

تحلیل تاثیر تجارت بر پراکندگی قدرت انحصاری صنایع در ایران

خلیل حیدری

استادیار، گروه بازرگانی داخلی، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

دریافت: ۱۳۹۹/۴/۱۶ پذیرش: ۱۳۹۹/۵/۲۰

Analysis of the Impact of trade on the Dispersion of Monopoly Power in Iran's Manufacturing Sector

Khalil Heidary

1. Assistant Professor of Institute for Trade Studies and Research

Received: 2020/07/06

Accepted: 2020/08/10

Abstract

Dispersion of monopoly power between industries, regardless of the monopoly power of each industry can lead to inefficient allocation of resources and one of the known strategies to reduce monopoly power and its dispersion is the expansion of trade. Therefore, it is very important to study the impact of trade on monopoly power and monopoly power dispersion. The impact of trade on the dispersion of monopoly power is evaluated in the form of a data panel model. This model considers the dispersion of industrial monopoly power as a function of the dispersion of the degree of openness of the economy (Ratio of Trade to production), the dispersion of total factor productivity and the tariff rate. Also, data have been provided by the survey on Manufacturing establishments with 10 and More Workers of Iran's Statistics Center and Islamic Republic of Iran Customs for the period 1995 to 2013. Findings: Trade has an indirect relationship with the dispersion of market power which in turn improves the allocation of resources and thus increases the productivity of factors of production. Therefore, policies that increase trade volume reduce the dispersion of industry monopoly power. Increasing productivity also reduces the dispersion of industry monopolies. Finally, the tariff rate does not have a significant and direct effect on the dispersion of market power.

Keywords: Monopoly Power, Manufacturing Industries, Monopoly Power Dispersion, Trade.

JEL Classifications: L12, F14

چکیده

پراکندگی قدرت انحصاری بین صنایع، مستقل از قدرت انحصاری هر صنعت می‌تواند موجب تخصیص ناکارای منابع گردد و از جمله راهکارهای شناخته شده برای کاهش قدرت انحصاری و پراکندگی آن، افزایش تجارت است. لذا بررسی تاثیر تجارت بر قدرت انحصاری صنایع و پراکندگی قدرت انحصاری بین صنایع از اهمیت بسزایی برخوردار است. در این مقاله ارزیابی تاثیر تجارت بر پراکندگی قدرت انحصاری صنایع در ایران در قالب یک مدل پانل دیتا صورت می‌گیرد. این مدل پراکندگی قدرت بازار صنایع را تابعی از پراکندگی شاخص بازبودن درجه اقتصاد (نسبت تجارت به تولید)، پراکندگی بهره‌وری کل عوامل تولید، نرخ تعرفه در نظر می‌گیرد. همچنین اطلاعات و داده‌های مورد نیاز نیز از طرح کارگاه‌های صنعتی ده نفر کارکن و بیشتر مرکز آمار ایران و گمرک ج.ا.ی برای دوره ۱۳۷۴ تا ۱۳۹۲ فراهم شده است. یافته‌ها: تجارت رابطه غیرمستقیمی با پراکندگی قدرت بازار دارد به این معنا که با افزایش تجارت یا پراکندگی آن، پراکندگی قدرت بازار کاهش می‌یابد که خود عامل بهبود تخصیص منابع و در نتیجه افزایش بهره‌وری عوامل تولید است. لذا سیاست‌هایی که منجر به افزایش حجم تجارت گردد پراکندگی قدرت انحصاری صنایع را کاهش می‌دهد. همچنین افزایش بهره‌وری، پراکندگی قدرت انحصاری صنایع را کاهش می‌دهد. نکته پایانی آنکه نرخ تعرفه تاثیر معنادار و مستقیمی بر پراکندگی قدرت بازار ندارد.

واژه‌های کلیدی: قدرت انحصاری، صنایع ایران، پراکندگی قدرت انحصاری، تجارت.

طبقه بندی JEL: L12, F14

*Corresponding Author: Khalil Heidary

Email: kh.tafresh@gmail.com

نویسنده مسئول: خلیل حیدری

۱. مقدمه

مطابق آموزه‌های اقتصادخرد، بازار رقابت کامل، کاراترین میزان تولید را ارائه می‌کند. در مقابل هر عاملی که اقتصاد را از این شرایط بهینه پرتویی دور کند موجب تخصیص نامناسب عوامل تولید کمیاب می‌گردد (لیارد و والترز^۱، ۲۰۰۵). یکی از عواملی که اقتصاد را از شرایط بهینگی دور می‌کند انحصار است. انحصار باعث خواهد شد که تولید کمتر از حد بهینه گردد و به تولیدکنندگان در شرایط انحصار قدرتی خواهد داد که قیمت را بالاتر از هزینه نهایی قرار دهند. به این توانایی قدرت انحصاری^۲ یا قدرت بازار^۳ گویند. مطالعات مختلف نشان داده‌اند که قدرت انحصاری در داخل صنایع و بین صنایع متفاوت است. برای مثال معیار شکاف قیمت و هزینه نهایی برای صنایع کارخانه‌ای آمریکا در دامنه ۱ تا ۶۰ درصد تغییر می‌کند. یا اندازه این معیار برای محصولات مبادله‌ای^۴ ۱۳ درصد و برای محصولات غیرمبادله‌ای^۵ ۳۳ درصد است (ایپفانی و گانیکا^۶، ۲۰۱۱: ص ۱). این عدم ناهمسانی در کشورهای درحال توسعه شدت بیشتری دارد برای مثال در حدود ۸۸ درصد صنایع ایران دارای قدرت انحصاری هستند. همچنین ۱۳ درصد صنایع حاشیه سود^۷ کوچکتر از ۱/۰۱، ۳۳ درصد صنایع حاشیه سود بین ۱/۰۱ و ۱/۱۱، ۴۰ درصد صنایع حاشیه سود بین ۱/۱۱ تا ۲، ۱۰ درصد صنایع حاشیه سود ۲ تا ۱۰ و ۴ درصد صنایع حاشیه سود بیش از ۱۰ داشته‌اند (خداداد کاشی و دیگران، ۱۳۹۳: ص ۷۹). این نتایج دلالت بر توزیع ناهمگن حاشیه سود در صنایع ایران دارد.

در الگوهای تعادل جزیی تنها این نکته مورد توجه قرار می‌گیرد که اعمال قدرت بازار، ناشی از انحصار اثرات رفاهی

زیان‌باری دارد. در اینگونه استدلال‌ها به این نکته که در تعادل عمومی تخصیص ناکارآمد منابع به قیمت‌های نسبی و نه قیمت‌های مطلق وابسته است و توسط لرنر^۸ (۱۹۳۴: ص ۱۷۵) اشاره شده توجهی نمی‌شود. بنابراین اگر حاشیه سود بنگاه‌ها یکسان باشد، در غیاب سایر منابع عدم کارایی تخصیص نامناسب منابع ناشی از پراکندگی قدرت بازار^۹ است (ایپفانی و گانیکا، ۲۰۱۱). به عبارت دیگر برای تحلیل‌های کلان اقتصادی، پراکندگی قدرت بازار بین صنایع همانند میانگین قدرت انحصاری هر بنگاه اهمیت دارد (لرنر، ۱۹۳۴). روبینسون^{۱۰} (۱۹۳۳) نیز نشان داد که بهینه پرتویی زمانی به دست می‌آید که قدرت بازار در همه تولیدات یکسان باشد. اما در قالب الگوهای تعادل عمومی چون قیمت‌ها برونزا نبوده و قیمت‌های نسبی تغییر خواهند داشت، در نتیجه قدرت بازار در بین صنایع مختلف می‌تواند تغییر کند. این پراکندگی در قدرت بازار صنایع مختلف، مستقل از سطح میانگین آن می‌تواند منبعی برای تخصیص نامناسب منابع باشد زیرا صنایع با قدرت بازار بالاتر منابع را در سطحی پایین‌تر از سطح بهینه و صنایع با قدرت بازار کوچکتر منابع را در سطحی بالاتر از سطح بهینه به کار خواهند گرفت و مطابق با لو و یو^{۱۱} (۲۰۱۵: ص ۱) لرنر (۱۹۳۴) و اوپ و پالور و والدن^{۱۲} (۲۰۱۴) نشان دادند نتیجه چنین شرایطی موجب کاهش کارایی تخصیص منابع می‌باشد و بهره‌وری کل عوامل کاهش خواهد یافت. بنابراین پراکندگی قدرت بازار صنایع، یک منبع بالقوه برای تخصیص نامناسب منابع است. لذا هر عاملی که باعث کاهش پراکندگی قدرت بازار گردد بهبود در تخصیص منابع را به دنبال خواهد داشت. اقتصاددانان از زمان آدام اسمیت^{۱۱} تاکنون همواره تجارت کالا و خدمات را از جمله عوامل افزایش رقابت و کاهش قدرت بازار می‌دانند. اما از آنجا که در تئوری‌های سنتی تجارت بین‌الملل مانند مزیت مطلق

1. Layard and Walters
2. Monopoly Power
3. Market Power
4. Epifani and Gancia.
5. Murkup
6. Lerner
7. Markt Power Dispersion
8. Robinson
9. Lu and Yu
10. Parlour and Walden
11. Adam Smith

تغییر در پراکندگی مارک‌آپ صنایع شیلی در فاصله زمانی ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۷ نشان داده است.

ادموند، میدریگان و یاکس^۶ (۲۰۱۹) در یک گزارش پژوهشی هزینه‌های رفاهی مارک‌آپ را در یک مدل پویا با بنگاه‌های صنعتی ناهمگن و حاشیه سود متغیر درون‌زا بررسی کردند. آنان هزینه‌های رفاهی را به سه جزء تفکیک کردند و دریافتند که هزینه‌های مارک‌آپ حدود دو سوم از هزینه‌های رفاهی را شکل می‌دهد.

ادموند، میدریگان و یاکس^۷ (۲۰۱۵) در مطالعه خود با عنوان «رقابت، حاشیه سود و دستاوردهای تجارت بین‌الملل» دستاوردهای حاصل از رقابت خارجی را در قالب یک مدل مقداری با حاشیه سود متغیر درون‌زا برای تایوان مطالعه می‌کند. نتایج دلالت بر آن دارد که آغاز تجارت به طور قوی رقابت را افزایش و انحراف حاشیه سود را کاهش می‌دهد. بنابراین به طور معناداری عدم تخصیص نامناسب منابع کاهش می‌یابد.

لو و یو^۸ (۲۰۱۵) در مطالعه خود اشاره دارند که پراکندگی حاشیه سود یک منبع بالقوه تخصیص نامناسب منابع است که آزادسازی تجارت روی آن اثرگذار است. آن‌ها این اثر را در پذیرفته شدن چین به WTO در اواخر ۲۰۰۱ بررسی کرده‌اند. آن‌ها نشان می‌دهند که آزادسازی تجاری پراکندگی حاشیه سود را در محدودی از صنایع کاهش می‌دهند آن‌ها همچنین واکنش قیمت و هزینه را به آزادسازی تجاری آزمون کرده‌اند. در این مقاله از شاخص‌های نابرابری مانند ضریب جینی، انحراف معیار، ضریب تایل و واریانس برای پراکندگی قدرت بازار استفاده شده است.

کامبوکار، باردسن و لین^۹ (۲۰۱۲) در مقاله خود با عنوان «متدی جدید برای تخمین قدرت بازار با کاربردی برای صنایع

آدام اسمیت، مزیت نسبی دیوید ریکاردو^۱ و نظریه هشکر اوهلین^۲ همواره فرض می‌شد که بازارها در شرایط رقابت کامل هستند لذا حضور قدرت انحصاری از نظر تئوریک در این نظریه‌ها جایگاهی نداشت تا زمانی که در ۱۹۷۹ تئوری جدید تجارت بین‌الملل توسط کروگمن^۳ ارائه شد. کروگمن الگوی رقابت انحصاری را به جای الگوی رقابت کامل در نظریه‌های تجارت بین‌الملل گنجانده. این امر تحلیل رابطه تجارت و قدرت انحصاری را امکان‌پذیر نمود، به طوری که پس از ارائه تئوری جدید تجارت کروگمن، مطالعات تجربی زیادی برای نشان دادن اثرات تجارت بر رقابت بنگاه‌ها انجام شد. این مقاله قصد تحلیل تاثیر تجارت بر پراکندگی قدرت صنایع ایران را دارد. از این روی ابتدا مروری بر مطالعات پیشین خواهد شد. سپس مبانی نظری مربوط به تاثیر تجارت بر پراکندگی قدرت بازار صنایع ارائه می‌گردد. در نهایت مدل طراحی شده معرفی و نتایج برآورد مدل تحلیل خواهد شد. در پایان توصیه‌های سیاستی مناسب پیشنهاد می‌گردد.

۲. مروری بر مطالعات پیشین

در مطالعات اقتصاد صنعتی از جمله موضوعات جدیدی که در سال‌های اخیر بیشتر مورد توجه قرار گرفته است. بررسی اثرات بخش‌های خارجی اقتصاد مانند بر رقابت بنگاه‌ها یا صنایع است. در ادامه این قسمت مهمترین مطالعات صورت گرفته از تلفیق اقتصاد صنعتی و اقتصاد بین‌الملل به تفکیک مطالعات داخلی و خارجی بررسی می‌گردد.

۲-۱. مطالعات بین‌المللی

وینبرگر^۴ (۲۰۲۰) در مقاله خود با عنوان «مارک‌آپ^۵ و تخصیص نامناسب منابع با شواهدی از شوک‌های نرخ ارز» تاثیر شوک‌های ارزی را بر تخصیص نامناسب منابع با ایجاد

1. David Ricardo

2. Heckscher–Ohlin

3. Paul, Krugman, "Increasing returns, monopolistic competition and international trade" Journal of International Economics, 9, 1979, PP 469–479.

4. Weinberger

6. Edmond, Midrigan, Yi Xu

7. Edmond, Midrigan, and Yi Xu

8. Lu and Yu

9. Kumbhakar, Baardsen and Lien

۵. مارک‌آپ یا Markup همان حاشیه سود است که به صورت نسبت قیمت به هزینه نهایی نشان داده می‌شود.

تجارت واکنش نشان می‌دهد. بازارهای یکپارچه‌تر بهره‌وری را افزایش و مارک‌آپ را کاهش می‌دهند.

کروگمن (۱۹۷۹) اولین تئوری تجارت بین‌الملل جدید را در مقاله «بازدهی فزاینده به مقیاس، رقابت انحصاری و تجارت بین‌الملل» در قالب یک مدل تعادل عمومی ارائه کرد. او ساده‌ترین مدل تعادل عمومی را که در آن تجارت درون صنعتی تبیین می‌گردد را ارائه نمود. او همچنین در مقاله خود بیان می‌کند که چون بازارها رقابت ناقص هستند، تجارت و دستاوردهای آن حتی بین کشورهایی با سلیقه‌ها، تکنولوژی و فور عوامل یکسان اتفاق خواهد افتاد. سپس هلپمن و کروگمن (۱۹۸۵) در کتاب «ساختار بازار و تجارت خارجی» اثرات رفاهی تجارت خارجی را با مدل‌های انحصاری بررسی کرده‌اند. همچنین آن‌ها (۱۹۸۹) در کتاب سیاست تجاری و ساختار بازار، مدل کروگمن را از جنبه‌های مختلف در رابطه با رقابت انحصاری بررسی کرده‌اند.

۲-۲. مطالعات داخلی

جانی (۱۳۹۸) با هدف ارزیابی واردات بر عملکرد بازارهای صنعتی ایران از یک مدل تابلویی پویا استفاده می‌کند و نتیجه می‌گیرد که در صنایع با شکاف فناوری پایین، افزایش واردات تحت تاثیر اثر رهایی از رقابت موجب رشد بهره‌وری می‌شود اما در صنایع با شکاف فناوری بالا، تحت تاثیر اثر شومپیتری به کاهش بهره‌وری منجر می‌گردد.

فلاحتی، فطرس، رضایی و کرانی (۱۳۹۸) در مقاله خود اثرپذیری اشتغال صنعتی را از رقابت وارداتی ارزیابی نمودند. روش مورد استفاده مدل تابلویی با داده‌های سال‌های ۱۳۷۴ تا ۱۳۹۲ بخش صنعت بوده است. نتایج آنان نشان می‌دهد که متغیرهای سهم واردات، قیمت کالاهای وارداتی و اثر متقابل این دو متغیر تاثیر مثبت و معناداری بر سطح اشتغال صنایع کارخانه‌ای ایران دارند.

جانی (۱۳۹۷) در مقاله خود به منظور بررسی تاثیر عملکرد صنایع کشور از سیاست‌های رقابتی در قالب یک مدل پانل

نروژ» تلاش کردند برای غلبه بر چالش کمبود داده روشی جدید با استفاده از مدل توابع تصادفی مرزی ارائه کنند که عموماً برای برآورد کارایی و عدم کارایی بنگاه‌ها از طریق برآورد توابع تولید، هزینه یا سود استفاده می‌شود.

اپیفانی و گانکیا (۲۰۱۱) رابطه تجارت با پراکندگی حاشیه سود (قدرت بازار) و تخصیص ناکارآمد منابع را مطالعه می‌کنند. این مطالعه با موضوع مقاله بیشترین ارتباط را دارد. آنان دریافتند که حاشیه سود یا قدرت بازار به‌طور گسترده‌ای در بین صنایع و کشورها تغییر می‌کند. ناهمگنی حاشیه سود در آمریکا در طول زمان افزایش یافته و این عدم تقارن در معرض تجارت بین‌الملل به نظر می‌رسد بخشی از واکنش برای این پدیده است. در این مطالعه بررسی شده چگونه وارد کردن توزیع حاشیه سود تخصیص نامناسب منابع و رفاه را در چارچوب یک مدل تعادل عمومی شامل دسته‌ای از مدل‌های رقابت ناقص متاثر می‌کند. سپس آن‌ها شرایطی را تعیین می‌کنند که آغاز کردن تجارت موجب تغییر توزیع حاشیه سود می‌شود و ممکن است رفاه را کاهش دهد. این روش هم در موضوعیتش و هم در تاکیدش بر انحراف استاندارد توزیع حاشیه سود جدید است. دو بسته سیاستی از این تحلیل به دست می‌آید. اول هر وقت ناهمگنی در حاشیه سود ناشی از تجارت یا سایر انحرافات باشد یک تخصیص نامناسب بین بخشی به‌وجود می‌آید. این دلالت بر آن دارد که سیاست صنعتی و تجاری مکمل یکدیگر هستند. دوم تضمین ورود آزاد به بازار به شدت از اثرات عدم تقارن آزادسازی تجاری جلوگیری می‌کند.

ملتز و اوتاوینانو (۲۰۰۸) یک مدل تجارت با رقابت انحصاری را توسعه می‌دهند که در آن بنگاه‌ها از نظر بهره‌وری ناهمگن هستند. سپس آن‌ها با این مدل آثار سیاست‌های آزادسازی تجاری مختلف را مطالعه می‌کنند. نتایج دلالت بر آن دارد که سایز بازار و تجارت شدت رقابت را متاثر می‌کند. بهره‌وری کل و میانگین حاشیه سود به سایز بازار و افزایش

شهیکی تاش، رضائی و کرانی (۱۳۹۳) در مطالعه خود اثر واردات را بر حاشیه سود در صنایع کارخانه‌ای ایران بررسی کردند. در این مطالعه آن‌ها با استفاده از رویکرد داده‌های تابلویی و داده‌های چهار رقمی راهنمای طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی فعالیت‌های اقتصادی بخش صنعت و داده‌های بخش واردات طی سال‌های ۱۳۷۵ تا ۱۳۸۷ استفاده شده است. نرخ بازده به عنوان متغیر وابسته و معیاری برای رقابت و شاخص نفوذ واردات، شاخص تمرکز، صرفه‌های ناشی از مقیاس، شدت سرمایه، اثر متقابل واردات و تمرکز به عنوان متغیرهای مستقل در نظر گرفته شده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که اثر شاخص نفوذ واردات بر سودآوری صنایع منفی بوده است. به عبارت دیگر با افزایش واردات ساختار صنایع داخلی به سمت رقابت سوق پیدا می‌کند. راسخی (۱۳۹۲) اثر بهره‌وری کل عوامل تولید را بر تجارت درون صنعت، صنایع کارخانه‌ای ایران ارزیابی نموده است. برای این منظور از اطلاعات ۱۶۳۰۵ کارگاه صنعتی بالای ۱۰ نفر کارکن طی دوره زمانی ۱۳۸۲ تا ۱۳۸۶ در سطح کدهای ۴ رقمی راهنمای طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی فعالیت‌های اقتصادی به صورت پانل استفاده شده است. نتایج دلالت بر آن دارد که بهره‌وری کل عوامل، تمایز محصول و صرفه‌های ناشی از مقیاس اثر مثبت بر تجارت درون صنعت دارند.

شهیکی و اتباعی (۱۳۹۱) تاثیر رقابت خارجی را بر حاشیه سود در بازارهای صنعتی ایران بررسی نمودند. داده‌ها شامل ۲۱ صنعت انتخابی از صنایع در سطح کدهای ۴ رقمی راهنمای طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی فعالیت‌های اقتصادی در دوره ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۶ بوده است. مقاله عوامل تعیین کننده حاشیه سود بنگاه‌های داخلی شامل تمرکز را مشخص و اثرات آن‌ها را به همراه صادرات و واردات بررسی می‌کند. نتایج دلالت بر آن دارند که صنایع با تمرکز بالا قدرت بازاری بیشتری دارند. رابطه سهم واردات از کل واردات مربوط به صنایع انتخابی در سطح کدهای ۴ رقمی آیسیک و قدرت بازار منفی است. به عبارت دیگر با افزایش رقابت خارجی حاشیه سود بنگاه‌های داخلی کاهش پیدا می‌کند. بر عکس نرخ تعرفه تاثیر مثبت بر قدرت بازار دارد. یک درصد افزایش نرخ تعرفه حدود ۲ درصد

پویا نشان داده که آزادسازی تجاری از کانال افزایش تعرفه کارایی بنگاه‌های صنعتی را افزایش داده و بر رشد بهره‌وری تاثیر مثبت دارد.

خداداد کاشی و همکاران (۱۳۹۷) در مقاله خود با عنوان «برآورد قدرت بازاری و پراکندگی آن در صنایع غذایی ایران» قدرت انحصاری مربوط به ۲۲ صنعت غذایی را برآورد نموده و جایگاه صنایع غذایی از نظر پراکندگی قدرت بازار بین ۲۳ رشته فعالیت صنعتی مشخص کردند. آنان دریافتند که ۷۳ درصد صنایع غذایی قدرت انحصاری بیش از ۱۰ درصد داشته‌اند و در مجموع ۸۷ درصد صنایع ایران قدرت انحصاری بیش از ۱۰ درصد و رفتاری غیررقابتی داشته‌اند. همچنین صنایع دارای بازدهی کاهنده نسبت به مقیاس هستند و جایگاه صنایع غذایی از نظر نابرابری قدرت بازار، دوازدهم در بین ۲۳ رشته فعالیت صنعتی است.

راسخی (۱۳۹۷) به منظور تعیین عوامل مزیت رقابتی در صنایع کارخانه‌ای ایران با استفاده از داده‌های تجارت خارجی صنایع و اطلاعات صنایع کشور طی دوره زمانی ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۹ به این نتیجه رسیده است که برای توسعه تجارت خارجی توجه به تجارت درون صنعتی مهمتر از توجه به مزیت نسبی است.

خداداد کاشی، شهیکی و نورانی آزاد (۱۳۹۴) در مطالعه خود قدرت انحصاری بخش صنعت ایران و اثرات آن را بر رشد اقتصادی با استفاده از رویکرد حاشیه سود درون‌زا بررسی نموده‌اند. آنان ابتدا با استفاده از رویکرد لویز و آزام شاخص حاشیه سود درون‌زا را استخراج و پس از آن ارتباط میان حاشیه سود و رشد اقتصادی را بر اساس مدل بارانوا بررسی کرده‌اند. داده‌ها مربوط به ۱۳۱ صنعت کارخانه‌ای در سطح کدهای ۴ رقمی در بازه زمانی ۱۳۷۴ تا ۱۳۹۰ می‌باشد. نتایج دلالت بر آن دارد که در ۹۱ درصد صنایع، بنگاه‌ها به همکاری با یکدیگر می‌پردازند. از طرفی در ۹۴ درصد صنایع حاشیه سود بالاتر از ۱/۰۰۱ بوده است. همچنین نتیجه می‌گیرند که رقابت محدود بنگاه‌ها در اقتصاد کشور منجر به کاهش ضریب رشد اقتصادی در ایران شده است.

گروهی تلفیقی برآورد شده است. دوره زمانی برآورد ۱۳۵۲ تا ۱۳۸۱ می‌باشد. نتایج دلالت بر آن دارد که علامت هر چهار متغیر توضیحی مثبت است. افزایش تعرفه بیشترین و جهانی شدن کمترین تاثیر را بر سودآوری بنگاه‌ها دارد.

از مطالعات بین‌المللی و داخلی یاد شده در بالا چنین استنباط می‌گردد که موضوع جدیدی که در ادبیات اقتصاد صنعتی سال‌های اخیر بیشتر مورد توجه قرار گرفته است، پیوند بخش خارجی اقتصاد و قدرت انحصاری صنایع است. نتایج مطالعات نشان می‌دهد که با توجه به نظریه جدید تجارت بین‌الملل توسط کروگمن (۱۹۷۹) توسعه تجارت نه تنها می‌تواند قدرت انحصاری صنایع را کاهش دهد بلکه بر پراکندگی قدرت بازار یا همان توزیع قدرت انحصاری بین صنایع نیز تاثیرگذار باشد اما در ایران مطالعه‌ای که این اثر را بررسی کرده باشد یافت نشد در نتیجه این مقاله آغازی بر این نوع مطالعات در ایران است.

۳. مبانی نظری

جاکومین^۲ (۱۹۸۲) اثبات می‌کند که معیار تمرکز می‌تواند توسط تجارت بین‌الملل تحت تاثیر واقع شود. وی همچنین نشان می‌دهد که نتایج تجربی دلالت بر این دارند که اثر واردات واگراتر از اثر صادرات است. همین‌طور مطالعات بعدی رابطه منفی تجارت و قدرت انحصاری صنایع را تایید می‌کنند. برای مثال نیری^۳ (۲۰۰۳) پس از ارائه مباحث نظری خود چنین استدلال می‌کند که آزادسازی تجاری، بخش‌هایی از اقتصاد را که بنگاه‌های صنعتی هزینه تولید بالا دارد و نمی‌توانند رقابت کنند، حذف می‌کند اما بنگاه‌هایی که کارایی کمتری از رقبا خارجی دارند اما امکان کاهش هزینه‌های غیرضروری را دارند، می‌توانند در رقابت باقی بمانند علی‌رغم اینکه رقابت کامل برقرار نباشد. به دنبال آن ملیتز^۴ (۲۰۰۳) پس از ارائه نظری مدل خود اثرات آزادسازی تجارت بر تمرکز و سود بنگاه را چنین دسته‌بندی می‌کند. در یک اقتصاد باز که تجارت گسترش می‌یابد همه بنگاه‌ها یک کاهش در فروش را متحمل می‌شوند، اما بنگاه‌هایی که هیچ صادراتی ندارند کاهش در درآمد کل را متحمل می‌شوند و بنگاه‌هایی که صادرات دارند بخشی از کاهش فروش را با افزایش فروش

قدرت بازار را افزایش می‌دهد. در این مقاله شهیکی و اتباعی با استفاده از یک سیستم معادلات شامل ۴ معادله ساختاری مربوط به حاشیه سود، معادله تمرکز داخلی، معادله سهم صادرات و معادله سهم واردات تاثیر رقابت خارجی بر حاشیه سود را ارزیابی کرده‌اند.

خداداد کاشی و دیگران (۱۳۹۱) رابطه سیاست‌های حمایتی و درجه رقابتی را برآورد نموده‌اند. این مطالعه درصد ارزیابی عوامل تعیین کننده رشد بهره‌وری در صنایع ایران است. دوره بررسی دو مقطع ۱۳۷۴ تا ۱۳۸۰ و ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۶ است. جامعه آماری در این پژوهش، کارگاه‌های صنعتی ده نفر کارکن و بیشتر در سطح کدهای ۴ رقمی است. در این پژوهش شدت واردات بر حسب نسبت واردات به مجموع ارزش تولید محصول داخل (Im) و واردات محاسبه شده به منظور اندازه‌گیری ادوار تجاری از روش ارائه شده توسط اسکات^۱ (۲۰۰۹) استفاده شد. برای ارزیابی درجه رقابتی بازار، شاخص لرنر و شاخص تمرکز هر فیندال هیرشمن یا سهم چند بنگاه بزرگ استفاده شد. نتایج دلالت بر آن دارد که قدرت بازار به طور مستقیم باعث رشد بهره‌وری شده است. کاهش تعرفه‌ها اثر مستقیم قدرت بازار را بر رشد بهره‌وری کاهش داده است. ورود بنگاه‌های کارا و به کارگیری سرمایه انسانی در آن‌ها موجب افزایش بهره‌وری در صنایع ایران شده است. راسخی (۱۳۸۳) به اهمیت و نقش ساختار بازار در ساختار تجارت خارجی (صنایع کارخانه‌ای ایران) پرداخته است. برای این منظور از داده‌های تجمیع ۳ رقم طبقه‌بندی بین‌المللی استفاده کرده و محاسبات مربوط به تجارت خارجی و متغیرهای ساختار بازار شامل صرفه‌های ناشی از مقیاس و نسبت تمرکز را برای سال ۱۳۷۷ انجام داده است. مدل مورد استفاده یک مدل لجستیک است.

اشرف زاده و نصیرزاده (۱۳۸۷) اثر جهانی شدن بر سودآوری صنایع را بررسی کرده‌اند. در این مطالعه اثر جهانی شدن (با شاخص جمع صادرات و واردات به GDP)، تعرفه‌ها، بهره‌وری کل عوامل تولید، نسبت سرمایه به نیروی کار بر سودآوری صنایع (با شاخص شکاف قیمت دستمزد) در قالب یک مدل پانل دیتای پویای ناهمگن و به روش میانگین

1. Scott
2. Jacquemin
3. Neary
4. Melitz

صادراتی جبران می‌کنند. بنابراین بنگاه‌هایی که صادرات دارند سهم‌شان را از بازار افزایش می‌دهند و بر عکس بنگاه‌هایی که صادرات ندارند سهم‌شان کاهش پیدا می‌کند. این افزایش رقابت در اثر افزایش تجارت باعث می‌شود که بنگاه‌های با بهره‌وری بیشتر مزد بالاتری را برای جذب نیروی کار کمیاب پیشنهاد کنند که بتوانند تولید را برای افزایش صادرات توسعه دهند. از این روی بنگاه‌های کمتر بهره‌ور را مجبور به خروج از بازار می‌کنند. لازم به ذکر است که در مدل وی نقش واردات دیده نشده است. بنابراین از نگاه ملیت‌ز رابطه تجارت و قدرت انحصاری صنایع صادرکننده مثبت است. در ادامه ملیت‌ز و اوتایانو^۱ (۲۰۰۸) مدل ملیت‌ز را گسترش دادند و با وارد کردن نقش واردات چنین نتیجه می‌گیرند چون بازار عوامل از نوع رقابت کامل فرض می‌گردد لذا رقابت واردات، رقابت در بازار محصول داخلی را افزایش می‌دهد. کشش‌های تقاضای قیمتی برای همه بنگاه‌ها در هر سطح معینی از تقاضا به بالا انتقال می‌یابد این عامل باعث خروج بنگاه‌های با بهره‌وری کمتر می‌گردد. این اثر خیلی شبیه اثر سائیز بازار در یک اقتصاد بسته است. افزایش رقابت باعث می‌شود توزیع مارک‌آپ بین بنگاه‌ها به سمت پایین منتقل گردد اگر چه بنگاه‌های بهره‌ورتر با مارک‌آپ بالاتر در بازار باقی می‌مانند اما میانگین مارک‌آپ کاهش خواهد داشت. بنابراین در مدل تعمیم یافته ملیت‌ز همچنان رابطه منفی تجارت و قدرت انحصاری صنایع و البته پراکندگی قدرت بازار تایید می‌گردد. در ادامه این سری از مطالعات، ایپفانی و گانکیا (۲۰۱۱) اثر تجارت را بر پراکندگی مارک‌آپ بررسی کردند که تا این زمان مورد توجه قرار نگرفته بود از آنجا که موضوع این مقاله نیز مستقیماً به این مطلب باز می‌گردد مدل آنان به تفصیل بررسی خواهد شد. اگرچه قبل از آن لرنر (۱۳۹۴) اشاره می‌کند که برای تحلیل قدرت انحصاری، پراکندگی آن مهم است نه مجموع قدرت انحصاری هر واحد (بنگاه) در یک صنعت، اما در خصوص تاثیر تجارت بر آن بحثی نمی‌کند. ایپفانی و گانکیا طی یک بررسی آماری از توزیع مارک‌آپ صنایع آمریکا بین رشته فعالیت‌های تقسیم‌بندی شده در سطح کدهای ۴ رقمی صنایع، همچنین توزیع مارک‌آپ بین فعالیت‌های قابل تجارت و غیر قابل تجارت نتیجه می‌گیرند که قدرت انحصاری توزیع بسیار

پراکنده‌ای دارد. از طرف دیگر شاخص درجه باز بودن صنایع مختلف را در طی زمان بررسی می‌کنند و ملاحظه می‌کنند که این شاخص در طی زمان افزایش داشته است. از این بررسی آماری حدس می‌زنند که یک همبستگی بالایی باید به این دو باشد. با توجه به اینکه بر اساس ملاحظات اقتصادی تجارت مارک‌آپ را کاهش می‌دهد. به عبارت دیگر از بررسی‌ها درمی‌یابند که مارک‌آپ در بین صنایع و کشورها تغییر می‌کند و ناهمگنی آن در طول زمان افزایش می‌یابد زیرا صنایع به صورت نامتقارنی در معرض تجارت بین‌الملل قرار می‌گیرند. سپس آنان برای آزمون رابطه توزیع مارک‌آپ یا پراکندگی آن و تجارت یک مدل تعادل عمومی با فرض رقابت ناقص را پیشنهاد می‌دهند. در نهایت آنان شروطی را تعیین می‌کنند که با در معرض تجارت قرار گرفتن صنایع داخلی توزیع مارک‌آپ تغییر می‌کند و از این طریق تخصیص نامناسب منابع تغییر می‌کند که می‌تواند به کاهش یا افزایش رفاه منجر گردد. در نهایت آنان نتیجه می‌گیرند که اگر گسترش رقابت به واسطه تجارت، پراکندگی مارک‌آپ را افزایش دهد، رفاه کاهش پیدا می‌کند. این بدان مفهوم است که اثر افزایش تجارت بر پراکندگی یا توزیع مارک‌آپ نامشخص است و همانند اثر تجارت بر میانگین مارک‌آپ نمی‌توان به صورت قطعی نتیجه گرفت که تجارت مارک‌آپ را کاهش می‌دهد تا از آن طریق به افزایش رفاه حکم داد، بلکه مطالعات تجربی هستند که در هر کشوری نوع این اثر گذاری را مشخص می‌کند.

همچنین با توجه به مطالعه ادموند و همکاران روستوکیا و راجرسون^۲ (۲۰۰۸)، هسی و کلنو^۳ (۲۰۰۹) و سایرین تخصیص نامناسب عوامل تولید می‌تواند بهره‌وری کل عوامل تولید را کاهش دهد. لذا انتظار بر این است که با افزایش تجارت مارک‌آپ و پراکندگی آن کاهش یابد در نتیجه تخصیص نامناسب عوامل تولید کاهش یافته و بهره‌وری کل عوامل تولید افزایش یابد. زیرا تجارت باید درجه رقابت موثر میان تولیدکنندگان داخلی را افزایش دهد. اگر هر دو تولیدکننده داخلی و خارجی در یک صنعت معین، سطح بهره‌وری یکسانی داشته باشند و هر دو در یک رقابت سر به سر واقعی قرار گیرند سهم بازار هر کدام و در نتیجه قدرت بازارها تغییر پیدا نمی‌کند. بنابراین مارک‌آپ و پراکندگی

1. Melitz and Ottaviano
2. Restuccia and Rogerson
3. Hsieh and Klenoh

بالاخره λ_i هم اثرات زمان بر پراکندگی قدرت بازار صنایع است. قبل از برآورد مدل، از آنجا که لازم بود پراکندگی برخی از متغیرهای مستقل و متغیر پراکندگی قدرت انحصاری صنایع (متغیر وابسته) را محاسبه نمود، روش کار در ادامه بیان می‌گردد.

برای محاسبه پراکندگی قدرت بازار صنایع از شاخص پراکندگی ضریب جینی در سطح کدهای ۲ رقمی استفاده شده است. رویه به این ترتیب است که پس از برآورد شاخص قدرت بازار صنایع در سطح کدهای ۴ رقمی، مشخص گردید که در هر صنعت با کد ۲ رقمی آیسیک کدام کدهای ۴ رقمی قرار می‌گیرند. برای مثال صنایع مواد غذایی و آشامیدنی در سطح کد ۲ رقمی قرار می‌گیرد که زیر مجموعه آن ۲۲ کد در سطح ۴ رقمی قرار دارد و برای هر یک از ۲۲ کد ۴ رقمی مربوطه یک متوسط قدرت بازار برآورد شده است، حال می‌توان یک معیار پراکندگی قدرت بازار برای صنایع غذایی و آشامیدنی محاسبه کرد. این روش برای تمامی کدهای سطح ۲ رقمی صورت گرفته و برای فاصله سال‌های ۱۳۷۴ تا ۱۳۹۲ کلیه محاسبات انجام شده است. پس از متغیر وابسته نوبت به متغیرهای توضیحی بهره‌وری کل عوامل و شاخص درجه بازبودن صنایع می‌رسد که به شکل مشابه کار انجام شد.

اگرچه معیارهای پراکندگی مختلفی وجود دارد اما در این مطالعه ضریب جینی استفاده شده است. زیرا شاخص ضریب جینی مشهورترین شاخص نابرابری توزیع و متداولترین آن‌ها از نظر استفاده در بررسی‌های نابرابری توزیع است. از همین رو، این شاخص بیش از هر شاخص دیگر در معرض قبول و رد قرار گرفته و محتوی و خصوصیات مثبت و منفی آثار آن شده است. از ویژگی‌های ضریب جینی سهولت برآورد، وضوح محتوی و مفهوم، محدود بوده‌اند تغییرات بین صفر و یک است. هر چه به یک نزدیک‌تر نابرابری بیش‌تر و هر چه به صفر نزدیک‌تر نابرابری کمتر است. ضریب جینی با استفاده از رابطه (۲-۴) محاسبه می‌شود.

$$G = 1 + \frac{1}{n} - \frac{2}{n^2 y} (y_n + 2y_{n-1} + \dots + ny_1) \quad (2)$$

۵. تحلیل نتایج

قبل از ارائه نتایج لازم به توضیح است که برآورد قدرت انحصاری صنایع به دو روش صورت گرفت. روش اول بر

مارک‌آپ تولیدکننده داخلی کاهش نمی‌یابد. در حالی که اگر صنعت معین کشور خارجی بهره‌وری بیشتری داشته باشد تجارت باعث خواهد شد که سهم بازار صنعت خارجی افزایش یافته، سهم بازار آن نیز افزایش پیدا خواهد کرد در نتیجه قدرت انحصاری و پراکندگی قدرت بازار تولیدکننده داخلی کاهش خواهد یافت.

۴. معرفی مدل

در بخش نظری مطالعه براساس مطالعات ایپفانی و گانیکا (۲۰۱۱) و سایرین بحث شد که از جمله عوامل تخصیص نامناسب عوامل تولید علاوه بر میانگین مارک‌آپ، پراکندگی آن می‌باشد. با توجه به اینکه برآوردها دلالت بر وجود قدرت انحصاری در صنایع ایران دارد و از طرفی شاخص متوسط درجه بازبودن صنایع ایران حاکی از حضور بالای نقش تجارت در صنعت دارد لذا به منظور تحلیل اثر تجارت بر پراکندگی قدرت بازار صنایع در ایران از مطالعه ایپفانی و گانیکا که اولین بار یک مدل تجربی در قالب پانل دیتا برای بررسی این موضوع ارائه نمودند، استفاده می‌شود. آن‌ها پراکندگی قدرت بازار صنایع را تابعی از پراکندگی شاخص بازبودن درجه اقتصاد در نظر گرفتند. در ادامه برای کنترل نتایج، متغیرهایی مانند بهره‌وری کل عوامل تولید در صنایع مختلف، میانگین قدرت بازار در صنایع مختلف، نرخ تعرفه و شدت به کارگیری موجودی سرمایه در تولید به مدل اضافه می‌شود. مدل به لحاظ ریاضی به شکل زیر تعریف می‌گردد.

$$PCM_{it} = \alpha_i + \beta Openness_{it} + X'_{it}\gamma + \lambda_t + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

به طوری که متغیر وابسته PCM پراکندگی قدرت بازار در صنعت i در سال t می‌باشد. در این مطالعه این متغیر برای ضریب جینی قدرت انحصاری برآوردی از دو روش لو و یو همچنین توابع تصادفی مرزی محاسبه شده است. α_i اثرات هر صنعت بر پراکندگی قدرت بازار، $Openness$ شاخص درجه بازبودن صنعت i در زمان t است، که این نسبت نیز هم برای ارزش افزوده و هم برای ارزش فروش صنایع تولیدی محاسبه شده است و نابرابری آن از طریق شاخص ضریب جینی محاسبه گردیده است. X'_{it} برداری از متغیرهای توضیحی است که برای کنترل اثر درجه باز بودن تجارت بر صنایع در مطالعه استفاده خواهد شد.

کیاءالحسینی و حیدری، ۱۳۹۷). از طرفی شاخص متوسط درجه بازبودن صنایع ایران حاکی از حضور پایین نقش تجارت در صنعت دارد. ۲. از طرف دیگر برآوردها نشان می‌دهد سطح بهره‌وری در صنایع ایران پایین است در نتیجه به نظر می‌رسد ایران در شرایط برابری قدرت انحصاری بین صنایع قرار ندارد و انتظار این است که افزایش تجارت قدرت انحصاری در بین صنایع و پراکندگی قدرت بازار در درون هر صنعت را کاهش داده و تخصیص منابع را بهبود داده تا بهره‌وری صنایع کشور افزایش یابد.

نتایج مدل برآورد تاثیر تجارت بر پراکندگی قدرت بازار جدول (۲) دلالت بر آن دارد که در مجموع تجارت رابطه غیرمستقیمی با پراکندگی قدرت بازار دارد به این معنا که با افزایش تجارت یا پراکندگی آن، پراکندگی قدرت بازار کاهش می‌یابد که خود عامل بهبود تخصیص منابع و در نتیجه افزایش بهره‌وری عوامل تولید است. لذا سیاست‌هایی که منجر به افزایش حجم تجارت یا پراکندگی تجارت در یک صنعت را تقویت کند خواهد توانست پراکندگی قدرت انحصاری صنایع را کاهش دهد و در نتیجه بهره‌وری صنایع افزایش یابد. نکته بعدی این است که تغییر نرخ تعرفه تاثیر معنادار و مستقیمی بر پراکندگی قدرت بازار ندارد. این نتیجه نباید با مساله تاثیر نرخ تعرفه بر میانگین قدرت انحصاری بین صنایع اشتباه شود.

سومین نتیجه مدل آن بود که مطابق انتظار افزایش میانگین قدرت انحصاری صنایع به طور معناداری پراکندگی قدرت بازار صنایع را افزایش می‌دهد. و نکته پایانی آنکه افزایش بهره‌وری، پراکندگی قدرت انحصاری صنایع را کاهش می‌دهد.

اساس تابع تصادفی مرزی (خداداد کاشی، عبادی، کیاءالحسینی و حیدری، ۱۳۹۶)؛ روش دوم تحت رویکرد ساختاری که در مطالعه لو و یو توسعه داده شد (خداداد کاشی، عبادی، کیاءالحسینی و حیدری، ۱۳۹۷). همچنین با دو شاخص درجه باز بودن صنایع اندازه‌گیری گردید، در مجموع چهار مدل برآورد گردید، که در نهایت یک مدل که قدرت توضیح دهندگی بالاتر، ضرایب معنادار بیشتر و مطابقت بیشتر با نظریه داشت انتخاب گردید. در ادامه نتایج هر چهار مدل در جدول (۱) درج گردیده اما تنها نتایج مدل برتر تحلیل می‌گردد. از آن‌جا که دو مدلی که در آن‌ها برای درجه باز بودن صنایع از «نسبت تجارت به ارزش افزوده» استفاده شد، نتایج بهتری داشت. همچنین از این دو مدل آن که قدرت انحصاری را با توجه به روش لو و یو مورد استفاده قرار داده بود قابل قبول شد.

قبل از تحلیل مدل آزمون‌های لازم برای ارزیابی درستی مدل‌ها صورت گرفت. این آزمون‌ها شامل انتخاب بین تلفیقی بودن یا پانل بودن داده‌ها (آزمون F لیمر)، انتخاب بین تخمین‌زننده اثرات ثابت یا اثر تصادفی (آزمون هاسمن) و در نهایت نرمال بودن باقیمانده‌های مدل (آزمون جارگو-برا) و قدرت توضیح دهندگی مدل که قبل از تحلیل ضرایب برآوردی انجام شد؛ جدول (۱). همان‌طور که در جدول (۱) ملاحظه می‌گردد، هر چهار مدل به صورت پانل و اثرات تصادفی برآورد شده‌اند.

با توجه به اینکه برآوردهای مربوط دلالت بر وجود قدرت انحصاری در حدود ۹۰ درصد از صنایع ایران در سطح رشته فعالیت‌های کد ۴ رقمی طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی فعالیت‌های اقتصادی ۱ دارد؛ (خداداد کاشی، عبادی، کیاءالحسینی و حیدری، ۱۳۹۸) و (خداداد کاشی، عبادی،

1. International Standard Industrial Classification of all Economic Activities (ISIC)

۲. حیدری، خلیل (۱۳۹۶). تأثیر تجارت خارجی بر پراکندگی قدرت بازار در صنایع ایران، رساله دکتری، دانشگاه مفید.

جدول ۱. نتایج ضرایب برآوردی مدل تاثیر تجارت بر پراکندگی قدرت بازار صنایع

GDMF (پراکندگی قدرت بازار به روش تابع تصادفی مرزی)				GDMLY (پراکندگی قدرت بازار به روش لو ویو)				متغیر وابسته	متغیر مستقل
احتمال	ضریب	احتمال	ضریب	احتمال	ضریب	احتمال	ضریب	شرح	
معناداری		معناداری		معناداری		معناداری			
۰/۱۱۹	۰/۱۴۶-	۰/۱۱۰	۰/۱۴۴-	۰/۰۰۰	۰/۱۵۳-	۰/۰۰۰	۰/۱۵۸-	میانگین بهره‌وری کل عوامل	DTFP
۰/۰۱۰	۰/۵۲۳	۰/۰۱۵	۰/۴۹۰	۰/۰۰۰	۰/۹۰۱	۰/۰۰۰	۰/۹۰۸	پراکندگی بهره‌وری کل عوامل	GDTFP
۰/۴۶۳	۰/۰۵۳			۰/۵۲۸	۰/۰۰۹-			پراکندگی درجه بازبودن بر حسب فروش	GOP_R
		۰/۲۰۶	۰/۰۹۳			۰/۱۰۵	۰/۰۲۵-	پراکندگی درجه بازبودن بر حسب ارزش افزوده	GOP_V
				۰/۰۰۰	۰/۱۴۰	۰/۰۰۰	۰/۱۴۳	میانگین قدرت انحصاری به روش لو ویو	MDLY
۰/۰۰۰	۰/۶۹۸	۰/۰۰۰	۰/۶۹۲					میانگین قدرت انحصاری به روش تابع تصادفی مرزی	MDF
۰/۸۲۲	۰/۰۰۴			۰/۹۵۸	۰/۰۰۰			درجه بازبودن بر حسب فروش	OP_R
		۰/۶۰۷	۰/۰۰۴-			۰/۹۶۷	۰/۰۰۰	درجه بازبودن بر حسب ارزش افزوده	OP_V
۰/۱۴۸	۰/۰۰۰	۰/۱۳۹	۰/۰۰۰	۰/۰۳۸	۰/۰۰۰	۰/۰۲۸	۰/۰۰۰	نسبت سرمایه به ارزش ستانده	KY
۰/۱۴۵	۰/۰۰۱	۰/۱۶۱	۰/۰۰۱	۰/۲۷۵	۰/۰۰۰	۰/۱۸۵	۰/۰۰۰	نرخ تعرفه	T
۰/۰۰۰	۰/۵۶-	۰/۰۰۰	۰/۵۶۱-	۰/۴۲۹	۰/۰۱۴-	۰/۶۹۳	۰/۰۰۷-	ضریب ثابت	C
	۷۰		۷۱		۷۲		۹۷	قدرت توضیح دهنده	R-squared
۰/۰۰۷	۲/۲۷	۰/۰۰۰	۲/۱	۰/۰۰۰	۸/۱	۰/۰۰۰	۸/۹۰۰	آزمون اف لیمر	F-Limer
۰/۶۰۰	۵/۳	۰/۶۷	۴/۹	۰/۸	۶/۳	۰/۱۳۰	۱۱/۵۴	آزمون هاسمن	Husman
۰/۴۵۰	۱/۵۰۰	۰/۲۵۰	۲/۷۰۰	۰/۰۲۰	۷/۹۸۰	۰/۰۹۰	۴/۷۰۰	آزمون نرمال بودن باقیمانده ها	Jarque-Bera

ماخذ: یافته‌های پژوهش

جدول ۲. خلاصه نتایج بررسی تاثیر تجارت بر پراکندگی قدرت بازار صنایع تولیدی کشور

متغیرها	پراکندگی قدرت بازار صنایع (مورد انتظار)	پراکندگی قدرت بازار صنایع (نتیجه مدل اول)	پراکندگی قدرت بازار صنایع (نتیجه مدل دوم)
درجه بازبودن صنعت	منفی	منفی	منفی
پراکندگی درجه بازبودن صنعت	منفی یا مثبت	منفی	مثبت
بهره‌وری صنعت	منفی	منفی	منفی
پراکندگی بهره‌وری صنعت	مثبت یا منفی	مثبت	مثبت
اندازه قدرت انحصاری	مثبت	مثبت	مثبت
نرخ تعرفه	مثبت یا منفی	مثبت	مثبت

ماخذ: یافته‌های پژوهش

خارجی قرار می‌دهد.

۶. بحث و نتیجه‌گیری

اولین بار ایفانی و گانیکا (۲۰۱۱) تاثیر تجارت را بر پراکندگی قدرت بازار به تحلیل گذاشتند. در ادامه ادموند و همکاران (۲۰۱۵) به این سوال پاسخ دادند که آیا تجارت به طور معناداری پراکندگی حاشیه سود را به منظور بهبود تخصیص نامناسب عوامل تولید و ارتقاء بهره‌وری کل عوامل تولید متاثر می‌کند. با استفاده از این مطالعات تاثیر تجارت بر پراکندگی قدرت انحصاری صنایع در ایران بررسی شد. نتایج همانند بیشتر مطالعات مربوط به برآورد قدرت انحصاری در صنایع ایران نشان از آن داشت که نزدیک به ۹۰ درصد صنایع در سطح کدهای ۴ رقمی آپسیک از قدرت انحصاری برخوردار هستند؛ همچنین پراکندگی قدرت انحصاری بین بنگاه‌های یک صنعت، وجود دارد. این امر منجر به تخصیص نامناسب عوامل تولید و در نتیجه کاهش بهره‌وری آن‌ها می‌گردد. از طرف دیگر، نتایج مدل تاثیر

هدف اصلی این مقاله شناخت تاثیر تجارت خارجی بر اندازه رقابت و انحصار در بخش صنعت ایران بود. چراکه که انحصار به تولیدکنندگان قدرتی خواهد داد که قیمت را بالاتر از هزینه نهایی قرار دهد. این قدرت منبعی برای تخصیص نامناسب منابع است زیرا صنایع با قدرت بازار بالاتر منابع را در سطحی پایین‌تر از سطح بهینه و صنایع با قدرت بازار کوچکتر منابع را در سطحی بالاتر از سطح بهینه به کار خواهند گرفت. نتیجه چنین شرایطی موجب کاهش کارایی تخصیص منابع می‌باشد و بهره‌وری کل عوامل تولید را کاهش خواهد داد. بنابراین پراکندگی قدرت بازار صنایع، یک منبع بالقوه برای تخصیص نامناسب منابع است. افزایش تجارت گامی در جهت بهبود تخصیص منابع می‌باشد. زیرا تجارت تولیدکنندگان داخلی را در معرض فشار رقابت

بهره‌وری پایین و پراکندگی بهره‌وری بالایی دارند و در اولویت سیاست‌گذاری‌های صنعتی و تجاری قرار می‌گیرند، صنایع مواد غذایی و آشامیدنی همچنین صنایع تولید محصولات شیمیایی می‌باشند. از ویژگی‌های این دو صنعت آن است که همراه با کاهش تعرفه برای کد رشته فعالیت‌های مختلف آن، تجارت و ارزش افزوده آن‌ها افزایش یافته است. همچنین صنایع غذایی با مالکیت بیش از ۹۰ درصد توسط بخش تعاونی و اشخاص حقیقی یکی از خصوصی‌ترین صنایع کشور محسوب می‌گردد در مقابل صنایع تولید محصولات شیمیایی با حدود ۷۰ درصد مالکیت عمومی شامل دولت و نهادهای وابسته به حکومت یکی از دولتی‌ترین مالکیت‌ها را دارد. تبدیل اطلاعات آماری تجارت گمرک بر حسب کدهای سیستم هماهنگ توصیف و کدگذاری کالا به کدهای طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی فعالیت‌های اقتصادی، دلالت بر آن دارد که ۲۳ رشته فعالیت در صنعت مواد غذایی و آشامیدنی سهم حدود ۱۱ درصدی از تجارت صنایع تولیدی را دارند در حالی که ۹ رشته فعالیت در صنعت تولید محصولات شیمیایی سهم حدود ۲۰ درصدی از تجارت صنعتی کشور را دارد. در مجموع ۲۳ رشته فعالیت صنایع غذایی رتبه ۸ در بین ۲۳ صنعت کشور از نظر درجه بازبودن، رتبه هجدهم از نظر قدرت انحصاری و رتبه شانزده از نظر بهره‌وری را دارد در حالی که ۹ رشته فعالیت تولید محصولات شیمیایی رتبه ۱۰ از نظر درجه بازبودن، رتبه دوم از نظر قدرت انحصاری و رتبه ۴ از نظر بهره‌وری دارد. به عبارت دیگر این دو صنعت با وجود درجه بازبودن یکسان ویژگی‌های تقریباً متضاد از نظر قدرت انحصاری و بهره‌وری دارند. این به مفهوم آن است که دلایل انحصار هر چه که باشد، برای بهبود تخصیص منابع در کل صنایع کشور توجه به کاهش پراکندگی قدرت بازار در درون دو صنعت صنایع غذایی و صنعت محصولات شیمیایی از اولویت بیشتری برخوردار است.

تجارت بر پراکندگی قدرت بازار دلالت بر آن داشت که در مجموع تجارت رابطه غیرمستقیمی با پراکندگی قدرت بازار دارد به این معنا که با افزایش تجارت یا پراکندگی آن، پراکندگی قدرت بازار کاهش می‌یابد که خود عامل بهبود تخصیص منابع و در نتیجه افزایش بهره‌وری عوامل تولید است. لذا سیاست‌هایی که منجر به افزایش حجم تجارت گردد و یا سیاست‌هایی که صنایع با پراکندگی بیشتر تجارت مورد حمایت قرار دهد، خواهد توانست پراکندگی قدرت انحصاری صنایع را کاهش دهد و در نتیجه بهره‌وری صنایع افزایش یابد. از جمله راهکارهایی که برای حل مشکل بالا بودن قدرت بازار و گسترش رقابت پیشنهاد می‌گردد معمولاً افزایش رقابت خارجی با آزادسازی تجاری است. بر اساس نتایج مطالعه در ایران نیز مشخص گردید که افزایش تجارت، پراکندگی قدرت بازار صنایع را کاهش خواهد داد. بنابراین در کل هر راه‌کاری که به گسترش تجارت بیانجامد کارساز است. معمولاً اولین راه‌کار و البته ساده‌ترین آن‌ها کاهش تعرفه است، باید دقت نمود که نتایج این مطالعه نشان داد تغییر تعرفه تاثیر معناداری بر کاهش پراکندگی قدرت انحصاری در درون یک صنعت ندارد، بنابراین چنین توصیه‌ای نتیجه بخش نخواهد بود. بنابراین باید به سمت سیاست‌هایی رفت که باعث کاهش پراکندگی قدرت بازار در درون یک صنعت شود. در اینجا باتوجه به محدودیت‌های مختلف از جمله محدودیت بودجه اولویت‌بندی صنایع از منظر سطح پراکندگی قدرت بازار، سطح بهره‌وری، اندازه قدرت انحصاری و سایر شاخص‌ها مانند سهم اشتغال، سهم ارزش افزوده و از این قبیل اهمیت پیدا می‌کند. بر اساس معیارهای پیش‌گفته، صنایعی که بیشترین سهم اشتغال و ارزش افزوده در بخش صنعت را به خود اختصاص داده در عین حال میانگین قدرت انحصاری و پراکندگی قدرت بازار بالایی دارد و در نتیجه یکی از صنایعی است که سهم بالایی در تخصیص نامناسب منابع خواهد داشت. از طرف دیگر میانگین

منابع

- فلاحی، علی؛ فطرس، محمد حسن؛ رضائی، الهام و عبدالرضا کرانی (۱۳۹۸)، "ارزیابی اثربخشی اشتغال از رقابت وارداتی (مطالعه صنایع کارخانه‌ای ایران)"، نشریه علمی (فصلنامه) پژوهش‌های اقتصاد صنعتی، سال سوم، شماره ۷، بهار ۱۳۹۸، صص: ۷۱-۸۰.
- اشرف زاده، حمید رضا و مهران نصیرزاده (۱۳۸۷)، "تاثیر جهانی شدن و الحاق به WTO بر سودآوری صنایع"، مجله تحقیقات اقتصادی، شماره ۸۴، پاییز ۸۷، صص ۱۵-۱۱.
- جانی، سیاوش (۱۳۹۷) "بررسی تاثیرپذیری عملکرد صنایع از سیاست‌های رقابتی با تاکید بر درجه رقابتی آنها (مطالعه موردی صنایع ایران)" فصلنامه پژوهش‌های اقتصاد صنعتی، سال دوم، شماره ۵، صص: ۴۴-۳۳.
- جانی، سیاوش (۱۳۹۸)، "تحلیل رشد بهره‌وری صنایع کارخانه‌ای ایران با تاکید بر اثرات شومپیتری و رهایی از رقابت"، نشریه علمی (فصلنامه) پژوهش‌های اقتصاد صنعتی، سال سوم، شماره ۷، بهار ۱۳۹۸، صص: ۱۹-۳۰.
- حیدری، خلیل (۱۳۹۶)، "تاثیر تجارت خارجی بر پراکندگی قدرت بازار در صنایع ایران"، رساله دکتری، دانشگاه مفید
- خداداد کاشی، فرهاد؛ شهیکی تاش، محمد نبی؛ هژبر کیانی، کامبیز و سمانه نورانی آزاد (۱۳۹۳) "ارزیابی مارک‌آپ، قدرت بازاری و کارایی هزینه در صنایع کارخانه‌ای ایران"، فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات اقتصادی کاربردی ایران، سال سوم، شماره 21، صص ۵۹-۹۰.
- خداداد کاشی، فرهاد؛ احمدیان، مجید؛ شایگانی، بیتا و سیاوش جانی (۱۳۹۱)، "بررسی تاثیرپذیری عملکرد صنایع از سیاست‌های حمایتی و آزادسازی تجاری با تاکید بر درجه رقابتی آنها (بررسی موردی صنایع ایران)" فصلنامه برنامه ریزی و بودجه، سال هفدهم، شماره ۱، صص ۱۰۸-۹۱.
- خداداد کاشی، فرهاد؛ عبادی، جعفر؛ کبایه الحسینی، سید ضیاء الدین و خلیل حیدری (۱۳۹۷) "برآورد قدرت بازار و پراکندگی آن در صنایع غذایی ایران" اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال ۲۶، شماره ۱۰۲، صص ۱۹۵-۲۱۵.
- خداداد کاشی، فرهاد؛ عبادی، جعفر؛ کبایه الحسینی، سید ضیاء الدین و خلیل حیدری (۱۳۹۶) "اندازه‌گیری قدرت انحصاری صنایع تولیدی در ایران: رویکرد توابع تصادفی مرزی" فصلنامه مدل‌سازی اقتصادی، سال یازدهم، شماره ۱، پیاپی ۳۷، صص ۴۵-۶۲.
- راسخی، سعید (۱۳۸۳) "نقش ساختار بازار در تجارت خارجی (مطالعه موردی: صنایع کارخانه‌ای ایران)"، پژوهش نامه علوم انسانی و اجتماعی، شماره ۱۳.
- راسخی، سعید (۱۳۹۲) "اثر بهره‌وری کل عوامل تولید بر تجارت درون صنعت صنایع کارخانه‌ای ایران"، فصلنامه مطالعات اقتصادی کاربردی ایران، سال دوم، شماره ۷، صص ۱۷-۱.
- راسخی، سعید، (۱۳۹۷) "عوامل تعیین کننده مزیت رقابتی صنایع کارخانه‌ای ایران" فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، سال سیزدهم، شماره اول، صص: ۴۵-۶۶.
- شهیکی تاش، محمد نبی؛ رضائی، الهام و عبدالرضا کرانی (۱۳۹۳) "بررسی اثر واردات بر حاشیه سود در صنایع کارخانه‌ای ایران"، مجله سیاست گذاری اقتصادی، سال ششم، شماره دوازدهم، صص ۲۳-۱.
- لیارد، پی. آر. جی و والترز، ا.ا. (۱۳۸۴). "تئوری اقتصاد خرد"، (ترجمه عباس شاکری)، تهران، نشر نی.
- مرکز آمار ایران. طرح آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی ده نفر کارکن و بیشتر برای سال‌های ۱۳۷۴ تا ۱۳۹۲.

- Edmond Ch., Midrigan V. and D. Yi Xu (2019). "How Costly Are Markups?", NBER Technical report.
- Edmond Chris, Virgiliu Midrigan and Daniel Yi Xu. (2015). "Competition, Markups, and the Gains from International Trade", *American Economic Review*, 105(10), pp.3183-3221.
- Epifani P. and G. Gancia (2011). "Trade markup Heterogeneity and Misallocations". *Journal of International Economics*, 83(1), pp.1-13.
- Jacquemin A.P. (1982). "Imperfect Market Structure and International Trade-Some Recent Research". *Kyklos*, No. 35, pp.75-93.
- Krugman P.R. (1979). "Increasing Returns, Monopolistic Competition and International Trade". *Journal of International Economics*, No.9, pp.469-479.
- Kumbhakar S.C., Baardsen S. and G. Lien (2012). "A New Method for Estimating Market Power with an Application to Norwegian Sawmilling". *Review of Industrial Organization*, No.40, pp.109-129.
- Lerner A.P. (1934). "The Concept of Monopoly and the Measurement of Monopoly Power", *Review of Economic Studies*, 1(3), pp.157-175.
- Lu Yi and Linhui Yu. (2015). "Trade Liberalization and Markup Dispersion: Evidence from China's WTO Accession." *American Economic Journal: Applied Economics*, 7(4), pp.221-253.
- Melitz M. and G. Ottaviani (2008). "Market size, Trade and Productivity". *Review of Economic Studies*. No.75, pp.295-316.
- Melitz Marc J. (2003). "The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate".
- Neary J.P. (2003). "Globalization and Market Structure". *Journal of the European Economic Association*, No. 1, pp.245-271.
- Robinson J. (1933). *The Economics of Imperfect Competition*.
- Weinberger A. (2020). "Markups and Misallocation with Evidence from Exchange Rate Shocks". *Journal of Development Economics*, No.146, pp. 102-494

