

# انحصار در اقتصاد غیر رقابتی ایران



یکی از بحث‌هایی که در حوزه اقتصاد وجود دارد، نحوه دخالت دولت در اقتصاد است. بعضی از نظریه پردازان اقتصادی به این اعتقاد رسیده اند که انسان به چند و چون زندگی خود واقف بوده و تمام تلاشهای او برای به حداکثر رسانیدن رفاه خویش، موجب همسو شدن منافع شخصی با منافع اجتماع است و هرگونه دخالت در این راستا، تنها سبب اختلال است.

اما بروز بحرانهای رکودی و ناتوانی این دیدگاه در رفع مشکلات نشان داد که بین حاصل جمع رفاه تک افراد و رفاه کل جامعه تفاوت وجود دارد و مادامی که کل اجتماع از طریق مجموعه ای از ضوابط نظم نیابند، نمی توان حداکثر رفاه اجتماعی را در عملکرد آن مشاهده کرد

## دیدگاه مکاتب مختلف درباره رقابت و انحصار

**مکتب سوداگری:** چون راهبرد سوداگران یک استراتژیک برون گرا بوده و هدف نهایی آنها نیز دستیابی به بالاترین سهم در بازارهای صادراتی بوده است، لذا تمام فکر این دیدگاه، در توانمندسازی

صنایع داخلی در عرصه بین المللی متمرکز بود و حتی وجود انحصار را امری لازم و ضروری برای تحقق این امر می دانستند و از هیچ حمایتی برای انحصارات داخلی دریغ نمی ورزیدند. یک نکته دیگر در مورد مکتب سوداگری این بود که، مجوز انحصارات در هر بخش از سوی دولت صادر می شد. مکتب طبیعیون: این مکتب راهبرد خود را درون گرا قرارداد داده بود و برگسترش بازار داخلی تاکید می کرد. همچنین چون آنها حضور در عرصه های بین المللی را ضروری نمی دیدند، بنابراین به ایجاد انحصارات داخلی قدرتمند نیز اعتقاد نداشتند. از نظر آنها لازم بود بنگاههای ناکارآمد داخلی به سوی کارآمدی از طریق دستیابی به نوآوری و تکنولوژی لازم حرکت کنند و به نوعی سالم در کنار هم به رقابت بپردازند. در این حالت تعداد واحدهای مشغول در هر صنعت با کارایی بسیار بالا در کنار هم به رقابت می پردازند.

**مکتب کلاسیک ها:** آنها وظیفه دولت را در سه حوزه خلاصه می کنند: ۱- حفظ و حراست جامعه از قهر و حمله دیگر کشورها

۲- حمایت از هر عضو جامعه در برابر ظلم و زورگویی عضو دیگر آن  
۳- برپاداشتن و نگهداری نهادهای اجتماعی و خدمات عمومی  
در رابطه با فعالیت اقتصادی نیز کلاسیک ها به سه اصل معتقد بودند.

۱- آزادی رقابت نتیجه منطقی آزادی طبیعی است و هرگونه دخالت دولت در اقتصاد منتهی است و باید اعمال دولت به سه مورد بالا محدود باشد.

۲- منفعت خصوصی به عنوان انگیزه فرد، وی را به انجام کارهایی و می دارد که جامعه حاضر است به او پاداش دهد.

۳- رقابت افراد جامعه باعث میشود تا این منافع به سوی ناهمگن، به سوی منافع جامعه رهنمون شوند و جامعه به بقای خود ادامه دهد.

البته مطالب بالا به این معناییست که دولت هیچ ارتباطی با اقتصاد ندارد. بلکه آنها به اداره انحصارات توسط دولت تاکید داشتند. از نظر کلاسیک ها بخش خدمات عمومی که اکثر آنها با بازدهی فزاینده نسبت به مقیاس همراه است و منجر به تشکیل یک انحصار

طبیعی می شود، باید در اختیار دولت قرار داده شود و بر دولتی بودن انحصارات و خصوصی بودن تمام فعالیت‌های غیر انحصاری تأکیدی می کرد.

مکتب مارکسیسم: مبتنی بر نظام اقتصادی متمرکز دولتی است و در آن یک قدرت مرکزی وظیفه دادن برنامه، ایده های کاربردی و فرمان برای اجرای برنامه را بر عهده داد. در این نظام ساز و کار قیمت در تعیین چگونگی زمان و مکان تولید هیچ نقشی نداشته و همه این مسائل توسط دولت مرکزی با هدف تامین کالا و خدمات اجتماعی مشخص می شود. همانگونه که از مطالب بر می آید این مکتب هیچ اعتقادی به آزادی عمل بخش خصوصی نداشت.

مکتب نئوکرنزی ها: آنها بیکاری و نوسانات اقتصادی را محور تمامی اقتصاد می دانند و رکوردها و بحران ها را دلائل و علائم شکست بازار در مقیاس

## متاسفانه طی سالیان اخیر

### بسیاری از فعالان عرصه

### تجارت به دلیل فقدان

### شفافیت در اطلاع رسانی

### تجاری متضرر شده و از

### عرصه تجارت خارج شده و یا

### به خاطر وجود انحصار دولتی،

### از حضور در این عرصه صرف

### نظر کرده اند.

وسیع می دانستند. آنها معتقدند اگر دولت قادر به تعدیل سریع تر در برابر تکانهای تصادفی نسبت به بخش خصوصی باشد، در این حالت فضا برای سیاستهای مدیریت تقاضا وجود دارد و دخالت دولت ضروری است. همچنین آنها چسبندگی ها و انحصارات و اثرات مخرب آن را نیز برای مداخلات دولت در نظر می گیرند.

مکتب نئوکلاسیکها: از دیدگاه آنان، رقابت زمانی مفهوم دارد که بنگاهها، کالاها همگن تولید کرده و شفافیت کامل در بازار وجود داشته باشند و سهم هر بنگاه در بازار آنقدر کم باشد که به تنهایی نتواند روی قیمت اثر بگذارد. در مورد میزان دخالت دولت نیز باید گفت نئوکلاسیکها هم مانند کلاسیکها به «حداقل دخالت دولت در اقتصاد» اعتقاد داشتند

ولی یک تفاوت عمده در دیدگاه این دو مکتب بود و آن اینکه، از نظر نئوکلاسیکها تنها هنگامی به مداخلات دولتی نیاز است که در اقتصاد، یا آثار

خارجی وجود داشته باشد و یا اعمال سیاستهای احتیاطی اقتصاد کلان ضرورت پیدا کند.

### عوامل موثر در شکل گیری انحصار

هر بازار از سه عنصر ساختار، رفتار و عملکرد تشکیل می شود. درخصوص نحوه تأثیرگذاری عناصر بازار بر یکدیگر اتفاق نظر بین اقتصاد دانان وجود ندارد. در اینجا به بررسی دو حالت متفاوت انحصار رقابت می پردازیم: برخی از مکاتب و دیدگاهها به دخالت دولت برای کمک به ارتقای رقابت در بازار به مبارزه با انحصار و رفتارهای غیر رقابتی تأکید دارند، در حالیکه طرفداران انحصار معتقدند دخالت دولت، زمینه انحراف از رقابت و حرکت به سوی انحصار را فراهم می سازد و دخالت دولت را بی مورد می شمارند.

ساختار بازار الگویی است که در آن خریدار و فروشنده و تولید کننده با هم مرتبط هستند و نحوه ارتباط عملکرد آنها ماهیت رقابت یا انحصار را معین می کند هر چه بازار به طور یکنواخت بین بنگاهها توزیع شده باشد، بازار رقابتی تر و هر چه به توزیع متمرکز تر نزدیک باشد، بازار انحصاری تر است. یکی دیگر از عوامل اساسی که در ساختار بازار نقش دارد، تفاوت کالا از دید مصرف کنندگان است. هر چه کالاها همگن تر، باشد ساختار بازار رقابتی تر است. زیرا برای محصول جانشین های زیادی وجود دارد. در این حال هیچ بنگاهی نمی تواند کالای خود را طوری عرضه کند که از دید مصرف کننده برای او مزیت فروش محسوب شود و بتواند قدرتی در بازار بدست آورد. مسائلی نظیر بهبود کیفیت، وجود خدمات پس از فروش، تبلیغات و ...

یکی دیگر از عوامل شکل گیری ساختار بازار وجود یا عدم وجود مانع برای ورود به بازار است. موانع ورود عبارت است از هر چیزی که از ورود بنگاه جدید و افزایش قیمت بازار جلوگیری کند. به لحاظ مهندسی، مانع ورود بنگاه جدید را می توان وجود هزینه های تمام شده بالا در بدو ورود دانست. اما از لحاظ اقتصادی وجود چنین هزینه هایی برای ورود به هر بازاری لازم است. این هزینه ها معمولاً هزینه های ثابت نامیده می شوند، خرید دفتر کار، خرید ملزومات ...

عده ای دیگر دخالت یا عدم دخالت دولت را در شکل گیری ساختار موثر می دانند. برای مثال حق ثبت، حق خرید یا فروش انحصار امتیازی، که ممکن است به افراد یا بنگاههای خاص به صورت

انحصاری داده شود و به علت عدم اعطای مجوز لازم به دیگر بنگاهها عملاً آنان را از صحنه رقابت خارج کند.

استراتژیک و رفتارهای تطبیق بنگاه برای حضور در بازار، تطبیق با شرایط آن شامل مجموعه اقداماتی است که عمدتاً برای کسب سهم در بازار و کسب سود بیشتر صورت می گیرد. معمولاً در نهایت منجر به کاهش رقابت در بازار می شود. اعمال بنگاهها به «رفتارهای راهبردی» معروف هستند. این گونه رفتارها در دو گروه ۱- رفتارهای مبتنی بر رقابت ۲- رفتارهای مبتنی بر عدم همکاری، قابل تقسیم بندی هستند.

### رفتار مبتنی بر رقابت

آن دسته از اقدامات مشترک بنگاهها که با هدف انحصار برای کاهش تهدید بنگاههای بالقوه و در نتیجه افزایش قیمت و افزایش سود بنگاههای همکار است، و این همکاری معمولاً به صورت ائتلاف یا کارتل صورت می گیرد.

کارتل به مجموعه ای از بنگاهها اطلاق می شود به منظور افزایش سود مشترک خود توافق می کنند و از طریق اقدامات مشترک مانع ورود سایر بنگاهها میشوند تمام بنگاهها به این امر واقفند که عملکرد انحصاری سود بیشتری ایجاد می کند، ولی معقول آن است که از طریق هماهنگی سیاست های تولید و قیمت، سود مشترک را حداکثر کنند. در بسیاری از موارد کشف ائتلاف یا کارتل حاصل ظهور یک بنگاه ناراضی است. همچنین از آن طرف هم بی دقتی بنگاههای عضو سبب بر ملا شدن کارتل میشود. یکی از راههای کشف کارتل آن است که اطلاعات مربوط به تولید، فروش و قیمت بنگاههای مظنون جمع آوری و مورد بررسی قرار گیرد. برای مثال ممکن است یک بنگاه محصول خود را در یک جا به یک قیمت و در جای دیگر به قیمت دیگر بفروشد. در چنین حالتی اقدام بنگاه برای فروش محصول در ناحیه دوم می تواند نشانه ای از همکاری و ائتلاف باشد.

### رفتارهای استراتژیک مبتنی بر عدم همکاری

در این حالت بنگاه به جای همکاری، درصدد ایجاد صدمه به رقبای و افزایش سود خود است. برای این کار روشهای گوناگون وجود دارد. برای مثال برخی از اقدامات استراتژیک یا راهبردی طوری طراحی میشود که به بنگاه رقیب القا می کند که در آینده ممکن است با رفتارهای تهاجمی بنگاه اول مواجه شوند و همین امر موجب ایجاد ترس و خروج آنها از بازار شود.

## قیمت گذاری تهاجمی

بنگاه با کاهش قیمت، درصد بیرون راندن رقبا از بازار و ممانعت از ورود بنگاههای بالقوه به بازار است، تا پس از آن، قیمت را افزایش داده و از سود بیشتر برخوردار باشد. این کار بسیار سخت است و معمولاً بنگاههایی که به این امر دست می‌زنند معتقد هستند رفتار رقابتی، در پیش گرفته اند و یکی از نتایج رقابت می‌باشد. تفاوت این قیمت گذاری و کاهش قیمت به عنوان یک رفتار رقابتی در این است، که در قیمت گذاری تهاجمی بنگاه قیمت را پایین تر از هزینه وضع می‌کند و حتی حاضر است در کوتاه مدت ضرر را بپذیرد تا در دراز مدت از منافع بیشتری برخوردار باشد. برای آنکه بنگاه قیمت گذاری تهاجمی را آغاز کند، باید تحمل کاهش قیمت خود را داشته باشد و این ذهنیت را برای ایجاد کند که هر موقع اراده کند آماده قیمت گذاری بر ضد آنان است. بنگاهی که اقدام به قیمت گذاری تهاجمی می‌کند پس از ورشکستگی رقبا، اقدام به خرید دارائیهای آنها می‌کند تا پس از افزایش قیمت، بنگاههای ورشکسته تصمیم به ورود نگیرند.

در خصوص سرمایه گذاری با هدف کاهش تولید نیز این نکته مهم است که بنگاههای می‌توانند با توسعه بخش R & D خود عملاً هزینه های خود را کاهش دهند و سهم بالائی از بازار را بدست آورند و رقبا را از بازار بیرون کنند.

## انواع مداخلات دولتی

مداخلات دولت در سیستم اقتصادی دارای سابقه طولانی است و عمدتاً به منظور استفاده بیشتر از مزایای رقابت و حداقل کردن زیانهای ناشی از انحصار می‌باشد. چون انحصار کلاً عدم کارایی ایجاد می‌کند و بنگاههای انحصاری ممکن است با

افزایش قیمت و کاهش تولید، بر شدت این عدم کارایی بیافزایند. بنابراین عمدتاً دخالت دولت با اهدافی خاص مانند تخصیص بهینه منابع، میزان تولید مناسب و... صورت می‌گیرد. یک نکته دیگر هم حائز اهمیت است که دولت سعی نمی‌کند جایگزین بازار شود بلکه سعی می‌کند بازارهای انحصاری را به سوی رفتارهای رقابتی سوق دهد.

مداخلات دولت به دو شیوه، بازاری و یا نا بازاری انجام می‌شود، در کنترل نابازاری دولت بزرگترین تولید کننده اقتصاد است و میزان تمرکز آن را می‌توان از میزان حقوق بگیران دولتی تشخیص داد.

همچنین کنترل های بازاری نیز قابل اهمیت است. این نوع مداخلات به صورت مستقیم و غیر مستقیم صورت می‌گیرد. کنترل‌های مستقیم بازاری شامل؛ دخالت‌های مستقیم به شکل وضع انواع احکام و مقررات است که برخی اقدامات را برای بنگاههای تجاری لازم یا ممنوع می‌سازد. مثلاً الزام به دریافت مجوز صادرات، قوانین به کارگیری زنان و نوجوانان، اجبار بیمه های بازنشستگی و... همگی انواع کنترل و دخالت‌های مستقیم دولت در عملکرد بنگاههای تجاری است. کنترل‌های غیر مستقیم بازاری دولت شامل؛ شیوه هائی است که سود آوری بنگاهها را افزایش میدهد مانند وضع مالیات غیر مستقیم، پرداخت یارانه به تولید کننده، میزان تعیین تعرفه بر واردات و...

تجربه نشان میدهد که دولتها به مرور از شیوه های کنترل نابازاری اقتداری به کنترل‌های بازاری روی آورده اند.

## بررسی ساختار بازار صنایع مختلف اقتصاد ایران

به طور قطع می‌توان گفت، وجود بازار رقابت کامل در ساختار اقتصادی ایران، واقعیت عینی ندارد. برای

سنجش درجه تمرکز در هر بازار که به نوبه خود می‌تواند معرف قدرت انحصاری و انحراف بیشتر از وضعیت رقابت کامل و سرانجام زمان خروج از این ناحیه باشد، شاخص های مختلفی وجود دارد که در اکثر مطالعات برای شناسایی ساختار بازار از شاخص های تمرکز استفاده می‌شود. حتی در برخی کشورهای جهان هر سال میزان تمرکز بازار در صنایع مختلف اندازه گیری می‌شوند، تا نتایج آن راهنمای سیاستگذاران و دولتمردان برای حفظ رقابت باشد. برای این موضوع به بررسی میزان تمرکز در برخی از صنایع مهم کشور پرداختیم تا به انحصاری بودن اقتصاد کشور بیشتر پی ببریم.

## صنعت پتروشیمی:

۱۴ مجتمع پتروشیمی در کشور وجود دارد که در حال حاضر ۱۱ مجتمع در آن فعال می‌باشند. با توجه به عملکرد تولید آنها می‌توان به صعودی بودن تولید این محصولات در سالهای اخیر اشاره کرد. محاسبات اقتصادی از وجود ۵۴ درصد از سهم تولید، به دو مجتمع بندر امام خمینی و مجتمع پتروشیمی رازی اشاره کرد، که بیانگر اینست که درجه تمرکز در این صنعت بسیار بالا است. همچنین با افزودن سهم مجتمع شیراز می‌توان گفت سه بنگاه تولیدی در حدود دو سوم کل بازار را در دست دارند.

## صنعت خودرو:

در حال حاضر حدود هفت بنگاه تولیدی به تولید مبادرت می‌ورزند، شرکت ایران خودرو با سهم ۶۲ درصد از کل تولید کشور، مقام نخست را به خود اختصاص داده و پس از آن سایپا با سهمی معادل ۳۱ درصد و معادل نصف سهم شرکت ایران خودرو در جایگاه دوم قرار دارد. این دو بنگاه تولیدی در



مجموع ۹۳ درصد از کل بازار را به خود اختصاص داده اند، که این بیانگر قدرت انحصاری در بازار است.

#### صنعت سیمان:

بنگاههای این صنعت در اقصی نقاط کشور پراکنده اند و ۳۷ کارخانه به فعالیت مشغولند و روزانه حدود ۱۰۰ تن از این کارخانه ها استحصال می شود. محصولات این صنعت را می توان در قالب دو بخش سیمان خاکستری و سفید تقسیم کرد

در حوزه بازار سیمان سفید، نسبت تمرکز چهار بنگاه برتر تولید این محصول، معادل ۹۹ درصد میباشد که نشان دهنده تمرکز بسیار بالا در این صنعت بوده و در این بخش انحصار وجود دارد. در حالی که بازار سیمان خاکستری نشان میدهد که نسبت تمرکز چهار بنگاه برتر در صنعت تولید سیمان خاکستری معادل ۲۹ درصد است که نشان دهنده درجه تمرکز پایین در این صنعت است و میتوان ادعا کرد که در این بخش رقابت وجود دارد. شاید در ابتدای امر این مسئله به نظر آید که چون سیمان سفید جزئی از تولید سیمان است، پس می توان چنین عنوان کرد که صنعت سیمان از ساختار رقابت برخوردار است. اما در عمل چنین چیزی وجود ندارد. اگر شرکتهای سرمایه گذار صنعت سیمان را در نظر بگیریم محاسبه شاخص ها نشان میدهد نسبت تمرکز چهار بنگاه سرمایه گذاران صنعت، به ۸۱ درصد رسیده و این بنگاهها در ۲۴ کارخانه از ۳۷ کارخانه تولید کننده یعنی در حدود ۶۶ درصد از بنگاههای تولید کننده صنعت سیمان فعالیت دارند. تمرکز در صنعت سیمان به نفع شرکتهای بزرگ ادامه دارد و نکته جالبتر این که بخش خصوصی فعال و سرمایه گذار در صنعت سیمان در حدود ۷ درصد و بخش دولتی ۹۳ درصد سهم بازار را در دست دارند.

#### بازار بیمه:

از آنجا که رقابت علل مهمی در توسعه یافتگی و کارایی صنعت بیمه به شمار می آید، لذا دولتی بودن اقتصاد ایران و فعالیت طولانی مدت در بازار خالی از رقابت، کاهش شدید کارایی این صنعت را به همراه داشته است. طبق بررسی انجام شده که نسبت تمرکز سهم چهار شرکت دولتی بیمه به حدود ۹۹ درصد رسیده است و علی رغم حضور بخش خصوصی در بازار بیمه درجه تمرکز همچنان بالاست. با بررسی های انجام شده در چند حوزه محوری اقتصاد کشورمان، وجود تمرکز و انحصارات عمدتاً شرکتهای دولتی در این بازار به وضوح دیده میشود بطور کلی می توان گفت شکل گیری انحصار در

بازارهای کشور که پدیده ای رایج نیز می باشد. اغلب ناشی از مالکیت عمومی آنهاست. سیاستهای خصوصی سازی و انگیزه های کوچک حجم دولت نیز نتوانسته بطور قابل ملاحظه ای از درجه تمرکز در این بازارها بکاهد. نکته جالب، بنگاهها و نهادهای عمومی غیر دولتی یا دولتی در یک رشته از فعالیت، سهامدار عمده چندین کارخانه می باشند. به عنوان مثال سازمان تامین اجتماعی سهامدار عمده کارخانه های سیمان است، سازمان گسترش سهامدار عمده خودروسازی است و نهادهائی مانند بنیاد مستضعفان و جانبازان سهامدار عمده صنایع قند و شکر است. بنابراین سیاست ها و مقررات حاکم بر خصوصی سازی باید به نحوی اجرا شود که موجب کاهش تمرکز در صنایع مختلف شود.

### مداخلات دولت به دوشیوه،

#### بازاری و یا نا بازاری

#### انجام می شود در کنترل

#### نا بازاری دولت بزرگترین

#### تولید کننده اقتصاد است و

#### میزان تمرکز آن را می توان از

#### میزان حقوق بگیران دولتی

#### تشخیص داد.

#### ایران رقابت و جهانی سازی

متأسفانه طی سالیان اخیر بسیاری از فعالان عرصه تجارت به دلیل فقدان شفافیت در اطلاع رسانی تجاری، متضرر شده و از عرصه تجارت خارج شده و یا به خاطر وجود انحصار دولتی، از حضور در این عرصه صرف نظر کرده اند.

قطعاً با حذف انحصارات و احترام به حقوق مادی و معنوی اشخاص حقوقی و حقیقی، زمینه مساعدی برای تسریع رشد اقتصادی، سرمایه گذاری و نیز شکوفایی تجاری فراهم خواهد شد. تا زمانی که بنگاههای ما از قدرت رقابتی کلانی برخوردار نباشد، به اهداف ملی اقتصادی مان نیز دست پیدا نخواهیم کرد. نهادیان در این زمینه می گوید: تعداد قابل توجهی از بنگاههای ما از توان رقابتی برخوردار نیستند و بسیاری از نگرانی های ابراز شده هنگام مطرح شدن عضویت در WTO به سبب نبود رقابتهاست. ساز و کار رقابت ایزاری است که شما را به نحو بهینه ای به اهداف می رساند اگر هدفمان بالابردن سطح رقابت پذیری در بنگاهها و اقتصاد کلان است دو نکته لازم

است: اول اینکه ایجاد فضای رقابتی و سپس خود بنگاهها را رقابتی می کنیم، وظیفه اول و عمده دولت و وظیفه دوم بر عهده مدیران است. از وظایف اصلی دولت در اقتصاد هم، حراست از فضای رقابتی است که، اگر نیست باید ایجاد کند. حمایت دولت هم باید از توانمند سازی بنگاهها باشد نه درآمدزایی و هزینه افزایی آنها. پذیرش ایران در WTO به سود همه است و به بهره وری، شفافیت اقتصادی، افزایش اشتغال، مبارزه با رانت خواری و رشد اقتصادی می انجامد که البته همه موارد طبعاً در گرو حذف انحصارات و تبعیضات اقتصادی و رانت جوئی است.

#### شاخص های رقابتی اقتصاد ایران

درجه تمرکز فعالیتهای اقتصادی در اکثر صنایع کشور بالاست. آزادی اقتصادی و میزان ارتباط با اقتصاد جهانی و به طور کل باز بودن اقتصاد نقش مهمی در ایجاد فضای رقابتی دارد. واردات آزاد، سرمایه گذاری های خارجی، حذف معافیت های مالیاتی و یکسان بودن قوانین و مقررات برای بخشهای مختلف، کاهش مداخلات دولت و اندازه دولت همگی عوامل رقابتی تر شدن اقتصاد ما هستند.

#### راهکارها بر رقابتی شدن

لغو کلیه امتیازات و معافیت های اعطایی به شرکتهای دولتی و فراهم کردن توسعه رقابت که بخشنامه مربوط نیز تهیه و توسط دولت به کلیه موسسات دولتی ابلاغ شود.

دکتر بهکیش در این زمینه معتقد است، برای ورود به فرآیند جهانی شدن، ایجاد فضای رقابتی مهمترین ابزار است. به عبارت دیگر، حاکم شدن اقتصاد بازار و حذف اختلالها زمینه لازم را برای ورود به فرآیند جهانی شدن فراهم می سازد. این امر از طریق گسترش بازار محصولات بخشهای مختلف تولیدی و خدماتی از سطح داخلی به سطح بین المللی است. نکته جالب در این مورد این است که رقابتی ترین کشورها، بیشترین انعطاف را در بازار کار و قانون کار دارند همین طور برای آن که کارآفرینی، خلاقیت و ابداع ترغیب شود، دولتها باید امنیت سرمایه، مردم سالاری و آزادی را تامین کنند.

دکتر ادیب هم با بیان اینکه مهمترین گام برای رقابتی کردن اقتصاد ایران واگذاری شرکتهای دولتی به بخش خصوصی است می گوید: به عنوان یک راهکار اجرایی انحلال سازمان و نوسازی مهمترین گام عملیاتی برای تحقق این مصوبه است. این سازمان همچون صنایع ملی باید منحل شود، در غیر اینصورت تفسیر جدید از اصل ۴۴ در عمل بالفعل نخواهد شد.