



مرکز ملی رقابت

بررسی وضعیت رقابت پذیری اقتصاد ایران

۱۳۹۵

پیشگفتار

تشکیل و تاسیس نهادها و مراجع تنظیم کننده بازار از منظر تسهیل رقابت در اکثر کشورهای توسعه یافته صنعتی و تازه صنعتی شده، یکی از الزامات توسعه و پیش شرط حصول رشد پایدار اقتصادی و دانش بنیان شدن اقتصاد در عرصه جهانی قلمداد شده است.

رقابت فرآیندی است که طی آن تعدادی شرکت، بنگاه و یا صنعت جهت کسب سهم بازار و سود بیشتر تلاش می کنند. همچنین رقابت پذیری اقتصاد در سطح ملی می تواند به معنای توانایی یک ملت در حفظ یا افزایش سهم صادرات در بازارهای جهانی و به موازات آن حفظ یا ارتقای سطح زندگی شهروندان در درازمدت باشد. به عبارت دیگر نظامهای اقتصادی رقابتی تر معمولاً از توانایی تولید درآمد بالاتری برای شهروندان خود برخوردار هستند.

در نقطه مقابل رقابت، پدیده انحصار قرار دارد که ماهیتاً مانع بهره‌وری و کارآمدی و بعضاً مروج فساد در اقتصادهای غیررسمی و غیرشفاف است. به همین دلیل در بسیاری از کشورها، اصلی ترین راهکار مبارزه با انحصار و تبعات منفی ناشی از آن را صرفاً در استقرار نهادها و قوانین ساختاری مرتبط با توسعه رقابت می دانند؛ چراکه تجربه این گروه از کشورها حاکی از آن است که مهمترین شرط حصول رشد اقتصادی با ثبات و پایدار، وجود ساختاری سالم، کارآمد و رقابتی در اقتصاد است. بنابر همین باور، این کشورها از سالها قبل، ضمن اصلاح ساختار و شرایط بازار و تبیین مکانیزم رقابتی آن، نسبت به وضع قوانین ضد انحصار و تاسیس نهادهای قدرتمندی که مانع ایجاد اختلال در بازار و شکل گیری انحصارات گردد اقدام نمودند.

در کشور ما نیز با تلاش و پیگیری خبرگان و اقتصاددانان و علیرغم وجود موانع ناشی از ناآشنایی سطوح مختلف تصمیم گیری با این مفهوم، تدریجاً موضوع تسهیل رقابت به جایگاه لازم خود دست یافت و در نهایت قانون تسهیل رقابت و منع انحصار در چارچوب فصل نهم سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی پیشنهاد و در تاریخ ۱۳۸۷/۳/۲۵ در مجمع تشخیص مصلحت نظام به تصویب رسید و در تیرماه ۱۳۸۷ جهت اجرا به دولت ابلاغ گردید و شورای رقابت بعنوان تشکیلی فراقوه‌ای در جهت انجام وظایف قانونی خود در زمینه مبارزه علمی، ریشه‌ای و همه جانبه با انحصار و اعمال ناسالم و تبعیض آمیز یا مخل رقابت، از طریق ساز و کارهای قانونی و بعضاً پیشگیرانه آغاز به کار نمود.

در راستای وظایف تعیین شده برای شورای رقابت از جمله فراهم ساختن امکان دسترسی عموم به ضوابط، آیین نامه‌ها و عملکرد شورا، مرکز ملی رقابت نیز به عنوان بازوی کارشناسی و اجرایی شورا، اقدام به مطالعات گسترده کارشناسی در

زمینه‌های مختلف از جمله پایش بازارهای غیر رقابتی و انجام امور کارشناسی در خصوص اقدامات مخل رقابت و انجام مطالعات علمی درخصوص روش‌های قیمت‌گذاری کالاها و خدمات انحصاری نموده است.

گزارش حاضر که تفصیل آن جهت مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی تهیه شده است و اینک بخش‌هایی از آن تقدیم میگردد، از جمله مطالعات کارشناسی انجام شده در مرکز ملی رقابت است که با عنوان «بررسی وضعیت رقابت‌پذیری اقتصاد کشور» که بجز بخش‌های اولیه و انتهایی، عمدتاً بخش وضعیت رقابت و درجه تمرکز بازارهای مختلف این گزارش، از گزارشات تهیه شده قبلی مرکز ملی رقابت استخراج و با همت کارشناسان این مرکز تهیه و تنظیم گردیده است.

در اینجا ضمن سپاس به درگاه پروردگار، لازم است مراتب تقدیر و تشکر خود را از کلیه دست اندرکاران تهیه این مجموعه ابراز نمایم. در خاتمه امید آن دارم که در سایه توجهات و استمرار توفیقات الهی، شورای رقابت بتواند گام‌های موثرتری در توسعه کشور و تسهیل رقابت و مبارزه با پدیده انحصار بردارد. بی‌شک رایه نقد و نظرات عالمانه صاحب‌نظران ارجمند راهگشا و مدد رسان این حرکت علمی و موجبات غنای هرچه بیشتر این اثر را فراهم خواهد نمود.

رضا شیوا

رئیس شورا و مرکز ملی رقابت

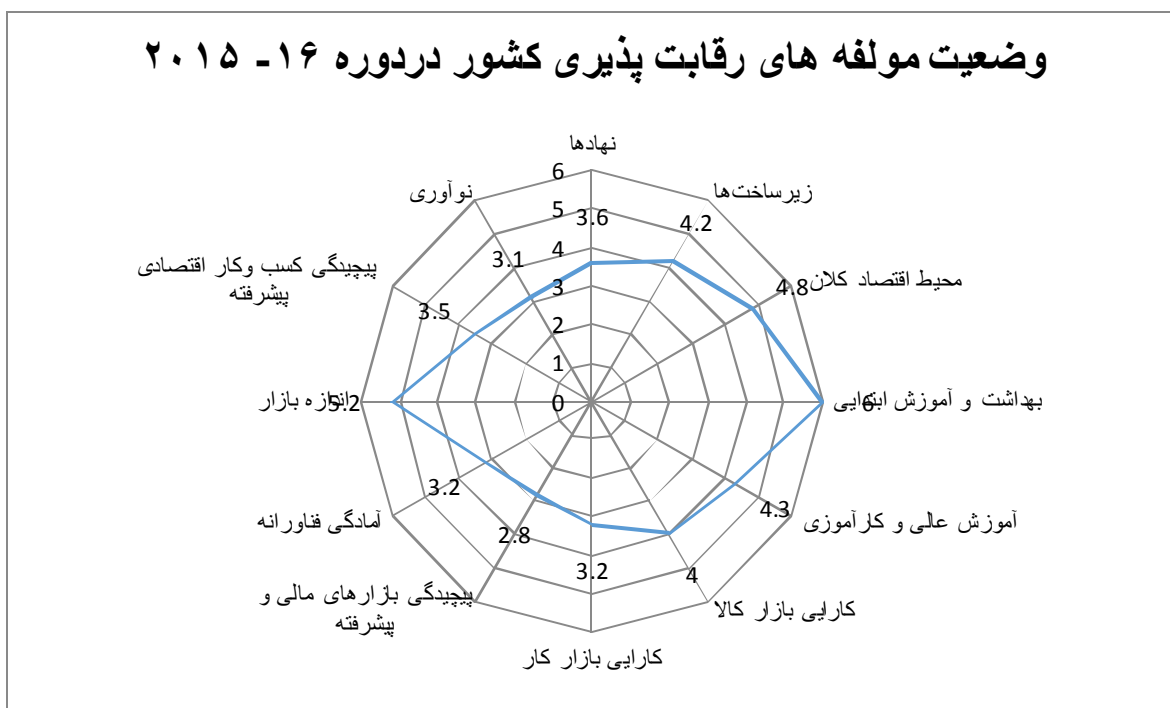
بسمه تعالی

فهرست مطالب

<u>صفحه</u>	<u>عنوان</u>
۵	وضعیت رقابت پذیری اقتصاد ایران
۱۰	نظری اجمالی بر وضعیت رقابت و درجه تمرکز در بازارهای منتخب ایران (مستخرج از گزارشات و مطالعات انجام شده در مرکز ملی رقابت)
۵۷	بررسی موانع ساختاری رقابت در اقتصاد ایران
۵۹	پیش بینی وضعیت رقابت پذیری کشور
۶۱	لزوم نگاه یکپارچه به کلیه اجزاء سیاستهای اقتصاد مقاومتی و لزوم فرماندهی واحد برای مقاوم شدن اقتصاد و تحقق رقابت پذیری به عنوان پیش نیاز توسعه اقتصادی کشور
۶۲	ارزیابی و پیشنهادهایی برای بهبود رقابت پذیری اقتصاد ایران

وضعیت رقابت پذیری اقتصاد ایران

با مروری اجمالی بر مولفه‌های ۱۲ گانه شاخص رقابت پذیری کشور که برابر آخرین گزارش رقابت پذیری جهانی ۱۶-۲۰۱۵ از سوی مجمع جهانی اقتصاد (World Economic Forum) و با همکاری آماری و اطلاعاتی کشورهای عضو منتشر شده است، در می یابیم که علیرغم آنکه شاخص رقابت‌پذیری ایران در میان ۱۴۰ کشور جهان با نُه رتبه بهبود نسبت دوره قبل از رتبه ۸۳ به رتبه ۷۴ ارتقاء یافته اما همچنان بواسطه در هم تنیدگی اجزاء شاخص و اثرات متقابل این مولفه‌ها در همدیگر و همچنین عدم اطمینان از ثبات و پایداری تغییرات ایجاد شده در مولفه‌های شاخص رقابت پذیری کشور و موضوع تداوم جهت حرکت آن شاید نتوان با اطمینان کامل از تداوم بهبود روند شاخص یاد شده، صحبت به میان آورد اما می توان برابر نمودار زیر اذعان نمود آنچه که موجب بهبود وضعیت شاخص در دوره ۱۶-۲۰۱۵ کشور شده است مجموعه ای از اثرات مولفه‌های بهداشت و آموزش ابتدایی، اندازه بازار، بهبود محیط اقتصاد کلان و آموزش عالی بوده است ضمن اینکه وضعیت زیرساخت‌ها و کارایی بازار کالا در وضعیت مثبت میانی بهبود شاخص قرار دارند و وضعیت سه زیر شاخص نهادها، پیچیدگی کسب و کار و آمادگی فنوارانه در وضعیت منفی قرار گرفته و بدترین وضعیت نیز به مولفه هایی چون کارایی بازار کار، مسئله نوآوری و عدم توسعه یافتگی بازارهای مالی برمی گردد.



بطور کلی وضعیت ایران در ۱۲ مولفه رقابت‌پذیری (نهادها، زیرساخت‌ها، ثبات اقتصاد کلان، بهداشت و آموزش، آموزش عالی و کارآموزی، بازار کالا، کار، بازار مالی، آمادگی جذب فن‌آوری، اندازه بازار، محیط کسب‌وکار و نوآوری)

بنحوی است که ایران در ۲ مولفه بازار کار و بازار مالی ضعیف‌ترین وضعیت را کسب کرده است و در مقابل، در مولفه های اندازه بازار محیط اقتصاد کلان و بهداشت بهترین وضعیت را احراز نموده است. در واقع، دو مولفه بازار کار و بازار مالی شاخص رقابت‌پذیری ایران را در جهان بشدت کاهش داده و در مقابل مولفه‌های بهداشتی، اقتصاد کلان و اندازه بازار شاخص رقابت‌پذیری ایران را در جهان به‌طور موثری بهبود داده‌اند.

با مروری به رتبه و امتیاز ۱۱۳ متغیر تبیین‌کننده ۱۲ مولفه اصلی رقابت‌پذیری ایران در جهان، رتبه ۵۶ متغیر یعنی حدود ۵۰ درصد از کل متغیرها، در بین ۱۴۰ کشور ۱۰۰ و بالاتر از ۱۰۰ بوده است. در این بین، وضعیت ۲۲ متغیر: میزان مالکیت خارجی، متوسط نرخ تعرفه‌های تجاری، سهولت دسترسی به وام، دسترسی به خدمات مالی، تاثیر اقتصادی مقررات مربوط به FDI، مشارکت‌زنان در نیروی کار، حفاظت از مالکیت فکری، تامین مالی از طریق بازار سرمایه، دسترسی به سرمایه مخاطره‌آمیز، سلامت بانک‌ها، قانونمندی مبادلات سهام و اوراق بهادار، میزان آموزش کارکنان، توان و کفایت خدمات مالی، انعطاف‌پذیری در تعیین دستمزدها و همکاری در روابط کارگر و کارفرما، حمایت قوی از سرمایه‌گذار، کیفیت عرضه‌کنندگان محلی، جذب و دسترسی به جدیدترین تکنولوژی‌ها در شرکت، اثر بخشی هیات مدیره، پیچیدگی فرآیندهای تولید، توسعه یافتگی و گستره بازاریابی، سهام واردات در GDP و تورم (% تغییر سالانه CPI) با رتبه بالاتر از ۱۲۰ در بین ۱۴۰ کشور بمراتب ضعیف‌تر ارزیابی می‌شوند ضمن آنکه رتبه شش مولفه اول صدرالاشاره بسیار نامناسب و بین ۱۴۰ تا ۱۳۵ ارزیابی شده است که بی‌شک در کاهش رقابت‌پذیری اقتصاد ایران در جهان تاثیر گذار بوده است و لذا به منظور بهبود و ارتقای رقابت‌پذیری اقتصاد ایران در جهان، در تمامی متغیرها، عوامل و سیاستها از جمله ۵۶ متغیر و عامل سیاستی مورد اشاره (بالای رتبه ۹۹) و بالاخص ۲۲ متغیر و عامل سیاستی پیش‌گفته (بالای رتبه ۱۲۰) و بویژه ۶ مورد بالای رتبه ۱۳۵ بایستی اصلاحات و اقدامات مناسب‌تری انجام پذیرد.

بهترین رتبه‌ها نیز به ترتیب در مباحث بهداشتی متعلق به مولفه‌های میزان شیوع بیماری ایدز، مالاریا و سل و در زیرساخت‌ها مولفه‌های سهم پس‌انداز ملی از تولید ناخالص داخلی، سهم بدهی دولت در GDP، تولید ناخالص داخلی برحسب قدرت برابری خرید، اندازه بازار داخلی و خارجی، خطوط تلفن ثابت، کیفیت زیرساخت خطوط آهن، میزان اعتماد عام به سیاستمداران، سهم بودجه دولتی در GDP، کیفیت آموزشهای ابتدایی و متوسطه، و بالاخره میزان اثربخشی سیاست‌های ضد انحصار بوده است که رتبه همگی آنها زیر ۵۰ بوده است. لازم به ذکر است وضعیت زیر شاخص های ایران بسیار شبیه به میانگین وضعیت کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا می‌باشد با این تفاوت که ایران از مزیت اندازه بازار مناسب‌تر برخوردار است.

همانگونه که ذکر شد هر چند ۱۲ مؤلفه رقابت‌پذیری به‌طور جداگانه توصیف و معرفی می‌شوند، ولی این امر نباید ما را از این واقعیت غافل سازد که این مؤلفه‌ها مستقل نیستند: آنها نه تنها با یکدیگر ارتباط دارند بلکه معمولاً یکدیگر را تقویت می‌کنند. برای مثال، نوآوری (مؤلفه دوازدهم) در دنیایی بدون نهادهای حافظ حقوق مالکیت فکری (مؤلفه اول) یا در کشورهای دارای نیروی کار فاقد تحصیلات و آموزش کافی (مؤلفه پنجم) میسر نیست و در نظامهای اقتصادی فاقد بازارهای کارآمد (مؤلفه‌های ششم، هفتم و هشتم) یا فاقد زیرساختهای کارآمد و گسترده

(مؤلفه دوم) دشوارتر است. هرچند برای ساختن شاخص رقابت‌پذیری جهانی عملاً به تلفیق ۱۲ مؤلفه مذکور در یک شاخص واحد می‌پردازیم، ولی هر یک از این مؤلفه‌ها به‌طور جداگانه معرفی شده است، زیرا تحلیل غیرتلفیقی و تفکیکی می‌تواند برای کشورها و دست‌اندرکاران مفید باشد: این نوع تحلیل، ما را به حوزه‌های خاصی که هر کشور خاص باید در آنها دست به اصلاح بزند نزدیکتر می‌سازد. روشن است که مؤلفه‌های مختلف تأثیر متفاوتی روی کشورهای مختلف می‌گذارند: بهترین راه بهبود رقابت‌پذیری برای یک کشور با پایین‌ترین سطح توسعه آفریقایی با بهترین راه بهبود رقابت‌پذیری برای یک کشور اروپایی یکسان نیست. دلیل این امر آن است که این دو کشور در سطح متفاوتی از توسعه قرار دارند: همان‌طور که کشورها در مسیر توسعه جلو می‌روند، دستمزدها افزایش می‌یابد و برای حفظ این درآمد بالاتر، بهره‌وری نیروی کار باید افزایش یابد.

برابر پژوهش انجام شده و همچنین گزارش مجمع جهانی اقتصاد، جایگاه ایران به لحاظ توسعه رقابت‌پذیری، در حال گذر از مرحله ۱ رقابت‌پذیری (یعنی اقتصاد منبع محور و خام فروشی) به مرحله ۲ رقابت‌پذیری (یعنی اقتصاد کارایی محور) می‌باشد. ویژگی چنین مرحله‌ای این است که کشورهایی که در حال گذر از یک مرحله به مرحله بعد هستند در صورتی که خود را برای صعود به مرحله بعد آماده نکنند به همان میزانی که در بیرون مرحله ۱ به سوی مرحله ۲ رشد و حرکت می‌کنند در صورتی که وزن زیر گروه‌ها را در تخصیص منابع اقتصادی تغییر نداده باشند، دچار خسارت و شرایط نامساعد می‌شوند به نحوی که عوارض ناشی از ورود به مرحله ۲ (نظیر افزایش حقوق کارگران) را دارند اما از مزایای این مرحله که همان ارتقاء کارایی و کاهش هزینه‌ها برای تامین رقابت‌پذیری است، برخوردار نمی‌باشند لذا به تدریج رقابت‌پذیری خود را از دست می‌دهند.

وزن و مراحل رقابت‌پذیری	نیازهای پایه	ارتقاءدهنده‌های کارایی	عوامل ایجادکننده نوآوری	جمع اوزان
۱- مرحله اقتصاد عامل محور	۶۰ درصد	۳۵ درصد	۵ درصد	۱۰۰
۲- مرحله اقتصاد کارائی محور	۴۰ درصد	۵۰ درصد	۱۰ درصد	۱۰۰
۳- مرحله اقتصاد خلاقیت محور	۲۰ درصد	۵۰ درصد	۳۰ درصد	۱۰۰
وضعیت فعلی ایران در ۲۰۱۲	۵۰/۶ درصد	۴۲ درصد	۷/۴ درصد	۱۰۰ ▲

در چارچوب شاخص رقابت‌پذیری جهانی، در مرحله اول توسعه، نیروی محرکه یک نظام اقتصادی را عوامل تولید تشکیل می‌دهد^۱ و کشورها بر اساس ذخایر عوامل تولید خود - عمدتاً نیروی کار غیرماهر و منابع طبیعی - به رقابت می‌پردازند. شرکتها بر اساس قیمت به رقابت با یکدیگر پرداخته و محصولات یا کالاهای پایه و ابتدایی^۲ را می‌فروشند و بهره‌وری پایین آنها در دستمزدهای پایین تجلی می‌یابد. در این مرحله از توسعه، حفظ رقابت‌پذیری عمدتاً به وجود نهادهای عمومی و خصوصی دارای عملکرد مطلوب (مؤلفه اول)، زیرساختهای توسعه‌یافته (مؤلفه دوم)، ثبات اقتصاد کلان (مؤلفه سوم) و نیروی کار سالم و باسواد (مؤلفه چهارم) بستگی دارد. وقتی که همراه با ارتقای توسعه، دستمزدها ارتقا می‌یابد، کشورها وارد مرحله دوم توسعه (مبتنی بر کارایی^۳) می‌شوند که در آن باید ایجاد فرایندهای تولید کارآمدتر را شروع کرده و کیفیت محصولات را بالا ببرند. در این مرحله، رقابت‌پذیری به‌طور فزاینده‌ای از کارآموزی و آموزش‌عالی (مؤلفه پنجم)، بازار کالایی کارآمد (مؤلفه ششم)، بازار کار کارآمد (مؤلفه هفتم)، بازار مالی پیشرفته (مؤلفه هشتم) و توانایی بهره‌برداری از تکنولوژیهای موجود (مؤلفه نهم) نشأت می‌گیرد.

سرانجام، وقتی که کشورها به مرحله سوم توسعه (مبتنی بر نوآوری^۴) وارد می‌شوند، حفظ دستمزدهای بالاتر و در نتیجه سطح زندگی آنها زمانی میسر خواهد بود که شرکتها و مؤسسات اقتصادی آنها بتوانند با محصولاتی جدید و منحصر به فرد به رقابت با یکدیگر بپردازند. در این مرحله، شرکتها باید از طریق نوآوری (مؤلفه دوازدهم) با یکدیگر رقابت کرده و با استفاده از پیشرفته‌ترین فرایندهای تولید (مؤلفه یازدهم) به تولید کالاهای جدید و متفاوتی بپردازند. مفهوم مراحل توسعه به این نحو در شاخص رقابت‌پذیری جهانی لحاظ شده است که به مؤلفه‌هایی که ارتباط بیشتری با یک کشور خاص با توجه به مرحله خاص توسعه آن دارند، وزن نسبتاً بیشتری داده شده است. به عبارت دیگر، اگرچه هر ۱۲ مؤلفه تا حد معینی برای کلیه کشورها اهمیت دارند، ولی اهمیت نسبی هر یک از این مؤلفه‌ها به سطح خاص توسعه یک کشور بستگی دارد. به عبارت دیگر بالغ شدن در هر مرحله‌ای و خروج به سوی مرحله بعد لزوماً مترادف با رقابت‌پذیری بیشتر نمی‌باشد بلکه بدلیل فوق‌با رسیدن به آخر هر مرحله، میزان رقابت‌پذیری نیز کاهش می‌یابد و اگر پیش‌نیازهای تخصیص بهینه و وزن فاکتورهای مورد نیاز رشد مرحله بعدی فراهم نشود، نتیجتاً شاخص وقدرت رقابت‌پذیری آنها، عدد کمتری را به خود می‌گیرد. لذا با عنایت به اینکه توسعه صادرات با بهره‌وری و توسعه رقابت‌پذیری با کاهش قیمت تمام شده در یک راستا و لازم و ملزوم هم می‌باشند دولت بایستی تمامی تلاش خود را در زمینه تعدیل اوزان و تغییر اولویتها و سیاستگذاری‌های بودجه‌ای و تخصیص منابع و هدایت امکانات محدود فعلی از زیر شاخص‌های اقتصاد عامل محور و سمت‌دهی منابع و اولویتها به نفع زیر شاخصهای اقتصاد کارایی محور یعنی (آموزش عالی، کارایی بازار کالا، کارایی مناسب بازار کار، توسعه بازار سرمایه) مصروف دارند تا برابر انتظاری که از بدنه تولید و

1. factor- driven stage

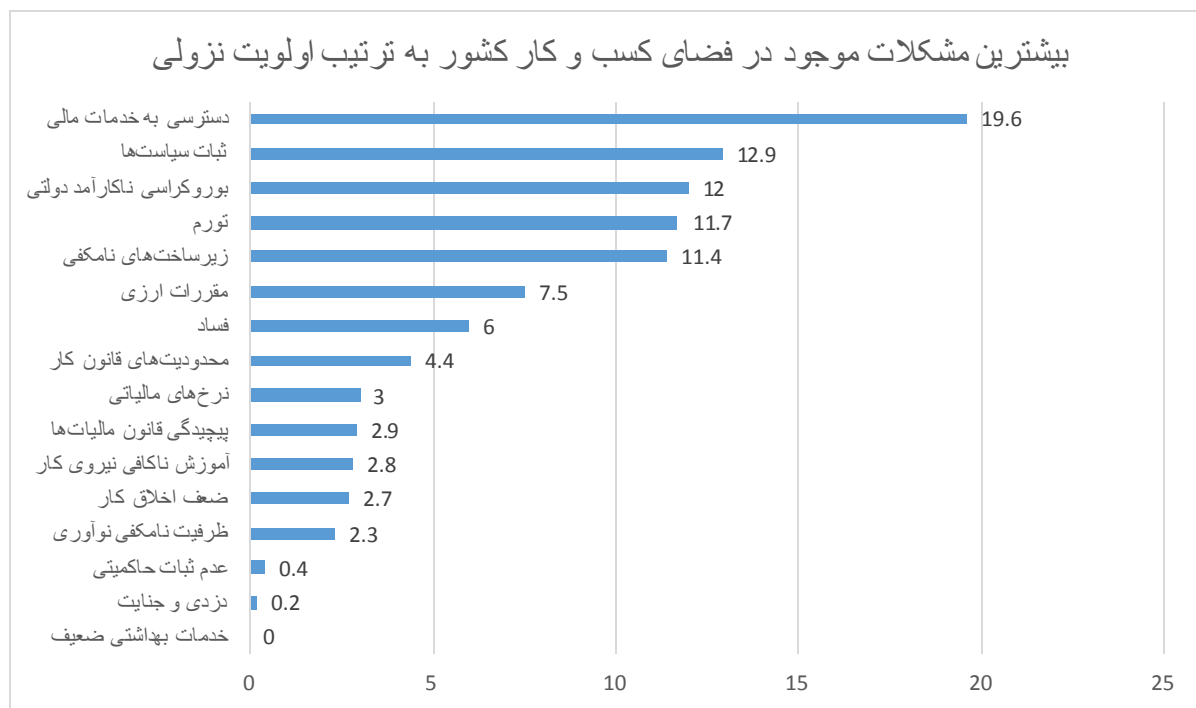
2. basic

3. efficiency-driven

4. innovation-driven

صادرکنندگان کشور وجود دارد انشالله پس از رسیدن به مرحله ۲ رقابت پذیری اقتصاد کشور خود را برای فتح قله اصلی رقابت پذیری یا مرحله ۳ توسعه اقتصادی که همان اقتصاد خلاقیت محور می باشد تجهیز نمایند که ابزار اصلی آن نیز عنصر نوآوری از طریق تولید و صادرات با فناوری بالاست.

بدیهی است به منظور تدارک پیش نیازهای خروج از مرحله گذر و استقرار در مرحله دوم توسعه رقابت پذیری یا همان مرحله اقتصاد مبتنی بر کارایی بایستی نسبت به آسیب شناسی مشکلات موجود در فضای کسب و کار کشور و هموار نمودن مسیر فعالیت های اقتصادی و روان سازی فعالیت بنگاه های کشور اقدام نمود. نمودار زیر بخوبی مهمترین موانع و مشکلات موجود در فضای کسب و کار کشور را از منظر استانداردهای بین المللی با تعیین امتیاز یا وزن هریک نشان داده است که به دلیل گویا بودن از توضیح آن اجتناب میشود.



ماخذ: World Economic Forum, The Global Competitiveness Report, 2015-16

نظری اجمالی بر وضعیت رقابت و درجه تمرکز در بازارهای منتخب ایران

(مستخرج از گزارشات و مطالعات انجام شده در مرکز ملی رقابت)

بررسی و ارزیابی قدرت انحصاری صنایع ایران

در این گزارش^۵ از طریق محاسبه شاخص‌های تمرکز به ارزیابی قدرت انحصاری صنایع ایران پرداخته شده است. این تحقیق وضعیت انحصاری ۱۳۰ صنعت را در سال ۱۳۹۲ بررسی کرده است. منبع داده‌های مورد استفاده، وزارت صنعت و معدن و بازار بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. براساس محاسبه شاخص‌های هیرشمن-هرفیندال (HHI) و نسبت تمرکز، مطابق آمار وزارت صنعت و معدن، صنایعی که بالاترین قدرت انحصاری را دارا می‌باشند شامل موارد ذیل می‌باشند؛ شامل صنایع تولید تجهیزات عملیات کنترل صنعتی، تولید و تعمیر تجهیزات راه آهن، ساخت آلات موسیقی، تولید وسایل بازی و اسباب‌بازی، تولید الکل اتیلیک، تولید انباره‌ها و پیل‌ها و تولید کالاهای ورزشی، تولید سایر مصنوعات طبقه بندی نشده در جای دیگر، تولید ماشین آلات برای ساخت منسوجات و البسه و چرم، سایر انتشارات، تولید دارو و موارد شیمیایی مورد استفاده در پزشکی و محصولات دارویی گیاهی، تولید تجهیزات پزشکی و جراحی و ارتوپدی، تولید آلات برنده و ابزار دستی و یراق آلات عمومی، تولید فرستنده‌های تلوزیونی و رادیویی و دستگاه‌های مخصوص سیستم‌های ارتباطی و تلگرافی، ساخت هواپیما و هلی‌کوپتر، تولید محصولات از توتون و تنباکو-سیگار، استخراج سایر معادن طبقه بندی نشده در جای دیگر، استخراج کانه‌های فلزی آهنی. به منظور ارزیابی قدرت انحصاری در صنایع ایران، در این تحقیق به محاسبه شاخص لرنر و مارک آپ پرداخته شده است. این بررسی برای صنایع کد چهاررقمی ISIC و در طی دوره زمانی ۸۶-۱۳۷۴ صورت پذیرفته است. براساس محاسبه شاخص‌های مارک آپ و لرنر، صنایعی که بالاترین مقدار این شاخص‌ها و به تبع آن بیشترین قدرت انحصاری را دارا می‌باشند، شامل صنایع تولید سیمان و آهک و گچ، تولید مواد پلاستیکی به شکل اولیه و ساخت لاستیک مصنوعی، تولید کود شیمیایی و ترکیبات ازت، انتشار روزنامه و مجله و نشریات ادواری، تولید آجر، تولید مالتا و ماء‌الشعیر، انتشار کتاب و بروشور و کتابهای موسیقی و سایر نشریات، تولید فراورده‌های نفتی تصفیه شده، تولید محصولات سرامیکی نسوز-عایق حرارت و تولید محصولات اساسی مسی، هستند. میزان

^۵ - ارزیابی قدرت انحصاری در صنایع ایران، مرکز ملی رقابت، ۱۳۹۰

متوسط شاخص لرنر و مارک آپ برای این ده صنعت به ترتیب عبارت است از ۰,۵۲ و ۲,۲۰، که نشان از قدرت بالای انحصاری این صنایع است. از سوی دیگر یافته ها نشان می دهد که شاخص لرنر و مارک آپ در ۵۳٪ صنایع ایران بالا است. از این رو بایستی اقدامات اساسی برای رفع انحصارها صورت گیرد که این امر از طریق شورای رقابت قابل اجرا می باشد.

خط مشی سیاست گذاری در قانون رقابت ایران بیشتر معطوف به متغیرهای رفتاری بوده و توجه کمتری به نقش متغیرهای ساختاری داشته است، بنابراین برای شناسایی دقیق تر ویژگی بازارهای صنعتی که دارای ساختار غیر رقابتی می باشند، در این تحقیق به بررسی ارتباط میان قدرت انحصاری با تمرکز پرداخته شده است. نتایج حاکی از آن است که ده صنعتی که بالاترین میزان تمرکز در میان سایر صنایع کد چهار رقمی ISIC را دارا هستند عبارتند از؛ تولید جواهرات و کالاهای وابسته، تولید مالتا و ماءالشعیر، تولید ماشین آلات متالوژی- ذوب فلزات، تولید محصولات از توتون و تنباکو-سیگار، فعالیت های خدماتی مربوط به چاپ، تولید و تعمیر تجهیزات راه آهن، تولید ابزارهای اپتیکی و تجهیزات عکاسی، تولید سایر وسایل حمل و نقل طبقه بندی نشده در جای دیگر، تولید محصولات اساسی مسی و چای سازی. میانگین شاخص هرفیندال- هیرشمن برای این صنایع متمرکز مقدار ۰,۶۹ است. بررسی نتایج مربوط به شاخص تمرکز نشان می دهد، در میان ۶۹ صنعتی که بیشترین میزان قدرت انحصاری (مارک آپ بیش از ۱,۲۰) را دارا بوده اند، در ۲۱ صنعت، شاخص هرفیندال- هیرشمن بیشتر از ۰,۱۸ است. به بیان دیگر، در میان صنایع با بالاترین میزان رتبه انحصاری، ۳۰,۴٪ صنایع بالاترین قدرت انحصار و میزان تمرکز را تواما دارا هستند. این صنایع شامل این موارد است: تولید کود شیمیایی و ترکیبات ازت، تولید مالتا و ماءالشعیر، انتشار کتاب و بروشور و کتابهای موسیقی و سایر نشریات، تولید محصولات اساسی مسی، تولید ماشین آلات متالوژی- ذوب فلزات، تولید محصولات اساسی آلومینیومی، تولید خمیر کاغذ و مقوا، تولید انباره ها و پیل ها و باتری های اولیه، تولید و تعمیر انواع کشتی، تولید و تعمیر تجهیزات راه آهن، سایر انتشارات، ریخته گری فلزات غیر آهنی، تولید ماشین آلات برای ساخت منسوجات و البسه و چرم، چاپ، تولید گلیم و زیلو و جاجیم دستباف، تولید فرستنده های تلویزیونی و رادیویی و دستگاههای مخصوص سیستمهای ارتباطی و تلگرافی، تولید الکل اتیلیک از مواد تخمیر شده، تولید وسایل نقلیه موتوری، اره کشی و رنده کاری چوب، چای سازی و تولید وسایل بازی و اسباب سازی. لازم به ذکر است، صنایع مذکور (صنایعی که همزمان بالاترین قدرت انحصاری و میزان تمرکز را دارا هستند)، ۱۶ درصد کل صنایع کد چهار رقمی ISIC را شامل می شوند.

از آنجا که یکی از ملاک های ارزیابی درجه رقابتی یا انحصاری بودن بازارها، صرفه های مقیاس است، معمولاً انتظار بر آن است که در صنایع با صرفه های مقیاس بالا شرایط انحصاری و بویژه انحصار طبیعی حاکم باشد. در این چارچوب نتایج تحقیق نشان می دهد به جز در صنایع سایر انتشارات، تولید وسایل بازی و اسباب بازی، تولید ماشین آلات متالوژی (ذوب فلزات)، تولید گلیم و زیلو و جاجیم دستباف، تولید مالتا و ماء الشعیر، تولید و تعمیر انواع کشتی، تولید الکل اتیلیک از مواد تخمیر شده، تولید انباره ها و پیل ها و باتری های اولیه، اره کشی و رنده کاری چوب، تولید و تعمیر تجهیزات راه آهن، تولید فرستنده های تلویزیونی و رادیویی و تولید محصولات اساسی مسی، که بیشترین MES2 (اندازه صرفه های مقیاس بر مبنای متوسط اندازه ۵۰ درصد از بنگاه های بزرگ بازار) و مارک آپ و شاخص تمرکز را همزمان دارا بوده اند، در بقیه صنایع ارتباط معنی داری میان این متغیرها مشاهده نمی شود. به بیان دیگر، در اکثر صنایعی که دارای شاخص قدرت انحصاری بالا بوده اند، صرفه های مقیاس اندک می باشد. بنابراین صرفه های مقیاس و انحصار طبیعی عامل مهمی در بالا بودن مارک آپ بازارهای صنعتی ایران نبوده و در صنایع ایران از صرفه های مقیاس چندان بهره برداری نشده است.

نتایج مطالعه و بررسی آن نشان می دهد که به جز یک صنعت (تولید سایر محصولات فلزی طبقه بندی نشده در جای دیگر) در تمامی صنایع ایران $P > MC$ است. اما در برخی از صنایع این نسبت بسیار بالا و در برخی اندک بوده است. دامنه شاخص لرنر و مارک آپ و میزان فراوانی صنایع با توجه به این بازه ها در جدول زیر نشان داده شده است. با در نظر گرفتن میزان آستانه قدرت (۱,۲۰) برای مارک آپ (بر اساس توافق کمیسیون اتحادیه اروپا)، از میان ۱۳۰ صنعت فعال در کد چهاررقمی ISIC، ۶۹ صنعت دارای قدرت انحصاری بالا بوده اند، که این میزان، ۵۳ درصد کل صنایع را شامل می شود.

فراوانی توزیع صنایع در دامنه های مختلف شاخص لرنر و مارک آپ

دامنه شاخص لرنر	دامنه شاخص مارک آپ	تعداد صنایع	فراوانی تجمعی نسبی صنایع
$0.00 \leq L < 0.08$	$1 \leq \mu < 1.10$	۲۵	۱۹,۳
$0.08 \leq L < 0.16$	$1.10 \leq \mu < 1.20$	۳۶	۲۷,۷
$0.16 \leq L < 0.22$	$1.20 \leq \mu < 1.30$	۳۵	۲۷
$0.22 \leq L < 0.30$	$1.30 \leq \mu < 1.40$	۱۷	۱۳
$L \geq 0.30$	$\mu \geq 1.40$	۱۷	۱۳

یافته‌های این مطالعه موید آن است که صنایع تولید سیمان و آهک و گچ، تولید مواد پلاستیکی به شکل اولیه و ساخت لاستیک مصنوعی، تولید کود شیمیایی و ترکیبات ازت، انتشار روزنامه و مجله و نشریات ادواری، تولید آجر، تولید مالتا و ماء‌الشعیر، انتشار کتاب و بروشور و کتابهای موسیقی و سایر نشریات، تولید فرآورده‌های نفتی تصفیه شده، تولید محصولات سرامیکی نسوز-عایق حرارت و تولید محصولات اساسی مسی، ده صنعتی هستند که بالاترین قدرت انحصاری در میان صنایع کشور را دارا می‌باشند. میزان متوسط شاخص لرنر و مارک آپ برای این ده صنعت به ترتیب عبارت است از ۰,۵۲ و ۲,۲۰، که نشان از قدرت بالای انحصاری این صنایع است.

به همین ترتیب میانگین این شاخص‌ها برای ده صنعتی که کمترین قدرت انحصاری را دارا هستند، اعداد ۰,۱۹ و ۱,۰۲ هستند. این ده صنعت نیز عبارتند از؛ تولید سایر محصولات فلزی طبقه بندی نشده در جای دیگر، تولید ظروف و محفظه‌های چوبی، تولید ابزارهای اپتیکی و تجهیزات عکاسی، تولید فرآورده‌های لبنی، جوراب بافی، تولید محصولات از توتون و تنباکو - سیگار، فعالیت‌های خدماتی مربوط به چاپ، تولید موتورهای برق و ژنراتور و ترانسفورماتور، عمل آوری و حفاظت میوه‌ها و سبزی‌ها از فساد - بجز پسته و خرما و پاک کردن و درجه بندی و بسته بندی پسته. همچنین کل صنایع، دارای مقدار متوسط شاخص لرنر ۰,۱۹ و مقدار متوسط مارک آپ ۱,۲۸ هستند.

بیشترین میزان پراکندگی از مقدار میانگین لرنر و میانگین مارک آپ مربوط به ده صنعت اول از نظر قدرت انحصاری به ترتیب با اتخاذ مقادیر ۰,۰۹۹ و ۰,۵۴ می‌باشد. انحراف معیار شاخص لرنر و مارک آپ ده صنعت آخر از نظر قدرت انحصاری به ترتیب با اتخاذ مقادیر ۰,۰۲۹ و ۰,۰۳۰، دارای پراکندگی کمتری در مقایسه با انحراف معیار شاخص لرنر و مارک آپ کل صنایع (با انحراف معیار ۰,۰۲۷ و ۰,۱۴۷ برای شاخص لرنر و مارک آپ) است. این وضعیت در مورد ده صنعت میانی از نظر قدرت انحصاری، شامل اره کشی و رنده کاری چوب، تولید جعبه و کارتن، چای سازی، تولید مبلمان، تولید پمپ و کمپرسور، تولید سایر محصولات لاستیکی به جز کفش، تولید لامپ‌های الکتریکی، تولید محصولات پلاستیکی به جز کفش، تولید وسایل بازی و اسباب بازی و تولید تجهیزات کنترل عملیات صنعتی (با مقادیر انحراف معیار ۰,۰۰۴۷ و ۰,۰۰۶۹ برای شاخص لرنر و مارک آپ) نیز وجود دارد. تحلیل درون بخشی صنایع نیز موید این مطلب است که در میان ده صنعت اول از نظر قدرت انحصاری، صنایع تولید سیمان و آهک و گچ و نیز تولید مواد پلاستیکی به شکل اولیه و ساخت لاستیک مصنوعی بیشترین میزان پراکندگی شاخص لرنر و مارک آپ را از میانگین این شاخص‌های قدرت انحصاری دارا هستند. کمترین میزان انحراف معیار در میان قدرتمندترین صنایع انحصارگر متعلق به صنایع انتشار روزنامه و مجله و نشریات

ادواری و تولید آجر است. این بررسی در میان صنایع با کمترین قدرت انحصاری نیز حاکی از آن است که صنایع تولید سایر محصولات فلزی طبقه بندی نشده در جای دیگر، تولید ظروف و محفظه های چوبی و تولید ابزارهای اپتیکی و تجهیزات عکاسی بیشترین پراکندگی را نسبت به میانگین شاخص های قدرت انحصاری داشته و کمترین پراکندگی از میانگین این شاخص ها مربوط به صنایع تولید محصولات از توتون و تنباکو-سیگار و فعالیت های خدماتی مربوط به چاپ است. توجه به این نکته حایز اهمیت است که در شرایط فعلی اقتصاد ایران، قدرت بازاری و توسعه اقتصادی چندان ناسازگار نمی باشند و حتی با عدم سخت گیری در مورد بنگاههایی که در بازارها قدرت بازاری اعمال نموده اند، می توان به تحقق اهداف برنامه های اقتصادی کمک نمود، مشروط بر آنکه قدرت بازاری بنگاه ها مبتنی بر کارایی برتر آنها و موانع طبیعی موجود در بازار باشد و منشا دولتی نداشته باشد. براین اساس مقررات و سیاست های رقابتی باید بر افزایش اندازه بازارها و رفع موانع ورود مصنوعی تاکید داشته باشند و بر حذف امتیازهای ویژه ای که گروه های صنعتی از آنها برخوردارند کوشش نمود.

ارزیابی ویژگی های قدرت انحصاری صنایع ایران، نشان می دهد، در میان ۶۹ صنعتی که بیشترین میزان قدرت انحصاری (مارک آپ بیش از ۱,۲۰) را دارا بوده اند، برمبنای شاخص هرفیندال-هیرشمن، در بیست و یک صنعت $HHI > 0,18$ ، در دوازده صنعت $0,18 < HHI < 0,1$ و نهایتاً در مورد سی و شش صنعت نیز $0,1 < HHI$ است. به بیان دیگر در میان صنایع با بالاترین میزان رتبه انحصاری، ۴,۳۰٪ صنایع بالاترین قدرت انحصار و میزان تمرکز را تواما دارا هستند. این صنایع شامل موارد زیر است:

تولید کود شیمیایی و ترکیبات ازت، تولید مالتا و ماءالشعیر، انتشار کتاب و بروشور و کتابهای موسیقی و سایر نشریات، تولید محصولات اساسی مسی، تولید ماشین آلات متالوژی- ذوب فلزات، تولید محصولات اساسی آلومینیومی، تولید خمیر کاغذ و کاغذ و مقوا، تولید انباره ها و پیل ها و باتری های اولیه، تولید و تعمیر انواع کشتی، تولید و تعمیر تجهیزات راه آهن، سایر انتشارات، ریخته گری فلزات غیر آهنی، تولید ماشین آلات برای ساخت منسوجات و البسه و چرم، چاپ، تولید گلیم و زیلو و جاجیم دستباف، تولید فرستنده های تلویزیونی و رادیویی و دستگاههای مخصوص سیستمهای ارتباطی و تلگرافی، تولید الکل اتیلیک از مواد تخمیر شده، تولید وسایل نقلیه موتوری، اره کشی و رنده کاری چوب، چای سازی و تولید وسایل بازی و اسباب سازی. لازم به ذکر است، صنایع مذکور (صنایعی که همزمان بالاترین قدرت انحصاری و میزان تمرکز را دارا هستند)، ۱۶ درصد کل صنایع کد چهار رقمی ISIC را شامل می شوند.

ده صنعتی که بالاترین میزان تمرکز در میان سایر صنایع کد چهار رقمی *ISIC* را دارا هستند عبارتند از؛ تولید جواهرات و کالاهای وابسته، تولید مالتا و ماءالشعیر، تولید ماشین آلات متالوژی-ذوب فلزات، تولید محصولات از توتون و تنباکو-سیگار، فعالیت های خدماتی مربوط به چاپ، تولید و تعمیر تجهیزات راه آهن، تولید ابزارهای اپتیکی و تجهیزات عکاسی، تولید سایر وسایل حمل و نقل طبقه بندی نشده در جای دیگر، تولید محصولات اساسی مسی و چای سازی. میانگین شاخص هرفیندال- هیرشمن برای این صنایع متمرکز مقدار ۰,۶۹ است.

ده صنعت آخر از نظر تمرکز نیز شامل؛ تولید آجر، بریدن و شکل دادن و تکمیل سنگ، آماده سازی و ریسندگی الیاف منسوج - بافت منسوجات، تولید سایر محصولات کانی غیر فلزی طبقه بندی نشده در جای دیگر، تولید محصولات ساخته شده از بتون و سیمان و گچ، تولید محصولات پلاستیکی بجز کفش، تولید قطعات و ملحقات برای وسایل نقلیه موتوری و موتور آن ها، کشتار دام و طیور، نانویی و تولید فرآورده های لبنی، هستند. مقدار متوسط شاخص هرفیندال - هیرشمن برای این صنایع ۰,۰۱ است.

میانگین شاخص مذکور برای تمامی صنایع موجود نیز مقدار ۰,۱۸ را اختیار کرده است.

از سوی دیگر تجزیه و تحلیل انحراف معیار این شاخص برای متمرکزترین صنایع (ده صنعت اول) نشان می دهد پراکندگی شاخص تمرکز صنایع مذکور نسبت به میانگین آن با میزان ۰,۱۶۴ در مقایسه با کل صنعت (با انحراف معیار ۰,۰۴۳) بسیار بیشتر می باشد. این موضوع در مورد ده صنعت آخر از لحاظ تمرکز (با انحراف معیار ۰,۰۰۷) و نیز ده صنعت میانی (با انحراف معیار ۰,۰۱۰) با وضعیتی متفاوت روبروست. همانگونه که نتایج نشان می دهد، پراکندگی شاخص نسبت به میانگین در مورد این دو گروه از صنایع از انحراف معیار کل کمتر است.

ده صنعت میانی از نظر تمرکز با میانگین شاخص هرفیندال - هیرشمن ۰,۱، عبارتند از: تولید فرآورده های نفتی تصفیه شده، تولید محصولات فلزی ساختمانی، تولید محصولات اولیه آهن و فولاد، تولید لامپ ها و لامپ های لوله ای الکترونیکی و سایر اجزای الکترونیکی، عمل آوری و روکش کردن فلزات و فعالیت های مهندسی مکانیک عمومی، تولید لامپ های الکتریکی و تجهیزات روشنایی، تولید ورق های روکش شده و تخته چندلایی و مطبق و نئوپان و سایر انواع پانل و تخته، تولید ابزار و وسایل ویژه اندازه گیری، کنترل و آزمایش و دریانوردی و مقاصد دیگر بجز تجهیزات کنترل عملیات صنعتی، تولید محصولات شیشه ای بجز شیشه جام و تولید سایر ماشین آلات با کاربرد.

از سوی دیگر بررسی درون بخشی صنایع، گویای آن است که در میان ده صنعت اول از نظر تمرکز، صنایع تولید جواهرات و کالاهای وابسته و تولید مالتا و ماءالشعیر بیشترین پراکندگی از میانگین شاخص تمرکز را دارا هستند. فعالیت های خدماتی مربوط به چاپ نیز کمترین انحراف معیار را نسبت به بقیه صنایع مذکور داراست. در میان ده صنعت آخر با کمترین میزان تمرکز، صنایع تولید فراورده های لبنی، نانویی و تولید آجر بیشترین میزان انحراف معیار و تولید محصولات پلاستیکی بجز کفش کمترین انحراف معیار را در میان صنایع کمتر متمرکز داراست. همچنین به طور کلی انحراف معیار درون بخشی صنایع متمرکز بیشتر از صنایعی است که کمترین میزان تمرکز را دارا هستند.

ارزیابی صنایع انحصاری بهره منداز درجه تمرکز بالا و صرفه های اقتصادی

از میان ۱۳۰ صنعت فعال در کد چهار رقمی ISIC، دوازده صنعت به شرح جدول ذیل تواما بالاترین میزان صرفه اقتصادی و قدرت انحصاری و درجه تمرکز را دارا بوده اند. لازم به ذکر است میزان صرفه اقتصادی در بیشتر صنایع ایران بسیار پایین است، به طوریکه اکثر صنایع مورد مطالعه دارای شاخص M.E.S (مقیاس بهینه تولید) کوچکتر از ۰,۱ هستند. با این حال دوازده صنعتی که مورد بررسی قرار می گیرند از این رو منتخب واقع شده اند که بیشترین میزان شاخص M.E.S را در میان سایر صنایع کد چهار رقمی ISIC، اخذ کرده و علاوه بر آن از نظر رتبه انحصاری دارای شاخص مارک آپ بیش از ۱,۲۰ نیز بوده و شاخص هرفیندال آنها نیز بیش از آستانه ۰,۱۸ است.

جزئیات صنایع انحصاری با بالاترین رتبه در درجه مقیاس بهینه تولید و درجه تمرکز

ردیف	کد	صنعت	زیر شاخه های صنعت	مارک آپ	M.E.S ₂
۱	۲۲۱۱	سایر انتشارات	بروشور انتشار پوستر انتشار پستال کارت انتشار	۱,۲۶۲	۰,۴۰۰
۲	۳۶۹۴	تولید وسایل بازی و اسباب بازی	تولید -بازی اسباب ربابی آهن تولید -بازی اسباب تولید -بادکنک تولید -فلزی تلب ها پارک تفریحی وسایل تعمیر تولید -تفریحی های دستگاه تولید -پلاستیکی چرخه سه سازی عروسک تولید -بچه رورونک فنی های قسمت تولید -فلزی بازی وسایل	۱,۱۹۹	۰,۳۹۴
۳	۲۹۲۳	تولید ماشین آلات متالوژی (ذوب فلزات)	تعمیر تولید -فلزات نورد دستگاه تعمیر و تولید -سازی پروفیل آلات ماشین تعمیر و تولید - لاکسی سیم تولید آلات ماشین تعمیر و تولید - کابل و سیم تولید آلات ماشین تعمیر و تولید -مفتول کشش صنعتی آلات ماشین تعمیر و تولید - فلزکاری آلات ماشین	۱,۵۹۲	۰,۳۷۹

۰,۳۴۷	۱,۲۲۶	استان دستی صنایع بافت/ اداره - قراقی اجاق بافی شهرستان/ پلاس دستی صنایع اداره بافی گلیم/ گلجیم نوعی(بافی تندر بافی بافی/ خورجین بافی/ چننه جوال بافی بافی/ زیلو دستی/ رند صنایع فتر بافی بافی/ سرانداز ساچیم ای منطقه دستی صنایع سهامی شرکت باقی بافی/ گلیم بافی/ گلت پیچ شریکی بافی بافی/ سند بافی/ مفرش مرفج بافی گلیم - باقی بافی/ ورنی موج	تولید گلیم و زیلو و جاجیم دستباف	۱۷۲۵	۴
۰,۲۸۳	۱,۸۴۸	تولید - ماء الشعیر تولید - مالتا	تولید مالتا و ماء الشعیر	۱۵۵۳	۵
۰,۳۳۴	۱,۳۳۸	ایران دریایی صنعتی المللی بین سهامی شرکت الملل) بین (صدرا نلوگان تدارکات سهامی شرکت ایران دریایی صنایع سهامی شرکت ایران دریایی صنعتی سهامی شرکت فارس خلیج سازی کشتی شرکت تعمیر و تولید - کشتی تعمیر و تولید - نفتکش	تولید و تعمیر انواع کشتی	۳۵۱۱	۶
۰,۱۷۶	۱,۲۲۵	تولید - اتیلیک الکل تولید - سفید الکل تولید - طبی الکل اتیلیک الکل تصفیه و تقطیر صنعت	تولید الکل اتیلیک از مواد تخمیر شده	۱۵۵۱	۷
۰,۱۷۲	۱,۳۳۳	تولید - خشک باطری تولید - اتومبیل باطری تولید - باطری نیرو سازی باطری سهامی شرکت	تولید انباره ها و پیل ها و باتری های اولیه	۳۱۴۰	۸
۰,۱۱۹	۱,۲۱۶	بری تولید/ الوار - تراورس/ الوار اشباع بری چوب - چوب چوب/ برش کردن انود تولید - تولید/ پوشال - چوب چوب/ پشم پرس بری تولید/ تخته - کولر پوشال لمبه تولید/ تولید - چوبی تراورس بری تولید/ چوب - چوبی تیر تولید - الوار و بینه گرده چوب بریدن - چوب کردن لت	اره کشی و رنده کاری چوب	۲۰۱۰	۹
۰,۱۱۷	۱,۳۱۴	آهن راه های دیزل تعمیرات آهن راه دیزل تعمیرگاه تعمیر و تولید - درزین پارس واگن سهامی شرکت تعمیر و تولید - لوکوموتیو تعمیر و تولید - آهن راه واگن	تولید و تعمیر تجهیزات راه آهن	۳۵۲۰	۱۰
۰,۱۰۶	۱,۲۲۵	دریایی مخابراتی و ناوبری های دستگاه تعمیر تعمیر و تولید - تولید/ تلکس - تلفن تعمیر و تولید - تلگراف دستگاه	تولید فرستنده های تلویزیونی و رادیویی	۳۳۲۰	۱۱

		تعمیر و تولید - مخابراتی های دستگاه فیبرنوری تولید سهامی شرکت الکترونیک صنایع سهامی شرکت وسایل تولید و تحقیق مرکز سهامی شرکت تولید - تکتا/ فیبرنوری الکترونیک تولید - دیجیتال تلفن مراکز			
۰,۱۰۴	۱,۷۶۰	تولید - مسی لوله و مس آلیاژی ایران مس صنایع ملی مس/ شرکت ذوب تولید - مسی تولید/ مفتول - مسی میله و لوله تولید - مس گرده و مس/ ورق آلیاژی و مس نورد	تولید محصولات اساسی مسی	۲۷۲۱	۱۲

شناسایی ساختار بازارها با تاکید بر اندازه تمرکز در بازارهای صنعتی در اقتصاد ایران

در سیاست‌های کلی مرتبط با اصل ۴۴، بر تغییر نقش دولت از مالکیت و مدیریت مستقیم به سیاست‌گذاری و نظارت تأکید شده است و همچنین بر جهت‌گیری خصوصی‌سازی در راستای افزایش کارایی و رقابت‌پذیری و گسترش مالکیت خصوصی اشاره شده است. در بندها از سیاست‌های کلی اصل ۴۴، اعمال حاکمیت دولت از طریق سیلست‌گذاری و اجرای قوانین و نظارت بر فعالیت‌های اقتصادی و همچنین جلوگیری از ایجاد انحصار توسط بنگاه‌های اقتصادی غیردولتی از طریق تنظیم و تصویب قوانین و مقررات تصریح شده است.

با نگاهی به برنامه‌های توسعه ایران نیز مشاهده می‌شود که یکی از الزامات برنامه‌های توسعه اقتصادی و اجتماعی ایران ارتقا رقابت در بخش‌های اقتصادی بوده است، بطوریکه در برنامه سوم و بخصوص در مواد ۳۸، ۴۰ و ۴۱ قانون برنامه چهارم و در مواد ۹۳، ۹۴، ۹۵، ۹۹ و ماده ۱۰۷ برنامه پنجم به این موضوع تأکید شده و دولت مکلف به ارتقا سطح رقابت و کنترل رفتار غیر رقابتی در راستای جلوگیری از انحصارات شده است. از این رو شناخت ساختار بازارهای صنعتی حایز اهمیت است بر این اساس تحقیق حاضر با هدف تعیین درجه نقصان رقابت در بازار، به تحلیل ساختار بازارهای صنعتی در اقتصاد ایران پرداخته است. یافته‌های این تحقیق بیانگر آن است که:

۱- در سال ۱۳۸۴، صنایع با $CR_4 < 40$ ، ۷۴ درصد بنگاه‌های صنعتی کشور را در اختیار داشته‌اند و سهم آنها ۳۵ درصد فروش بخش صنعت بوده است. عبارت دقیقتر صنایع با $CR_4 < 40$ ، ۱۹۴۱ بنگاه را در اختیار داشته‌اند. صنایع با

$CR_4 \geq 40$ حدود ۴۰٪ بنگاه و صنایع با $CR_4 \geq 60$ معادل ۱۹۱۰ بنگاه را پوشش داده اند. صنایع با $CR_4 \geq 60$ معادل ۵۵ درصد فروش بخش صنعت را در اختیار داشته اند.

اگر چنانچه بازارهای صنعتی با تمرکز بالای ۴۰ درصد را بعنوان صنایع غیر رقابتی (انحصار موثر) در نظر بگیریم، در این صورت می توان پذیرفت که از میان ۱۳۳ صنعت چهار رقیمی، در ۸۴ صنعت، نیروهای انحصار موثرتر از نیروهای رقابتی می باشند و تنها در ۵۱ صنعت چهار رقیمی رقابت موثر وجود دارد. بر این اساس صنایع غیر رقابتی در سال ۱۳۸۴ بیش از ۶۵ درصد فروش صنعت را بخود اختصاص داده و صنایع رقابتی ۳۵ درصد فروش صنعت را در اختیار داشته اند.

۲- در سال ۱۳۸۶ نیز ۷۴/۴ درصد بنگاه های فعال در بخش صنعت، مربوط به صنایع با $CR_4 < 40$ بوده و ۳۰ درصد فروش صنعت را بخود اختصاص داده اند، در حالیکه صنایع متمرکز در ایران ($CR_4 \geq 40$) حدود ۲۵/۶ درصد بنگاه های کشور را در اختیار داشته و بیش از ۷۰ درصد فروش صنعت را بخود اختصاص داده اند. در سال ۱۳۸۶ از ۱۳۵ صنعت فعال در کد چهارم ISIC، ۹۲ صنعت دارای شدت تمرکز بیش از ۴۰ درصد بوده اند.

۳- شاخص هرفیندال در سال ۱۳۸۶ نیز موید نتایج شاخص CR_4 می باشد، به این ترتیب که ۴۷ درصد صنایع کشور دارای $H-H < 1000$ بوده که ۴۰ درصد فروش را دارا بوده و ۵۳ درصد دیگر صنایع که ۶۰ درصد فروش صنعت را دارا می باشند دارای تمرکز بیش از ۱۰۰۰ می باشند.

۴- بررسی تحقیق جاری بیانگر آن است که متمرکزترین صنایع در سطح کد چهارم ISIC در سال ۱۳۸۶ صنعت تولید مالتا و مالشعیر، تولید محصولات از توتون و تنباکو و صنایع "انتشارات" بوده اند.

جدول شدت تمرکز بر مبنای شاخص هرفیندال و نسبت تمرکز ۴ بنگاه در سال ۱۳۸۶

CR4 (بر مبنای فروش)	هرفیندال (بر مبنای فروش)	تعداد بنگاه ها	کد فعالیت	
0.29	383.8541	67	1512	عمل آوری و حفاظت ماهی و فرآورده های ماهی و سایر حیوانات دریایی از فساد
0.45	758.6291	56	1514	تولید روغن و چربی حیوانی و نباتی خوراکی
0.15	184.9233	202	1515	کشتار دام و طیور
0.3	371.713	142	1516	عمل آوری و حفاظت گوشت و فرآورده های گوشتی از فساد

مرکز ملی رقابت

بررسی وضعیت رقابت پذیری اقتصاد کشور

0.4	597.9198	47	1517	پاک کردن و درجه بندی و بسته بندی خرما
0.78	2767.421	14	1518	پاک کردن و درجه بندی و بسته بندی پسته
0.23	226.7743	266	1519	عمل آوری و حفاظت میوه ها و سبزی ها از فساد- بجز پسته و خرما
0.22	226.2575	256	1520	تولید فراورده های لبنی
0.27	301.5457	298	1531	آماده سازی و آرد کردن غلات و حبوب
0.53	1330.669	30	1532	تولید نشسته و فراورده های نشاسته ای
0.24	288.9157	100	1533	تولید خوراک دام و حیوانات
0.21	307.0024	71	1542	تولید قند و شکر
0.57	1268.28	76	1543	تولید آب نبات و شکلات و هل و کاکائو و آدامس
0.48	1325.411	129	1544	تولید رشته و ماکارونی و ورمیشل و محصولات اردی مشابه
0.19	212.1026	95	1545	نانوایی
0.42	559.1509	242	1546	تولید نان شیرینی و بیسکویت و کیک
0.8	5130.066	72	1547	چای سازی
0.24	246.4637	271	1548	تولید سایر محصولات غذایی طبقه بندی نشده در جای دیگر
0.8	2014.92	9	1551	تولید الکل اتیلیک از مواد تخمیر شده
1	9029.14	7	1553	تولید مالتا و ماءالشعیر
0.35	530.89	60	1555	تولید نوشابه های غیر الکلی گازدار
0.62	1242.945	34	1556	تولید دوغ گازدار و آب معدنی
1	7752.688	2	1600	تولید محصولات از توتون و تنباکو- سیگار
0.09	73.7166	537	1711	آماده سازی و ریستدگی الیاف منسوج- بافت منسوجات
0.27	332.076	76	1712	تکمیل منسوجات
0.44	668.7484	70	1721	تولید کالاهای نساجی ساخت هشده به استثنای پوشاک
0.96	2721.302	5	1723	تولید طناب، ریسمان، نخ قند و توری
0.57	1120.886	72	1724	تولید قالی و قالیچه دستباف
1	4573.435	3	1725	تولید کلمه و زبلو و جاجیم دستباف
0.23	250.6367	224	1726	تولید فرش ماشینی و موکت
0.76	2172.948	20	1729	تولید سایر منسوجات طبقه بندی نشده در جای دیگر
0.5	859.7407	29	1731	کشپافی و تربیکو بافی و قلاب بافی
0.67	1417.559	12	1732	جوراب بافی

مرکز ملی رقابت

بررسی وضعیت رقابت پذیری اقتصاد کشور

0.36	540.4631	132	1810	تولید پوشاک به استثنای پوشاک از پوست خزندار
0.36	483.4434	82	1911	دباجی و تکمیل چرم
0.9	2182.783	5	1912	تولید کیف و چمدان و محصولات مشابه و زین و یراق
0.33	446.7197	109	1920	تولید کفش
0.83	3691.204	16	2010	اره کشی و رنده کزی چوب
0.56	1006.692	60	2021	تولید ورق های روکش شده و تخته چندلایه و مطبق و نوپان و سایر انواع پانل و تخته
0.41	596.3607	37	2022	تولید مصنوعات نجری و قفسه و در و پنجره سازی چوبی ساختمانی
0.7	1443.639	11	2023	تولید ظروف و محفظه های چوبی
0.64	1462.807	13	2029	تولید سایر محصولات چوبی و تولید کالا از چوب پنبه و نی و مواد حصیری
0.71	1791.383	61	2101	تولید خمیر کاغذ و کاغذ و مقوا
0.24	322.2445	155	2102	تولید جعبه و کارتن و سایر وسایل بسته بندی کاغذی و مقوایی
0.32	391.1402	85	2109	تولید سایر کالا های کاغذی و مقوایی
0.68	2076.374	25	2211	انتشار کتب و بروشور و کتابهای موسیقی و سایر نشریات
0.4	617.8224	40	2212	انتشار روزنامه و مجله و نشریات ادواری
0.93	2607.212	5	2219	سایر انتشارات
0.57	1822.962	103	2221	چاپ
0.49	1810.648	61	2222	فعالیت های خدماتی مربوط به چاپ
1	10000	1	2230	تکثیر رساله های ضبط شده
0.95	3691.627	6	2310	تولید فرآورده های کوره کک
0.61	1229.936	130	2320	تولید فرآورده های نفتی تصفیه شده
0.55	898.6453	200	2411	تولید مواد شیمیایی اساسی بجز کود و ترکیبات ازت
0.92	2588.261	56	2412	تولید کود شیمیایی و ترکیبات ازت
0.69	1726.835	93	2413	تولید مواد پلاستیکی به شکل اولیه و ساخت لاستیک مصنوعی
0.65	1522.708	25	2421	تولید سموم دفع آفات و سایر فرآورده های شیمیایی مورد استفاده در کشاورزی
0.2	244.1204	154	2422	تولید انواع رنگ و روغن جلا و پوشش های مشلیه و بنانه
0.21	242.4656	155	2423	تولید دارو و مواد شیمیایی مورد استفاده در پزشکی و محصولات دارویی گیاهی
0.43	671.2751	141	2424	تولید صابون و مواد پاک کننده و لوازم بهداشت و نظافت و عطرها و لوازم آرایش
0.4	518.5412	82	2429	تولید سایر محصولات شیمیایی طبقه بندی نشده در جای دیگر
0.91	3477.801	13	2430	تولید الیاف مصنوعی

مرکز ملی رقابت

بررسی وضعیت رقابت پذیری اقتصاد کشور

0.63	1379.968	28	2511	تولید لاستیک رویی و تویی و روکش کردن مجدد و بازسازی لاستی کهای رویی
0.33	429.8503	86	2519	تولید سایر محصولات لاستیکی بجز کفش
0.15	111.4303	702	2520	تولید محصولات پلاستیکی بجز کفش
0.38	621.9033	58	2611	تولید شیشه جام
0.48	845.1712	57	2612	تولید محصولات شیشه ای بجز شیشه جام
0.27	397.4768	75	2691	تولید کالاهای سرامیکی غیر نسوز غیر ساختمانی
0.68	1550.939	28	2692	تولید محصولات سرامیکی نسوز- عایق حرارت
0.24	295.6683	157	2694	تولید سیمان و آهک و گچ
0.13	103.0541	399	2695	تولید محصولات ساخت هشنه از بتون و سیمان و گچ
0.09	61.5489	385	2696	بریدن و شکل دادن و تکمیل سنگ
0.04	31.8871	642	2697	تولید آجر
0.2	254.7004	99	2698	تولید سایر محصولات گلی و سرامیکی غیر نسوز ساختمانی
0.11	82.2879	394	2699	تولید سایر محصولات کانی غیر فلزی طبقه بندی نشده در جای دیگر
0.57	1144.388	210	2710	تولید محصولات اولیه آهن و فولاد
0.95	5215.975	19	2721	تولید محصولات لسانی مسی
0.73	1946.133	82	2722	تولید محصولات اساسی آلومینیومی
0.46	750.0225	55	2723	تولید فلزات گرانبها و سایر محصولات اساسی-بجز آهن و فولاد و مس و آلومینیوم
0.41	620.8684	156	2731	ریخته گری آهن و فولاد
0.7	2806.376	41	2732	ریخته گری فلزات غیر آهنی
0.41	1177.55	279	2811	تولید محصولات فلزی ساختمانی
0.44	700.2423	120	2812	تولید مخزن و انباره ها و ظروف فلزی مشابه
1	10000	1	2813	تولید مولدهای بخار بجز دیگ های آب گرم و حرارت مرکزی
0.77	1897.529	33	2891	چکش کاری و پرسکاری و قالب زنی و پتک کاری غلتکی فلزات و متالوژی گردها
0.52	1047.986	177	2892	عمل آوری و روکش کردن فلزات و فعالیت های مهندسی مکانیک عمومی
0.28	406.2165	61	2893	تولید آلات برنده و ابزار دستی و یراق آلات عمومی
0.24	234.6622	394	2899	تولید سایر محصولات فلزی طبقه بندی نشده در جای دیگر
0.93	4642.321	19	2911	تولید موتور و توربین-بجز موتورهای هواپیما و وسایل نقلیه و موتورهای دوچرخه و سه چرخه
0.3	372.1736	125	2912	تولید پمپ و کمپرسور و شیر و سوپاپ
0.63	1493.374	36	2913	تولید پاتاقل و دنده و چرخ دنده و دیفرانسیال

مرکز ملی رقابت

بررسی وضعیت رقابت پذیری اقتصاد کشور

0.69	1552.641	27	2914	تولید اجلی و کوره و مشعل های کوره
0.31	431.8483	64	2915	تولید تجهیزات بالا برنده و جابه جاکننده
0.42	575.8845	132	2919	تولید سایر ماشین آلات با کاربرد عام
0.81	3635.125	87	2921	تولید ماشین آلات کشاورزی و جنگلداری
0.35	539.358	83	2922	تولید ماشین ابزارها
1	7372.124	5	2923	تولید ماشین آلات متالوژی-ذوب فلزات
0.86	3988.783	58	2924	تولید ماشین آلات معدن و استخراج و ساختمان
0.34	490.0591	70	2925	تولید ماشین آلات عمل آوری مواد غذایی و نوشله و توتون و تنباکو
0.87	3776.608	21	2926	تولید ماشین آلات برای ساخت منسوجات و البسه و چرم
0.5	937.1939	57	2929	تولید سایر ماشین آلات با کاربرد خاص
0.3	369.779	200	2930	تولید وسایل خانگی طبقه بندی نشده در جای دیگر
0.45	767.5456	32	3000	تولید ماشین آلات اداری و حسابر و محاسباتی
0.64	1620.14	73	3110	تولید موتورهای برق و ژنراتور و ترانسفورماتور
0.4	528.831	147	3120	تولید دستگاه های توزیع و کنترل نیروی برق
0.34	488.6804	110	3130	تولید سیم و کابل عایق بندی شده
0.93	3030.544	11	3140	تولید انباره ها و پیل ها و باتری های اولیه
0.55	1020.881	52	3150	تولید لامپ های الکتریکی و تجهیزات روشنایی
0.84	3990.215	50	3190	تولید سایر تجهیزات الکتریکی طبقه بندی نشده در جای دیگر
0.49	1084.459	30	3210	تولید لامپ ها و لامپ های لوله ای الکترونیکی و سایر اجزای الکترونیکی
0.83	2981.63	18	3220	تولید فرستنده های تلویزیونی و رادیویی و دستگا های مخصوص سیستمهای ارتباطی و تلگرافی
0.72	1580.23	25	3230	تولید گیرنده های تلویزیون و رادیو، دستگاه های ضبط یا پخش صوت و ویدئو و کالاهای وابسته
0.36	466.7093	93	3311	تولید تجهیزات پزشکی و جراحی و وسایل ارتوپدی
0.53	981.78	33	3312	تولید ابزار و وسایل ویژه اندازه گیری، کنترل و آزمایش و دریا نوری و مقاصد دیگر بجز تجهیزات کنترل عملیات صنعتی
1	8108.957	3	3313	تولید تجهیزات کنترل عملیات صنعتی
0.91	3053.818	8	3330	تولید ساعت های مچی و انواع دیگر ساعت
0.75	2059.886	34	3410	تولید وسایل نقلیه موتوری
0.85	4809.327	47	3420	تولید بدنه- اتاق سزای - برای وسایل نقلیه موتوری و ساخت تریلر و نیم تریلر
0.22	192.1549	549	3430	تولید قطعات و ملحقات برای وسایل نقلیه موتوری و موتور آن ها

0.9	4044.93	8	3511	تولید و تعمیر انواع کشتی
0.51	873.5429	22	3512	تولید و تعمیر انواع قایق و سایر شناورها بجز کشتی
0.93	5501.768	17	3520	تولید و تعمیر تجهیزات راه آهن
1	9581.598	3	3530	تولید وسایل نقلیه هوایی و فضایی
0.27	312.2477	109	3591	تولید انواع موتورسیکلت
0.87	2452.29	9	3592	تولید انواع دوچرخه و صندلی چرخدار معلولین
0.93	5411.91	8	3599	تولید سایر وسایل حمل و نقل طبقه بندی نشده در جای دیگر
0.45	786.1279	197	3610	تولید میلمن
0.86	5450.761	14	3691	تولید جواهرات و کالاهای وابسته
1	10000	1	3692	تولید آلات موسیقی
0.97	3591.096	5	3693	تولید کالاهای ورزشی
1	4612.527	4	3694	تولید وسایل بازی و اسباب بازی
0.29	355.2197	131	3699	تولید سایر مصنوعات طبقه بندی نشده در جای دیگر
0.81	2614.003	11	3720	بازیافت ضایعات و خرده های غیر فلز

گزارش مطالعات و بررسی های کارگروه خودرو در مرکز ملی رقابت

در سال ۱۳۹۱ و به دنبال افزایش بی سابقه نرخ ارز، قیمت انواع خودروی سواری تولید داخل با افزایش شدید مواجه شد. در همین راستا با توجه به وجود تمرکز شدید در بازار خودرو و به دنبال مصاحبه تلویزیونی رئیس جمهور وقت در بهمن ماه سال ۱۳۹۱ شورای رقابت به عنوان نهاد مسئول قیمت گذاری خودرو معرفی گردید. در همین راستا کارگروهی با عنوان کارگروه خودرو در مرکز ملی رقابت تشکیل گردید. این کارگروه در سال های ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ مسئولیت انجام مطالعات و ارائه نظارت کارشناسی در خصوص موضوعات مرتبط با بازار خودروی داخلی را بر عهده داشته است. ذیلاً اقدامات صورت پذیرفته در کارگروه خودروی مرکز ملی رقابت و مصوبات مرتبط شورای رقابت به تفکیک موضوعات مربوطه در سال ۱۳۹۳ ارائه می گردد. لازم به ذکر است که بطور کلی شورا در قیمت گذاری خودروهایی که رقیب دارند دخالتی ندارد، اما بنابر وظایف ذاتی شورا، پس از اثبات وجود انحصار در بازار، بصورت محدود به بازار خودروهای خاص و دارای ماهیت انحصاری وارد می شود.

مطالعات مرتبط با استخراج دستورالعمل قیمت خودرو در سال ۱۳۹۳

مرکز ملی رقابت به عنوان بازوی اجرایی شورای رقابت مطالعات مرتبط با تدوین این دستورالعمل را انجام داده و نتایج در شورای رقابت به بحث و بررسی گذاشته شد و نهایتاً شورای رقابت در تاریخ ۱۳۹۲/۰۲/۰۱ در یکصد و چهل و هشتمین جلسه خود مصوب نمود که مبنای تعیین قیمت خودرو روش قیمت گذاری سقف قیمتی باشد. مولفه های مورد نیاز جهت محاسبه قیمت بر اساس این روش نیز توسط شورای رقابت تصریح گردید. در سال ۱۳۹۳ کارگروه خودرو با انجام مطالعات تکمیلی و با بررسی نتایج تجربه یک ساله قیمت گذاری خودرو، پیشنهادهای جهت اصلاح تعریف مولفه های موثر در قیمت گذاری خودرو به شورای رقابت ارائه نمود. نتیجه این امر اصلاح نحوه محاسبه برخی از مولفه های دستورالعمل از قبیل مولفه تورم و کیفیت بود. اصلاحات صورت پذیرفته در نحوه محاسبات عوامل تورم و کیفیت در جلسات متعدد در شورای رقابت به بحث گذاشته شد و پس از اعمال نظرات اعضای محترم شورای رقابت مصوب گردید. نهایتاً شورا در یکصد و هشتاد و هفتمین جلسه خود مورخ ۱۳۹۳/۰۳/۲۱ درصد افزایش مجاز در قیمت انواع خودروی سواری جهت اعمال در سال ۱۳۹۳ را مصوب نمود. در مسیر اصلاح و بازنگری دستورالعمل تعیین قیمت خودرو مطالعات گسترده ای در مرکز ملی رقابت صورت پذیرفت که نتیجه این مطالعات، گزارشات کارشناسی با موضوع تورم و کیفیت، ارز متقاضی و یک گزارش جامع با عنوان "دستورالعمل تعیین قیمت خودرو" می باشد. این گزارش بصورت مجلد در آرشیو گزارشات مرکز ملی رقابت موجود است. در سال ۱۳۹۳ شورای رقابت علاوه بر تصویب دستورالعمل تعیین قیمت خودرو، شروطی ۵ گانه برای خودروسازان وضع نمود. عمده این شروط ناظر بر احقاق حقوق مصرف کنندگان و کاهش حاشیه بازار بود. اصلاح فرآیند فروش منطبق با نظرات اعضای کارگروه خودروی مرکز ملی رقابت از جمله تعهدات خودروسازان بود. کارگروه خودروی مرکز ملی رقابت در طی سال ۱۳۹۳ اقدام به نظارت بر حسن اجرای مصوبه شورای رقابت توسط شرکت های خودروسازی نمود و در موارد بروز تخلف مراتب را به استماع اعضای شورای رقابت رسانید.

تدوین گزارش تعرفه واردات خودرو: از آنجا که تعیین تعرفه واردات خودرو می تواند از عوامل تاثیرگذار بر ایجاد رقابت در بازار خودرو و به تبع آن قیمت انواع خودروی داخلی باشد، شورای رقابت در بهمن ماه ۱۳۹۲ از مرکز

ملی رقابت در خواست نمود تا در زمینه تعیین تعرفه واردات خودرو مطالعات کارشناسی به عمل آورد. کارگروه خودروی مرکز ملی رقابت نیز پس از برگزاری جلسات متعدد و انجام مطالعات مرتبط و بررسی تجربه سایر کشورها پیشنهادات خود را به اعضای محترم شورای رقابت تقدیم نمود که منجر به مصوبه یکصد و هشتاد شورای رقابت مورخ ۱۳۹۲/۱۲/۱۱ در خصوص تعیین نرخ تعرفه واردات خودروهای سواری گردید.

بررسی فرآیند واردات خودرو در ایران و اعطای امتیاز انحصاری به نمایندگی‌های رسمی خودروهای خارجی

همچنین کارگروه خودروی مرکز ملی رقابت با توجه به گمانه زنی‌ها در خصوص طرح وزارت صنعت جهت اعطای مجوز واردات به ۳۷ شرکت واردکننده طی گزارشی کارشناسی نتایج را به استماع اعضای شورای رقابت رسانید و نهایتاً این شورا در دویست و یازدهمین جلسه خود مورخ ۱۳۹۳/۱۱/۱۵ مصوب نمود:

"اعطای امتیاز انحصاری واردات خودروهای خارجی به تعداد محدودی نمایندگی، بر خلاف ماده ۵۲ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی می‌باشد و ممنوع است. این امکان وجود دارد که فهرست اتومبیل‌هایی را که امکان خدمات پشتیبانی آنها در داخل کشور وجود دارد، جهت اطلاع عموم اعلام گردد".

بررسی شکلی و ماهوی قرارداد‌های شرکت‌های خودروسازی از حیث مطابقت با مقررات حقوق رقابت و حقوق خریداران:

با عنایت به مأموریت شورای رقابت مندرج در قانون اجرای سیاست‌های کلی ۴۴ قانون اساسی و نیز در راستای ابلاغ مراتب ایرادات وارد بر قرارداد‌های پیش‌فروش و فروش فوری شرکتهای خودروساز از حیث مطابقت با اصول مقررات حقوق رقابت و رعایت حقوق مصرف‌کنندگان و لزوم تعدیل شکلی و ماهوی مفاد برخی از قراردادها از منظر قید چارچوب‌های مشخص جهت تعیین قیمت خودرو و موارد موجد اختلال در رقابت، پس از بررسی قرارداد‌های پیش‌فروش و فروش فوری شرکتهای خودروساز (ایران خودرو، پارس خودرو، گروه خودروسازی بهمن، سایپا و مدیران خودرو) و شرکت‌های مونتاژکننده و واردکننده خودرو شامل شرکتهای اirtویا (نمایندگی انحصاری تویوتا در ایران)، اطلس خودرو (نمایندگی رسمی کیا در ایران)، آسان موتور (نماینده انحصاری هیوندا موتورز در ایران)، کرمان خودرو، خودروسازی مرتب و زاگرس خودرو، جهت ابلاغ ایرادات وارد بر قرارداد‌های معنونه، درخواست معرفی نماینده حقوقی از شرکتهای مذکور شد که در این راستا جلساتی مشترک در معاونت حقوقی این مرکز با شرکت‌های صدرالاشاره با حضور نمایندگان حقوقی و مسئولین مربوطه برگزار و مراتب جهت

تعدیل مفاد قراردادها اعلام شد و متعاقب وصول نسخه نهایی قراردادهای شرکتهای خودروسازی و واردکننده پس از اعمال اصلاحات مدنظر شورای رقابت، نسخ واصله پس از بررسی و ارزیابی مجدد، همچنین شرح اصلاحات اعمال شده در قراردادها و مقایسه آن با متن پیشین مندرج در قراردادها به تفکیک شرکتهای خودروساز و نیز ارزیابی و بررسی تأثیر اصلاحات صورت گرفته در قراردادها بر حقوق مصرف کنندگان، طی گزارشی جامع تهیه و جهت بهره برداری ارائه شد.

اظهار نظر کلی در رابطه با بازار خودرو: در ایران برای بازار خودرو به ویژه بازار خودروهای کوچک و متوسط هیچ رقیبی وجود ندارد. در نتیجه شورای رقابت مجبور به دخالت شده است. شورا در قیمت گذاری خودروهایی که رقیب دارند دخالتی ندارد، و بنابر وظایف ذاتی شورا، پس از اثبات وجود انحصار در بازار، به موضوع آن بازار و خودرو خاص وارد می شود چرا که در این صورت انحصارگر قیمت را تعیین می کند و در حق مصرف کننده اجحاف میشود. در این گونه موارد شورای رقابت تا زمانی که بازار از انحصار خارج شود و بازار رقابتی شود، وارد خواهد شد. اما نه در تمام بازار خودرو بلکه فقط در بازار خودروهایی که انحصار در آن وجود دارد.

بررسی بازار ارائه خدمات اینترنت پرسرعت (ADSL) در ایران

بازیگران بازار اینترنت پرسرعت (ADSL)

۱- سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی با استناد به ماده ۷ قانون وظایف و اختیارات وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات مصوب ۱۹/۹/۱۳۸۲ مجلس شورای اسلامی از تجمیع معاونت امور مخابراتی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و اداره کل ارتباطات رادیویی، به منظور ایفای وظایف و اختیارات حاکمیتی، نظارتی و اجرایی در بخش تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی وابسته به وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات تاسیس گردید. این سازمان یک نهاد مستقل قانونگذار و نظارتی است که نقش آن رقابتی کردن بازار ارائه خدمات مخابراتی و بالا رفتن کیفیت خدمات آنهاست. سازمان تنظیم به منظور اجرای مصوبات کمیسیون و تحقق اهداف و ایفای وظایف مورد نظر در بخش ارتباطات رادیویی تاسیس شده است.

از سال ۱۳۸۳ تعداد ۱۱ شرکت خصوصی با دریافت پروانه ارائه خدمات انتقال داده ها از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی شروع به ارائه خدمات اینترنت پرسرعت ADSL به کاربران کرده اند. این پروانه فقط برای ارائه

خدمات عمومی انتقال داده ها به دارنده پروانه اعطا و ارایه هر نوع خدمات دیگر موقوف به اعلام موافقت کتبی اعطا کننده پروانه و یا اخذ پروانه جداگانه گردید. شرح خدمات پروانه مذکور عبارتست از:

الف- برقراری ارتباط و انتقال داده ها، به صورت باسیم یا بی سیم، دائم یا موقت، بین هر پایانه ثابت متصل به تجهیزات دارنده پروانه با پایانه های متصل به شبکه دارنده پروانه و سایر شبکه های انتقال داده ها در داخل کشور .

ب- سایر خدماتی که اعطا کننده پروانه به عنوان بخشی از خدمات عمومی انتقال داده ها محسوب می نماید، یا پروانه ارایه آن از اعطا کننده پروانه دریافت شده باشد.

ضوابط و دستورالعمل اجرایی صدور توزیع کنندگان اینترنت در جلسه شماره ۱۹ کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات مورخ ۱۳۸۵/۱۰/۰۳ مصوب شد که در راستای اجرای ماده ۸ آیین نامه تأمین، توزیع و عرضه خدمات اینترنت و اینترنت ملی موضوع تهیه دستورالعملها، ضوابط اجرایی، استانداردها، معیارهای فنی و روابط متقابل بین تأمین کننده و توزیع کنندگان و عرضه کنندگان مصوب جلسه شماره ۱۴ کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات مورخ ۱۳۸۵/۰۵/۰۱ تدوین گردید.

۲- شرکتهای ندا (PAP)^۶

وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات به منظور دسترسی به اطلاعات و ارتباط با سرعت های بالا به تعدادی شرکت خصوصی مجوز داد تا با استفاده از شبکه فیبر نوری شرکت های مخابرات استانی، به ایجاد شبکه ارتباطی پرسرعت برای کاربران پردازند. به این شرکت ها اصطلاحاً PAP گفته می شود. شرکت های PAP شرکت هایی هستند که وظیفه آنها ارائه خدمات عمومی انتقال داده ها و ایجاد پورت پرسرعت به کاربران یا بهره برداران نهایی (حقیقی یا حقوقی) می باشد.

جدول (۱): لیست شرکت های ندا (PAP)

لیست شرکت های دارنده پروانه ارائه خدمات انتقال داده ها				
ردیف	نام شرکت	تاریخ اخذ پروانه	قلمرو فعالیت	موضوع خدمات
۱	آریا رسانه تدبیر			برقراری ارتباط و انتقال داده ها به
۲	عصر انتقال داده ها			
۳	داده پرداز فنی آوا			

^۶ - Private Access Provider

صورت باسیم یا بی سیم دائم یا موقت بین هر پایانه ثابت متصل به تجهیزات دارنده پروانه با پایانه های متصل به شبکه دارنده پروانه و سایر شبکه های انتقال داده ها در داخل کشور	کشوری	نیمه دوم سال ۱۳۸۲	۴	انتقال داده های رهام داتک
			۵	پارسان لین ارتباطات
			۶	شرکت لایزر
			۷	انتقال داده های آسیاتک
			۸	داده گستر عصر نوین
			۹	کارا امین ارتباط
			۱۰	پیشگامان توسعه ارتباطات
			۱۱	انتقال داده های ندا گستر صبا

* مأخذ: وزارت ارتباطات و فناوری

شرکت های دارای پروانه ارائه خدمات عمومی انتقال داده (PAP) می توانند به یکی از روش های زیر نسبت به ارائه خدمات از طریق اینترنت پرسرعت ADSL به کاربران نهایی اقدام کنند:

- روش مستقیم: شرکت های دارای پروانه (شرکت مخابرات ایران و ۱۱ شرکت دارای پروانه PAP) که دارای پروانه توزیع و یا عرضه اینترنت (ISP, ISDP) نیز هستند، می توانند مستقیماً با طی مراحل لازم نسبت به ارائه اینترنت پرسرعت از طریق ADSL به کاربران نهایی اقدام کنند.
- روش مشارکتی: شرکت های دارای پروانه عرضه و یا توزیع اینترنت (ISP, ISDP) می توانند با استفاده از پهنای باند خود بر روی بستر پرسرعت ایجاد شده از سوی شرکت های دارای پروانه PAP و یا شرکت مخابرات ایران به صورت مشارکتی اقدام به ارائه سرویس اینترنت پرسرعت با استفاده از فناوری ADSL نمایند.

۳- شرکت مخابرات ایران

مقدمات ارائه خدمات ADSL توسط شرکت مخابرات ایران از سال ۱۳۸۷ شروع و پس از نصب تجهیزات مربوطه در مراکز مخابراتی در سطح کشور، واگذاری پورت های پرسرعت جهت ارائه به متقاضیان آغاز شده است. با انتقال شرکت مخابرات ایران به بخش غیر دولتی در سال ۱۳۸۸، عملاً این شرکت به جمع شرکت های ارائه کننده خدمات اینترنت ADSL پیوسته است.

۴- شرکت ارتباطات زیرساخت

شرکت ارتباطات زیرساخت با ایجاد یک شبکه گسترده IP در سراسر کشور و فراهم نمودن دروازه های پر ظرفیت بین الملل از طریق کابل های فیبر نوری در مسیرهای مختلف ارتباطی و با اتصال مستقیم به اصلی ترین نقاط (Internet Exchange Point)، توزیع کننده پهنای باند اینترنت در کشور است.

مصوبات شورای رقابت:

- شورای رقابت در چهل و پنجمین جلسه مورخ ۸۹/۰۸/۳۰ در ارتباط با تنظیم مقررات مخابرات با توجه به وظائف خود طبق فصل نهم قانون اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در زمینه دستورالعمل تنظیم قیمت، مقدار و شرایط دسترسی به بازار کالاها و خدمات انحصاری (بند ۵ ماده ۵۸) و پیشنهاد نهاد تنظیم کننده بخشی (ماده ۵۹) و با عنایت به اینکه طبق ماده ۵۹ هیچ نهاد تنظیم کننده بخشی نمی تواند مغایر با این قانون یا مصوبات شورای رقابت در زمینه تسهیل رقابت تصمیم بگیرد و یا اقدامی کند، تصویب نمود:

۱- نظر به شمول بند ۱۳ ماده ۱ قانون اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی موضوع فعالیت و خدمات شرکت مخابرات ایران مبنی بر داشتن وضعیت انحصار طبیعی و با توجه به مفاد مواد ۵۸ و ۵۹ قانون مزبور، هرگونه دخالت در تنظیم قیمت، مقدار و شرایط دسترسی به بازار مخابرات توسط سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی فاقد وجاهت قانونی است.

۲- شرکت مخابرات ایران مجاز به هیچ گونه تغییر قیمت، مقدار و شرایط دسترسی مشتریان به خدمات خود در وضع فعلی نیست مگر آنکه بر اساس دستورالعمل تنظیم مصوب شورای رقابت عمل نماید.

- شورای رقابت در هشتاد و دومین جلسه مورخ ۹۰/۷/۱۰ پیرو شکایت شرکت شاتل به شماره ۵۸۴۷-۲-۹۰-۰۱ مورخ ۹۰/۶/۲۳ در خصوص رفتار تبعیض آمیز شرکت مخابرات نسبت به شرکت های ندا (PAP) در دسترسی به کابل مسی که در انحصار آن شرکت است و همچنین گسترش فعالیت شرکت مخابرات در ارائه خدمات اینترنتی و ایجاد محدودیت در ظرفیت انتقال، به استناد بند (ط) ماده ۴۵ قانون اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی و مستند بر بند (۳) ماده ۶۱ قانون مقرر نمود: "شرکت مخابرات در هیچ شرایطی حق رفتار تبعیض آمیز بین خود و شرکت های ندا (PAP) و بین آنها و همچنین حق ایجاد محدودیت در دسترسی به کابل مسی و ظرفیت برای آنها را ندارد."
- شورای رقابت در هشتاد و نهمین جلسه مورخ ۹۰/۰۸/۲۹ در خصوص تعیین و تغییر تعرفه خدمات انحصاری که توسط شرکت ارتباطات زیر ساخت ارائه می شود، موضوع را مشمول حکم بند (۵) ماده ۵۸ قانون اجرای سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون اساسی اعلام نمود و در چارچوب تصمیم گیری شورای رقابت دانست. و لذا تعیین و ابلاغ تعرفه خدمات یادشده توسط سایر دستگاه های اجرایی خارج از چارچوب تعیین شده توسط شورای رقابت را بلا اثر و فاقد وجاهت قانونی خواند.
- شورای رقابت در جلسه شماره ۱۰۶ مورخ ۱۳۹۱/۲/۱۰ در زمینه تسهیم بازار ADSL مصوب نمود: "با عنایت به وضعیت اقتصادی مسلط شرکت مخابرات (موضوع بند ط ماده ۴۵ قانون سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون اساسی) در عرصه ارائه خدمات اینترنتی شورا مقرر نمود در مناطقی از کشور که شرکت های ندا (PAP) آمادگی فعالیت دارند، شرکت مخابرات مجاز به بهره برداری بیش از ده درصد (۱۰٪) از ظرفیت بازار نخواهد بود.^۷ در مناطقی که شرکت های مزبور پیشنهادی متفاوت از جمله در خصوص درصد بهره برداری داشته باشند به همراه ادله و مستندات به شورا ارائه خواهند داد تا مورد بررسی و اتخاذ تصمیم قرار گیرد."

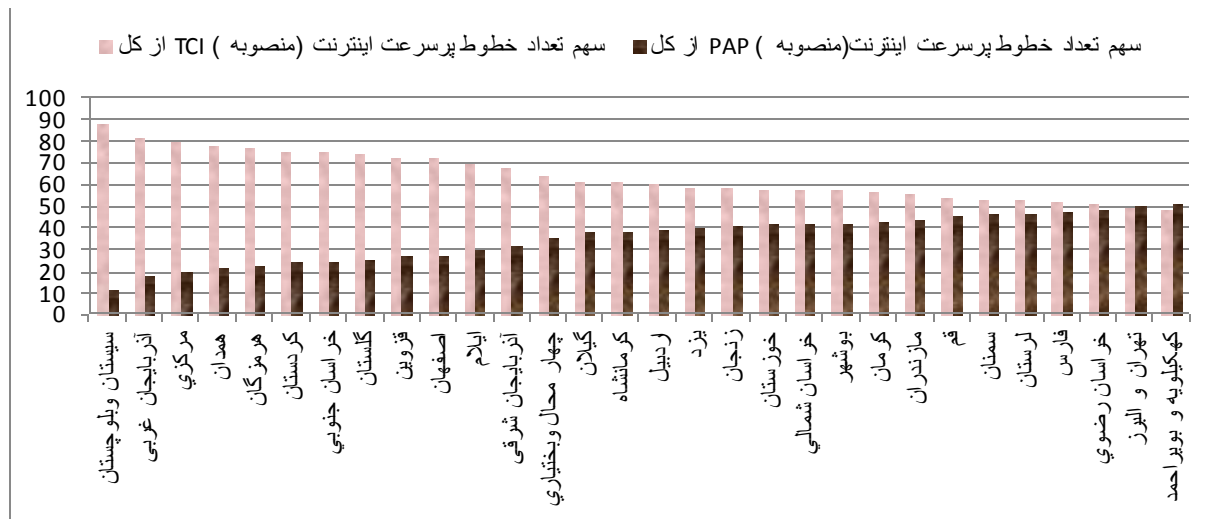
بررسی سهم شرکت های PAP و شرکت مخابرات از تعداد کل پورت های نصب شده

در نمودار ذیل سهم شرکت های PAP و شرکت مخابرات در تعداد پورت های منصوبه به تفکیک هر استان آمده است. در استان های سیستان و بلوچستان، آذربایجان غربی، مرکزی، همدان، هرمزگان، کردستان، خراسان جنوبی،

^۷ - با عنایت به رأی دیوان عدالت اداری در خصوص اختلاف فیما بین شورای رقابت و کمیسیون تنظیم مقررات با موضوع تعیین تعرفه تلفن ثابت و نیز مکالمات بین الملل، شورا اختیار تصویب دستورالعمل تنظیم قیمت را داشته که به معنای تعیین قیمت و تصویب تعرفه نیست.

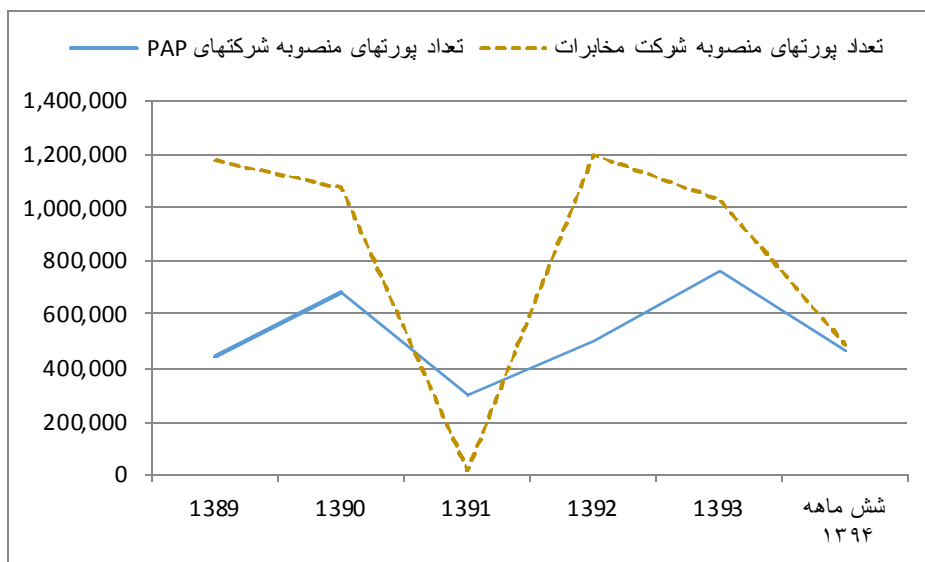
گلستان، قزوین، اصفهان و ایلام؛ سهم شرکت مخابرات بسیار بالاتر (چندین برابر) از شرکتهای PAP است. در استانهای آذربایجان شرقی، چهارمحال بختیاری، گیلان و کرمانشاه سهم شرکت مخابرات نسبت به شرکتهای PAP تقریباً دو برابر است. این اختلاف در استانهای اردبیل، یزد، زنجان، خوزستان، خراسان شمالی، بوشهر، کرمان، مازندران، قم و سمنان کاهش می‌یابد تا در استانهای لرستان، فارس، خراسان رضوی، تهران و البرز و کهگیلویه بویر احمد از سهم نسبتاً برابر برخوردار باشند.

نمودار (۱): توزیع پورتهای منصوبه شرکت مخابرات و شرکتهای PAP در سطح کشور به تفکیک هر استان

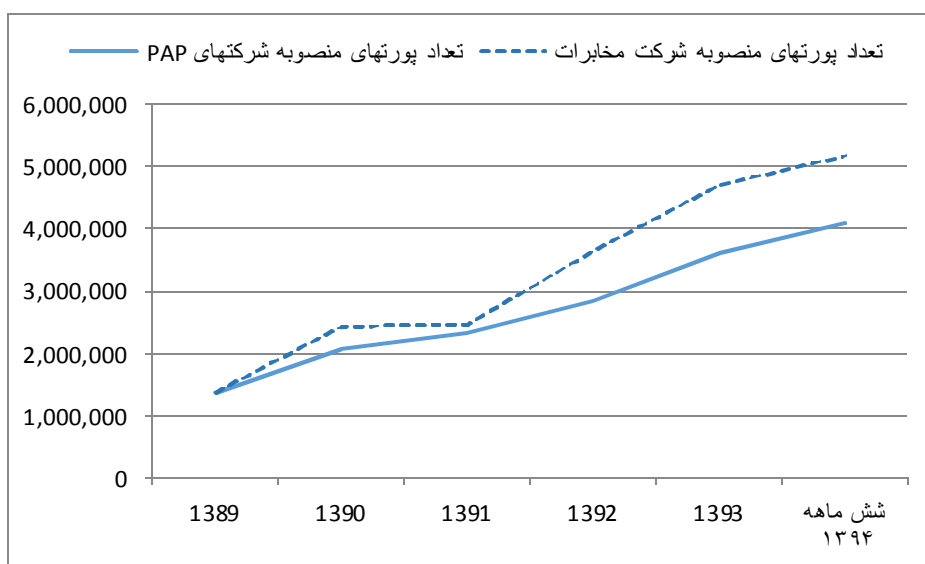


کل پورتهای منصوبه شرکتهای PAP و شرکت مخابرات ایران از سال ۱۳۸۹ تا پایان ۶ ماهه ابتدایی سال ۱۳۹۴ به صورت غیر تجمیعی در نمودار ۲ و پس از آن به شکل تجمیعی در نمودار ۳ نشان داده شده است.

نمودار (۲): آمار غیر تجمیعی پورتهای منصوبه در سطح کشور طی دوره ۱۳۸۹-۱۳۹۴

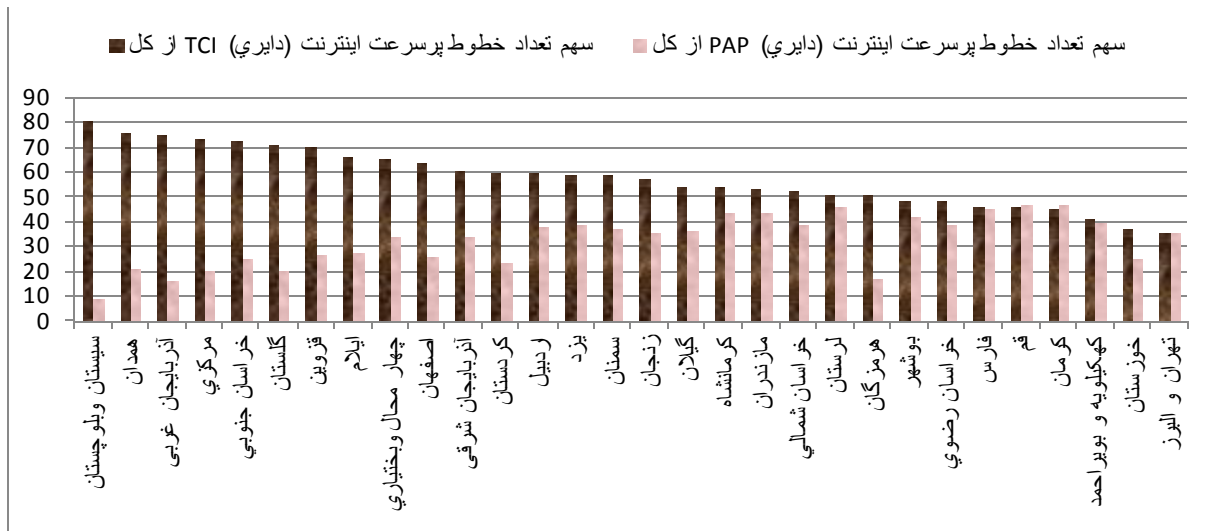


نمودار (۳): آمار تجمیعی پورتهای منصوبه در سطح کشور طی دوره ۱۳۸۹-۱۳۹۴



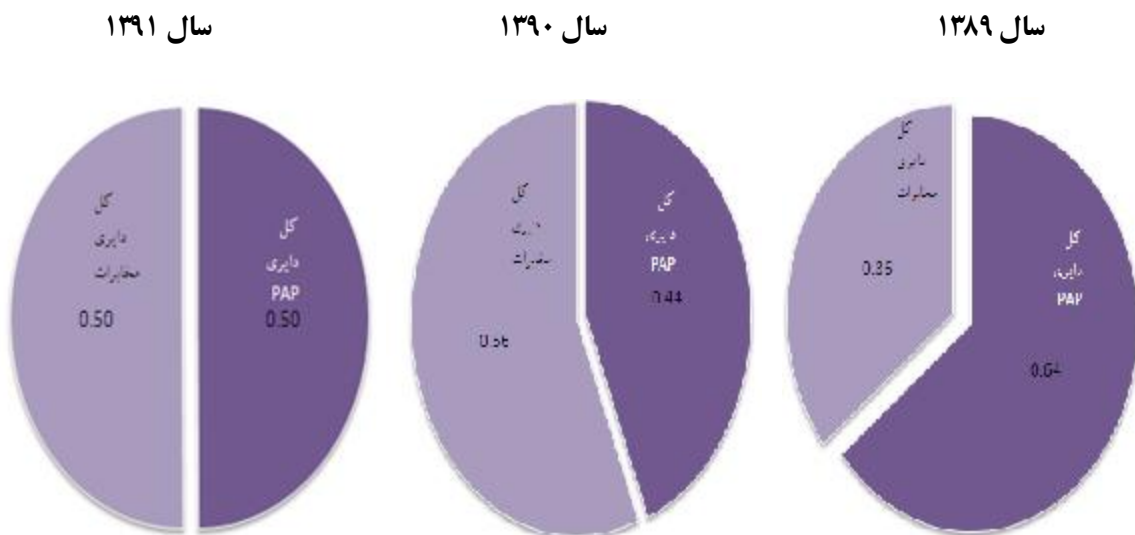
توزیع پورتهای دایر شده در استانهای کشور نیز وضعیت مشابهی با توزیع پورتهای منصوبه دارد. میانگین پورتهای دایر شرکت مخابرات در سطح کشور نیز تقریباً دو برابر پورتهای شرکت های PAP است.

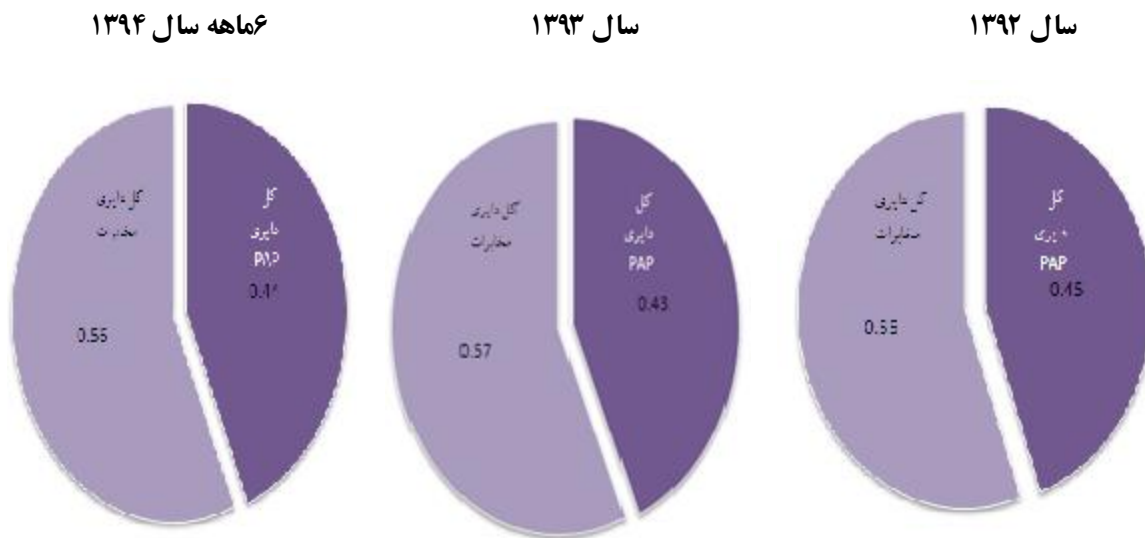
نمودار (۴): توزیع پورت های دایر شرکت مخابرات و شرکتهای PAP در سطح کشور به تفکیک هر استان



نمودارهای ذیل بیانگر این موضوع است که سهم شرکت مخابرات ایران از کل پورتهای دایر شده "که عملاً تعداد کل مشترکین خدمات ADSL در سطح کشور است" در طول سالهای اخیر افزایش یافته (غیر از سال ۱۳۹۱) و در حال حاضر شرکت مخابرات ایران به حدود ۵۶ درصد از کل مشترکین سرویس دهی می نماید.

نمودار (۵): مقایسه سهم شرکتهای PAP و شرکت مخابرات ایران از تعداد کل پورت های دایر شده (۱۳۸۹-۱۳۹۴)



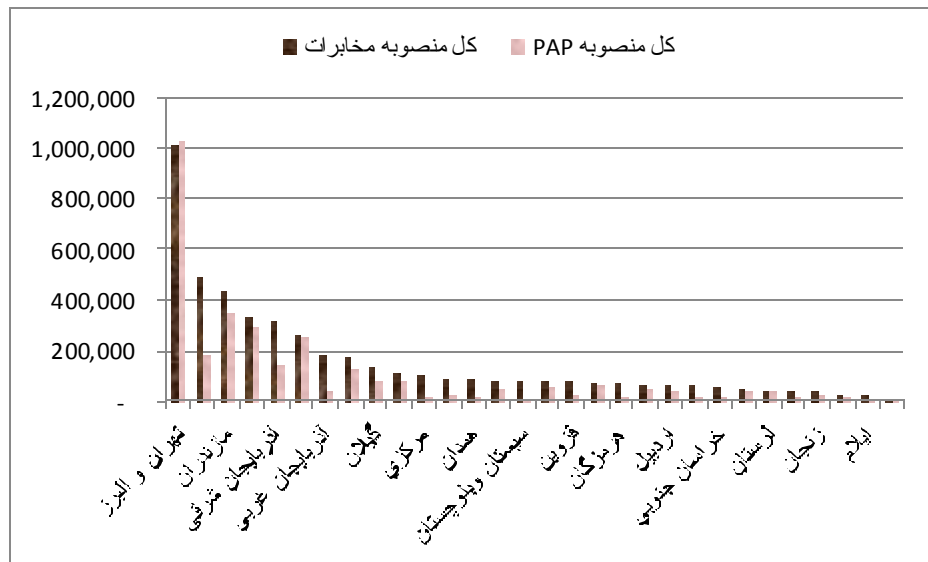


توزیع پورتهای منصوبه و دایر شده در بین استان‌های مختلف:

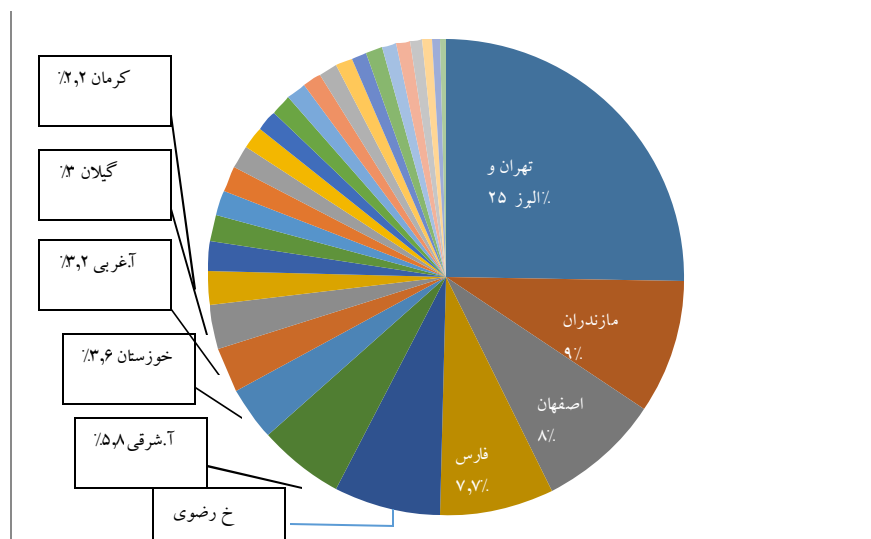
همان طور که در نمودار ذیل مشاهده می‌شود 1,015,124 پورت منصوبه شرکت مخابرات و 1,038,523 پورت شرکت‌های PAM در استان تهران قرار دارد، لذا بیشترین رقابت بین شرکت‌های PAM و شرکت مخابرات ایران برای جذب مشتری در استان تهران صورت می‌گیرد. این موضوع سبب شده است تا حدود ۲۵ درصد از پورتهای دایر شده کل کشور در استان تهران باشد که به معنی سهم ۲۵ درصدی استان تهران از بازار اینترنت پرسرعت ADSL در سطح کشور است.

بجز استانهای تهران (۲۵٪)، مازندران (۹٪)، اصفهان (۸٪)، فارس (۷/۷٪)، خراسان رضوی (۷/۳٪)، آذربایجان شرقی (۵/۸٪)، خوزستان (۳/۶٪)، آذربایجان غربی (۳/۲٪)، گیلان (۳٪)، کرمان (۲/۲٪) و یزد (۲٪)؛ سهم هر یک از استان‌های کشور از بازار اینترنت پرسرعت ADSL زیر ۲٪ است، بگونه‌ای که سایر استان‌های کشور در مجموع ۲۵ درصد از بازار اینترنت را در اختیار دارند.

نمودار (۶): توزیع پورتهای نصب شده در سطح کشور (تا پایان آذرماه ۱۳۹۳)



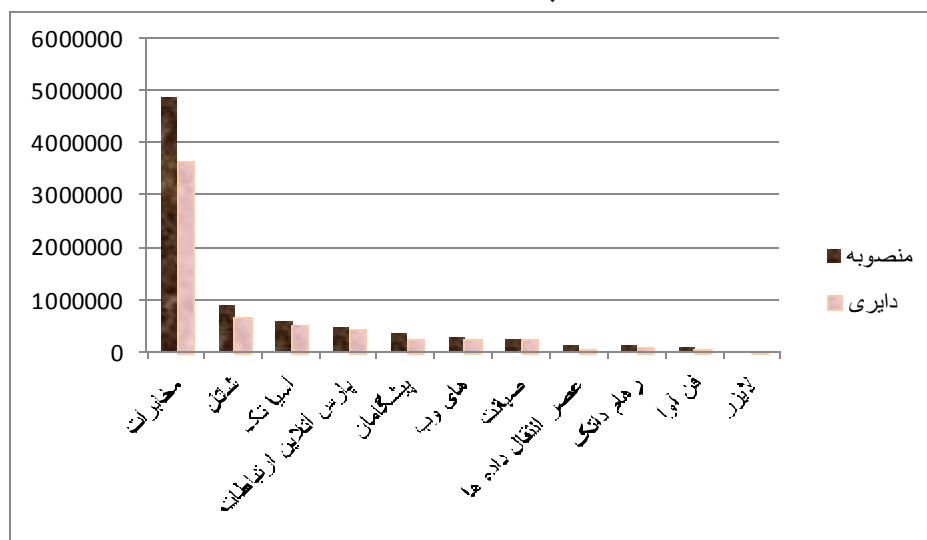
نمودار (۷): توزیع پورتهای دایر شده در سطح کشور (تعداد کاربران اینترنت پرسرعت ADSL)



مقایسه تعداد پورت‌های شرکت‌های ارائه دهنده خدمات اینترنت پر سرعت در سطح کشور:

همانگونه که در نمودار ذیل مشهود است پس از شرکت مخابرات ایران، به ترتیب شرکتهای آریا رسانه تدبیر (شاتل)، آسیا تک و پارسان لین ارتباطات (پارس آنلاین) بیشترین پورتهای منصوبه و دایر شده در سطح کشور را دارا هستند. پس از آن شرکتهای پیشگامان توسعه ارتباط، داده گستر عصر نوین (های وب) و صبا نت ردههای پنجم تا هفتم را به خود اختصاص داده‌اند. سایر شرکتهای دارنده مجوز ارائه خدمات ADSL نتوانسته‌اند جایگاه قابل توجهی در بازار این نوع خدمات پیدا کنند. در این میان شرکت لایزر در سال ۱۳۹۱ حدود ۸۰ درصد کاربران خود را به آسیا تک و فن آوا منتقل کرده و عملاً از این صنعت خارج شد. شرکت کارا امین ارتباط نیز دیگر شرکت ناموفق خارج شده از بازار ارائه خدمات اینترنت ADSL است. همان گونه که اشاره شد، شرکتهای داده گستر عصر نوین، انتقال داده‌های ندا گستر صبا، پارسان لین ارتباطات، آریا رسانه تدبیر، انتقال داده‌های آسیا تک، پیشگامان توسعه ارتباط در آبان ماه سال جاری، موفق به اخذ پروانه ایجاد و بهره برداری از شبکه ارتباطات ثابت (FCP) به مدت ۱۰ سال شدند.

نمودار (۸): مقایسه تعداد پورت‌های شرکت‌های ارائه دهنده خدمات اینترنت پر سرعت ADSL در سراسر کشور (تا پایان آذرماه ۱۳۹۳)



تبیین وضعیت موجود شرکت‌های ارائه دهنده خدمات اینترنت پرسرعت ADSL در بازار:

همان گونه که فوقاً نشان داده شد، ۱۱ شرکت علاوه بر شرکت مخابرات ایران دارای پروانه ارائه خدمات انتقال داده‌ها با اعتبار ۱۰ سال یعنی از سال ۱۳۸۲ تا پایان سال ۱۳۹۲ بوده‌اند. بر این اساس شرکت‌های ندا عبارتند از: آریا رسانه تدبیر، عصر انتقال داده‌ها، داده‌پردازی فن آوا، انتقال داده‌های رهام داتک، پارسان لین ارتباطات، لایزر، انتقال داده‌های آسیا تک، داده گستر عصر نوین، کارا امین ارتباط، پیشگامان توسعه ارتباط و انتقال داده‌های ندا گستر صبا.

مدت اعتبار پروانه شرکت‌های مذکور در سال ۱۳۹۲ به پایان رسید اما سازمان تنظیم یک سال دیگر پروانه آن‌ها را به منظور بازنگری در اصول حاکم بر آن و تعیین چارچوبی جدید، تمدید کرد. در راستای لزوم ساماندهی پروانه‌های حوزه ارائه خدمات ارتباطی، انتقال داده و اینترنت باند پهن که شامل پروانه ارائه خدمات انتقال داده‌ها (PAP) نیز می‌باشد و به منظور حذف وابستگی به فناوری، تسریع در توسعه خدمات در سراسر کشور، ارتقاء سطح فعالیت شرکت‌های توانمند، افزایش سرمایه‌گذاری و اشتغال و رقابت سازنده در بخش توسعه شبکه و ارائه خدمات ارتباطی و انتقال داده در کشور و نیز با توجه به اتمام دوره اعتبار برخی از این پروانه‌ها؛ کمیسیون تنظیم مقررات در جلسه ۲۰۶ مورخ ۱۳۹۳/۱۰/۲۱ پیشنهاد سازمان در خصوص اصول حاکم بر صدور پروانه ارائه خدمات ارتباطات ثابت (FCP) و شرایط دریافت پروانه برای متقاضیان دارای پروانه‌های PAP، PSTN و ISDP را بررسی و تصویب نمود. تمامی دارندگان پروانه‌های PSTN، PAP و ISDP که متقاضی دریافت پروانه بوده، از تاریخ ابلاغ مصوبه مذکور تا سه ماه پس از تاریخ تصویب اصول حاکم بر پروانه ارائه خدمات ارتباطی (Servco) در کمیسیون مهلت داشته تا مطابق ضوابط و شرایط اعلامی در مصوبات کمیسیون از جمله این مصوبه، برای دریافت پروانه، درخواست رسمی و مکتوب خود را به همراه مدارک و مستندات لازم به سازمان ارایه نمایند. مطابق بند ۷-۷ این مصوبه در صورتی که "دارندگان پروانه‌های PAP و PSTN که شرایط دریافت پروانه را نداشته یا مایل به دریافت آن با هیچیک از شرایط بند ۷-۵ و تبصره‌های ذیل آن نباشند، می‌توانند با شرایط اعلام شده در پروانه‌های موجود PAP و PSTN و بدون امکان توسعه، به فعالیت خود ادامه دهند و باید حداکثر ظرف مدت یک سال از تاریخ صدور اولین پروانه، شبکه خود را جمع‌آوری و نسبت به تسویه حساب با مشترکین خود اقدام کنند.

بر اساس اصول حاکم بر صدور پروانه ارتباطات ثابت (FCP)، پروانه شرکت‌های ارایه خدمات انتقال داده‌ها (PAP) و ارایه خدمات عمومی تلفن ثابت (PSTN) که بنا به تمدید قبلی تا ۳۱/۱/۹۴ مجوز فعالیت داشتند تا تاریخ ۲۴/۳/۹۴ تمدید گردید.

تصویب اصول مربوط به پروانه‌ها کمی بیشتر از حد مورد نظر وزارت ارتباطات بیشتر به طول انجامید چرا که سوی دیگر موضوع شرکت مخابرات ایران قرار داشت که به دنبال ارتقاء شبکه و خدمات ارتباطات سیار (پروانه) بود. درخواست شرکت مخابرات که دربرگیرنده برخی اصلاحات، تغییرات موافقتنامه و مواد مربوط به ارتقاء فعالیت پروانه می‌باشد، تحت عنوان الحاقیه شماره (۱) با توافق وزارت ارتباطات و شرکت مخابرات در تاریخ ۱۳۹۳/۰۴/۰۶ به امضای طرفین رسید.

لیست دارندگان پروانه ایجاد و بهره برداری از شبکه ارتباطات ثابت (FCP) تا سال ۱۳۹۳

ردیف	شماره پروانه	دارنده پروانه	تاریخ صدور	پایان اعتبار	قلمرو
۱	۱۰-۹۴-۱۱	داده گستر عصر نوین	۱۳۹۴/۰۸/۱۰	۱۴۰۴/۰۸/۱۰	کشوری
۲	۱۰-۹۴-۱۲	انتقال داده های ندا گستر صبا	۱۳۹۴/۰۸/۱۰	۱۴۰۴/۰۸/۱۰	
۳	۱۰-۹۴-۱۳	گسترش ارتباطات مپنا	۱۳۹۴/۰۸/۱۰	۱۴۰۴/۰۸/۱۰	
۴	۱۰-۹۴-۱۴	پارسان لین ارتباطات	۱۳۹۴/۰۸/۱۰	۱۴۰۴/۰۸/۱۰	
۵	۱۰-۹۴-۱۵	آریا رسانه تدبیر	۱۳۹۴/۰۸/۱۰	۱۴۰۴/۰۸/۱۰	
۶	۱۰-۹۴-۱۶	انتقال داده های آسیا تک	۱۳۹۴/۰۸/۱۰	۱۴۰۴/۰۸/۱۰	
۷	۱۰-۹۴-۱۷	پیشگامان توسعه ارتباط	۱۳۹۴/۰۸/۱۰	۱۴۰۴/۰۸/۱۰	
۸	۱۰-۹۴-۱۸	داده پردازی رسپینا	۱۳۹۴/۰۸/۱۸	۱۴۰۴/۰۸/۱۸	
۹	۱۰-۹۴-۱۹	توسعه فناوری ارتباطات پاسارگاد آریان	۱۳۹۴/۱۰/۱۲	۱۴۰۴/۱۰/۱۲	
۱۰	۱۰-۹۴-۲۰	حلما گستر خاورمیانه	۱۳۹۴/۱۱/۰۳	۱۴۰۴/۱۱/۰۳	
۱۱	۱۰-۹۴-۲۱	افزانت	۱۳۹۴/۱۲/۰۴	۱۴۰۴/۱۲/۰۴	

* مأخذ: سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

از میان ۱۱ شرکت دارنده پروانه ارائه خدمات انتقال داده‌ها (PAP)، شش شرکت داده گستر عصر نوین، انتقال داده های ندا گستر صبا، پارسان لین ارتباطات، آریا رسانه تدبیر، انتقال داده های آسیا تک و پیشگامان توسعه ارتباط موفق به اخذ مجوز FCP شدند، طبق آمار واصله پورت‌های منصوبه و دایری از سازمان تنظیم مقررات، بعد از شرکت مخابرات ایران بیشترین سهم را در بازار ارائه خدمات اینترنت پرسرعت ADSL دارند. در میان شرکت‌های مذکور، شرکت داده گستر عصر نوین علاوه بر توسعه دسترسی از طریق دریافت مجوز FCP، تمرکز خود را بر ارائه خدمات بر اساس پروانه رادیو ترانک عمومی قرار داده است. این شرکت پروانه مذکور را در قالب کنسرسیوم خدمات جامع آوای ارتباطات نوین (آواسل) دریافت کرده و حق لایسنس آن، ۱۵ میلیارد تومان به صورت ۴۰

درصد نقد و ۶۰ درصد در ۶ سال تعیین شده است.^۸ خدماتی که دارنده پروانه باید از طریق شبکه ارائه کند شامل: مکالمه پایانه بی سیم با پایانه بی سیم، مکالمه پایانه بی سیم با سایر شبکه های تلفنی، مکالمات گروهی، مکالمات اضطراری، مکالمه پایانه بی سیم با اپراتور، ارسال و دریافت داده در شبکه با سرعت حداقل ۵/۶ kbs، خدمت داده کوتاه، و قابلیت ایجاد شبکه های مجازی خصوصی است. در این پروانه محدودیت فناوری وجود ندارد و اپراتور طبق نیاز می تواند از هر فناوری استفاده کند. سازمان های دولتی، خدمات عمومی شهری، بیمارستان ها / اورژانس / هلال احمر، آتش نشانی، تاکسیرانی، حمل نقل شهری و بین شهری (ریلی و جاده ای)، فرودگاه ها، صنعت نفت و گاز، ارگان ها و مراکز اقتصادی بزرگ، سیستم بانکی، سیستم های دورسنجی و اسکادا M2M /، کاربران تجاری (بنگاه های اقتصادی کوچک) و ارتباط دریایی / بنادر از عمده ترین استفاده کنندگان و مشتریان خدمات ارائه شده توسط اپراتور سراسری رادیو ترانک هستند. پوشش این شبکه از مراکز استان و برخی نقاط صنعتی آغاز شده و براساس پروانه و طبق برنامه زمانی پیش بینی شده، تمام کشور به تدریج تحت پوشش شبکه رادیو ترانک عمومی قرار می گیرد. بر اساس تعهدات پروانه ای اپراتور باید ۸۰ درصد مراکز استان ها و شهر عسلویه را در ۲ سال اول تحت پوشش قرار گیرند. اما از بین سایر شرکت های PAP، شرکت لایزر در سال ۱۳۹۱ حدود ۸۰ درصد کاربران خود را به شرکت های آسیا تک و فن آوا منتقل کرد و عملاً از این صنعت بیرون رفت. شرکت کارا امین ارتباط (وابسته به صنایع مخابراتی راه دور ایران و همینطور صنایع الکترونیک شیراز) نیز که طبق گفته وزیر ارتباطات اقدام به کم فروشی کرده و مورد تذکر و جریمه از سوی وزارت ارتباطات واقع شده است، دیگر نام خط خورده از لیست دارندگان پروانه ارائه خدمات انتقال داده ها به شمار می آید.^۹

از سوی دیگر تعاملی بین شرکت مخابرات ایران و شرکت های ارائه کننده خدمات اینترنت پرسرعت ADSL تحت عنوان قرارداد تعاملی در حال وقوع است. این قرارداد ارائه خدمات مخابراتی با توجه به بررسی های کارگروه مالی و فنی مشترک شرکت های PAP و شرکت مخابرات بر اساس پیش نویس اولیه تدوین شده در مرکز ملی رقابت؛ به جهت کاهش اختلافات فی مابین، دستیابی به مدل همکاری با در نظر گرفتن منافع طرفین و استفاده بهینه امکانات موجود در راستای توسعه باند پهن در استان ها تهیه گردید. قرارداد مذکور به منظور ارائه خدمات اینترنت پر سرعت

^۸ - در راستای وظایف سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، به منظور رفع مشکلات بازار مخابرات حرفه ای و استفاده بهینه از منابع محدود فرکانسی، سازمان تنظیم مقررات پس از برگزاری چند مرحله مناقصه در روز یکشنبه ۲۵ خرداد ۱۳۹۳ اقدام به واگذاری پروانه رادیو ترانک عمومی به شرکت خدمات جامع آوای ارتباطات نوین خاورمیانه (آواسل) نمود. کنسرسیوم آواسل شامل شرکت های داده گستر عصرنوین (های وب)، ارتباطات جامع نوین، رایانه دانش گلستان و سفیر فناوری شرق است. این پروانه ۱۵ ساله و قبل تمدید در دوبازه زمانی ۵ ساله ارائه شده است.

^۹ - پایگاه خبری الف - تیر ماه ۱۳۹۴

بر بستر ADSL به مشترکین بر مبنای محاسبه پورت فعال دایر و در تاریخ ۱۳۹۴/۷/۱۲ به شرکت‌های مخابرات استانی ابلاغ گردید. بر اساس مصوبات سازمان تنظیم و مقررات رادیویی و تعهدات پروانه، ارائه خدمات به شرکت‌هایی که تمایل به اجرای مدل تعاملی نداشته باشند می‌بایست کما فی السابق ادامه داشته باشد.

موضوع قرارداد عبارت است از ارائه خدمات شامل فضای پسیو، فضای اکتیو، برق، سیستم انتقال و نیز خدمات رانژه جهت ارائه خدمات اینترنت پرسرعت (ADSL/ADSL2+) که طبق مجوزهای مراجع قانونی، شرکت‌های PAP می‌توانند به مشترکین در سطح کشور ارائه کنند.

جمع بندی

با توجه به بررسی‌های صورت گرفته سهم ۱۰ درصدی تعیین شده برای شرکت مخابرات ایران از بازار ارائه خدمات اینترنت پرسرعت ADSL طی مصوبه ۱۰۶ شورای رقابت، رعایت نمی‌شود و این شرکت در بازار مزبور اپراتور مسلط به شمار می‌آید. عدم اجرای مصوبه مذکور و نبود ضمانت اجرایی آن یکی از دلایلی است که موجب شده شرکت‌های PAP از طرح و پیگیری شکایات خود در این زمینه در مرکز ملی رقابت خودداری و به طرق دیگر مشکلات خود را حل و فصل نمایند. لذا نظر به شرایط موجود در بازار ارائه خدمات اینترنت پرسرعت ADSL و رفتار ارائه‌کنندگان این خدمت پیشنهاد می‌گردد شورای محترم رقابت در راستای تسهیل رقابت در بازار مذکور موارد ذیل را مورد بررسی قرار دهد.

- تجدید نظر در مصوبه ۱۰۶ شورای رقابت (به منظور تعیین محدوده بازار و بررسی کارشناسانه و دقیق برای تعیین سهم بازار برای شرکت‌های PAP و شرکت مخابرات ایران)
- مذاکره در خصوص تعیین مرکز ملی رقابت به عنوان مرجع ذیصلاح در آیین نامه تعاملی ارائه خدمات مخابراتی شرکت‌های مخابرات استانی به شرکت‌های PAP و حضور نماینده‌ای از مرکز در کارگروه مخابرات در سطح استانی
- تعیین بسته پیشنهادی از سوی مرکز ملی رقابت با ترکیب ارائه خدمات در مراکز با تقاضای بالا و مراکز واقع در استان‌های محروم (با توجه به ادعای شرکت مخابرات مبنی بر وجود تقاضا از سوی شرکت‌های PAP صرفاً برای ارائه خدمات در مراکز مخابراتی پر تقاضا)
- توسعه و سرمایه‌گذاری و تأسیس شرکت ثانویه جهت توسعه دسترسی انتقال داده برای شرکت‌های PAP توسط شرکت مخابرات ایران با توجه به ماهیت انحصار طبیعی بخشی از مالکیت شرکت مخابرات (مشابه تجربه کشور انگلستان)

بررسی وضعیت بازار صنعت فولاد و زنجیره تولید و سهامداری شرکت‌های فولادی از منظر رقابت و انحصار

همان‌طور که قبلاً عنوان شد، دو شرکت صنعتی و معدنی چادرملو و گل گهر عرضه کننده گندله در کشور می‌باشند. گندله برای تهیه آهن اسفنجی خوراک محسوب می‌گردد. در جدول (۱) به وضعیت سهامداری این دو شرکت پرداخته شده است. همان‌گونه که جزئیات جدول مذکور نشان می‌دهد، سرمایه‌گذاری امید نزدیک به ۴۰ درصد در مجموع دو شرکت دارای سهم می‌باشد.

وضعیت سهامداری عرضه کنندگان گندله (شرکت‌های چادرملو و گل گهر)

سهام از کل (درصد)	مجموع سهام در دو شرکت (درصد)	شرکت چادرملو	شرکت گل گهر	سهامداران گندله
۴۰	74	۳۸	۳۶	سرمایه‌گذاری امید
۲۳	۴۲	۲۰	۲۲	سرمایه‌گذاری توسعه معادن و فلزات
۱۴	۲۶,۵	۱۶,۵	۱۰	سرمایه‌گذاری استانی (سهام عدالت)
۱۱	۲۰,۵	۱۰	۱۰,۵	فولاد مبارکه اصفهان
۱۳	۳۳,۵	۱۴	۹,۵	سایر سهامداران

ماخذ: انجمن تولیدکنندگان فولاد ایران

پس از شرکت سرمایه‌گذاری امید، شرکت سرمایه‌گذاری توسعه معادن و فلزات، شرکت سرمایه‌گذاری استانی (سهام عدالت) و نهایتاً شرکت فولاد مبارکه اصفهان عمده سهامداران، دو عرضه کننده گندله در کشور محسوب می‌شوند.

با در نظر گرفتن شرکت‌های فولاد مبارکه اصفهان، فولاد خوزستان، فولاد خراسان و فولاد هرمزگان، بعنوان بزرگترین فولادسازهای کشور، جدول (۲) به بیان وضعیت سهامداری این شرکت‌ها پرداخته است.

یافته‌های این جدول حاکی از آن است که سرمایه‌گذاری استانی (سهام عدالت) در مجموع بخش عمده سهام دو شرکت فولادی مبارکه اصفهان و خوزستان (هر کدام ۳۰ درصد) را در اختیار دارد. همچنین کل سهام شرکت فولاد هرمزگان متعلق به فولاد مبارکه اصفهان می‌باشد.

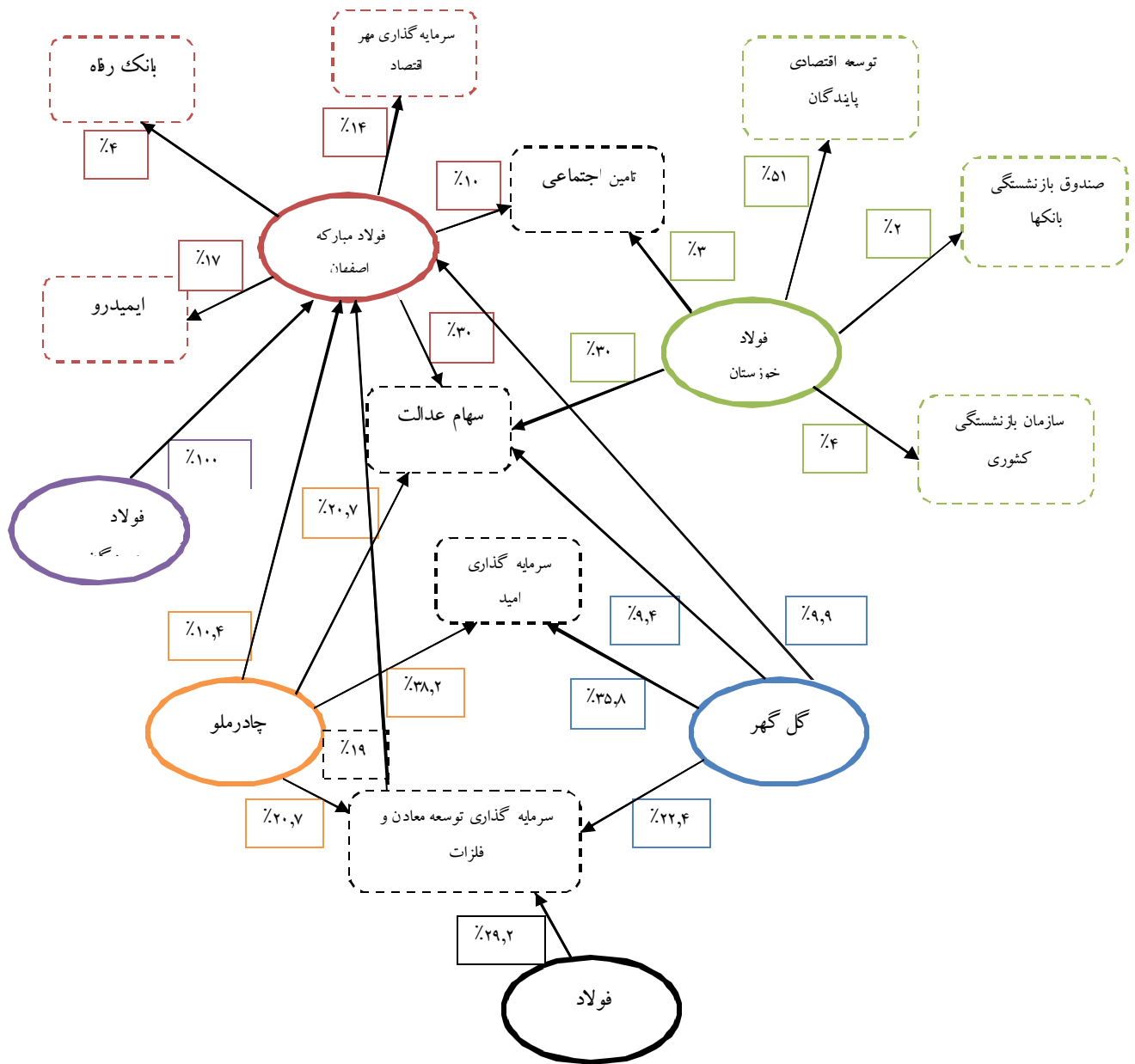
وضعیت سهامداری شرکت‌های فولاد ساز بزرگ

عنوان	سهامدار اول (درصد سهام)	سهامدار دوم (درصد سهام)	سهامدار سوم (درصد سهام)	سهامدار چهارم (درصد سهام)	سهامدار پنجم (درصد سهام)
فولاد مبارکه اصفهان	سهام عدالت (۳۰٪)	ایمیدرو (۱۷٪)	سرمایه گذاری مهر اقتصاد (۱۴٪)	سازمان تامین اجتماعی (۱۰٪)	بانک رفاه (۴٪)
فولاد خوزستان	توسعه اقتصادی پایندگان (۵۱٪)	سهام عدالت (۳۰٪)	سازمان بازنشستگی کشوری (۴٪)	سازمان تامین اجتماعی (۳٪)	صندوق بازنشستگی کارکنان بانکها (۲٪)
فولاد خراسان	صندوق بیمه اجتماعی روستاییان و عشایر (۴۷,۷٪)	سرمایه گذاری توسعه معادن و فلزات (۲۹,۲٪)	صندوق حمایت بازنشستگی کارکنان فولاد (۱۲٪)	-	-
فولاد هرمزگان	فولاد مبارکه اصفهان (۱۰۰٪)	-	-	-	-

ماخذ: انجمن تولیدکنندگان فولاد ایران

لازم به ذکر است شرکت فولاد مبارکه اصفهان جزء اعضای هیأت مدیره شرکت بورس کالای ایران (عرضه کننده بخشی از فولاد و محصولات فولادی) بوده؛ از سوی دیگر رئیس هیات مدیره این شرکت (فولاد مبارکه) رئیس سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران (ایمیدرو) است. همچنین مدیر عامل شرکت فولاد مبارکه اصفهان، رئیس انجمن تولیدکنندگان فولاد ایران می باشد.

نمودار وضعیت تملک سهام شرکت های فولادی



وضعیت رقابت در بازار فولاد

یکی از شاخص‌های مهم و کاربردی برای بیان مفهوم تمرکز، شاخص هرفیندال - هیرشمن (HHI) است. در حال حاضر این شاخص از مقبولیت خاصی برخوردار شده و در کارهای تجربی و نیز جهت راهنمایی در نهادهای ضد انحصار و دعاوی قضات از آن استفاده می‌شود.

دامنه تمرکز

وضعیت تمرکز	✓	HHI	✓
رقابتی	✓	کمتر از ۱۰۰۰	✓
تمرکز ملایم	✓	۱۰۰۰ - ۱۸۰۰	✓
متمرکز	✓	بیشتر از ۱۸۰۰	✓

درجداول ذیل نیز شاخص هرفیندال - هیرشمن (HHI) برای بخش‌های مختلف فولاد، به ترتیب بر اساس داده‌های ظرفیت تولید و نیز اطلاعات موجود برای تولید واقعی قابل مشاهده است.

همان طور که مشاهده می‌شود، میزان تمرکز با استفاده از داده‌های ظرفیت تولید، حاکی از آن است که به جز آهن اسفنجی و محصولات فولادی، سایر موارد متمرکز می‌باشند. این دو کالا نیز دارای تمرکز ملایم هستند. همچنین میزان تمرکز گندله از سایر موارد بیشتر است؛ این مساله می‌تواند بدان معنا باشد که تعداد بنگاه‌های فعال در این بازار کمتر بوده و احتمالاً انحصار در آن بیشتر است.

یافته‌ها بر اساس داده‌های واقعی تولید نیز تقریباً مشابه با وضعیت قبل، گویای آن است که صنعت فولاد در ایران متمرکز می‌باشد. همچنین کنسانتره و گندله از تمرکز بالاتری نسبت به سایر موارد برخوردار بوده‌اند. بنابراین احتمال می‌رود در مورد بازار این دو محصول، توزیع سهم بازار غیر یکنواخت تر و تعداد بنگاه‌ها کمتر باشد.

HHI برای فولاد، زنجیره و محصولات آن بر اساس ظرفیت تولید

عنوان	شاخص بر اساس ظرفیت تولید	دامنه تمرکز
کنسانتره	۲۲۰۰	متمرکز
گندله	۲۶۰۰	متمرکز
آهن اسفنجی	۱۳۰۰	تمرکز ملایم
فولاد خام	۱۹۰۰	متمرکز

محصولات فولادی	۱۱۰۰	تمرکز ملایم
HHI برای فولاد، زنجیره و محصولات آن بر اساس تولید واقعی		
عنوان	شاخص بر اساس تولید واقعی	دامنه تمرکز
کنسانتره	۳۲۰۰	متمرکز
گندله	۲۶۰۰	متمرکز
آهن اسفنجی	۱۹۰۰	متمرکز
فولاد خام	۲۰۰۰	متمرکز
محصولات فولادی	۱۲۰۰	تمرکز ملایم

نگاهی بر برخی از مصادیق رویه‌های ضد رقابتی موجود در فولاد از منظر مطلعین بازار

- عدم تحویل خوراک (آهن اسفنجی) در شرایط کسری مواد اولیه در کارخانجات تولید کننده فولاد و ذوب آهن داخلی به دلایل ذیل؛
- ✓ کاهش تولید آهن اسفنجی شرکت‌های تأمین کننده این خوراک (از جمله شرکت فولاد کاوه جنوب کیش) بدلیل اعمال محدودیت از سوی استان هرمزگان در مورد آب، برق و گاز
- ✓ کمبود آهن اسفنجی به دلیل صادرات
- تبعیض قیمت آهن اسفنجی از سوی تأمین کنندگان خوراک (از جمله شرکت آهن و فولاد غدیر ایرانیان و شرکت فولاد کاوه جنوب کیش) میان تولید کنندگان دولتی (به عنوان نمونه شرکت‌های فولاد خوزستان و فولاد آلیاژی ایران) و تولید کنندگان خصوصی (به عنوان نمونه مجتمع صنعتی ذوب آهن پاسارگاد) و نیز صادر کنندگان (شرکت شمع و توسعه).
- تبعیض در شرایط فروش آهن اسفنجی بدین ترتیب که فروش اعتباری (۳ الی ۴ ماهه) از سوی تأمین کنندگان خوراک یاد شده برای شرکت‌های دولتی تولید کننده فولاد (از جمله فولاد خوزستان، معدنی و صنعتی چادرملو، گل گهر و ...) و فروش نقدی برای تولید کنندگان خصوصی برقرار است.

- با توجه به مشکل کمبود گندله و محدودیت‌های آن، به زعم شاکی قیمت فروش این ماده برای دو عرضه کننده مسلط (شرکت‌های گل‌گهر و چادرملو) حدود دو برابر قیمت تمام شده و حاشیه سود حدود ۲۰۰ درصد است.
- دو شرکت چادرملو و گل‌گهر به عنوان تأمین کننده خوراک (گندله) در شرکت‌های تولید آهن اسفنجی دارای سهام و پست‌های مدیریتی می‌باشند.

جمع بندی بازار فولاد به لحاظ وضعیت رقابت و انحصار

صنعت استراتژیک فولاد در حال حاضر در برهه حساسی قرار دارد و با انواع چالش‌ها روبه‌روست. از آنجا که بخشی از این مسائل در بستر انحصارات شکل گرفته و گروه وسیعی از بازیگران این صحنه را درگیر نموده است؛ لذا ارزیابی وضعیت و تعیین محدوده بازار فولاد و تشخیص مصادیق رویه‌های ضد رقابتی و منع آن و در نهایت تسهیل رقابت در این حوزه از اهمیت به‌سزایی برخوردار است.

تولید فولاد به تأمین مواد اولیه (خوراک) زنجیره آن وابسته است؛ هرگونه اختلال در این زنجیره از طریق وجود انحصار، موجب عدم کارایی در سایر بخش‌های مرتبط خواهد شد.

بر اساس ماده ۴۷ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی؛ هیچ شخص حقیقی یا حقوقی نباید سرمایه یا سهام شرکت‌ها یا بنگاه‌های دیگر را به نحوی تملک کند که موجب اختلال در رقابت در یک و یا چند بازار گردد؛ این در حالی است که در بازار فولاد ایران و زنجیره تولید آن دو شرکت چادرملو و گل‌گهر به عنوان تأمین کننده خوراک (گندله) در شرکت‌های تولید آهن اسفنجی دارای سهام و پست‌های مدیریتی می‌باشند. بر مبنای ادعاهای مطرح شده توسط مطلعین بازار فولاد، این مساله منجر به چندین رویه ضد رقابتی به شرح ذیل گردیده است:

- **ماده ۴۵، بند ب** (قیمت‌گذاری تبعیض‌آمیز - عرضه و یا تقاضای کالا یا خدمت مشابه به قیمت‌هایی که حاکی از تبعیض بین دو یا چند طرف معامله و یا تبعیض قیمت بین مناطق مختلف به رغم یکسان بودن شرایط معامله و هزینه‌های حمل و سایر هزینه‌های جانبی آن باشد): تبعیض قیمت آهن اسفنجی از سوی تأمین کنندگان خوراک (از جمله شرکت آهن و فولاد غدیر ایرانیان و شرکت فولاد کاوه جنوب کیش) میان تولیدکنندگان دولتی (به عنوان نمونه شرکت‌های فولاد خوزستان و فولاد آلیاژی ایران) و

تولیدکنندگان خصوصی (به عنوان نمونه مجتمع صنعتی ذوب آهن پاسارگاد^{۱۱}) و نیز صادرکنندگان (شرکت شمع و توسعه).

□ **ماده ۴۵، بند ج** (تبعیض در شرایط معامله - قائل شدن شرایط تبعیض آمیز در معامله با اشخاص مختلف در وضعیت یکسان): تبعیض در شرایط فروش آهن اسفنجی بدین ترتیب که فروش اعتباری (۳ الی ۴ ماهه) از سوی تأمین کنندگان خوراک یاد شده برای شرکت‌های دولتی تولیدکننده فولاد (از جمله فولاد خوزستان، معدنی و صنعتی چادرملو، سرمایه‌گذاری گل‌گهر و ...) و فروش نقدی برای تولیدکنندگان خصوصی برقرار است.

□ **ماده ۴۵، بند ط** (سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط): با توجه به مشکل کمبود گندله و محدودیت‌های آن، قیمت فروش این ماده برای دو عرضه‌کننده مسلط (شرکت‌های گل‌گهر و چادرملو) حدود دو برابر قیمت تمام شده و حاشیه سود حدود ۲۰۰ درصد است.

همچنین براساس صورت‌های مالی حسابرسی شده شرکت گل‌گهر (دوره مالی شش ماهه نخست سال ۹۳)، حدود هفتاد درصد فروش داخلی این شرکت بصورت اعتباری و به شرکت‌های دولتی می‌باشد.

همچنین این ادعا از سوی فعالان بازار فولاد مطرح شده است که شرکت فولاد مبارکه اصفهان با تملک سهم بسیار بالایی از فولاد کشور، به مثابه یک انحصارگر، منجر به اختلال در رقابت به شرح ذیل گردیده است:

□ **ماده ۴۵، بند الف** (الف - احتکار و استتکاف از معامله): عدم عرضه ورق‌های صادراتی در بورس کالا و نیز فروش خارجی کالای مورد نیاز در داخل در جهت کمبود و گران فروشی داخلی.

□ **ماده ۴۵، بند ب** (قیمت‌گذاری تبعیض آمیز): فروش ۲۵۰ دلاری به خارج و همزمان فروش ۴۳۰ دلاری در داخل، همچنین فروش به شرکت‌های زیر مجموعه.

با توجه به جمیع نکات مطرح شده، اقدامات ذیل پیشنهاد می‌گردد:

✓ با توجه به ممنوعیت تملک سرمایه یا سهام شرکت‌های فولادی توسط یکدیگر با هدف اختلال در رقابت در بازار این کالا و زنجیره تولید آن، چنانچه این موارد در بازار فولاد به اثبات رسد، شورای رقابت

^{۱۱} پیشنهاد قیمتی ارائه شده از سوی شرکت فولاد کاوه جنوب کیش به شرکت ذوب آهن پاسارگاد، مورخ ۹۳/۰۹/۰۲ درخصوص آهن اسفنجی بدین شرح است: بهای فروش بر مبنای ۵۳٪ قیمت سه ماهه دوم شمش فولاد خوزستان بعلاوه ۲٪ هزینه‌های مربوط به منطقه ویژه اقتصادی.

می تواند حسب بند ۵ ماده ۶۱ دستور به واگذاری سهام یا سرمایه بنگاه‌ها یا شرکت‌هایی که بر خلاف ماده ۴۷ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی عمل نموده اند را صادر نماید.

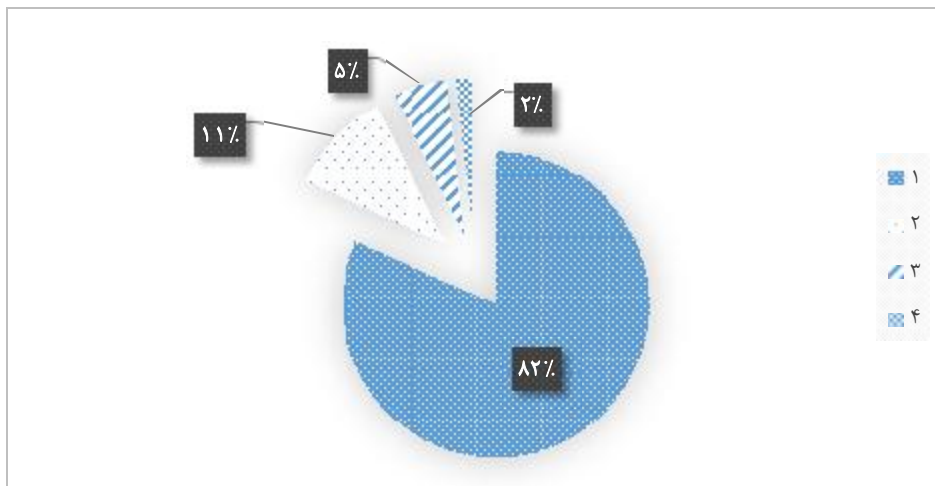
- ✓ شورای رقابت می تواند در صورت اثبات انحصاری بودن فولاد، حسب بند ۵ ماده ۵۸، دستورالعمل تنظیم قیمت، مقدار و شرایط دسترسی به بازار فولاد و زنجیره تولید آن را تصویب نماید.
- ✓ در نهایت نحوه عرضه فولاد و محصولات آن در بورس کالا مورد بازبینی قرار گیرد.

بررسی بازار محصولات پتروشیمی – با تمرکز بر عرضه در بورس کالا

محصولات پتروشیمی یکی از مهمترین کالاهای صادراتی ایران محسوب می‌شوند. به دلیل وجود تولیدات متنوع این محصولات در کشور، تولیدات پایین دستی آن‌ها نیز مورد توجه قرار گرفته و رشد نموده‌اند. با وجود تولیدکنندگان متعدد محصولات پتروشیمی در کشور، تعدد محصولات تولیدی باعث شده است که هر یک از تولیدکنندگان این محصولات، بازار قابل توجهی برای خود کسب نموده و انحصار تولید یکی از آن‌ها را به دست گیرند. لذا با وجود چنین شرایط انحصاری، نیاز به تنظیم بازار در برخی از محصولات این حوزه کاملاً احساس می‌شود.

در نمودار ۱-۱ که مربوط به بازه‌ی زمانی فروردین ماه ۱۳۹۲ تا اسفندماه ۱۳۹۴ است، مشاهده می‌شود که حدود ۸۲ درصد گریدهای محصولات پتروشیمی عرضه‌شده در بورس فقط یک تولیدکننده داشته‌اند. علاوه بر این، مابقی محصولات عرضه‌شده در بورس نیز بین دو تا چهار تولیدکننده داشته‌اند که نشان می‌دهد عرضه‌ی کلیه‌ی محصولات پتروشیمی در بورس کالا از انحصار قابل توجهی برخوردار هستند.

نمودار ۱-۱: درصد محصولاتی که ۱ تا ۴ تولیدکننده دارند



توضیحات: داده‌های نمودار مربوط به معاملات محصولات پتروشیمی در بورس کالای ایران از فروردین‌ماه سال ۱۳۹۲ تا اسفندماه سال ۱۳۹۴ است. می‌توان گفت که وضعیت انحصاری قابل توجهی در صنعت پتروشیمی وجود دارد.

با وجود چنین قدرت انحصاری در عرضه‌ی محصولات پتروشیمی، به نظر می‌رسد که رقابت قیمتی در بازار بورس کالا، تنها به نفع تولیدکننده بوده و باعث افزایش قدرت انحصاری آن‌ها خواهد شد که در نهایت به افزایش قیمت محصولات می‌انجامد.

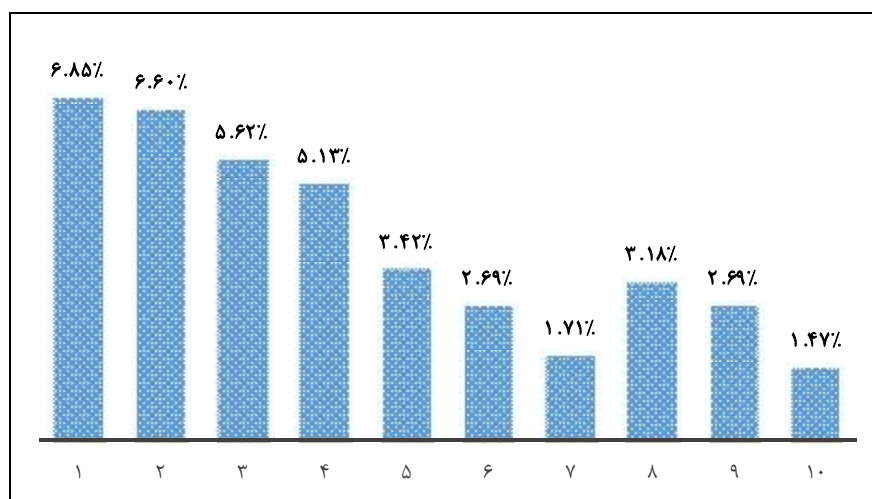
عرضه تولیدات تولیدکنندگان محصولات پتروشیمی و انجام معاملات نقدی در بورس کالا باعث عدم امکان برنامه‌ریزی بلندمدت برای تولید می‌شود که این فرآیند موجب بروز مشکلاتی برای تولیدکنندگان محصولات پتروشیمی شده است، زیرا تولید محصولات پتروشیمی پروسه‌ای زمان‌بر است و نیاز به برنامه‌ریزی دارد. از طرفی تقاضای ثبت‌شده در بورس به دلیل ماهیت نقطه‌ای آن، امکان برنامه‌ریزی بلندمدت را از بین می‌برد. از طرفی تولیدکنندگان محصولات پتروشیمی برای صادرات محصولات خود نیز نیاز به بازاریابی داشته و به‌منظور پاسخگویی به قراردادهای بلندمدت خود نیاز به اطلاع از میزان تقاضا به‌منظور برنامه‌ریزی دارند. همچنین اوراق سلف نیز با وجود ماهیت بلندمدت آن‌ها، مشکل برنامه‌ریزی بلندمدت را حل نمی‌کنند.

مشکل دیگر صنایع پایین‌دستی، امکان برنامه‌ریزی بلندمدت آن‌ها است. همانند تولیدکنندگان محصولات پتروشیمی، مصرف‌کنندگان این محصولات که به‌عنوان مواد اولیه جهت تولید به آن نیاز دارند، باید بتوانند برنامه‌ریزی مالی میان‌مدت و بلندمدتی داشته باشند. از این رو بورس کالا که ماهیت معاملات نقطه‌ای آن باعث تعیین

قیمت در روز معامله می‌شود، این امکان را از مصرف کننده می‌گیرد. قراردادهای سلف نیز با توجه به اینکه تنها حدود ۲۰ درصد از معاملات بازار را تشکیل می‌دهند، پاسخگوی تمام نیاز بلندمدت دو طرف نیستند.

البته وجود انحصار تنها مختص به سمت عرضه نیست و ممکن است انحصار در تقاضا نیز در این صنعت مشاهده شود. در نمودار ۱-۲ می‌توانیم کالاهایی که تنها ۱ تا ۱۰ خریدار در طول ۳ سال داشته‌اند را مشاهده نماییم.

نمودار ۱-۲: درصد محصولاتی که فقط ۱ تا ۱۰ خریدار دارند



توضیحات: داده‌های نمودار مربوط به معاملات محصولات پتروشیمی در بورس کالای ایران از فروردین ماه سال ۱۳۹۲ تا اسفندماه سال ۱۳۹۴ است. کالاهایی که ۱ تا ۱۰ خریدار دارند حدود ۳۵ درصد از کل بازار را پوشش می‌دهند.

در این نمودار قابل مشاهده است که کالاهایی که ۱ تا ۱۰ خریدار دارند تنها ۳۵ درصد از کل تعداد محصولات پتروشیمی تولید شده را شامل می‌شوند. در نتیجه امکان تسلط بر این بازار توسط خریداران پایین خواهد بود.

بیش از ۴۱ درصد از تولیداتی که در انحصار یک شرکت تولید کننده واحد هستند، بیش از ۵۰ خریدار دارند. همچنین کالاهایی که ۱ تا ۴ خریدار داشتند و در جدول ۱-۱ مشاهده کردیم که از نظر تعداد ۲۴ درصد کل تعداد کالاهای بازار را تشکیل می‌دهند ولی از نظر ارزش کمتر از ۱ درصد از کل بازار هستند. در نتیجه می‌توان اشاره کرد که در این بازار انحصار بالایی برای تولید کننده وجود دارد و خریدار نمی‌تواند تاثیر روی آن بگذارد. در جدول ۱-۳ می‌توانیم نام برخی از شرکت‌های انحصارگر با سهم بازار آن‌ها را ببینیم.

جدول ۱-۳: اطلاعات انحصاری شرکت‌های اصلی تولیدکننده پتروشیمی

نام شرکت	سهم بازار شرکت (درصد)	تعداد کالای تولیدی	تعداد کالای انحصاری	سهم کالای انحصاری از تولید کل
پتروشیمی لاله	۲.۰۰	۱۱	۱۱	۱۰۰٪
سرمایه‌گذاری صنایع شیمیائی ایران	۲.۳۲	۱	۱	۱۰۰٪
پتروشیمی پارس	۲.۳۸	۱	۱	۱۰۰٪
پتروشیمی آریا ساسول	۲.۵۸	۱۹	۱۹	۱۰۰٪
نوید زرشیمی	۲.۸۸	۱۸	۱۸	۱۰۰٪
پتروشیمی تبریز	۴.۶۷	۳۲	۲۴	۷۵٪
پتروشیمی جم	۴.۸۳	۴۸	۳۴	۷۰٪
پلی پرویلن جم	۴.۸۹	۳۷	۲۸	۷۵٪
پتروشیمی اروند	۵.۶۰	۱۴	۶	۴۲٪
پتروشیمی مارون	۶.۷۶	۵۳	۲۸	۵۲٪
پتروشیمی شازند	۸.۴۶	۵۹	۳۳	۵۵٪
پتروشیمی امیرکبیر	۹.۷۶	۱۶	۴	۲۵٪
پتروشیمی تندگویان	۱۳.۱۳	۳۶	۳۶	۱۰۰٪
پتروشیمی بندرامام	۱۴.۸۷	۴۵	۲۹	۶۴٪

توضیحات: شرکت‌های حاضر در این جدول در مجموع ۸۵ درصد از کل تولیدات بازار محصولات پتروشیمی را تولید می‌کنند. قابل مشاهده است که بسیاری از این سهم بازار کاملاً انحصاری است. کالای انحصاری به کالایی گفته می‌شود که در طول مدت فروردین ماه ۱۳۹۲ تا اسفندماه ۱۳۹۵ فقط این شرکت اقدام به تولید آن نموده است.

با توجه به جدول ۱-۳ می‌توان مشاهده کرد که ۵ شرکت بزرگ بازار بیش از ۵۰ درصد کل بازار را در اختیار دارند. این شرکت‌ها در این دوره ۳ ساله ۲۰۹ گرید از کل ۴۰۹ گرید پتروشیمی موجود در بازار را تولید کرده‌اند که ۱۳۰ گرید آن کاملاً انحصاری است. این وضعیت نشان می‌دهد که علاوه بر وجود انحصار در کل تولیدات پتروشیمی، انحصار در چند شرکت بزرگ نیز متمرکز شده است. به منظور بررسی بیشتر وضعیت انحصار در شرکت‌های پتروشیمی می‌توانیم شاخص هرfindahl-هیرشمن^{۱۱} شرکت‌های تولیدکننده را مورد بررسی قرار دهیم. این شاخص که عددی بین ۰ تا ۱۰۰۰۰ خواهد بود، نشان‌دهنده‌ی وضعیت رقابتی بازار است که برای بازار رقابت کامل ۰ و برای بازار انحصار کامل که فقط ۱ تولیدکننده در آن وجود دارد ۱۰۰۰۰ خواهد بود. در صورتی که در بازار ۲ تولیدکننده وجود داشته باشد، و سهم بازار هر یک از آن‌ها برابر α و β باشد، شاخص هرfindahl-هیرشمن این بازار عبارت خواهد بود از:

$$HHI = a^2 + b^2$$

در جدول ۱-۴ می‌توانیم وضعیت این شاخص را برای کالاهای موجود در بازار مشاهده کنیم.

جدول ۱-۴: شاخص هرfindahl-هیرشمن برای کالاهای پتروشیمی موجود در بازار

تعداد تولیدکننده	تعداد کالا	$11 > 7000$	$5000 < 11 < 7000$	$3000 < 11 < 5000$	$11 < 3000$
۱	۳۴۱	۱۰۰٪	۰٪	۰٪	۰٪
۲	۴۵	۵۱٪	۴۹٪	۰٪	۰٪
۳	۲۳	۲۲٪	۲۲٪	۵۷٪	۰٪
۴	۷	۲۹٪	۲۹٪	۴۳٪	۰٪

توضیحات: در این جدول از داده‌های مربوط به معاملات محصولات پتروشیمی در بورس کالای ایران از فروردین‌ماه سال ۱۳۹۲ تا اسفندماه سال ۱۳۹۴ استفاده شده است. هیچ کالای پتروشیمی با شاخص هرfindahl-هیرشمن کمتر از ۳۰ درصد وجود ندارد.

^{۱۱} Herfindahl-Hirschman index (HHI)

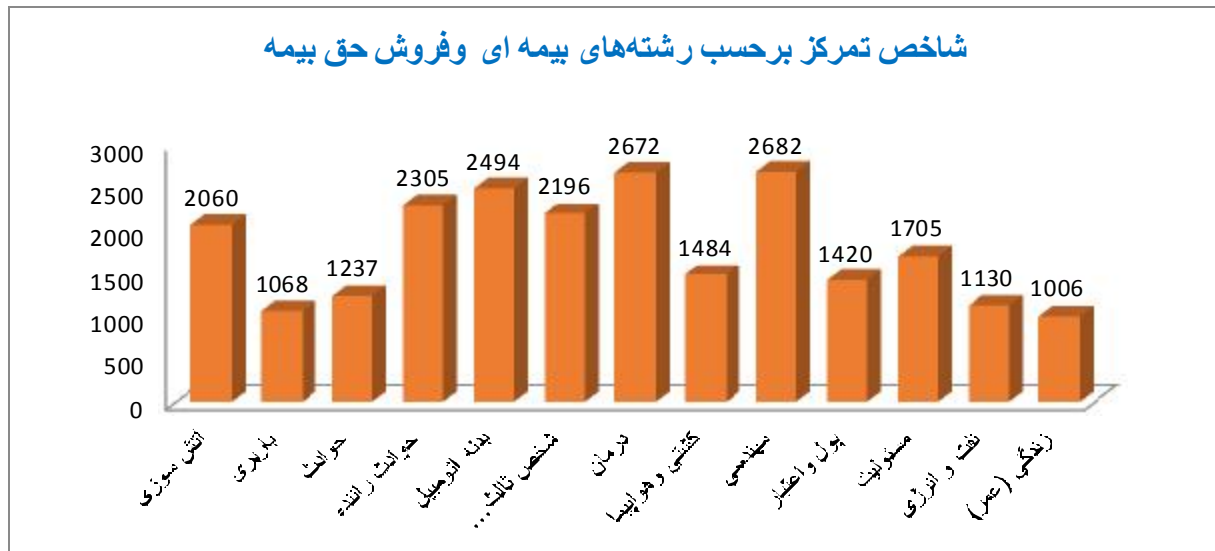
با توجه به این جدول قابل مشاهده است که هیچ کالای پتروشیمی با شاخص هرفیندال-هیرشمن زیر ۳۰۰۰ واحد وجود ندارد. کالاهایی که دارای ۲ تولیدکننده هستند نیز همگی شاخص بالای ۵۰۰۰ را نشان می‌دهند که در کنار کالاهای با یک تولیدکننده، با توجه به ردیف اول و دوم از ستون آخر جدول ۱-۲ نزدیک به ۷۰ درصد بازار را تشکیل می‌دهند.

در ادامه وضعیت رقابت قیمتی انواع محصولات پتروشیمی را مورد بررسی قرار می‌دهیم. کالای پتروشیمی در بورس کالا با قیمت پایه‌ای تعیین شده توسط شرکت ملی صنایع پتروشیمی، عرضه می‌شود. در صورتی که میزان تقاضا کمتر از میزان عرضه باشد، مبادله به قیمت پایه صورت می‌گیرد. ولی در صورت بالاتر بودن مقدار تقاضا شده از میزان عرضه، رقابت قیمتی بین خریداران رخ می‌دهد و به اندازه‌ی درصدی بالاتر از قیمت پایه مبادله انجام می‌شود. در پایان می‌توان جمع‌بندی موارد ذکر شده را اینگونه انجام داد که در حالت کلی معیار و ملاک با ثباتی برای تنظیم بازار محصولات پتروشیمی تا کنون وجود نداشته است. لذا باید هدف برای آن تعیین نموده و معیارهای مناسب آن تعریف شود تا از این طریق بتوان به نظارت مناسب و جامع این بازار پرداخت.

گزارش صنعت بیمه و بررسی وضعیت تمرکز در بازار بیمه ایران:

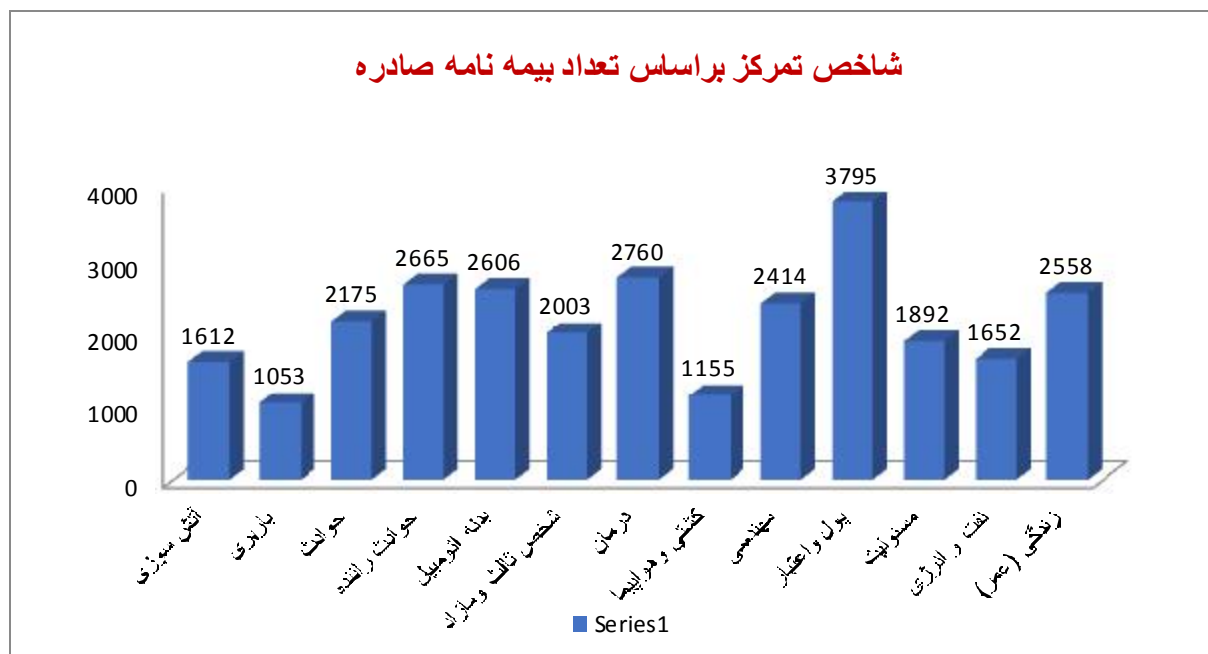
نمودار زیر نشان می‌دهد که در فروش رشته بیمه‌های آتش سوزی، حوادث راننده، بدنه اتومبیل، شخص ثالث و مازاد، درمان و مهندسی، میزان سنجش بیشتر از ۱۸۰۰ ارزیابی شده است لذا **سطح تمرکز شدید** و در رشته بیمه‌های باربری، حوادث، کشتی و هواپیما، پول و اعتبار، نفت و انرژی و بیمه‌های عمر میزان سنجش کمتر از ۱۸۰۰ و بیشتر از ۱۰۰۰ بوده لذا **سطح تمرکز ملایم** است ضمن اینکه در هیچ یک از رشته بیمه‌های عنوان شده میزان سنجش کمتر از هزار نبوده و به عبارتی رقابتی نمی‌باشد.

انحصار موجود در رشته بیمه‌های آتش سوزی، حوادث انفرادی، بدنه اتومبیل، شخص ثالث و مازاد، درمان و مهندسی در اختیار شرکت بیمه ایران بوده که بطور متوسط حدود ۴۵ درصد بازار را در اختیار دارد.



سهم تعداد بیمه نامه صادره به تفکیک در سبد شرکتهای مختلف بیمه :

در تعداد بیمه نامه صادره نمودار زیر نشان می دهد که در رشته بیمه های پول و اعتبار - عمر - مسئولیت - حوادث - حوادث راننده - بدنه اتومبیل - شخص ثالث و مزاد - درمان و مهندسی میزان سنجش بیشتر از ۱۸۰۰ بوده لذا سطح تمرکز شدید و در رشته بیمه های آتش سوزی - باربری - کشتی و هواپیما - نفت و انرژی میزان سنجش کمتر از ۱۸۰۰ و بیشتر از ۱۰۰۰ ارزیابی شده لذا سطح تمرکز ملایم است ضمن اینکه در هیچ یک از رشته بیمه های عنوان شده میزان سنجش کمتر از هزار نبوده و به عبارتی رقابتی نمی باشد. در تعداد بیمه نامه های صادره ۹ رشته بیمه ای میزان سنجش آنها بیشتر از ۱۸۰۰ ارزیابی شده لذا سطح تمرکز شدید است در حالیکه به لحاظ فروش شش رشته بیمه دارای سطح تمرکز شدید می باشند. انحصار موجود در رشته بیمه های مسئولیت - حوادث - حوادث انفرادی - بدنه اتومبیل - شخص ثالث و مزاد در اختیار شرکت بیمه ایران و انحصار رشته درمان با سهم حدود ۴۹٪ در اختیار شرکت بیمه سامان انحصار در رشته مهندسی با ۴۶٪ در اختیار شرکت بیمه ما ، انحصار در رشته بیمه ای پول و اعتبار در اختیار دو شرکت بیمه ملت با ۴۸٪ و بیمه ایران با ۳۸٪ و سرانجام انحصار در رشته بیمه عمر با ۴۷ درصد در اختیار شرکت بیمه آسیا می باشد. بدین ترتیب ملاحظه می شود بازارهای بیمه در کشور تقسیم بندی مناسبی ندارند.



بررسی وضعیت تمرکز در کل صنعت بیمه و بر اساس مجموع سهم چهار بنگاه برتر در تمامی ۱۵ رشته بیمه‌ای حاکی از آن است که چهار شرکت بیمه (ایران، آسیا، پارسیان و البرز) رتبه‌های اول تا چهارم سهم بازار را در اختیار داشته‌اند. مجموع سهم این چهار شرکت از ۷۵ درصد در سال ۱۳۸۷ به ۷۱ درصد در سال ۱۳۸۸ رسیده است که در مجموع اندکی بهبود در وضعیت تمرکز طی دو سال مورد بررسی را نشان می‌دهد. سهم بیمه ایران با ۴۷ درصد در صدر تصاحب‌کنندگان بازار بیمه کشور قرار دارد و در مرحله بعد، بیمه‌های آسیا، پارسیان و البرز هر یک به ترتیب دارای ۱۴، ۷ و ۶ درصد سهم بازار بیمه کشور هستند. نکته قابل توجه در این صنعت، وجود فاصله و نابرابری زیاد بین سهم بنگاه اول یعنی بیمه ایران با سهم بنگاه‌های بعدی است که عمدتاً به دلیل دولتی بودن گستردگی و قدمت نمایندگی‌ها و شعب بیمه ایران نسبت به سایر شرکت‌های بیمه‌ای و احتمال پایین بودن ورشکستگی این شرکت در ذهن بیمه‌گذاران می‌باشد برای اطلاع از وضعیت تمرکز در هر یک از ۱۵ رشته بیمه‌ای به تفکیک شاخص هرفیندال - هیرشمن و همچنین تغییرات سهم هر یک از چهار بنگاه فوق به گزارش تفصیلی منتشر شده در سال ۱۳۸۹ از سوی مرکز ملی رقابت در این زمینه رجوع فرمایید.^{۱۲}

^{۱۲} - گزارش تفصیلی بیمه، ساختار بیمه و جایگاه نرخ خسارت رشته‌های بیمه‌ای، مرکز ملی رقابت، دیماه ۱۳۸۹، صص ۶۲-۳۶

بررسی موانع ساختاری رقابت در اقتصاد ایران

معمولا در اقتصادهای دولتی که عمدتا متکی بر درآمدهای تک محصولی (نفت) هستند و مردم یا بخش خصوصی نقش کمرنگی در تامین درآمدهای ارزی کشور دارند تحقق رقابت پذیری بسیار دشوارتر از اقتصادهایی خواهد بود که اندازه و سهم دولت در اقتصاد متناسب تعیین شده است. زیرا در اقتصادهای دولتی و تک محصولی، دولت خود به منزله یک انحصارگر یا ابر پیمانکار بزرگ جلوه می نماید و در مواردی حتی بخش خصوصی نیز برای تداوم بقای خود محتاج به سرریز بودجه های دولتی برای انجام پروژه های دولتی می باشد. نتیجه آنکه با ساختار اتکاء انحصاری به درآمدهای حاصل از صادرات نفت خام، انحصار دایما باز تولید یا تقویت خواهد شد چرا که بعضا به لحاظ تمایلات ساختاری و براساس نظریه "وابستگی به مسیر" دولت با دفاع از لزوم بقای انحصارات، حفاظت از آن را توجیه می نماید زیرا انحصارات نهادینه شده در ساختار اقتصاد و سازمان دولت جملگی به اقتضای مصالحی و بر اساس قانون ایجاد شده اند که توجیه فسخ آن نیز به مستمسک قانونی و طی مراحل پیچیده آن نیاز دارد، به همین دلیل رفع انحصارات عمدتا دولتی و حراست از فضای رقابتی، بدون وضع قوانین جدید و ایجاد تشکلهای قانونی، فراقوه ای و مردم نهاد عملا ممکن نبوده و به تشکلی مستقل از دولت و ذینفعان نیاز داشت که خوشبختانه با تصویب قانون اجرای سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون اساسی و با فراهم آمدن بستر حقوقی تشکیل شورای رقابت بعنوان تشکلی فراقوه ای مقدمات تحقق نهادهای حراست کننده از رقابت همانند خیلی از کشورهای موفق در این زمینه فراهم گردید.

به نظر می رسد اگر چه قانون سیاستهای کلی اصل ۴۴ و فصل نهم آن تحت عنوان قانون تسهیل رقابت و منع انحصار در کشور تصویب شده و شورای رقابت هم تشکیل شده اما این فقط بخشی از کار است چرا که برخی از موانع ساختاری در اقتصاد ایران نیز بایستی شناسایی و به تدریج مرتفع گردند. به عبارتی برابر قانون سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون اساسی چند شرط یا عامل دیگر نیز بایستی در فضای اقتصاد سیاسی کشور مجتمع گردد تا فضای کسب و کار در کشور متحول و دگرگون شود و در آن صورت اثربخشی تصمیمات شورای رقابت بیشتر و بطور کلی شرط کافی رقابت پذیری در کشور محقق گردد:

- ۱- تسریع در خصوصی سازی به منظور افزایش تعداد بازیگران واقعی اقتصاد و پرهیز از شبه دولتی شدن اقتصاد در واگذاری ها با اجرای بدون تنازل سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون اساسی به منظور ایجاد شرایط شفاف و برابر رقابتی در فعالیتهای اقتصادی
- ۲- بستر سازی و فراهم سازی محیطهای قانونی و اقتصادی کسب و کار برای ورود مشتاقانه بخش خصوصی و بنگاههای اقتصادی در فضایی کاملا رقابتی و حصول اطمینان آنها از برابر بودن شرایط رقابت برای سرمایه گذاری امن در کشور اعم از داخلی و خارجی
- ۳- در مقابل بهره روری و رقابت پذیری بنگاههای خصوصی، رانت شرکتهای ناکارآمد دولتی بعنوان رقبای بخش خصوصی، مانع بزرگ رقابتی شدن اقتصاد می باشد لذا حمایت قاطع تمامی ارکان نظام از حذف هرگونه

رانت و برتری جویی مصلحتی جزء لوازم کار و شرط کافی توفیق در این مهم است. که راه حل اساسی مستلزم خلع ید و خروج عاملیت‌های تصدیگرانه دولتی از فعالیت‌های اقتصادی به منظور ایجاد شرایط برابر و شفاف است.

۴- روح کلی حاکم بر قانون سیاست‌های کلی اصل ۴۴ مبتنی بر رقابتی بودن و رقابت پذیری در فعالیت‌های بخش خصوصی است، زیرا مراد از رقابت پذیری، افزایش بهره‌وری و کارایی، کاهش هزینه‌ها و چابکی در عملیات بوده است و تبعاً رقابت بنگاه‌های دولتی مد نظر نبوده و نیست زیرا عموماً پدیده رانت و دولتی بودن بنگاه، مانع کارآمدی و بهره‌وری است که نقض غرض است به همین دلیل فعالیت‌های اقتصادی حاکمیتی صرفاً به مواردی ذیل گروه سه ماده ۲ فصل دوم قانون محدود شده اند و قانونگذار نیز واقف به این امر مهم بوده است بنابراین کل اجزای حاکمیت بایستی به لوازم اجرای این قانون پایبند باشند و لذا قبل از خروج اینگونه بنگاه‌های ناکارآمد و نازپرورده دولتی (که همت، زمانبری و فعالیت عظیمی را توسط تمامی وزارتخانه‌های دولتی و حاکمیتی می‌طلبد) ایجاد شرایط برابر رقابتی در دو حوزه فعالیت خصوصی و دولتی در یک زمینه فعالیت بسیار دشوار است. که دلایل آن متعدد و پیچیده است. لذا استقرار بنگاه‌های بخش خصوصی در جایگزینی بنگاه‌های موجود دولتی و شبه دولتی، یکی از پیش‌نیازهای اثر بخشی تصمیمات شورا و تحقق اصل رقابت پذیری در کشور است. بعنوان مثال در دولت گذشته برخی بنگاه‌های دولتی بعضاً بواسطه اتکاء به بدنه قدرت دولتی و حاکمیتی حتی از اجرای مصوبات شورای رقابت به لطایف الحیل سر باز می‌زدند و یا عملاً از عدم اجرای آن سخن می‌گویند.

۵- و نهایتاً اینکه تحقق رقابت پذیری مستلزم فراهم شدن محیط مناسب برای فعالیت‌های اقتصادی بخش خصوصی است که از آن تحت عنوان فضای کسب و کار نام برده می‌شود. با نگاهی اجمالی به قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار (که خوشبختانه با تلاش مضاعف دولت و پارلمان بخش خصوصی کشور در تاریخ ۱۳۹۰/۱۲/۳ تصویب و به تایید شورای محترم نگهبان رسید) در خواهیم یافت که برای اجرا و تحقق این قانون مهم، سازمانها و نهادهای بسیار زیادی اعم از دولتی و خصوصی وظایف و تعهدات مختلفی را باید انجام دهند و دستورالعمل‌ها و آییننامه‌های مختلفی باید تدوین و تصویب شود تا امکان اجرای جامع و هماهنگ قانون یادشده فراهم شود. پیچیدگی‌های موجود در زمینه ضرورت هماهنگی و اجماع تمامی ارکان این قانون اعم از قوه قضائیه، مجریه و مقننه، نیروی انتظامی، رسانه‌های ملی و محلی، تشکلهای کارگری و کارفرمایی، تامین اجتماعی، اتاق‌های بازرگانی و... از عواملی هستند که بر زمان‌بری این مهم افزوده است. بعنوان مثال در مواد ۲۹ گانه قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار، رویه‌ها و دستورالعمل‌های زیادی بایستی توسط وزارتخانه‌هایی نظیر صنعت، معدن و تجارت، امور اقتصاد و دارایی، امور خارجه، وزارت کشور و شهرداری‌ها و... تدوین یا اصلاح گردد. همچنین در ماده ۲۹ این قانون قید شده است که: قوه قضائیه و دولت اقدامات قانونی لازم را برای تنظیم آیین‌دادرسی تجاری و تشکیل دادگاههای تجاری به عمل آورند. بنابراین، نقش فراقوه‌ای شورای رقابت در درجه اول رسیدگی به موارد

مخل رقابت، در فضای کسب و کار موجود یا فعلی کشور است به عبارت دیگر حفاظت از فضای کسب و کار و سطح رقابت است و نه در ایجاد آن، زیرا ایجاد فضای کسب و کار رقابتی مستلزم تلاش زاید الوصف و مستمر تمامی نهادهای قانونگذاری و اجرایی است. مثلاً فارغ از غلط با درست بودن فرض ایجاد قطب سوم خودروسازی برای تحرک در رقابتی شدن ببینید چقدر مخالف و موافق دارد لذا برخی تصمیمات منتج به رقابت پذیری به اجماع تمام یا بخش عمده ای از مراجع تصمیم گیری نیاز دارد.

مصادیق فوق از آن جهت ذکر شد که موانع و پیچیدگی‌های ساختاری و پیش‌نیازهای فضای دور و نزدیک پیش‌روی رقابتی شدن اقتصاد کشور و اثر بخش‌تر شدن تصمیمات شورای رقابت را یادآور شویم. لذا موثر بودن فعالیت شورای رقابت به فضای تعریف شده خاص خود نیازمند است در غیر این صورت برآورده شدن انتظارات متناسب با تحقق پیش‌نیازها ملاک خواهد بود.

پیش‌بینی وضعیت رقابت پذیری کشور

با توجه به مجموع شرایط اقتصادی - سیاسی کشور پیش‌بینی وضعیت رقابت پذیری کشور اندکی دشوار است اما بطور کلی می‌توان اذعان نمود که در شرایط پسا تحریم و به موازات عادی شدن مناسبات کشور متعاقب مذاکرات و توافقات برجام، تاحدودی چشم‌اندازهای بهبود و ارتقای محیط کسب و کار و رقابت پذیری کشور هموارتر شده است و سازمان‌های بین‌المللی نیز بر بهبود رشد اقتصادی کشور و توسعه درجه اعتماد تجاری کشور در سال‌های آتی اشاره نموده‌اند. بررسی روند متغیرهای اقتصادی کشور نشان می‌دهد که طی دوره ۹۰-۱۳۸۱ (قبل از تشدید تحریم‌ها) متوسط رشد اقتصادی کشور ۵ درصد، متوسط رشد ارزش افزوده بخش صنعت ۷ درصد و متوسط تشکیل سرمایه ثابت ناخالص داخلی کشور ۶ درصد بوده است در حالیکه طی دوره ۹۲-۱۳۹۱ (بعد از تشدید تحریم‌ها) متوسط رشد این متغیرها به ترتیب به ۱,۹-، ۲- و ۹- درصد کاهش یافته است. که نشانگر ایجاد شکست ساختاری در روند متغیرهای اقتصادی و بروز رکود تورمی در ادوار پس از تحریم‌های اقتصادی می‌باشد. نظر سنجی انجام شده در خصوص پیش‌بینی وضعیت آتی متغیرهای اقتصادی نشانگر پیش‌بینی ۴,۶ درصدی برای رشد اقتصادی و رشد ۹ درصدی برای ارزش افزوده بخش صنعت و معدن در سال ۱۳۹۵ می‌باشد، از طرفی برابر جدیدترین گزارش منتشر شده از سوی بانک جهانی در خصوص شاخص عملکرد لجستیک سال ۲۰۱۶، رتبه ایران در این شاخص بین‌المللی (LPI) با ۱۸ پله صعود به رتبه ۹۶ ارتقاء یافته است که زیر شاخص سهولت در ارسال محموله‌های بین‌المللی در این جهش، سهم عمده‌ای داشته است، همین‌طور برابر اعلام بانک جهانی در تازه‌ترین گزارش خود موسوم به «انجام کسب و کار ۲۰۱۶» نیز، فضای کسب و کار در ایران بهبود نسبی داشته است. و جایگاه ایران امسال در رده بندی جهانی فضای کسب و کار در میان ۱۸۹ کشور در رده ۱۱۸ جهان قرار گرفته است که نسبت به سال قبل تنها یک پله صعود داشته است. که بیانگر لزوم تلاش‌های بیشتر در فراهم سازی پیش‌نیازهای لازم برای توسعه فضای کسب و کار به منزله فراهم سازی سازوکارهای ضروری برای توسعه رقابت‌پذیری است. بنابر این همانگونه که قبلاً ذکر شد، مولفه‌های ۱۲

گانه رقابت‌پذیری دارای اثرات متقابل و غیر قابل تفکیک هستند و تنها در صورتی موجب ارتقای رقابت‌پذیری خواهند شد که برآیند همه مولفه‌ها صعودی و موجب تقویت دیگر زیر شاخص‌ها شود و به عبارتی زیر شاخصی سد راه ارتقای دیگر مولفه‌ها نگردد. با این پیش‌مقدمه، از دو زاویه می‌توان به این موضوع نگریست یکی اینکه موضوع رقابت‌پذیری مانند بهره‌وری از مقوله‌های مستمر است که حد یقف ندارد بنابراین کلیت ارکان نظام بصورت ید واحد، باید تلاش داشته باشند که دایما در تمام مولفه‌ها رو به جلو حرکت شود و وضع امسالمان در تمام مولفه‌ها بهتر از پارسال باشد که لازمه آن همصدایی و ثبات درسیاستها میباشد. برای ارزیابی رقابت‌پذیری همه ساله شاخص‌های جهانی کشورها منتشر می‌شود و همانگونه که در ابتدای گزارش ذکر شد مجمع جهانی اقتصاد در گزارش اخیر خود با بررسی ۱۴۰ کشور رتبه ایران در شاخص رقابت‌پذیری را در سال ۱۶-۲۰۱۵ برابر ۷۴ اعلام کرد که نه پله صعود را نسبت به دوره ۱۵-۲۰۱۴ نشان می‌دهد. که اتاق بازرگانی به نمایندگی از بخش خصوصی کشور با همکاری سایر وزارتخانه‌ها و قوای سه‌گانه در تهیه این شاخص برای کشورمان با این نهاد بین‌المللی مشارکت دارد. نکته دیگر اینکه آیا در چنین موضوع چند وجهی، فراقوه‌ای و بااهمیتی نظیر تحقق رقابتی شدن اقتصاد، شورای رقابت چه وزنی دارد و آیا بسترسازی‌های لازم و پیش‌نیازهای قانونی و اجرایی بالاسری برای تحقق این موضوع فراهم و تدارک شده اند مثلا آیا فضای کسب و کار ما مساعد است و خصوصی‌سازی برای ایجاد رقابت برابر مابین بنگاه‌های اقتصادی صورت گرفته است.

همانگونه که ذکر شد بستر سازی‌های رقابتی شدن اقتصاد از اختیارات و وظایف کلیت نظام تصمیم‌گیری کشور، اعم از قوه مجریه، مقننه و قضاییه است تا فضای کسب و کار رقابتی شود. شورای رقابت برابر قانون در چنین فضایی وظیفه دارد تا از اعمال مخل رقابت (از طریق تشخیص مستقیم یا رسیدگی به شکایات) جلوگیری کند، درحالیکه وظیفه مستقیم بسترسازی‌های رقابتی بعهده نهادهای اجرایی و تقنینی است. بنابر این اگر بسترسازی‌های مناسب و رقابت‌تنگاتنگ بخش خصوصی در کار نباشد و اندازه و تعداد بنگاه‌های دولتی فضا را برای رقابت، نامساعد نمایند در این صورت، دامنه اثر بخشی فعالیت شورای رقابت محدود خواهد بود. لذا اندازه‌گیری و ارزیابی میزان توفیق شورای رقابت با در نظر گرفتن ملاحظات فوق باید صورت گیرد. بنظر میرسد که نقش اصلی و کاربردی شورای رقابت دقیقا پس از شکل‌گیری بخش خصوصی واقعی در اقتصاد آغاز می‌شود زیرا در چنین محیطی است که اثر بخشی تصمیمات شورا مشخص و موثرتر خواهد شد و در حقیقت در فضایی عاری از رانت‌های بنگاه‌های دولتی و شبه دولتی است که مزیت‌های رقابت برابر و شفاف پدیدار خواهد شد و آثار و برکات و فواید رقابتی شدن واقعی اقتصاد به منصفه ظهور خواهد نشست و در اینصورت است که هرگونه اعمال مخل رقابت مانند لکه‌ای تیره در سفیدی رقابتی شدن فضا و شفافیت‌های ناشی از آن هویدا خواهد شد در حالیکه در فضای خاکستری فعلی که مملو از شرکتهای دولتی و یا شبه دولتی با انواع رانت‌های پیدا و پنهان است و با فسادهای سیستماتیک تعبیه شده در ذات فضاهای انحصاری و رانتی، اثبات انحصار طی طریقی پیچیده و طولانی را می‌طلبد که بعضا با مقاومت‌های ناشی از دولتی بودن با طرح برخی مصلحت‌سنجی‌ها مواجه می‌شود که رسیدگی به اینگونه موارد را مشکل می‌نماید اما در محیطی که برخوردار از فضای کسب و کار مناسب و مملو از بنگاه‌های بخش

خصوصی باشد فضای رسیدگی سریع به شکایات واصله و تصمیم گیری بموقع برای شورا فراهم خواهد شد طبیعی است در اینصورت بازوی اجرایی، نظارتی و کارشناسی شورا یعنی مرکز ملی رقابت نیز بایستی برای رسیدگی و کارشناسی به انبوه شکایات متعدد شرکتهایی که شبهه اعمال ضد رقابتی دارند، تقویت شود. چرا که اگر بخواهیم فضای فعلی را با فضای آتی قیاس کنیم شاید بتوانیم با اندکی مسامحه بگوییم که در وضعیت فعلی مواجه هستیم با: بی شمار شرکتهای دولتی یا شبه دولتی و بعضاً خصوصی همراه با موارد شکایات محدود و رسیدگی طولانی مدت در مقابل فضای آتی که مواجه خواهیم شد با بی شمار شرکتهای خصوصی و بعضاً شبه دولتی یا نادر دولتی با موارد شکایات بسیار متعدد و رسیدگی فوری!

بنابر این تامین نیازهای توسعه ای شورا و مرکز ملی رقابت بعنوان بازوی اجرایی و کارشناسی شورا نیز یکی از پیش نیازها و بسترسازیهای نهادی وضعیت گذار از وضع فعلی است. تقویت سرمایه‌های انسانی و نیروی کارشناسی مرکز و همچنین توسعه و تاسیس نمایندگیهای استانی در استانهای مختلف و تامین بودجه مورد نیاز مرکز برای جذب بازرسان، کاشنسان و اعضای هیات علمی در حد پاسخگویی بموقع به تمامی شکایات بنگاه ها و کارگروههای تخصصی کاملاً احساس می شود.

لزوم نگاه یکپارچه به کلیه اجزاء سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و لزوم فرماندهی واحد برای مقاوم شدن اقتصاد و

تحقق رقابت‌پذیری به عنوان پیش نیاز توسعه اقتصادی کشور

صاحب‌نظران مبحث رقابت‌پذیری ضمانت توفیق در تحقق رقابت‌پذیری را در اجرای تمام و کمال، یکپارچه و سیستمی کلیه اجزاء دوازده‌گانه رقابت‌پذیری می‌دانند. بر اساس اجزاء ۱۲ گانه شاخص رقابت‌پذیری جهانی، کارآمدی و رقابت‌پذیری در اقتصاد به شرطی تحقق می‌یابد که شاخص‌های کلان اقتصادی از ثبات برخوردار بوده و "نهادهای کارآمد، زیرساختهای مناسب، بهداشت و آموزش با کیفیت، دانش تخصصی بالا، برخورداری از بازار کالا، بازار کار و نظام مالی کارآمد و مناسب، سطح بالای فن‌آوری، تخصصی‌شدن تجارت و کسب و کار پیشرفته و نهایتاً نوآوری و خلاقیت" در بسترها و نهادهای جامعه حکم‌فرما باشد تا اقتصادهای مبتنی بر خام فروشی و منبع محور را به اقتصادی درون‌زا و کارایی محور و نهایتاً خلاقیت محور و دانش‌بنیان تبدیل نماید و با افزایش سهم تولید و صادرات محصولات و خدمت، جایگاه جهانی کشور و نهایتاً سطح رفاه جامعه را ارتقاء بخشد.

نظیر همین استدلال، یعنی لزوم یکپارچگی در اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی نیز شرط اساسی و پیش نیاز توفیق در اجرا و تحقق اهداف آن می‌باشد. برای درک دقیق‌تر میزان تاثیر گذاری و ضرورت این یکپارچگی و با نگاهی به مفاد اقتصاد مقاومتی در می‌یابیم که با تحقق مفاد اقتصاد مقاومتی به نوعی اجزاء و شرایط ۱۲ گانه شاخص رقابت‌پذیری نیز در کشور محقق می‌شوند و متقابلاً با تحقق پیش‌نیازهای رقابت‌پذیر شدن اقتصاد کشور، بخش اساسی سیاست‌های اقتصاد مقاومتی بصورت متوازن و با توسعه‌ای درون‌زا متکی بر اقتصادی دانش بنیان محقق خواهد شد.

به منظور درک بهتر مفهوم لزوم یکپارچگی در کلیه اجزای این سیاست در فرآیند اجرا به عنوان مثال می‌توان ذکر نمود که: تحقق بند ۱۰ سیاست‌های اقتصاد مقاومتی مبنی بر "توسعه صادرات با هدف گسترش پایدار سهم ایران در بازارهای هدف و تشویق سرمایه‌گذاری خارجی" بدون تحقق مفاد بند ۱۲ اقتصاد مقاومتی مبنی بر "توسعه پیوندهای راهبردی و گسترش همکاری و مشارکت با کشورهای منطقه و جهان بویژه همسایگان" و تعامل با رقبا و شرکای تجاری امکان پذیر نخواهد بود. لازم به ذکر است برای بند سیاست‌های اقتصاد مقاومتی می‌توان بندهای متناظر و پیش‌نیاز مربوطه از زیر شاخص‌های رقابت‌پذیری نظیر بهره‌وری، نظام مالی، سرمایه انسانی، مادی و ... را مثال زد که شاهدهی بر درهم تنیدگی اجزای متعدد سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و دوسویه بودن تحقق اجزای متعدد آن در صحنه اجرا و لازم و ملزوم بودن تعاملی آنها به منظور مقاوم شدن و رقابت‌پذیر شدن اقتصاد کشور از جمله: فرماندهی واحد، یک صدایی و استمرار ثبات شرایط کلان اقتصادی و سیل‌سی و همچنین تعامل مورد نظر با کشورهای جهان (بند ۱۲) و ... می‌باشد.

نکته کلیدی اینکه تا کنون بدون استثناء و با اندکی تسامح، تمامی دولت‌ها در چارچوب برنامه‌های توسعه پنج ساله بدنبال تحقق سیاست‌های فوق‌الاشاره از جمله توسعه تولید، صادرات و سرمایه‌گذاری، ارتقاء بهره‌وری و رقابت‌پذیری و ... بوده‌اند اما در فضای عدم ثبات اقتصاد کلان و نبود تعامل بین‌المللی امکان توفیق این سیاست‌ها فراهم نبوده است نتیجه آنکه شاید بتوان حلقه مفقوده توفیق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و شاخص‌های دوازده‌گانه رقابت‌پذیری را تاکنون در نبود این دو شرط اساسی در فضای کسب و کار ایران جستجو کرد لذا تاکید بر استمرار تامین این دو پیش‌نیاز به منظور حصول توفیق در اجرای سیاست‌های فوق‌الاشاره در زمان کنونی توصیه می‌شود.

ارزیابی و پیشنهادهایی برای بهبود رقابت پذیری اقتصاد ایران^{۱۳}

در یک جمع‌بندی کلی مطابق نتایج مطالعات و پژوهش‌های بین‌المللی و داخلی فضای رقابتی و رقابت‌پذیری اقتصاد ملی ایران رضایت بخش نیست و بسیاری از مطالعات بین‌المللی در حوزه‌ها و مولفه‌های گوناگون رقابت‌پذیری اقتصاد ملی اوضاع جامعه و اقتصاد ایران را ضعیف ارزیابی می‌کنند. خلاصه نتایج پژوهش نشان می‌دهد که:

۱. موقعیت توسعه‌ای ایران در گذار از مرحله توسعه نیازهای پایه به مرحله ارتقای کارایی قرار دارد و لذا عمده مولفه‌های ارتقاء دهنده توسعه فضای رقابتی ایران نهادها، زیرساختها، ثبات کلان اقتصادی، بهداشت و آموزش (ابتدایی- عالی)، کارایی انواع بازارها (کالاها - کار - مالی)، آمادگی جذب تکنولوژی و اندازه بازار می‌تواند باشد.

^{۱۳} - رقابت‌پذیری جهانی اقتصاد ایران و ترسیم نقشه راه و سیاست‌های مناسب در بهبود آن، دکتر سعید راسخی و میرعبداله حسینی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری دانشگاه مازندران و موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی ۱۳۹۳

۲. بر مبنای شاخص‌های مختلف حکمرانی از جمله توانایی در کنترل فساد، ثبات سیاسی و نبود خشونت، کیفیت قوانین و مقررات، حاکمیت قانون، اثربخشی و کارآمدی حکومت، و کیفیت حکمرانی چه در میان ۲۰ کشور پر جمعیت جهان و چه در میان اکثر کشورهای خاورمیانه در جایگاه مناسبی قرار ندارد. همین‌طور، نظام اداری ایران، چنانچه ارزیابی‌های نهادهای جهانی چون بانک جهانی نشان می‌دهد، ناکارا است.

۳. مطابق مقیاس‌بندی شاخص عملکرد لجستیکی یا پشتیبانی تجاری ایران در شاخص عملکرد پشتیبانی در گروه کشورهای دارای عملکرد پشتیبانی جزئی (کشورهای کم‌درآمد و کشورهای دارای درآمد متوسط با محدودیت‌های مشابه) قرار دارد و کشورهای دارای عملکرد پشتیبانی جزئی از جمله ایران، در زیرساخت‌های تجاری با محدودیت عمده، در عرضه و کیفیت خدمات پشتیبانی با بازار ضعیف، در نوسازی اساسی گمرک و یکپارچگی مدیریت مرزی با محدودیت عمده بالقوه و در حمل و نقل و تسهیل منطقه‌ای با مشکل بفرنجی مواجهند، که این مولفه‌ها در توسعه و ارتقای رقابت‌پذیری کشور بسیار موثرند. البته همانگونه که قبلاً ذکر شد در جدیدترین گزارش منتشر شده از سوی بانک جهانی، رتبه ایران در شاخص عملکرد لجستیک (LPI) سال ۲۰۱۶، تحت تاثیر فضای پس‌ابرجام و بهبود وجهه ایران در مناسبات بین‌المللی با ۱۸ پله صعود به رتبه ۹۶ ارتقاء یافته است، زیر شاخص سهولت در ارسال محموله‌های بین‌المللی در این جهش، سهم عمده و جهشی ۳۶ پله‌ای داشته است. ایران از نظر کارایی فرایندهای ترخیص کالا رتبه ۱۱۰، کیفیت زیرساخت‌های تجاری و جابجایی رتبه ۷۲، سهولت دسترسی به کالاهای مختلف رتبه ۸۸، شایستگی و کیفیت خدمات لجستیکی رتبه ۸۲، توانایی در تعقیب و ردیابی کالاهای ارسالی رتبه ۱۱۱ و زمان تحویل محموله‌ها رتبه ۱۱۶ را در میان ۱۶۰ کشور جهان بدست آورده است.

۴. با توجه به رتبه‌های مذکور در فوق، باید اذعان داشت که ایران به لحاظ شاخص عملکرد خدمت لجستیک و پشتیبانی تجاری دارای جایگاه و وضعیت مناسبی نیست. در حالیکه به لحاظ موقعیت لجستیکی در بهترین موقعیت قرار دارد، اما از بین ۲۰ کشور منطقه در گزارش سال ۲۰۱۶ پس از کشورهای امارات، قطر، ترکیه، بحرین، عمان، عربستان، کویت، اردن، پاکستان و قزاقستان در رتبه ۱۱ قرار دارد. لازم به ذکر است در گزارش سال ۲۰۱۶، آلمان رتبه اول را از نظر کیفیت لجستیک داشته است و لوکزامبورگ، سوئد، هلند، سنگاپور، بلژیک، اتریش، انگلیس، هنگ کنگ، و آمریکا به ترتیب در رتبه‌های دوم تا دهم قرار گرفته‌اند.

۵. البته عواملی که در بهبود شاخص ترکیبی خدمات پشتیبانی موثر بوده‌اند، شامل ظرفیت و کیفیت خدمات پشتیبانی، تحویل بموقع محموله‌ها، سهولت در ارسال محموله‌های بین‌المللی و کیفیت زیرساخت‌های تجارت و حمل و نقل بوده است. عبارتی با همین ظرفیت و زیرساخت‌های فعلی خدمات پشتیبانی تجاری، اینگونه نیست که رتبه ایران، شایسته جایگاهی پایین‌تر از کشورهای نظیر پاکستان، اردن، قزاقستان یا ارمنستان که بعضاً محصور در خشکی هستند باشد، بلکه با بازتخصیص بهینه در حوزه‌هایی از قبیل سهولت انجام حمل و نقل با قیمت رقابتی؛ امکان ردیابی یا ردگیری محموله‌ها؛ و کارآمدی فرایند ترخیص گمرکی امکان ارتقای رتبه ایران در شاخص خدمات تجاری بخوبی میسر است.

۶. مطالعه ۲۰ نماگر از اجزای شاخص ترکیبی خدمات پشتیبانی تجاری ایران در میان ۱۰ کشور منتخب در ابتدای دهه ۹۰ کشور گویای آن بوده است که ۱۸ نماگر از ۲۰ شاخص، رتبه ایران در میان ۱۰ کشور ۸ و کمتر از ۸ بوده است که در آن میان ضعیف‌ترین (بدترین) موقعیت ایران در شاخص‌هایی از جمله تعداد سازمان‌ها و اسناد در واردات و صادرات، زمان ترخیص با و بدون بازدید فیزیکی، بازدید فیزیکی محموله‌های وارداتی و بالاخره هزینه و زمان ترخیص واردات بوده است.

۷. تجربیات اقتصادهای نوظهور و تازه‌صنعتی‌شده از حیث اقتصادکلان درس‌های زیادی برای کشورهای در حال توسعه از جمله ایران دارد که خواهان تبدیل‌شدن به مقاصد جذاب سرمایه‌گذاری‌های خارجی مربوط به بخش خصوصی هستند. این موضوعی مهم در توسعه است چراکه مسیر «بازارهای نوظهور» تنها مسیر دستیابی به توسعه نیست. همچنان که مثال کشور چین به وضوح این مسئله را اثبات می‌کند. کشورهای در حال توسعه کم‌درآمدی که اخیراً محدودیت‌هایی برای جابه‌جایی سرمایه قائل شده‌اند، ناگزیر خواهند بود تصمیم بگیرند که آیا در مراحل اولیه فرایند توسعه این محدودیت‌ها را بردارند یا آنها را تا زمانی که فرایند توسعه پیشرفت کافی کرده باشد به تأسی از مدل چین حفظ نمایند. ملاحظه مهمی که در این انتخاب باید مدنظر باشد این است که بی‌ثباتی کوتاه مدت در اقتصادکلان می‌تواند اثرات مهمی بر رشد بلندمدت اقتصادی بگذارد. بی‌ثباتی در اقتصاد کلان می‌تواند شیب مسیر رشد را کاهش دهد و لذا برای دستیابی به توسعه اقتصادی درازمدت و نهایتاً توسعه صادرات و ارتقای رقابت‌پذیری، مقابله با بی‌ثباتی از اهمیت بالایی برخوردار است. لذا انتخاب مدل توسعه، تا اندازه‌ای بستگی به این دارد که کدام گزینه مطلوب‌ترین زمینه را برای ایجاد محیط باثبات اقتصادکلان - که توسعه در دل آن رخ می‌دهد - فراهم می‌کند.

۸. برای تضمین ثبات اقتصادکلان در مدل «اقتصادهای نوظهور» صرفاً وجود عملکرد مناسب اقتصادکلان کافی نیست، بلکه به توسعه نهادهای مناسب اقتصاد کلان هم نیاز خواهد بود. این نهادها نقش مهمی در دستیابی به توازن میان قابلیت و انعطاف‌پذیری در سیاست اقتصاد کلان ایفا می‌نمایند. در حوزه مالی دولت این امر شامل طراحی روش‌های تعیین بودجه و نهادهایی می‌شود که درک درستی از توان پرداخت بدهی‌ها به شکل بادوام ارایه می‌دهند؛ بدون آنکه چندان متکی به درآمدهای حق‌الضرب باشند و لذا گزینه به کارگیری سیاست مالی ضدچرخه‌ای را انتخاب می‌کنند بدون آن که لطمه‌ای به اعتماد صاحب سرمایه وارد کنند. در حوزه پولی، این فرایند شامل وجود یک بانک مرکزی مستقل است که تعهد کافی به ثبات قیمت‌ها داشته باشد (شاید از طریق یک سیاست پولی مثل هدف‌گذاری تورم) تا به سیاست پولی اجازه دهد روند انعطاف‌پذیری را برای تثبیت اقتصاد در برابر شوک‌های احتمالی در پیش بگیرد. در حوزه سیاست ارزی، می‌توان آن را شامل یک نظام نرخ ارز دانست که برای شرایط اقتصادی خاص مناسب است. با توجه به بخش مالی، این فرایند شامل قرار دادن چارچوب نهادی در جای خود به شکلی است که ریسک اعطای وام را که با خطرات اخلاقی همراه است به حداقل برساند. اگر چنین چارچوب نهادی در سر جای خود قرار گیرد، مسیر «بازار نوظهور» به سمت رسیدن به توسعه، از این توان بالقوه برخوردار است که باعث منافع اقتصادی قابل توجه باشد که به لطف یک حساب

سرمایه باز به دست می‌آید بدون آن که مزاحمت‌هایی برای روند رشد ایجاد کند که بحران‌های کنونی و «توقف‌های ناگهانی سرمایه» می‌توانند باعث آن شوند.

۹. از مطالعه اقتصاد کلان ایران نتیجه می‌شود که اقتصاد کلان ایران از جنبه‌ها و زوایای مختلف از جمله متغیرهای کلان اقتصادی (بیکاری، تورم و رکود، تشکیل سرمایه ثابت ناخالص و رشد اقتصادی)، بخش خارجی اقتصاد و حساب‌های خارجی، بودجه دولت، وضعیت پولی و بازار سرمایه از عدم تعادلهایی اساسی مواجه است که وضعیت اقتصاد کلان ایران را از شرایط باثبات دور می‌کند. امروزه تجربیات و شواهد بسیاری از جانب اقتصادهای نوظهور و تازه صنعتی شده برای کشورهای در حال توسعه همانند اقتصاد ایران از حیث علم اقتصاد کلان وجود دارد که خواهان تبدیل شدن به کشورهای پیش‌گام و الگو هستند. بی‌ثباتی در اقتصاد کلان می‌تواند اثرات مهمی بر رشد بلندمدت اقتصادی بگذارد. لذا انتخاب مدل توسعه، تا اندازه‌ای بستگی به این دارد که کدام گزینه مطلوب‌ترین زمینه را برای ایجاد محیطی باثبات در اقتصاد کلان که توسعه در دل آن رخ می‌دهد، فراهم می‌کند. برای تضمین ثبات اقتصاد کلان ایران در مدل صرفاً وجود عملکرد مناسب اقتصاد کلان همانند «اقتصاد نوظهور» کافی نیست بلکه به توسعه نهادهای مناسب اقتصاد کلان ایران هم نیاز خواهد بود.

۱۰. انقلاب دانش همراه با جهانی شدن فزاینده، فرصت‌های قابل توجهی را برای بهبود توسعه اقتصادی و اجتماعی ارائه می‌کند اما به هر حال، کشورها نیز اگر قادر نباشند با سرعت فزاینده تغییرات خود را همگام سازند، با ریسک عقب‌افتادگی مواجه می‌شوند. ایران نیز از این قاعده مستثنی نمی‌باشد و نمی‌تواند بدون در نظر گرفتن فرهنگ صنعتی و قواعد فراگیری ملی و نیز قواعد آینده شناسی در عرصه فن‌آوری و به دنبال آن تولید دانش محور و توسعه پایدار موفق باشد. عملکرد رشد اقتصادی و درآمد سرانه در ایران به عنوان مولفه‌های عینی توسعه، در سطح منطقه و جهان رضایت بخش نیست. این در حالی است که کشور از مزیت‌ها و پتانسیل‌های مختلف از جمله سطح بالای امنیت انرژی، وجود منابع مختلف معدنی و نیروی کار فراوان و تحصیل‌کرده برخوردار است. می‌باید در امر تربیت نیروی انسانی نخبه و مهیا نمودن محیط مناسب برای ایجاد اقتصاد دانش و حفظ و نگاه‌داری نیروی انسانی نخبه از راه مشوق‌ها و نه با تهدید و تحدید، که از پیش‌نیازهای رشد و توسعه فن‌آوری و افزایش تولید و بقا و پیشرفت در بازار جهانی است، اهتمام ورزید.

۱۱. با ارزیابی انواع شاخص‌های اندازه‌گیری علوم و فن‌آوری گزارش شده برای ایران و نیز رتبه جهانی ایران، این فرض تأیید می‌شود که وضعیت مولفه‌های نظام فعلی فن‌آوری کشور پاسخگوی نیازهای امروز اقتصاد ایران نمی‌باشد. این خود می‌تواند توضیح دهنده وضعیت نه چندان شلمخ اقتصاد ایران حتی در منطقه منا باشد. براساس شاخص دستیابی و پیشرفت فن‌آوری که توسط برنامه عمران و توسعه ملل متحد گزارش می‌شود و مبنای تهیه «سند توسعه بخش پژوهش و فن‌آوری» قرار گرفته است، ایران با شاخصی معادل ۰٫۲۶ در بین کشورهای «الگوگیرندگان پویا» قرار می‌گیرد که حد پائین شاخص مذکور برای این گروه کشورهاست.

۱۲. با توجه به پیش‌نیازهای اقتصاد دانش‌محور، ویژگی‌های آن و بررسی راهبردهای ملی اقتصاد دانش محور در چند کشور منتخب و نیز با عنایت به عقب‌ماندگی نسبی ایران از اقتصاد دانش محور در چند کشور منتخب،

سیاست‌های سرمایه‌گذاری برای ارتقاء مهارت نیروی انسانی، حمایت از ابداع و نوآوری، توسعه زیرساخت‌ها، آشنایی بدنه کارشناسی دولت با اقتصاد دانش محور توسط سیاست گذاران و به‌ویژه دولت از طریق اعطای معافیت مالیاتی و پرداخت کمک‌های مالی به فعالیتهای مرتبط، احترام به حقوق مالکیت معنوی در سه حوزه تقنین، اجرا و نظارت، ایجاد و توسعه پارک‌های علمی فناوری اطلاعات و مراکز رشد حرفه‌های کوچک و متوسط، ایجاد ارتباط قوی و مؤثر میان دانشگاه و بخش صنعت، توسعه زیرساخت‌های مرتبط با اقتصاد دانش محور در زمینه‌های فنی، مخابراتی و ارتباطی، نیروی انسانی، سازمانی و نهادی و همچنین ایجاد بستر حقوقی و قانونی مناسب با آن مورد توجه قرار گیرد. بر این اساس، برای طی مسیر نیز چندین نقشه راه وجود دارد که با توجه به جایگاه کنونی کشور، لازم است از «الگوی فراگیری منفعل علوم و فن‌آوری مرتبط با FDI» به «الگوی فراگیری فعالانه در ارتباط با FDI» تغییر استراتژی داد و FDI را برای هر دو طرف جذاب نمود.^{۱۴}

۱۳. بدیهی است که بدون توجه به یک نظام موثر نوآوری که محیطی را فراهم می‌آورد که تحقیق و توسعه (R&D) را تغذیه می‌کند و در نتیجه منجر به تولید کالاهای جدید، فرآیندهای جدید و دانش جدید شده و بنابراین منبع عمده پیشرفت فنی است، از قافله جهانی شدن و رقابت جهانی بیش از پیش عقب خواهیم ماند. انتظار می‌رود با توجه به سند چشم‌انداز بیست ساله کشور و نیز برنامه‌های توسعه فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی جاری و در شرف تصویب کشور که بر مبنای دانش و دانایی استوار بوده است و تعامل با اقتصاد جهانی، بتوان با عملیاتی‌کردن و اجرای راهکارهای ارائه شده، در آینده جایگاه قابل قبولی در عرصه اقتصاد دانش محور کسب نمود.

۱۴. بررسی چشم‌انداز محیط کسب و کار ایران حاکی از جایگاه ضعیف، هرچند روبه بهبود است. عمده این تغییر را می‌توان در بهبود شاخص سهولت کسب و کار، آغاز کسب و کار و تعداد مجوزهای ساخت و ساز دانست. از سوی دیگر مقایسه شاخص محیط کسب و کار ایران با کشورهای رقیب و بویژه کشورهای همسایه حاکی از نامناسب بودن محیط کسب و کار در مقایسه با این کشورها می‌باشد.

۱۵. نرخ بالای بیکاری از مشکلات جدی اقتصاد کشور است موضوعی که رهایی از آن مستلزم تقویت جانب عرضه اقتصاد است. فضای دیوانسالارانه و پرپیچ و خم قوانین و مقررات و مراحل اجرایی اخذ مجوز آغاز یک فعالیت اقتصادی در کشور، باعث شده است تا به رغم اهتمام متولیان اقتصاد کلان در حمایت از بنگاه‌های اقتصادی به طرق مختلف از جمله افزایش تسهیلات بانکی و کاهش نرخ‌های بهره، کمک‌های صورت گرفته به جای ارتقاء تولید، از طریق نشت در کانال‌های غیرتولیدی به رشد تقاضا و افزایش سطح عمومی قیمت‌ها منجر شود. در نظر داشته باشیم که مقررات بازار کار در ایران به وضوح بر عملکرد بخش خصوصی (که حدود ۸۰ درصد از کل نیروی کار در کشور را تحت‌استخدام دارد) تاثیرگذار است، به نحویکه نرخ بیکاری ناشی از اختلالات موجود در قوانین و مقررات بازار کار و سایر بازارها غیرقابل انکار است. بی‌تردید انجام اصلاحات در مقررات شرط لازم برای بهبود وضعیت اشتغال در کشور خواهد بود. به نحوی که به اذعان کارشناسان بانک

^{۱۴} - حسینی میر عبدالله، رقابت‌پذیری اقتصاد ایران و راهکارهای بهبود آن در جهان، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۹۰

جهانی تنها با انجام اصلاحات در پنج شاخص اخذ مجوز، حمایت از سرمایه گذاران، استخدام نیروی کار، ثبت مالکیت و انحلال فعالیت، ایران قادر خواهد بود جایگاه خود را از وضعیت فعلی به نحو مطلوبی ارتقا دهد.

۱۶. تنها با برخی اقدامات به ظاهر ساده از جمله توسل به فرآیندهای یک نفر پاسخگوی چند مرحله و یا الکترونیکی کردن فرآیندهای بررسی و صدور مجوز می توان به نحو چشمگیری جایگاه خود را در میان کشورهای جهان ارتقاء داد. در شرایط حاضر، وضعیت نامساعد محیط کسب و کار سبب شده تا هرگونه تزریق نقدینگی به بازار به جای تاثیر ملموس بر سطح اشتغال به جهت نشت به امور واسطه گری و غیرتولیدی به رشد سطح عمومی قیمتتها و یا پیشی گرفتن تولید بالفعل از تولید بالقوه منجر شود. فضای غیرپویا و نامطمئن برای شکل گیری فعالیتهای مولد در کشور، باعث شده است تا اغلب پارامترهای معرف عملکرد اقتصاد کلان ایران از وضعیت نامناسبی در مقایسه با کشورهای منطقه MENA برخوردار باشد.

۱۷. خصوصی سازی بدون آزادسازی ابتر است. انتقال مالکیت بنگاهها به بخش خصوصی در صورتی به بهبود شرایط اقتصادی کشور می انجامد که همراه با آزادی عمل بخش خصوصی در انجام فعالیت های اقتصادی باشد. رقابتی کردن بازار منوط به رفع موانع کسب و کار است. شکل گیری تشکلهای مدیران، کاهش فساد اداری، ایجاد صنوف و اتحادیه های صنفی، افزایش امنیت سرمایه گذاری برای تولید و ... همه باید در کالبد ایجاد محیط مناسب کسب و کار صورت پذیرد. براین اساس از ملزومات سیاست های اصل ۴۴ قانون اساسی ایجاد فضای مناسب برای فعالیت بخش خصوصی است در غیراینصورت به فرض عملی شدن اصل ۴۴، نتیجه آن جز واگذاری ثروت دولت به غیر دولت نخواهد بود و بدون تردید این واگذاری به رونق و رقابت ختم نخواهد شد.

۱۸. یکی از ارکان مهم آزادسازی، ساده سازی و پالایش قوانین و مقررات در جهت بهبود محیط کسب و کار است. در این راستا، بازنگری در قوانین و مقررات موجود در جهت کاهش مداخلات غیرموجه حاکمیت اکیداً توصیه می شود. به نظر می رسد بازنگری قواعد بازی (اعم از قوانین، مقررات، دستورالعملها، آیین نامه ها و رویه های کاری) از ضرورت های مهم بهبود محیط کسب و کار است. در این مقطع لزوم تنقیح قوانین به جانب تسهیل مشارکت بخش خصوصی بوضوح احساس می شود.

۱۹. تا زمانی که حاکمیت (بخصوص قوای مجریه و مقننه) ارزیابی درستی از چالش های محیط کسب و کار و موانع قانونی ایجاد و توسعه کسب و کار نداشته باشند، ممکن است وضع قوانین و مقررات بیشتر، مشکل را بدتر کند، آنچه مسلم است توانمند سازی از جمله سیاست های اقتصادی توسعه ای است که در تمام دنیا مورد استفاده است. توانمند سازی از جمله سیاست های اجتماعی و اشتراک مدار است که سه ضلع آن دولت، نهادهای مدنی و بازار می باشند. این مهم جز با ایجاد فضای مناسب برای شکل گیری صنوف و تشکل ها میسر نیست.

۲۰. صرف نظر از تاثیر منفی محیط کسب و کار بر سمت عرضه اقتصاد، در بازار کار نیز به نظر می رسد گریزی از انعطاف پذیری بیشتر برای جذب نیروی کار جدید که سالانه ۷۵۰ هزار نفر را روانه بازار کار می کند، نیست. به نظر می رسد اریب مدیریت بازار کار به سمت امنیت بیشتر و انعطاف کمتر، مشکلات فراوانی را برای اقتصاد کلان

کشور پدید آورده است. مطالعات نشان می‌دهد یک معاوضه گریزناپذیر بین حمایت از نیروی کار شاغل و ایجاد فضا برای اشتغال نیروی کار غیرشاغل وجود دارد. مقتضی است تعدیل دستمزدهای واقعی حتماً با تغییرات بهره‌وری نیروی کار سازگار باشد.

۲۱. تا زمانی که محیط کسب و کار کشور اصلاح نشود، فشار اجتماعی-سیاسی اشتغال زایی منجر به اعمال سیاست های پولی و مالی انبساطی می‌شوند که آثار تورمی گریزناپذیری دارد.

۲۲. یکی از الزامات تحقق سند چشم انداز، بهبود محیط کسب و کار کشور است. لذا پیشنهاد می‌شود برحسب شاخص‌های تقویم‌کننده این فضا، یک برنامه زمان‌بندی شده بهبود شاخص‌ها توسط نهادهای ذیربط تنظیم شده و در دستور کار دستگاه‌های اجرایی (به خصوص وزارتخانه‌های کار، صنایع و معادن، بازرگانی و اقتصاد) قرار گیرد.

۲۳. اسلسی‌ترین معضل اقتصاد ایران وجود یک اقتصاد به شدت دولتی است از ویژگی‌های اقتصادهای دولتی افزایش رانت است به نحوی که افراد به جای روی آوردن به کارآفرینی تشویق می‌شوند که به مراکز رانت نزدیک شده و از آنها ارتزاق کنند. براساس چشم انداز ۲۰ ساله، ایران باید قدرت اول اقتصادی منطقه باشد این هدف جز با فراهم نمودن شرایط مطلوب اقتصادی برای مشارکت فعالانه و رقابتی بخش خصوصی در عرصه اقتصاد میسر نخواهد بود.

۲۴. شفاف سازی و تسهیل قوانین در تملی عرصه های کسب و کار شامل کلیه مراحل فعالیت اقتصادی از مرحله شکل‌گیری تولید تا انحلال فعالیت شرط لازم برای ترغیب به مشارکت احاد اقتصادی بویژه سرمایه گذار خارجی است. قطعاً مادامی که شاخص‌های کسب و کار در کشور در مقایسه با شاخص‌های سایر کشورها اعم از عرصه جهانی و منطقه ای ناامیدکننده و چشم اندازی غیرروشن داشته باشد نباید انتظار تحولی نو در مشارکت جدی سرمایه گذاران خارجی داشت.

۲۵. مجموعه شرایط و نوع سیاست‌های پولی مالی، نوع قیمت‌گذاری درباره نرخ ارز، سود بانکی، انرژی و رویکرد کسب و کار نشان می‌دهد، برخی دولت‌های قبلی روی یکی از مولفه‌ها متمرکز شده و این رویکرد بیشتر تحت تاثیر «نگرش باز توزیعی» بوده است، در حالی که تحلیل‌ها نشان می‌دهند که متغیرهای مختلف در یک چارچوب به هم پیوسته تعیین شده‌اند و اگر یکی از آنها تغییر کند و مابقی تغییر نکنند ممکن است عدم تعادل در حوزه‌های دیگر را تشدید کرده و شرایط را بدتر کند. به‌رغم اینکه ضرورت افزایش قیمت انرژی برای اقتصاد ایران مشخص شده است، اما حتماً باید با تعریف مشخص از سیاست‌های پولی مالی، اصلاح نرخ ارز و سود بانکی و اصلاح محیط کسب و کار همراه باشد و اگر این مجموعه اصلاحات در کنار هم قرار نگیرد، ممکن است باعث شود با افزایش قیمت تنها عاملی که هزینه بنگاه‌ها را کاهش داده است به افزایش هزینه بنگاه‌ها منجر شده، بدون اینکه محل درآمدی برای بنگاه‌ها ایجاد نماید. با توجه به اینکه بیش از ۲۵٪ GDP به یارانه‌های انرژی اختصاص دارد، تغییر قیمت حامل‌ها باید در چارچوب یک «برنامه جامع» باشد که سیاست‌های پولی - مالی، نرخ ارز و نرخ بهره و همچنین محیط کسب و کار در آن تعریف شده است. بنابراین چنانچه صرفاً به بازتوزیع

منابع در هدفمندی یارانه‌ها توجه شود، ممکن است شانس موفقیت را به میزان قابل توجهی تحت تاثیر خود قرار دهد.

۲۶. و نهایتاً از ۵۰ مولفه تاثیر گذار بر رقابت‌پذیری جهانی تا سال ۲۰۵۰، اهم متغیرها در مقیاس جهانی (کسری بودجه ایالات متحده آمریکا، رکود جهانی، بیکاری گسترده، نرخهای بی سابقه پائین بهره، نوسان شدید نرخهای ارز، انفجار بدهی‌های جهانی، تشدید حمایت‌گرایی، مقررات جدید برای بازارهای مالی جهانی، از دست دادن نقش رهبری دلار، سرمایه‌گذاری انبوه در زمینه علوم زیستی و محیط‌زیست، هماهنگی بهره‌وری در سطح جهان و کاهش تفاوت هزینه نیروی کار، و از میان رفتن شکاف تکنولوژیک) و منطقه‌ای (افزایش ذخایر ارزی قدرتهای نوظهور، قدرت یافتن جنوب، افزایش نقش قدرتهای نوظهور در نهادهای بین‌المللی، ظهور یک طبقه متوسط جدید، احیای روسیه به عنوان یک بازیگر جهانی، تبدیل چین، هند، برزیل و روسیه به قدرتهای تکنولوژیک، کاهش جمعیت اروپا، ژاپن و روسیه) به طور غیرمستقیم بر رقابت‌پذیری ایران تاثیر خواهند گذاشت و همین‌طور قیمت‌های متعادل نفت: حدود ۷۵ دلار به قیمت ثابت، احیای قیمت‌های مواد غذایی و افزایش جذابیت منطقه خلیج فارس بر رقابت‌پذیری جهانی ایران تاثیرگذارند.

تهیه و تنظیم: محمد رضا صادقی فروشانی