

# راهبردهای ایجاد ساختار مناسب بازار در صنایع تولیدی ایران (بر پایه شاخص لیندا و نظریه مداخلات بازاری)

محمد رضا رضوانی

اسمعیل ابونوری\*\*

علی دهقانی\*\*\*

## چکیده

هدف مقاله، ارائه راهبردهای ایجاد ساختار مناسب بازار در صنایع تولیدی ایران در چارچوب نظریه زمینه‌ای، با بررسی ساختار موجود از طریق محاسبه و تحلیل سهم بازار و استفاده از شاخص لیندا (Linda Index) است که بر اساس آن، چگونگی توزیع سهم بازار، شدت رقابت و روند مداخلات دولت در مدیریت بازار، مشخص می‌شود. از سوی دیگر، عملکرد رقابتی به عنوان شرایط مطلوب اقتصادی و نیز انحصار که به محدودیت بازار و تسلط یک یا چند بنگاه می‌انجامد، شرایط غیرمطلوب، یاد می‌شود. محاسبه شاخص لیندا در سطح کدهای دورقمی (ISIC) و دوره زمانی ۱۳۹۵-۱۳۸۳، نشان می‌دهد برخی صنایع تولیدی ایران از نظر رقابت، وضعیت مطلوب‌تری نسبت به سایر صنایع داشته و بعضی، از ساختار رقابتی فاصله گرفته و به ساختار انحصاری گرایش دارند. در برخی صنایع نیز، سهم بنگاه‌های دولتی بسیار بالا و یا به دلیل حمایت دولت، باعث عدم توزیع عادلانه سهم بازار شده‌اند. به طوری که بنگاه‌های خصوصی در رقابت با بنگاه‌های دولتی، ناتوان عمل کرده‌اند. این موضوع، عدم موفقیت بازار و کارآیی پارتو، ناشی از ساختار بازار را اثبات می‌کند. بر اساس نظریه زمینه‌ای که به عنوان مدل تحلیل کیفی پدیده ساختاری و

۱. این مقاله از رساله دکترای محمدرضا رضوانی با عنوان "ارزیابی رابطه بین ساختار، رفتار و عملکرد بازار در صنایع تولیدی ایران" به راهنمایی استاد دکتر اسمعیل ابونوری و دکتر علی دهقانی در دانشگاه سمنان استخراج شده است.

\* دانشجوی دکتری اقتصاد صنعتی، دانشگاه سمنان، (نویسنده مسئول مکاتبات)

rmr.rezvani@semnan.ac.ir

esmaiel.abounoori@semnan.ac.ir

\*\* استاد اقتصادسنجی و آمار اجتماعی، دانشگاه سمنان

ali\_dehghani@shahroodut.ac.ir

\*\*\* استادیار اقتصاد، دانشگاه صنعتی شاهرود

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۱/۲۳

تاریخ دریافت: ۹۸/۱۱/۰۷

فصلنامه راهبرد اقتصاد، سال نهم، شماره سی و دوم، بهار ۱۳۹۹، صص ۲۰۶-۱۶۹

تعیین راهبرد، مورد استفاده قرار گرفته است، راهبردهای مدیریت دانش و فرایندها، حمایت از واحدهای تحقیق و توسعه بنگاه‌های کوچک در راستای کاهش ارتفاع ورود به بازار و صنعت، همچنین مدیریت تغییرات به منظور ارتقای نوآوری در تطبیق با شرایط، مدیریت بازار مبتنی بر آمایش صنعت و در تعامل بین نهاد دولت و بازار، به عنوان راهبردهای موثر در ایجاد ساختار مناسب بازار مورد تاکید است.

**واژه‌های کلیدی:** ساختار بازار، مداخلات بازاری، صنایع تولیدی ایران، شاخص لیندا

طبقه‌بندی JEL: L52, L25, L22, H32, H11



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

## مقدمه

جایگاه رقابت به عنوان یک هدف مطلوب، در سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران مورد توجه و تاکید قرار گرفته و ضروری است شرایط لازم برای حصول و استمرار رقابت و حذف رفتارهای غیررقابتی نیز فراهم آید. همچنین، ورود به بازارهای جهانی و الحاق به سازمان‌های بین‌المللی، نیازمند تبیین وضعیت کشور در عرصه رقابت و اتخاذ سیاست‌های راهبردی است. تحقیق حاضر در قلمرو دانش اقتصاد صنعتی به منظور تبیین راهبردهای اساسی برای ایجاد ساختار مناسب در صنایع تولیدی ایران، با رویکرد ارتقاء رقابت و در چهارچوب نظریه "ساختار، رفتار و عملکرد" یا (S.C.P)<sup>۱</sup>، از طریق مکتب ساختارگرایی (هاروارد)<sup>۲</sup>، مکتب شیکاگو<sup>۳</sup>، مکتب رفتارگرایی<sup>۴</sup>، مکتب ورود یا منازعه<sup>۵</sup> و مکتب اتریش<sup>۶</sup> تحلیل می‌شود.

طبق نظریه ساختار، رفتار، عملکرد، ساختارگرایان بر خلاف طرفداران مکتب شیکاگو، معتقد به دخالت در حوزه سیاست‌گذاری و مدیریت بازارها هستند. دانشمندان مکتب ورود (منازعه) مشابه دانشمندان مکتب شیکاگو و مکتب رفتارگرایی برای ساختار بازار نقش موثری در تعیین عملکرد بازار قائل نیستند و

---

1. Structure Conduct Performance approach-(S.C.P)

2. Structuralism/Harvard School

3. Chicago-U.C.L.A School

4. Behaviouralism School

5. Entry/Contestability School

6. Austrian School

از این جنبه اشتراک نظر دارند. به عقیده این افراد ورود بنگاه‌های بالقوه از خارج صنعت به داخل آن، مهمترین عامل در تعیین نتیجه و عملکرد بازار است. مکتب اتریش مشابه مکتب شیکاگو و بر خلاف مکتب هاروارد رقابت را وضعیت عمومی اقتصاد می‌داند و دخالت دولت در بازارها را غیر ضروری تلقی می‌کند. اساساً می‌توان ساختارگرایان را در یک سوی اردوگاه و سایر مکاتب را در طرف دیگر قرار داد. ساختارگرایان دخالت دولت را برای ایجاد جو رقابت و استمرار آن لازم می‌دانند، در حالی که تعالیم مکاتب دیگر دلالت بر این دارد که انحصار به ندرت در بازارها مشاهده می‌شود و در صورت وجود، به دلیل ورود بنگاه‌های بالقوه، انحصار از بین خواهد رفت. علاوه بر این، طرفداران مکتب شیکاگو معتقدند که انحصار پدیده بدی نیست. از نظر آنها قدرت بازاری بنگاه‌ها اگر بر اساس رفتار غیر رقابتی به دست آمده باشد، خیلی سریع از بین خواهد رفت و اساساً چنین قدرت بازاری فاقد اهمیت است و نباید نگران آن بود. چون بدون دخالت دولت و صرفاً به دلیل ورود سایر رقبا، قدرت بازاری از بین خواهد رفت. (خداداد کاشی، ۱۳۸۹).

تجربه‌های موفق در رویکرد مبتنی بر بازار و دولت (بازارگرا و دولت‌گرا)، زمینه‌های طرح الگوی نوینی از حدود مداخله دولتی را فراهم آورده است که به مقوله کیفیت مداخله به جای کمیت مداخله دولتی، همچنین همکاری بین نهاد دولت و بازار، اشاره دارد و در این تحقیق مورد تحلیل واقع شده است. علاوه بر آن، به راهبردهای اساسی برای ایجاد ساختار مناسب در صنایع تولیدی ایران در چارچوب نظریه زمینه‌ای<sup>۱</sup> پرداخته شده است. بررسی شدت رقابت، بررسی ابعاد شکل‌گیری انحصار در صنایع تولیدی ایران، تبیین ضرورت‌های افزایش رقابت برای ورود به عرصه تجارت بین‌المللی، تبیین آثار مداخلات دولت، در نهایت، ارائه راهبردهای اساسی مبتنی بر ساختار صنایع تولیدی ایران و مداخلات بازاری در راستای مدیریت بازار، از اهداف این تحقیق است.

## ۱. ادبیات تحقیق (مبانی نظری)

### ۱-۱. بازار و ساختار مترتب بر آن

بازار؛ نهادی برای تعامل آزادانه بین افراد است. تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان، دو طرف تعامل اند که تصمیمات خویش را آزادانه و به طور مستقل اتخاذ می‌کنند. البته، بازار این تصمیمات را هماهنگ می‌سازد تا طرفین بیشترین منفعت را کسب کنند و عامل هماهنگ‌کننده نیز قیمت است (توکلی، ۱۳۸۰). از دیدگاه دیگر، بازار به تمام و کمال، خریداران و فروشندگان را قادر می‌سازد که بر اساس انتظاراتشان از آینده، تغییر رفتار دهند. بازار، امروزه مفهومی تلقی می‌شود که عموماً با رقابت تکمیل می‌گردد (استیگلر، ۲۰۰۶)¹. انواع بازار و ساختار مترتب بر آن را می‌توان در بازار رقابت کامل²، انحصار کامل³، انحصار چندجانبه⁴، رقابت انحصاری⁵ (رقابت ناقص)، خلاصه نمود (درون‌پرور و همکاران، ۱۳۹۰). ملاک تشخیص بازارها از یکدیگر، ارزیابی ساختار، رفتار و عملکرد بازارها است (خدادادکاشی، ۱۳۷۷).

ساختار بازار عبارت از توصیف رفتار بنگاه‌ها در صنعت یا بازار مشخص است. شاخص‌هایی که رفتار بنگاه‌ها را تعریف می‌کنند، شامل موارد زیر است (شای، ۱۹۹۵):

۱- حرکت‌های در دسترس هر بنگاه (نظیر انتخاب قیمت، تعیین میزان تولید، ظرفیت تولید، مکان تولید).

۲- تعداد بنگاه‌های موجود در صنعت و اینکه آیا این تعداد ثابت است یا اینکه ورود آزادانه بنگاه‌های جدید امکان‌پذیر است یا خیر؟

۳- انتظار بنگاه‌ها در باره تعداد بنگاه‌ها و ورود بالقوه.

ساختار بازار به تناسب شدت انحراف از شرایط رقابت خالص، به فضای انحصار نزدیک‌تر می‌شود. البته، هیچ بازاری منطبق با شرایط رقابت کامل نخواهد

- 
1. Stigler
  2. Competitive
  3. Monopoly
  4. Oligopoly
  5. Monopolistic competition

بود، بلکه آنچه وجود دارد، رقابت ناقص است که در نهایی ترین وضع خود، به انحصار کامل خواهد رسید. لکن هرچه ساختار بازار به شرایط رقابتی نزدیک‌تر باشد، کارکرد آن بازار از جهت کارایی مناسب‌تر خواهد بود. منظور از کارایی، کارایی فنی و کارایی تخصیصی می‌باشد (خدادادکاشی، ۱۳۸۹). کارایی فنی را می‌توان تولید با حداقل اتلاف منابع و کارایی تخصیصی را دستیابی به حداکثر رفاه اجتماعی، در نظر گرفت.

عدم موفقیت بازار که از آن به شکست بازار<sup>۱</sup> تعبیر می‌شود، شرایطی را نشان می‌دهد که بازار موفق به تخصیص و استفاده بهینه از منابع نبوده و واقعیت اقتصادی با کارایی پارتو<sup>۲</sup> مطابقت نداشته باشد. دو دلیل از عدم موفقیت بازار وجود دارد که برجسته است: اول؛ عدم کارایی ناشی از ساختار بازار است. به این معنی که شرط رقابت با تعداد زیاد تولیدکنندگان در یک زمینه مشخص، تضمین نمی‌شود. دوم؛ نقص عملکرد در ساختار و تعادل بازار از طریق سازوکار قیمت است. به این مفهوم که عملکرد بازار نمی‌تواند نظریه تعادل را بر مبنای مکانیسم قیمت، تجزیه و تحلیل و توجیه نماید. دلایل فوق، ناشی از شرایطی دانسته شده است که عدم موفقیت بازار و شکست بازار را تاکید می‌کند (داوینگ و تیلور، ۲۰۲۰)<sup>۳</sup>. بسیاری از شرایط مهم وجود دارد که تحت آن بازارها کارآمد پارتو نیستند که از این موارد به عنوان عدم موفقیت بازار یاد می‌شود و برای فعالیت دولت، منطقی فراهم می‌کند (استیگلیتز، ۲۰۱۵)<sup>۴</sup>. از سوی دیگر، به دلیل افزایش مداخلات دولت، مشکلات جدیدی پدید آمده است. به همین دلیل، "نظریه عدم موفقیت دولت" که از آن به شکست دولت<sup>۵</sup> تعبیر می‌شود، در برابر "نظریه عدم موفقیت بازار" ارائه شده است. شکست دولت در ساده‌ترین بیان، به وضعیت منفی ناشی از مداخله دولت و مقررات مربوط به اقتصاد اشاره دارد که به دلیل

- 
1. Market Failure
  2. Pareto Optimality
  3. Dowding and Taylor
  4. Stiglitz
  5. Government Failure

رشد بیش از حد عملکردهای دولت ایجاد شده است. در نتیجه، دولت به دلایل مختلفی، مانند بازار، ممکن است با شکست مواجه شود (کارابلوت، ۲۰۱۹)<sup>۱</sup>. از دیدگاه ریاضی، شکست دولت، بر شرایطی تأکید دارد که مزایای مداخله دولت کمتر از هزینه مستقیم و غیرمستقیم آنها باشد. یعنی تدابیری که دولت اعمال می‌کند، به رفع نقص بازار و تخصیص کارآمد منابع، منجر نمی‌شود. از زاویه دیگر، بازارها می‌توانند شکست بخورند، یعنی هر انحرافی منجر به عدم موفقیت بازار نمی‌شود. هنگامی که فرضیات به طور تقریبی حاصل شوند، بازار ممکن است عملکرد خود را ادامه دهد. علاوه بر این، اقدامات دولت، جهت‌گیری برای مصالحه بین بازیگران مختلف در بازار است که اهداف مختلف خود را دنبال می‌کنند (داوینگ و تیلور، ۲۰۲۰).

با توجه به اینکه بیشترین کاربرد و نتایج مطالعات و تحلیل‌های اقتصاد صنعتی، معطوف به سیاست‌گذاری برای ارتقاء رقابت و افزایش رفاه اقتصادی و اجتماعی است. بر همین اساس، در این مقاله، ناکارآمدی و شکست بازار و پیامدها و اثرات داخلی و خارجی ناشی از دخالت دولت و برخی موارد شکست دولت، مورد تحلیل قرار گرفته است.

## ۲. پیشینه تحقیق و مطالعات تجربی

### الف: مطالعات خارجی مرتبط با ساختار بازار و مداخلات بازاری

برو<sup>۲</sup> (۱۹۹۰) از پیشگامان اصلی نظریه بازار و دولت، طی مقالات خود در قالب مدل رشد درون‌زا، شرایطی را برای اندازه بهینه دولت استخراج نموده و همچنین در خصوص عوامل تعیین کننده رشد اقتصادی، به اندازه بهینه دولت اشاره و تأکید داشته است. مطالعات دوریک<sup>۳</sup> نیز نتایج حاصل از "مدل رشد کوهان شتر"، بیان می‌دارد کشورها تا قبل از نقطه حداکثر منحنی، قادرند با افزایش سهم دولت، حجم تولید و اشتغال ملی و رشد اقتصادی را نیز تقویت نمایند.

---

1. Karabulut

2. Barro

3. Dowrick

مانوئل و اسچار<sup>۱</sup> طی مطالعه برای اقتصاد آمریکا و انگلستان، نشان دادند هزینه‌های دولت مکمل سرمایه‌گذاری خصوصی تلقی می‌شود و موجب تقویت بهره‌وری و رشد اقتصادی خواهد شد (قلی زاده، ۱۳۸۵).

گان و فریدریک (۲۰۱۱)<sup>۲</sup>، در بررسی صنعت گردشگری پزشکی سنگاپور در دوره (۲۰۰۵-۲۰۰۱) و با استفاده از شاخص هرفیندال-هیرشمن (HHI)، به این نتیجه دست یافتند که موانع ورود، بیانگر ساختار رقابت انحصاری در صنعت گردشگری پزشکی سنگاپور است.

چو و همکاران (۲۰۱۸)<sup>۳</sup>، در بررسی صنعت هواپیمایی (۲۰۰۸-۲۰۱۴)، برای ۶۱ فرودگاه عمده در جهان، با استفاده از شاخص لرنر (Lerner Index)، دریافته‌اند که تمرکز در صنعت هواپیمایی به عنوان تاثیری منفی بر درآمد فرودگاه‌ها نقش دارد.

میا (۲۰۱۸)<sup>۴</sup>، در بررسی صنعت بنگلادش در دوره (۲۰۰۹-۲۰۱۴) و با استفاده از شاخص‌های هرفیندال-هیرشمن و نسبت تمرکز (CR) نشان دادند که طبق شاخص‌های مذکور، این بخش که نسبتاً متمرکز بوده است، به یک بازار غیرمتمرکز تبدیل و نیز رقابت نسبتاً بالا را تأیید دارد.

آپیک و سیگمن (۲۰۱۸)<sup>۵</sup>، در مطالعه صنایع دارویی ترکیه در دوره (۲۰۰۹-۲۰۱۶) و با استفاده از شاخص‌های مختلف تمرکز، به این نتایج رسیدند که داروسازی در ترکیه دارای ساختار متمرکز و شامل صدها بنگاه کوچک است که سهم حدود ۷٪ در مقایسه با بنگاه‌های بزرگ و برتر بازار را دارا هستند.

در مطالعات یاد شده، ضمن تأکید به اندازه بهینه دولت در جریان مدیریت بازار، مصادیق دستیابی به رشد اقتصادی از طریق افزایش نقش دولت در تولید و اشتغال ملی، اشاره دارد.

1. Munnell and Aschaure.
2. Gann and fredman
3. Choo and Corbo & Wang
4. Mia
5. Ipek and Sigman



### ب): مطالعات داخلی مرتبط با ساختار بازار و مداخلات بازاری

خدادادکاشی و دهقانی (۱۳۸۴)، در مطالعه بازارهای صنعتی ایران طی سال ۱۳۸۴ با استفاده از شاخص نسبت تمرکز  $n$  بنگاه و هرفیندال-هیرشمن، به این نتیجه رسیدند که ساختار انحصار مؤثر بر بیشتر صنایع کشور در دوره مورد مطالعه، حاکم است.

پورپرتوی و همکاران (۱۳۸۸)، در بررسی ۱۳۰ صنعت در کد دو رقمی ISIC برای سال ۸۶ با استفاده از شاخص هرفیندال-هیرشمن، تمرکز شایان توجه در صنایع ایران و بخش‌های خصوصی و عمومی در دوره مورد مطالعه، نتیجه‌گیری کرده‌اند.

شهیکی تاش و نوروزی (۱۳۹۳)، در بررسی صنایع کارخانه‌ای ایران با استفاده از شاخص‌های هرفیندال-هیرشمن، بون، لرنر، دریافتند که در بخش صنعت ایران، رقابت اندک است و در شرایط رقابت انحصاری قرار دارد.

خدادادکاشی و همکاران (۱۳۹۵)، در ارزیابی میزان انحراف بخش صنعت ایران از رقابت، با استناد به شاخص‌های ساختاری، به این نتیجه رسیدند که بخش عمده بازارهای صنعت ایران از رقابت دورند. حمایت‌های دولتی، تسلط بنگاه‌های عمومی شبه دولتی، تمرکزگرایی، دخالت فعالانه دولت در اقتصاد، وجود انواع موانع ورود، محدودیت فعالان اقتصادی ناشی از تحریم، از دلایل عمده تمرکز و دوری از رقابت بیان شده است.

عباسی‌بنی و نظری (۱۳۹۶)، در مطالعه صنعت بیمه ایران با استفاده از شاخص نسبت تمرکز  $n$  بنگاه، شاخص هرفیندال-هیرشمن، به این نتیجه دست یافتند که پس از آغاز خصوصی سازی در صنعت بیمه، از میزان تمرکز کاسته شده و بازار از ساختار انحصاری با یک بنگاه مسلط، به ساختار چند جانبه سخت، رسیده است.

نورانی آزاد و خداداد کاشی (۱۳۹۷)، در بررسی تبانی و ساختار کارا در صنعت محصولات شیمیایی طی دوره (۱۳۹۷-۱۳۷۵)، دریافتند که با افزایش تمرکز، میزان تبانی و ائتلاف افزایش می‌یابد.

تاریخ اندیشه اقتصادی، جهت گیری های همه مکاتب اقتصادی را نسبت به ماهیت دولت و گستره نقش آن در اقتصاد را نشان داده که حاکی از اهمیت نقش دولت ها در اقتصاد است. این قبیل جهت گیری ها از آنچه که تحت عنوان "دولت حداقل" خوانده می شود، آغاز شده و تا حداکثر نقش دولت "دولت حداکثر" در تنظیم امور اقتصادی گسترش می یابد. دیدگاه های مزبور مبتنی بر نقایص کارکردی دو نهاد بازار و دولت یا در اصطلاح شکست بازار و شکست دولت، شکل گرفته و طی زمان تکامل یافتند. اما هیچ یک از این دو دیدگاه به تنهایی نتوانستند راه حل مشکلات اقتصادی جامعه را بیابند. لذا دیدگاه سومی ظهور یافته که طی آن همکاری و تعامل دو نهاد دولت و بازار، به عنوان الگوی مطلوب ایفای نقش بازار - دولت، در نظر گرفته شده است (حسینی و شفیع، ۱۳۹۲). در تاریخ معاصر اقتصاد ایران نیز دامنه ای از تجربیات در زمینه حوزه و اندازه مداخله دولت وجود دارد. لکن امروزه همکاری و تعامل دو نهاد دولت و بازار باید محور تصمیمات در سیاست گذاری ها باشد. تسلط بیش از اندازه دولت بر اقتصاد ایران موجب شده تا نگاه انحصاری جایگزین فضای رقابتی شود و این در حالی است که کشورهای مختلف جهان برای دستیابی به توسعه بیشتر، به سمت ایجاد رقابت حرکت کردند. تجربه ژاپن مبتنی بر مدل جهش صنعتی و در انتقال از سیاست های صنعتی سنتی به سیاست های صنعتی دانش بنیان، با پیروی از نظریه همکاری و تعامل دو نهاد دولت و بازار و با اتخاذ رویکرد جدید، توانسته بر افزایش رقابت پذیری صنایع تمرکز کند (حقیقی، ۱۳۹۷).

به طور کلی، رئوس سیاست صنعتی ژاپن معطوف به دو دهه ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰، که دوران رسیدن ژاپن به مرزهای فناوری نوین قلمداد می شود، شامل دخالت مستقیم دولت در اقتصاد و در راستای مدیریت بازار از طریق اجرای برنامه های زیر بوده است:

۱. معرفی بخش های اقتصادی راهبردی و بسیج منابع برای توسعه بخش های مورد نظر.

۲. حمایت از بنگاه های نوپا «نوزاد» و رهنمود به بنگاه های خصوصی در

سرمایه‌گذاری.

۳. برقراری کارتل‌ها برای منطقی نمودن و ضد بحران اقتصادی کردن بنگاه‌ها.
۴. توزیع ارزش خارجی با قیمت ثابت در مراودات بازرگانی بین‌المللی بنگاه‌ها.
۵. کنترل ورود و خروج فناوری از ژاپن و کنترل سرمایه‌گذاری خارجی مستقیم.
۶. تحقیقات برای تدوین چشم‌انداز بلندمدت برای توسعه ساختار صنعتی ژاپن.

### ۳. روش‌شناسی تحقیق

از اهداف اصلی در مطالعه بازار، بررسی ساختار بازار و اندازه‌گیری میزان رقابت در بازار است. در تحقیق حاضر، برای تعیین ساختار بازار، از شاخص مبتنی بر تمرکز استفاده شده است که بر اساس آن، می‌توان در مورد ساختار و شرایط بازار از حیث رقابت و انحصار، قضاوت کرد. همچنین، راهبردهای اساسی برای ایجاد ساختار مناسب در صنایع تولیدی ایران، در چارچوب نظریه زمینه‌ای تبیین گردیده است. نظریه زمینه‌ای از جمله روش‌های کیفی جدیدی است که امروزه مورد توجه محققان قرار گرفته و مستقیماً از داده‌هایی استخراج می‌شوند که در جریان پژوهش به صورت منظم گردآوری و تحلیل شده‌اند. از این جهت، به سبب آنکه منتج از داده‌ها نتیجه شده‌اند، بیشتر به واقعیت نزدیک هستند. در این روش، گردآوری داده‌ها، تحلیل و نظریه نهایی، با یکدیگر در ارتباط تنگاتنگ هستند. از نظریه زمینه‌ای به عنوان یک روش تحقیق، رویکرد و یا راهبرد تحقیق، یاد شده است (افشار، ۱۳۹۰). از زاویه دیگر، راهبرد یا استراتژی<sup>۱</sup>، که معرف خط مشی، راه حل، نقشه، تصمیم‌گیری در شرایط سخت و دشوار و یا طرح بلندمدت برای اهداف خاص، می‌باشد، دارای این ویژگی است که داورها و تصمیم‌های شتابزده را در مدیریت بازار، باز می‌دارد و نقش دولت و مرز مداخله دولت را تعیین می‌کند. در واقع، استراتژی و راهبرد، رویکردی برای دستیابی به اهداف بلند مدت است. یکی از تکنیک‌های مورد استفاده در حوزه راهبردی و مدیریت

استراتژیک، تجزیه و تحلیل فرصت‌ها، تهدیدها، قوت و ضعف است که از مدل سوات (SWOT) <sup>۱</sup> پیروی می‌کند و به عنوان ابزار تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری و نیز تعیین استراتژی، کاربرد دارد (نخعی و همکاران ۱۳۸۹).

نقاط قوت و ضعف، عوامل درونی هستند که هم اکنون وجود دارند اما فرصت‌ها و تهدیدها، عوامل خارجی هستند که به آینده اشاره دارند. نقطه قوت، عبارت است از منابع و توانایی‌هایی که بنگاه می‌تواند از آنها به منظور ایجاد مزیت رقابتی استفاده کند. نقطه ضعف، محدودیت یا کمبود در منابع و توانایی‌هایی است که باید برطرف شود. با شناسایی نقاط قوت می‌توان آنها را توسعه داد و از مزایای فرصت‌های موجود استفاده کرد. همچنین نقاط ضعف را اصلاح و در برابر تهدیدهای خارجی کمتر آسیب‌پذیر شد. نقاط ضعف باید تحت کنترل بوده تا تبدیل به نقاط قوت شوند. همچنین، نقاط قوت با فرصت‌های بیرونی همسو و تهدیدها تبدیل به فرصت‌ها شوند.

تحقیق حاضر از نوع مطالعات کتابخانه‌ای و جامعه آماری آن را صنایع تولیدی ایران در سطح کدهای دو رقمی طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی صنایع ISIC <sup>۲</sup> تشکیل می‌دهند و داده‌های مربوطه، محدوده زمانی ۱۳۸۳ الی ۱۳۹۵ را شامل می‌شوند. این داده‌ها به صورت سالانه و به صورت سرشماری از بنگاه‌های تولیدی ایران طی پرسشنامه از پیش تعیین‌شده، جمع‌آوری و مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۳-۱۳۹۵). همچنین برای مطالعه بازار و شناسایی ساختار صنایع ایران، از متغیر میزان تولید و برای اندازه‌گیری تمرکز و نحوه توزیع سهم بازار بین بنگاه‌ها، از شاخص لیندا <sup>۳</sup> استفاده شده است. این شاخص توسط ریمو لیندا <sup>۴</sup> پیشنهاد و به عنوان شاخص تحلیل بازار به طور گسترده در اتحادیه اروپا مورد استفاده قرار گرفته است که در ادامه، شاخص یاد شده معرفی می‌شود.

1. Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats.

2. International Standard Industrial Classification (ISIC).

3. Linda Index

4. Remo Linda

### ۳-۱. شاخص لیندا

شاخص لیندا، مبتنی بر نسبت تمرکز است که نابرابری بین  $n$  بزرگترین بنگاه‌ها را در نظر می‌گیرد. طبق ویژگی مذکور، روابط زیر در فرایند محاسبه شاخص لیندا، حاکم است:

$$C_n = \sum_{i=1}^n S_i \quad (1)$$

برای  $n$  بنگاه، شاخص لیندا عبارت است از:

$$L_n = \frac{1}{n(n-1)} \sum_{i=1}^n \frac{n-i}{i} * \frac{C_i}{C_n - C_i} \quad (2)$$

در رابطه فوق  $C_i$  معرف تمرکز و مبتنی بر  $S_i$  است که  $S_i$  سهم بنگاه‌ها از کل اندازه بازار (سهم بازاری هر بنگاه) است و  $n$  تعداد بنگاه‌ها در صنعت می‌باشد. شاخص لیندا از این جهت مهم است که برای محاسبه آن به داشتن اطلاعات مربوط به کل تعداد بنگاه‌ها، تولید کل آنها یا فروش کل آنها، نیاز نیست. اگر  $n$  بنگاه بزرگ دارای اندازه برابر باشند، خواهیم داشت:

$$L_n = \frac{1}{n} \quad (3)$$

هر چقدر مقدار و عدد شاخص لیندا برای یک بازار و صنعت، کوچک‌تر باشد، نشان‌دهنده رقابتی بودن بازار و صنعت می‌باشد.

اگر بنگاه  $n+1$  وارد بازار شود و اندازه این بنگاه به طور محسوسی از دیگر بنگاه‌ها کوچکتر باشد، شاخص  $L_n + 1$  بیشتر از  $L_n$  خواهد بود.

قرار گرفتن یک بازار و صنعت در معرض رقابت خارجی، می‌تواند بر سطح تمرکز آن اثر گذارد. در این صورت از نسبت تمرکز تعدیل شده استفاده می‌شود. نسبت تمرکز تعدیل شده مبتنی بر شاخص لیندا به شرح رابطه زیر است:

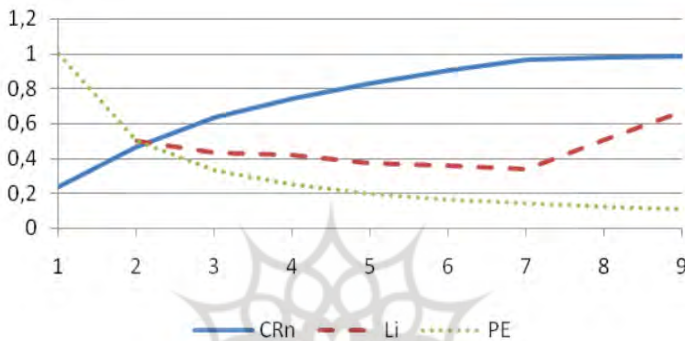
$$C_{An} = \frac{Q_n - C_{nX}}{Q + M + X} \quad (4)$$

در رابطه فوق  $Q_n$  فروش  $n$  بزرگترین بنگاه‌ها،  $Q$  مقدار فروش صنعت مورد نظر  $X$  میزان صادرات  $M$  میزان واردات می‌باشد.

مقایسه تطبیقی شاخص لیندا ( $Li$ ) با شاخص تمرکز ( $CRn$ ) و منحنی تعادل

بازار (PE)، در شکل ۱ مشاهده می‌شود. به طوری که محور عمودی، ارزش مقداری و محور افقی، تعداد بنگاه‌های فعال در صنعت را نشان می‌دهد. در این شبیه‌سازی، شاخص لیندا در حال کاهش و پس از رسیدن به حداقل (برای  $L7$ ، یعنی برای هفت بنگاه) افزایش می‌یابد. رسیدن به حداقل ممکن، بیانگر ورود به عرصه رقابت است.

شکل ۱. تحلیل مقایسه‌ای شاخص شاخص لیندا (Li)



ماخذ: بوکویک (۲۰۱۴)

سطح بین منحنی‌های Li و PE، "عرصه انحصار" نامیده می‌شود<sup>۲</sup> و حتی از نظر شکلی، موقعیت واقعی وضعیت رقابت کامل را نشان می‌دهد. طبق نمودار و بر خلاف شاخص تمرکز CRn، که به طور پیوسته برای هر بنگاه در حال رشد و افزایش است ( $CR1 < \dots < CRn$ )، شاخص لیندا از نظر گرافیکی منحنی شکسته را نشان می‌دهد. در نمودار یاد شده، علاوه بر این دو شاخص، منحنی "تعادل بازار" که با PE نشان داده شده، معرف رقابت کامل است. با برابری همه بنگاه‌ها در تولید، سهم بازاری آنها برای هر کدام برابر با  $1/n$  است. همچنین حداقل مقادیر شاخص لیندا با رابطه  $(Lmin_n = 1/n)$  تعریف می‌شود.

با توجه به رابطه (۲) مرتبط با شاخص لیندا، بدست می‌آید که شاخص  $L2$  در شکل ۱ و در نقطه تلاقی با منحنی تعادل بازاری، به طور مستقیم به نسبت

1. Perfect equilibrium
2. Oligopolistic arena

مشارکت دو تولیدکننده بزرگ بستگی دارد، به طوری که ارزش آن در صورت برابری آن‌ها ( $L2 = 0.5$ ) تنظیم شده است. سایر مقادیر شاخص نه تنها به نسبت سهم بنگاه‌ها بستگی دارد، بلکه به اندازه "عرصه انحصار" نیز بستگی دارد که بر اساس روند شاخص، نقطه حداقل لیندا ( $Lm$ ) تعیین می‌شود.

شاخص لیندا مرز بین رهبران و سایر بنگاه‌ها (بنگاه‌های رهبر و پیرو) را در یک صنعت انحصاری تشکیل می‌دهد. و همانند نسبت تمرکز، فقط رهبران صنعت را به حساب می‌آورد. به عبارت دیگر، شاخص لیندا، قدرت نسبی بازیکنان اصلی در بازار را نشان می‌دهد. بر این اساس می‌توانیم نتیجه‌گیری کنیم که مزیت اصلی  $LI$  بستگی به این دارد که بتوانیم به طور واضح بازیکنان کلیدی صنعت را تشخیص دهیم (بوکویک و همکاران ۲۰۱۴). علی‌رغم اینکه استفاده از شاخص لیندا به آرامی در حال افزایش است، اما سرسختانه خارج از جریان اصلی پژوهش باقی مانده است (کارپرو و گلرنتر، ۱۹۸۹)<sup>۱</sup>. این شاخص توسط اتحادیه اروپا برای اندازه‌گیری میزان عدم برابری در اندازه صنایع به کار رفته و برای مقایسه انحصار در بازارها و صنایع مختلف نیز استفاده می‌شود (تیرول، ۱۹۸۸)<sup>۲</sup>. مزیت اصلی لیندا، در این نکته است که قدرت نسبی بازیکنان کلیدی در بازار را نشان می‌دهد (ماکسیموف، ۲۰۱۶)<sup>۳</sup>.

با توجه به اینکه فروض و مبانی اصلی برای تعیین راهبردها در این مطالعه، بر پایه محاسبه و تحلیل ساختار بازار برای بررسی واکنش صنایع تولیدی ایران در مکانیسم بازار و همچنین اعمال سیاست‌های راهبردی از سوی نهاد دولت در قبال واکنش صنایع است، لذا از شاخص لیندا مبتنی بر شاخص تمرکز، مورد استفاده قرار گرفته است. تجربه استفاده از این شاخص، برای مقامات ضدانحصاری، اهمیت بیشتری نسبت به محققین دارد (بوکویچ، ۲۰۱۷)<sup>۴</sup>. بطورکلی، تمرکز بازار، اندازه‌گیری رقابت است که توسط مقامات، نظارت می‌شود و در اعمال

1. Carriero & Gelernter

2. Tirole

3. Maksimov

4. Bukvic

سیاست های ضد انحصاری، به عنوان یک شاخص حکومتی معرفی شده است (پیهچ و اشمیت، ۱۹۸۳).<sup>۱</sup>

#### ۴. داده‌های آماری تحقیق

مطالعات انجام یافته در داخل کشور برای ارزیابی ساختار بازار و اندازه‌گیری تمرکز و نحوه توزیع سهم بازاری بنگاه‌ها، نشان می‌دهد که از شاخص لیندا استفاده نشده است. از سوی دیگر، در تحقیقات موجود، به طور مستقیم، مداخلات بازاری بر پایه ساختار بازار و صنایع تولیدی ایران، تحلیل نشده است. استفاده از تکنیک تحلیل محیطی و پیرامونی پدیده رقابت نیز، شاخص ممتاز در متدلوژی تحقیق این مقاله است.

به منظور دسترسی به داده‌های آماری مرتبط با این پژوهش، با مراجعه به بانک اطلاعاتی مرکز آمار ایران که از طریق سرشماری صنایع تولیدی ایران طی سالهای ۱۳۸۳ الی ۱۳۹۵ جمع‌آوری گردیده است، نسبت به تهیه اطلاعات مورد نظر اقدام و مورد بررسی و تحلیل آماری قرار گرفته است.

#### ۴-۱. نتایج محاسبه شاخص لیندا در سطح کدهای دو رقمی ISIC و دوره ۱۳۸۳-

۱۳۹۵

در جدول ۱، نتایج حاصل از محاسبه شاخص لیندا در سطح کدهای دو رقمی بخش صنعت در طول دوره ۱۳۸۳-۱۳۹۵ ارائه شده است. شاخص لیندا، نشان دهنده نحوه توزیع عادلانه سهم بازار در بین بنگاه‌های اقتصادی است. برای صنعتی که در رقابتی‌ترین حالت خود قرار دارد، یعنی زمانی که هر یک از بنگاه‌ها از سهم برابری از کل صنعت را برخوردار می‌باشند، برابر  $1/n$  است. بنابراین هر چقدر عدد شاخص لیندا کوچک‌تر باشد نشان‌دهنده رقابتی بودن صنعت مورد نظر می‌باشد.



جدول ۱. شاخص لیندا در سطح ISIC دو رقمی طی سال ۱۳۸۳ الی ۱۳۹۵

کد فعالیت	سال ۸۳	سال ۸۴	سال ۸۵	سال ۸۶	سال ۸۷	سال ۸۸	سال ۸۹
۱۵	۷/۲	۱/۸۳	۱/۲۷	۲/۶۵	۱/۳۹	۰/۷۸	۱/۵۳
۱۶	-	-	-	-	-	-	-
۱۷	۱۴۷۶۳	۴۱۵۹/۳	۳۷۷/۶	۱۵۶۷	۴۷۳۸/۱	۵۸۸/۳	۱۷۵۵
۱۸	۱۷/۸	۴۴/۵	۵/۷	۲/۴	۲۲/۷	۷/۳	۸/۵
۱۹	۲۷/۴	۱۵/۳	۴/۱	۸/۳	۱۶/۳	۴/۶	۸/۲
۲۰	۱۰-/۲	۱۳/۷	۵/۶	۴۸/۲	۸/۱	۳۲/۵	۶/۶
۲۱	۱۲/۷	۴۰-/۳	۱۱/۲	۱۸/۰	۴۴/۵	۲۷/۳	۱۷/۷
۲۲	۴۵۶/۷	۱۲/۸	۱۹/۲	۳۰-/۳	۱۱۶/۷	۱۳۱/۷	۸۰-/۹
۲۳	۲۶۴/۳	۹۷۵/۱	۸۳۷۹/۸	۳۹۶/۱	۱۹۰-/۲	۶۲۲/۶	۶۲۹/۰
۲۴	۱۹۱۱	۱۳۹۳۴	۹۳۶/۹	۱۵۵/۷	۸۲۷/۹	۱۵۵۲/۳	۲۱۶/۵
۲۵	۱۲۴/۹	۲۱۴/۱	۴۱/۴	۱۲۷۲۰-/۴	۱۱۴/۶	۱۰-/۳	۲۰-/۵
۲۶	۲۳/۲	۲۶/۳	۹/۰	۲۷/۳	۵۵/۹	۵۲۴/۳	۵۰-/۶
۲۷	۵۸/۳	۶۲/۰	۷۵/۷	۳۵۵/۰	۲۶۰-/۶	۲۴/۶	۴۰-/۶
۲۸	۱۰-۵۸/۶	۱۲۴۹/۸	۱۱۷/۵	۷۰-/۶	۳۰۸۲/۸	۱۳۷۴/۰	۴۱۲/۹
۲۹	۲۲/۳	۲۳۷۳/۵	۲۹۶۸/۶	۲۰۱۳/۱	۶۳۴/۸	۳۵/۶	۱۴۲/۸
۳۰	۴/۹	۴/۳	۷/۱	۱۶/۹	۵/۸	۱۱/۹	۷۶/۵
۳۱	۱۸۱۱/۵	۷۴۲۳/۱	۵۱/۷	۵۹/۱	۱۲۶۵/۴	۲۰۴/۲	۵۸/۵
۳۲	۱۲/۳	۶۰-/۱	۱۷/۱	۱۱/۷	۱۳/۹	۱۳/۳	۱۵/۳
۳۳	۳۲/۰	۴۵/۵	۵۲/۷	۱۸/۸	۴۵/۶	۷۶/۹	۱۵/۵
۳۴	۴۳۲۳/۶	۱۹۶/۰	۱۰۹۹/۲	۱۶۲/۲	۱۰۷۳/۲	۳۹۲/۲	۳۷۲/۷
۳۵	۶۷/۱	۶۰-/۲	۶۴۹/۷	۳۴/۱	۳۲/۴	۲۸/۹	۲۴/۸
۳۶	۱۳/۱	۴۳/۲	۹/۳	۱۹/۲	۱۱/۷	۱۱/۰	۱۳/۹
۳۷	-	-	-	-	-	-	-

منبع: یافته‌های تحقیق - محاسبه توسط محقق

ادامه جدول ۱. شاخص لیندا در سطح ISIC دو رقمی طی سال ۱۳۸۳ الی ۱۳۹۵

کد فعالیت	سال ۹۰	سال ۹۱	سال ۹۲	سال ۹۳	سال ۹۴	سال ۹۵
۱۵	۴/۹۲	۴۸۸/۷۰	۲/۲۵	۱۲۷/۱۴	۲/۸۴	۳/۲۳
۱۶	-	-	۳/۴۳	۲/۲۹	۲/۳۱	۳۰/۸۱
۱۷	۷۳۳۱	۱۳۳۷۱	۷۳۲/۱	۲۵۰۳/۵	۳۳۷۰/۶	۷۳/۷۸
۱۸	۱۰-/۳	۴۰-/۳	۵/۵	۳۷۷/۴	۱۰۵/۲	۳۶/۲۴
۱۹	۵/۹	۵/۹	۷/۶	۲۲/۰	۲/۶	۱۹۸/۴
۲۰	۷۳/۱	۱۲/۴	۲۲/۸	۷۱/۰	۱/۵	۱۱/۶۳
۲۱	۲۰-۱/۵	۲۲/۳	۲۵/۹	۳۹/۳	۲۵۴/۸	۲۷۵/۴۷
۲۲	۵۶۳/۷	۲۲۹۰-/۰	۲۰-/۶	۲۳/۹	۲۷۰-/۴	۲۱۳۷/۸
۲۳	۱۲۰-۱/۲	۵۱۱/۳	۲۵۶۲/۵	۲۸۱۹/۵	۱۸۹۰-/۲	۱۶۴۰/۵
۲۴	۲۱۸/۱	۱۱۹۳/۹	۳۴۰/۶	۱۸۱۹/۰	۴۲۶/۱	۲۲۱/۸۵
۲۵	۳۲۴/۸	۱۸۷/۰	۱۵/۸	۹/۸	۷۰-/۳	۱۳۶/۳۳
۲۶	۹۳/۸	۲۹۲/۱	۱۸۵/۲	۶۴/۲	۲۹/۰	۴۶/۱۱

۶۳/۴۶	۵۶/۰	۴۱/۱	۱۵/۲	۱۶۳/۸	۱۱۹/۵	۲۷
۱۲۷۸/۸	۸۵۲۸/۳	۱۶۲۵۰/۰	۹۰/۵	۱۳۳۷/۲	۷۶۹۳/۳	۲۸
۳۱۴/۵۸	۱۸/۳	۲۰۷/۹	۱۰/۴	۳۸۸/۴	۴۹۵/۵	۲۹
۴/۴۴	۲/۵	۷/۰	۱۴/۵	۵۱/۱	۵۳/۹	۳۰
۷۰۴/۳۱	۷۹۰/۴	۱۷۷۲/۶	۱۳۴/۷	۴۲/۸	۴۷۱/۵	۳۱
۶/۵۸	۳۳/۴	۱۱/۸	۲۹/۱	۶۸/۵	۱۷/۵	۳۲
۴/۶۷	۲/۴	۹۳/۹	۶۹/۶	۱۴۵۲/۸	۱۰۸/۷	۳۳
۲۸۴۳/۴	۸۹۷۷/۸	۶۸۸/۸	۴۵۶/۲	۱۳۸۹/۷	۴۹۵/۲	۳۴
۳۱۱/۱۲	۶۴/۱	۶۹/۱	۳۱/۸	۵۳/۶	۴۱۶/۸	۳۵
۲/۶۴	۲۶/۸	۱۰/۶	۱۷/۱	۴۸/۷	۱۲/۵	۳۶
۱۰/۹۰	۷/۵	۴۲/۳	۶/۷	-	-	۳۷

منبع: یافته‌های تحقیق - محاسبه توسط محقق

مقایسه شاخص لیندا و سهم بازاری بین بنگاه‌های فعال در صنایع تولیدی در طول سالهای مختلف و همچنین در بین صنایع گوناگون نشان می‌دهد که بین صنایع مختلف تفاوت قابل توجهی از لحاظ انحصاری و رقابتی بودن وجود دارد. اعداد مندرج در جدول نشان می‌دهد که صنعت مواد غذایی و آشامیدنی‌ها (کد آیسیک ۱۵)، تولید محصولات از توتون و تنباکو (کد ۱۶)، تولید پوشاک، عمل آوردن و رنگ کردن پوست خردار (کد ۱۸)، دباغی و عمل آوردن چرم و ساخت کیف و چمدان و زین و یراق و تولید کفش (کد ۱۹)، تولید چوب و محصولات چوبی (کد ۲۰)، همچنین کدهای آیسیک ۲۶، ۳۰، ۳۳، ۳۶، ۳۷ از درجه رقابتی بالاتری نسبت به سایر صنایع برخوردار هستند. البته در تولید محصولات از توتون و تنباکو (کد ۱۶)، علی‌رغم انحصاری بودن، لکن به دلیل تعداد محدود بنگاه تولیدی در این صنعت و توزیع تقریباً یکسان سهم بازار بین بنگاه‌های موجود، همچنین مداخلات دولت بر متغیرهای رفتاری و سیاست‌های قیمت‌گذاری، در چارچوب ساختار رقابتی قرار دارند. به بیان دیگر در چنین حالتی می‌توان شرایطی را در نظر گرفت که بنگاه‌های محدود، با یکدیگر تبانی کرده و جنگ قیمتی نیز نداشته و بر مبنای سهم برابر بازار، فعالیت می‌کنند. این مطلب برای صنعت بازیافت (کد ۳۷) نیز مصداق یافته است. مقایسه ارزش افزوده صنایع مختلف نشان می‌دهد که صنایع تولید مواد و محصولات شیمیایی و مواد غذایی و آشامیدنی‌ها به ترتیب بیشترین سهم ارزش افزوده کل بخش صنعت را به خود اختصاص داده‌اند (۲۹،۱ و ۱۱،۱ درصد). همانطور که در بالا نیز اشاره شد مواد غذایی و آشامیدنی‌ها از لحاظ رقابتی بودن در

طول سال‌های مختلف از وضعیت مطلوب‌تری نسبت به سایر صنایع برخوردار است. اما برعکس آن، صنعت تولید مواد و محصولات شیمیایی از لحاظ شاخص لیندا از ساختار رقابتی فاصله گرفته و بیشتر به سمت ساختار انحصاری گرایش داشته است. به عبارت دیگر از سهم ناعادلانه‌تر صنعت برخوردارند. با دقت در اعداد شاخص لیندا در طول سال‌های مورد بررسی مشخص است که در اکثر صنایع، یک شوک بزرگی اتفاق افتاده است، بطوری که عدد این شاخص به شدت افزایش داشته است. این اتفاق معمولاً زمانی به وقوع می‌پیوندد که در اثر یک شوک قیمتی در مواد اولیه، مثلاً افزایش نرخ ارز یا شوک‌های ساختاری نظیر تحریم‌های بین‌المللی، برخی از بنگاه‌های کوچک قادر به ادامه فعالیت نبوده یا بسیاری از سهم خود را در بازار از دست می‌دهند. دخالت دولت و تملک برخی از صنایع توسط دولت نیز از جمله عواملی است که می‌تواند ساختار بازار و صنایع را به راحتی تحت تأثیر قرار دهد. صنعت تولید مواد و محصولات شیمیایی بنظر می‌رسد از جمله صناعی است که سهم بنگاه‌های دولتی در آن بسیار بالا بوده که این موضوع به نوبه خود باعث عدم توزیع عادلانه سهم بازار بین بنگاه‌های مختلف شده است. بطوری که بنگاه‌های دولتی به دلیل برخورداری از حمایت دولت سهم بالایی از ارزش افزوده آن بخش را به خود اختصاص داده‌اند و بنگاه‌های بخش خصوصی در رقابت با بنگاه‌های دولتی ناتوان عمل کرده‌اند. با توجه به ادبیات تحقیق و خصوصیات بازارهای چهارگانه در قالب بازارهای رقابت کامل، رقابت انحصاری، انحصار چندجانبه و انحصار کامل طبق جدول ۲، ساختار بازار و صنایع تولیدی ایران، مبتنی بر کد فعالیت در سطح ISIC دو رقمی و به شرح جدول ۳، تبیین شده است.

جدول ۲. ویژگی بازارهای رقابت کامل، رقابت انحصاری، انحصار چندجانبه، انحصار کامل

ساختار بازار	تعداد تولیدکنندگان	نوع تولید	قدرت بنگاه بر قیمت	موانع ورود	رقابت غیرقیمتی
رقابت کامل	زیاد	همگن	هیچ	کم	هیچ
رقابت انحصاری	زیاد	مشابه	مقداری	کم	تبلیغات و تفاوت تولید
انحصار چندجانبه	کم	همگن یا مشابه	مقداری	زیاد	تبلیغات و تفاوت تولید
انحصار کامل	یک	همگن	قابل ملاحظه	بسیار زیاد	تبلیغات

منبع: روزبهان، هاشمی (۱۳۸۵).

جدول ۳. ساختار صنایع ایران در سطح ISIC دو رقمی طی سال ۱۳۸۳ الی ۱۳۹۵

کد ISIC	عنوان فعالیت	ساختار صنعت
۱۵	صنایع مواد غذایی و آشامیدنی	رقابت کامل
۱۶	تولید محصولات از توتون و تنباکو - سیگار	انحصار کامل
۱۷	تولید منسوجات	رقابت انحصاری
۱۸	تولید پوشاک - عمل آوردن و رنگ کردن پوست خردار	رقابت کامل
۱۹	دباغی و عمل آوردن چرم، ساخت کیف و چمدان، زین، براقی و تولید کفش	رقابت کامل
۲۰	تولید چوب و محصولات چوبی و چوب پنبه (غیر از مبلمان) ساخت کالا از نی و مواد حصیری	رقابت کامل
۲۱	تولید کاغذ و محصولات کاغذی	انحصار چندجانبه
۲۲	انتشار و چاپ و تکثیر رسانه‌های ضبط شده	انحصار چندجانبه
۲۳	صنایع تولید زغال کک - پالایشگاه‌های نفت و سوخت‌های هسته‌ای	انحصار کامل
۲۴	صنایع تولید مواد و محصولات شیمیایی	انحصار کامل
۲۵	تولید محصولات لاستیکی و پلاستیکی	انحصار چندجانبه
۲۶	تولید سایر محصولات کانی غیر فلزی	انحصار چندجانبه
۲۷	تولید فلزات اساسی	رقابت انحصاری
۲۸	تولید محصولات فلزی فابریکی بجز ماشین آلات و تجهیزات	انحصار چندجانبه
۲۹	تولید ماشین آلات و تجهیزات طبقه‌بندی نشده در جای دیگر	انحصار چندجانبه
۳۰	تولید ماشین آلات اداری و حسابگر و محاسباتی	رقابت انحصاری
۳۱	تولید ماشین آلات مولد و انتقال برق و دستگاه‌های برقی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر	انحصار چندجانبه
۳۲	تولید رادیو و تلویزیون و دستگاه‌ها و وسایل ارتباطی	رقابت انحصاری
۳۳	تولید ابزار پزشکی و ابزار اپتیکی و ابزار دقیق و ساعت‌های مچی و انواع دیگر ساعت	رقابت انحصاری
۳۴	تولید وسایل نقلیه موتوری و تریلر و نیم تریلر	انحصار چندجانبه
۳۵	تولید سایر وسایل حمل و نقل	انحصار چندجانبه
۳۶	تولید مبلمان و مصنوعات طبقه‌بندی نشده در جای دیگر	رقابت کامل
۳۷	صنایع بازیافت	انحصار چندجانبه

منبع: نتایج تحقیق

## ۵. تحلیل عوامل

در ارزیابی دیدگاه‌ها و رویکرد مکاتب مختلف اقتصادی، بسیاری از مکاتب به نوعی به مداخله اقتصادی دولت اعتقاد دارند و تنها اختلاف آنها در حوزه این مداخلات است. دیدگاه‌های فوق می‌تواند مبنای ارزیابی راهبردهای توسعه‌ای در رابطه با نقش و جایگاه دولت در اقتصاد قرار گیرد. از زاویه دیگر، نهادهایی تحت عنوان شورای رقابت تاسیس و قوانین ضد تراست بنیان گذاشته شده است که عهده‌دار وظیفه نظارت بر بازارها و در برگیرنده مجموعه مقررات در راستای

حداکثر ساختن منافع اجتماعی و ممانعت از رویه‌های ضدرقابتی است (حسینی و شفیعی، ۱۳۹۲). از سوی دیگر، انحصار، قواعد بازار رقابت را می‌شکند و از این طریق، قدرت انتخاب مصرف‌کننده را به طور جدی محدود می‌سازد، باعث تخصیص ناکارای منابع می‌شود، بی‌عدالتی را رواج می‌دهد و همچنین در وضعیت انحصاری، سود و زیان، علامت مناسبی به بنگاه‌ها برای ورود به بازار و یا خروج از بازار نمی‌دهد. بدین ترتیب، برای مقابله با انحصار، باید اقدامات و تصمیمات در وضع قوانین و اعمال نظارت، تعیین و مراقبت از قیمت، مالیات و یارانه‌ها، تشویق و حمایت از رقابت، منع اتحاد و تبانی، صورت گیرد (توکلی، ۱۳۹۱).

دلایل مختلف وجود انحصار و عدم کارایی در تخصیص بهینه منابع در اقتصاد ایران و شکست بازار را می‌توان معطوف به موارد زیر دانست که به تناسب دامنه بروز شکست‌های فوق در بازار و نوع نظام اقتصادی حاکم در هر کشور، گستره مداخلات اقتصادی دولت تعیین می‌شود.

۱- فراوانی نامناسب بنگاه‌ها بر حسب اندازه آنها یا به عبارت دیگر، فراوانی نسبی بالای بنگاه‌های کوچک مقیاس و بزرگ مقیاس.  
۲- خدشه در حقوق مالکیت که از نشانه‌های آن گسترش معاملات غیر رسمی است.

۳- فقدان بازارهای مالی توسعه یافته که موجب افزایش هزینه‌های معاملاتی می‌شود.

۴- عدم شفافیت و وجود اطلاعات نامتقارن در بازار برای مصرف‌کننده، تولیدکننده و فروشنده.

۵- وجود انحصارات قانونی در صنایع مختلف مثل نفت، مخابرات، آب، برق، گاز.

۶- وجود قراردادهای غیر منصفانه در بازار و عدم رعایت حقوق خریدار یا تولیدکننده در قراردادها.

۷- وجود آثار خارجی در اقتصاد و تحمیل هزینه‌های بنگاه‌ها به جامعه مخصوصاً در مقوله محیط زیست و آلودگی، مثل تولید اتومبیل غیر استاندارد یا

عدم استفاده از فیلتر در کارخانه‌ها و یا انتقال پساب کارخانه صنعتی در رودخانه‌ها (مداح و رضوانی، ۱۳۹۴).

## ۵-۱. تجزیه و تحلیل فرصت‌ها، تهدیدها، قوت‌ها و ضعف‌ها در راستای ایجاد ساختار مناسب و رفتار رقابتی در بازار و صنایع تولیدی ایران

در راستای ارتقای رقابت در بازار و صنایع تولیدی ایران، در نظر است بر اساس ادبیات اقتصادی و نظریه‌های علمی، سیاست‌های راهبردی ضدانحصاری، تبیین و معرفی شوند. بدین منظور، بر مبنای مطالعات انجام‌یافته و ارزیابی تجارب در مدیریت بازار و مداخلات بازاری، نسبت به ارائه راهبردهای اساسی برای دستیابی به رفتارهای رقابتی و استمرار ساختار رقابت اقدام می‌شود. در این راستا تجزیه و تحلیل فرصت‌ها، تهدیدها، قوت و ضعف، به عنوان یکی از ابزارها و تکنیک‌ها در حوزه راهبردی و مدیریت استراتژیک، مورد استفاده قرار گرفته است.

### الف- فرصت‌ها در راستای ایجاد ساختار مناسب و رفتار رقابتی در بازار و صنایع تولیدی ایران

۱. سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و مفاد قانون تسهیل رقابت و منع انحصار و نیز دستورالعمل‌ها و سیاست‌های شورای رقابت.
۲. سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و تاکید به تقویت رقابت‌پذیری اقتصاد و تحول اساسی در ساختار و منطقی‌سازی اندازه دولت.
۳. فرصت‌های ناشی از حمایت‌های قانونی در زمینه رفع انحصارات دولتی.
۴. زیرساخت‌های قانونی و تلاش برای حذف موانع سرمایه‌گذاری (کاهش ارتفاع ورود) در چارچوب قانون حمایت از سرمایه‌گذاری.
۵. پنجره واحد سرمایه‌گذاری و ارائه خدمات اداری و مشاوره‌ای به سرمایه‌گذار، بدون تشریفات زائد اداری و تسهیل در امور (تسهیل در ارتباط دولت با فعالان اقتصادی و بنگاه‌ها و نیز نهادهای دولتی با یکدیگر)، دسترسی آسان و یکسان در ارائه اطلاعات، شفافیت اطلاعات و حذف انحصار

اطلاعات، کاهش چشمگیر زمان و هزینه‌های مرتبط.

۶. قانون رفع موانع تولید رقابت پذیر و بهبود فضای کسب و کار.

۷. قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی کشور و حمایت از کالاهای ایرانی.

۸. حمایت دولت در اعطای تسهیلات سرمایه‌ای به بنگاه‌های کوچک و زودبازده.

۹. امکان دسترسی به تکنولوژی‌های جدید در عرصه رقابت و افزایش کمی و کیفی تولیدات.

۱۰. وجود پتانسیل‌های بالقوه در بازار داخلی و خارجی و مشتریان بالقوه.

#### **ب- تهدیدها در راستای ایجاد ساختار مناسب و رفتار رقابتی در بازار و صنایع تولیدی ایران**

۱. تغییرات عمده و ناگهانی تکنولوژی و ظهور محصولات جایگزین پر قدرت.

۲. تولید کالاهای مشابه توسط رقبا و جانشینی برای کالاهای موجود.

۳. برداشته شدن حمایت‌های تعرفه‌ای و یارانه‌های پیدا و پنهان.

۴. همجواری با مراکز اقتصادی، تجاری و بازارهای بین‌المللی منطقه و برخورداری از مرزهای مشترک تجاری.

۵. احتمال افزایش سهم واردات در مقایسه با توسعه صادرات و رشد رقابت محصولات خارجی در بازار داخل.

۶. قدیمی بودن تکنولوژی و خارج از رده بودن برخی تولیدات.

۷. امکان ایجاد شراکت‌های بین‌المللی و شکل‌گیری منافع مشترک.

۸. بی‌ثباتی در نظام تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری، قوانین و مقررات و نیز بی‌ثباتی در عوامل تولید ناشی از تحریم اقتصادی.

#### **ج- قوت‌ها در راستای ایجاد ساختار مناسب و رفتار رقابتی در بازار و صنایع تولیدی ایران**

۱. برخورداری بنگاه‌ها از نیروی کار ماهر و متخصص و توانمندی در ارائه خدمات فنی، مهندسی و مشاوره‌ای.

۲. شکل‌گیری خوشه‌های صنعتی در مجموعه شهرک‌های صنعتی و مناطق و نواحی صنعتی.

۳. برخورداری بنگاه‌ها از واحدهای تحقیق و توسعه و ارتباط با شرکت‌های دانش‌بنیان در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری و کانون‌های نوآوری.

۴. سازماندهی کانون‌های هماهنگی دانش و صنعت در زمینه مزیت‌های تولیدی در محدوده جغرافیایی فعالیت.

۵. برخورداری بنگاه‌ها از زیرساخت‌های عمومی و رویکردهای مدیریتی در توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط.

د- **ضعف‌ها در راستای ایجاد ساختار مناسب و رفتار رقابتی در بازار و صنایع تولیدی ایران**

۱. فقدان سیستم مدیریت جامع اطلاعات و عدم امکان تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری سریع و بهینه و در نتیجه از دست دادن فرصت‌های رقابت.

۲. کم‌تجربگی مدیران در راهبری مجموعه‌های تحت مدیریت در محیط‌های بین‌المللی.

۳. ساختار مالی ضعیف بنگاه‌ها و ضعف نظام بانکی در کمک به تامین مالی طی دوران گذار.

۴. کارایی پایین و بهای تمام شده بالای تولیدات داخل در مقایسه با رقبای خارجی.

۵. عدم برخورداری از مزیت مقیاس اقتصادی، در مواجهه با رقبای تولیدکنندگان کوچک داخلی.

۶. مواجهه با زیرساخت‌های ضعیف و ناکارآمد در حوزه حمایت از تولیدکنندگان.

۷. عدم توجه به رویکردهای اقتصاد مقاومتی مبتنی بر فعال کردن ظرفیت‌های بالقوه.

بر اساس تجزیه و تحلیل فرصت‌ها، تهدیدها، قوت‌ها و ضعف‌ها و پیوند عناصر چهارگانه (استراتژی رقابتی و انطباقی، اقتضایی، تهاجمی، دفاعی)، اولویت و محوریت راهبردهای اساسی در راستای ایجاد ساختار مناسب و رفتار رقابتی در



بازار و صنایع تولیدی ایران، مشخص می‌شوند که در چارچوب نظریه‌زمینه‌ای، پیشنهادها و توصیه‌های سیاستی ارائه خواهد شد.

## ۵-۲. مداخلات بازاری در اقتصاد ایران

تمایلات و گرایش افراد و بنگاه‌ها به حداکثرسازی سود، زمینه را برای رفتارهای فرصت‌طلبانه‌ای فراهم می‌کند که نتیجه آن شکل‌گیری انحصار و بازارهای غیررقابتی خواهد بود. در این صورت، مداخله دولت به عنوان عاملی بیرونی، برای شکستن انحصار، ضرورت خواهد یافت (ناصری، ۱۳۹۴). علاوه بر این، جست و جوی منافع فردی و سازمانی از سوی بنگاه‌ها، نتایج و تبعات منفی در پی دارد که بر افراد و گروه‌های اجتماعی دیگر، تحمیل می‌شود و نیازمند کنترل و حتی جبران می‌باشد. ضمن آنکه این مسئله، زیان کل جامعه را به دنبال دارد، تحقق چنین کنترل و جبرانی از طریق مکانیسم‌های بازاری، تنها به صورت محدود امکان‌پذیر است. در این شرایط، دولت موظف است از طریق مکانیسم‌های اقتصادی و اصلاحات اجتماعی، این روحیه سوداگرانه را تضعیف کند.

مداخلات بازاری در اقتصاد ایران مبتنی بر قوانین و مقررات اقتصادی را می‌توان در دو مقطع و مصادیق مشروحه زیر بیان نمود (مداح و رضوانی، ۱۳۹۴):  
قبل از انقلاب اسلامی ایران، حوزه مداخلات دولت در اقتصاد محدود به موارد ذیل است:

تصویب قانون مجازات اخلال‌کنندگان در عرضه و توزیع گندم، آرد و قند و شکر، برنج و روغن در سال ۱۳۵۰، تشکیل کمیسیون در تعیین نرخ کالاها و خدمات و نظارت بر اعمال آنها در سال ۱۳۵۰، ایجاد مرکز بررسی قیمت‌ها جهت مقابله با افزایش قیمت‌ها در سال ۱۳۵۲، تاسیس سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان.

بعد از انقلاب اسلامی، حوزه مداخلات دولت در اقتصاد معطوف به موارد ذیل است:

۱- اصول ۳۳ و ۴۴ قانون اساسی (۱۳۵۸): بر اساس دو اصل، دولت هم‌مسئول ممانعت از رویه‌های رقابتی در اقتصاد و هم‌عامل اصلی تولید اقتصاد در

حوزه صنایع بزرگ، و تنظیم اقتصاد است.

۲- قانون تعزیرات حکومتی (۱۳۶۸) که ناظر بر مهار رویه‌های ضد رقابتی (بخش دولتی و بخش غیر دولتی) است.

۳- قانون برنامه پنج ساله دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور (۱۳۶۸) که بندهای آن ناظر بر ایجاد و حراست از فضای رقابتی در صادرات، واردات، تولید و توزیع، ناظر بر ساماندهی شرکتهای دولتی، انحلال، ادغام، واگذاری سهام است.

۴- بر اساس ماده (۱۵) برنامه سوم، دولت مکلف به تاسیس سازمان خصوصی سازی شده است و نیز مکلف به سیاستگذاری‌ها در حوزه اشتغال با تاکید بر توسعه طرحهای اشتغال‌زا در بخش تعاونی و خصوصی گردیده است.

۵- دولت در برنامه چهارم توسعه مکلف به ارائه لایحه تسهیل رقابت و کنترل و جلوگیری از شکل‌گیری انحصارات گردید. بر این اساس تمرکز قانون بر تسهیل رقابت که مفهومی وسیع‌تر از مبارزه با انحصار دارد، مورد توجه قرار گرفت.

۶- سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی (۸۵-۸۴)، که بر اساس آن، حوزه فعالیت دولت تشریح شد و دولت از هر گونه فعالیت در حوزه خارج از آن منع شد. همچنین، تقویت نقش نظارتی، هدایتی و تنظیمی دولت، حرکت به سمت اقتصاد بازار با ملاحظات رقابت و عدالت تقویت شد.

۷- بر اساس بند ج اصل (۴۴)، واگذاری ۸۰ درصد از سهام بنگاه‌های دولتی به بخشهای خصوصی، شرکتهای تعاونی بنگاه‌های عمومی غیر دولتی مجاز شد.

۸- بر مبنای پیگیری و تحقق اهداف و برنامه‌ها و سیاستهای اصل ۴۴ قانون اساسی، شورای رقابت و مرکز ملی رقابت تشکیل گردید.

۹- قانون حمایت از مصرف‌کنندگان، با استفاده از ظرفیتهای انجمن‌های غیر دولتی و نظارت از طریق نهادهای غیر دولتی مصوب و اجرا گردید.

۱۰- مشارکت‌گیری مستقیم از بخش غیر دولتی در امور تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری در برنامه پنجم توسعه کشور (۹۴-۱۳۸۹) با تاسیس شورای گفتگوی

دولت و بخش خصوصی (تعامل بخش میان بخش خصوصی و بخش دولتی) شکل گرفت.

۱۱- قانون استفاده از ظرفیت‌های تولیدی و خدماتی داخلی (۱۳۹۰) با هدف

تقویت تولیدات داخلی به تصویب مجلس شورای اسلامی ایران رسید.

۱۲- قانون مجازات اسلامی - ماده ۶۸۸ بخش تعزیرات قانون مجازات

اسلامی مصوب ۱۳۷۵ و اصلاحی ۱۳۷۶ که طبق آن وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و سازمان حفاظت محیط زیست و دامپزشکی برای تشخیص و مقابله با تهدید علیه بهداشت و آلاینده‌گی، مکلف گردیدند.

۱۳- قانون حفاظت و بهسازی محیط زیست (مواد ۱۰، ۱۱، ۱۲) مصوب

۱۳۵۳ و اصلاحی ۱۳۷۱ که مواد مورد اشاره این قانون ناظر به جرم انگاری آلوده ساختن محیط زیست و جرائم کارخانجات و کارگاه‌های مورد نظر در صورت تخلف می باشد.

۱۴- طرح هدفمندسازی یارانه‌ها که در سال ۱۳۸۹ به اجرا گذاشته شد و از

جمله تبعات مثبت آن، پایانی برای فسادهای موجود در توزیع یارانه‌ها است که با نقدی کردن یارانه‌ها، آزادسازی قیمت‌ها در اقتصاد کشور برای اولین بار در مورد برخی کالاها برقرار گردید. تعیین دستوری قیمت بسیاری از کالاها، توان رقابت تولیدکنندگان بخش خصوصی را به شدت کاهش داده بود لکن موجب افزایش انگیزه‌های فعالیت بنگاه‌های بخش دولتی شده بود. اما با آزادسازی قیمت کالاها یارانه‌ای و واقعی شدن قیمت آنها، زمینه‌ای برای رقابت در تولید کالاها یارانه‌ای فراهم می‌شود. این امر موجب افزایش کیفیت کالاها ی تولیدی و توان رقابت جهانی تولیدکنندگان داخلی نیز خواهد شد (برخورداری، ۱۳۸۷). علاوه بر این، پرداخت نقدی یارانه‌ها موجب افزایش شفافیت اقتصادی، افزایش رفاه دریافت‌کنندگان یارانه‌ها، همچنین با تغییر الگوی مصرف، موجب عقلایی شدن رفتار مصرفی می‌شود.

### ۳-۵. تحلیل عوامل مبتنی بر نظریه زمینه‌ای

نظریه زمینه‌ای، مستلزم شناسه‌هایی است که به جنبه مشترک یک پدیده اشاره

دارند و با مفاهیم و مقوله‌ها، مرتبط است. شناسه‌ها، شناخت پایه‌ای از پدیده را به صورت دسته‌بندی شده و تحت عنوان "مفهوم" معرفی می‌کنند. "مقولات" در نظریه زمینه‌ای، نسبت به مفاهیم، انتزاعی‌تر هستند و در سطح بالاتری قرار دارند. از ترکیب و کنار هم قرار گرفتن چند مفهوم، یک مقوله تشکیل می‌شود. مقولات شالوده‌های تدوین نظریه هستند و ابزاری را فراهم می‌کنند تا نظریه انسجام یابد (قاضی میرسعید و رضوانی، ۱۳۹۸). به منظور شناخت پدیده، از مستندات و نظریه‌های علمی و نیز روش تحلیل فرصت‌ها، تهدیدها، قوت و ضعف، استفاده و سوالات یا فرضیه‌های تحقیق، تدوین شده است.

با توجه به هدف پژوهش در راستای شناخت بازار و تحلیل متغیرهای ساختاری و بررسی شدت رقابت در صنایع تولیدی ایران و نقش مداخلات بازاری در مدیریت بازار، برای تبیین راهبردهای ایجاد ساختار مناسب در بازار و صنایع تولیدی ایران، طبق رویکرد نظریه زمینه‌ای، یافته‌های تحقیق در قالب کدگذاری‌های باز، محوری و گزینشی تحلیل شده‌اند. برای انجام کدگذاری باز، با بررسی دقیق داده‌ها و اطلاعات هر فرضیه، به یکسری مفاهیم دست پیدا کرده و از طریق کدگذاری محوری به اطلاعات بخش کدگذاری باز، انسجام داده، بطوریکه مفاهیمی که قابلیت دسته‌بندی و طبقه‌بندی با یکدیگر را داشتند با هم ترکیب و به ساخت مقوله متناسب با مفاهیم پرداخته شده است. این نوع کدگذاری چگونگی تلاقی مقوله‌ها با یکدیگر و نحوه اتصال آن‌ها را در نظر دارد. در ادامه با استفاده از مقوله‌های عمده‌ای که از تحلیل داده‌ها بدست آمده به یکسری مقوله‌های نهایی رسیدیم. مرحله بعد کدگذاری گزینشی و فرایند یکپارچه‌سازی و پالایش نظریه است که در آن مقوله‌ها حول یک مفهوم مرکزی مرتب شده‌اند. بدین ترتیب، برای تولید نظریه، مقولات نهایی را در قالب مدل پارادایمی طبقه‌بندی نموده و در نهایت به تولید نظریه می‌انجامد. در ادامه به مراحل تحلیل بطور کامل از طریق روند مذکور پرداخته شده است بطوریکه برای هر فرضیه موردنظر، کدگذاری باز و محوری بر اساس مفروضات با توجه به فرصت‌ها، تهدیدها، قوت و ضعف، در قالب جداول ارائه شده و سپس مقولات نهایی برای تولید نظریه تعیین گردیده است.

جدول ۴. مفروضات

شماره مفروضات	مفروضات
۱	حمایت از سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی برای تاثیرگذاری بر ارتفاع ورود به بازار و صنعت موردنظر
۲	کنترل پیامدهای خارجی منفی ناشی از فعالیت‌های بنگاه‌ها
۳	ایجاد فرصت برابر از طریق توزیع سهم بازاری بین بنگاه‌ها
۴	نظارت بر اجرا و روزآمدسازی قوانین و ارزیابی ساختار حاکم بر بازار و صنعت
۵	توسعه صادرات و جایگزینی واردات متناسب با مزیت نسبی کشور

منبع: نتایج تحقیق

جدول ۵. کدگذاری باز مربوط به مفروضات

شماره مفروضات	کد باز
۱	- کاهش رغبت فعالان اقتصادی در عرصه سرمایه‌گذاری - کاهش مشارکت در اولویت‌های سرمایه‌گذاری
۲	- عدم تحولات تکنولوژیکی در فرایند تولید محصولات - عدم تمکین بنگاه‌ها و فعالان اقتصادی در رعایت ضوابط زیست‌محیطی و برنامه‌ریزی برای کاهش آلاینده‌های فعالیت‌های اقتصادی
۳	- عدم دسترسی فعالان اقتصادی به اطلاعات بازار و استراتژی‌های بازار - عدم شفافیت و بروز بودن اطلاعات بازار
۴	- عدم تعاملات نظام‌یافته بین نهاد دولت و نهاد بازار در تدوین مقررات تنظیمی - عدم اجرای دقیق قوانین و مقررات در ممانعت از ایجاد رانت و نابرابری سهم بازاری بنگاه‌ها
۵	- عدم پشتیبانی از بنگاه‌ها و تولیدات داخلی با هدف بهبود تراز تجاری - عدم تمهیدات توسعه نوآوری برای دستیابی به بازارهای جدید و مدیریت تغییرات

منبع: نتایج تحقیق

جدول ۶. کدگذاری محوری مربوط به مفروضات

مفاهیم	مقوله‌ها
سطح پایین مشارکت در اولویت‌های سرمایه‌گذاری	ضعف مدیریت جریان نقدینگی
عدم اعتماد به اطلاعات بازار	ضعف مدیریت فناوری اطلاعات
عدم تثبیت و شفافیت در استراتژی‌های بازار	عدم وجود سیستم‌های مدیریت اطلاعات جامع
عدم حمایت از واحدهای تحقیق و توسعه بنگاه‌ها	عدم وجود بانک مسئله در نیازسنجی فناوری
عدم تمهیدات مدیریت سرمایه‌گذاری مشترک داخلی و خارجی	عدم ایفای نقش نهادهای دولتی
بالا بودن ریسک نیروی کار در صنایع تولیدی	عدم ضابطه اعمال بهره‌وری در نیروی کار
پایین بودن سطح مهارت نیروی انسانی در مقایسه با زمینه‌های شغلی	عدم اجرای سیاست‌های آمایش آموزش عالی
عدم نظام‌مندی و سازماندهی ساختار بازاریابی خارجی	عدم مدیریت ورود و خروج به بازارهای خارجی
عدم سهولت دسترسی به منابع و تسهیلات حمایتی	عدم بروزرسانی قوانین و مقررات مرتبط
عدم تفکیک انحصار خوب و انحصار بد در فعالیت‌های اقتصادی	عدم تعاملات بین نهاد دولت و نهاد بازار
عدم نظارت بر فعالیت‌های اقتصادی نهاد دولت	قدرت محوری و بی‌ثباتی در مدیریت دولتی
عدم توجه به نقش واحدهای کوچک و زودبازده در مدیریت بازار	عدم توجه به هزینه ورود و خروج بنگاه‌ها

منبع: نتایج تحقیق

جدول ۷. تفکیک مقوله‌های عمده و مقوله‌های نهایی

مقوله نهایی	مقوله‌های عمده
حمایت از صنایع نوپا	عدم شفافیت در حمایت از صنایع نوپا از طریق تامین مالی مشترک سرمایه
حمایت از صنایع دارای اولویت	عدم پوشش هزینه بنگاه‌های پیشگام در صنایع دارای اولویت
اعمال سیاست‌های تشویقی	عدم سیاست اعمال تعرفه بر واردات و اعطای مشوق‌های مالیاتی برای دوره محدود به بنگاه‌های پیشگام صنایع داخلی
رویکرد حمایتی در محدوده زمان مشخص از بنگاه‌های نوپا	حمایت دولت برای تعادل بازار، در دوره نامشخص و تثبیت سیاست پولی و مالی برای تشویق و حمایت از سرمایه‌گذار
برنامه‌ریزی برای کاهش آثار منفی فعالیت‌های اقتصادی و حمایت از صنایع پاک	عدم سیاست‌های یکپارچه در تعیین مالیات و عوارض و قیمت‌گذاری هزینه‌های زیست‌محیطی برای غلبه بر شکست‌های بازاری و در راستای توسعه اقتصادی پایدار
رویکرد عادلانه در اجرای سیاست‌های اقتصادی	عدم نظارت یکپارچه در قیاس بین فعالان اقتصادی در بخش خصوصی و بخش دولتی
حمایت در راستای تجاری سازی ایده‌های نوآورانه	عدم سیاست‌های حمایتی در ایجاد انگیزه برای توسعه فناوری‌های جدید
رویکرد حمایت از صنایع نوپا در سیاست‌های تخصیص یارانه	عدم اعمال سیاست‌های شفاف و هدفمند در تخصیص یارانه‌ها
اعمال نظرات فعالان بازار و ناظران اقتصادی در تدوین برنامه‌ها	عدم استفاده از ظرفیت شورای رقابت و تقویت شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی در آمایش بازار و صنعت
بهبود روش‌ها و فرایندها	عدم اعمال شرایط و قوانین آسان‌تر برای داوطلبین ورود به بازار
ارائه اطلاعات یکپارچه و یکسان	عدم طراحی و پیاده سازی سیستم جامع اطلاعات و شفاف‌سازی
رویکرد مشترک نهاد دولت و شورای رقابت در مدیریت بازار	عدم اعمال مداخلات سیاستی و تعاملات نظام‌یافته بین نهاد دولت و نهاد بازار در راستای پیاده‌سازی رفتارهای رقابتی
نظارت بر اجرای سیاست حمایتی	عدم ممانعت از ایجاد رانت و نابرابری سهم بازاری بنگاه‌ها
برورزرسانی قوانین و مقررات	عدم نیازسنجی از عناصر مرتبط با حوزه قوانین و مقررات و اسناد بالادستی در راستای تدوین و روزآمدسازی مقررات و اسناد برنامه‌ای
پیوند مبانی آمایش آموزش عالی و آمایش صنعت و تجارت	عدم برنامه‌ریزی در افزایش قدرت نوآوری با هدف قدرت‌آیستادگی در محیط رقابت داخلی و بین‌المللی و دستیابی به بازارهای جدید
مدیریت تجارت خارجی	عدم تعادل‌های بین‌المللی به دلیل بروز شوک‌های تجاری
مدیریت فضای کسب و کار و مدیریت تولید	عدم حمایت از صنایع کشور در بازارهای داخلی و بین‌المللی در راستای تسهیل حرکت اقتصاد به سمت تعادل و با هدف بهبود تراز تجاری

منبع: نتایج تحقیق

### ۵-۳-۱. تفسیر رابطه بین مقوله‌ها و تولید نظریه از طریق مدل پارادایمی و الگوی مسلط

در روش نظریه زمینه‌ای، می‌توان از مدل مفهومی که شامل شش دسته (مقوله محوری یا پدیده، شرایط علی، شرایط مداخله‌گر، شرایط زمینه‌ای یا پایه‌ای، راهبرد تعاملی و پیامد) می‌باشند، استفاده نمود. بدین ترتیب، مقوله‌های به دست آمده در طول تحلیل داده‌ها، با توجه به موضوع پژوهش، در شکل (۲) و در قالب مدل

پارادایمی و الگوی مسلط، ارائه شده است. طبق شکل (۲)، شرایط علی، زمینه‌ای و مداخله‌ای، باعث شده‌اند تا پدیده رفتارهای غیررقابتی، ایجاد شود و به منظور بهبود فضای رقابت، سیاست‌های راهبردی و محورهای زیر به کار گرفته شوند:

الف- مدیریت فرآیندها و سیستم‌های تولیدی به منظور مدیریت تغییرات وفق شرایط بازار.

ب- مدیریت دانش، به منظور طراحی و پیاده‌سازی سیستم جامع اطلاعات و شفاف‌سازی در ارائه اطلاعات، همچنین افزایش توان ارائه ایده‌ها و محصولات جدید و افزایش قدرت نوآوری با هدف قدرت ایستادگی در محیط رقابت داخلی و بین‌المللی و دستیابی به بازارهای جدید.

شکل ۲. تولید نظریه مبتنی بر مدل پارادایمی نظریه زمینه‌ای (الگوی مسلط)



ج- مدیریت جریان نقدینگی برای توانایی ایستادگی در برابر فشار قیمت رقبا.  
 د- مدیریت قوانین، راهبردهای فرهنگی، رفتاری، نگرشی، به منظور ایجاد انگیزه تلاش و خلاقیت و در راستای پیاده‌سازی رفتارهای رقابتی و همکاری و تعامل بین نهاد دولت و بازار.

### ۶. راهبردهای اساسی و پیشنهادهای سیاستی

مقایسه شاخص لیندا در طول سال‌های مختلف و همچنین در بین صنایع گوناگون کشور، نشان می‌دهد که تفاوت قابل توجهی از لحاظ انحصاری و رقابتی بودن صنایع ایران وجود دارد که این تفاوت عمدتاً به دلیل تعداد محدود بنگاه تولیدی در برخی صنعت و توزیع تقریباً یکسان سهم بازار بین بنگاه‌ها، مالکیت دولتی برخی از فعالیت‌ها و بنگاه‌ها، همچنین مداخلات دولت بر متغیرهای رفتاری و سیاست‌های قیمت‌گذاری، رابطه بین عناصر بازار را تغییر داده به نحوی که بعضی از صنایع تولیدی در چارچوب ساختار رقابتی قرار گرفته‌اند. در برخی موارد بنگاه‌های محدود در صنایع، با یکدیگر تباری کرده و جنگ قیمتی نیز نداشته و بر مبنای سهم برابر بازار، فعالیت می‌کنند.

نتایج تحقیقات متعدد در حوزه ساختار بازار، مبین آن بوده که ساختار انحصار، بر بخش گسترده‌ای از فعالیت‌های صنعتی ایران حاکم است و فضای رقابت در کشور محدود می‌باشد و دولتی بودن اقتصاد ایران، دلیل اصلی و بزرگترین و مهمترین دلیل ناکارآمدی در اقتصاد و عدم توجه به بازسازی ساختار رقابت در بازار است. تحریم‌های اقتصادی، شوک ارزی، فضای رقابتی در صناعی که تولید آنها متأثر از واردات مواد اولیه یا تکنولوژی، ماشین‌آلات و تجهیزات بوده را تغییر داده است. همچنین مداخلات دولت در راستای تنظیم بازار و در حمایت از تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان، در روند تغییرات و فضای رقابتی تاثیرگذار بوده است. البته طی سال‌هایی نیز به دلیل توسعه سرمایه‌گذاری توسط بخش خصوصی، شاهد کاهش تمرکز در کل صنایع بوده‌ایم.

از مهمترین دلایل ضرورت وجود دولت و سیاست‌های راهبردی دولت، می‌توان به وجود رقابت ناقص در برخی بازارها، پیامدهای خارجی کالاهای



عمومی، توزیع مجدد درآمد، عدم انگیزه بخش خصوصی در تحقیق و توسعه، فقدان اطلاعات کامل، وجود انحصار و فقدان رقابت کامل اشاره کرد. به عبارت دیگر، مکاتب اقتصادی، بنابر دلایل خود، ضرورت مداخله دولت، نحوه مداخله، مرز مداخله، حجم و اندازه دولت را مطرح می‌کنند. ولی باید توجه کرد که این مداخله و هدایت از طریق راهبردهای علمی و منطقی صورت گیرد. راهبرد یا استراتژی، که معرف خط مشی، راه حل، نقشه، تصمیم‌گیری در شرایط سخت و دشوار یا طرح بلندمدت برای اهداف خاص، می‌باشد، دارای این ویژگی است که داوری‌ها و تصمیم‌های شتابزده و یک سویه را در مدیریت بازار، باز می‌دارد و نقش دولت و مرز مداخله دولت را تعیین می‌کند. از آنجا که بررسی نقش و جایگاه دولت در تمام ابعاد، در این مطالعه نمی‌گنجد، بنابراین، در تبیین نقش دولت، صرفاً مداخلات بازاری مبتنی بر ساختار بازار مورد بررسی قرار گرفته است.

از جمله مزایای رقابت در مقایسه با سایر ابعاد بازار، تنظیم رابطه دو سویه بین تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان و افزایش کیفیت محصولات تولیدی توسط تولیدکنندگان و افزایش قدرت تصمیم‌گیری در انتخاب محصول از سوی مصرف‌کنندگان است. در تحقق این رابطه، دولت باید نسبت به تنظیم و تصویب سیاست‌ها، قوانین و ضوابطی اقدام کند که موجب تسهیل رقابت شده و از انحصارگرایی ممانعت کند. در صورت عدم شکل‌گیری رابطه دوسویه، منجر به شکست بازار خواهد شد. با بررسی تاریخی اقتصاد ایران، می‌توان انحصارهای دولتی مبتنی بر قوانین خاص، انحصار ناشی از یارانه و رانت‌های ویژه، انحصار ناشی از تسهیلات تکلیفی و شیوه تخصیص اعتبارات و ارز، انحصار در تهیه و عرضه نهاده‌های تولید، وجود شرکت‌های دولتی، قوانین بودجه سالانه را به عنوان زمینه‌های اصلی انحصار در اقتصاد ایران، اشاره کرد. بنابراین، باید اقتصاد دولتی ایران را به اقتصاد مبتنی بر رقابت متحول نمود. بدین منظور لازم است دولت از طریق توسعه زیرساخت‌ها و مقررات‌زدایی، بازار را کنترل کند. چنانچه مداخلات دولت، اثربخشی مورد انتظار را نداشته باشد، زمینه‌ساز شکست دولت خواهد شد. با توجه به مراتب یادشده، همچنین تولید نظریه با لحاظ نتایج تحلیل

فرصت‌ها، تهدیدها، قوت و ضعف در عرصه رقابت، سیاست‌های راهبردی، پیشنهادها و توصیه‌های سیاستی مشرحه زیر در راستای مدیریت بازار و ایجاد فضای رقابت در صنایع تولیدی ایران، باید مورد توجه قرار گیرد:

۱- سیاست‌گذاران اقتصادی برای اتخاذ راهبردهای اساسی ایجاد ساختار مناسب بازار و تبیین نقش دولت، باید بازار حقیقی را مطالعه کنند. این مطلب گویای دقت در نحوه و میزان مداخله دولت است، به طوری که در مقابله با پدیده شکست بازار، به شکست دولت منتهی نشود. بنابراین، با توجه به فراز و نشیب‌های اقتصادی و ضرورت مداخلات دولت، سیاست‌گذاری‌ها باید به نحوی باشد که ساختار بازار را از طریق ایجاد رانت و نابرابری سهم بازاری بنگاه‌ها، به ساختار غیررقابتی تبدیل نکند و پدیده شکست دولت ایجاد نشود.

۲- نهاد دولت و سیاست‌گذاران اقتصادی، باید در راستای کاهش تمرکز و افزایش رقابت در بازار و صنعت، موانع سرمایه‌گذاری و ورود بنگاه‌ها به صنعت را شناسایی و برای حذف محدودیت‌ها و موانع، از طریق وضع مقررات تنظیمی، که دخالت بازاری مستقیم دولت نامیده می‌شود، اقدام نمایند. مداخلات اقتصادی دولت در ایران که عمدتاً مبتنی بر قوانین و مقررات است، بیانگر ضرورت نظارت بر اجرا و روزآمدسازی قوانین و مقررات از طریق ارزیابی ساختار حاکم بر بازار و صنعت و متناظر با آمایش صنعت کشور و اسناد بالادستی می‌باشد.

۳- در بازار و صنایعی که هیچ بنگاه داخلی فعالیت ندارد، سیاست‌گذاران می‌توانند برنامه‌های حمایت از صنایع نوپا و مراکز نوآوری را در چارچوب آمایش صنعت، سازماندهی و با ارایه خدمات حمایتی به سرمایه‌گذاران، ارتقاء ورود به بازار و صنعت موردنظر را کاهش دهند. برای غلبه بر موانع ورود بنگاه‌ها و توسعه سرمایه‌گذاری با هدف تحریک فعالان اقتصادی به رقابت در کنار همکاری، باید به نقش مناطق ویژه اقتصادی، پارک‌های علمی و فناوری و خوشه‌های صنعتی، توجه شود.

۴- دولت باید هزینه بنگاه‌های پیشگام در صنایع دارای اولویت را با سیاست‌های حمایتی و اعطای مشوق‌های مالیاتی برای دوره محدود، همچنین از طریق تامین مالی مشترک سرمایه، جبران کند. اعمال سیاست پولی و مالی برای تشویق سرمایه‌گذاری،

ایجاد و توسعه بنگاه، موجبات کاهش ارتفاع ورود و حمایت از بازار و صنعت را خواهد داشت.

۵- سیاست‌های حمایتی مانند اعمال تعرفه بر واردات برای حمایت از صنایع نوپا و مداخله دولت از طریق استراتژی توسعه صادرات و جایگزینی واردات متناسب با مزیت نسبی کشور، می‌تواند به عنوان نقش تسهیل‌کننده و حمایت‌کننده دولت برای بنگاه‌ها تلقی شود.

۶- اعمال مالیات و عوارض محیط‌زیست، که از ابزارهای کنترل پیامدهای خارجی منفی ناشی از فعالیت‌های بنگاه‌ها است می‌تواند از طریق قیمت‌گذاری هزینه‌های زیست‌محیطی، بر شکست‌های بازاری غلبه کند، باعث افزایش کارایی و تخصیص بهینه منابع شود، محصولات سبز را رقابت‌پذیر کند، انگیزه توسعه فناوری‌های جدید را ایجاد نماید و در مجموع رفاه اجتماعی را ارتقا دهد.

۷- کاهش تصدی‌گری دولت در فعالیت‌های اقتصادی و واگذاری بنگاه‌های دولتی به بخش خصوصی و نیز کاهش تسلط بنگاه‌های عمومی شبه دولتی در چارچوب قوانین و مقررات مربوطه، همچنین اعمال سیاست‌های هدفمند در تخصیص یارانه‌ها، برای کاهش نابرابری سهم بازاری بنگاه‌ها، مورد توجه قرار گیرد.

۸- سیاست‌گذاری مبتنی بر نظریه رقابت در کنار همکاری، به عنوان الگوی مطلوب ایفای نقش بازار - دولت، در نظر گرفته شود. همچنین، به تعاملات نظام‌یافته بین نهاد دولت و نهاد بازار، برای تکمیل سیاست‌های اقتصادی، تعیین ساز و کارهای اجرایی و دستیابی به اهداف پیش‌بینی شده، توجه شود. بدین منظور استفاده از ظرفیت شورای رقابت و تقویت شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی، مورد تاکید است.

۹- عدم تعادل‌های بین‌المللی به دلیل بروز شوک‌های تجاری، موجب عدم تعادل در بازارهای داخلی می‌شود. در این شرایط، مداخلات دولت و حمایت از صنایع داخلی، می‌تواند زمینه‌ساز حرکت اقتصاد به سمت تعادل، رقابت‌پذیرتر شدن و بهبود تراز تجاری شود. البته حمایت‌های اقتصادی دولت، باعث می‌شود در بلندمدت رقابت‌پذیری کاهش یابد. بنابراین، باید حمایت‌های دولت برای تعادل بازار، به دوره‌ای محدود، معطوف باشد.

## منابع

- استروس، ا.، و کوربین، ج. (۱۳۹۰). مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای (ترجمه ابراهیم افشار). نشر نی.
- برخورداری، س. (۱۳۸۷). تاریخچه یارانه در ایران. سازمان هدفمند سازی یارانه‌ها، ۵۷-۵۶.
- پورپرتوی، م.، دانش جعفری، د.، و جلال آبادی، ا. (۱۳۸۸). مقایسه تطبیقی انحصار و تمرکز در برخی از صنایع کشور. پژوهشنامه اقتصادی، ۹(۴).
- توکلی، ا. (۱۳۹۱). بازار - دولت: کامیابی‌ها، ناکامی‌ها: انتشارات سمت.
- حسینی، ش. ا.، و شفیع‌ی، ا. (۱۳۹۲). نقش و جایگاه دولت در اقتصاد. معاونت امور اقتصادی و دارایی.
- حقیقی، ا. (۱۳۹۷). توسعه اقتصادی ژاپن و عوامل کلیدی آن. راهبرد: انتشارات پژوهش‌های علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۳۲۵-۳۴۷.
- خدادادکاشی، ف. (۱۳۸۹). اقتصاد صنعتی (نظریه و کاربرد): انتشارات سمت.
- خدادادکاشی، ف.، نورانی آزاد، س.، و اسحاق‌گرگی، م. (۱۳۹۵). اندازه رقابت، انحصار و الگوی رفتاری در بخش صنعت ایران با استفاده از رویکرد غیرساختاری. پژوهشنامه بازرگانی، ۲۱(۸۱)، ۱-۳۰.
- درون‌پور، د.، صادقین، ع.، و احمدی‌حدید، ب. (۱۳۹۰). بررسی تحلیلی ساختار صنعتی و رقابت پذیری صنایع ایران به تفکیک کدهای ISIC در دوره ۱۳۸۶-۱۳۷۴. پژوهشگر، ۱۳۹۰(۰).
- شهیکی تاش، م.، و نوروزی، ع. (۱۳۹۳). بررسی ساختار بازار صنایع کارخانه‌ای ایران براساس مدل‌های ساختاری و غیرساختاری. فصلنامه مطالعات اقتصادی کاربردی ایران، ۳(۱۱)، ۴۹-۷۹.
- عباسی بنی، ف.، و نظری، م. (۱۳۹۶). بررسی رقابت و تمرکز در صنعت بیمه و تعیین استراتژی‌های رقابتی مناسب. مدیریت بازرگانی، ۹(۳)، ۴۴۱-۴۶۰.
- قاضی میرسعید، س. م.، و رضوانی، ف. (۱۳۹۸). بررسی زیست‌پذیری با رویکرد نظریه زمینه‌ای، دانشگاه سمنان.
- قلی‌زاده، ع. ا. (۱۳۸۵). رویکردی برای تعیین اندازه بهینه دولت (بر مبنای بودجه عمومی

دولت). برنامه ریزی و بودجه، ۹(۲)، ۱۹-۵۷.

مداح، م.، و رضوانی، م. ر. (۱۳۹۴). چگونگی مداخله دولت برای ممانعت از شکست در ساختار بازار با تاکید بر قوانین و سیاست‌های دولت در اقتصاد ایران. اولین همایش ملی اقتصاد صنعتی ایران، ایران، تبریز، دانشگاه تبریز.

مرکز آمار، ا. (۱۳۸۳-۱۳۹۵). داده‌های کارگاه‌های صنعتی.

ناصری، علی (۱۳۹۴)، مبانی حقوقی رقابت، انتشارات مجمع علمی و فرهنگی مجد.

نخعی کمال آبادی، ع.، امیرآبادی، م.، و محمدی پور، ه. (۱۳۸۹). روش فرآیند تحلیل شبکه ای SWOT و انتخاب استراتژی بهینه بر اساس (ANP) (مطالعه موردی: شرکت پتروشیمی اراک). مدیریت صنعتی، ۵(۱۱)، ۲۱-۳۴.

نورانی آزاد، س.، و خدادادکاشی، ف. (۱۳۹۷). تحلیل پویای درجه ائتلاف و اعتبارسنجی نظریه تبانی و ساختار کارا در صنعت محصولات شیمیایی ایران. فصلنامه پژوهشها و سیاستهای اقتصادی، ۲۶(۸۶)، ۷-۳۷.

- Barro, R. J. (1990). Government spending in a simple model of endogenous growth. *Journal of political economy*, 98(5, Part 2), S103-S125 .
- Bukvic, R. (2017). Concentration and Competition in Serbian Banking Sector. *The Scientific Journal of Cahul State University" Bogdan Petriceicu Hasdeu": Economic and Engineering Studies*(2), 4-12 .
- Carriero, N., & Gelernter, D. (1989). Linda in context. *Communications of the ACM*, 32(4), 444-458 .
- Choo, Y. Y., Corbo, L., & Wang, K. (2018). Joint impact of airline market structure and airport ownership on airport market power and profit margin. *Transport Policy*, 72, 67-78 .
- Dowding, K. M., & Taylor, B. R. (2020). *Economic perspectives on government*: Springer.
- Gan, L. L., & Frederick, J. R. (2011). Medical tourism in Singapore: A structure-conduct-performance analysis. *Journal of Asia-Pacific Business*, 12(2), 141-170 .
- Ipek, E., & Ipek, O. (2018). Market structure of the Turkish pharmaceutical industry. *Business and Economics Research Journal*, 9(3), 449-462 .
- Karabulut, Ş. (2019). Market Failure and Government Failure. Paper presented at the International Conference on Emprical Economics and Social Science (ICEESS' 19), Turkey .
- Maksimov, A. V., Dengov, V. V., & Tulyakova, I. R. (2016). Globalization in the Field of Food Retail St. Petersburg: Concentration and Competition.

Paper presented at the 16th International Scientific Conference on Globalization and its Socio-Economic Consequences.

Mia, M. A. (2018). Evolution of market concentration and competition in the microfinance industry of Bangladesh. International Journal of Social Economics .

Piesch, W. & Schmidt, I. (1983). The suitability of concentration measures for EEC competition policy. Studies: Competition-Approximation of Legislation Series 35.

Shy, O. (1995). Industrial organization: theory and applications: MIT press.

Stigler, G. (2006). Competition, The New Palgrave Dictionary of Economics.

Stiglitz, J. E. & Rosengard, J. K. (2015). Economics of the public sector: Fourth international student edition: WW Norton & Company.

Tirole, J. (1988). The theory of industrial organization: MIT press

