزارش مشروح خود تأکید کرده است: «تحریم‌ها و عدم‌حضور رقابتی شرکت‌های خارجی در اقتصاد ایران به‌وضعیت انحصار و شرایط غیررقابتی در اقتصاد ایران دامن زده است.»

گزارش یادشده مراد سال ۱۴۰۰ از سوی پژوهشگاه آمار منتشر شد و روی خروجی بسیاری از خبرگزاری‌های رسمی و نشریات کثیرالانتشار قرار گرفت. امروز بیش از ۳ سال از انتشار آن گزارش گذشته و با نگاهی گذرا به اقتصاد ایران، می‌توان با نمونه‌های بسیاری از انحصار در اقتصاد ایران مواجه شد.

از صنعت خودروسازی گرفته تا صنایع دیگری که با در دست داشتن بخش عمده‌ای از بازار، شائبه انحصار را در ذهن تقویت می‌کنند.

از زاویه دیگر انحصار در هر شکل و به هر دلیل، منشأ ایجاد رانت و فساد است. بر همین اساس حتی کشورهایی که به بازار رقابت کامل اعتقاد دارند نیز، سعی کرده‌اند با قوانین «شد تراست»، با ضمانت اجرائی محکم، مانع بروز انحصار شوند و در کشور ما نیز همین سیاست به ایجاد مرکز ملی و شورایی رقابت انجامید. هرچند امروز انتقادات جدی می‌نویسند که روش کار این شوروا وارد می‌شود. مسیری که به‌گفته برخی، با ممنوعیت واردات لوازم خانگی با هدف حمایت از تولید داخلی در این صنعت نیز ایجاد شد؛ در اصل با هدف حمایت از تولید داخلی و اشتغالزایی واردات محصولات خارجی ممنوع شد و خلاف انتظار نه‌تنها کیفیت محصولات داخلی ارتقا پیدا نکرد، بلکه قیمت‌ها نیز چندبرابر شد. نمونه دیگر انحصار می‌تواند در رویه واردات تجارت خارجی مشاهده کرد که در دوران سیاست ارز ترجیحی یا همان ارز ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی معروف، نمود عینی‌تری پیدا کرد.

براساس تئوری‌های اقتصادی، عامل نخست ایجاد رانت و فساد در هر اقتصادی، چیزی جز انحصار در بازارها نیست! انحصار مانند یک بیماری مهلک، ریشه‌های اقتصاد را هدف می‌گیرد و از یک‌سوک اقتصاد ملی را از مزیت‌های رقابت مثل بهبود فضای کسب‌وکار، جذب سرمایه داخلی و خارجی، اشتغالزایی، افزایش تولید ملی و بهبود جایگاه در اقتصاد جهانی محروم می‌کند و از سوی دیگر، آسیب‌هایی برای حضور فعالان حوزه‌های مختلف صنایع به‌وجود می‌آورد.

باور کنیم یا نه، انحصار از آن دست پدیده‌هایی است که سدی بلند در برابر توسعه اقتصاد بنا می‌کند و در مقابل، منافع و آورده‌های ملی را در اختیار عده‌ای خاص قرار می‌دهد.

مبارزه با انحصار، عزم ملی می‌خواهد و تلاش مضاعف که امید است فعالان اقتصادی، مسئولان و دست‌اندرکاران، با تلاش مضاعف در دولت چهاردهم در راستای هموارسازی این مسیر گام بردارند.

سال‌هاست اقتصاددانان از وجود رانت در اقتصاد ایران سخن می‌گویند و معتقدند یکی از اصلی‌ترین دلایل بروز رانت در اقتصاد، وجود انحصار در بازارهاست. باوجود تأکید فراوان اقتصاددانان بر رانت‌زا بودن انحصار، عملکرد دولت‌ها در مبارزه با انحصار نشان می‌دهد که دولت‌ها کارنامه موثقی در این‌باره نداشته‌اند.

در ادبیات اقتصادی، بازار انحصاری به بازاری می‌گویند که در آن یک یا چند فروشنده بخش عمده بازار را در اختیار دارند و می‌توانند میزان تولید و عرضه را به‌گونه‌ای تنظیم کنند که با صرف کمترین منابع، بیشترین سود ممکن را نصیب خود کنند. به‌بیان دیگر در بازار انحصاری یک یا چند فروشنده قدرت بالایی در تعیین قیمت‌ها دارند و از این طریق سایر

سرزمین انحصارها

سال‌هاست اقتصاددانان از وجود رانت در اقتصاد ایران سخن می‌گویند و معتقدند یکی از اصلی‌ترین دلایل بروز رانت در اقتصاد، وجود انحصار در بازارهاست. باوجود تأکید فراوان اقتصاددانان درباره اینکه انحصار موجب رانت می‌شود، عملکرد دولت‌ها در مبارزه با انحصار نشان می‌دهد که تقریباً هیچ دولتی کارنامه موثقی در این‌باره ندارد و حتی اقتصاد ایران با ضعف شدید تصویب قوانین و مقررات در این زمینه حتی از سوی مجلس مواجه است. برخی کارشناسان معتقدند، اگر عملکرد مجلس و دولت را در انجام اقدامات اجرایی و تصویب قوانین ضدانحصار در چند دهه گذشته مرور کنیم، به دستاوردهای قابل‌توجهی نمی‌رسیم. آنچه در ادامه می‌خوانید، نظر دو تن از کارشناسان درباره شیوه حکمرانی اقتصادی در ایران است.

«انحصار» شیوه حکمرانی اقتصادی ایران



حسین عباسی - اقتصاددان: اصول در ساختار سیاسی، ۲ متغیر اصلی وجود دارد. یکی ساختار توزیع قدرت و دیگری ساختار توزیع منابع. این دو، قوانین و ساختار اقتصادی را تعیین می‌کنند و جالب اینکه ساختار اقتصادی و ساختار قدرت کنونی تعیین می‌کند که قدرت و منابع در آینده چگونه توزیع شود و در اختیار چه کسانی باشد.

در این سیستم شما با یک مدل بسته مواجهید که منابع و قدرت در آن ننگه داشته می‌شود و اجازه نمی‌دهد قدرت یا منابع از این حلقه بسته خارج شود. استاد دانشگاه مرینلد تأکید می‌کند، تعادل بدی شکل گرفته و همه تلاش می‌کنند، این تعادل باقی بماند و همه در ایجاد این انحصار با هم شریک و هم‌داستان هستند. روش حکمرانی دولت در ایران همیشه بر مبنای تبعیض و ایجاد انحصار بوده؛ به این معنا که برای انجام یک کار مشابه، یک نفر از یک امتیاز خاص برخوردار است و دیگری نیست. چرا چنین است؟ اگر مفهوم اقتصادی مازاد را روی انحصار، تبعیض و دخالت‌های دولت در ارائه مجوزهای مختلف سوار کنید، رانت‌های کلان ایجاد می‌شود. اما ساختار اقتصاد ما نه‌تنها برای یک فرد یا گروه خاص انحصار ایجاد می‌کند، بلکه به طرقی هزینه تولید محصول را هم کاهش می‌دهد. برای مثال شما انحصار واردات کالا را به یک فرد می‌دهید و هم‌زمان به آن فرد اجازه می‌دهید که آن کالا را با دلار ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی وارد کند. در این حالت هم انحصار ایجاد کرده و هم هزینه را کاهش داده‌اید؛ نتیجه تولید یک رانت بسیار عظیم است. این ریشه رانتهی است که ما در کشور داریم. شیوه حکمرانی دولت‌ها در ایران بر مبنای بخشش منابع عمومی از قبیل ارز، زمین، مجوز و سایر امتیازات است. اینها انحصار ایجاد می‌کند و انحصار هم منجر به ایجاد رانت می‌شود. بنابراین می‌توان گفت ارز ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی، بزرگ‌ترین رانتهی بود که در این سال‌ها توزیع شد.

در نهایت اینکه شیوه حکمرانی اقتصادی در ایران بر مبنای رقابت تعریف نشده، بلکه بر مبنای ایجاد انحصار تعریف شده و نتیجه پلایمان آن هم، این است که رانت ایجاد شود.

«انحصار» کلید ناکارآمدی در بازار

مر ترضی زارع - پژوهشگر اقتصادی: نخست بازار انحصاری را در اقتصاد تعریف کنیم. در اقتصاد وقتی فرد یا شرکتی تمامی سهم یک بازار را به سلطه درمی‌آورد، آن بازار به بازار انحصاری تبدیل می‌شود. برای مثال فرض کنید در بازار موبایل کشور، تنها یک شرکت تولیدکننده باشد، وقتی به مغازه‌ای می‌روید تنها محصولات یک شرکت پیش‌روی شما خواهد بود. در این حالت بازار منحصراً در اختیار یک شرکت یا برند است و به آن بازار انحصاری گفته می‌شود. ماهیت برخی صنایع ایجاب می‌کند بازار آن کالا یا خدمات انحصاری باشد. برای مثال هزینه اولیه احداث سد و خریداری و راه‌اندازی تجهیزات تولید و توزیع برق در یک کشور به‌قدری بالا است که بازار این محصول باید لزوماً انحصاری باشد.

اقتصاددانان بازار انحصاری را یک بازار ناکارآمد و مضر برای سیستم اقتصاد می‌دانند. اساساً روح بهره‌وری و بهبود کیفیت یک محصول در گرو رقابتی بودن آن است. وقتی در یک بازار رقابتی قوی داشته باشید، دائماً به‌دنبال یافتن راه‌های بهبود کیفیت کالای خود نسبت به رقیب یا کاهش هزینه‌های خود و تولید محصول با قیمتی پایین‌تر هستید. این عوامل موجب می‌شود بهره‌وری منابع در بازار بالاتر رود. در سطوح بعدی، پای نوآوری و خلاقیت نیز به بازار باز می‌شود. تولیدکنندگان مجبورند برای بقا در بازار و به‌دست آوردن سهم مناسب از آن، اقدام به تولید محصولات متنوع‌تر و سازگار با نیازهای روز دنیا کنند. اما بازار انحصاری چگونه شکل می‌گیرد؟ غیر از شرایطی که در آن ماهیت بازار حکم بر انحصار آن دارد، مثل صنعت آب و برق، در بقیه موارد، انحصارگری در اقتصادهایی با دخالت بالای دولت به‌وفور قابل دیدن است. بازار انحصاری به‌نوعی حد نهایی سیستم سرمایه‌داری است. در بازار انحصاری، انحصارگر سود کلانی به جیب می‌زند. وقتی کالایی که توسط انحصارگر عرضه می‌شود، یک کالای ضروری برای مردم باشد، آنها ناگزیرند در صف خریداران قرار گیرند و او نیز با علم به این موضوع می‌تواند کالایی با هر کیفیتی و در هر قیمتی حتی بیش از ارزش واقعی آن به خریداران بفروشد. حتی انحصارگر می‌تواند برای سود بیشتر، تعداد کمتری نسبت به توان بالقوه خود تولید کند تا سود کلانی از تعداد کمتر کالا و نرخ بالاتر نصیب خود کند و این یعنی فاصله گرفتن اقتصاد از توان بالقوه خود. سود انحصارگران به‌حدی است که گاهی اوقات حتی حاضرند هزینه‌ای صرف کنند تا راه ورود سایر فعالان اقتصادی به عرصه بازار را سد کنند.

به‌همین خاطر است که در اقتصاد برای بسیاری از بازارها قوانین ضدانحصار تصویب می‌شود. از معایب دیگر بازار انحصاری این است که با کسب درآمد بالا، رفته‌رفته نفوذ انحصارگر در سیستم اقتصادی کشور بالا می‌رود و توانایی زیادی در تأثیرگذاری بر روابط و شرایط بازار پیدا می‌کند. بنابراین ممکن است رفاه مردم، فدای سودجویی یک فرد در بازار شود. انحصار در اقتصادهای دستوری به‌وفور

در حصار «انحصار»

رقبا به‌ویژه کسب‌وکارهای کوچک را با حذف یا به‌شدت تضعیف می‌کنند. باتوجه به آنکه در بازار انحصاری رقابت در کار نیست و استانداردهای اجباری به‌شکل حداقلی اجرا می‌شوند، کیفیت چندان موردتوجه نیست و افراد یا شرکت‌هایی که در بازار انحصار ایجاد کرده‌اند، به‌راحتی می‌توانند سودهای کلان رانتهی به‌دست بیاورند.

هرچه بازار به شرایط رقابتی نزدیک‌تر و از شرایط انحصار فاصله بیشتری داشته باشد، کارکرد بازار موردنظر از منظر کارآیی و فرآیند تولید مناسب‌تر خواهد بود. حفظ وضعیت رقابتی در بازار از مهم‌ترین اهداف اقتصادی است؛ زیرا رقابت موجب ارتقای رفاه مصرف‌کننده و بهبود عملکرد اقتصادی می‌شود. میزان رقابت مؤثر در هر بازار، تابعی از ساختار آن بازار است؛ بنابراین، هرچه ساختار بازار در وضعیت مناسب‌تری باشد، می‌توان نسبت به وجود و بقای رقابت مؤثر در آن بازار امیدوارتر بود.

از سوی دیگر، نتایج یک پژوهش آماری که در پژوهشگاه آمار انجام شده، نشان می‌دهد نیمی از بازارهای ایران به‌صورت انحصاری در اختیار یک یا چند شرکت است و این شرکت‌ها با ایجاد رانت نان کسب‌وکارهای کوچک را آجر کرده‌اند. مطابق تئوری‌های اقتصادی انحصار در بازارها عامل نخست ایجاد رانت و فساد گسترده اقتصادی است.

در پرونده این هفته **سنت** به بازخوانی تعریف انحصار در اقتصاد ایران پرداخته و دلایل و راهکارهای خروج از این دور باطل آسیب‌زا را بررسی کرده است.



فرهاد فاطمی
اقتصاددان

با نگاهی گذرا به کلیات شاخص‌های رشد و تورم، به‌نظر می‌رسد که سیاست‌گذاری اقتصادی در ایران نیازمند تغییر مبنایی باشد. خروجی سیاست‌ها، چه با نیت خوب و چه با نیت بد، در نهایت ایران را به این نقطه رسانده که تولید ناخالص داخلی سرانه امروز نسبت به سال ۱۳۵۵، حدود ۳۰ درصد کاهش داشته است.

یکی از مهم‌ترین مواردی که در اقتصاد ایران جریان دارد و می‌توان به آن نقد وارد کرد، انحصار، به‌ویژه انحصار دولتی، است. برای رفع این انحصار باید مسیر خصوصی‌سازی طی شود، اما پیش از آن باید آزادسازی صورت گیرد؛ آزادسازی مجموعه‌ای از اقدامات است که برای بهبود زیرساخت بازارها و عملکرد آنها انجام می‌شود.

خروج از انحصار، یعنی توسعه رقابت، توسعه رقابت برپایه سیاست‌ها و تنظیم‌گری آن است. سیاست‌های رقابتی مجموعه‌ای از سیاست‌ها و قوانینی در بازار است که تضمین می‌کند رقابت طوری محدود نشود که وضع جامعه را بدتر کند. همچنین تنظیم‌گری نیز الزامات و محدودیت‌های دولت بر فعالیت بنگاه‌ها است که می‌تواند با اهداف اقتصادی یا غیراقتصادی شکل بگیرد. تنظیم‌گری یکی از مهم‌ترین اقداماتی است که به‌ویژه در شرایط انحصار طبیعی باید به آن توجه شود.

در ایران، نهادهای تنظیم‌کننده بخشی وجود دارند. برای مثال سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی زیرنظر وزارت ارتباطات است که کارآیی مناسبی ندارد. معاونت نظارت بر بانک‌های بانک مرکزی، نهادی است که در بهترین حالت تنها وظایف نظارت بانکی را انجام می‌دهد و دغدغه رقابت بین بانک‌ها را ندارد.

سابقه قانونی ایران در رابطه با رقابت نیز جالب توجه است. اصول ۴۳ و ۴۴ قانون اساسی به‌طور خلاصه بیان می‌کند که همه‌چیز در مالکیت دولت است، مگر خلاف آن ثابت شود؛ دولت، تعاونی‌ها و در نهایت بخش خصوصی، اولویت مالکیت‌ها را داشتند. قانون تعزیرات حکومتی نیز یکی از واکنش‌های دولت در زمان افزایش قیمت‌ها است؛ طبق این قانون، مجازات‌هایی برای افراد خاطی در نظر گرفته شده بود. برای مثال از زمان قاجار در زمان گرانی، برخی تجار را در میدان‌های شهر مجازات می‌کردند. این روند در قانون برنامه‌های توسعه اقتصادی - اجتماعی کمی تغییر کرد. در قانون اول، سیاست‌های کلان به ایجاد و حراست از فضای رقابتی در صادرات، واردات، تولید و توزیع پرداخت و در قانون دوم سعی شد تصدی‌گری دولت کاهش پیدا کند، شرایط ورود و خروج به حرفه تجارت برای علاقه‌مندان تسهیل شده و از انحصار جلوگیری شود. در برنامه سوم، امتیازهای انحصاری اعطاشده به دولت مورد بازبینی قرار گرفت و مقرر شد، فعالیت‌های قابل‌انجام از طریق بخش خصوصی به این بخش سپرده شود و از این طریق رقابت در بازارها افزایش یابد. در برنامه چهارم هم دولت مکلف شد تا لایحه تسهیل رقابت و کنترل و جلوگیری از شکل‌گیری انحصار را در سال اول برنامه به مجلس شورای اسلامی تقدیم کند. با این حال خصوصی‌سازی در ایران به‌درستی اجرا نشد و با مشکلاتی همراه بود؛ سرعت بالای واگذاری‌ها باعث شد فرآیند آن به‌شکل مناسب اجرا نشود و سازکارهای نظارتی انجام نگردد.

به‌احتمال زیاد این اتفاقات به‌دلیل عجله برای دریافت منابع حاصل از فروش بود. طبق آمار، از سال ۸۰ تا نیمه سال ۹۴، حدود ۱۶ درصد از واگذاری‌ها به بخش خصوصی انجام شد و عدم‌تغییر رویکرد حاکمیت در نحوه تعاملات در فضای کسب‌وکار پس از خصوصی‌سازی نیز از دیگر مشکلات این فرآیند بود. برای مثال دولت بر مداخلات خود در قیمت‌گذاری همچنان تأکید داشت و رقابت را توسعه نداده بود. باتوجه به شرایط موجود در اقتصاد، می‌توان گفت برای توسعه رقابت در کشور، باید نهادهای تنظیم‌گر مستقل عمل کنند. بسیاری از وظایف سازمان‌های دولتی با اصول تنظیم‌گری متفاوت و حتی در تقابل است. فعالیت بخش خصوصی نیز نیازمند آیین‌نامه و قواعد جدید است. ضمانت اجرائی و اصول شفافیت اطلاعات از مهم‌ترین مواردی است که باید در قواعد ذکر شود. تعارض منافع و رعایت جدی آن بین بخش‌ها باید صورت بگیرد تا دخالت‌های سیاسی و قضایی به حداقل برسد. همچنین در نهایت، این نهادها باید توانایی تطبیق سریع با شرایط جدید را داشته باشد تا در مسیر اصلاحات به‌روز بماند.

بنابراین توسعه فضای رقابت نیازمند بهبود محیط کسب‌وکار و توجه دولت به سیاست‌گذاری صحیح رقابت و ایفای نقش خود به‌عنوان تنظیم‌گر است. در واقع دستیابی به رشد اقتصادی بالا بدون توجه به توسعه رقابت امکان‌پذیر نیست.

سخن پایانی

انحصارگری در بازارها هم، کیفیت محصولات و خدمات را کاهش می‌دهد، هم موجبات هز رفتن منابع ملی را فراهم می‌کند و هم در سطح بالاتر موجب عقب‌ماندگی تکنولوژیکی در صنایع مختلف می‌شود که خروجی آن از دست دادن بازارهای خارجی خواهد بود. بنابراین وجود انحصار، ضدمات جبران‌ناپذیری بر پیکره اقتصاد وارد می‌کند. از جمله راه‌های بهبود وضعیت بازارها اتخاذ قوانین ضدانحصار و ایجاد بستر مناسب برای ورود کارآفرینان به بازارها است. با رقابتی شدن بازارها، هم بهره‌وری منابع بالا خواهد رفت و هم در نتیجه‌های ورود درآمد از بازارهای خارجی نیز به کشور باز می‌شود.