

برآورد هزینه‌های اجتماعی انحصار در بخش صنعت ایران*

دکتر فرهاد خدادادکاشی**

ساختار بازار / هزینه‌های اجتماعی انحصار / بازارهای صنعتی

چکیده

هدف از نگارش این مقاله، برآورد هزینه‌های اجتماعی انحصار در بخش صنعت ایران طی سالهای ۱۳۷۰، ۱۳۷۱، ۱۳۷۲ و همچنین معرفی روشهای مختلف اندازه‌گیری هزینه‌های اجتماعی انحصار می‌باشد. یافته‌های این مقاله مؤید آن است که میزان هزینه‌های اجتماعی انحصار تا حد زیادی به روش مورد استفاده محقق، وابسته است. با انتقال از سال ۱۳۷۰ به ۱۳۷۲، هزینه‌های اجتماعی انحصار در بخش صنعت ایران کاهش می‌یابد. هم روش کالین مولر و هم روش هاربرگر بر این امر صحنه می‌گذارند. از طرف دیگر، روش هاربرگر هزینه‌های اجتماعی انحصار را در مقایسه با روش کالین مولر کمتر برآورد می‌کند. برای مثال، با کاربرد روش هاربرگر هزینه‌های رفاهی انحصار در سال ۱۳۷۰ معادل ۲/۰۳ درصد فروش بخش صنعت ارزیابی شده است در حالی که روش کالین مولر این هزینه‌ها را معادل ۱۰/۲۵ درصد برآورد می‌نماید.

* مقاله مستخرج از طرح تحقیقاتی "ارزیابی قدرت و حجم فعالیتهای انحصاری در اقتصاد ایران" که در مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی به انجام رسیده است، می‌باشد.

** عضو هیأت عملی سازمان مرکزی دانشگاه پیام نور و همکار پژوهشی مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی

مقدمه

ارزیابی ساختار متفاوت بازارها، نیازمند به ملاک‌هایی می‌باشد. در نظریه اقتصاد خرد، بازار رقابتی به عنوان بهترین ساختار بازار معرفی می‌شود.^۱ مقایسه عملکرد بازارهای مختلف از جنبه‌های متفاوت امکانپذیر است. سازمان بازارهای مختلف را می‌توان از جنبه پیشرفت فنی مطالعه نمود، یعنی بررسی نمود که کدام یک از سازمانهای بازار، پیشرفت فنی را تسهیل می‌نمایند. کارایی نیز یکی دیگر از ملاکهای مقایسه سازمانهای مختلف بازار است. انصاف یا عدالت در توزیع، جنبه دیگری است که به کمک آن می‌توان راجع به عملکرد بازارها قضاوت نمود. تنوع، آزادی انتخاب و امنیت نیز از جمله ملاک‌هایی هستند که برای ارزیابی عملکرد بازارها می‌توان بکار گرفت.

از بین ملاکهای پیش گفته، سه معیار کارایی، انصاف و پیشرفت فنی مورد توجه اقتصاددانان می‌باشد که در میان این سه معیار نیز کارایی بیش از همه مورد توجه می‌باشد. کارایی به معنی استفاده بهینه از امکانات و منابع موجود است. در اقتصاد، وقتی از کارایی در تخصیص منابع صحبت می‌شود، منظور این است که منابع و امکانات کشور به منظور رفع نیازهای مردم بکار گرفته شود و آن چه که مصرف کنندگان نیاز دارند، تولید می‌شود. کارایی تخصیصی را به لحاظ فنی می‌توان به کمک تساوی $P=MC$ نشان داد. اگر چنانچه در هر بازار قیمت برابر با هزینه نهایی باشد، تمامی اقتصاد کارا خواهد بود و در چنین وضعیتی، مازاد رفاه جامعه حداکثر خواهد شد.

نظریه سستی اقتصاد، دلالت بر آن دارد که در بازارهای رقابتی شرط کارایی یعنی $P=MC$ برقرار است و آنچه که مصرف کنندگان نیاز دارند و حاضرند با قیمت بازار خریداری کنند در دسترس آنها می‌باشد. در حالی که در بازار انحصاری $P \neq MC$ برقرار

1. Henderson, J.M. and Quandt, R.E. "Microeconomic Theory." McGraw-Hill Book Company 1985.

است. عدم برابری قیمت و هزینه نهایی به معنی است که در سطح تولید انحصاری، آنچه که مصرف‌کنندگان حاضرند برای یک واحد از کالا پردازند، بیش از هزینه نهایی تولید آن واحد است که این امر به معنی تخصیص غیر بهینه منابع است.

به علاوه، با مقایسه بازارهای رقابتی و انحصاری ملاحظه می‌شود که با انتقال از رقابت به انحصار، بخشی از درآمد مصرف‌کنندگان به انحصارگران منتقل می‌شود و در واقع، درآمد و قدرت خرید به نفع انحصارگر و به ضرر مصرف‌کنندگان توزیع مجدد می‌شود. شکاف بین قیمت و هزینه‌ها به معنی اخلاف در تخصیص منابع و کاهش رفاه جامعه می‌باشد و انتقال درآمد از مصرف‌کنندگان به انحصارگران به سود یا رنت انحصاری موسوم می‌باشد.

برای اندازه‌گیری آثار اخلاقی انحصار، معمولاً مثلث رفاه به عنوان هزینه‌های اجتماعی انحصار اندازه‌گیری می‌شود. تعدادی از نویسندگان، اخلاف در تخصیص منابع را به مثلث رفاه محدود می‌کنند و تعداد دیگری از اقتصاددانان، مساحت مثلث رفاه را تنها بخشی از آثار اخلاقی انحصار می‌دانند و به علاوه، معتقدند تمامی هزینه‌هایی که صرف کسب انحصار می‌شود نیز باید به عنوان هزینه‌های اجتماعی انحصار لحاظ شد و همچنین رنت را نیز بخشی از هزینه‌های اجتماعی انحصار می‌پندارند.

مقاله حاضر، ضمن مرور نظر اقتصاددانان مختلف راجع به هزینه‌های اجتماعی انحصار، این هزینه‌ها را به روشهای مختلف در بازارهای صنعتی ایران محاسبه می‌نماید و به این پرسش پاسخ می‌دهد که آیا آثار اخلاقی و هزینه‌های اجتماعی انحصار قابل توجه است یا آن که می‌توان آن را نادیده گرفت.

۱. هزینه‌های اجتماعی انحصار: دیدگاهها و روشهای اندازه‌گیری

هاربرگو، پیشرو اقتصاددانان در اندازه‌گیری هزینه‌های اجتماعی انحصار می‌باشد، وی در مقاله‌ای (۱۹۵۴) تحت عنوان انحصار و تخصیص منابع، کوشش نمود بار اجتماعی

فعالیت‌های انحصاری را اندازه‌گیری نماید. پس از وی، اقتصاددانان دیگر، سعی نمودند تا اثرات انحصار و هزینه‌های اجتماعی آن را به ویژه در مورد اقتصاد آمریکا ارزیابی نمایند. اکثر این نویسندگان بحث خود را در قالب تعادل جزئی پی‌ریزی نمودند و اختلال در تخصیص منابع به دلیل قیمت‌گذاری انحصاری را در چارچوبی ایستا بررسی نمودند.

به رغم آن که از دیدگاه نظری، بحث پیرامون قیمت‌گذاری انحصاری و اثرات اختلالی آن ساده به نظر می‌رسد، (متعاقباً با استفاده از نمودار هزینه‌های اجتماعی انحصار معرفی خواهد شد) اما اندازه‌گیری هزینه‌های اجتماعی انحصار، کاری بس مشکل می‌باشد. اقتصاددانان راجع به روش اندازه‌گیری هزینه‌های اجتماعی انحصار اتفاق نظر ندارند و هر یک (یا گروه از آنها) روش خاص خود را در کارهای تجربی بکار می‌گیرند. به علاوه، فقدان داده‌ها موجب شده است تا هر یک از اقتصاددانان در کارهای تجربی برای تخمین هزینه‌های اجتماعی انحصار، فروض متفاوتی را بکار گیرند که نتیجه آن تفاوت فاحش نتایج آنها می‌باشد. برای مثال، هاربرگر به دلیل روش خاص و فروض معین که در محاسبه هزینه‌های اجتماعی بکار گرفت به این نتیجه رسید که این هزینه‌ها تنها معادل ۰/۱ درصد GNP آمریکا می‌باشد، در حالی که یافته‌های کامرشن (۱۹۶۶) دلالت بر آن دارد که این هزینه‌ها معادل ۸ درصد از GNP می‌باشند.

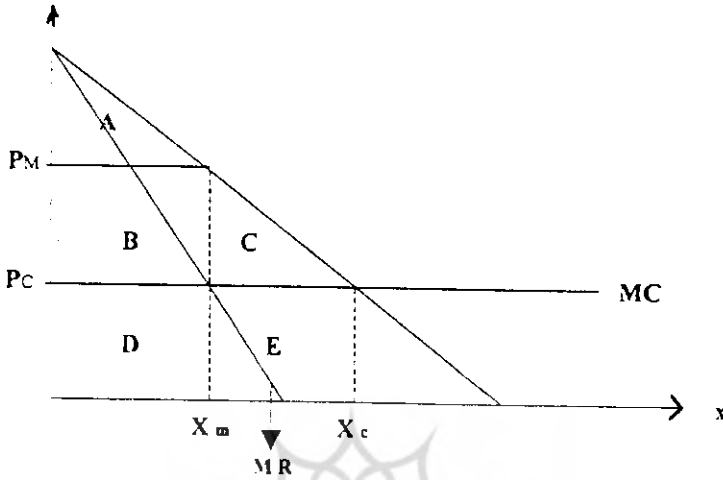
تعدادی از دانشمندان هزینه اجتماعی انحصار را ناچیز می‌پندارند و بعضی این هزینه را بسیار زیاد می‌دانند. دیدگاه این افراد دقیقاً در روش اندازه‌گیری هزینه‌های انحصار منعکس می‌شود و به هنگام مطالعات تجربی خود نیز، فروضی را بکار می‌گیرند که با دیدگاه‌هایشان سازگار می‌باشد. بعضی از کارهای تجربی موید آن است که هزینه‌های اجتماعی درصد ناچیزی از GNP را تشکیل می‌دهد و بار آن بر اجتماع کم می‌باشد، لذا ضرورتی ندارد که دولت یا هر نهاد دیگری درصدد رفع این هزینه‌ها برآید زیرا هزینه‌های اجرایی نهادهای تنظیم‌کننده بازار بیشتر از فواید اجتماعی اعمال آنها می‌باشد.

از دیرباز، نئوکلاسیک‌ها قدرت انحصاری را محکوم نمودند زیرا آنها معتقد بودند که انحصار موجب اختلال در استفاده از منابع و کاهش رفاه اقتصادی می‌شود. براساس چنین دیدگاهی بود که در کشورهای آمریکا و انگلیس، مؤسساتی نظیر کمیسیون‌های ادغام و انحصار ایجاد شد تا اولاً وجود انحصار و قدرت انحصاری را شناسایی نماید و دوم، به تنظیم بازار و حذف انحصارها اقدام نمایند. کار این کمیسیون‌ها ساده نبود، زیرا انحصار و قدرت انحصاری را در بسیاری از بازارها به راحتی نمی‌توان تشخیص داد.

۱-۱. قدرت انحصاری و رفاه اقتصادی

با ملاحظه نمودار (۱) می‌توان عملکرد انحصاری و رقابتی را مقایسه نمود. اگر در بازار، رقابت حاکم باشد، تولید و قیمت به ترتیب X_c ، P_c خواهد بود. تمایل به پرداخت مصرف‌کنندگان توسط فاصله عمودی بین منحنی تقاضا و محور افقی قابل نمایش است. در سطوح تولید قبل از X_c ، قیمتی که مصرف‌کنندگان حاضر به پرداخت می‌باشند به مراتب بیشتر از قیمت P_c است، بنابراین مصرف‌کنندگان با مصرف کالای X به میزان X_c از مازاد رفاهی معادل حاصل جمع سطوح A ، B و C برخوردار می‌شوند. هزینه تولید X_c برابر با حاصل جمع دو سطح D و E است. اگر بازار موردنظر عملکرد انحصاری داشته باشد، انحصارگر یا انحصارگران، سطح تولید را تا X_m کاهش می‌دهند و قیمت P_m را دریافت می‌کنند. اکنون فقط معادل X_m برای خرید به مصرف‌کنندگان عرضه می‌شود و مازاد رفاه مصرف‌کنندگان تنها معادل سطح A خواهد بود.

نمودار ۱ - اثرات رفاهی و توزیعی انحصار



با مقایسه تولید انحصاری و رقابتی در می‌یابیم که در شرایط انحصاری جامعه از کالای X به میزان X_m محروم شده است و لذا مصرف‌کنندگان از مزاد رفاهی که توسط سطح C مشخص است، محروم می‌شوند. سطح C به مثلث رفاه یا نصیب از دست رفته، موسوم است. سطح B بخشی از مزاد رفاه مصرف‌کنندگان در شرایط رقابتی است که اکنون از کف آنها بیرون رفته و نصیب انحصارگر شده است. سطح B به سود غیرنرمال یا رنت انحصاری موسوم است. عملکرد رقابتی و انحصاری را به ترتیب زیر می‌توان مقایسه نمود.

جدول ۱ - مقایسه عملکرد رقابتی و انحصاری

بازار انحصاری	بازار رقابتی	سطح
مزاد رفاه مصرف‌کنندگان	مزاد رفاه مصرف‌کنندگان	مساحت مستطیل A
رنت انحصاری	مزاد رفاه مصرف‌کنندگان	مساحت مستطیل B
نصیب از دست رفته (هزینه اجتماعی انحصار)	مزاد رفاه مصرف‌کنندگان	مساحت مثلث C
هزینه تولید	هزینه تولید	مساحت مستطیل D
بخشی از منابع که از بازار X جدا شده و به بخش دیگری از اقتصاد منتقل شده‌اند. بازدهی این منابع در بازار X بیشتر از سایر بازارها است.	هزینه تولید	مساحت مستطیل E

عده‌ای از اقتصاددانان معتقدند، تمرکز تولید در دست یک بنگاه انحصاری موجب کاهش هزینه‌های وی خواهد شد و اساساً نویسندگانی مانند دستر (۱۹۷۳) معتقدند که انحصاری شدن بازارها ناشی از کارایی برتر بنگاههایی است که در شرایط انحصاری قرار گرفته‌اند. بنابراین، این گروه از نویسندگان معتقدند که اثرات اخلاقی انحصار توسط کاهش هزینه‌ها خنثی می‌شود.

۲. دلایل بروز انحصار

در خصوص علت بروز انحصار می‌توان به عوامل مختلف اشاره نمود. انحصار می‌تواند از عوامل درونی بازار یا عوامل بیرونی باشد. از جمله عوامل درونی می‌توان به صرفه‌های مقیاس، تمرکز، موانع ورود، همکاری و ائتلاف اعضای یک بازار اشاره نمود. امتیازهای انحصاری و حمایت‌های دولتی در زمره عوامل بیرونی بروز انحصار می‌باشند. ازدیدگاه دیگر، شکل‌گیری انحصار را می‌توان از طریق عناصر تصادفی، تفاوت‌های هزینه‌ای و ادغام بنگاهها توضیح داد، یک بازار ممکن است تحت تأثیر عناصر تصادفی رو به تمرکز گذار و بازار در تسلط یک یا چند بنگاه قرار گیرد.

با استفاده از قانون گیرا می‌توان علت متمرکز شدن بازارها را در طی زمان توضیح داد. تفاوت در هزینه بنگاهها و کارایی آنها عامل دیگر بروز انحصار می‌باشد. بنگاههای کارا به لحاظ اینکه هزینه واحدشان کمتر است، قادرند از طریق رقابت قیمتی، بنگاههای غیرکارا را از بازار بیرون کنند.

ادغام افقی چند بنگاه و ایجاد یک بنگاه بزرگتر موجب تمرکز و انحصاری شدن بازار می‌شود. انگیزه بنگاهها برای ادغام، متعدد می‌باشد. برای مثال، آنها ممکن است به منظور کسب قدرت انحصاری متوسل به این امر شوند و یا ممکن است به منظور منطقی نمودن تولید و هزینه‌ها و همچنین کاهش هزینه‌های مدیریت، توزیع و استفاده کارا تر از منابع، اقدام به ادغام نمایند.

به هر حال، انحصار به هر دلیلی که به وجود آید، موجب افزایش قدرت انحصاری می‌شود. اما میزان کاهش در رفاه جامعه که ناشی از انحصار می‌باشد، از جمله مسایل بحث برانگیز در اقتصاد است زیرا عده‌ای معتقدند که انحصار منافی را نیز به همراه دارد که آثار اخلاقی آن را بر طرف می‌کند. هنوز به این پرسش، پاسخ مشخصی داده نشده است که آیا هزینه‌ها اجتماعی انحصار قابل توجه است یا قابل اغماض. برای پاسخ به این پرسش، آثار معتبری از چند اقتصاددان برجای مانده است.

۳. روشهای محاسبه هزینه‌های اجتماعی انحصار

در زمینه روشهای اندازه‌گیری هزینه‌های اجتماعی انحصار، ابتدا راجع به روش هاربرگر و انتقادات وارد بر آن به طور مفصل بحث می‌شود زیرا مقاله وی پیشرو در این زمینه می‌باشد و پس از آن روش کالین - مولر، سپس روش پوزنر، کالین - مولر و در نهایت به روش مسان - شان اشاره می‌شود. به علاوه، نتایج حاصل از تخمین قدرت انحصاری در کشور فرانسه نیز اشاره خواهد شود.

۳-۱. روش هاربرگر

هاربرگر برای محاسبه هزینه‌های اجتماعی انحصار از ایده "هاتلینگ"^۱ (۱۹۳۸) "الهام گرفت. هاتلینگ در مقاله خود، کوشش نمود تا تأثیر جایگزینی مالیات بر واحد به جای مالیات بر درآمد را در یک اقتصاد رقابتی اندازه‌گیری نماید. وی به این نتیجه رسید که اثرات رفاهی وضع مالیات بر هر واحد از خدمات راه آهن، معادل مثلث رفاه می‌باشد.

هاربرگر با استفاده از ایده هاتلینگ به این نتیجه رسید که هزینه‌های اجتماعی انحصار را می‌توان بر حسب مثلث رفاه بیان نمود. وی سپس با در نظر گرفتن برخی فروض و انجام برخی عملیات توانست هزینه‌های اجتماعی انحصار و مثلث رفاه را برای هر صنعت بر

حسب نرخ سود و کشش قیمت تقاضا بیان نماید. بر این اساس، هزینه اجتماعی انحصار در صنعت (بازار) برابر است با:

$$SC_i = \frac{1}{2} \left(\frac{\Delta P_i}{P_i} \right) P_i Q_i \eta_i$$

SC_i هزینه‌های اجتماعی انحصار در صنعت (بازار) زمی‌باشد.

$$\frac{\Delta P_i}{P_i} = \text{تفاوت نسبی قیمت انحصاری و رقابتی در صنعت } i$$

P_i = قیمت در صنعت i

Q_i = مقدار

η_i = کشش قیمتی تقاضا برای صنعت i

با جمع زدن هزینه‌های اجتماعی انحصار در تمامی صنایع (بازارها) هزینه‌های اجتماعی

کل به دست می‌آید.

$$S = \sum_{i=1}^n \frac{1}{2} \left(\frac{\Delta P_i}{P_i} \right)^2 P_i Q_i \eta_i$$

هاریبرگر برای محاسبه $\frac{\Delta P}{P}$ از نسبت سود به فروش استفاده نمود زیرا در سطح هر

صنعت مقدار فروش و سود در دسترس می‌باشد. هاریبرگر در مطالعه خود به یک فرض

محوری توسل جست مبنی بر اینکه نرخ بازده رقابتی برابر با متوسط نرخ بازده بخش صنعت

است. وی با مقایسه نرخ بازده بنگاههای انفرادی با نرخ بازده متوسط بخش صنعت، راجع

به قدرت انحصاری و توانایی بنگاه در تثبیت قیمت در سطحی بالاتر از قیمت رقابتی

قضاوت نمود. او همچنین فرض نمود کشش تقاضا برای تمامی صنایع برابر با یک است.

هاربرگر پس از مشخص نمودن پایه‌های نظری و روش محاسبه قدرت انحصاری، از داده‌های ایشتاین^۳ (۱۹۳۴) که مشتمل بر نمونه‌ای بالغ بر ۲۰۴۶ شرکت آمریکایی از ۷۳ صنعت بود، استفاده نمود طی دره ۲۸-۱۹۲۴، ۴۵ درصد از کل فروش (و همچنین سرمایه) بخش صنعت آمریکا به این ۷۳ صنعت اختصاص داشت. طی دوره مورد بحث، معادل ۲۵ درصد از GNP آمریکا در بخش صنعت ایجاد شده بود. محاسبات هاربرگر مؤید آن بود که هزینه‌های اجتماعی انحصار در بخش صنعت ایجاد شده بود. محاسبات هاربرگر مؤید آن بود که هزینه‌های اجتماعی انحصار در بخش صنعت معادل ۰/۱ درصد GNP می‌باشد. وی فرض نمود که اگر چنانچه قدرت انحصاری در سایر بخشهای اقتصاد مشابه بخش صنعت باشد، در این صورت هزینه‌های اجتماعی انحصار در کل اقتصاد آمریکا در طی دوره ۲۸-۱۹۲۴ به طور متوسط معادل ۰/۴ درصد GNP می‌باشد. یافته‌های هاربرگر وجود موسسات ضد تراست و تنظیم کننده بازار را زیر سؤال برد و موجب تقویت نظریه اردوگاهی که بر عدم دخالت دولت تأکید دارد، شد.

۳-۱-۱. انتقاد به روش هاربرگر

پس از اتمام کار هاربرگر و انتشار آن، انتقادات متعددی بر متدلوژی و کار تجربی وی صورت گرفت. صرفنظر از وارد بودن یا وارد نبودن ایرادات، نباید از این امر غافل ماند که وی پیشرو در مطالعه و تخمین هزینه‌های انحصار بود و پس از انتشار کار وی، مطالعات تجربی فراوانی برای تخمین هزینه‌های اجتماعی انحصار انجام گرفت. انتقادات دانشمندان به روش محاسبه هاربرگر حول چهار محور می‌باشد: الف) استفاده هاربرگر از رویکرد تعادل جزئی ب) کاربرد منحنی تقاضای مارشال ج) فرض واحد بودن کشش تقاضا د) نحوه محاسبه سود اضافی.

الف. کاربرد روش تعادل جزئی

ناسازگاری در متدولوژی هاربرگر یکی از ایراداتی بود که برگسون (۱۹۷۳) به آن توجه داشت. هاربرگر در مقاله خود فرض نمود که کلیه منابع در اشتغال می‌باشند و حتی این فرض را در بازارهای انحصاری صادق دانست. سپس، اظهار داشت که اگر منابع از صنایع با نرخ بازده پایینتر از نرخ متوسط منتقل شوند، در این صورت در تمامی صنایع نرخ بازده رقابتی بلند مدت برقرار خواهد شد. در مرحله بعد، هاربرگر برای محاسبه کاهش رفاه ناشی از فعالیت‌های انحصاری از کشش قیمت منحنی تقاضا از نوع مارشال استفاده نمود و کشش قیمتی تقاضا برای تمامی صنایع را معادل واحد در نظر گرفت. برگسون در مقاله خود (۱۹۷۳) توضیح داد که در یک اقتصاد رقابتی دو بخشی، اگر چنانچه در یکی از صنایع انحصار برقرار شود و درآمد واقعی خانوارها تغییر نکند، اقتصاد در وضعیت تعادلی جدید، پایین‌تر از مرز امکانات تولید قرار خواهد گرفت و لذا عوامل تولید در اشتغال کامل نخواهند بود. پس از بروز انحصار در یکی از این دو صنعت، برای اینکه تمامی عوامل تولید در اشتغال باشند، لازم است که درآمد واقعی نسبت به قبل بیشتر باشد. چنانچه قبل و بعد از انحصار عوامل تولید در اشتغال کامل باشند در این صورت میزان تقاضا در شرایط انحصاری و رقابتی بر روی یک منحنی تقاضای واحد تعیین نخواهد شد زیرا اشتغال کامل عوامل در وضعیت انحصار، مستلزم افزایش درآمد واقعی خانوارهاست که این نیز به نوبه خود موجب انتقال منحنی تقاضا می‌شود. در مطالعه هاربرگر، منحنی تقاضا قبل و بعد از انحصار یکسان می‌باشند.

بنابراین، پس از بروز انحصار، تغییر در میزان تقاضا، تغییر در میزان رفاه و همچنین تغییر قیمت، هم به کشش قیمتی منحنی تقاضا و هم به کشش درآمدی تقاضا بستگی دارد. به عقیده برگسون، کاهش رفاه و هزینه‌های اجتماعی انحصار می‌بایست بر پایه کشش متقاطع تقاضا محاسبه شود.

در مجموع، انتقاد اصلی برگسون به هاربرگر این بوده که وی به طور ضمنی تمامی کششهای درآمدی و کششهای متقاطع را معادل صفر در نظر گرفته است. برگسون با توجه به فروض خاصی، راجع به شکل تابع مطلوبیت اجتماعی و تابع تولید درصد محاسبه هزینه اجتماعی انحصار برای چند اقتصاد فرضی برآمد. هدف اصلی وی عبارت از این بود که نشان دهد هزینه‌های اجتماعی انحصار به شدت به اندازه پارامترهایی مانند کشش جانشین بین کالاها وابسته است. تحلیل برگسون از یک طرف نشان داد که کاربرد روش تعادل جزیی موجب اشتباه در محاسبه هزینه‌های اجتماعی انحصار می‌شود اما از سوی دیگر وی نتوانست میزان اشتباه را مشخص نماید. شایان ذکر است که کاربرد رویکرد تعادل عمومی الزاماً موجب بهبود در تخمین نخواهد شد؛ زیرا در این روش، محقق نیز باید به مجموعه‌ای از فروض راجع به شکل تابع مطلوبیت اجتماعی و کشش متقاطع تقاضا متوسل شود.

اگرچه انتقادات برگسون علیه رویکرد تعادل جزیی و عدم امکان کاربرد رویکرد تعادل عمومی، موجب دلسردی اقتصاددانان برای محاسبه هزینه‌های اجتماعی انحصار شد. ولی تذکرات ورسستر^۴ (۱۹۷۳) مایه امیدواری بود. وی اظهار داشت که با مقایسه تخمین هاربرگر و تخمین‌های برگسون برای چند اقتصاد فرضی این اطمینان حاصل شده است که اگر از فروض مشابهی استفاده شود آنگاه هزینه‌های اجتماعی انحصار در هر دو رویکرد یکسان خواهد بود.

ب. کاربرد منحنی تقاضای مارشالی

انتقاد دیگر بر کار هاربرگر، مربوط به کاربرد منحنی تقاضای مارشالی می‌باشد عده‌ای از منتقدین هاربرگر معتقدند که منحنی تقاضای مارشال برای محاسبه هزینه‌های اجتماعی

مناسب نمی‌باشد. وقتی قیمت در سطحی بالاتر از هزینه نهایی وضع شود، بخشی از مازاد رفاه مصرف‌کننده کاهش می‌یابد. مازاد رفاه مصرف‌کننده برابر است با سطح محصور بین منحنی تقاضای جبران‌شده (منحنی تقاضای هیکس) و خط قیمت. بر روی منحنی تقاضای هیکس، مطلوبیت مصرف‌کننده ثابت است ولی بر روی منحنی تقاضای مارشال، مطلوبیت مصرف‌کننده ثابت نیست. بنابراین، محاسبه کاهش رفاه بر اساس منحنی تقاضای مارشال تخمین مناسبی از کاهش رفاه واقعی ارایه نمی‌دهد، مگر آنکه مطلوبیت نهایی درآمد ثابت باشد.

۳-۱-۲. تخمین کسش‌های قیمتی تقاضا

هاربرگر کسش قیمتی تقاضا را برای تمامی صنایع معادل واحد در نظر گرفت. استیگلر (۱۹۵۶) این فرض را مورد انتقاد قرار داد، زیرا چنین فرضی به معنای آن است که در صنایع انحصاری، درآمد نهایی برابر با صفر می‌باشد. اگر این امر صحیح باشد، انحصارگر با کاهش سطح تولید و افزایش قیمت تا جایی که کسش قیمتی بالاتر از یک باشد، می‌تواند سود خود را افزایش دهد. بر این اساس، استیگلر اظهار داشت از آنجا که هاربرگر کسش قیمتی تقاضا را کمتر از واحد در نظر گرفته است، بنابراین تخمین وی از هزینه‌های اجتماعی انحصار دچار تورش و کمتر از مقدار واقعی آن است. در همین راستا، برگسون (۱۹۷۳) اظهار داشت برای انحصارگری که سود خود را حداکثر می‌کند، می‌توان شاخص لرنر یعنی $\frac{P - MC}{MC}$ را بکار گرفت و لذا اگر مشابه هاربرگر هزینه‌ها ثابت فرض گردد و نسبت قیمت به هزینه برای صنایع انحصاری معادل ۱۰٪ در نظر گرفته شود، در این صورت، کسش قیمتی تقاضا برای انحصارگری که درصدد حداکثر کردن سود است، برابر با ۱۱ خواهد بود. البته برگسون نیز بر این امر تأکید داشت که شاخص لرنر را نمی‌توان برای تمام بازارهای غیررقابتی بکار گرفت، مع‌هذا او کسش تقاضا معادل ۱ یا ۲ را غیرقابل قبول

دانست. کالین و مولر (۱۹۷۷) نیز به این ایراد کار هاربرگر اشاره داشتند. آنها در مقاله خود به این امر تأکید داشتند که کوچک بودن نسبت $\frac{P}{MC}$ با فرض واحد بودن کشش قیمتی تقاضا سازگار نیست. کالین و مولر بر این امر تأکید دارند که شکاف قیمت و هزینه نهایی برای یک انحصارگر، به کشش تقاضا برای محصولات انحصارگر وابسته است.

در مطالعات بعدی، راجع به هزینه‌های اجتماعی انحصار در آمریکا افرادی مانند کامرشن^۵ (۱۹۶۶)، کالین - مولر و دیگران وابستگی بین $\frac{P}{MC}$ و کشش قیمتی تقاضا را در نظر گرفتند و تخمین آنها از هزینه‌های اجتماعی انحصار به مراتب بیش از تخمین هاربرگر بود. کامرشن هزینه‌های انحصار را معادل ۲ درصد درآمد ملی آمریکا محاسبه نمود. ورسستر (۱۹۶۹) کاربرد شاخص لرنر برای محاسبه کشش قیمتی تقاضا را برای تمامی بازارها زیر سؤال برد. زیرا شاخص لرنر به طور ضمنی به برابری درآمد نهایی و هزینه نهایی اشاره دارد در حالی که در بسیاری از بازارها، انحصار کامل برقرار نیست و بسیاری از انحصارگران در واقع یک الیگوپولیست محسوب می‌شوند و همواره خود را در تهدید ورود دیگران می‌بینند و به علاوه، تحت کنترل و مقررات دولت می‌باشند و در واقع، از توانی مشابه یک انحصارگر کامل برای تعیین قیمت و کسب سود برخوردار نیستند.

پس از انتشار مقاله هاربرگر، سازمان صنعتی در حوزه نظری و حوزه کاربردی از رشد چشمگیری برخوردار شد. بسیاری از محققین در مطالعات تجربی خود به نظریه قیمت گذاری حدی بن و سیلاس - لاینی^۶ اعتماد نموده و از آن برای پیش‌بینی رفتار بنگاههایی که از قدرت بازار برخوردارند و در عین حال در معرض تهدید دیگران هستند، استفاده نمودند.^۷

5. Kamrschen

6. Sylos - Labini

۷. فرهاد خدادادکاشی، همان ص ۷۶.

در واقع، پذیرش این نظریه نیز به معنای آن است که انحصارگری که با کشش قیمتی تقاضای پایین مواجه است، قیمت را بسیار بالاتر از هزینه نهایی وضع می‌کند. براین اساس، برای حل مشکل، یک راه حل ساده و صحیح وجود دارد، به این ترتیب که برای بازاری که دارای نرخ بازدهی بالاتر از نرخ بازده رقابتی است، ابتدا اطلاعاتی راجع به موانع ورود آن (همچون صرفه‌های مقیاس، نیاز به تجهیزات سرمایه، تبلیغات و...) جمع‌آوری نمود. در صناعی که موانع ورود مرتفع هستند و انحصارگر از ورود دیگران نگرانی ندارد، می‌توان شاخص لرنر را بکار گرفت و درصناعی که موانع ورود کم ارتفاع می‌باشند و انحصارگر در معرض تهدید دیگران می‌باشد، می‌توان مانند هاربرگر پذیرفت که هم کشش تقاضا و هم $\frac{P}{MC}$ ناچیز می‌باشد.

۳-۱-۳. سود اضافی

برای تخمین هزینه‌های اجتماعی قیمت‌گذاری انحصاری، لازم است که سود اضافی نیز محاسبه شود. هاربرگر برای محاسبه سود اضافی، ابتدا نرخ بازده رقابتی را در نظر گرفت و سپس آن را از سود مشاهده شده کسر نمود. روش هاربرگر از دو جهت مورد انتقاد قرار گرفت: اول آنکه نرخ سود مشاهده شده، شاخص دقیقی برای نرخ بازده رقابتی نمی‌باشند. ایراد دوم، مربوط به نحوه محاسبه نرخ بازده رقابتی می‌باشد. هاربرگر نرخ بازده رقابتی را معادل نرخ بازده متوسط صنعت در نظر گرفت (بحث در مورد مقدار نرخ بازده رقابتی بعداً مورد بررسی قرار می‌گیرد). ابتدا نکته اول، یعنی نرخ بازده مشاهده شده را مورد بررسی قرار می‌دهیم. استیگلزر (۱۹۵۶) در مقاله خود تحت عنوان "آمار انحصار و ادغام اظهار" داشت انحصارگر تا حدی حاضر است سود انحصاری را تبدیل به سرمایه کند که نرخ بازده سرمایه برابر با نرخ بازده رقابتی شود. بنابراین، سود گزارش شده صنایع که در مطالعه هاربرگر مورد استفاده قرار گرفت، شاخص مناسبی برای ارزیابی هزینه‌های اجتماعی

قیمت گذاری انحصاری نیست، زیرا روشهای حسابداری تنها به هنگام ادغام، امکان ارزیابی مجدد داراییها را می‌دهد. و این امکان برای رشد درونی بنگاه وجود ندارد و لذا نرخ بازده، معیار مناسبی از نرخ بازده واقعی نمی‌باشد و تخمین بالایی از نرخ بازده واقعی را نمایش می‌دهد.

انتقاد استیگلر به کار هاربرگر در راستای عقاید مکتب شیکاگو بود. طرفداران این مکتب کارهای تجربی که رابطه بین نرخ سودآوری و تمرکز را آزمون می‌کنند، به انتقاد می‌گیرند. به علاوه، مکتب شیکاگو اساساً کارهای تجربی برای اندازه‌گیری M.E.S (حداقل تشکیلات بهینه) را رد می‌کند.

روشی که هاربرگر برای اندازه‌گیری هزینه‌های اجتماعی انحصار معرفی می‌کند، دارای ایراداتی می‌باشد زیرا وی برای قضاوت راجع به هزینه‌های انحصار در هر صنعت، تفاوت نرخ بازده آن صنعت و نرخ بازده رقابتی را در نظر می‌گیرد. نرخ بازده صنعت نیز تحت تأثیر نرخ بازده بنگاههای مختلف است و لذا نرخ بازده صنعت از نرخ بازده بنگاههایی که نرخ بازده آنها کمتر از نرخ بازده رقابتی است متأثر می‌باشد. در نتیجه، تخمین پایینی از هزینه‌های اجتماعی انحصار به دست داده می‌شود.

ایرادی که استیگلر در خصوص نرخ بازده و سود اضافی مطرح نمود، به مطالعاتی که برای محاسبه هزینه‌های اجتماعی انحصار در فرانسه صورت گرفته است نیز وارد است. جنی - ویر (۱۹۷۸) اظهار داشتند که از سال ۱۹۶۵ به بنگاههای فرانسه اجازه داده شد که در صورت ادغام می‌توانند بخشی از داراییهای خود را ارزیابی مجدد نمایند و در فاصله سالهای ۱۹۶۵ تا ۱۹۷۳ کشور فرانسه موج فزاینده‌ای از ادغام را تجربه نمود. تجدید ارزیابی داراییها این امکان را فراهم نمود که بنگاهها مالیات کمتری بپردازند. بنابراین، محاسبه هزینه‌های اجتماعی انحصار بر حسب داده‌های مربوط به سود اضافی تخمین پایینی از نرخ بازده واقعی را به دست می‌داد.

محاسبه هاربرگر دلالت بر آن داشت که سود اضافی انحصارگران ناچیز می باشد. وی در توضیح این امر اظهار داشت که در صنایع انحصاری، عوامل تولید از دستمزد بالاتری برخوردار هستند و بخشی از آنچه که به عنوان سود انحصارگر تلقی می شود، در واقع هزینه وی می باشد نه سود اضافی. البته جنی - وبر (۱۹۷۸) در مطالعات خود در مورد فرانسه و آمریکا دریافته‌اند، نرخ دستمزد در صنایع متمرکز بیشتر از نرخ دستمزد در صنایع رقابتی است.

کامانور - لیشنتاین (۱۹۷۵) به یک موضوع کلی تر توجه داشتند. به عقیده آنها بنگاهها غیر کارا که در صنایع غیر رقابتی فعالیت می کنند آن چنان تحت فشار نمی باشند و لزوماً از بازار بیرون رانده نمی شوند، در واقع، در چنین صنایعی فشار چندانی بر روی بنگاهها جهت استفاده بهینه از منابع وجود ندارند، در حالی که در صنایع رقابتی تمامی بنگاهها چنین فشاری را تحمل می نمایند. بر این اساس، اگر در صنایع غیر رقابتی، فشار رقابت افزایش یابد مسلماً هزینه متوسط در این صنایع کاهش خواهد یافت. بنابراین از آنجا که هاربرگر در مطالعه خود به این امر توجه نداشته است، لذا در محاسبه سود اضافی و برآورد هزینه‌های اجتماعی انحصار دچار اشتباه شده است.

۳-۲. روش پوزنر

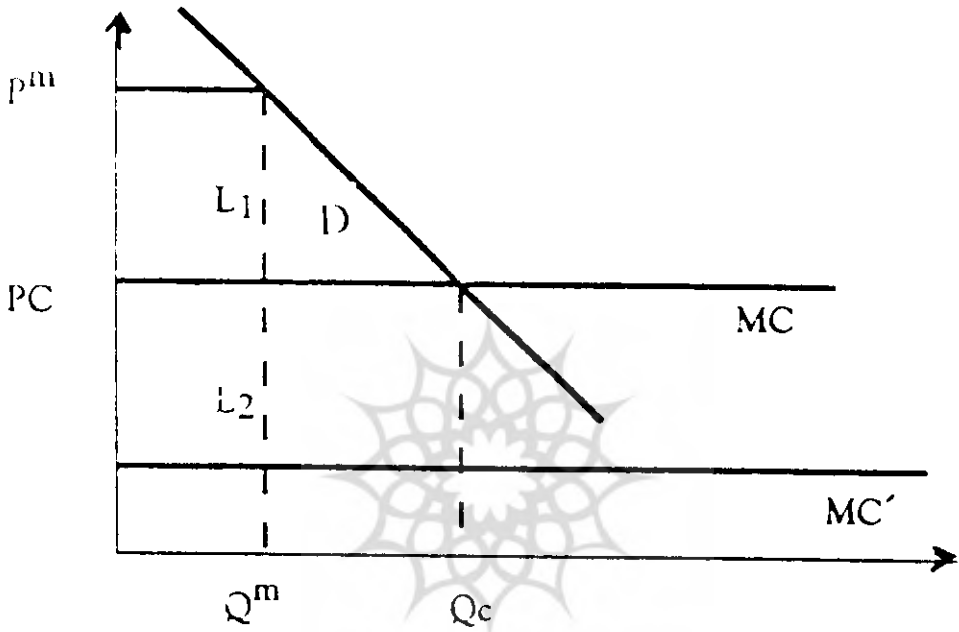
از نظر پوزنر^۸ هزینه‌های رفاهی انحصار به مثلث رفاه محدود نمی باشد بلکه وی هزینه فرصت منافی که صرف کسب قدرت انحصاری و حفظ آن می شود را به عنوان آثار رفاهی منفی انحصار در نظر می گیرد. ویژگیهای نظریه وی به ترتیب زیر خلاصه می شود. اولی، وی معتقد است کسب قدرت انحصاری یک فعالیت رقابتی است و این فعالیت تا جایی صورت می گیرد که هزینه کسب انحصار برابر با سود و رانتی شود که بنگاه از

8. Posner, R. "The social cost of monopoly and Regulation" Journal of Political Economy, August 1975. Vol. 83 No. 4

انحصارگر شدن خود انتظار کسب آن را دارد. بنابراین، تا جایی که سود انتظاری بیش از هزینه‌های کسب انحصار باشد، رقابت بر سر کسب موقعیت انحصاری بین بنگاههای قدیمی و تازه واردین ادامه خواهد داشت و کسانی که برای احراز این موقعیت به رقابت می‌پردازند لاجرم باید کوشش بیشتری نمایند و نهاده‌ها و منابع بیشتری را در استخدام درآوردند. در نتیجه، این رقابت تا جایی ادامه می‌یابد که هزینه کسب انحصار و ارزش انتظاری آن برابر باشند. دوم، وی برای ساده شدن بحث فرض می‌کند که قیمت نهاده‌هایی که در رقابت برای کسب قدرت انحصاری بکارگرفته می‌شوند، ثابت می‌باشد. سوم، هزینه‌ای که بنگاه برای کسب قدرت انحصاری متحمل می‌شود هیچ محصول فرعی که از نظر اجتماعی با ارزش باشد به بار نمی‌آورد.

پوزنر با معرفی این فروض در واقع به این مسأله اشاره دارد که تمامی سود و رانت انحصاری به مثابه هزینه‌هایی هستند که بر جامعه تحمیل می‌شوند بدون اینکه ارزش و فایده اجتماعی به همراه داشته باشند. وی ضمن قبول این امر که فعالیتهای انحصاری و ادغام در بسیاری موارد باعث افزایش کارایی می‌شوند و در بعضی از بازارها صرفه‌جویی ناشی از مقیاس باعث بروز انحصار می‌شود، مع‌هذا کسب و به ویژه حفظ قدرت انحصاری را حتی در چنین مواردی بدون تحمل هزینه غیرممکن می‌داند. وی معتقد است که اگر چه ادغام و یا تولید در مقیاس وسیع موجب انتقال MC به پایین می‌شود ولی رانت انحصاری که حاصل جمع دو سطح L_1 و L_2 است، انگیزه مناسبی برای ورود سایر بنگاهها به صنعت می‌شود مگر آنکه انحصارگر هزینه‌های باز دارنده که در بلندمدت معادل $L_1 + L_2$ است را تحمل نماید.

نمودار ۲ - هزینه‌های کسب و حفظ قدرت انحصاری



با توجه به نمودار (۲)، از نظر پوزنر، هزینه‌های اجتماعی انحصار برابر است با حاصل جمع مثلث رفاه (سطح D) و رانت انحصاری (سطح L_1)

$$D = \frac{1}{2} \Delta P \cdot \Delta Q \quad (۱)$$

$$L_1 = \Delta P (Q_c - \Delta Q) \quad (۲)$$

Q_c تولید رقابتی است.

از آنجا که هاربرگر صرفاً به سطح D به عنوان هزینه‌های اجتماعی انحصار توجه داشت، لذا پوزنر درصدد برآمد تا روشی را بکار برد تا با محاسبه D به مقدار L_1 نیز دست یابد و برای این کار نسبت $\frac{D}{L_1}$ را به صورت زیر در نظر گرفت.

$$\frac{D}{L_1} = \frac{\Delta Q}{2Q_c - \Delta Q} \quad (3)$$

و سپس رابطه فوق را برحسب اخلال قیمتی و کشش در سطح قیمت رقابتی به ترتیب زیر نوشت:

$$\frac{D}{L_1} = \frac{M}{2(1/\varepsilon) - M} \quad (4)$$

$M = \frac{\Delta P}{P}$ میزان اخلال قیمتی است، یعنی

از نظر پوزنر هزینه اجتماعی انحصار برابر است با:

$$C = D + L_1 \quad (5)$$

C هزینه اجتماعی انحصار، D مثلث رفاه و L_1 هزینه‌های کسب و حفظ قدرت انحصاری است. با توجه به روابط (۱) و (۲) رابطه (۵) به صورت زیر نوشته می‌شود.

$$C = R_c \left(M - \frac{1}{2} \varepsilon M^2 \right) \quad (6)$$

R_c درآمد در سطح قیمت رقابتی است. از C نسبت به M ، R_c و ε مشتق گرفته می‌شود.

$$\frac{\partial C}{\partial R_c} = M - \frac{1}{2} \varepsilon M^2 > 0 \quad \text{اگر } \varepsilon M < 2 \text{ باشد،} \quad (7)$$

$$\frac{\partial C}{\partial M} = R_c (1 - \varepsilon M) > 0 \quad \text{اگر } \varepsilon M < 1 \text{ باشد،} \quad (8)$$

$$\frac{\partial C}{\partial \varepsilon} = -\frac{1}{2} M^2 R_c < 0 \quad (9)$$

بنابراین، ملاحظه می‌شود که در صورت افزایش درآمد در سطح قیمت و ستاده رقابتی و همچنین با افزایش درصد اختلال قیمتی نسبت به سطح رقابتی (M)، هزینه‌های اجتماعی انحصار افزایش خواهد یافت و در واقع، در چنین شرایطی، انگیزه و شرایط لازم برای رقابت جهت تصاحب قدرت انحصاری فراهم است. رابطه (۹)، مؤید آن است که با افزایش کسش (در سطح قیمت رقابتی) هزینه‌های اجتماعی انحصار کاهش می‌یابد.

۳-۳. روش کالین - مولر

پس از هاربرگر، افراد دیگری^۹ با استفاده از روش وی در صدد محاسبه هزینه‌های اجتماعی انحصار برآمدند و نتایجی مشابه هاربرگر گرفتند. برخلاف مطالعات قبلی، کالین - مولر (۱۹۷۸) در مقاله خود تحت عنوان هزینه‌های اجتماعی قدرت انحصاری کوشش نمودند تا هزینه‌های اجتماعی انحصار را به ترتیبی محاسبه نمایند که فاقد اشتباهات مطالعات قبلی باشد. آنها معتقد بودند که مطالعات قبلی از جنبه‌های مختلف دچار تورش و اشتباه می‌باشند و بر همین اساس، هزینه‌های اجتماعی انحصار و اهمیت قدرت انحصاری کم برآورد شده است. از نظر آنها، هزینه‌های اجتماعی انحصار از دو جزء تشکیل می‌شود. جزء اول، کاهش مازاد رفاه مصرف‌کنندگان و جزء دوم، هزینه‌های کسب و حفظ قدرت انحصاری است. کالین - مولر برای محاسبه هزینه‌های اجتماعی انحصار، وضعیت بازارهای واقعی را با شرایطی که قدرت انحصاری وجود نداشته باشد، مقایسه نمودند.

آنها مبنای محاسب خود را بنگاه قرار دادند، در صورتی که هاربرگر مبنای محاسبه خود را صنعت قرارداد، هاربرگر نرخ متوسط بازده هر صنعت را با نرخ رقابتی مقایسه نمود و بدین ترتیب سود انحصاری و هزینه‌های اجتماعی را در هر صنعت محاسبه کرد. روش هاربرگر، متضمن تخمین پایینی از سود انحصاری بود، زیرا وی نرخ بازده متوسط هر صنعت

۹. شوارتزمن (۱۹۶۰)، بل (۱۹۶۸)، ورسستر (۱۹۷۳) و زیگفرید تایدمن (۱۹۷۴)

را به صورت میانگین نرخ بازده بنگاههای آن صنعت را در نظر گرفت. بنگاههایی که دارای قدرت انحصاری هستند، معمولاً از نرخ بازده بالاتری برخوردارند. بنابراین، نرخ بازده متوسط، تخمینی پایین از سود و قدرت انحصاری چنین بنگاههایی ترسیم خواهد نمود. کالین و مولر بجای آنکه محاسبات خود را در سطح صنعت انجام دهند، توجه خود را به بنگاه معطوف نمودند. در واقع آنها معتقد بودند که هزینه‌های اجتماعی هر انحصارگر باید به طور جداگانه محاسبه شود. آنها کاهش در مازاد رفاه مصرف کننده به علت اعمال قدرت انحصاری را معادل نصف سود انحصاری بنگاه در نظر گرفتند. یعنی:

$$W_i = \frac{\pi_i}{2} *$$

π_i سود انحصاری بنگاه و W_i کاهش در مازاد رفاه مصرف کنندگان است. همانگونه که قبلاً اشاره شد، کالین و مولر هزینه‌های اجتماعی انحصار را به مثلث رفاه و کاهش در مازاد رفاه مصرف کنندگان محدود نمی‌دانستند. آنها هزینه‌های کسب قدرت انحصاری و هزینه‌های حفظ قدرت انحصاری را بخشی از هزینه‌های اجتماعی انحصار در نظر گرفتند. هزینه‌های تبلیغ و هزینه‌هایی که انحصارگر - جهت ایجاد تمایز متحمل می‌شود و در عین حالی ربطی به هزینه تولید ندارد، در زمره هزینه‌های اجتماعی انحصار می‌باشند. اقدام به ایجاد تمایز کالا و یا انجام تبلیغات موجب می‌گردد، هزینه‌های انحصارگر بالاتر از هزینه بنگاه رقابتی قرار گیرد. بر این اساس آنها شاخص دومی را برای هزینه‌های اجتماعی انحصار معرفی نمودند.

$$W_i = \frac{\pi_i + A_i}{2}$$

* برای آشنایی با نحوه استخراج $W_i = \frac{\pi_i}{2}$ به خدادادکاشی (۱۳۷۷) صفحه ۲۹۴ مراجعه شود.

کالین و مولر معتقد بودند، اگر چنانچه هزینه‌های کسب قدرت انحصاری به عنوان

هزینه‌های بنگاه محسوب شوند، در این صورت شاخص $\frac{1}{\eta} = \frac{P - MC}{MC}$ کشش تقاضای

بنگاه را بیشتر از مقدار واقعی آن و به تبع آن هزینه‌های اجتماعی را انحصار کمتر از واقع تخمین خواهد زد. بر این اساس کالین و مولر هزینه تبلیغات بنگاههای انحصاری را بخشی از سود انحصاری تلقی کردند و اظهار داشتند که اگر چنانچه تبلیغات نقش اطلاع رسانی مفید نداشته باشد و هیچ ارزش اجتماعی ایجاد نکند، در این صورت باید از آن به عنوان اتلاف منابع یاد نمود و لذا هزینه‌های اجتماعی انحصار به ترتیب زیر محاسبه خواهد شد.

$$W_i = A_i + \frac{\pi + A_i}{2}$$

کالین و مولر با کاربرد روشهای فوق، میزان هزینه‌ای اجتماعی انحصار در بریتانیا و آمریکا را بسیار بیشتر از هاربرگر برآورد نمودند.

۳-۳-۱. انتقاد به روش کالین - مولر

کالین و مولر به منظور پرهیز از خطای همفرزونی، تصمیم گرفتند تا هزینه‌های اجتماعی انحصار را در سطح بنگاه محاسبه کنند و برای اینکار سود اضافی هر یک از بنگاهها را مدنظر قرار دادند. در واقع، آنها قدرت انحصاری را در سطح بنگاه در نظر گرفتند اما کاربرد شاخص لرنر برای بنگاههایی که نرخ بازده آنها بالاتر از نرخ بازده رقابتی است، به معنای آن است که کلیه بازارهای (صنایع) به صورت انحصاری کامل اداره می‌شوند و لذا کالین - مولر به طور ضمنی وجود بازارهای انحصار چند جانبه و وابستگی تصمیم‌های بنگاهها را رد نمودند. بر همین اساس، برای محاسبه هزینه‌های اجتماعی انحصاری باید از مدل‌هایی نظیر مدل کارتل، رهبری قیمت، قیمت‌گذاری جدی ایستا و یا پویا استفاده نمود تا در بازارهای واقعی که عمدتاً به صورت انحصار چند جانبه هستند، وابستگی بنگاهها لحاظ شود.

۳-۴. روش مسان - شانان^{۱۰} (۱۹۸۴)

این دو محقق روشی متفاوت از هاربرگر را بکار گرفتند و نتیجه مطالعات آنها دلالت بر آن داشت که هزینه‌های اجتماعی انحصار در آمریکا طی دوره ۶۶-۱۹۵۰ به طور متوسط معادل ۲/۹ درصد درآمد ملی این کشور است. مسان و شانان، دو موقعیت مختلف را در نظر گرفتند: (۱) وضعیت واقعی بازار (۲) وضعیت فرضی مبنی بر اینکه بنگاههای صنعت ائتلاف نمایند تا سود مشترک خود را حداکثر نمایند و در عین حال از تهدید ورود دیگران در امان باشند. بدین ترتیب، آنها توانستند با اندازه‌گیری انحراف قیمت واقعی از قیمت ائتلافی اندازه رقابت را تخمین بزنند. آنها برای اینکار از نظریه قیمت‌گذاری حدی پویا استفاده نمودند و با توجه به میزانی که قیمت واقعی بالاتر از قیمت حدی است راجع به اندازه موانع قضاوت نمودند.

۴. هزینه‌های اجتماعی انحصار در چند کشور مختلف

در جدول (۲)، هزینه‌های اجتماعی انحصار در چند کشور درج شده است. در اکثر مطالعاتی که از روش هاربرگر پیروی شده است. هزینه‌های اجتماعی انحصار در سطح نازلی برآورد شده است. البته گیزر^{۱۱} (۱۹۸۶)، از جمله افرادی است که به رغم کاربرد روش هاربرگر، هزینه‌های اجتماعی انحصار را بین ۱/۸ - ۰/۱ درصد درآمد ملی آمریکا تخمین زد. وی وقتی از مدل کورنو استفاده نمود، هزینه‌های اجتماعی انحصار را در پایین‌ترین سطح یعنی ۰/۱ درصد درآمد ملی آمریکا برآورد نمود.

10. Masson and Shaanan

11. Gisser

جدول ۲ - هزینه‌های اجتماعی انحصار در چند کشور - درصد از GNP

نویسنده	دوره	کشور	هزینه‌های اجتماعی انحصار (کاهش در رفاه)
۱. هاربرگر (۱۹۵۴)	۱۹۲۴-۸	آمریکا	۰/۱
۲. شوارتزمن (۱۹۶۰)	۱۹۵۴	آمریکا	۰/۱
۳. کامرشن (۱۹۶۶)	۱۹۵۶-۶۱	آمریکا	۵/۴-۷/۶
۴. بل (۱۹۶۸)	۱۹۵۴	آمریکا	۰/۰۲-۰/۰۴
۵. شفرد (۱۹۷۰)	۱۹۶۰-۹	آمریکا	۲-۳
۶. ورسستر (۱۹۷۳)	۱۹۵۶-۶۹	آمریکا	۰/۲-۰/۷
۷. زیگفرید - نایدمن (۱۹۷۴)	۱۹۶۳	آمریکا	۰/۰۷
۸. کالین - مولر (۱۹۷۸)	۱۹۶۳-۶	آمریکا	۴-۱۳/۱
۹. مسان - شانان (۱۹۸۴)	۱۹۵۰-۶۶	آمریکا	۲/۹
۱۰. والروس (۱۹۸۴)	۱۹۵۰/۶۶	آمریکا	۲/۹
۱۱. گیزر (۱۹۸۶)	۱۹۷۷	آمریکا	۰/۱-۱/۸
۱۲. جونز (۱۹۷۸)	۱۹۶۵-۷	کانادا	۳/۷
۱۳. کالین - مولر (۱۹۷۸)	۱۹۶۸-۹	انگلستان	۳/۹-۷/۲
۱۴. جنی - وبر (۱۹۸۳)	۱۹۶۷-۷۰	فرانسه	۰/۱۳-۸/۸۵
	۱۹۷۱-۴	فرانسه	۰/۲۱
۱۵. پزولی (۱۹۸۵)	۱۹۸۲-۳	ایتالیا	۰/۴-۹/۴
۱۶. فوتاهاشی (۱۹۸۲)	۱۹۸۰	ژاپن	۰/۰۲-۳
۱۷. اُ (۱۹۸۶)	۱۹۸۳	کره	۱/۱۶-۶/۷۵
۱۸. اونگولو (۱۹۸۷)	۱۹۷۷	کنیا	۰/۲۶-۴/۴
۱۹. والروس (۱۹۸۴)	۱۹۷۰-۹	فنلاند	۰/۲-۰/۶

مأخذ: فرگوسن (۱۹۹۴)

آن دسته از مطالعاتی که روشن کالین - مولر را بکار گرفتند، هزینه‌های انحصار را بسیار بیشتر از تخمین هاربرگر برآورد نمودند.

بسیاری از محققین بر این امر تأکید داشتند که تنها بخش ناچیزی از هزینه‌های اجتماعی انحصار مربوط به مثلث رفاه و کاهش مازاد رفاه مصرف‌کنندگان و بخش اعظم آن مربوط به کسب موقعیت انحصاری و حفظ آن می‌باشد.

علت تفاوت نتایج محققین را می‌توان به سطح همفرونی مرتبط دانست. در مطالعات انجام شده، بازار معادل صنعت در نظر گرفته شده است و هر چه در طبقه‌بندی صنایع، صنعت به بازار نزدیک‌تر تعریف شده باشد، تخمین‌ها صحیح‌تر خواهد بود. در مطالعاتی که از داده‌های مربوط به سطح بالایی از همفرونی استفاده شده، هزینه‌های اجتماعی انحصار کم‌تر از واقع برآورد شده است. کالین - مولر به منظور پرهیز از چنین تورشی از داده‌های مربوط به بنگاه استفاده نمودند. البته، آنها در مطالعات خود به منظور مقایسه نتایج، هزینه‌های اجتماعی انحصار را در سطوح مختلفی از همفرونی برآورد و یک بار نیز در سطح صنایع دو رقمی و یک بار در سطح بنگاه تخمین زدند. یافته‌های آنها دلالت بر آن داشت که هزینه‌های اجتماعی انحصار در سطح بنگاه می‌باشد. به علاوه، داده‌های صنایع چهار رقمی، معادل ۸۳ درصد هزینه‌های اجتماعی انحصار در سطح بنگاه می‌باشد. به علاوه، داده‌های صنایع دو رقمی، هزینه‌های اجتماعی انحصار را معادل ۷۸ درصد هزینه‌های اجتماعی انحصار در سطح بنگاه نشان می‌داد.

البته محاسبه هزینه‌های اجتماعی انحصار در سطح بنگاه نیز خود با مشکلاتی همراه است (به این موضوع در بخش انتقار به روش کالین - مولر اشاره شد. به علاوه، یک بنگاه ممکن است در دو یا چند بازار مختلف فعالیت کند. در چنین حالتی حتی با کاربرد داده در سطح بنگاه، مشکل تورش در تخمین حل نخواهد شد.

۵. هزینه‌های اجتماعی انحصار در ایران: کاربرد روش هاربرگر و کالین-مولر

پس از معرفی روشهای محاسبه هزینه‌های اجتماعی انحصار، با استفاده از داده‌های خام طرح آمارگیری از صنعت، کاهش در رفاه و یا به عبارت دیگر، هزینه‌های اجتماعی انحصار در بخش صنعت ایران مورد محاسبه قرار می‌گیرد.

چنانچه ملاحظه شد، تخمین نویسندگان مختلف بسیار متفاوت از هم می‌باشد، چنانکه هاربرگر کاهش رفاه به دلیل فعالیتهای انحصاری در اقتصاد آمریکا را تنها معادل ۰/۱ درصد GNP تخمین زد، در حالی که کالین و مولر هزینه‌های اجتماعی انحصار را معادل ۱/۱۳ درصد GNP برآورد نمودند. علت آن که برآورد اقتصاددانان تا این حد متفاوت می‌باشد، عبارت از این است که هر یک از آنها با استفاده از فروض معین و روش خاص خود، هزینه‌های اجتماعی انحصار را محاسبه نمودند. پرسش قابل طرح عبارت از این است که چرا اقتصاددانان روشهای متفاوت بکار گرفته‌اند و آیا روشی واحد که مورد قبول عام باشد، وجود ندارد؟ در پاسخ به این سؤال می‌توان اظهار داشت که هر یک از نویسندگان با توجه به مکتب و اردوگاه فکری خود، روش خاصی را بکار می‌گیرند و از فروضی استفاده می‌کنند که با پایه‌های فکری مورد پذیرش آنها سازگار باشد به علاوه، تفاوت برآورد دانشمندان را نیز می‌توان به تفاوت داده‌های مورد استفاده آنها منتسب نمود.

در ادامه این بحث، هزینه‌های اجتماعی انحصار را برای بخش صنعت ایران محاسبه می‌کنیم. البته برای اینکه در یک چارچوب فکری خاص، خود را محدود نکنیم با استفاده از روشهای مختلف، هزینه‌های اجتماعی انحصار را محاسبه می‌کنیم. در واقع، قصد مقاله آن است که یک مقایسه تطبیقی از هزینه‌های انحصار به روشهای مختلف ارائه دهد و از ارائه نتایج مرتبط به یک مکتب فکری خاص به خوانندگان و علاقه‌مندان پرهیز شود.

در جدول (۳) هزینه‌های اجتماعی انحصار بر پایه روش هاربرگر درج شده است. پیش از آن که توضیحی در مورد ارقام جدول ارائه گردد، شایان ذکر است که هزینه‌های

اجتماعی انحصار مندرج در جدول زیر بر پایه محاسبات انجام شده در سطح صنایع دو رقمی، سه رقمی و چهاررقمی برآورد شده است. توضیح آن که هر چه محاسبات در سطح بالایی از همفرونی صورت گیرد دقت برآوردها کمتر خواهد بود. هاربرگر هزینه‌های اجتماعی انحصار را در سطح ۷۳ صنعت آمریکا محاسبه نمود و آنچه که در جدول (۳) آمده است، برآورد هزینه‌های اجتماعی انحصار در صنایع دو رقمی، سه رقمی و چهاررقمی به طور جداگانه می‌باشد. پس از محاسبه هزینه اجتماعی انحصار در هر یک از صنایع n رقمی، ارقام به دست آمده را جمع نموده تا هزینه انحصار در کل بخش صنعت محاسبه شود. همانگونه که ملاحظه می‌شود، براساس روش هاربرگر، در سال ۱۳۷۰ هزینه‌های اجتماعی انحصار در کل بخش صنعت ایران معادل ۰/۹۷ درصد فروش این بخش بوده است. کاهش در مازاد رفاه مصرف کنندگان در سال ۱۳۷۱ و ۱۳۷۲ معادل ۰/۱۹ درصد و ۰/۳۷ درصد می‌باشد. حال اگر پایه محاسبات صنایع سه رقمی باشد، یعنی محاسبات در سطح همفرونی پایین‌تری انجام شود، هزینه‌های اجتماعی انحصار در بخش صنعت بیشتر برآورد می‌شود. همانگونه که ملاحظه می‌شود این بار کاهش در مازاد رفاه مصرف کنندگان به دلیل رفتارهای غیررقابتی در سال ۱۳۷۰، معادل ۱/۶۱ درصد، در سال ۱۳۷۱، معادل ۰/۵۳ درصد و در سال ۱۳۷۲، معادل ۰/۵۸ درصد فروش بخش صنعت می‌باشد. حال اگر هزینه‌های اجتماعی انحصار را در سطح خرد تر و برای صنایع چهار رقمی محاسبه کنیم، درمی‌یابیم که هزینه‌های اجتماعی انحصار در سالهای ۱۳۷۰، ۱۳۷۱ و ۱۳۷۲ به ترتیب معادل ۲/۰۳ درصد، ۰/۸۳ درصد و ۰/۸۴ درصد فروش بخش صنعت ایران می‌باشد.

جدول ۳ - هزینه‌های اجتماعی انحصار در بخش صنعت ایران - روش هاربرگر

درصد از فروش

سال	۱۳۷۰	۱۳۷۱	۱۳۷۲	پایه محاسبات
۱- صنایع دورقمی	۰/۹۷	۰/۱۹	۰/۳۷	
۲- صنایع سه رقمی	۱/۶۱	۰/۵۳	۰/۵۸	
۳- صنایع چهار رقمی	۲/۰۳۹	۰/۸۳	۰/۸۴	

یکی از ایراداتی که دانشمندان به روش هاربرگر وارد نمودند عبارت از این بود که هاربرگر در محاسبه هزینه‌های اجتماعی انحصار، بازده اضافی صنایع را نسبت به بازده رقابتی در نظر گرفت اما سود و بازده اضافی بعضی از صنایع منفی می‌باشد، یعنی در این دسته از صنایع نرخ بازده، کمتر از نرخ بازده رقابتی است و بنابراین، لحاظ نمودن این دسته از صنایع در محاسبه موجب برآورد پایین از هزینه‌های اجتماعی انحصار می‌شود. برای آنکه تصویری روشنتر از میزان اخلاص انحصار در بخش صنعت ایران به دست دهیم، صنایعی که بازده آنها پایین‌تر از بازده متوسط بخش صنعت می‌باشد، کنار گذارده می‌شود و محاسبات را دوباره در سطح صنایع دو، سه و چهار رقمی تکرار می‌کنیم و این نتایج در جدول (۴) درج شده است. همانگونه که ملاحظه می‌شود، هزینه‌های اجتماعی انحصار در مقایسه با جدول قبل بیشتر می‌باشد.

جدول ۴ - هزینه‌های اجتماعی انحصار در بخش صنعت ایران - روش هاربرگر

درصد از فروش

سال	۱۳۷۰	۱۳۷۱	۱۳۷۲
پایه محاسبات	۱- صنایع دورقمی	۳/۲۶	۱/۸
	۲- صنایع سه رقمی	۴/۰۲	۲/۱۹
	۳- صنایع چهار رقمی	۴/۷۷	۲/۹۲

اگر پایه محاسبات در سطح صنایع دو رقمی در نظر گرفته شود، نتیجه می‌گیریم که هزینه‌های اجتماعی انحصار در بخش صنعت ایران در سال ۱۳۷۰ معادل ۳/۲۶ درصد، در سال ۱۳۷۱ معادل ۱/۸ درصد و در سال ۱۳۷۲ معادل ۱/۸ درصد فروش بخش صنعت بوده است. اگر صنایع سه رقمی به عنوان پایه محاسبات در نظر گرفته شود در آن صورت هزینه‌های اجتماعی انحصار در سالهای ۱۳۷۰، ۱۳۷۱، ۱۳۷۲ به ترتیب معادل ۴/۰۲ درصد، ۲/۰۲ درصد و ۲/۱۸ درصد فروش بخش صنعت برآورد می‌شود. همچنین، اگر پایه محاسبات

صنایع چهار رقمی باشد، کاهش در مازاد رفاه مصرف کنندگان در سالهای ۱۳۷۰، ۱۳۷۱، ۱۳۷۲ به ترتیب ۴/۷۷ درصد، ۳/۱۸ درصد و ۲/۹۲ درصد فروش بخش صنعت برآورد می‌شود. به طوری کلی، جداول (۳) و (۴) دلالت بر آن دارد که اولاً با انتقال از ۱۳۷۰ به ۱۳۷۱ و سالهای بعد هزینه‌های اجتماعی انحصار در بخش صنعت ایران کاهش می‌یابد. و دوم، هر چه محاسبات در سطح خردتر انجام شود، هزینه‌های اجتماعی انحصار بیشتر خواهد بود. در بخشهای قبلی، انتقادات وارد بر روش هاربرگر به دقت توضیح داده شد. هاربرگر برای محاسبه هزینه اجتماعی هر صنعت نرخ بازده متوسط را بر حسب سود اضافی تمامی بنگاههای آن صنعت محاسبه نمود. اما در عمل در هر صنعت، تعداد محدودی از بنگاهها در موقعیت انحصاری قرار دارند و از سود اضافی برخوردار هستند و برخی از بنگاهها حتی ممکن است دچار ضرر باشند. در چنین حالتی محاسبه هزینه‌های اجتماعی انحصار بر پایه سود اضافی تمامی بنگاهها، تخمین پایینی از هزینه‌های انحصار را به دست خواهد داد. براین اساس، هزینه‌های اجتماعی انحصار در بخش صنعت ایران در پایین‌ترین سطح، یعنی در سطح بنگاه محاسبه می‌گردد. برای اینکه نتایج این بخش از مطالعه با بخش قبلی قابل مقایسه باشد، برای محاسبه هزینه‌های اجتماعی انحصار یکبار سود اضافی تمامی بنگاهها را لحاظ نموده و بار دیگر سود اضافی بنگاههایی که نرخ بازده آنها از نرخ بازده متوسط صنعت بیشتر است لحاظ می‌شود. در واقع، روش کالین - مولر بکار بسته می‌شود.

جدول ۵- هزینه‌های اجتماعی انحصار در بخش صنعت ایران - روش کالین - مولر

درصد فروش

سال	۱۳۷۰	۱۳۷۱	۱۳۷۲
روش ۱	۹/۰۱	۱/۷۷	۰/۶۴
روش ۲	۱۰/۲۵	۴/۸۸	۲/۹

۱. در محاسبه هزینه‌های اجتماعی انحصار، سود اضافی تمام بنگاهها لحاظ شده است.

۲. در محاسبه هزینه‌های اجتماعی انحصار، فقط سود اضافی بنگاههایی که نرخ بازده آنها بالاتر از متوسط صنعت می‌باشد لحاظ شده است.

همانگونه که ملاحظه می‌شود، با کاربرد روش کالین - مولر، هزینه‌های اجتماعی انحصار به شدت افزایش می‌یابد. هزینه‌های اجتماعی انحصار در سال ۱۳۷۰ معادل ۱۰/۲۵ درصد، در سال ۱۳۷۱ معادل ۴/۸۸ درصد و در سال ۱۳۷۲ معادل ۲/۹ درصد از فروش بخش صنعت ایران می‌باشد. بر این اساس، ملاحظه می‌شود که رفتارهای انحصاری در بخش صنعت ایران، هزینه‌های اجتماعی قابل توجهی را بر جامعه تحمیل نموده و تخصیص منابع و رفاه جامعه را به شدت دچار اختلال نموده است. بابررسی هزینه‌های اجتماعی انحصار طی سالهای ۱۳۷۰ تا ۱۳۷۲، کاهش در میزان این هزینه‌های اجتماعی انحصار طی سالهای ۱۳۷۰ تا ۱۳۷۲، کاهش در میزان این هزینه‌ها مشهود می‌گردد. به رغم کاهش هزینه‌های اجتماعی انحصار حجم این هزینه‌ها قابل توجه می‌باشد.

جمع بندی و ملاحظات

در این مقاله، روشهای مختلف اندازه‌گیری هزینه‌های رفاهی انحصاری معرفی شد. اگر چه هاربرگر در تخمین هزینه‌های انحصار پیشرو می‌باشد ولی روش وی به دلیل مشکلات روش‌شناسی، هزینه‌های اجتماعی انحصار را کمتر از واقع تخمین می‌زند. روش محاسباتی هاربرگر با دیدگاه مکتب شیکاگو (یکی از مکاتب سازمان‌صنعتی) سازگار می‌باشد زیرا طرفداران این مکتب معتقدند که هزینه‌های اجتماعی انحصار ناچیز می‌باشد و اساساً انحصار پدیده‌ای موقتی است و به موسسات کنترل‌کننده انحصار نیاز نمی‌باشد. در اقتصاد ایران، بسیاری از انحصارها به دلیل قوانین خاص و امتیازات ویژه بنگاههای دولتی و شبه دولتی به وجود آمده‌اند و کارایی برتر، علت وجودی این انحصارها نمی‌باشد و به همین لحاظ، مطالعه هزینه‌های رفاهی این انحصارها ضروری به نظر می‌رسد. چنانچه انتظار می‌رفت، روش هاربرگر در مقایسه با روش کالین - مولر هزینه‌های انحصار را کمتر برآورد می‌کند. در سال ۱۳۷۰، بر اساس روش هاربرگر و کالین - مولر هزینه‌های انحصار به ترتیب معادل ۲/۰۳ درصد و ۱۰/۲۵ درصد فروش بخش صنعت می‌باشد. به علاوه نتایج مقاله نشان

می‌دهد. که اگر چنانچه محاسبات در سطح پایینی از همفزوننی انجام پذیرد، هزینه اجتماعی انحصار کمتر برآورد می‌شود. برای مثال، با کاربرد روش هاربرگر در سطح صنایع دورقمی، هزینه‌های انحصار در سال ۱۳۷۹ معادل $1/37$ درصد فروش بخش صنعت، برآورد می‌شود در حالی که در سطح صنایع چهار رقمی، اثرات رفاهی انحصار معادل $0/84$ درصد فروش بخش صنعت برآورد می‌گردد. هم روش کالین - مولر و هم روش هاربرگر بر کاهش هزینه های اجتماعی انحصار در طی دوره ۱۳۷۰ تا ۱۳۷۲ صحه می‌گذارد.



منابع

۱. خداداد کاشی، فرهاد. تحلیل ساختار عملکرد بازار و سیاستهای ضد انحصاری، رساله دکتری، دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران، ۱۳۷۴.
۲. ارزیابی قدرت انحصاری و حجم فعالیتهای انحصاری در ایران، موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، ۱۳۷۸.
۳. انحصار، رقابت و تمرکز در بازارهای صنعتی ایران (۷۳-۱۳۶۷)، (پژوهشنامه بازرگانی، سال چهارم، شماره ۱۵ صفحات ۸۳-۱۱۶)
۴. صالحی، حسین. رقابت، انحصار و تمرکز در صنایع ایران: تحلیل و پیشنهادها، برنامه و بودجه، سال سوم، ۱۳۷۷، شماره ۳۴.
5. Bergson, A., **On Monopoly Welfare Loss**, American Economic Review, Vol. 63, No. 5, December 1973, pp 853-70.
6. Bell. W., **The Effects of Monopoly Profits and Wages on Prices and Consumers Surplus in U.S. Manufacturing**, Western Economic.
7. Demsetz, H. **Industry Structure, Market Rivalry and Public Policy**, Journal of Law and Economics, 1973, 1-9.
8. Hotelling, H. **The General Welfare in Relation to Problems of Taxation and of Railway and Utility Rates**, Econometrica, Vol. 6, July, 1938, pp. 242-69.
9. Stigler, G.J. **The Statistics of Monopoly and Merger**, Journal of Political Economy, Vol. 64, No. 1, February 1956, pp. 33-40.
10. Cowling, K and Mueller, D. **The Social Costs of Monopoly Power**, Economic Journal, vol 91, June 1978, PP. 348-63.
11. Jenny, F. and Weber, A. **Wages Rates, Concentration and Unionization in French Manufacturing Industrial Economics**, Vol. 26, No. 4, June 1978, PP 315-27.

12. Comanor, W. and Leibenstein, H, **Allocative Efficiency, x – Efficiency and the Measurement of Welfar Losses**, *Economica*, vol. 36, Agust 1969, PP. 304-9.
13. Schwortzman, D., **The Burden of Monopoly**, *Journal of Political Economy*, Vol. 68((1960) PP. 62-7-3.
14. Worcester, D., **Innovations in the Calculation of Welfare Loss to Monopoly**, *Western Economic Journal*, Vol. Sept. 1969, PP –234-43.
15. Seigfried, J.J. and T. K. Tideman, **The Welfare Costs of Monopoly: An Inter Industry Analysis**, *Economic Inquiry*, Vol. 12 (1974) PP. 190-202.
16. Worcester, D. A. Jnr, **New Estimates of the Welfare Loss to Monopoly in the United States 1956-1969**, *southern Economic Journal*, Vol. 40(1973) PP. 234-45.
17. Masson, R. and Shannan, J., **Social Cost of Oligopoly and the Value of Competition**, *the Economic Journal*, Sept. 1984, PP 520-35.
18. Ferguson, P.R. and Ferguson, G.J., **Industrial Economics**, MACMILLAN, 1994.
19. Kamerschen, D.R., **An Estimation of the Welfare Losses from Monopoly in the American Economy**, *Western Economic Journal*. Vol. 4, Summer 1966, PP. 221-36.
20. Posner , R, **The Social Cost of Monopoly and Regulation**, *Journal of Political Economy*, Agust 1975, vol, 83, No. 4.