



تجارت‌رگان صنایع معدنی، کشاورزی و تهران
TEHRAN CHAMBER OF COMMERCE,
INDUSTRIES, MINES AND AGRICULTURE



سندیکای صنعت برق ایران

Iran Electrical Industry Syndicate

معاونت پژوهش و برنامه‌ریزی

بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در
بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و

مقررات‌گذاری برای حمایت از حقوق سازندگان
در برابر تولیدکنندگان انحصاری

بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در
بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و
مقررات‌گذاری برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر
تولیدکنندگان انحصاری



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
مجری: سندبکای صنعت برق ایران

| | |
|---|---|
| اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران | بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات گذاری |
| سندیکای صنعت برق ایران | برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری |



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

شناسنامه گزارش:

عنوان طرح: بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات گذاری برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری

کارفرما: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران (معاونت بررسی های اقتصادی)

مجری: دکتر علیرضا اسدی (معاونت پژوهشی سندیکای صنعت برق)

مدیر پروژه: سهیل آئین

همکاران: زهرا ولی پور، پگاه پاشازانوس

تاریخ گزارش: تیر ۱۳۹۷

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

فهرست

| | |
|---|----|
| پیشگفتار..... | ۹ |
| خلاصه مدیریتی | ۱۱ |
| فصل اول..... | ۱۴ |
| بررسی ساختار بازار صنایع تأمین‌کننده مواد اولیه موردنیاز صنعت برق | ۱۴ |
| ۱- کلیات (مبانی نظری و روش تحقیق) | ۱۴ |
| ۱-۱- مقدمه | ۱۴ |
| ۲-۱- بیان مسأله | ۱۴ |
| ۳-۱- ضرورت و اهمیت | ۱۶ |
| ۴-۱- فرضیه‌ها یا سؤالات | ۱۷ |
| ۵-۱- روش تحقیق و جمع‌آوری اطلاعات | ۱۷ |
| ۶-۱- مبانی نظری | ۱۷ |
| ۷-۱- روش جمع‌آوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل نتایج | ۲۳ |
| ۲ - بازار مس | ۲۴ |
| ۱-۲- مقدمه | ۲۴ |
| ۲-۲- تاریخچه صنعت مس در جهان | ۲۵ |
| ۳-۲- تاریخچه صنعت مس در ایران | ۲۵ |
| ۴-۲- میزان ذخایر کشورهای تولیدکننده مس در جهان | ۲۶ |
| ۵-۲- میزان تولید جهانی مس | ۲۶ |
| ۶-۲- مصرف مس تصفیه‌شده در جهان | ۲۷ |
| ۷-۲- موارد عمده مصرف مس | ۲۸ |
| ۸-۲- بررسی وضعیت قیمت مس | ۲۸ |
| ۹-۲- بررسی اجمالی وضعیت بازار مس ایران | ۲۹ |
| ۱-۹-۲- بررسی فعالان بازار مس | ۳۱ |
| ۲-۹-۲- بررسی مالکیت‌های شرکت‌های مس حاضر در بورس اوراق بهادار | ۳۱ |
| ۳-۹-۲- بررسی تمرکز بازار مس | ۳۱ |
| ۴-۹-۲- بررسی زیان ناشی از انحصار | ۳۳ |

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

- ۲-۱۰- جمع‌بندی ۳۳
- ۳- بازار آلومینیوم ۳۴
- ۳-۱- مقدمه ۳۴
- ۳-۲- تاریخچه آلومینیوم در ایران ۳۵
- ۳-۳- ذخایر بوکسیت در ایران ۳۵
- ۳-۴- میزان تولید آلومینیوم ۳۶
- ۳-۵- مصرف آلومینیوم ۳۷
- ۳-۶- بررسی وضعیت قیمت آلومینیوم ۳۷
- ۳-۷- بررسی فعالان بازار آلومینیوم ۳۸
- ۳-۷-۱- بررسی مالکیت‌های شرکت‌های آلومینیوم حاضر در بورس اوراق بهادار ۳۹
- ۳-۷-۲- بررسی تمرکز بازار آلومینیوم ۳۹
- ۳-۷-۳- بررسی زیان ناشی از انحصار ۴۰
- ۳-۸- جمع‌بندی ۴۱
- ۴- بازار فولاد ۴۲
- ۴-۱- مقدمه ۴۲
- ۴-۲- تاریخچه فولاد در ایران ۴۲
- ۴-۳- ذخایر سنگ آهن در ایران ۴۳
- ۴-۴- میزان تولید فولاد ۴۴
- ۴-۵- مصرف فولاد ۴۴
- ۴-۶- بررسی وضعیت قیمت فولاد ۴۵
- ۴-۷- بررسی فعالان بازار فولاد ایران ۴۶
- ۴-۸- بررسی مالکیت‌های شرکت‌های فولاد حاضر در بورس اوراق بهادار ۴۷
- ۴-۹- بررسی تمرکز بازار فولاد ۴۷
- ۴-۱۰- بررسی زیان ناشی از انحصار ۴۸
- ۴-۱۱- جمع‌بندی ۴۹
- ۵- تأثیر انحصار بازار مواد خام اساسی بر سازندگان صنایع پایین‌دستی ۴۹
- ۶- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری ۵۰

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

| | |
|---|----|
| فصل دوم | ۵۳ |
| تدوین بسته سیاستی برای بهینه‌سازی بازار و رفع آثار منفی انحصار | ۵۳ |
| ۱- مطالعه تجارب جهانی و داخلی سازوکارهای سیاست‌های تنظیم بازارهای انحصاری و انحصار چندجانبه | ۵۳ |
| ۱-۱- مقدمه | ۵۳ |
| ۲-۱- مفهوم و تعریف سیاست رقابت | ۵۳ |
| ۳-۱- نقش سیاست رقابت در تنظیم قوانین و مقررات | ۵۴ |
| ۴-۱- ابزارهای سیاست رقابت | ۵۵ |
| ۶-۱- تجربیات کشورهای دیگر در زمینه قوانین حمایت از رقابت و ضدانحصار | ۵۷ |
| ۱-۶-۱- برزیل | ۵۷ |
| ۲-۶-۱- انگلیس | ۵۹ |
| ۳-۶-۱- ایالات متحده آمریکا | ۶۱ |
| ۴-۶-۱- نروژ | ۶۲ |
| ۵-۶-۱- ترکیه | ۶۳ |
| ۶-۶-۱- چین | ۶۴ |
| ۸-۶-۱- مکزیک | ۶۵ |
| ۹-۶-۱- رومانی | ۶۷ |
| ۱۰-۶-۱- یونان | ۶۹ |
| ۱۱-۶-۱- ایران | ۷۱ |
| ۷-۱- جمع‌بندی | ۷۵ |
| ۱-۷-۱- مراحل شش‌گانه ارزیابی سیاست رقابت | ۷۵ |
| ۲-۷-۱- چک‌لیست و معیارهای تشخیص رقابت | ۷۶ |
| ۲- طراحی و تدوین سیاست تنظیم بازار انحصاری مواد خام و فلزات اساسی | ۸۱ |
| ۱-۲- مقدمه | ۸۱ |
| ۲-۲- طراحی بازار | ۸۲ |
| ۳-۲- تئوری تطبیق | ۸۴ |
| ۱-۳-۲- مدل تطبیق دوسویه | ۸۵ |
| ۳-۲-۲- مدل تطبیق یک‌سویه | ۸۶ |

| | |
|---|---|
| اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران | بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری |
| سندیکای صنعت برق ایران | برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری |

- ۸۷-۴-۲- شروط موفقیت بازار در عرصه مبادلات.....
- ۸۸-۵-۲- راهکار و مدل پیشنهادی جهت تنظیم مقررات بازار رقابتی و جلوگیری از انحصار.....
- ۹۱-۱-۵-۲- اجزای بازار طراحی شده.....
- ۹۱-۲-۵-۲- کارکرد اجزای مختلف بازار.....
- ۹۱-۱-۲-۵-۲- نهاد حاکمیتی و نظارتی.....
- ۹۳-۲-۲-۵-۲- تولیدکنندگان اصلی.....
- ۹۴-۳-۲-۵-۲- کارگزاران توزیع.....
- ۹۶-۳-۵-۲- نحوه تعامل مستقیم تولیدکنندگان اصلی و توزیع‌کنندگان.....
- ۹۸-۳- جمع‌بندی.....
- ۱۰۰- فصل سوم.....
- ۱۰۰- تدوین بسته سیاستی تنظیم مقررات برای بهینه‌سازی بازار و رفع آثار منفی انحصار.....
- ۱۰۰-۱- پیشنهاد تنظیم مقررات قیمت و مقدار تولید در صنایع مس، آلومینیوم و فولاد.....
- ۱۰۰-۱-۱- مقدمه.....
- ۱۰۰-۲-۱- تنظیم مقررات در بازارهای انحصار طبیعی.....
- ۱۰۲-۱-۲-۱- اهداف اصلی تنظیم مقررات قیمت‌گذاری.....
- ۱۰۲-۳-۱- ابزارهای تنظیم مقررات.....
- ۱۰۳-۱-۳-۱- کنترل قیمت.....
- ۱۰۳-۲-۳-۱- کنترل مقدار تولید یا خدمات.....
- ۱۰۴-۳-۳-۱- کنترل ورود و خروج.....
- ۱۰۴-۴-۳-۱- کنترل متغیرهای دیگر.....
- ۱۰۵-۴-۱- تنظیم و مقررات قیمت در شرایط وجود اطلاعات کامل.....
- ۱۰۶-۱-۴-۱- قیمت‌های خطی بهینه: قیمت‌گذاری رمزی- بویتکس.....
- ۱۰۷-۲-۴-۱- قیمت‌های غیرخطی بهینه.....
- ۱۰۸-۳-۴-۱- قیمت‌گذاری پیک‌بار.....
- ۱۰۹-۵-۱- تنظیم و مقررات باوجود اطلاعات محدود.....
- ۱۱۰-۱-۵-۱- تنظیم و مقررات نرخ بازدهی.....
- ۱۱۱-۲-۵-۱- مدل آورج-جانسون.....

| | |
|---|---|
| اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران | بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری |
| سندیکای صنعت برق ایران | برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری |

| | |
|-----|--|
| ۱۱۲ | ۶-۱- تنظیم و مقررات مربوط به انگیزه |
| ۱۱۳ | ۱-۶-۱- تنظیم مقررات RPI-X |
| ۱۱۴ | ۷-۱- مدل پیشنهادی قیمت‌گذاری بهینه |
| ۱۲۱ | ۸-۱- مدل پیشنهادی کنترل مقدار تولید |
| ۱۲۲ | ۹-۱- تدوین الزامات و مستندات حقوقی و فرآیندی بسته پیشنهادی |
| ۱۲۲ | ۱-۹-۱- هدف و دامنه کاربرد |
| ۱۲۳ | ۲-۹-۱- مراجع الزامی |
| ۱۲۳ | ۳-۹-۱- دستورالعملها و فرآیندهای اجرایی |
| ۱۲۶ | ۱۰-۱- جمع‌بندی |
| ۱۲۷ | فصل چهارم |
| ۱۲۷ | جمع‌بندی و نتیجه‌گیری |
| ۱۳۱ | منابع |
| ۱۳۴ | پیوست‌ها |

| | |
|---|---|
| اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران | بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری |
| سندیکای صنعت برق ایران | برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری |

فهرست جداول

- جدول شماره (۱): مدل‌ها و روش‌های اندازه‌گیری تمرکز بازار ۱۸
- جدول شماره (۲): معیارهای ارزیابی نتایج شاخص‌ها تمرکز بازار ۲۳
- جدول شماره (۳): نتایج محاسبات شاخص‌های تمرکز بازار مس ۳۲
- جدول شماره (۴): محاسبه ارزش زیان ناشی از انحصار صنعت مس ۳۳
- جدول شماره (۵): نتایج محاسبات شاخص‌های تمرکز بازار آلومینیوم ۳۹
- جدول شماره (۶): محاسبه ارزش زیان ناشی از انحصار صنعت آلومینیوم ۴۱
- جدول شماره (۷): نتایج محاسبات شاخص‌های تمرکز بازار فولاد ۴۷
- جدول شماره (۸): محاسبه ارزش زیان ناشی از انحصار صنعت فولاد ۴۸
- جدول شماره (۹): برخی از اقدامات ضد رقابت و مجازات‌های تعبیه شده آن‌ها مطابق با پیش‌نویس لایحه تسهیل‌کننده رقابت و ضدانحصار ۷۴
- جدول شماره (۱۰): ماتریس تصمیم‌گیری نهاد تنظیم‌گر جهت تنظیم قیمت و تعدیل قیمت‌های جهانی ۱۱۶
- جدول شماره (۱۱): برآورد زیان ناشی از انحصار در حالات متخلف قیمت‌گذاری محصولات به تفکیک صنعت ۱۱۹

| | |
|---|---|
| اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران | بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری |
| سندیکای صنعت برق ایران | برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری |

فهرست شکل‌ها

- شکل شماره (۱): میزان رفاه ازدست‌رفته ناشی از انحصار ۲۱
- شکل شماره (۲): میزان ذخایر کشورهای تولیدکننده مس ۲۶
- شکل شماره (۳): میزان تولید سال ۲۰۱۶ مس جهانی به تفکیک کشور ۲۷
- شکل شماره (۴): میزان مصرف مس از سال ۲۰۱۵-۲۰۱۰ ۲۷
- شکل شماره (۵): میزان مصرف مس بر اساس فعالیت ۲۸
- شکل شماره (۶): بررسی روند قیمتی مس در بازه زمانی ۲۰۱۵-۲۰۰۷ ۲۹
- شکل شماره (۷): شاخص اندازه‌گیری تمرکز بازار مس ۳۲
- شکل شماره (۸): میزان تولید سال ۲۰۱۶ آلومینیوم جهانی به تفکیک کشور ۳۶
- شکل شماره (۹): میزان مصرف سال ۲۰۱۷ آلومینیوم جهانی به تفکیک منطقه ۳۷
- شکل شماره (۱۰): بررسی روند قیمتی آلومینیوم در بازه زمانی ۲۰۱۵-۲۰۰۷ ۳۸
- شکل شماره (۱۱): شاخص اندازه‌گیری تمرکز بازار آلومینیوم ۴۰
- شکل شماره (۱۲): میزان تولید فولاد برحسب منطقه و کشور تولیدکننده در سال ۲۰۱۶ ۴۴
- شکل شماره (۱۳): میزان مصرف فولاد به تفکیک کشور در سال ۲۰۱۶ ۴۵
- شکل شماره (۱۴): نمودار روند قیمتی جهانی فولاد از سال ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۷ ۴۶
- شکل شماره (۱۵): شاخص اندازه‌گیری تمرکز بازار فولاد ۴۸
- شکل شماره (۱۶): شماتیک کلی و نمایی از مدل طراحی شده منطبق بر نظریه طراحی بازار ۹۰
- شکل شماره (۱۷): ساختار سازمانی دفتر تنظیم بازار صنایع پایین‌دستی معدنی و فرآیند رسیدگی به پرونده‌های مطروحه ۱۲۵

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

پیشگفتار

فلزات اساسی مانند مس، فولاد و آلومینیوم به عنوان مواد خام، سهم عمده‌ای در هزینه نهاده‌های واحدهای تولیدی صنایع پایین دستی دارند و هر تغییر در شرایط عرضه این فلزات مستقیماً در ارزش افزوده این صنایع تأثیرگذار است. این در حالی است که عرضه این مواد با توجه به ماهیت تهیه و تولید آنها، عموماً در کنترل تعداد محدودی بنگاه بزرگ می‌باشد که منجر به شکل‌گیری بازارهای غیر رقابتی شده است به نحوی که عملاً تعداد از بنگاه‌های بزرگ صنایع بالادستی، دارای قدرت بازار بوده و شرایط عرضه را بصورت نابرابر و یکجانبه بر شرکت‌های صنایع پایین‌دستی تحمیل می‌نمایند، در نتیجه هزینه تأمین مواد اولیه برای صنایع پایین‌دستی بالاست و دسترس به آن در برخی مواقع دشوار و بالاتر از قیمت‌های جهانی می‌گردد. این مسئله بیانگر نقص در بازار در تخصیص بهینه منابع در اقتصاد ملی است که در بلندمدت منجر به رشد پایین زنجیره ارزش در صنایع پایین دستی است که دارای ارزش افزوده بالاتر و اشتغال‌زایی بیشتر هستند. به همین خاطر موضوع بازار مواد خام فلزات اساسی از اهمیت ویژه‌ای در شکل‌دهی به سیاست‌های صنعتی کشور برخوردار است ولیکن آنچنان که لازم است، مورد توجه نبوده است.

درواقع مشکل بازار فلزات اساسی، اگرچه بارها از سوی تولیدکنندگان صنایع پایین‌دستی مطرح گردیده است و آثار و نتایج زیانبار سیاست‌گذاری‌های نامناسب بارها مشاهده شده است، اما تاکنون مورد مطالعه‌ای علمی و روشمند قرار نگرفته است تا معلوم شود شرایط ساختار بازار مواد خام به‌ویژه فلزات اساسی و مکانیزم‌های عرضه فعلی چه میزان در رقابت‌پذیری بنگاه‌ها صنعتی تأثیرگذار بوده است و آثار منفی و جانبی این ساختار چه بوده است؟ چه نوع سیاست‌گذاری و مکانیزمی می‌تواند شرایط بازار را بهینه کند و مضرات و آثار منفی آن را حداقل سازد.

این درحالی است که روند جهانی مطالعات سیاست‌گذاری اقتصادی بیانگر آن است که طیف وسیعی از تحقیقات در سال‌های اخیر در خصوص سیاست‌های رقابت صورت پذیرفته است و نتایج ارزشمندی در این زمینه کسب شده است و کشورهای مختلف نتایج این مطالعات را در سیاست‌گذاری خود بکار گرفته‌اند. متأسفانه در عرضه سیاست‌گذاری اقتصادی و صنعتی کشور به این مطالعات چندان اعتنایی نشده است و سیاست‌های اجرا شده نتایج نامطلوبی را به همراه داشته است.

با توجه به این موضوع، مرکز مطالعات و بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران با حمایت از اجرای این تحقیق، زمینه پرداختن به یکی از مهمترین چالش‌های کسب و کارهای کشور و ارائه پاسخی علمی و کارشناسی را فراهم نمود. این مطالعه توسط گروه پژوهشی سندیکای صنعت برق ایران که بسیاری از اعضای آن مانند سازندگان کابل‌ها و

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

تجهیزات برق از مصرف کنندگان عمده مس و آلومینیوم می باشند، صورت پذیرفته است و هدف آن، بررسی ساختار بازار مواد خام به طور خاص فلزات اساسی (مس، آلومینیوم و فولاد) و تأثیر آن بر صنایع پایین دستی انجام می شود که بر اساس آن یک بسته سیاستی جهت رفع آثار منفی انحصار و بهینه سازی بازار ارائه شود.

در پژوهش حاضر، سعی شده است علاوه بر استفاده از چارچوب تحلیلی اقتصاد صنعتی، سازماندهی صنعتی و روش های بکاررفته در سازمان همکاری و توسعه اقتصادی برای تدوین سیاست های رقابت، نظرات خبرگان صنعتی و دست اندرکاران بازار این موارد در سه گروه عرضه کنندگان، مصرف کنندگان و سیاستگذاران نیز دریافت گردد تا سیاست پیشنهادی قابلیت پیاده سازی در فضای اقتصادی کشور را داشته باشد.

در پایان تیم پژوهشی مراتب قدردانی و تشکر خود را از جناب آقای خوانساری؛ رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران، جناب آقای عشقی؛ دبیر اتاق تهران، جناب آقای ملکی؛ مدیر امور تشکل ها و مسئولیت اجتماعی اتاق تهران، سرکار خانم خزایی؛ معاون بررسی های اقتصادی اتاق تهران، جناب آقای کلاهی؛ عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران، جناب آقای بازارنوی؛ معاون مالی و اقتصادی شرکت ملی صنایع مس ایران، جناب آقای سعید؛ مدیر محترم فروش و بازاریابی شرکت ملی صنایع مس ایران، جناب آقای حق بیان از انجمن صنفی کارفرمایی تولیدکنندگان سیم و کابل ایران، جناب آقای یعقوبی از شرکت بورس کالای ایران، جناب آقای سلامیان؛ از شرکت تولیدی دنیای مس کاشان، جناب آقای حیدر زاده از شرکت صنایع مس شهید باهنر، جناب آقای تقی پور از دفتر صنایع فلزی و لوازم خانگی وزارت صنعت، معدن و تجارت، جناب آقای بخشی رئیس هیئت مدیره سندیکای صنعت برق و جناب آقای برزیمهر دبیر سندیکا که با بیان نظرات خود و حمایت های مادی و معنوی در انجام این پژوهش ما را یاری رساندند، ابراز می دارد.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

خلاصه مدیریتی

شرکت‌های سازنده زنجیره تامین صنعت برق، عمده‌ترین مصرف‌کنندگان فلزات اساسی مانند مس می‌باشند و رقابت پذیری این بنگاه‌ها در بازارهای داخلی و خارجی به میزان زیادی به نحوه دسترسی این صنایع به فلزات اساسی (مس، فولاد، آلومینیوم) و هزینه آنها بستگی دارد. آنچه در ایران مشاهده می‌شود، این است که تولیدکنندگان و تأمین‌کنندگان مواد اولیه موردنیاز صنعت برق به دلیل دارا بودن برخورداری از قدرت بازاری و نیز حمایت‌های دولتی، محصولات خود را با شرایط یک طرفه در معاملات وارد بازار می‌کنند و با استفاده از مزیت‌های ویژه‌ای که دارند دسترسی به انرژی ارزان و مقیاس بزرگ، از مزیت اقتصادی در بازارهای صادراتی برخوردارند و در نتیجه کسب زیادی به صادرات محصولات خود به خارج از کشور دارند. در نتیجه صنایع پایین‌دستی در عمل نمی‌توانند از مزیت‌های نسبی سرزمینی مانند دسترسی به مواد خام داخلی بهره‌برداری کنند. این موضوع باعث شده است که شرکت‌های ایرانی نتوانند قدرت رقابت پذیری خود را در بازارهای صادراتی از دست دهند و در تامین بازار داخلی نیز با ریسک‌های زیادی را در تأمین مواد اولیه مواجه شوند.

بررسی سیاست‌های صنعتی اجرا شده در کشور نشان می‌دهد که سیاست‌های اعمال شده در این صنایع به‌طور عمده در قالب سیاست‌های جایگزینی واردات بوده است که در عمل منجر به ایجاد ساختار انحصاری و متمرکز در اکثر بازارهای صنعتی کشور از جمله بازار فلزات اساسی شده است، به طوری که قدرت انحصاری موجود در این بازارها در اختیار چندین بنگاه برتر بوده که در سایه اعمال سیاست‌های حمایتی دولت، با نگاهی درون‌نگر و به صورت تضمین شده، بازار داخلی را در اختیار دارند و منجر به ایجاد ساختار صنعتی انحصاری شده‌اند. از این جهت شناسایی ساختار بازارها می‌تواند گامی مؤثر در سیاست‌گذاری‌ها به‌جا گذارد.

در این پژوهش باهدف بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری، بعد از بررسی صورت گرفته در فاز اول مطالعه با بهره‌گیری از شاخص‌های سنجش تمرکز، سهم ۴ بنگاه برتر بازار، هیرفندال هیرشمن و آنتروپی که به تحلیل ساختار بازارهای مس، آلومینیوم و فولاد در ایران جهت شناسایی نوع بازار و همچنین مدل کالینگ مولر برای محاسبه زیان ناشی از انحصار در این صنایع پرداخته شده است.

نتایج بررسی ساختار و درجه تمرکز بازارهای مس، آلومینیوم و فولاد نشان می‌دهد که بازار مس در ایران با انحصار کامل مواجه است و شرکت ملی صنایع مس ایران به تنهایی ۹۸ درصد از سهم تولیدات این صنعت را دارا می‌باشد. در بازار آلومینیوم ساختار بازار به سمت انحصار چندجانبه سوق پیدا کرده است که انحصارگران این بازار به ترتیب سهم بازار، شرکت ملی آلومینیوم ایران،

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

آلومینیوم المهدی و آلومینیوم هرمزان می‌باشند. این وضعیت غیررقابتی در بازار فولاد نیز وجود دارد، با توجه به اینکه بازار فولاد از درجه تمرکز کمتری نسبت به دو بازار قبلی برخوردار است اما همچنان ظرفیت تقریباً ۸۰ درصد از تولیدات فولاد در اختیار ۵ بنگاه بزرگ، فولاد مبارکه اصفهان، ذوب‌آهن اصفهان، فولاد خراسان، فولاد خوزستان و فولاد هرمزگان جنوب می‌باشد. شایان‌ذکر است که در بازار فولاد برخی شرکت‌های بزرگ مانند فولاد مبارکه اصفهان با در اختیار داشتن مالکیت سهام عمده‌ای از شرکت‌های دیگر دارای قدرت انحصاری و چانه‌زنی بالاتری می‌باشند. همچنین در بحث محاسبه زیان ناشی از انحصار نتایج نشان داد که با توجه به انحصار کامل بودن بازار مس این میزان به مراتب از دیگر بازارها بیشتر است و البته با توجه به حجم بزرگ بازار فولاد نیز مقدار زیان اجتماعی غیررقابتی بودن این صنعت نیز قابل توجه می‌باشد.

در مرحله دوم پژوهش، پس از بررسی پیشینه تجربیات سایر کشورها در زمینه سیاست‌گذاری رقابت، با بکارگیری ابزارهای ارزیابی سیاست رقابت که توسط سازمان همکاری و توسعه اقتصادی ارائه شده است، یک مدل تنظیم پویای بازار که کمترین مغایرت را با شرایط نهادی و حقوقی کشور داشته باشد طراحی شد. در این گام سعی شد با بهره‌مندی از روش‌های تنظیم بازار و مکانیزم‌های کنترلی، راه‌حلی جهت کاهش آثار منفی قدرت بازاری شرکت‌های بزرگ و اصلاح کارکرد بازار در جهت رقابتی شدن آن برای تخصیص بهتر ارائه شود. در راهکار ارائه شده با استفاده از تحلیل‌های موجود و ساختار فعالان بازار، سعی شده است با کمترین دخالت در مکانیزم نیروهای بازار (عرضه و تقاضا)، تنها از طریق وضع قوانین محیط بازار و چارچوب مبادلات رایج، رفتار رقابتی حمایت شود و میزان زیان ناشی از انحصار کاهش یابد. در این راه‌حل بازیگران بازار به سه جز اساسی تولیدکنندگان اصلی، کارگزاران (توزیع‌کنندگان) اصلی و مصرف‌کنندگان طبقه‌بندی شده است توسط یک نهاد حاکمیتی، رفتار های غیررقابتی آن پایش و کنترل می‌شود. هر کدام از این بخش‌های بازار دارای کارکردهای مختلفی می‌باشند که در قالب محدودیت‌ها و مشوق‌ها حاکم بر بازار فعالیت می‌کنند. کارکردهای پیش‌بینی شده در این طراحی، به میزان قابل توجهی رفتار رقابتی را تقویت کرده و از قدرت انحصاری فعالان بازار می‌کاهد. نتایج مدل تدوین‌شده جهت نزدیک شدن به دنیای واقع به خبرگان بازار ارائه و نظرات آن‌ها دریافت شد. مدل ارائه شده در پانل خبرگانی که تشکیل شده بود، با توجه به تعارض منافع مابین صنایع پایین‌دستی (خریدار خرد) و صنایع بالادستی (تولیدکننده عمده) و ضعف‌های موجود در محیط اقتصادی کشور، به اجماع نرسید به نحویکه مشاهده گردید، به دلیل قدرت بالای چانه‌زنی و حمایت سیاسی تولیدکنندگان فلزات اساسی در ایران، امکان پیاده‌سازی مکانیزم‌های بازار که رفتار آن‌ها را محدود کند، بسیار دشوار است و کوششی به نظام‌های پویای تنظیم بازار وجود ندارد، همچنین بخش خصوصی سمت تقاضا نیز به دلیل ضعف مالی و قدرت چانه‌زنی پایین، ظرفیت لازم برای ایفای نقش در یک سیستم پویای تنظیم بازار بدون مداخله دولت را ندارد.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

در گام نهایی نیز با استفاده از ادبیات تنظیم مقررات (رگولاتوری) و به کارگیری ابزارهای کنترل قیمت، مقدار، ورود و خروج و نظام انگیزشی اقدام به تعدیل رفتارها و هدایت آن‌ها به سمت رفاه اجتماعی نموده و به ارائه راهکارهای دخالت مستقیم دولت در بازارهای انحصاری از کانال قیمت گذاری و کنترل میزان تولید پرداخته شده است. در این مرحله، با توجه به نیاز سیاست گذاری اقتصادی کشور به مدلی برای قیمت گذاری فلزات اساسی، یک مدل قیمت گذاری ارائه شده است که برای راست آزمایی آن از یک آزمون بهره گرفته شد. در این مدل که از نوع مدل قیمت گذاری در شرایط اطلاعات محدود است، به دلیل اینکه قیمت پایه فلزات مورد بررسی در این تحقیق متأثر از قیمت‌های جهانی می‌باشند و از طرف دیگر بازارها به صورت انحصاری اداره می‌شود، به منظور حفظ حقوق مصرف‌کنندگان و انگیزه تولیدکنندگان، ضرایب تعدیلی اضافه گردید. با توجه به نقش پررنگ سرمایه و ارز در این صنایع ابتدا نوسانات مربوط به شاخص‌های نرخ ارز، نرخ تورم و قیمت‌های جهانی به مدل اضافه گردید. در ادامه میزان رانت اقتصادی تولیدکنندگان به عنوان ضریبی منفی در مدل لحاظ گردید و نهایتاً شاخص‌های رقابت پذیری جهانی و تمرکز بازار در جهت سوق دادن رفتار طرفین بازار به رقابت کامل در رابطه گنجانده شد. مقایسه تطبیقی دو سناریو پیشنهادی وزارت صنعت، معدن و تجارت و مدل پیشنهادی این تحقیق، از کانال تخمین زیان ناشی از انحصار در حالات قیمتی متفاوت صورت پذیرفته است. در صنعت مس متوسط زیان ناشی از انحصار که در حالت اولیه در سال ۱۳۹۶ مقدار ۲۰۹۶ میلیارد ریال در سال بوده است، پس از اعمال سیاست قیمت گذاری به طور متوسط به میزان ۸۹ میلیارد ریال کاهش یافته است. همچنین در صنایع فولاد و آلومینیوم به ترتیب به طور متوسط سالانه ۸۸۰ و ۴۱۶ میلیارد ریال سود اجتماعی ناشی از قیمت گذاری بهینه حاصل می‌شود که می‌توان با بهره‌گیری از این منابع مالی علاوه بر توانمندسازی بخش خصوصی در این صنایع، سرمایه گذاری‌های لازم در زمینه تحقیق و توسعه به منظور افزایش بهره‌وری و کارایی صورت پذیرد. نتایج برآورد نشان از حذف کامل زیان ناشی از انحصار در بازارهای فولاد و آلومینیوم و کاهش چشم‌گیر این زیان در صنعت مس می‌دهد. به طور متوسط سالیانه در صنایع آلومینیوم و فولاد ۸۰۳ و ۸۸۰ میلیارد ریال سود اجتماعی ناشی از قیمت گذاری بهینه حاصل می‌شود.

در مرحله پایانی با اتکا به مدل‌های نظریه قیمت گذاری، الزامات قانونی موجود و نظرات خبرگان علمی و سیاست‌گذاری، دستورالعمل تنظیم بازارهای فلزات رنگی تهیه و تدوین شده است. در زمینه کنترل مقدار تولید نیز با در نظر گرفتن ممنوعیت عدم عرضه محصولات و الزامات قانونی موجود در قانون تسهیل رقابت و منع انحصار و همچنین تصویب اساسنامه نهاد تنظیم‌گر بخشی در اقتصاد، پیشنهاد به تشکیل نهاد تنظیم‌گر بخشی صنایع و محصولات معدنی گردید. ایجاد چنین نهادی علاوه بر انجام وظایف رگولاتوری، موجب تسریع فرآیندهای رسیدگی و پیگیری موارد مطروحه در این بازارها خواهد شد.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

فصل اول

بررسی ساختار بازار صنایع تأمین‌کننده مواد اولیه موردنیاز صنعت برق

۱- کلیات (مبانی نظری و روش تحقیق)

۱-۱- مقدمه

امروزه بسیاری از مطالعات تجربی به بررسی بازارها به منظور اتخاذ سیاست‌های کارآمد و اثرگذار در حوزه اقتصاد مربوط می‌شوند. از طرفی با یک نگاه اجمالی به صنایع ایران درمی‌یابیم که سیاست‌های اعمال شده در این صنایع به‌طور عمده متأثر از سیاست‌های جایگزینی واردات بوده است که در بیشتر موارد منجر به شکل‌گیری ساختارهای انحصاری و متمرکز در اکثر بازارهای صنعتی کشور از جمله بازار فلزات اساسی شده است، به‌طوری‌که قدرت انحصاری موجود در این بازارها در اختیار چندین بنگاه بزرگ بوده که در سایه اعمال سیاست‌های حمایتی دولت، با نگاهی درون‌نگر و به‌صورت تضمین‌شده، بازار داخلی را در اختیار دارند و در نتیجه در ایجاد ساختار صنعتی بهره‌ور ناکام مانده است. از این جهت شناسایی ساختار بازارها می‌تواند گامی مؤثری در سیاست‌گذاری صنعتی کارآمد محسوب شود.

شرکت‌های سازنده تجهیزات برقی مانند سایر صنایع پایین دستی، برای تولید محصولات خود نیازمند تأمین مواد خامی هستند که بخش اصلی آن‌ها را فلزات اساسی (مس، فولاد، آلومینیوم) تشکیل می‌دهند که تولید آن‌ها در انحصار شرکت‌های بزرگ و صنایع بالادستی است که عموماً توسط نهادهای عمومی و یا دولتی اداره می‌شوند. بازار این مواد خام اساسی به دلیل نوع ساختار غیر رقابتی موجود، شرایط مبادله و تجارت را به نفع شرکت‌های صنایع بزرگ تعیین می‌کند و صنایع پایین دستی که می‌توانند ارزش‌افزوده و اشتغال ایجاد کنند نمی‌توانند روی قیمت و شرایط خرید تأثیرگذار باشند. مقابله با قدرت انحصاری بازار و اثرات مخرب آن بر اقتصاد ملی در صنایع بالادستی و تأمین مواد خام نیازمند سازوکارهایی برای تنظیم مقررات بازار مواد خام اساسی است که بتواند در جهت تخصیص بهینه منابع و حداکثر بهره‌برداری منابع ملی شود. ارائه سازوکار مناسب مانند ایجاد نهاد تنظیم‌گر بخشی مقررات بازار، برای محافظت از صنایع پایین دستی در برابر شرایط غیرمنصفانه و انحصاری بازارهای مواد خام مس، فولاد، آلومینیوم یکی از راهکارهای توسعه صنایع پایین دستی می‌باشد.

۱-۲- بیان مسأله

در هر بازاری برای بررسی ماهیت رقابت و انحصار معمولاً متغیرهای ساختاری شناسایی و ارزیابی می‌شوند. ساختار یک بازار به معنای ترتیب قرار گرفتن اجزای مختلف یک کل در کنار هم می‌باشد. ساختار بازار معرف خصوصیات سازمانی بازار می‌باشد

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

که با شناسایی آن می‌توان رقابت در بازار را مشخص نمود. درجه تمرکز خریداران و فروشندگان، تفاوت کالا، صرفه‌های مقیاس و شرایط ورود به بازار از جمله عوامل تعیین‌کننده ساختار بازار می‌باشند.

در اقتصاد یکی از شاخص‌های مورد استفاده برای بررسی وضعیت رقابت و انحصار و شناسایی ساختار هر صنعت «درجه تمرکز بازار» است. در بسیاری از کشورهای جهان هر ساله میزان تمرکز بازارها در صنایع مختلف اندازه‌گیری می‌شود که نتایج آن راهنمای دولت‌ها برای سیاست‌گذاری‌های صنعتی و اقتصادی، بقای رقابت و رعایت حقوق مصرف‌کنندگان است. تمرکز مهم‌ترین متغیر ساختاری است که بیانگر وضعیت تعداد بنگاه‌ها و توزیع بازار در میان بنگاه‌های موجود در آن بازار است. برای پرداختن به تمرکز ابتدا باید حدود صنعت و سپس متغیر موردنظر (تولید، فروش، اشتغال و ...) را مشخص نمود. چنانچه درجه بالای تمرکز و موانع مرتفع در مقابل ورود بنگاه‌های جدید، می‌تواند منجر به شکل‌گیری انحصار در آن بازار گردد. ساختار بازار به دلیل تأثیری که بر عملکرد بازار (قیمت، سود، کارایی و بهره‌وری بازار) دارد حائز اهمیت فراوانی است. جهت بررسی ساختار بازار، از شاخص‌های مختلفی از جمله مدل‌های ساختاری که همان محاسبه شاخص‌های تمرکز با استفاده از سهم بازار و مدل‌های غیر ساختاری که ماهیت درآمدی و هزینه‌ای بنگاه‌های اقتصادی است و همچنین جهت بررسی موانع ورود، از شاخص‌های منطبق بر مدل رقابتی پورتر^۱ در قالب هزینه‌های ورود و خروج (هزینه تبدیل بالا، سرمایه ثابت بالا، قیمت اسقاط کم، محدودیت‌های دولتی و ...)، استفاده می‌شود.

آنچه در ایران مشاهده می‌شود، این است که تولیدکنندگان و تأمین‌کنندگان مواد اولیه موردنیاز صنعت برق به دلیل دارا بودن برخورداری از قدرت بازار و نیر حمایت‌های دولتی، محصولات خود را با شرایط یک طرفه در معاملات وارد بازار می‌کنند و با استفاده از مزیت‌های ویژه‌ای که دارند مانند دسترسی به انرژی ارزان و مقیاس بزرگ، تمایل زیادی به صادرات محصولات خود به خارج از کشور داشته در نتیجه صنایع پایین‌دستی نمی‌توانند از مزیت‌های نسبی سرزمینی مانند دسترسی به مواد خام داخلی بهره‌برداری کنند. این موضوع باعث شده است که شرکت‌های ایرانی نتوانند از مزیت دسترسی به مواد خام داخلی در بازارهای صادراتی برخوردار باشند و ریسک‌های زیادی را در تأمین مواد اولیه متقبل شوند. شکل‌گیری سازوکارهای تنظیم بازار و مقابله با انحصار، می‌تواند بازار را به نحوی تنظیم کند که در نهایت تخصیص منابع به نحو بهینه و با حداقل اثرات جانبی انجام شود و کسب‌وکارهای صنایع پایین‌دستی مانند سازندگان تجهیزات برقی رونق پیدا کند و مزیت صادراتی پیدا کنند.

^۱ porter competitive model

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۱-۳- ضرورت و اهمیت

ساختار بازار داخلی مواد خام ا س ا سی به‌ویژه فلزات ا س ا سی مانند مس، فولاد و آلومینیوم، از نوع انحصاری (بازار انحصاری در ادبیات اقتصادی زمانی شکل می‌گیرد که در بازار تنها یک فروشنده با سهم بازار بالا در یک صنعت معین وجود دارد و برای کالاهای تولید شده جانشین وجود ندارد) یا انحصار چندگانه (طبق تعاریف اقتصادی به وضعیت گفته می‌شود، که در آن تعداد فروشندگان (خریداران) بیش از واحد باشد و همچنین تعداد آن‌ها آن قدر زیاد نباشد که رفتار هر یک در مورد تعیین قیمت و مقدار، بر سود دیگران تأثیرگذار نباشد. در بازار انحصار چندجانبه، تعداد فروشندگان محدود است، معمولاً کالاهای (خدمات) تولیدی همگن نیستند و در نتیجه بحث برندینگ^۲ وجود دارد، ورود به بازار و خروج از آن آزاد نیست و همچنین معمولاً اطلاعات خریداران با فروشندگان یکسان نیست و در بیشتر مواقع اطلاعات خریداران از فروشندگان کمتر است) می‌باشد.

این ساختار موجب شده است، هزینه تأمین مواد اولیه برای صنایع پایین‌دستی بهینه نباشد و منابع در اقتصاد ملی به صورت بهینه تخصیص نیابد. با توجه به اینکه عمده این شرکت‌ها در کنترل دولت و یا نهادهای عمومی می‌باشند، توانسته‌اند از حمایت‌های قانونی نیز برای عرضه محصولات خود با شرایط غیررقابتی نسبت به رقبای جهانی استفاده نمایند و از مزیت‌های دسترسی به انرژی یارانه‌ای نیز برخوردار باشند و عمده محصولات خود را که مواد خام هستند، صادر نمایند. این در حالی است که سازندگان صنایع پایین‌دستی نمی‌توانند از مزایای تولید داخلی این مواد خام برخوردار باشند و مزیت نسبی خود را در بازار صادراتی نسبت به رقبای خارجی از دست می‌دهند. بنابراین ارزش افزوده کمتری در اقتصاد ملی ایجاد می‌شود. علیرغم اینکه این مسئله بارها از سوی تولیدکنندگان صنایع پایین‌دستی مطرح و آثار و نتایج عملی آن بیان شده است. مطالعه‌ای در این باره انجام نشده است که شرایط ساختار بازار مواد خام به‌ویژه فلزات ا س ا سی و مکانیزم‌های عرضه فعلی چه میزان در رقابت‌پذیری بنگاه‌ها صنعتی تأثیرگذار بوده است و آثار منفی جانبی این ساختار چه بوده است؟ چه نوع سیاست‌گذاری و مکانیزمی می‌تواند شرایط بازار را بهینه کند و مضرات و آثار منفی آن را حداقل سازد.

این مطالعه باهدف بررسی ساختار انحصاری بازار مواد خام به‌طور خاص فلزات ا س ا سی (مس، آلومینیوم و فولاد) و تأثیر آن بر صنایع پایین‌دستی انجام می‌شود و به دنبال ارائه یک بسته سیاستی جهت رفع آثار منفی انحصار و بهینه‌سازی بازار می‌باشد.

^۲ Branding

| | |
|---|---|
| اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران | بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری |
| سندیکای صنعت برق ایران | برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری |

۴-۱- فرضیه‌ها یا سؤالات

ساختار بازار مواد خام (فلزات اساسی) مورد نیاز صنعت برق چگونه است؟

تأثیر انحصار بازار مواد خام اساسی بر سازندگان صنایع پایین‌دستی چگونه است؟

چه سازوکارهای تنظیم‌گری بازار مواد خام اساسی برای مقابله با انحصار مناسب است؟

الزامات و شرایط تحقق سازوکارهای تنظیم‌گری بازار مواد خام چیست؟

۵-۱- روش تحقیق و جمع‌آوری اطلاعات

در این تحقیق از دو روش کمی و کیفی استفاده می‌شود. در بخش اول با استفاده از مدل‌های کمی تحلیل اقتصادی، مدل‌های سنجش تمرکز بازار، ساختار بازارهای فلزات اساسی (مس، فولاد و آلومینیوم) و همچنین زیان اجتماعی ناشی از وجود انحصار، بررسی می‌شود. در مرحله دوم با روش‌های کیفی بسته سیاستی برای حل مشکلات بازار این مواد تدوین می‌شود. در این مرحله، از روش‌های مطالعه کتابخانه‌ای و مصاحبه‌های عمیق برای گردآوری داده‌ها استفاده می‌شود. همچنین از روش‌های پانل خبرگان، برای تحلیل داده‌ها و ارائه نتایج استفاده می‌شود.

۶-۱- مبانی نظری

مدل‌های تعیین ساختار بازار به دودسته مدل‌های ساختاری که همان محاسبه شاخص‌های تمرکز با استفاده از سهم بازار و مدل‌های غیر ساختاری که استفاده از ماهیت درآمد و هزینه‌های بنگاه‌های اقتصاد است، تقسیم می‌شوند. مدل‌های ساختاری بر پایه دو نظریه ساختار-رفتار- عملکرد (SCP)^۳ و ساختار کارایی (ES)^۴ پایه‌گذاری شده‌اند. در مقابل مدل‌های غیر ساختاری بر پایه مبانی نظری اقتصاد خرد تدوین شده‌اند و از قدرت بیشتر در ارزیابی رقابت برخوردارند.

تمرکز یکی از جنبه‌ها و ابعاد مهم ساختار بازار می‌باشد که نشان می‌دهد بازار تا چه اندازه به رقابت نزدیک یا از آن دور است. تمرکز بیانگر نحوه توزیع بازار بین بنگاه‌های مختلف می‌باشد و معرف دو جنبه یعنی تعداد بنگاه‌ها و نابرابری در توزیع سهم بازار بنگاه‌ها می‌باشد. بر اساس نظریه قدرت بازار، وجود تمرکز بالا در یک صنعت، منجر به کسب سود انحصاری می‌شود. لذا این سؤال همواره مطرح است که در میان شاخص‌های اندازه‌گیری تمرکز کدام یک بهترین است؟ در پاسخ به این سؤال

^۳ structure-conduct-performance

^۴ efficient-structure

شاخص‌های پیشنهادی متعددی مطرح می‌شوند که هرکدام از آن‌ها نقاط قوت و ضعف خود را دارند، که بسته به موقعیت‌های مختلف به کار می‌روند. به‌طور کلی از طریق دو نوع معیار (مطلق و نسبی) می‌توان اندازه تمرکز را سنجید، معیارهای مطلق هم به تعداد بنگاه‌ها و هم نحوه توزیع بازار توجه دارند، درحالی‌که معیارهای نسبی تمرکز صرفاً برحسب نحوه توزیع بازار بین بنگاه‌ها محاسبه می‌شوند. از میان معیارهای مدل‌های ساختاری شاخص‌های نسبت تمرکز، هرفیندال - هیر شمن، آنتروپی به‌منظور شناسایی بازار در این مطالعه به کار گرفته شده‌اند که مشخصات آن‌ها در جدول شماره (۱) ارائه شده است:

جدول شماره (۱): مدل‌ها و روش‌های اندازه‌گیری تمرکز بازار

| ویژگی‌ها | شرح شاخص | رابطه محاسباتی | نام مدل | |
|---|--|---------------------------|----------------------------|-----------------|
| *سادگی محاسبه *محدود بودن اطلاعات موردنیاز *تابع نزولی از تعداد بنگاه‌های موجود در صنعت *تأکید بر بنگاه‌های بزرگ | این شاخص نسبتی از محصول بازار که توسط k بنگاه بزرگ‌تر تولید می‌شود، را مشخص می‌سازد و از جمله متداول‌ترین شاخص اندازه‌گیری تمرکز است که در اکثر مطالعات تجربی از این شاخص استفاده می‌شود. مقدار k اختیاری انتخاب می‌شود و دامنه این شاخص بین صفر تا صد است، که عدد ۱۰۰ مبین یک بنگاه در بازار و عدد صفر بیانگر تعداد بی‌شماری بنگاه با سهم کوچکی از بازار است. | $CR_k = \sum_{i=1}^k S_i$ | نسبت تمرکز K بنگاه برتره | مدل‌های ساختاری |

° *Honcentration Ratio of Establishment K*

| نام مدل | رابطه محاسباتی | شرح شاخص | ویژگی‌ها |
|----------------------------|--|--|--|
| شاخص هرفیندال-هیرشمن (HHI) | $HHI = \sum_{i=1}^k S_i^2$ | <p>در این شاخص اطلاعات تمامی بنگاه‌های صنعت منظور می‌شود، از این‌رو آن را شاخص اطلاعات کامل می‌نامند و مقدار آن معادل مجموع مجذور سهم بازاری تمامی بنگاه‌های صنعت است و به این دلیل بر اهمیت بنگاه‌های بزرگ‌تر به‌وسیله تخصیص وزن بیشتر به آن‌ها تأکید می‌گردد.</p> | <p>* به کارگیری اطلاعات کل بنگاه‌ها * با افزایش بنگاه‌ها شاخص کاهش می‌یابد</p> |
| آنترپی ^۷ | $E = - \sum_{i=1}^k \log_{\gamma} S_i$ | <p>این شاخص معیار معکوس تمرکز است یعنی هنگامی که آنترپی افزایش می‌یابد، تمرکز کاهش می‌یابد. این شاخص از جمع وزنی سهم بازار بنگاه‌ها به دست می‌آید. به طوری که به سهم هر بنگاه وزنی معادل $\text{Log}(1/S)$ داده می‌شود. دامنه تغییرات این شاخص بین صفر و $\text{Log } k$ است، هر چه به صفر نزدیک‌تر باشد، بازار انحصاری‌تر و هر چه به $\text{Log } k$ نزدیک‌تر باشد، بازار رقابتی‌تر می‌باشد و به بررسی تحولات سهم بازاری بنگاه‌های کوچک می‌پردازد.</p> | <p>* پایه تئوریک معیار * تمرکز E مبتنی بر تئوری اطلاعات است.</p> |

^۶ Herfindahl-Hirschman Index

^۷ Entropy

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

به‌طور کلی عملکرد اقتصادی عبارت است از مجموعه آثار و نتایجی که از فعالیت اقتصادی ناشی می‌شود. انحراف قیمت از هزینه نهایی و کاهش سطح تولید متناظر آن مولد هزینه رفاهی مصرف‌کنندگان و یکی از جنبه‌های مهم عملکرد بنگاه می‌باشد. تصویر (۲) اثرات رفاهی انحصار را به‌صورت دقیق‌تر نشان می‌دهد. انحصارگر با کاهش تولید و دریافت قیمتی بالاتر از سطح رقابتی باعث کاهش رفاه معادل سطح ABE (معروف به مثلث رفاه^۸) شده و نیز سطح CPAB اشاره به انتقال درآمد از طرف مصرف‌کنندگان به سمت انحصارگر دارد که سود یا رانت انحصاری نامیده می‌شود.

اما مسئله قابل‌ذکر آن است که صرف دانستن نوع ساختار یک صنعت و حصول اطمینان از انحصاری بودن آن کل اطلاعات موردنیاز در خصوص هزینه اجتماعی انحصار را در بر نمی‌گیرد، بلکه ما نیازمند شاخص‌هایی در جهت اندازه‌گیری هزینه اجتماعی انحصار می‌باشیم. به‌منظور محاسبه هزینه اجتماعی انحصار، روش‌های مختلفی ارائه شده‌اند، که هر کدام از آن روش‌ها با انجام یک سری از فروض تخمین‌های مختلفی از هزینه رفاهی انحصار ارائه می‌کنند. مهم‌ترین روش‌های بررسی هزینه اجتماعی رفاه از دست‌رفته ناشی از انحصار به‌صورت خلاصه در جدول شماره (۲) ذکر شده است:

جدول شماره (۲): روش‌های نظری مربوط به برآورد زیان اجتماعی

| توضیحات | روش | |
|--|--------------------------|-------------|
| | مبنای محاسباتی | محاسباتی |
| هاربرگر به این نتیجه رسید که شرایط انحراف از بهینه پارتو و میزان اخلاص در تخصیص منابع را که به زیان هزینه‌ای و کاهش رفاه مصرف‌کنندگان در جامعه منجر می‌شود می‌توان بر حسب مثلث رفاه بیان نمود. | مثلث رفاه | روش هاربرگر |
| هزینه‌های اجتماعی انحصار علاوه بر زیان ثابت ناشی از کاهش سطح تولید (مثلث رفاه) شامل منابع می‌شود که جستجوگران رانت برای کسب آن صرف می‌کنند. | مثلث رفاه و رانت اقتصادی | روش تولاک |
| با استفاده از ایده‌های تولاک، هزینه‌های اجتماعی انحصار را بیش از مثلث رفاه می‌داند و آن را ناشی از صرف منابع برای کسب موقعیت انحصاری معرفی می‌کند. | مثلث رفاه و رانت اقتصادی | روش پوزنر |

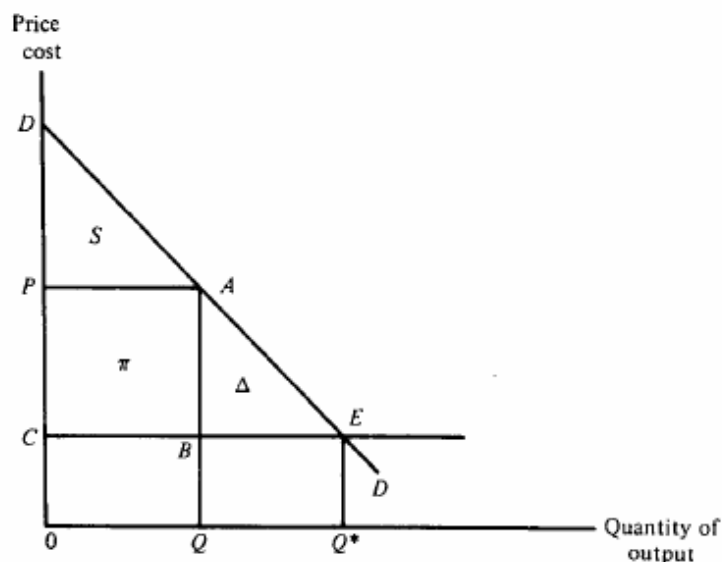
^۸ welfare triangle

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

| توضیحات | مبنای محاسباتی | روش محاسباتی |
|--|--|--------------------------|
| کالینگ مولر کاهش در مازاد رفاه مصرف‌کننده به علت اعمال قدرت انحصاری را معادل نصف سود انحصاری بنگاه در نظر گرفتند. این دو هزینه تبلیغات بنگاه‌های انحصاری را بخشی از سود انحصاری تلقی کردند و از آن به عنوان اتلاف منابع یاد نمودند و لذا در هزینه‌های اجتماعی انحصار بایستی به آن توجه نمود. | مثلث رفاه و هزینه حفظ قدرت اقتصادی | روش کالینگ و مولر |
| کروگر در مطالعه خود به بررسی رانتهای اقتصادی و هزینه اجتماعی ناشی از آن پرداخت. | رانته اقتصادی | روش کروگر |

بنابراین به استناد شکل (۱) می‌توان گفت که هزینه اجتماعی انحصار به مثلث رفاه محدود نمی‌شود، بلکه وی هزینه فرصت منابعی را که صرف کسب قدرت انحصاری می‌شود، به‌عنوان آثار رفاهی منفی انحصار در نظر می‌گیرد. با توجه به شکل (۱) هزینه اجتماعی انحصار را می‌توان به‌صورت حاصل جمع مثلث رفاه (ABE) و رانته انحصاری (CPAB) در نظر گرفت. درنهایت تمامی انتقادات وارد بر مدل‌های ارائه‌شده منجر به ارائه روش کالینگ و مولر گردید که هزینه اجتماعی انحصار را متشکل از دو جزء کاهش مازاد رفاه مصرف‌کنندگان و جزء دوم هزینه کسب و حفظ موقعیت انحصاری بیان نمودند.

شکل شماره (۱): میزان رفاه ازدست‌رفته ناشی از انحصار



| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

آن‌ها معتقد بودند هر بنگاه تا اندازه‌ای دارای قدرت بازاری است و اخلاقی که توسط هر یک از آن‌ها در رفاه جامعه ایجاد می‌شود، باید جداگانه محاسبه شود. بر این اساس کالینگ و مولر برای ارزیابی هزینه‌های اجتماعی انحصار به تفاوت سود متوسط صنعت از نرخ بازده رقابتی توجهی نکردند، بلکه آن‌ها تنها بنگاه‌هایی را که نرخ سود آن‌ها بالاتر از بازده رقابتی بود، در نظر گرفتند و تنها مازاد سود این بنگاه‌ها را در هزینه‌های اجتماعی لحاظ نمودند. به عبارتی آن‌ها ضرر رفاهی را ابتدا در سطح بنگاه محاسبه نمودند و بعد جمع کردند که با استفاده از اطلاعات آماری حاشیه قیمت هزینه و کشش قیمتی تقاضا برای هر بنگاه تخمین زده شد و سپس نرخ بازده رقابتی و سطح سود انحصاری مورد محاسبه توجه خود را به بنگاه معطوف کردند و معتقد بودند که هزینه اجتماعی انحصارگر باید به‌طور جداگانه محاسبه می‌شود. همچنین کالینگ و مولر هزینه‌های کسب و حفظ قدرت انحصاری را در زمره هزینه‌های اجتماعی محسوب کردند و معتقد بودند عدم توجه به این هزینه‌ها موجب می‌شود اثرات رفاهی انحصار کمتر از واقع محاسبه شود. بنابراین باید هرگونه هزینه‌ای که صرف کسب و حفظ موقعیت انحصاری می‌شود و درعین حال هیچ ارزش اجتماعی ندارد به مثلث رفاه اضافه کرد. اگر سود انحصاری را با و مخارج کسب موقعیت انحصاری و تبلیغات نشان دهیم، اثرات رفاهی منفی انحصار به‌صورت رابطه (۱) بیان خواهد شد: (W) کاهش در رفاه مصرف‌کننده، π سود انحصاری بنگاه، A هزینه تبلیغات و مخارج کسب موقعیت انحصاری)

$$W_i = \frac{\pi_i}{2} \quad (1)$$

در واقع هزینه اجتماعی انحصار را بر اساس رابطه (۲) نیز می‌توان بیان نمود.

$$W_i = \frac{\pi_i + A_i}{2} \quad (2)$$

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

در بحث ادبیات موضوع و مبانی نظری به مباحث تئوریک مدل کالینگ مولر و بررسی جنبه محاسباتی رویکرد ایستا پرداخته شده است. در محاسبات این مطالعه با استفاده از ترکیب مدل ایستای برآورد زیان ازدست‌رفته ناشی از انحصار و شاخص‌های تمرکز راهکاری به‌صورت پویا از طریق فرمول مدل کالینگ و مولر (۱۹۸۱)، که به‌صورت زیر ارائه شده است، تخمین زده می‌شود.

$$(3) \quad DDWL = \frac{\pi H}{2}$$

که در این رابطه H شاخص تمرکز هرفیندال (استخراج شده از نتایج تخمین پژوهش حاضر) و π سود بنگاه (استخراج شده از صورت‌های مالی شرکت‌های تولیدکننده) هست. مطالعات انجام شده نشان می‌داد که فراوانی استفاده از سه شاخص نسبت

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

تمرکز، هرفیندال - هیرشمن، آنتروپی به‌منظور شناسایی ساختار بازار و روش کالینگ و مولر در اندازه‌گیری هزینه اجتماعی انحصار بیشتر از دیگر روش‌ها بوده است.

۱-۷- روش جمع‌آوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل نتایج

در مورد جمع‌آوری اطلاعات بازارهای مورد مطالعه دقیقترین و جامع‌ترین داده‌های موجود بررسی شده‌اند، که در نهایت با استفاده از آمار معاملات روزانه در بازه زمانی ۱۳۸۸/۶/۱ لغایت ۱۳۹۵/۶/۱ ثبت‌شده در سایت بورس کالا که به تفکیک شرکت، حجم مبادلات، قیمت مبادله و ... جمع‌آوری شده است، همچنین از ترازنامه‌های مالی و صورت‌های سود و زیان شرکت‌های موجود در سامانه اطلاعیه‌های ناشران (کدال) داده‌های مربوط به سود، فروش و هزینه بنگاه‌ها استخراج شده است.

در مورد استفاده از شاخص‌های تمرکز به ترتیب ۳ متغیر کلیدی می‌بایست برآورد و تخمین زده شود، همان‌طور که در بحث مبانی نظری مطرح شد بر اساس شاخص‌های مختلف کلیدی‌ترین متغیر مورد بحث، سهم بنگاه از تولید صنعت و بازار هست، این متغیر از نسبت تولیدات بنگاه (بر اساس میزان عرضه در بورس کالا و صورت‌های مالی) به تولیدات کل صنعت و بازار (مجموع تولیدات بنگاه‌های موجود) به دست می‌آید. در مرحله بعدی همین متغیر با توجه به تعریف شاخص‌ها به دو صورت مجذور (برای شاخص هیرفندال - هیرشمن) و لگاریتمی (برای شاخص آنتروپی) برآورد می‌شوند. با توجه به جدول زیر میزان تمرکز و غیررقابتی بودن شاخص‌ها قابل تحلیل و بررسی هست:

جدول شماره (۳): معیارهای ارزیابی نتایج شاخص‌ها تمرکز بازار

| شرح | نسبت‌های تمرکز (CR _i) درصد | شاخص هرفیندال - هیرشمن (HI) | ویژگی اصلی بازار |
|------------------|---|--------------------------------|--|
| رقابت کامل | CR _۱ → ۰ | HI → ۰ | بیش از ۵۰ بنگاه رقیب، بدون آن که سهمی از بازار را در اختیار داشته باشند. |
| رقابت انحصاری | CR _۱ < ۱۰ | 15 < (1 / HI) ≤ 30 | تعداد بنگاه‌های رقیب مؤثر زیاد؛ هیچ‌کدام بیش از ۱۰ درصد بازار را در انحصار ندارند. |

| شرح | نسبت‌های تمرکز (CR _i) درصد | شاخص هرفیندال - هیرشمن (HI) | ویژگی اصلی بازار |
|-----------------|---|--------------------------------|--|
| انحصار چندجانبه | $CR_4 < 40$ | $10 < (1/HI) \leq 15$ | ۴ بنگاه، حداکثر ۴۰ درصد بازار را در انحصار خود دارند. |
| | $40 \leq CR_4 \leq 60$ | $6 < (1/HI) \leq 10$ | ۴ بنگاه، دست‌کم ۴۰ درصد و حداکثر ۶۰ درصد بازار را در انحصار خود دارند. |
| | $CR_4 > 60$ | $3 < (1/HI) \leq 6$ | ۴ بنگاه، دست‌کم ۶۰ درصد بازار را در انحصار خود دارند. |
| بنگاه مسلط | $CR_1 \geq 50$ | $1 < (1/HI) \leq 3$ | یک بنگاه به‌تنهایی بیش از ۵۰ درصد بازار را در انحصار خود دارد. |
| انحصار کامل | $CR_1 \rightarrow 100$ | $HI \rightarrow 1$ | یک بنگاه کل بازار را در انحصار دارد. |

۲ - بازار مس

۲-۱- مقدمه

مس فلزی چکش‌خوار و انعطاف‌پذیر است که رسانای عالی گرما و الکتروسیسته و مقاوم در برابر فرسایش می‌باشد. این عنصر به صورت طبیعی در پوسته زمین وجود دارد. مس به‌عنوان یک ماده غذایی نیز نقش حیاتی در حفظ سلامت افراد دارد. مس و آلیاژهای آن برای کاربردهای مختلفی مورد استفاده قرار می‌گیرند که برای یک سطح زندگی معقول مناسب است. تولید و استفاده از آن در توسعه جامعه ضروری بوده و عامل مهمی در تضمین توسعه پایدار جامعه است. مس یکی از فلزاتی است که بیش از دیگر فلزات بازیافت می‌شود. این از توانایی‌های انسان است که فلزات را بارها بازیافت می‌کند تا مواد موردنیاز خود را بسازد. بازیافت مس، بازدهی استفاده از این فلز را گسترش داده و به ذخیره انرژی منتهی می‌شود و باعث تضمین منبع فلزی پایدار برای نسل‌های آینده می‌گردد. مس کمک بزرگی به اقتصاد ملی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه می‌کند. استخراج

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

معادن، فرآوری، بازیافت و تبدیل این فلز به کالاهای موردنیاز جامعه علاوه بر ایجاد اشتغال برای نیروی کار باعث تولید ثروت برای جامعه می‌گردد.

۲-۲- تاریخچه صنعت مس در جهان

شواهد باستان‌شناسی نشان می‌دهد که مس یکی از نخستین فلزاتی است که توسط انسان مورد استفاده قرار گرفته است و حداقل ۱۱ هزار سال قبل برای ساخت اقلامی چون سکه و زیورآلات در غرب آسیا مورد استفاده قرار می‌گرفت. در دوران ماقبل تاریخ بشر، متوجه شد که چگونه مس را استخراج کند و برای ساخت ابزارآلات از آن بهره بگیرد. در هزاره سوم و چهارم قبل از میلاد نیز کارگران از منطقه هولوا (Huelva) در اسپانیا مس استخراج می‌کردند. یونانیان در دوران ارسطو با چگونگی ساخت آلیاژ برنج به‌عنوان یکی از آلیاژهای ارزشمند مس آشنا شدند. در آمریکای جنوبی، تمدن‌های مایا، اینکاها و آزتک از مس بهره می‌بردند و در دوران قرون وسطی، مصنوعات مسی و برنزی در چین، هند و ژاپن رونق یافتند.

۲-۳- تاریخچه صنعت مس در ایران

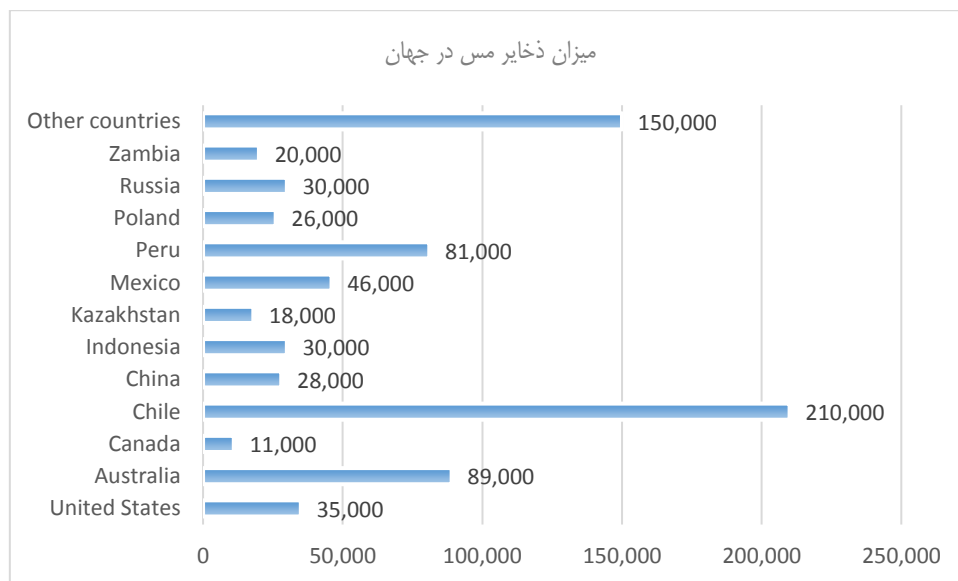
ایران از نظر منابع و ذخایر مس در دنیا به سبب شرایط زمین‌شناسی ویژه‌ای که دارد، دارای جایگاهی خاص می‌باشد. به‌ویژه آن‌که بخشی از کمربند جهانی مس از این کشور عبور می‌کند. از مهم‌ترین معادن واقع بر روی این کمربند می‌توان به معادن سرچشمه، میدوک، دره زار و... در استان کرمان و سونگون اهر و... اشاره کرد. البته هنوز باوجود ذخایر عظیم مس در ایران مناطق ناشناخته فراوان‌اند. شروع استخراج مس به روش نوین در ایران را می‌توان مربوط به سال ۱۳۱۵ که اداره کل معادن تأسیس شد دانست، که انگیزه اصلی آن تأمین فلز مس برای کارخانه‌های مهمات‌سازی ارتش بود. اداره کل معادن وقت در نواحی مس خیز شناخته‌شده در آن زمان مانند انارک، عباس‌آباد و سبزوار فعالیت‌هایی را آغاز نمود و برای این منظور کارخانه‌ای در ناحیه غنی‌آباد جنب شهری تأسیس گردید که ظرفیت آن بیست تن مس در شبانه‌روز بود. با اعلام ملی شدن معادن در سال ۱۳۵۱ شرکت سهامی معادن سرچشمه کرمان تأسیس شد. در سال ۱۳۵۲ بنای فعالیت مجتمع مس سرچشمه با مشارکت شرکت آمریکایی آناکوندا شروع گردید. در سال ۱۳۵۵ شرکت سهامی معادن سرچشمه کرمان به نام شرکت ملی صنایع مس ایران تغییر نام یافت. راه‌اندازی و ادامه کار مجتمع بزرگ مس سرچشمه بعد از انقلاب اسلامی و آغاز بهره‌برداری از معادن جدید میدوک و سونگون، ایران را به‌عنوان یکی از قطب‌های تولید مس در جهان تبدیل نموده است. هم‌اکنون نیز تمامی فعالیت‌های مربوط به استخراج و بهره‌برداری از معادن مس کشور و همچنین تولید و فروش مس خالص به عهده این شرکت می‌باشد.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۲-۴- میزان ذخایر کشورهای تولیدکننده مس در جهان

بر طبق آمار منتشره توسط سازمان‌های ذی‌ربط بین‌المللی از جمله سازمان زمین‌شناسی ایالات متحده آمریکا در گزارش‌های سالانه سال ۲۰۱۷، شیلی با دارا بودن ۲۷ درصد ذخایر جهانی، عمده‌ترین کشور دارنده این فلز اساسی می‌باشد بعد از آن کشور استرالیا با ذخایر ۱۲ درصدی در مقام دوم قرار دارد و بعد از آن پرو و مکزیک با ۱۰ و ۶ درصد در مقام‌های بعدی قرار دارند. همان‌طور که مشاهده می‌گردد بیش از نیمی از ذخایر مس دنیا در منطقه آمریکای جنوبی قرار دارد. با توجه به تمرکز جغرافیایی منابع مس در قسمت جنوب غربی کره زمین، ساختار سیاسی و اقتصادی و تکنولوژیکی کشورهای این منطقه بر روی میزان عرضه و قیمت مس تأثیرگذار است، اما با توجه به تقاضای بسیار بالای کشورهای دیگر مانند چین، آلمان و ... تقریباً قدرت برابری عرضه و تقاضا دارای تمرکز جغرافیایی نمی‌باشد.

شکل شماره (۲): میزان ذخایر کشورهای تولیدکننده مس



(منبع: گزارش سال ۲۰۱۷ سازمان زمین‌شناسی ایالات متحده آمریکا)

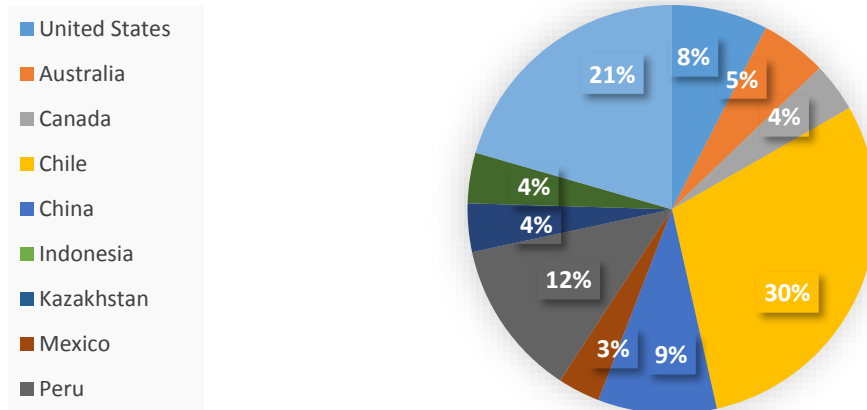
۲-۵- میزان تولید جهانی مس

تولید مس معدنی به تفکیک کشور در سال ۲۰۱۶، دقیقاً با روند مشابه کشورهای دارنده ذخایر مس به ترتیب با پیشروی آمریکا، شیلی و پرو در تولید جهانی مس مواجه هستیم. آسیا نیز رشد قابل توجهی نسبت به مدت مشابه داشته است که پرش چین در این امر غیرقابل انکار است.

| | |
|--|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران سندیکای صنعت برق ایران |
|--|---|

شکل شماره (۳): میزان تولید مس سال ۲۰۱۶ مس جهانی به تفکیک کشور

میزان تولید مس به تفکیک کشور

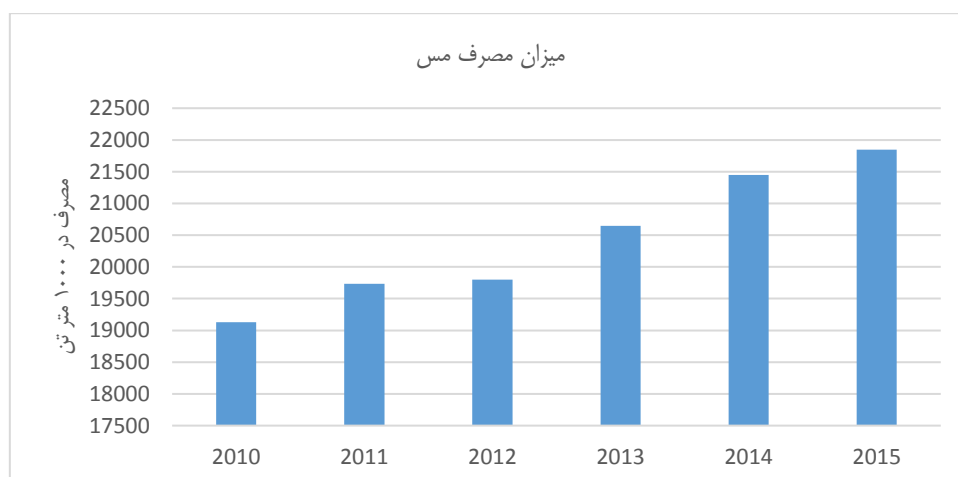


(منبع: گزارش سال ۲۰۱۷ سازمان زمین‌شناسی ایالات متحده آمریکا)

۲-۶- مصرف مس تصفیه‌شده در جهان

مس تصفیه شده، توسط کارخانجات تولید کالاهای مسی نیمه ساخته یا به‌طور معمول توسط اولین کاربران مس از جمله سازندگان شمش، کارخانه‌های تولید برنج، کارخانه‌های تولید سیم آلیاژ، ریخته‌گری و کارخانه‌های تولید فویل مصرف می‌شود. همان‌گونه که در نمودار مشاهده می‌شود مصرف مس تصفیه شده باگذشت زمان افزایش یافته است به‌نحوی که در سال ۲۰۱۵ نسبت به سال ۲۰۱۰ رشد ۱۲ درصدی را شاهد بوده‌ایم.

شکل شماره (۴): میزان مصرف مس از سال ۲۰۱۰-۲۰۱۵



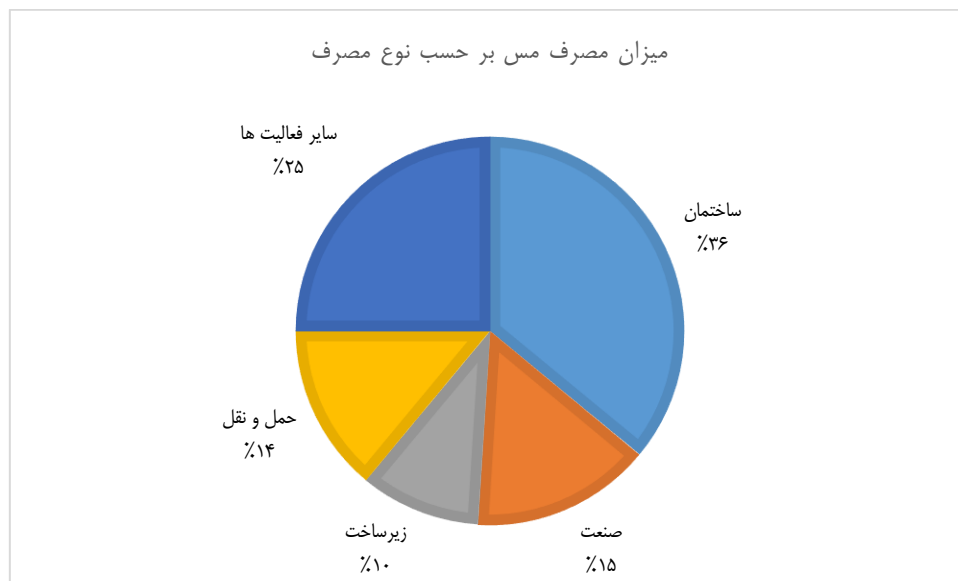
(منبع: وبسایت آماری Statista)

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۲-۷- موارد عمده مصرف مس

مس و آلیاژ مس نیمه‌تمام برای استفاده در محصولات نهایی مانند خودرو، لوازم‌خانگی، لوازم الکترونیکی، و طیف وسیعی از دیگر محصولات وابسته به مس به‌منظور تأمین نیازهای جامعه است. هرکجا که مس و آلیاژهای آن وجود دارند، تجهیزات و ماشین‌آلات صنعتی نیز یافت می‌شوند. با توجه به دوام و ماشین‌کاری و ریخته‌گری دقیق و با مقاومت بالا، آلیاژهای مس برای ساخت محصولات نظیر چرخ‌دنده‌ها، یاتاقان‌ها و پردهای توربین ایده آل می‌باشند. قابلیت رسانایی حرارتی فوق‌العاده مس و توانایی مقاومت در برابر محیط‌های خشن، مس را به یک انتخاب ایده آل برای تجهیزات حرارتی، مخازن تحت فشار تبدیل می‌کند. خاصیت مقاومت مس و آلیاژهای مس (مانند برنج، برنز و نیکل) در برابر خوردگی، آن‌ها را برای استفاده در محیط‌های دریایی مناسب کرده است. مخازن، تانکرها، لوله‌های قرارگرفته در قعر آب دریا، پروانه‌ها، توربین‌ها، سکوها نفتی و نیروگاه‌های ساحلی، همه وابستگی به مقاومت مس در برابر خوردگی دارند.

شکل شماره (۵): میزان مصرف مس بر اساس فعالیت



(منبع: IWCC / ICA, ۲۰۱۵)

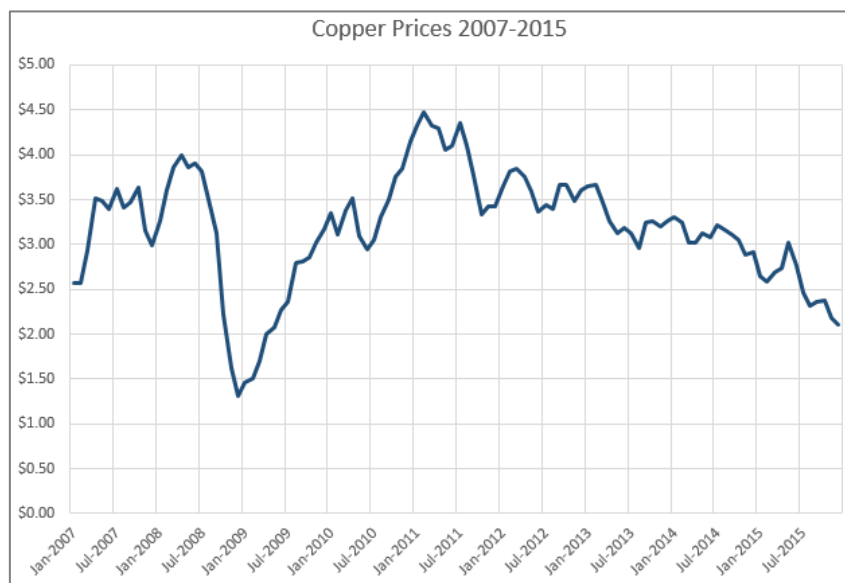
۲-۸- بررسی وضعیت قیمت مس

تجارت مس یکی از شاخص‌های اقتصادی است که به ساده‌ترین شکل وضعیت بازارهای اقتصادی کشورها را نشان می‌دهد. علت این اطمینان به مس برای سنجش اقتصاد، علاوه بر کاربرد وسیع آن در بخش‌های بنیادی و رشد فعالیت‌های اقتصادی

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

کشورهای به‌ویژه در حال توسعه و حتی توسعه‌یافته، ویژگی‌های متالورژیکی، و قیمتی خاص این فلز می‌باشد. مس، به‌عنوان کالای تجاری که بین تولیدکنندگان و خریداران معامله می‌شود دارای قیمت حال حاضر (قیمت نقدی) و قیمت آتی است. بازار بورس فلزات لندن (LME)، بازار بورس کالا نیویورک (COMEX/NYMEX) و بازار بورس آتی شانگهای (SHFE)، سه بازاری هستند که این نقش را ایفا می‌کنند.

شکل شماره (۶): بررسی روند قیمتی مس در بازه زمانی ۲۰۰۷-۲۰۱۵



(منبع: وبسایت بورس فلزات لندن (LME))

۲-۹- بررسی اجمالی وضعیت بازار مس ایران

در حال حاضر بخش عمده‌ای از فعالیت‌های تولید مس در کشور به‌خصوص صنایع بالادست شامل بهره‌برداری از معادن و تولید مس تصفیه‌شده، در اختیار شرکت ملی صنایع مس ایران است. شرکت‌های کوچک دیگری هم هستند که در حال تولید کنسانتره در ظرفیت‌های پایین و یا تولید کاتد هیدرومتالورژی از کانسنگ‌های اکسیدی هستند. ولی همان‌طور که اشاره شد، عمده تولید مس در کشور به شرکت ملی مس اختصاص دارد که با راه‌اندازی فاز ۲ کارخانه‌های تغلیظ سونگون و سرچشمه، روند رو به رشدی را در تولید مس سپری می‌کند.

هم‌اکنون، شرکت ملی مس از سه معدن بزرگ سرچشمه، سونگون و میدوک بهره‌برداری می‌کند. فرآیند تغلیظ مس و تولید کنسانتره، در سه مجتمع به همین نام در حال انجام است. این شرکت دو واحد ذوب در مجتمع‌های سرچشمه و خاتون‌آباد و یک

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

واحد پالایش مس در سرچشمه دارد. البته فاز اول پالایشگاه خاتون‌آباد هم در شرف راه‌اندازی است. علاوه بر واحدهای فوق، این شرکت دو واحد تولید مس به روش هیدرومتالورژی از کانسنگ‌های اکسیدی در مجتمع‌های سرچشمه و میدوک دارد. شرکت‌های کوچک‌تر، نظیر شرکت‌های چهار گنبد، میناکان، فلز رنگین، تکنار و چندین شرکت دیگر نیز هستند که تعداد آن‌ها به ۱۰ شرکت نیز نمی‌رسد. هر کدام از این واحدها، یک واحد تغلیظ دارند که محصول آن‌ها را شرکت ملی مس خریداری می‌کند. البته چند شرکت کوچک دیگر نیز وجود دارند که کاند مس از قراضه و یا کانسنگ‌های اکسیدی به روش هیدرومتالورژی تولید می‌کنند.

مصرف اصلی مس در صنایعی نظیر صنعت برق و مخابرات، صنعت ساختمان و تولید خودرو است. در مصارف صنعتی و تولید کالاهای مصرفی نیز عموماً به میزان قابل توجهی مس مصرف می‌شود. متأسفانه به دلیل رشد صنعتی پایین کشور، مصرف مس عمدتاً مختص به سه صنعت مذکور است. در وضعیت کنونی، افزایش قیمت مس و کسری بودجه، وزارت نیرو را بیشتر به سمت استفاده از کابل‌های آلومینیوم سوق داده است. همواره صنعت مس به دلیل ظرفیت‌های تولید موجود یکی از صنایع صادراتی ایران می‌باشد. طی یکی دو سال اخیر، تحریم‌های اعمال شده علیه ایران، گریبان این صنعت را نیز گرفته و با توجه به امتیازات و مزایای رقابتی نسبی تولید مس در منطقه، عملاً فروش خارجی مس با مشکلات بفرنجی همراه است. چین مقصد اصلی صادرات کانسارتره و ترکیه و امارات، مقصد اصلی صادرات مس تصفیه‌شده از کشور بودند.

در حال حاضر، شرکت‌های تولیدکننده مس چه در صنایع بالادست و چه در صنایع پایین‌دست، با مشکلات نقدینگی حاصل از افت قیمت‌ها و رکود بازار مواجه هستند. این وضعیت را می‌توان در میزان سودآوری مهم‌ترین شرکت تولیدکننده مس در ایران مشاهده کرد، شرکت ملی مس که تقریباً طبق ترازنامه‌های موجود در سامانه اطلاعیه‌های ناشران (کدال) سالانه بالغ بر یک هزار میلیارد تومان سود داشته، در حال حاضر به دلیل افت شدید قیمت‌های جهانی مس و هزینه‌های هنگفت سرمایه‌ای در پروژه‌های متعدد شرکت، و وضعیت مناسبی را پیش رو ندارد. به نظر می‌رسد دخالت دولت و سایر نهادهای مسئول و قانون‌گذار، گریبان صنعت را در شرایط سخت فعلی گرفته است. در واقع این صنعت، اسماً خصوصی شده است اما هنوز متأسفانه دولت از طریق در اختیار گرفتن بخش عمده‌ای از مالکیت شرکت‌های موجود در صنعت، دخالت و قدرت تصمیم‌گیری بخش خصوصی را کاهش داده است.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۲-۹-۱- بررسی فعالان بازار مس

طی مطالعه صورت گرفته و با بررسی پورتال‌های سازمان بورس و اوراق بهادار، بورس کالا، فرابورس و سامانه اطلاعیه‌های ناشران (کدال) از تاریخ ۱۳۸۸/۶/۱ لغایت ۱۳۹۵/۱۲/۲۹، عمده شرکت‌های فعال در بازار صنعت مس در زمینه‌های مختلف از جمله تولید و فرآوری به شرح ذیل می‌باشند:

شرکت ملی صنایع مس ایران، شرکت راد کابل شمال پارس، شرکت صنایع مس کاوه، شرکت دنیای مس کاشان، مجتمع معادن مس تکنار، شرکت گیل راد شمال، شرکت مس کاران، گروه صنایع افق البرز، شرکت صنایع مس شهید باهنر و شرکت بازیافت فلزات غیر آهنی رفسنجان.

با استناد به آمار معاملات روزانه بورس کالا و همچنین صورت‌های مالی شرکت‌های مذکور و همچنین تجزیه و تحلیل داده‌های موجود صنعت مس ایران، میزان تولید صنعت، شرکت‌ها و همچنین درصد سهم بازاری بنگاه‌ها، به تفکیک سال در جدول پیوست شماره (۱) برآورد و گردآوری شده است.

۲-۹-۲- بررسی مالکیت‌های شرکت‌های مس حاضر در بورس اوراق بهادار

با توجه به گزارش‌های سالیانه هیئت‌مدیره به مجمع عمومی شرکت‌ها، اطلاعات مالکیتی شامل نام سهامداران، تعداد سهام و درصد مالکیت آن‌ها در پیوست شماره (۲) تشریح شده است. با بررسی مالکیت شرکت‌های حاضر در بورس و فعال در صنعت مس می‌توان مالکیت دولتی بر آن‌ها را به وضوح مشاهده کرد. این میزان مشارکت و سهم داشتن در دولت در مالکیت تولیدکننده‌های مس نشان از انحصار دولتی و عدم اجازه ورود بخش خصوصی به آن‌ها را دارد.

۲-۹-۳- بررسی تمرکز بازار مس

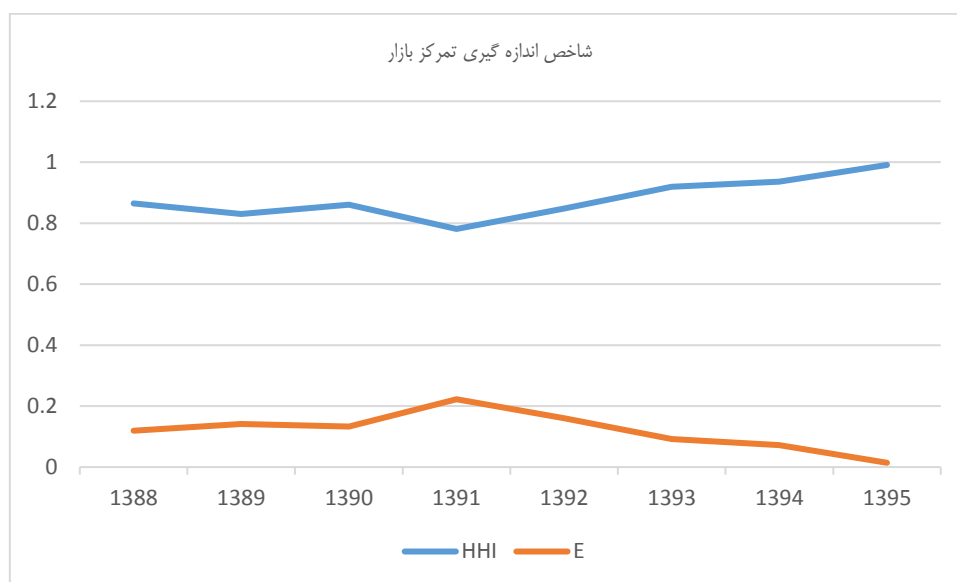
همان‌طور در بحث ادبیات موضوع و مبانی نظری مطرح شد برای تجزیه و تحلیل و بررسی ساختار حاکم بر صنعت مس ایران به ترتیب از ۳ شاخص اندازه‌گیری تمرکز (نسبت تمرکز ۴ بنگاه برتر (CR_4) ، هر فیندال-هیرشمن (HHI) و آنتروپی (E)) استفاده شده است، نتایج سالیانه برآورد این شاخص‌ها در جدول زیر قابل مشاهده می‌باشد.

جدول شماره (۴): نتایج محاسبات شاخص‌های تمرکز بازار مس

| شاخص/سال | ۱۳۸۸ | ۱۳۸۹ | ۱۳۹۰ | ۱۳۹۱ | ۱۳۹۲ | ۱۳۹۳ | ۱۳۹۴ | ۱۳۹۵ |
|----------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| CR: | ۰,۹۹ | ۱ | ۰,۹۹ | ۰,۹۹ | ۰,۹۹ | ۰,۹۹ | ۰,۹۹ | ۰,۹۹ |
| HHI | ۰,۸۶ | ۰,۸۲ | ۰,۸۶ | ۰,۷۸ | ۰,۸۴ | ۰,۹۱ | ۰,۹۳ | ۰,۹۹ |
| E | ۰,۱۱ | ۰,۱۴ | ۰,۱۳ | ۰,۲۲ | ۰,۱۶ | ۰,۰۹ | ۰,۰۷ | ۰,۰۱ |

همان‌طور که از جدول نتایج آزمون‌ها و شاخص‌های تمرکز بازار پیداست، ساختار بازار مس ایران در تمام بازه ۸ ساله مطالعه به صورت کاملاً انحصاری اداره می‌گردد تنها در برخی از سال‌ها مانند ۱۳۹۱، از شدت این انحصار کاسته شده است ولی مجدداً بازار به ساختار انحصار کامل گرایش داشته است و قریب به ۹۵ درصد تولیدات مس کشور را شرکت ملی صنایع مس ایران بر عهده دارد که این نشان از انحصار کامل این بنگاه اقتصادی در این صنعت دارد.

شکل شماره (۷): شاخص اندازه‌گیری تمرکز بازار مس



| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۲-۹-۴- بررسی زیان ناشی از انحصار

با توجه به بررسی ساختار بازار مس که به صورت انحصار کامل می‌باشد، می‌توان برای اندازه‌گیری زیان ناشی از انحصار به‌جای در نظر گرفتن تجزیه و تحلیل تمام بنگاه‌ها، تنها صورت‌های مالی انحصارگر اصلی (شرکت ملی صنایع مس ایران) را در نظر گرفت. با استفاده از معیارهای مذکور در بخش اول، به اندازه‌گیری رفاه ازدست‌رفته ناشی از این انحصار می‌پردازیم. معیار کالینگ مولر جزو بهترین و بهینه‌ترین شاخص‌های برآورد زیان ناشی از انحصار بازار می‌باشد که در جدول زیر مقادیر آزمون، تخمین زده شده است:

جدول شماره (۵): محاسبه ارزش زیان ناشی از انحصار صنعت مس

| ۱۳۹۵ | ۱۳۹۴ | ۱۳۹۳ | ۱۳۹۲ | ۱۳۹۱ | ۱۳۹۰ | ۱۳۸۹ | ۱۳۸۸ | |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|------------------------------------|
| ۲۰۵۱۴۲۱ | ۲۰۳۲۸۷۸ | ۱۱۱۳۳۰۸ | ۲۳۴۱۶۶۱ | ۳۷۹۸۲۱۷ | ۳۰۳۲۵۱۵ | ۳۰۰۲۹۱۶ | ۱۸۴۹۵۶۳ | مقدار زیان انحصار (میلیون ریال) |
| ۰,۱۲۴ | ۰,۰۱۶ | ۰,۰۶۷ | ۰,۱۶۰ | ۰,۳۳۳ | ۰,۳۶۵ | ۰,۴۳۹ | ۰,۳۲۳ | رویکرد کالینگ مولر ٪ از صنعت |
| ۶ | ۵ | ۶ | ۶ | ۸ | ۶ | ۴ | ۶ | تعداد بنگاه‌های فعال در بازار |

۲-۱۰- جمع‌بندی

همان‌طور که بیان شد، اهمیت و ضرورت تولید مس به دلیل خواص فیزیکی و شیمیایی منحصر به فرد، امری غیرقابل انکار است. همچنین با بررسی کلیات بازار جهانی مس می‌توان بیان کرد که این صنعت از لحاظ تولید و قیمت با مشکلات و نوسانات عدیده‌ای مواجه است. در ایران نیز بعد از ملی شدن معادن، عملاً تنها بنگاهی که به صورت مستمر و جدی در این زمینه فعالیت دارد، شرکت ملی صنایع مس ایران است. این عدم وجود بنگاه‌های رقیب و همچنین مشکلات ورود به صنعت و قوانین خاص، موجب شده است که ساختار بازار کاملاً انحصاری به خود بگیرد که طبق مدل‌ها و آزمون‌های متفاوتی که صورت پذیرفت، صحت این ادعا نیز مورد تأیید قرار گرفت. قدرت انحصاری شرکت صنایع ملی مس ایران به قدری بالا می‌باشد که تقریباً ۹۵

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

درصد از تولیدات مس کشور را در اختیار دارد. بنا بر تمامی نظریات اقتصادی وجود انحصار در بازار موجب ایجاد زیان اجتماعی و کاهش رفاه اجتماعی خواهد شد. طبق محاسبات صورت پذیرفته مطابق با معیارهای استاندارد برآورد زیان اجتماعی در اقتصاد، به‌طور متوسط سالانه ۲ هزار میلیارد ریال به‌عنوان زیان اجتماعی ناشی از انحصاری بودن بازار مس را اقتصاد ایران بر دوش می‌کشد.

۳- بازار آلومینیوم

۳-۱- مقدمه

آلومینیوم سومین عنصر فراوان در پوسته زمین می‌باشد و بیشترین نرخ رشد مصرف را در میان فلزات در طی سه دهه اخیر دارا بوده است که این امر به دلیل ویژگی‌های برتر آلومینیوم همچون سبکی وزن، سازگاری با محیط‌زیست و قابلیت تبدیل به مواد متنوع می‌باشد. این ویژگی‌ها، آلومینیوم را به‌عنوان یک فلز استراتژیک برای کشورهای مختلف بدل کرده است. آلومینیوم که عنصری نقره‌ای و انعطاف‌پذیر است، عمدتاً به‌صورت سنگ معدن بوکسیت یافت می‌شود. آلومینیوم، فلزی نرم و سبک، اما قوی است. ظاهری نقره‌ای خاکستری دارد و لایه‌نازک اکسیداسیونی که در اثر برخورد با هوا در سطح آن تشکیل می‌شود، از زنگ‌زدگی جلوگیری می‌کند. وزن آلومینیوم تقریباً یک سوم فولاد یا مس است. چکش خور و انعطاف‌پذیر بوده و به‌راحتی خم می‌شود. به‌علاوه، این عنصر غیر مغناطیسی، دومین فلز چکش خور و ششمین فلز انعطاف‌پذیر است.

اجزای سازه‌هایی که از آلومینیوم ساخته می‌شوند، در صنعت هوانوردی و سایر مراحل حمل‌ونقل، بسیار مهم هستند. همچنین در سازه‌هایی که در آن‌ها وزن پایدار و مقاومت لازم است، وجود این عنصر اهمیت زیادی دارد. آلومینیوم بعد از اکسیژن و سیلیسیم، سومین عنصر فراوان در پوسته زمین محسوب می‌شود و به‌طور کامل قابل بازیافت است و ۹۵ درصد نیز قابلیت ذخیره انرژی دارد. همه این عوامل سبب گردیده تا این فلز در ۳۰ سال گذشته در بین کل فلزات، بیشترین رشد مصرف را به خود اختصاص دهد و پیش‌بینی می‌گردد که در ۳۰ سال آینده نیز همین وضعیت ادامه یابد.

ماده اولیه و اصلی جهت تولید این فلز، اکسید آلومینیوم یا آلومینا (Al_2O_3) با درصد خلوص بالا بوده و در حدود ۹۰ درصد آلومینا جهت تولید آلومینیوم استفاده می‌شود. تولید هر تن آلومینیوم در جهان نیازمند ۲ تن آلومینا است و تولید هر یک تن آلومینا با استفاده از ۲ تا ۳ تن بوکسیت مقدور است. آلومینیوم خالص، نرم و دارای استحکام محدودی است. این فلز می‌تواند با کارهایی مانند لوله کردن و یا قالب‌بندی تا حدودی سخت شود و استحکام پیدا کند. اما این سختی و استحکام جهت به کار

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

بردن، نسبتاً پایین است و در نتیجه آلومینیوم، بیشتر همراه با سایر فلزات به صورت آلیاژ به کار می‌رود؛ هرچند که میزان فلزات افزوده شده به آلومینیوم دارای نسبت پایینی در آلیاژ می‌باشند.

۳-۲- تاریخچه آلومینیوم در ایران

تولید آلومینیوم در ایران از سال ۱۳۵۱ با ایجاد کارخانه آلومینیوم اراک آغاز گردید. سپس کارخانه آلومینیوم المهدی و هرمزال به مجموعه تولید آلومینیوم ایران افزوده شدند. در حال حاضر، ایران با برخورداری از ۳ کارخانه تولید آلومینیوم المهدی، ایرالکو و هرمزال با ظرفیت ۴۳۲ هزار تن، رتبه هجدهم جهان را از نظر میزان ظرفیت تولید آلومینیوم داراست.

۳-۳- ذخایر بوکسیت در ایران

کانسارهای بوکسیت ایران از نظر جغرافیایی در شمال شرق، شمال، شمال غرب، مرکز و جنوب غرب کشور پراکنده‌اند. این کانسارها در البرز، ایران مرکزی و زاگرس واقع شده‌اند. ذخایر بوکسیت در ایران چندان زیاد نیستند و با توجه به شرایط تشکیل بوکسیت و در نظر گرفتن مسائل زمین‌شناسی ایران، به نظر نمی‌رسد ذخایر قابل توجهی از نظر جهانی در ایران اکتشاف شود. با این حال برخی از این ذخایر در مناطق جاجرم، بوکان، سقز و آبگرم قزوین قرار دارند. عمده‌ترین معادن فعال بوکسیت ایران، معادن بوکسیت قشلاق در استان مازندران، بوکسیت جاجرم و بوکسیت گوش کمر در استان خراسان، خاک نسوز شهید نیلچیان در استان چهارمحال و بختیاری، بوکسیت مندون و جمال‌الدین در استان کهگیلویه و بویراحمد، خاک نسوز و بوکسیت رضا آباد در استان سمنان، بوکسیت صدرآباد در استان یزد، بوکسیت لاتریتی زان و بوکسیت شاه بلاغی در استان تهران و بوکسیت بیگلر در استان قزوین هستند. ذخیره ایران در حدود ۳۹ میلیون تن است که تقریباً ۰/۱ درصد از کل ذخایر بوکسیت دنیا را به خود اختصاص داده است.

ذخایری در حد ده‌ها میلیارد تن از این کانسارها در مناطق طارم، قزوین، منجیل و اهر وجود دارد. ایران جز کشورهای صادرکننده بوکسیت و آلومینیوم و محصولات مشتقه آن می‌باشد و سهم قابل توجهی در تجارت جهانی دارد اما با توجه به تقاضای داخلی و همچنین میزان صادرات آلومینیوم طبق آمار سال ۱۳۹۵ اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران بخشی از آلومینیوم مورد تقاضای داخلی از طریق واردات تأمین می‌گردد.

در ایران نخستین بار در سال ۱۹۵۸ در ناحیه بلبلیه در استان کرمان، بوکسیت گزارش شده است. پس‌از آن، در ادامه مطالعات زمین‌شناسی و اکتشافات بنیادی افق‌ها، ذخایری از بوکسیت در ایران کشف شد. به‌طور خلاصه، مهم‌ترین کانسارهای بوکسیت در ایران عبارت‌اند از:

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

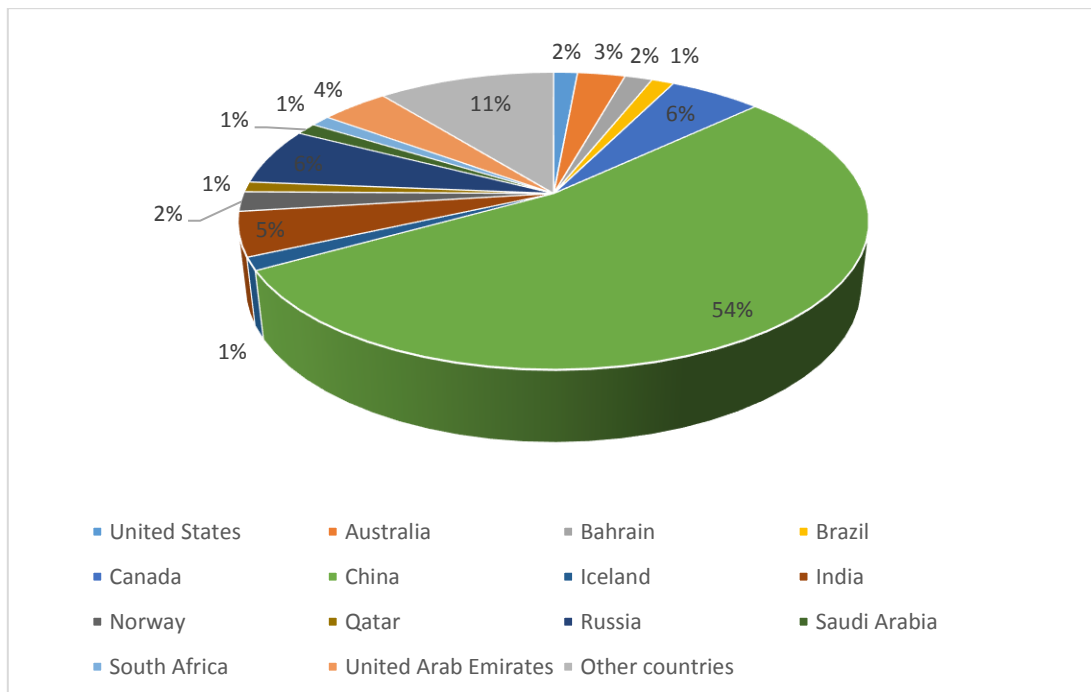
«بوکسیت سیاه رودبار، بوکسیت صدرآباد، بوکسیت شاه بولاغی دماوند، بوکسیت شمال یزد، بوکسیت آب گرم قزوین، بوکسیت چک چکو یزد، بوکسیت سرچاوه بوکان، بوکسیت سرفاریاب دهدشت»

طبق سند چشم‌انداز، ایران باید تا سال ۱۴۰۴ حداقل ۱،۵ میلیون تن ظرفیت تولید آلومینیوم ایجاد کند. با توجه به سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ و پیش‌بینی تولید حداقل یک میلیون و ۵۰۰ هزار تن شمش آلومینیوم می‌توان گفت که اگر ایران طبق برنامه پیش رود می‌تواند با گذر از عمان به رتبه ۱۷ جهانی دست یابد.

۳-۴- میزان تولید آلومینیوم

به گزارش سازمان زمین‌شناسی آمریکا، مجموعاً ۲۲۰ کارخانه تولید آلومینیوم در دنیا وجود دارد که کل ظرفیت تولیدی در سال ۲۰۱۶ حدود ۷۲۵۰۰ میلیون تن بوده است. ایران با تولید ۳۵۰ هزار تن در سال ۲۰۱۵ مکان بیستم تولید اولیه آلومینیوم را دارا می‌باشد و از طرفی رتبه تولید ایران در خاورمیانه در سال ۲۰۱۵ پنجم می‌باشد. همان‌طور که در شکل ۹ مشاهده می‌شود چین بزرگ‌ترین تولیدکننده آلومینیوم در دنیا و امارات متحده عربی بزرگ‌ترین تولیدکننده در خاورمیانه می‌باشند.

شکل شماره (۸): میزان تولید سال ۲۰۱۶ آلومینیوم جهانی به تفکیک کشور



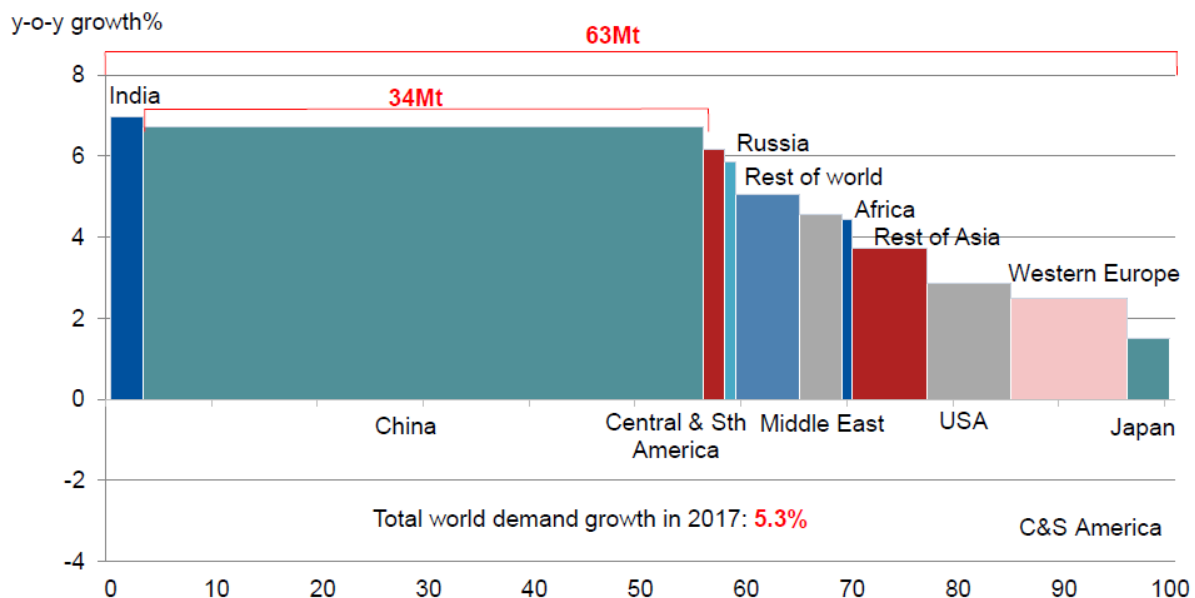
(منبع: گزارش سال ۲۰۱۷ سازمان زمین‌شناسی ایالات متحده آمریکا)

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۳-۵- مصرف آلومینیوم

به‌طور کلی میزان رشد تقاضای جهان در سال ۲۰۱۷ نسبت به سال قبل ۵,۳ درصد بوده است و همان‌طور که از نمودار زیر پیداست بیشترین میزان مصرف آلومینیوم مربوط به کشور چین است که البته با توجه به ظرفیت تولید بالای این کشور انتظاری جز این وجود نداشته است. پس از چین کشورهای منطقه اروپای غربی که غالباً صنعتی می‌باشند بیشترین تقاضا و مصرف آلومینیوم در جهان را دارا می‌باشند. همچنین آمریکا رتبه سوم مصرف آلومینیوم در دنیا را دارا می‌باشد.

شکل شماره (۹): میزان مصرف سال ۲۰۱۷ آلومینیوم جهانی به تفکیک منطقه



(منبع: گزارش سال ۲۰۱۷ CRU Aluminium Market OutlookSource)

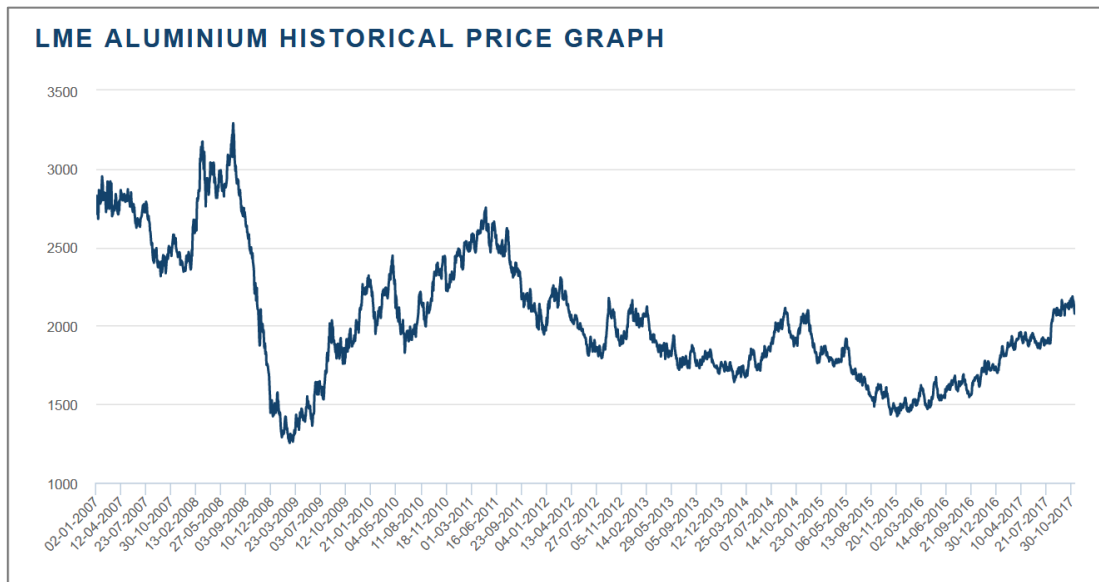
۳-۶- بررسی وضعیت قیمت آلومینیوم

از اواسط دهه هفتاد میلادی، شش شرکت بزرگ تولیدکننده آلومینیوم یعنی شرکت آلکوا، آلکان، رینولدز، کایزر، پچینی و آلوسوئیس، قدرت گذشته را در قیمت‌گذاری آلومینیوم از دست دادند. شرکت‌هایی که واحدهای ذوب آنها عمدتاً در مناطقی از آمریکای شمالی، اروپا، استرالیا و نیوزلند متمرکز بودند و تولیدات آنها چرخه کامل صنعت آلومینیوم، از استخراج سنگ

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

بوکسیت تا تولید قطعات آلومینیومی را شامل می‌شد. با وجود مقاومت شش شرکت اصلی برای حفظ انحصار، با رشد واحدهای ذوب در اقصی نقاط جهان، شاخص قیمت گذاری به مرور تغییر کرد.

شکل شماره (۱۰): بررسی روند قیمتی آلومینیوم در بازه زمانی ۲۰۰۷-۲۰۱۵



(منبع: وبسایت بورس فلزات لندن (LME))

۳-۷- بررسی فعالان بازار آلومینیوم

طی مطالعه صورت گرفته و با بررسی پورتال‌های سازمان بورس و اوراق بهادار، بورس کالا، فرابورس و سامانه اطلاعیه‌های ناشران (کدال) از تاریخ ۱۳۸۸/۶/۱ لغایت ۱۳۹۵/۱۲/۲۹، عمده شرکت‌های فعال در بازار صنعت آلومینیوم در زمینه‌های مختلف از جمله تولید و فرآوری به شرح ذیل می‌باشند:

«شرکت آلومتک، شرکت آلومینیوم المهدی، شرکت آلومینیوم ایران (ایرالکو)، شرکت هرمزال، شرکت آلومراد، شرکت صنایع نگین آلومینیوم گلپایگان، گروه نورد و قطعات آلومینیوم و شرکت فن‌آوری ذوب گلپایگان»

با استناد به آمار معاملات روزانه بورس کالا و همچنین صورت‌های مالی شرکت‌های مذکور و همچنین تجزیه و تحلیل داده‌های موجود صنعت آلومینیوم ایران، میزان تولید صنعت، شرکت‌ها و همچنین درصد سهم بازاری بنگاه‌ها، به تفکیک سال در جدول پیوست (۳) برآورد و گردآوری شده است.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۳-۷-۱- بررسی مالکیت‌های شرکت‌های آلومینیوم حاضر در بورس اوراق بهادار

با توجه به گزارش‌های سالیانه هیئت‌مدیره به مجمع عمومی شرکت‌ها، اطلاعات مالکیتی شامل نام سهامداران، تعداد سهام و در صد مالکیت آن‌ها در پیوست (۴) بیان شده است. در بررسی مالکیت شرکت‌های بزرگ صنعت آلومینیوم بیشتر شاهد حضور مالکیت دولتی و شرکت‌های دارای معادن و منابع تولید می‌باشیم، که این موضوع نشان از عدم اجازه ورود بخش خصوصی حتی شرکت‌های بزرگ به این بازار می‌شود.

۳-۷-۲- بررسی تمرکز بازار آلومینیوم

همان‌طور در بحث ادبیات موضوع و مبانی نظری مطرح شد برای تجزیه و تحلیل و بررسی ساختار حاکم بر صنعت آلومینیوم ایران به ترتیب از ۳ شاخص اندازه‌گیری تمرکز (نسبت تمرکز ۴ بنگاه برتر (CR_4) ، هرفیندال-هیرشمن (HHI) و آنتروپی (E)) استفاده شده است، نتایج سالیانه برآورد این شاخص‌ها در جدول زیر قابل مشاهده می‌باشد:

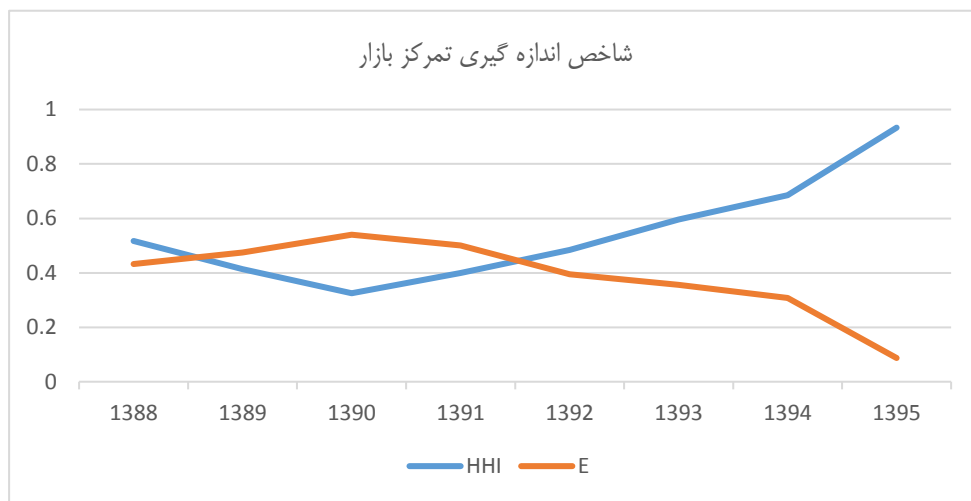
جدول شماره (۶): نتایج محاسبات شاخص‌های تمرکز بازار آلومینیوم

| شاخص/سال | ۱۳۸۸ | ۱۳۸۹ | ۱۳۹۰ | ۱۳۹۱ | ۱۳۹۲ | ۱۳۹۳ | ۱۳۹۴ | ۱۳۹۵ |
|----------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| CR_4 | ۰,۹۵ | ۰,۹۶ | ۰,۹۸ | ۰,۹۸ | ۰,۹۸ | ۰,۹۸ | ۰,۹۸ | ۰,۹۹ |
| HHI | ۰,۵۱ | ۰,۴۱ | ۰,۳۲ | ۰,۳۹ | ۰,۴۸ | ۰,۵۹ | ۰,۶۸ | ۰,۹۳ |
| E | ۰,۴۳ | ۰,۴۷ | ۰,۵۴ | ۰,۵۰ | ۰,۳۹ | ۰,۳۵ | ۰,۳۰ | ۰,۰۸ |

همان‌طور که از جدول نتایج آزمون‌ها و شاخص‌های تمرکز بازار پیداست، ساختار بازار آلومینیوم ایران در بازه ۸ ساله مطالعه به صورت انحصار چندجانبه (شرکت آلومینیوم ایران، شرکت آلومینیوم المهدی و شرکت هرمزال) اداره می‌گردد اما با گذشت زمان مجدداً به سمت انحصار کامل سوق پیدا کرده است به نحوی که در سال ۱۳۹۵ شرکت ملی آلومینیوم ایران سهم ۹۶ درصدی از تولیدات کل صنعت را دارا بوده است.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

شکل شماره (۱۱): شاخص اندازه‌گیری تمرکز بازار آلومینیوم



۳-۷-۳- بررسی زیان ناشی از انحصار

با توجه به بررسی ساختار بازار آلومینیوم که به صورت انحصار چندجانبه می‌باشد، می‌توان برای اندازه‌گیری زیان ناشی از انحصار به‌جای در نظر گرفتن تجزیه و تحلیل تمام بنگاه‌ها، تنها صورت‌های مالی بنگاه‌های انحصارگر اصلی (شرکت آلومینیوم ایران، شرکت آلومینیوم المهدی و شرکت هرمزال) را در نظر گرفت. از طرف دیگر به دلیل نبود اطلاعات و صورت‌های مالی شرکت‌های آلومینیوم المهدی و هرمزال، برای تخمین زیان ناشی از انحصار از طریق پروکسی وزن این شرکت‌ها نسبت به شرکت آلومینیوم ایران داده‌ها استخراج شده‌اند. با استفاده از معیارهای مذکور در بخش اول، به اندازه‌گیری رفاه ازدست‌رفته ناشی از این انحصار می‌پردازیم. معیار رویکرد کالینگ مولر جزو بهترین و بهینه‌ترین شاخص‌های برآورد زیان ناشی از انحصار بازار می‌باشد که در جدول شماره ۷ مقادیر آزمون، تخمین زده شده است:

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

جدول شماره (۷): محاسبه ارزش زیان ناشی از انحصار صنعت آلومینیوم

| ۱۳۹۵ | ۱۳۹۴ | ۱۳۹۳ | ۱۳۹۲ | ۱۳۹۱ | ۱۳۹۰ | ۱۳۸۹ | ۱۳۸۸ | |
|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|------------------------------------|
| ۲۰۱۶۵۸ | ۱۲۴۳۶۳ | ۶۱۳۳۲ | ۱۳۴۶۳ | ۱۱۸۵۵۹ | ۱۱۵۸۳ | ۳۶۳۸ | ۳۳۴۱۱ | مقدار زیان انحصار (میلیون ریال) |
| ۰,۰۰۸۹ | ۰,۰۰۸۳ | ۰,۰۰۳۶ | ۰,۰۰۰۹ | ۰,۰۱۰ | ۰,۰۰۱ | ۰,۰۰۰۵ | ۰,۰۰۰۵ | ٪ از صنعت |
| ۸ | ۸ | ۶ | ۶ | ۶ | ۶ | ۶ | ۵ | تعداد بنگاه‌های حاضر در صنعت |

۳-۸- جمع‌بندی

همان‌طور که بیان شد، آلومینیوم به دلیل دارا بودن ویژگی‌ها و مزایای یکتا، فلزی استراتژیک و قابل توجه می‌باشد. همچنین با بررسی کلیات بازار جهانی آلومینیوم می‌توان بیان کرد که این صنعت از لحاظ تولید و قیمت با مشکلات و نوسانات عدیده‌ای مواجه است. ساختار بازار آلومینیوم با توجه به بررسی میزان تولید شرکت‌های فعال در این صنعت به صورت انحصار چندجانبه می‌باشد که تمایل به انحصار کامل دارد، این شرکت‌ها که شامل شرکت ملی آلومینیوم ایران، آلومینیوم المهدی و شرکت آلومینیوم هرمز مال می‌باشند، تقریباً میزان ۹۶ درصد تولیدات آلومینیوم ایران را در اختیار دارند. طبق محاسبات صورت پذیرفته مطابق با معیارهای استاندارد برآورد زیان اجتماعی در اقتصاد، به‌طور متوسط سالیانه ۴۶ میلیارد ریال به‌عنوان زیان اجتماعی ناشی از رقابتی نبودن بازار آلومینیوم را اقتصاد ایران بر دوش می‌کشد که این عدد با اینکه مقدار اندکی است اما بازهم به‌عنوان هزینه‌ای بر جامعه را تحمیل می‌کند.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۴- بازار فولاد

۴-۱- مقدمه

فولاد یکی از کالاهای مهم و تأثیرگذار در رشد و توسعه صنعتی کشورها است. این کالا بعد از نفت و گاز دومین کالای پر حجم تجارت جهانی را تشکیل می‌دهد و تعداد زیادی از صنایع پایه از قبیل حمل‌ونقل، ساختمان، ساخت ماشین‌آلات، معدن و دیگر صنایع مرتبط با تولید و انتقال انرژی، به صنعت فولاد وابسته هستند. از این رو بهبود و توسعه صنعت فولاد از اهمیت ویژه‌ای در توسعه اقتصادی کشورها برخوردار است. در حال حاضر سالانه ۱۶۳۰ میلیون تن فولاد خام در جهان تولید می‌شود که ۰٫۶ درصد از سطح تولید آن در سال ۲۰۱۵ بیشتر است. این رشد عمدتاً به رشد تولید فولاد خام در چین که بزرگ‌ترین تولیدکننده فولاد در جهان است، مربوط می‌شود. ایران به علت داشتن ذخایر سنگ‌آهن، منابع قابل توجه انرژی، بازار مصرف رو به رشد و نیروی کار نسبتاً ارزان، مزیت نسبی مناسبی دارد.

۴-۲- تاریخچه فولاد در ایران

در سال ۱۳۳۸ اولین اقدام اساسی دولت وقت، تشکیل سازمان فنی مناسب برای ایجاد صنعت فولاد در کشور به نام «شرکت ملی ذوب‌آهن ایران» برای تولید فولاد به روش کوره بلند بود. با کشف و اثبات وجود ذخایر عظیم گاز طبیعی کشور و احداث شبکه سراسری انتقال گاز طبیعی و توسعه روش احیاء مستقیم در دنیا، ایجاد صنایع فولاد به روش احیاء مستقیم مورد توجه قرار گرفت و شرکت ملی صنایع فولاد ایران در سال ۱۳۵۱ با هدف ایجاد واحدهای فولادسازی به روش احیاء مستقیم و تأمین سنگ‌آهن مورد نیاز این واحدها تأسیس گردید. در سال ۱۳۵۸ پس از پیروزی انقلاب اسلامی، شرکت ملی ذوب‌آهن ایران و شرکت ملی صنایع فولاد ایران درهم ادغام و «شرکت ملی فولاد ایران» ایجاد شد. بدین ترتیب تخصصی‌ترین شرکت فعال در زمینه معدن و صنعت فولاد کشور شکل گرفت.

شرکت ملی فولاد ایران از بدو تأسیس تا سال ۱۳۸۰ به عنوان تنها شرکت تخصصی در زمینه مدیریت و هدایت کارخانه‌های فولادسازی و اجرای طرح‌های معدنی و فولادی فعالیت نمود و تقریباً بدون استثناء تمام کارخانه‌های بزرگ معدنی و فولادسازی کشور را اجرا و به بهره‌برداری رساند. یکی از پروژه‌های جدید، ساخت واحد فولاد آلیاژی ایران در یزد بود که در سال ۱۹۸۸ شروع و در سال ۱۹۹۸ به بهره‌برداری رسید. ظرفیت تولید این واحد صنعتی ۱۲۰۰۰۰ تن مقاطع فولاد آلیاژی و ۲۰۰۰۰ تن شمش فولاد آلیاژی بود. پروژه جدید دیگر مجتمع فولاد مبارکه می‌باشد که بزرگ‌ترین پروژه صنعتی در ایران می‌باشد. این مجتمع توسط مشارکت شرکت‌های ایتالیایی در اصفهان ساخته شد. ابتدا تصمیم بر آن بود تا این مجتمع صنعتی در بندرعباس ساخته شود ولی به دلیل نزدیکی اصفهان به معدن زغال سنگ چادرملو، در اصفهان ساخته شد. مجتمع فولاد مبارکه وابسته به

| | |
|---|---|
| اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران | بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری |
| سندیکای صنعت برق ایران | برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری |

شرکت ملی فولاد ایران و اولین واحد تولیدکننده فلت در جمهوری اسلامی ایران به‌وسیله تکنولوژی DRI-EAF-CC می‌باشد. این مجتمع در سال ۱۹۹۲ با ظرفیت تولید ۲۹۳۵ میلیون تن فولاد مذاب در سال به بهره‌برداری رسید.

۴-۳- ذخایر سنگ‌آهن در ایران

سنگ‌آهن مهم‌ترین ماده اولیه مورد استفاده در فرآیند تولید فولاد است. سنگ‌آهن نوعی سنگ حاوی رگه‌های آهن است که از طریق ذوب و جدا کردن ناخالصی‌های آن، آهن به دست می‌آید. آهن یکی از فراوان‌ترین عناصر فلزی موجود در زمین است و اکسید آن حدود ۵ درصد از پوسته زمین را شامل می‌شود. کانی‌های معدنی رایج سنگ‌آهن عبارت‌اند از هماتیت و مگنتیت که در برین آن‌ها مگنتیت دارای عیار آهن بالاتری است. کانسارهای سنگ‌آهن در تمام سطح کشور وجود دارند ولی تاکنون تعداد محدودی از آن‌ها مورد ارزیابی و اکتشاف قرار گرفته‌اند. مناطق دارای ذخایر آهن ایران عمدتاً در ۴ ناحیه زیر قرار دارند:

۱. ناحیه همدان اصفهان کرمان (که مهم‌ترین کانسار این ناحیه، معادن گل گهر سیرجان در استان کرمان است)

۲. ناحیه زنجان سمنان خراسان (که بزرگ‌ترین کانسار این ناحیه، معادن سنگ‌آهن سنگان در استان خراسان است)

۳. ناحیه انارک بافق یزد کرمان (که مهم‌ترین کانسار این ناحیه، معادن چغارت و چادرملو است)

۴. ناحیه بوشهر بندرعباس زاهدان

علاوه بر این نواحی، کانسارهای پراکنده‌ای نیز در حوالی ملایر، کاشان و نائین کشف شده‌اند. در حال حاضر ۹۹ معدن فعال سنگ‌آهن در کشور وجود دارند و از کل ۱۱۲ معدن سنگ‌آهن (فعال و غیرفعال) موجود در کشور ۱۰۵ معدن سنگ‌آهن متعلق به بخش خصوصی و ۷ معدن در مالکیت بخش دولتی است. صادرات سنگ‌آهن ایران بیشتر توسط شرکت‌های خصوصی و ۹۵ درصد آن به مقصد چین و هند انجام می‌گیرد.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۴-۴- میزان تولید فولاد

فولاد خام ریخته‌گری شده و به سه محصول نیمه‌تمام زیر تبدیل می‌شود:

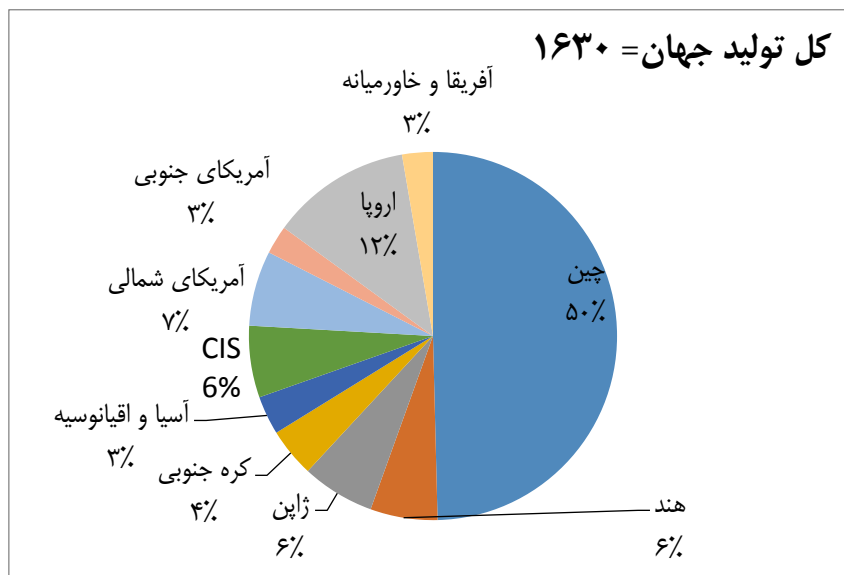
۱. شمش فولاد

۲. محصولات نیمه‌تمام به‌دست‌آمده از ریخته‌گری پیوسته (شامل بیلت، بلوم و اسلب یا تختال)

۳. فولاد مذاب برای ریخته‌گری

همان‌طور که در نمودار زیر قابل مشاهده است، از کل تولید ۱۶۳۰ میلیون تن فولاد در کل جهان سهم چین با ۴۹٫۶ درصد بیشترین میزان می‌باشد و پس از آن اروپا و آمریکای شمالی به ترتیب با سهم ۱۲٫۳ و ۶٫۸ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

شکل شماره (۱۲): میزان تولید فولاد برحسب منطقه و کشور تولیدکننده در سال ۲۰۱۶



(منبع: گزارش سال ۲۰۱۷ انجمن جهانی فولاد World Steel Association)

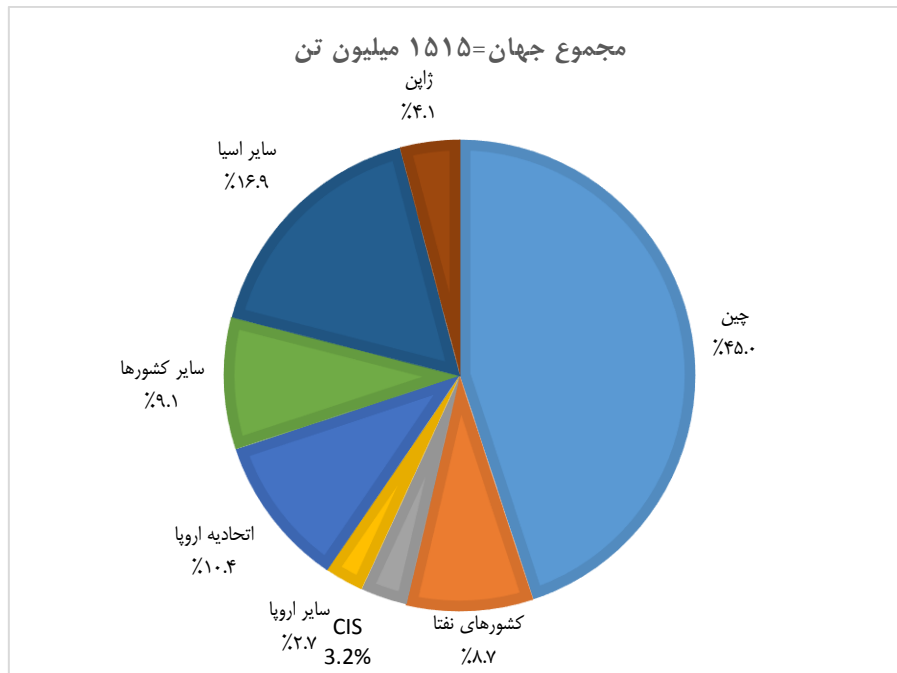
۴-۵- مصرف فولاد

مصرف فولاد را می‌توان به سه دسته مصرف ظاهری فولاد، مصرف حقیقی فولاد و مصرف واقعی فولاد دسته‌بندی کرد. مصرف ظاهری فولاد با کسر صادرات از مجموع تولید و واردات حاصل می‌شود. در سال ۲۰۱۶ میزان ۱۵۱۵ میلیون تن فولاد مورد مصرف جهانی قرار گرفته است که همانند بخش تولید چین با ۴۵ درصد مصرف از کل میزان تولید بیشترین سهم را در این

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

بخش دارد. آسیا (به جز ژاپن و چین) با ۱۶,۹ درصد در رتبه دوم قرار دارد. سهم م صرف در منطقه خاورمیانه نیز ۳,۵ درصد از میزان کل دنیا می‌باشد.

شکل شماره (۱۳): میزان مصرف فولاد به تفکیک کشور در سال ۲۰۱۶



(منبع: گزارش سال ۲۰۱۷ انجمن جهانی فولاد World Steel Association)

۴-۶- بررسی وضعیت قیمت فولاد

نمودار ذیل نشان می‌دهد که قیمت فولاد در فاصله زمانی تقریباً یک سال گذشته دارای روند نوسانی فزاینده می‌باشد به نحوی که در تاریخ مشابه در اکتبر ۲۰۱۷ نسبت به همین زمان در سال ۲۰۱۶، رشد تقریباً ۸۴ درصدی را داشته است.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

شکل شماره (۱۴): نمودار روند قیمتی جهانی فولاد از سال ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۷



(منبع: وبسایت trading economics)

۴-۷- بررسی فعالان بازار فولاد ایران

طی مطالعه صورت گرفته و با بررسی پورتال‌های سازمان بورس و اوراق بهادار، بورس کالا، فرابورس و سامانه اطلاعیه‌های ناشران (کدال) از تاریخ ۱۳۸۸/۶/۱ لغایت ۱۳۹۵/۱۲/۲۹، عمده شرکت‌های فعال در بازار صنعت فولاد در زمینه‌های مختلف از جمله تولید و فرآوری به شرح ذیل می‌باشند:

| | | | |
|-----------------------------|---------------------------------|----------------------|-----------------------------|
| فولاد کاویان | فولاد امیرکبیر کاشان | فولاد بناب | نورد و لوله صفا طوس |
| فولاد خراسان | فولاد افزار سپاهان | فولاد پارس آرمان شفق | نورد ایوان غرب |
| فولاد آلیاژی ایران | نورد فولاد کرمانشاه | فولاد خرم‌آباد | مجتمع فولاد صنعت بناب |
| فولاد مبارکه اصفهان | نورد فولاد صنعتی و ساختمانی یزد | کاوه کیش | فولاد کرمان |
| نورد و قطعات فولادی | نورد آریان فولاد | نورد فولاد گیلان | پرشین فولاد آریا |
| فولاد ذوب‌آهن اصفهان | مجتمع کارخانجات فولاد نطنز | مجتمع فولاد الیگودرز | ذوب‌آهن سیرجان |
| فولاد آلیاژی یزد | مجتمع فولاد گیلان | مجتمع جهان فولاد غرب | صدر فولاد |
| فولاد امیرکبیر خزر | مجتمع فولاد آریا ذوب | فولاد کرمان | فولاد اصفهان |
| نورد و لوله اهواز | فولاد قزوین | فولاد میبد | مجتمع فولاد ظفر بناب |
| گروه ملی صنعتی فولاد ایران | فولاد غرب آسیا | ذوب‌آهن ارومیه | آذر فولاد امین |
| پرشین صنعت خاورمیانه | فولاد سیادن ابهر | راهیابی صنعت فولاد | صبا فولاد زاگرس |
| تولیدی فولاد سپید فراب کویر | ذوب روی اصفهان | صنایع فولاد کوهپایه | فولاد توس حجت |
| فولاد آذربایجان | فولاد اکسین خوزستان | فولاد ارفع | شرکت صنایع فولاد کاوه تیکمه |
| فولاد خوزستان | فولاد البرز تاکستان | هرمزگان جنوب | فولاد ارگ تبریز |

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

با استناد به آمار معاملات روزانه بورس کالا و همچنین صورت‌های مالی شرکت‌های مذکور و همچنین تجزیه و تحلیل داده‌های موجود صنعت فولاد ایران، میزان تولید صنعت، شرکت‌ها و همچنین درصد سهم بازاری بنگاه‌ها، به تفکیک سال در جدول پیوست (۵) برآورد و گردآوری شده است.

۴-۸- بررسی مالکیت‌های شرکت‌های فولاد حاضر در بورس اوراق بهادار

با توجه به گزارش‌های سالیانه هیئت‌مدیره به مجمع عمومی شرکت‌ها، اطلاعات مالکیتی شامل نام سهامداران، تعداد سهام و درصد مالکیت آن‌ها به شرح پیوست (۶) می‌باشد. در بررسی مالکیت شرکت‌های بزرگ صنعت فولاد بیشتر شاهد حضور مالکیت بخش‌های عمومی غیردولتی، بخش دولتی و صندوق‌های سرمایه‌گذاری استانی می‌باشیم، که این موضوع نشان از عدم اجازه ورود بخش خصوصی حتی شرکت‌های بزرگ به این بازار می‌شود.

۴-۹- بررسی تمرکز بازار فولاد

همان‌طور در بحث ادبیات موضوع و مبانی نظری مطرح شد برای تجزیه و تحلیل و بررسی ساختار حاکم بر صنعت فولاد ایران به ترتیب از ۳ شاخص اندازه‌گیری تمرکز (نسبت تمرکز ۴ بنگاه برتر (CR_4) ، هرفیندال-هیرشمن (HHI) و آنتروپی (E)) استفاده شده است، نتایج سالیانه برآورد این شاخص‌ها در جدول زیر قابل مشاهده می‌باشد.

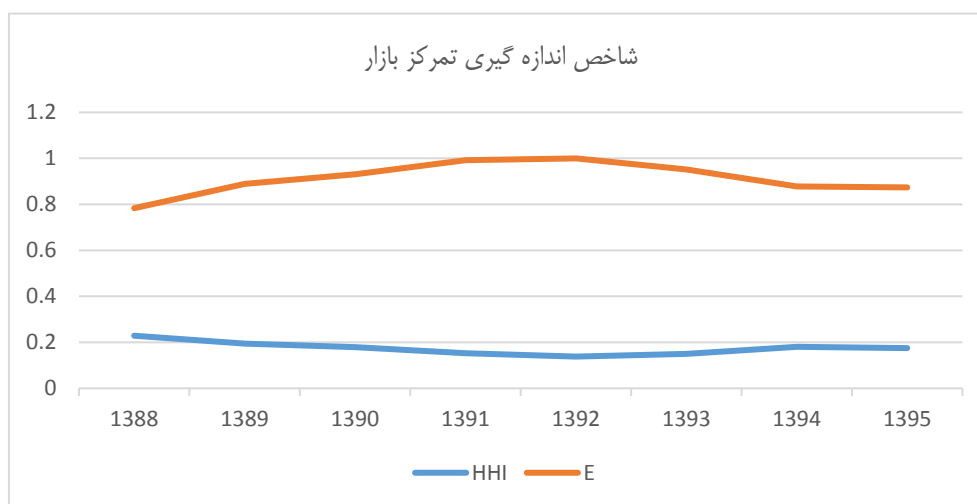
جدول شماره (۸): نتایج محاسبات شاخص‌های تمرکز بازار فولاد

| شاخص/سال | ۱۳۸۸ | ۱۳۸۹ | ۱۳۹۰ | ۱۳۹۱ | ۱۳۹۲ | ۱۳۹۳ | ۱۳۹۴ | ۱۳۹۵ |
|----------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| CR_4 | ۰,۸۵ | ۰,۷۹ | ۰,۷۷ | ۰,۶۷ | ۰,۶۵ | ۰,۶۸ | ۰,۷۲ | ۰,۷۰ |
| HHI | ۰,۲۲ | ۰,۱۹ | ۰,۱۷ | ۰,۱۵ | ۰,۱۳ | ۰,۱۵ | ۰,۱۸ | ۰,۱۷ |
| E | ۰,۷۸ | ۰,۸۸ | ۰,۹۳ | ۰,۹۹ | ۱ | ۰,۹۵ | ۰,۸۷ | ۰,۸۷ |

همان‌طور که از جدول نتایج آزمون‌ها و شاخص‌های تمرکز بازار پیداست، شکل غیررقابتی بازار فولاد ایران در بازه ۸ ساله مطالعه قابل مشاهده است اما این بازار نسبت به بازارهای مس و آلومینیوم درجه تمرکز کمتری دارد و سهم بنگاه‌های برتر (فولاد مبارکه اصفهان، ذوب‌آهن اصفهان، فولاد خوزستان و فولاد هرمزگان جنوب) از کل بازار به میزان متوسط ۷۰ درصد می‌باشد. این روند تقریباً در تمامی طول دوره بررسی یکسان بوده است و تنها در برخی سال‌ها به دلیل وجود شرکت‌هایی همچون فولاد ارفع، فولاد آذربایجان، فولاد کاوه کیش و ... درجه تمرکز اندکی کم شده است.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

شکل شماره (۱۵): شاخص اندازه‌گیری تمرکز بازار فولاد



۴-۱۰- بررسی زیان ناشی از انحصار

با توجه به اینکه ساختار بازار فولاد نیز همانند بازار آلومینیوم در ایران به صورت انحصار چندجانبه می‌باشد، می‌توان برای اندازه‌گیری زیان ناشی از انحصار، به جای در نظر گرفتن تجزیه و تحلیل تمام بنگاه‌ها، تنها صورت‌های مالی بنگاه‌های انحصارگر اصلی (فولاد مبارکه اصفهان، ذوب آهن اصفهان، فولاد خوزستان و فولاد هرمزگان جنوب) را در نظر گرفت. با استفاده از معیارهای مذکور در بخش اول، به اندازه‌گیری رفاه ازدست‌رفته ناشی از این انحصار می‌پردازیم. معیار رویکرد کالینگ مولر جزو بهترین و بهینه‌ترین شاخص‌های برآورد زیان ناشی از انحصار بازار می‌باشد که در جدول زیر مقادیر آزمون، تخمین زده شده است:

جدول شماره (۹): محاسبه ارزش زیان ناشی از انحصار صنعت فولاد

| ۱۳۹۵ | ۱۳۹۴ | ۱۳۹۳ | ۱۳۹۲ | ۱۳۹۱ | ۱۳۹۰ | ۱۳۸۹ | ۱۳۸۸ | |
|--------|--------|--------|---------|---------|--------|--------|--------|---------------------------------|
| ۴۴۵۵۲۲ | ۴۴۹۹۸۸ | ۳۷۵۴۶۷ | ۱۱۳۷۸۸۵ | ۱۰۸۴۱۵۹ | ۲۷۰۱۴۵ | ۳۶۸۰۸۰ | ۱۳۸۱۹۱ | مقدار زیان انحصار (میلیون ریال) |
| ۰,۰۲ | ۰,۰۳ | ۰,۰۲ | ۰,۰۷ | ۰,۰۹ | ۰,۰۳ | ۰,۰۵ | ۰,۰۲ | % از صنعت |
| ۱۳ | ۱۹ | ۳۳ | ۳۶ | ۳۴ | ۳۴ | ۳۰ | ۱۶ | تعداد بنگاه‌های فعال در بازار |

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۴-۱۱- جمع‌بندی

فولاد یکی از کالاهای مهم و تأثیرگذار در رشد و توسعه صنعتی کشورها است. این کالا بعد از نفت و گاز دومین کالای پر حجم تجارت جهانی را تشکیل می‌دهد و تعداد زیادی از صنایع پایه از قبیل حمل‌ونقل، ساختمان، ساخت ماشین‌آلات، معدن و دیگر صنایع مرتبط با تولید و انتقال انرژی، به صنعت فولاد وابسته هستند. از این رو بهبود و توسعه صنعت فولاد از اهمیت ویژه‌ای در توسعه اقتصادی کشورها برخوردار است. با توجه به بررسی‌های صورت گرفته و آنالیزهای مربوط به ساختار بازار فولاد در ایران نتایج نشان داده است که این بازار به دلیل فعالیت شرکت‌های متعدد از تمرکز کمتری نسبت به بازار آلومینیوم و مس برخوردار است، اما از طرف دیگر با توجه به بررسی مالکیت سهامداران عمده شرکت‌های بزرگ، مشاهده می‌شود مالکیت مشترک بین شرکت‌ها وجود دارد برای نمونه مالکیت برخی از شرکت‌های بزرگ مانند فولاد هرمزگان جنوب در اختیار شرکت فولاد مبارکه اصفهان می‌باشد که نشان از قدرت انحصاری بالای برخی فعالان بازار می‌باشد. همچنین در رابطه زیان اجتماعی ناشی از عدم رقابت در این بازار به‌طور متوسط در بازه زمانی مورد مطالعه تقریباً ۵۳۴ هزار میلیون ریال می‌باشد که میزان قابل توجه و تأمل است.

۵- تأثیر انحصار بازار مواد خام اساسی بر سازندگان صنایع پایین‌دستی

در زنجیره‌های صنعتی ایران، رانت منابع خام و انرژی که به حلقه‌های اولیه زنجیره (صنایع بالادستی) تزریق می‌شود و ناکارآمدی فعالیت‌های اقتصادی بخش دولتی و شبه دولتی در صنایع بالادستی موجب ایجاد مشکلاتی برای تولیدکنندگان صنایع پایین‌دستی صنعت برق کشور جهت تأمین مواد اولیه مورد نیاز برای تولید محصولات این صنعت می‌شود. مسأله‌ای که در کنار این موضوع مطرح می‌شود این است که همین مقدار عرضه شده مواد اولیه هم از کیفیت مطلوب و قیمت مناسب نسبت به مشابه خارجی خود بهره‌مند نبوده و زمان عرضه آن‌ها به‌طور منظم و با توجه به نیاز بازار نیست. عوامل مهمی همچون روند مستمر افزایش قیمت مواد اولیه داخلی و در موارد بسیاری گران‌فروشی، موجب بالابردن قیمت تمام شده و کاهش قدرت رقابتی، تنزل حاشیه سود و تشدید رکود در صنایع و مصرف‌کنندگان پایین‌دستی را فراهم آورده است. معافیت صادراتی مالیاتی و از سوی دیگر ارزان‌فروشی صادراتی در کنار تعرفه‌ها و هزینه‌های بالای واردات موجب شده که در سال‌های اخیر تولیدکنندگان صنایع پایین‌دستی برای تأمین مواد اولیه بین ۱۵ تا ۳۰ درصد بیش از تولیدکنندگان رقیب در کشورهای آسیایی پرداخت کنند.

شاخص کل بهای تولیدکننده صنعتی در اسفند ۱۳۹۶ در مقایسه با متوسط سال ۱۳۹۵، به میزان ۱۷ درصد رشد داشت. این شاخص برای صنایع بالادستی تولید فلزات پایه و تولید مواد شیمیایی به ترتیب ۶۰ و ۴۷ درصد و در مقابل برای صنایع پایین‌دستی تولید محصولات فلزی و تولید محصولات لاستیکی و پلاستیکی ۱۳ درصد افزایش پیدا کرد. روند تند افزایش قیمت

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

مواد اولیه داخلی هیچ تناسبی با بالا رفتن نرخ تورم عمومی کالاها و خدمات و همچنین هزینه‌های تولید آنها ندارد. بخش صنعت ضریب اهمیت ۵۲ درصدی در محاسبه کل شاخص بهای تولیدکننده (اعم از صنعت، کشاورزی یا خدمات) را دارد. بهای تولیدکننده «مواد شیمیایی و فرآورده‌های شیمیایی» و «فلزات پایه» ضمن اثرگذاری بالا بر صنایع پایین‌دستی، سهم مستقیم ۳۲ درصدی از بخش صنعت و ۱۷ درصدی از کل را دارد. در نتیجه افزایش شدید بهای مواد اولیه داخلی، به شدت بر تورم بهای تولیدکننده و به تبع آن تورم بهای مصرف‌کننده تأثیر می‌گذارد^۹. از جمله مهم‌ترین اثرات انحصاری بودن صنایع بالادستی تامین‌کننده مواد اولیه شرکت‌های صنعت برق در ایران می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. نقدینگی و قدرت خرید پایین شرکت‌های صنایع پایین‌دستی به منظور واردات مستقیم مواد اولیه مورد نیاز خود
۲. مشکلات ارتباطات بانکی، بیمه‌ای، گشایش‌های اعتباری و...
۳. قیمت بالا و کیفیت نامناسب مواد اولیه داخلی نسبت به محصولات خارجی
۴. نوسانات قیمتی، نرخ ارز
۵. ریسک‌های مالی
۶. عدم استفاده از ظرفیت ایجاد استغال در صنایع پایین‌دستی
۷. صادرات مواد خام به جای صادرات محصول نهایی با ارزش افزوده بالا
۸. از دست رفتن مزیت نسبی در رقابت پذیری جهانی به دلیل عدم استفاده از منابع بومی.

۶- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

امروزه بسیاری از مطالعات تجربی به بررسی بازارها به‌منظور اتخاذ سیاست‌های مفید و اثرگذار در حوزه اقتصاد مربوط می‌شوند. از طرفی با یک نگاه اجمالی به صنایع ایران درمی‌یابیم که سیاست‌های اعمال شده در این صنایع به‌طور عمده در قالب سیاست‌های جایگزینی واردات بوده است که در عمل چیزی جز ایجاد ساختار انحصاری و متمرکز را در اکثر بازارهای صنعتی کشور از جمله بازار فلزات اساسی به ارمغان نیاورده است، به‌طوری‌که قدرت انحصاری موجود در این بازارها در اختیار چندین بنگاه برتر بوده که در سایه اعمال سیاست‌های حمایتی دولت، با نگاهی درون‌نگر و به صورت تضمین شده، بازار داخلی را در

^۹ شاخص بهای تولیدکننده در ایران، اردیبهشت ماه ۱۳۹۷، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

اختیار دارند و منجر به ایجاد ساختار صنعتی انحصاری شده‌اند. از این جهت شناسایی ساختار بازارها می‌تواند گامی مؤثر در سیاست‌گذاری‌ها به‌جا گذارد.

شرکت‌های سازنده تجهیزات برقی برای تولید محصولات خود نیازمند تأمین مواد خامی هستند که بخش اصلی آن‌ها را فلزات اساسی (مس، فولاد، آلومینیوم) تشکیل می‌دهند که تولید آن‌ها در انحصار شرکت‌های بزرگ و صنایع بالادستی است که عموماً توسط نهادهای عمومی و یا دولتی اداره می‌شوند. بازار این مواد خام اساسی به دلیل انحصارهای موجود، شرایط مبادله و تجارت را به نفع شرکت‌های صنایع بزرگ تعیین می‌کند و صنایع پایین‌دستی که می‌توانند ارزش افزوده و اشتغال ایجاد کنند نمی‌توانند روی قیمت و شرایط خرید تأثیرگذار باشند. مقابله با انحصار و اثرات مخرب آن بر اقتصاد ملی در صنایع بالادستی و تأمین مواد خام نیازمند سازوکارهایی برای تنظیم مقررات بازار مواد خام اساسی است که بتواند در جهت تخصیص بهینه منابع و حداکثر بهره‌برداری منابع ملی شود.

تمرکز یکی از جنبه‌ها و ابعاد مهم ساختار بازار می‌باشد که نشان می‌دهد بازار تا چه اندازه به رقابت نزدیک یا از آن دور است. تمرکز بیانگر نحوه توزیع بازار بین بنگاه‌های مختلف می‌باشد و معرف دو جنبه یعنی تعداد بنگاه‌ها و نابرابری در توزیع سهم بازار بنگاه‌ها می‌باشد. بر اساس نظریه قدرت بازار، وجود تمرکز بالا در یک صنعت، منجر به کسب سود انحصاری می‌شود. از میان معیارهای شاخص‌های نسبت تمرکز، هر فیندال - هیرشمن، آنتروپی به‌منظور شناسایی بازار در این مطالعه به کار گرفته شده‌اند. با استفاده از روش آماری و محاسبه شاخص‌های تمرکز، نتایج نشان داد که در بازار مس در ایران ما با انحصار کامل مواجه هستیم که تنها شرکت ملی صنایع مس ایران دارای ۹۸ درصد از سهم تولیدات را بر عهده دارد. در بازار آلومینیوم شرایط ساختاری بازار به سمت انحصار چندجانبه سوق پیدا کرده است که انحصارگران این بازار به ترتیب سهم بازار، شرکت ملی آلومینیوم ایران، آلومینیوم المهدی و آلومینیوم هرمز آل می‌باشند. این روند غیررقابتی همچنین در بازار فولاد نیز ادامه دارد، با توجه به اینکه بازار فولاد از درجه تمرکز کمتری نسبت به دو بازار قبلی برخوردار است اما همچنان ظرفیت تقریباً ۸۰ درصد از تولیدات فولاد در اختیار ۵ بنگاه بزرگ، فولاد مبارکه اصفهان، ذوب‌آهن اصفهان، فولاد خراسان، فولاد خوزستان و فولاد هرمزگان جنوب می‌باشد. شایان‌ذکر است که در بازار فولاد برخی شرکت‌های بزرگ مانند فولاد مبارکه اصفهان با در اختیار داشتن مالکیت سهام عمده‌ای از شرکت‌های دیگر دارای قدرت انحصاری و چانه‌زنی بالاتری می‌باشند.

به‌طور کلی عملکرد اقتصادی عبارت است از مجموعه آثار و نتایجی که از فعالیت اقتصادی ناشی می‌شود. انحراف قیمت از هزینه نهایی و کاهش سطح تولید متناظر آن مولد هزینه رفاهی مصرف‌کنندگان و یکی از جنبه‌های مهم عملکرد بنگاه می‌باشد. اما

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

مسئله‌ای قابل ذکر آن است که صرف دانستن نوع ساختار یک صنعت و حصول اطمینان از انحصاری بودن آن کل اطلاعات موردنیاز در خصوص هزینه اجتماعی انحصار را در برنمی‌گیرد، بلکه ما نیازمند شاخص‌هایی در جهت اندازه‌گیری هزینه اجتماعی انحصار می‌باشیم. به‌منظور محاسبه هزینه اجتماعی انحصار، روش‌های مختلفی ارائه شده‌اند، که هر کدام از آن روش‌ها با انجام یک سری از فروض تخمین‌های مختلفی از هزینه رفاهی انحصار ارائه می‌کنند. در این تحقیق برای برآورد میزان زیان ناشی از انحصار در بازارهای مورد مطالعه از شاخص کالینگ و مولر بهره گرفته شده است. همان‌طور که مشاهده شد، میزان رفاه از دست‌رفته ناشی از انحصار رابطه نزدیک و مستقیمی با ساختار بازار و حجم بازار دارد، با توجه به انحصار کامل بودن بازار مس این میزان به مراتب از دیگر بازارها بیشتر است و البته با توجه به حجم بزرگ بازار فولاد نیز مقدار زیان اجتماعی غیررقابتی بودن این صنعت نیز قابل توجه می‌باشد.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

فصل دوم

تدوین بسته سیاستی برای بهینه‌سازی بازار و رفع آثار منفی انحصار

۱- مطالعه تجارب جهانی و داخلی سازوکارهای سیاست‌های تنظیم بازارهای انحصاری و انحصار چندجانبه

۱-۱- مقدمه

تخصیص بهینه منابع، افزایش سطح تولید، جلوگیری از ائتلاف جهت کسب سودهای انحصاری و برقراری عدالت اجتماعی نتیجه مستقیم عملکرد رقابتی بازارها است. با توجه به اینکه بسیاری از انحصارهای عمده و زیان‌آور موجود مستقیماً دولتی بوده و یا به‌طور غیرمستقیم تحت مالکیت و یا نظارت واحدهای دولتی هستند (مانند شرکت‌های سرمایه‌گذاری، نهادها و ...) و اکثراً بر اساس قانون و یا مقررات خاص شکل گرفته‌اند، لذا برای اصلاح آن‌ها نیاز به بازبینی قوانین موجود و تدوین مقررات و مکانیزم‌های جدید احساس می‌گردد.

در این زمینه برای روشن شدن فضای موردبحث جهت ایجاد بستر حقوقی و یا اصلاح قوانین ناکارآمد موجود، مرور ادبیات پیشین و تجربیات بین‌المللی دیگر کشورها می‌تواند چارچوب کلی این فرآیند را مشخص نماید. در این بخش ابتدا به تشریح مفهوم سیاست رقابت، نقش سیاست رقابت در تنظیم قوانین و ابزارهای سیاست رقابت پرداخته شده است. در بخش پایانی این گزارش نیز تجربیات کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه و همچنین فعالیت‌های ترویج رقابت در ایران به‌طور مختصر بیان شده است.

۱-۲- مفهوم و تعریف سیاست رقابت

سیاست رقابت؛ «مجموعه‌ای از سیاست‌ها و قوانین برای حصول اطمینان از آن است که رقابت در بازار به‌گونه‌ای محدود نشده است که برای جامعه مضر باشد». به بیان دیگر سیاست رقابت؛ مجموعه سیاست‌ها و قوانینی است که باهدف ترویج رقابت، افزایش کارایی بازارها و بهبود بهره‌وری در بازارهای انحصاری طراحی و پیاده می‌شوند. همچنین سیاست رقابتی با حفظ رقابت بین تولیدکنندگان، متضمن پدید آمدن نوآوری‌های فناورانه و در نتیجه متعادل شدن قیمت‌ها و حفظ منافع مصرف‌کنندگان در اقتصاد خواهد شد.

سیاست رقابتی دو رکن اساسی دارد؛ یکی «قانون رقابت» که تنظیم‌کننده اقدامات فعالان اقتصادی در بازار است و دیگری مجموعه سیاست‌های دولت جهت افزایش فضای رقابتی در کشور است که این بخش شامل سیاست‌های تجاری، صنعتی،

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

خصوصی‌سازی، حمایت از مصرف‌کنندگان و سیاست‌های تنظیم‌کننده بازار سرمایه و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی می‌شود. برخی موضوعات قانون رقابت به‌عنوان ارکان اصلی این قانون در عموم قوانین رقابتی که در کشورهای مختلف دنیا وضع شده است، دیده می‌شود و می‌توان گفت چارچوب قانون رقابت را تشکیل می‌دهند. این موضوعات عبارت‌اند از بیان هدف قانون، تعیین قلمرو قانون و تعاریف آن، تعیین اقدامات و توافقات غیرمجاز، موضوع سوءاستفاده از موقعیت تسلط بر بازار، کنترل‌ها و اختطرها برای ادغام بنگاه‌ها در یکدیگر.

۱-۳- نقش سیاست رقابت در تنظیم قوانین و مقررات

سازگاری و مطابقت مقررات حاکم بر بازار با اهداف سیاست رقابتی یکی از سؤالات اساسی سیاست‌گذاری و ارائه پیشنهاد سیاستی است. بر اساس تجربیات کشورها، نسبت مقررات قانونی حاکم بر بازار را با سیاست‌های رقابتی می‌توان در چهار شکل تعریف کرد:

۱. **مقررات با سیاست‌های رقابت در تضاد هستند؛** در برخی موارد مقررات موجود با سیاست‌های رقابت در تضاد هستند و یا ممکن است شرایطی را تقویت کند؛ که منجر به نقض قانون رقابت شود. به‌عنوان مثال، مقررات موجود ممکن است منجر به هماهنگی قیمتی (یکسان‌سازی قیمت‌ها)، ممنوعیت تبلیغات (یکی از راه‌های رقابت بین بنگاه‌ها) و یا تقسیم بازار به‌صورت منطقه‌ای شوند که تمامی این موارد با اصول سیاست‌های رقابت در تناقض می‌باشند. گرچه هدف از این مقررات ارتقاء رقابت بوده است، اما اغلب منجر به بروز رفتارهای ضد رقابتی می‌شوند. در بسیاری از موارد قوانین و مقررات حاضر در تعارض با سیاست‌های رقابت می‌باشند که نیازمند اصلاح هستند.

۲. **مقرراتی که جایگزین سیاست رقابت هستند؛** در شرایطی که وجود انحصارات اجتناب‌ناپذیر می‌باشد، مقررات و قوانین هستند که به‌طور مستقیم با کنترل قیمت‌ها، موانع ورود و قدرت فعالان بازار، موجب تنظیم بازار می‌شوند. تغییرات تکنولوژی ممکن است منجر به ایجاد انحصار شود، در این حالت سیاست‌های رقابتی برای جلوگیری از انحصار و اعمال نظارت بر قدرت بازاری ناکافی خواهند بود، لذا مقررات می‌توانند به‌صورت جایگزین در اصلاح این رویه به‌طور مستقیم نقش داشته باشند.

۳. **مقررات می‌تواند با سیاست رقابت هم‌پوشانی داشته باشند؛** در برخی موارد ممکن است قوانین موجود، مشابه سیاست رقابت عمل کنند و از ایجاد هماهنگی میان بنگاه‌ها که منجر به اختلال بازار می‌شود، جلوگیری کنند.

۴. **مقررات استفاده از روش‌ها و ابزارهای سیاست رقابت در قوانین؛** برای دستیابی به اهداف قانون‌گذاری ابزارهایی در جهت استفاده از عوامل بازار و پویایی رقابت، طراحی می‌شوند. در برخی موارد قوانین و مقررات از ابزارهای طراحی‌شده توسط سیاست

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

رقابت استفاده می‌کنند، لذا هماهنگی^{۱۰} و سازمان‌دهی ارکان مختلف یعنی هدف و ابزار، بین قانون‌گذاری و سیاست رقابت، ضروری می‌باشد.

۱-۴- ابزارهای سیاست رقابت

قوانین عمومی رقابت در مواجهه با مشکلات سوءاستفاده از انحصار به سه دسته تقسیم می‌شوند: دسته اول، توافقنامه‌ها هستند که مشتمل بر دو نوع می‌باشند: موافقت‌نامه‌های افقی که بیان‌کننده توافقات میان شرکت‌های تولیدی، محصولات یکسان می‌باشد و توافق‌نامه‌های "عمودی" است که مبین توافق شرکت‌ها در مراحل مختلف توزیع و فروش محصولات می‌باشد. دسته دوم مربوط به برخی از قوانین انحصار و یا سوءاستفاده از موقعیت غالب است و دسته سوم، قوانین مرتبط با مسائل ادغام‌ها می‌باشد، مانند اشتراک‌گذاری سهام یا دارایی، سرمایه‌گذاری مشترک، ایجاد سهام متقابل است.

برای روشن شدن بیشتر مفاهیم مربوط به طبقه‌بندی قوانین عمومی رقابت در زمینه مقابله با انحصار در زیر به تبیین هر یک از موارد بالا خواهیم پرداخت:

الف) توافق‌نامه‌های افقی: توافق‌های افقی بین گروهی از شرکت‌ها که محصولات یکسان تولید می‌کنند برای کنترل انحصاری قیمت‌ها، محدود کردن تولید و جلوگیری از ورود رقبای جدید و نوآوری به بازار شکل می‌گیرد. توافق‌های افقی افراطی‌ترین نوع تبانی محسوب می‌شود که مانع پویایی رقابت در بازار می‌شود و در نتیجه موجب، افزایش قیمت و کاهش میزان تولید می‌گردد. در حال حاضر، اکثر قوانین عمومی رقابت در مورد توافق‌نامه‌هایی^{۱۱} برای کنترل قیمت‌ها، محدود کردن تولید و تقسیم بازار بسته می‌شوند، بسیار سخت‌گیرانه رفتار می‌کنند. در چنین توافقاتی ممکن است شرکت‌ها در مورد روش‌های اجتناب از رقابت و یا نظارت بر شرکت‌ها، باهم تبانی کنند. همکاری افقی در سایر مسائل، مانند استانداردهای محصول و تحقیق و توسعه، ممکن است بر رقابت تأثیر بگذارد، اما این که آیا اثر مثبت یا منفی است، به شرایط بازار بستگی دارد. بنابراین، اکثر قوانین در مواجهه با این توافق‌ها، در ارزیابی اثرات احتمالی آن‌ها و شناسایی رفتارهای بهینه و کارآمد ممکن است، با مشکل روبرو شوند.

ب) توافقات عمودی: توافق‌های عمودی عموماً در جهت کنترل کانال توزیع محصولات شکل می‌گیرند. در این دسته از توافقات نگرانی از تبانی برای افزایش قیمت‌ها، محدودیت تولید (یا کیفیت پایین تولیدات)، یا جلوگیری از ورود محصولات نوآورانه نیز

^{۱۰} Co-ordination

^{۱۱} (Naked Agreements) (nudum pactum): توافق میان دو طرف که هیچ اثر قانونی، حقوقی و ضمانت اجرایی ندارند.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

وجود دارد. از آنجاکه تأثیرات موافقت‌نامه‌های عمودی بر رقابت می‌تواند پیچیده‌تر از توافقات افقی باشد، تنوع قوانین و مقررات حاکم بر موافقت‌نامه‌های عمودی بیشتر از توافقات افقی می‌باشد. یک نوع ابتدایی همکاری عمودی، توافق‌نامه حفظ قیمت فروش مجدد^{۱۲} است: توافقات افقی عمودی می‌توانند حداقل یا حداکثر قیمت را ایجاد کنند. موافقت‌نامه‌هایی که حقوق مالکیت انحصاری یا قلمرو فعالیت را تخصیص می‌دهد. می‌تواند موجب کاهش رقابت میان توزیع‌کنندگان و جلوگیری از ورود سایر تأمین‌کنندگان به بازار شود. موافقت‌نامه‌های مربوط به فروش ترکیبی محصولات^{۱۳}، می‌تواند منجر به معرفی محصولات جدید و یا مانع از ارائه محصولات جدیدی گردد که بستگی به شرایط بازار توافقی میان شرکت‌ها دارد. وجود حق امتیازات در بازار منجر به ایجاد مجموعه‌ای از توافقات افقی عمودی می‌شود؛ به‌طور مثال، توافق‌نامه حق امتیاز^{۱۴} شامل مقررات مربوط به همکاری شرکت‌ها در مناطق جغرافیایی متفاوت، در مورد خرید انحصاری منابع تولید و علامت تجاری (برند) مخصوص یک محصول می‌باشد.

انحصارگرایی و یا سوءاستفاده از تسلط: سوءاستفاده از تسلط یا انحصارگرایی، دسته دوم از قوانین عمومی رقابت را مشمول می‌شود. در زمان وقوع انحصار کامل که شرایط کاملاً غیررقابتی است و عدم وجود بنگاه‌های رقیب محقق شده است، قیمت‌های بالاتر و تولید کمتری را در بازار شاهد می‌باشیم. از طرف دیگر انحصار موجب کاهش کارایی و نوآوری در روند تولید می‌گردد. قوانین ضدانحصاری به دنبال روش‌هایی برای کنترل رفتار شرکت‌های دارای موقعیت انحصاری، هستند.

کنترل ادغام: این دسته از قوانین به دنبال آن است که از طریق ایجاد ترکیبات ساختاری (محدودیت‌ها در مورد آستانه میزان دارایی و گردش مالی) مانع تسلط بنگاه‌ها به‌واسطه ادغام آن در بازار شود. برای تشخیص این نوع از رفتارهای میان شرکت‌ها معمولاً از آزمون‌ها و روش‌های مربوط به تشخیص سلطه بازاری بنگاه‌ها^{۱۵} استفاده می‌شود. در این موارد فرآیند تحلیل رقابت بین

^{۱۲} *Resale price maintenance*: توافق‌نامه‌ای میان شرکت‌های تولیدکننده و توزیع‌کننده است، که به‌موجب آن، کارخانه‌های تولیدی، به‌طور مستقل و جداگانه یا جمعی، قیمت‌های حاشیه‌ای را معین می‌کنند، که عمده‌فروشان و خرده‌فروشان، محصولات آن‌ها را باید بر این پایه، به فروش مجدد برسانند. اگر توزیع‌کننده به‌صورت آشکار یا پنهانی، قیمت محصول موردنظر را بالا ببرد، تولیدکننده می‌تواند به‌صورت یک‌طرفه، این موافقت‌نامه را فسخ نماید.

^{۱۳} *agreements product combinations*: موافقت‌نامه‌ها و مجوزهایی است که برای فروش ترکیبی محصولات استفاده می‌گردد. معمولاً این موافقت‌نامه‌ها زمانی صورت می‌گیرد که فروش یک یا چند محصول غیرمجاز در کنار محصولات دارای مجوز به‌صورت ترکیبی رخ دهد. برای مثال فروش هم‌زمان و باهم یک نوع دارو دارای مجوز به همراه یک دارو بدون مجوز، نوعی از این توافقات می‌باشد.

^{۱۴} *franchise agreement*: یک قرارداد حقوقی که در آن یک کسب‌وکار (بنگاه اقتصادی) برای ارائه نام تجاری، مدل عملیاتی به بنگاه دیگر جهت راه‌اندازی کسب‌وکار مشابه خود در ازای دریافت مبلغ و برخی از سهم درآمد حاصل از آن، موافقت می‌کند. توافق‌نامه حق امتیاز، جزئیات مربوط به وظایف و جرائم هر یک از طرفین را مشخص می‌کند.

^{۱۵} در گزارش بخش اول پروژه (صفحه ۱۱) اشاره شده است.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

بنگاه‌ها با بررسی سهم نسبی شرکت‌ها در بازار محصولات انجام می‌شود. در بحث ادغام یکی از مهم‌ترین رفتارهای غیررقابتی ایجاد موانع ورود برای بنگاه‌های جدید می‌باشد، لذا برای کنترل این موارد، اکثر سیستم‌های نظارتی مرتبط با سیاست رقابت، به‌نوعی از آزمون سهم بازار^{۱۶} استفاده می‌کنند. ادغام در بازارهای غالباً متمرکز با ظهور شرکت‌هایی با سهم بازاری بالاتر، بر روی رقابت تأثیر می‌گذارد؛ بنابراین اغلب سیستم‌های نظارتی روش‌هایی را مانند محدودیت مبادلات با حجم بسیار بالای مالی و اقتصادی توسط شرکت‌ها را برای جلوگیری از بروز چنین مشکلاتی را در نظر می‌گیرند.

۱-۶- تجربیات کشورهای دیگر در زمینه قوانین حمایت از رقابت و ضدانحصار

در این بخش تجربیات تعدادی از کشورهای منتخب در زمینه قوانین رقابتی مورد بررسی قرار گرفته است. انتخاب هر یک از این کشورها مبتنی بر ویژگی‌هایی بوده است که می‌توانسته است به شناخت بیشتر طیف متنوعی از سیاست‌های رقابت منجر شود. بر این اساس ترکیه به دلیل شباهت‌های جمعیتی و جغرافیایی، نروژ به دلیل شباهت‌های اقتصادی یعنی سهم زیاد منابع طبیعی و کنترل دولت در اقتصاد، برزیل، مکزیک، یونان و رومانی به دلیل دارا بودن تجربیات به‌روز در زمینه سیاست رقابت و بالاخره آمریکا، انگلستان و چین به دلیل پیشینه و سابقه طولانی مدت در زمینه جلوگیری از رفتارهای ضد رقابتی، مورد بررسی قرار گرفته‌اند. در ادامه نتایج بررسی اجمالی این کشورها با تمرکز بر ساختار سازمانی نهاد حمایت از رقابت و نمونه‌هایی از پرونده‌ها و نحوه تعامل با شرکت‌ها در جهت جلوگیری از سوءاستفاده از قدرت انحصاری بیان شده است.

۱-۶-۱- برزیل

دوره مدرن سیاست رقابت در برزیل در سال ۱۹۹۴ با تصویب قانون جدیدی مشتمل بر مجموعه‌ای از سیاست‌های توسعه‌یافته برای مقابله با دوره تورم آغاز شد. این قانون سیستم سیاست‌های رقابت برزیل (BCPS)^{۱۷}، را تشکیل داد که شامل سه سازمان بود: شورای اداری بازسازی اقتصادی (CADE)^{۱۸}، اداره امور اقتصادی (SDE)^{۱۹} در وزارت دادگستری و دبیرخانه نظارت

^{۱۶} این آزمون به بررسی سهم بازاری هر یک از بنگاه‌های فعال در بازار می‌پردازد که منظور از سهم بازار نسبت تولیدات یک بنگاه نوعی به کل تولیدات صنعت می‌باشد، هرچه تعداد بنگاه‌های بیشتری در بازار فعالیت داشته باشند و ورود بنگاه‌های جدید با مانع روبرو نباشد، میزان سهم بازاری بنگاه‌های موجود کمتر و میزان رقابت در بازار افزایش خواهد یافت. ادغام‌ها از طریق یکی شدن ظرفیت تولیدی و سهم بازار چندین بنگاه، باعث ایجاد قدرت انحصاری می‌گردند.

^{۱۷} Brazil Competition Policy System

^{۱۸} Conselho Administrativo de Defesa Econômica

^{۱۹} Secretaria de Direito Econômico

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

اقتصادی (SEAE)^{۲۰} در وزارت اقتصاد. شورای اداری بازسازی اقتصادی مسئول سیاست‌گذاری رقابت در برزیل است، نقش SDE تحقیق و دادرسی و SEAE مسئول تجزیه و تحلیل اقتصادی است. قانون رقابت، شورای اداری بازسازی اقتصادی را به‌عنوان یک سازمان مستقل تعریف می‌کند که، متشکل از رئیس‌جمهور و شش عضو شورا دیگر است که توسط رئیس‌جمهور و تائید مجلس سنا برای مدت دو سال انتخاب می‌شود، که امکان انتصاب مجدد برای یک دوره اضافی، را نیز دارند.

اعضای SDE توسط وزیر دادگستری انتخاب می‌شوند و در نقش دادستانی، مسئولیت انجام تحقیقات و برخی از وظایف اجرایی اولیه را بر عهده‌دارند. دبیرخانه نظارت اقتصادی، که افراد آن توسط وزیر امور مالی منصوب می‌شوند، مسئولیت تحقیقاتی بدون اختیارات دادرسی و پیگیری حقوقی و قضایی دارند. در قانون رقابت دبیرخانه نظارت اقتصادی موظف است تا گزارش‌های فنی از معاملات مربوط به ادغام شرکت‌ها را تهیه و به اداره امور اقتصادی وزارت دادگستری ارائه نماید، همچنین دبیرخانه نظارت اقتصادی در صورت نیاز، اجازه ارائه نظرات در مورد بازرسی‌های بازرگانی صورت گرفته توسط اداره امور اقتصادی وزارت دادگستری را دارا می‌باشد.

سیستم سیاست‌های رقابت برزیل، به‌طور منظم شکایات مبنی بر سوءاستفاده از قدرت انحصاری را که توسط بخش خصوصی ارائه می‌شود، بررسی می‌کند. یکی از پرونده‌های مطرح مربوط به همکاری پزشکان با یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های بیمه درمانی در برزیل به نام Unimed بوده است. در این پرونده؛ که شرکت بیمه با پزشکان محلی و بیمارستان‌ها برای ارائه خدمات بهداشتی تبانی می‌کرده است و تخمین زده شده است که بیش از ۵۰٪ از پزشکان، در این ترتیبات انحصاری مشارکت داشته‌اند. سیستم سیاست‌های رقابت برزیل، این موارد را بر اساس شهر و سهم بازار مورد تجزیه و تحلیل قرار داده است. یکی دیگر از پرونده‌های جلوگیری از تسلط بر بازار، بازار قطعات خودرو است که پس از تجزیه تحلیل‌ها معلوم شده است چند شرکت بزرگ برای خارج کردن رقبا از بازار و کسب امتیازات انحصاری با یکدیگر تبانی کرده‌اند.

قیمت‌گذاری تهاجمی^{۲۱} به‌عنوان سوءاستفاده از قدرت بازاری و نقض ماده ۲۰ قانون رقابت برزیل محسوب می‌شود. در سال‌های اخیر اداره امور اقتصادی وزارت دادگستری تصمیم گرفته است در مواردی که مراکز خرید بزرگ از طریق قیمت‌گذاری و عدم

^{۲۰} Secretaria de Acompanhamento Econômico

^{۲۱} predatory pricing: عرضه کالا یا خدمت به قیمتی پایین‌تر از هزینه تمام‌شده آن به‌نحوی که لطمه جدی به دیگران وارد کند یا مانع ورود اشخاص جدی به بازار شود.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

دسترسی به بازار به دلیل فاصله مکانی زیاد بر روی مصرف‌کنندگان فشار وارد نموده‌اند، دست به بازبایی قوانین زدند و با استناد به تعریف بازار، مراکز خرید بزرگ را موظف به ارائه خدمات در قبال بازارهای کوچک محلی کند.

اداره امور اقتصادی وزارت دادگستری در طی سال‌های ۲۰۰۵-۲۰۰۹ اصلاحاتی را در بخش ارتباطات به انجام رسانید. **Telemar**، ارائه‌دهنده خدمات خطوط ثابت و یک شرکت چاپ و نشر راهنمای تلفن می‌باشد که دارای قدرت سلطه و انحصاری است. پس از بررسی‌های صورت گرفته مشخص شد که فعالیت شرکت مذکور مصداق ممانعت از رقابت بوده و لذا جریمه ناشی از سوءاستفاده از سلطه برای شرکت **Telemar** صادر شد و همچنین اجازه ورود دیگر شرکت‌ها به این بازار فراهم گردید. در یکی دیگر از موارد فعالیت شرکت **Telesp** که ارائه‌کننده خدمات اینترنت ثابت در ایالت سائوپائولو می‌باشد، مصداق رفتار تبعیض‌آمیز و ناعادلانه بر مصرف‌کنندگان شناخته شد و مجازات قانونی شامل جریمه نقدی و عدم اجازه فعالیت در بازه زمانی مشخص اعمال گردید. مورد دیگر در بخش ارتباطات، پرونده شرکت **Globosat**، ارائه‌دهنده برنامه‌های تلویزیونی بود که از قدرت انحصاری پخش رویدادهای ورزشی برخوردار بود. طبق تشخیص این اداره رفتار این شرکت به رقابت در بازار پخش شبکه‌های ورزشی (بازار بالادست) و ارائه تلویزیون ماهواره‌ای خرده‌فروشی (بازار پایین دست) آسیب رسانده است. طبق نظر اداره امور اقتصادی در وزارت دادگستری، شرکت مذکور مجبور شد از حقوق انحصاری خود برای برخی از رویدادها، از جمله مسابقات فوتبال، برای مدت سه سال محروم شود.

۱-۶-۲- انگلیس

انگلیس از ۵۰ سال پیش، ابزارهای سیاست رقابتی را به کار گرفت است و نهادهای اصلی آن شامل وزارت تجارت و صنعت^{۲۲} (DTI)، مدیرکل تجارت منصفانه (OFT)^{۲۳} و کمیسیون رقابت (که قبلاً کمیسیون انحصارها و ادغام) می‌باشد؛ برنامه خصوصی‌سازی در انگلستان یکی از اصلی‌ترین اصلاحات در زمینه حمایت از سیاست رقابت بود، که در چارچوب اصول سیاست رقابت و اهداف کاهش اندازه دولت و کاهش بار مالی شرکت‌های ناکارآمد برای تأمین بودجه را دنبال می‌کرد. تصویب قانون رقابت سال ۱۹۹۸ از مهم‌ترین دستاوردهای سیاست‌گذاری در این زمینه می‌باشد. مسئول اصلی اجرای قانون، اداره کل تجارت خارجی (DGFT)^{۲۴} می‌باشد. اعضای شورای اصلی کمیسیون رقابت در اداره کل تجارت خارجی برای مدت ۵ سال توسط وزیر تجارت و صنعت منصوب می‌شوند.

^{۲۲} Department of Trade and Industry

^{۲۳} The Office of Fair Trading

^{۲۴} Directorate General of Foreign Trade

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

کمیسیون رقابت دارای ۲ عضو تمام‌وقت شامل، رئیس کمیسیون و رئیس دادگاه تجدیدنظر می‌باشد و سایر اعضای آن پاره‌وقت هستند: ۲ معاون رئیس، ۵۵ عضو هیئت‌مدیره، ۲۳ عضو هیئت‌مدیره برق، آب، مخابرات، و مسائل مربوط به برق و ۲۰ عضو هیئت‌داوران تجدیدنظر.

قانون تجارت منصفانه دو نوع «انحصار» را تعریف می‌کند:

- (۱) " انحصار در مقیاس"^{۲۵}؛ این انحصار زمانی رخ می‌دهد که یک بنگاه بیش از ۲۵ درصد از سهم بازار را دارا باشد.
 - (۲) در "انحصار مرکب"^{۲۶}، تعدادی از اشخاص باهم بیش از ۲۵ درصد سهم بازار را در اختیار داشته و باهم تباری داشته باشند که در نتیجه آن‌ها رفتاری‌های ضد رقابتی باشد.
- با توجه به تعریف انحصار در قانون رقابت، در هر یک از پرونده‌های مورد بررسی، کمیسیون باید تعیین کند؛ شرکت‌هایی که مصداق "انحصارگر" شناخته شده‌اند، آیا از قدرت بازار برخوردار هستند و آن را به گونه‌ای به کار می‌گیرند که منافع عمومی را در معرض خطر قرار دهند یا خیر؟ نمونه‌هایی از رفتار شرکت‌های غالب یا "معیارهای انحصارطلبی" عبارت‌اند از:

* امتناع از عرضه (صنعت دوچرخه و کنترل آفات)؛

* شرایط محدودکننده در قرارداد کپی‌رایت^{۲۷} (بازی‌های ویدئویی)؛

* قیمت‌گذاری تبعیض‌آمیز (داروهای ضدبارداری)؛

* قیمت‌گذاری تهاجمی (نمک سفید، لنت‌های چشمی)

راه‌حلی‌هایی که معمولاً توسط وزارت تجارت و صنعت به کار گرفته می‌شوند شامل کنترل قیمت‌ها و تقسیم‌بندی بازارها می‌باشند. اغلب این راهکارها و توصیه‌ها به «منافع عمومی» ارتباط داده می‌شود و بر اساس این اصل شرکت‌ها می‌بایست رفتارهای آینده خود را تنظیم و تعدیل نمایند. کمیسیون رقابت از طریق توصیه و تغییر قوانین موجود ضد رقابتی و همچنین رژیم نظارتی مخصوص بر تمام فعالیت‌های تولیدکنندگان و زنجیره خرده‌فروشان نظارت می‌کند. مبنای تصمیم‌گیری کمیسیون رقابت، بررسی سطوح

^{۲۵} scale monopoly

^{۲۶} complex monopoly

^{۲۷} copyright licensing agreements

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

قیمت و سودآوری بنگاه‌ها است که اثبات و یا رد ادعای استفاده بنگاه از قدرت و سلطه بازاری را نشان می‌دهد. اولین جریمه تحت قانون رقابت سال ۱۹۹۸ برای سوءاستفاده از سلطه در قالب تبعیض قیمت بود. تأمین‌کننده انحصاری یک محصول دارویی با سهم بازار بیش از ۹۵٪، قیمت‌ها را برای بیمارستان‌ها و بیماران بالاتر از حد معمول نگه‌داشته بود که این رفتار مصداق کاهش منافع اجتماعی و ضد رقابت می‌باشد. بنابراین، با تحلیل دقیق قیمت‌ها و سود شرکت تولیدکننده، کمیسیون به تعیین قیمت تعادلی و همچنین جریمه شرکت خاطی دست زد. از جمله جرائم و مجازات تصویب‌شده توسط کمیسیون رقابت، جریمه قابل‌توجه به میزان حدود ۵ درصد از کل گردش مالی شرکت برای تخلف گران‌فروشی و حمایت از کاهش قیمت‌ها می‌باشد.

۱-۶-۳- ایالات متحده آمریکا

از مهم‌ترین کشورهای پیشرو در زمینه الزامات اجرایی قوانین مربوط به رقابت، ایالات متحده آمریکا است که با داشتن دو سازمان در زمینه رقابت در سطح ملی، از دو مدل متفاوت برای اجرای قوانین رقابتی استفاده می‌کند. اولین سازمان، بخش ضدانحصار وزارت دادگستری^{۲۸} است که بخشی از شاخه اجرایی دولت مستقر در وزارت دادگستری است که با تصویب قانون شرم^{۲۹} برای مقابله با انحصارات راه‌اندازی شد. در این قانون به‌طور سنتی، برای مقابله با انحصارات، از پیگرد قانونی (جزایی)، به‌جای تجزیه و تحلیل‌های سیاستی استفاده شده است. کمیسیون بازرگانی فدرال^{۳۰} سازمان دیگری است که ارتباط‌دهنده قوه مجریه و قوه مقننه می‌باشد و بودجه آن توسط مجلس تعیین می‌گردد. از آنجاکه برای پرهیز از دوباره‌کاری‌ها، مسئولیت‌های این دو سازمان کاملاً از یکدیگر جدا شده، تعارضی بین این دو سازمان، در طول تاریخ به وجود نیامده است؛ اگرچه در راستای هماهنگ کردن سیاست‌ها و فعالیت‌ها با سازمان دیگر، هزینه‌هایی به هر کدام از این دو سازمان تحمیل شده است.

به‌طور سنتی، بخش ضدانحصار، در تصمیم‌گیری‌های خود دارای استقلال است و هیچ‌گونه تأثیرپذیری از مقامات سیاسی بالاتر در شاخه‌های اجرایی دولت، ندارد. در مواردی که این سازمان نمی‌تواند با اختیار خود، دستورات محدودکننده‌ای وضع کند، باید از یکی از قضات مستقل فدرال مجوز بگیرد. استقلال کمیسیون بازرگانی از این موضوع ناشی می‌شود که اعضای آن برای یک دوره ثابت در پست موردنظر باقی می‌مانند و رئیس‌جمهور نمی‌تواند به علت مخالفت با سیاست‌های کمیسیون، هیچ‌کدام از اعضا را برکنار نماید. به دلیل انتصاب مقامات اصلی هر سازمان (اعضای کمیسیون و رئیس بخش ضدانحصار) توسط رئیس‌جمهور با

^{۲۸} Antitrust Division of the Department of Justice (DOJ)

^{۲۹} Sherman Act

^{۳۰} Federal Trade Commission (FTC)

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

تأیید سنا رئیس کمیسیون بازرگانی توسط رئیس‌جمهور از میان اعضای آن انتخاب می‌شود و بیش از سه نفر از پنج نفر اعضای کمیسیون نباید از یک حزب سیاسی باشند، این ساختار امکان بهره‌برداری سیاسی و گروهی از آن را به حداقل رسانده است. یکی از موارد تنظیم مقررات و قوانین برای رسیدگی به پرونده انحصار در شبکه تلفن بوده است. در آمریکا مطابق با قانون، ارائه خدمات راه دور و خدمات محلی شبکه تلفن ملی مجزا می‌باشند. بر این اساس اقدامات انحصارطلبانه‌ای را که رقبا را در بخش تجهیزات و خدمات راه دور حذف می‌کند، مورد بررسی قرار گرفته‌اند، به‌طور مثال، در مورد شرکت AT & T^{۳۱}، فعالیت‌های مربوط به کسب قدرت انحصاری در بازار با اعمال محدودیت‌ها ممنوع شده است.

۱-۶-۴- نروژ

سازمان رقابت نروژ^{۳۲} مسئولیت ضمانت اجرایی قوانین مربوط به رقابت را در کشور نروژ را بر عهده دارد. وزارت کار و امور دولتی^{۳۳} نروژ چارچوب اداری و اجرایی سازمان مذکور را تهیه می‌کند، ولی در هیچ موردی، نمی‌تواند دستور خاصی را صادر کند به‌نحوی که استقلال در تصمیم‌گیری نیز از جمله اختیارات این سازمان می‌باشد. پس از تصویب قانون رقابت نروژ در سال ۲۰۰۴، دولت می‌تواند بررسی بخشی از اقتصاد را به سازمان رقابت پیشنهاد دهد، ولی نمی‌تواند در مورد نحوه تصمیم‌گیری، الزامی برای سازمان ایجاد کند. امکان رد تصمیم‌گیری‌های سازمان رقابت در صورت مغایرت آن با قانون توسط وزارت وجود دارد.

قانون رقابت نروژ^{۳۴} استفاده از قدرت بازاری را منع نمی‌کند بلکه رفتار ضد رقابتی که می‌تواند باعث ایجاد موقعیت غالب در بازار شود را از طریق مداخله مستقیم کنترل می‌کند، این بدین معناست که "سازمان رقابت نروژ" در مورد کاهش بهره‌وری و اخلال در تعادل اقتصادی تصمیم‌گیری می‌کند. اگرچه بررسی قدرت بازار یک ابزار از تجزیه و تحلیل سازمان رقابت نروژ است، اما این قانون از اصطلاحات "سوءاستفاده"^{۳۵} یا "سلطه"^{۳۶} استفاده نمی‌کند و هیچ الزام قانونی برای نشان دادن موقعیت غالب وجود ندارد.

^{۳۱} شرکت ارتباطات راه دور آمریکا. بزرگ‌ترین شرکت مخابرات تلفن ثابت، سرویس‌دهنده اینترنت پهنای باند، اشتراک تلویزیون اینترنتی و دومین اپراتور شبکه تلفن همراه آمریکا است.

^{۳۲} Norwegian Competition Authority (NCA)

^{۳۳} Ministry of Labor and Government Administration

^{۳۴} Norwegian Competition Authority (NCA)

^{۳۵} Abuse

^{۳۶} Dominance

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

سازمان رقابت نیروژ از دستور ممنوعیت فعالیت و یا در مواقع انحصاری از کانال تنظیم قیمت‌ها در نظام بازار مداخله می‌کند و تعادل را به بازار برمی‌گرداند.

در یکی از پرونده‌های اخیر، بانک‌ها ملزم به تمدید قرارداد رقابتی در سیستم‌های پرداخت اینترنتی شده‌اند. یکی دیگر از تلاش‌ها سازمان رقابت برای جلوگیری از ایجاد انحصار دوطرفه و کاهش اثرات اجتماعی انحصار در توزیع آفت‌کش‌ها، یکسان‌سازی میزان محصول تولیدشده می‌باشد به نحوی که تولیدکننده انحصاری موظف به توزیع میزان معینی از کالای خود در میان تمام توزیع‌کنندگان است. یکی دیگر از موارد تصمیم‌گیری سازمان رقابت، مشکلات انحصاری در شبکه ارتباطات مخابراتی و قدرت الکتریکی است.

۱-۶-۵- ترکیه

تصویب قانون حمایت از رقابت در اواخر سال ۱۹۹۴ در ترکیه، منجر به ایجاد سازمان رقابت ترکیه^{۳۷} به عنوان یک سازمان اجرایی مستقل ضدانحصار شد. در این سازمان، یک هیئت رقابت^{۳۸}، برای پرداختن به مسائل و سیاست‌گذاری تشکیل شد. رئیس هیئت، رئیس سازمان رقابت نیز هست و مانند یک مدیر اجرایی عمل می‌کند. هیئت رقابت شامل یازده عضو است، که به صورت تمام‌وقت فعالیت می‌کنند. اعضای هیئت، به مدت شش سال، به صورت ثابت، منصوب می‌شوند و این انتصاب قابل تجدید شدن نیز می‌باشد. وزارت بازرگانی و صنعت می‌تواند برای دو جایگاه در هیئت رقابت، نامزدهای خود را انتخاب کند و پنج سازمان دیگر (شامل وزارت کشور، دادگاه تجدیدنظر^{۳۹}، شورای دولت^{۴۰}، هیئت بین دانشگاهی و انجمن کسب‌وکار^{۴۱})، هر کدام یک نماینده معرفی می‌کنند. جایگاه‌های باقی‌مانده نیز توسط خود هیئت رقابت تعیین می‌شوند که نیمی از آن‌ها باید از کارشناسان سازمان رقابت باشند. رئیس هیئت نیز توسط دولت، از میان کسانی که توسط هیئت پیشنهاد شده است، منصوب می‌گردد.

قانون رقابت ترکیه تصریح می‌کند که سازمان رقابت باید مستقل باشد، به این معنی که هیچ سازمان، شرکت یا شخصی نمی‌تواند برای تأثیر گذاشتن بر تصمیم نهایی، دستور خاصی را به سازمان مذکور ارائه دهد، همچنین طبق قانون خدمات شهری هیچ‌کدام از اعضای سازمان رقابت نباید عضو احزاب سیاسی باشند. اگرچه ماده بیست قانون رقابت بیان می‌کند که سازمان رقابت ترکیه

^{۳۷} Turkish Competition Authority (TCA)

^{۳۸} Competition Board

^{۳۹} Court of Appeals

^{۴۰} Council of State

^{۴۱} Turkish Union of Chambers and Exchanges

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

به وزارت بازرگانی و صنعت وابسته است، ولی در همان ماده قید می‌شود که سازمان رقابت، یک نهاد قانونی مستقل از دولت دارای استقلال اداری و مالی است. از آنجاکه درآمد سازمان رقابت، به صورت درصد ثابتی از کارمزدهایی است که توسط شرکت‌های خصوصی به دولت پرداخت می‌شود، استقلال سازمان مذکور از طریق محدودیت بودجه‌ای وزارت بازرگانی و صنعت، نمی‌تواند مورد تهدید قرار بگیرد. ترکیه در مورد مفاهیم سلطه و سوءاستفاده از موقعیت غالب بازاری، از مدل اتحادیه اروپا پیروی می‌کند و پارامترهایی مانند قیمت، محصول تولیدی و توزیع به‌عنوان ابزار قدرت بنگاه‌ها نسبت به مشتریان در نظر گرفته می‌شود. یکی از ابزارهای کنترل انحصار، موارد قیمت‌گذاری پیشگیرانه می‌باشد، که در پرونده‌های مربوط به صنعت رسانه‌ها، مورد استفاده قرار گرفته است. در پرونده‌ای دیگر با استناد به ممنوعیت سوءاستفاده از سلطه بازاری، در بخش ارتباطات مخابراتی به دلیل وجود تبعیض قیمتی برای ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی، دستوراتی مبنی بر جلوگیری از فعالیت شرکت‌های خاطی صادر شده است.

بعضی از قوانین حدود تولید (میزان کف تولید و سقف قیمت) را تنظیم می‌کند، برخی دیگر بر اساس سهم بازار، برای جلوگیری از ایجاد موقعیت‌های انحصاری، از مکانیزم‌های کنترلی استفاده می‌کنند. این قوانین شامل مقررات مربوط به قیمت‌گذاری و کنترل دسترسی به زیرساخت‌ها می‌باشد. برای مثال در صنعت برق هیچ شرکت تولیدی خصوصی نمی‌تواند بیش از ۲۰ درصد از ظرفیت کل کشور را داشته باشد، همچنین هیچ‌یک از عمده‌فروشان نمی‌توانند بیش از ۱۰ درصد از مصرف ملی را دارا باشد، و به همین ترتیب هیچ توزیع‌کننده‌ای نمی‌تواند بیش از ۲۰ درصد ظرفیت برق در منطقه توزیع خود تصاحب کند. در پرونده‌ای دیگر، هیچ گروهی از تولیدکنندگان خودرو نمی‌تواند بیش از ۲۰ درصد از قدرت تولیدی خود را به فروش برسانند. محدودیت‌های مشابه در بخش گاز طبیعی نیز اعمال می‌شود، جایی که سهام اکثر تولیدکنندگان محدود به ۲۰ درصد مصرف ملی است و شرکت توزیع نمی‌تواند بیش از ۵۰ درصد از خرید خود را از یک منبع خریداری کند.

۱-۶-۶- چین

قانون ضدانحصار چین^{۴۲}، شورای دولت (دولت مرکزی)^{۴۳} را موظف به تشکیل یک کمیسیون ضدانحصار^{۴۴} و دادن اختیارات به آن کمیسیون به‌منظور ضمانت اجرایی قوانین مربوط به رقابت کرده است. اختیارات و مسئولیت‌های کمیسیون مذکور شامل ساماندهی، هماهنگی و ارائه خطوط کلی فعالیت‌های مربوط به مقابله با انحصار، تحقیقات، طراحی سیاست‌ها و بررسی و ارزیابی

^{۴۲} Anti-Monopoly Law (AML)

^{۴۳} Central Government

^{۴۴} Anti-Monopoly Commission

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

شرایط کلی رقابتی کشور است. سه دستگاه در کشور چین شامل اداره دولتی صنعت و بازرگانی^{۴۵}، کمیسیون توسعه ملی و اصلاحات^{۴۶} و وزارت بازرگانی^{۴۷} توسط دولت مرکزی این کشور به‌عنوان سه‌بدنه اصلی کمیسیون ضدانحصار تشکیل شده‌اند، متولی ضمانت اجرایی قوانین و مقررات مربوط به رقابت هستند و ساختار سازمانی آن‌ها توسط دولت مرکزی تعیین می‌گردد.

اداره دولتی صنعت و بازرگانی مسئول بسیاری از جنبه‌های نظارتی بازار مانند ثبت شرکت‌ها، رقابت، حمایت از مصرف‌کننده، فعالیت‌های بازاریابی، تبلیغات و علائم تجاری است. دایره تجارت منصفانه^{۴۸} مسئول توسعه و ضمانت اجرایی قوانین، مقررات مربوط به ممنوعیت انحصار و رقابت ناعادلانه است؛ همچنین مسئولیت انجام بررسی‌های مربوط به فروش کالاهای قاچاق را نیز بر عهده دارد. دفتر رقابت ناعادلانه^{۴۹} مسئول قوانین مربوط به فعالیت‌های تجاری ناعادلانه است و درنهایت، دفتر ضدانحصار^{۵۰} مسئولیت قوانین مربوط به فعالیت‌هایی که منجر به محدود شدن رقابت می‌گردند، را بر عهده دارد. بخش نظارت قیمتی کمیسیون توسعه ملی و اصلاحات، مسئولیت بررسی قوانین مربوط به قیمت‌گذاری و تعیین شرایط قیمت‌گذاری انحصاری را بر عهده دارد، همچنین بخش مذکور مسئول پیش‌بینی و طراحی سیاست‌ها، ارزیابی هزینه کالاهای مهم کشاورزی و قیمت‌گذاری کالاهای مصرفی اساسی می‌باشد.

۱-۶-۸- مکزیک

سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) با درخواست دولت مکزیک، ارزیابی رگولاتوری رقابت این کشور را در دو بخش مهم اقتصادی شامل، دارو (تولید، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی) و محصولات گوشتی (خوراک دام، رشد حیوانات، کشتارگاه‌ها، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی) را در گزارش منتشرشده سال ۲۰۱۸ انجام داده است. در این گزارش با بهره‌گیری از راهنمای ارزیابی سیاست رقابت، دلیل انتخاب این دو بخش (دارو و محصولات گوشتی) سهم قابل توجه آن‌ها از تولید ناخالص داخلی کشور ذکر شده است، به‌نحوی که ارزش افزوده ناخالص این دو بخش ۱,۴۳٪ (دارو ۰,۴۸٪ و محصولات گوشتی ۰,۹۵٪) از تولید ناخالص داخلی مکزیک را در سال ۲۰۱۵ تشکیل می‌دهند. دلیل دیگر این انتخاب سهم نسبتاً بالای اشتغال ایجادشده توسط این بخش‌ها می‌باشد به‌طوری که بر اساس گزارش سرشماری موسسه ملی آمار و جغرافیا مکزیک (INEGI) در سال ۲۰۱۳، این دو

^{۴۵} State Administration of Industry and Commerce (SAIC)

^{۴۶} National Development and Reform Commission (NDRC)

^{۴۷} Ministry of Commerce (MOFCOM)

^{۴۸} Fair Trade Bureau

^{۴۹} Anti Unfair Competition Office

^{۵۰} Anti-Monopoly Office

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

بخش دارای ۷۱۹۰۵ شغل می‌باشند که ۳،۳٪ از اشتغال کل کشور را تشکیل می‌دهد. معیار نحوه تشخیص قوانین ضد رقابت و رفتارهای آسیب‌زننده رقابت مطابق استانداردهای مجموعه ابزار ارزیابی رقابت OECD می‌باشد. در این گزارش پس از بررسی ۲۲۸ پرونده، ۱۷۶ محدودیت قانونی رقابت شناسایی گردیده است و سپس ۱۰۷ پیشنهاد ویژه در جهت کاهش آسیب به رقابت پیشنهاد گردیده است. که در ذیل به مهم‌ترین آن‌ها اشاره خواهیم داشت:

بخش دارو

۱. تعیین مقررات قانونی در جهت بهبود شرایط مالی پزشکان.
۲. در خصوص داروهای برند و ممنوعیت جایگزینی دارو در صورتی که نام تجاری جزئی از نسخه پزشک باشد، OECD پیشنهاد می‌کند که داروخانه‌ها ملزم می‌باشند که اطلاعات لازم داروهای ارزان قیمت عمومی را به مشتریان ارائه نمایند و با موافقت بیمار داروی ارزان قیمت جایگزین شود، البته اگر نسخه پزشک جایگزینی را مجاز داند. راه‌حل دیگر در این زمینه این است که مقررات به پزشکان تنها اجازه تجویز داروهای دارای نام غیراختصاصی بین‌المللی (INN)^{۵۱} را دهد.
۳. بازبینی قیمت‌گذاری برای محاسبه حداکثر قیمت داروهای ثبت شده در مکزیک؛ در حال حاضر قیمت دارو با توجه به قیمت‌ها در شش کشور با بالاترین حجم فروش معین می‌شوند که این مکانیزم نیاز به بازنگری دارد زیرا عوامل دیگری مانند میزان درآمد کشورهای مرجع و هزینه‌های ضمنی تولید نیز در قیمت تمام‌شده دارو مؤثر می‌باشند.
۴. اصلاحیه قرارداد قیمت مقررات بین سازمان CANIFARMA و وزارت اقتصاد که می‌بایست به‌طور عمومی اعلام شود.
۵. به‌منظور بازاریابی داروها، الزامات لازم برای ثبت شماره بهداشتی، باید پس از پنج سال تجدید شود.
۶. لغو نیاز به تأیید ثبت برای واردکردن دارو به مکزیک.

^{۵۱} نام غیراختصاصی بین‌المللی نام عمومی و غیراختصاصی رسمی داده‌شده به یک داروی شیمیایی است. نام‌های غیراختصاصی بین‌المللی را برای ارتباط دقیق‌تر با ارائه یک نام استاندارد منحصربه‌فرد برای ماده شیمیایی، برای جلوگیری از اشتباهات تجویز ایجاد می‌کنند. سیستم INN توسط سازمان بهداشت جهانی (WHO) از سال ۱۹۵۳ هماهنگ شده است.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۷. پروژه ایجاد Pharmacopoeia^{۵۲} مکزیکی به صورت آنلاین.

بخش محصولات گوشتی

۱. شماره‌گذاری استانداردهای داخلی مکزیکی برای طبقه‌بندی ملی گوشت گاو، گوشت خوک و مرغ، برای تقویت تجارت بین‌المللی و صادرات.
۲. لغو مجوز استان‌های مختلف مکزیکی برای اسناد حمل‌ونقل، که کنترل‌های زیست‌محیطی بیشتری بر جامعه تحمیل می‌کنند.
۳. لغو نیاز به صدور گواهینامه از انجمن حیوانات محلی برای حمل دام در سرتاسر مکزیکی.
۴. الزام اداره خدمات بهداشت، کیفیت و امنیت غذایی در مورد حذف هرگونه نیاز به تأیید مجوز اضافی برای شرکت‌های صادرکننده مکزیکی در تبادل با کشورهای دیگر که استانداردهای بهداشتی مشابه مکزیکی دارند.
۵. به‌روزرسانی استانداردهای رسمی مکزیکی (NOMs) که مغایر با قوانین و استانداردهای بین‌المللی است.

۱-۶-۹- رومانی

به درخواست دولت رومانی، جهت ارزیابی مستقل سیاستی برای شناسایی قوانین و مقرراتی مانع عملکرد رقابتی و کارآمدی بازارها گزارش توسط OECD در سه بخش: ساخت و ساز (مصالح ساختمانی)، حمل‌ونقل باری و مواد غذایی فرآوری شده در سال ۲۰۱۶ انجام شده است. این پروژه در چهار مرحله انجام گرفته است؛ مرحله اول به بررسی دقیق دامنه سه بخش اقتصادی می‌پردازد. در مرحله دوم موانع رقابت بالقوه با استفاده از ابزار ارزیابی رقابت OECD شناسایی شده است که این بررسی ۲۲۷ محدودیت احتمالی رقابت (۹۵ مورد در ساخت و ساز، ۸۵ مورد در حمل‌ونقل و ۴۷ مورد در مواد غذایی فرآوری شده) را شناسایی کرده است. در مرحله سوم، باهدف سیاست‌گذاری، تحلیل کیفی از این سیاست‌ها انجام شده و در صورت امکان در دسترس بودن

^{۵۲} فارماکوپه‌ها کتاب‌هایی هستند که فهرست کاملی از داروهای موجود در بازار مشتمل بر اطلاعات دارویی، موارد مصرف، عوارض جانبی، نحوه نگهداری داروها و مواد اولیه، روش آنالیز مواد اولیه و جانبی مشتمل بر روش‌های فیزیکی و شیمیایی و استانداردهایی که در داروسازی و صنایع غذایی مورد استفاده قرار می‌گیرند در آن قید شده است.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

داده‌ها، تحلیل کمی نیز انجام شده است. در مرحله چهارم ۱۵۲ توصیه برای آن دسته از قوانینی که محدودیت رقابت را ایجاد می‌کردند، با توجه به قوانین اتحادیه اروپا و مقررات مربوطه در کشورهای قابل مقایسه، به‌ویژه کشورهای عضو اتحادیه اروپا، ارائه شده است. در ادامه برخی از مهم‌ترین توصیه‌ها و اقدامات در جهت حمایت از رقابت به تفکیک زمینه‌های بررسی شده، شرح داده شده است:

بخش ساخت‌وساز

۱. تدوین دستورالعمل‌های برنامه پیشنهادی برای آن دسته از قوانین خریدوفروش، که در حال حاضر به‌طور اختیاری توسط مقامات قراردادی اعمال می‌شود و تعداد شرکت‌کنندگان در مناقصه عمومی را کاهش می‌دهد.
۲. استفاده از روش مناقصه برای صدور مجوز و اعطای زمین برای پیمانکاران طرح ساخت خانه برای جوانان زیر ۳۵ سال، به‌منظور کاهش اختلاف ریسک پیمانکاران رقیب.
۳. لغو سقف قیمت برای محصولات شن و ماسه.
۴. لغو اخذ مجوز ساختمانی برای ساخت سازه‌هایی که مستقیماً به زمین، بدون پایه و پلتفرم نصب شده‌اند و تنها نیاز به برق دارند.
۵. لغو ممنوعیت ملی برای انجام کارهای ساخت‌وساز یا تعمیر و نگهداری در مناطق ساحلی دریای سیاه و سواحل گرد شگری بین ۱۵ تا ۱۵ سپتامبر هر سال.
۶. تدوین و اجرای دستورالعمل لازم جهت رفع مناقشات منافع انجمن‌های حرفه‌ای و مقامات دولتی در فرآیند تصمیم‌گیری.
۷. لغو محدودیت‌های قدیمی در رابطه با حریم ساخت‌وساز در نزدیکی مدارس و مراکز پزشکی.

بخش حمل‌ونقل

۱. لغو مجوزهای غیرضروری در بخش حمل‌ونقل جاده‌ای مانند مجوز تعمیر، تنظیم، بازسازی، اسقاط وسایل نقلیه و گواهی صلاحیت حرفه‌ای رانندگان برای "حمل بار غیرطبیعی" (حمل کالاها دارای ابعاد و وزن بیش از حد با وسایل نقلیه).
۲. لغو نیاز اپراتورهای حمل‌ونقل جاده‌ای به نشان دادن فیزیکی مجوزهای لازم و جایگزینی سیستم هو شمند در وسایل نقلیه مانند صفحه‌ای حاوی اطلاعات مربوط به ابعاد و حداکثر وزن مجاز برای وسیله نقلیه.
۳. اصلاح الزامات لازم برای اخذ کپی از مجوز حمل‌ونقل.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۴. تغییر مقررات نامشخص در مورد دسترسی به زیرساخت‌های راه‌آهن و استقلال مدیریت زیرساخت برای جلوگیری از تبعیض احتمالی در برابر اپراتورهای خصوصی.

۵. نظارت و تأیید تمامی تعرفه‌های تعیین‌شده به‌وسیله مقامات بندرها تجاری، از سوی یک سازمان نظارتی مستقل.

۶. خدمات ایمنی بندر، مانند راهنمایی کشتی و هزینه یدک کشتی، نباید مستقیماً توسط اداره بندرگاه عرضه شوند بلکه باید از طریق یک مکانیزم شفاف و آزاد قیمت‌گذاری و عرضه شوند.

بخش مواد غذایی فرآوری شده

۱. لغو قانون حداقل ۱۰ مترمربع در فروشگاه‌ها برای فروش نان به‌منظور انعطاف‌پذیری انتخاب مشتریان در جهت خرید نان و تأمین امنیت غذایی.

۲. اعمال قوانین مربوط به آموزش کارکنان بخش مواد غذایی.

۳. بررسی مکانیزم‌های کنترل برای از بین بردن کنترل‌های دوگانه توسط مقامات مختلف.

۴. تدوین قوانین و حذف قوانین مبهم به‌منظور کاهش عدم قطعیت برای فعالان بازار و کاهش احتمال تصمیم‌گیری‌های خودسرانه و فساد.

۵. لغو قوانین قدیمی، به‌ویژه قوانین داخلی مغایر با مقررات اتحادیه اروپا.

۱-۶-۱۰- یونان

سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) یک ارزیابی مستقل سیاستی برای شناسایی قوانین و مقررات مانع عملکرد رقابتی و کارآمدی بازار در پنج بخش اقتصاد یونان (تجارت الکترونیک، ساخت‌وساز، تجارت عمده‌فروشی و مواد شیمیایی و دارویی) انجام داده است. در این گزارش پس از بررسی در مجموع ۱۲۸۸ پرونده، ۵۷۷ محدودیت قانونی رقابت شناسایی گردیده است که ۳۵۶ پیشنهاد ویژه در جهت کاهش آسیب به رقابت پیشنهاد گردیده است. که در ادامه به مهم‌ترین آن‌ها اشاره خواهیم داشت:

۱. تنظیم مقررات خاص بین عمده‌فروشان و خرده‌فروشان سوخت که اطمینان حاصل شود مدت قرارداد را به‌منظور اختلال در بازار نمی‌توان فراتر از شرایط قانونی تمدید نمود، این کار منجر به رقابت بیشتر میان عمده‌فروشان می‌گردد.

| | |
|---|---|
| اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران | بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری |
| سندیکای صنعت برق ایران | برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری |

۲. ساده‌سازی قوانین و لغو محدودیت‌های عملیاتی در زمینه انبارهای دارویی به‌منظور کاهش هزینه‌ها و تشریفات اداری برای عمده‌فروشان.

۳. رفع محدودیت شرکت در مناقصات برای همه شرکت‌های متقاضی صرف‌نظر از طبقه‌بندی شرکت‌ها در ثبت بخش ساخت‌وساز.

۴. انعطاف‌پذیری در ارائه مجوز به طراحان و مهندسان در جهت ثبت تعداد بیشتری از دسته‌های مجاز فعالیت.

۵. یکپارچه‌سازی فرآیندهای الکترونیکی و معرفی مکانیزم‌های نظارت الکترونیکی قابل اجرا برای قراردادهای با حفظ و نگهداری تمام اطلاعات خصوصی.

۶. تدوین و به‌روزرسانی چارچوب قانونی برای تبلیغ داروهای بدون نسخه (OTC) و اصلاح قوانین آزادسازی کانال‌های توزیع این نوع داروها نسبت به داروهای دارای نسخه.

۷. مقررات قیمت‌گذاری زمانی که بیشترین کاهش قیمت برای داروهای غیرمجاز (بدون نام تجاری) وجود دارد و در برخی موارد تعادل قیمت بین داروهای غیرمجاز و عمومی را بر هم می‌زنند. در این حالات داروهای غیرمجاز با توجه به دارا بودن مزیت قیمتی نسبت به برند و نام تجاری اصلی نفوذ بیشتری در محصولات عمومی بازار پیدا می‌کنند، لذا می‌بایست قوانین در جهت حفظ تفاوت قیمت محصولات فاقد نام تجاری با اجناس اصلی اصلاح شوند.

۸. اصلاح چارچوب صدور مجوز و مقررات برای ایستگاه‌های رادیویی.

۹. تجدیدنظر چارچوب قانونی برای تلویزیون پولی (تلویزیون‌های حق اشتراکی) علی‌الخصوص در بحث هزینه‌های مجوز، ساختار شرکت‌ها و قوانین مالکیت متقابل.

۱۰. ایجاد تعریفی مستقل از "تولیدکننده محصولات سمعی و بصری" مطابق با دستورالعمل خدمات رسانه‌های صوتی و تصویری اتحادیه اروپا و آسان‌سازی قوانین مربوط به تولید و عرضه محتوای رسانه‌ای.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۱۱. لغو مالیات غیرمستقیم بر ایزوپروپیل الکل^{۵۳} به دلیل تحمیل هزینه‌های سنگین بر تولیدکنندگان اقتصادی.

۱۲. ساده سازی قوانین مربوط به حمایت از مصرف‌کنندگان، مانند تعریف مصرف‌کننده و روشن ساختن چارچوب گارانتی‌ها و خدمات پس از فروش.

۱۳. مجوز تبادل و معامله شوینده‌ها با حجم بالا در سطح عمده‌فروشی و ارائه مجوزهای لازم به شرکت‌ها به منظور بسته‌بندی و کاهش قیمت مواد پاک‌کننده برای مصرف‌کنندگان نهایی.

۱۴. چارچوب قانونی در مورد لوازم‌آرایی و مواد ضد آفات و حشره‌کش باید با چارچوب قانونی اتحادیه اروپا هماهنگ شود.

۱۵. حذف محدودیت‌های بخش حمل‌ونقل جاده‌ای که باعث حمایت از عمده‌فروشان این بخش می‌گردد، مانند محدودیت در فعالیت تجاری و تفاوت رفتار و تبعیض بین اپراتورهای حمل‌ونقل.

۱-۶-۱۱- ایران

با ادغام لایحه رقابت‌مندی بازار در لایحه اصلاحات اصل ۴۴ قانون اساسی، این لایحه در خردادماه ۱۳۸۲، توسط مجمع تشخیص مصلحت نظام تائید گردید و در تیرماه سال ۱۳۸۷، در چارچوب مجموعه قوانین و مقررات اجرایی، به دولت ابلاغ شد. بر اساس ماده ۶۲ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی مصوب ۱۳۸۷/۵/۱۲^{۵۴}، شورای رقابت تنها مرجع رسیدگی به رویه‌های ضد رقابتی است و مکلف است راساً و یا بر اساس شکایت هر شخصی اعم از حقیقی یا حقوقی از جمله دادستان کل یا دادستان محل، دیوان محاسبات کشور، سازمان بازرسی کل کشور، تنظیم‌کننده‌های بخشی، سازمان‌ها و

^{۵۳} از عمده موارد کاربرد این الکل در صنعت چاپ و وابستگی شدید این صنعت به ایزوپروپیل به این دلیل می‌باشد که: دمای آب را در دستگاه‌های چاپ بسیار پائین نگاه می‌دارد و قابلیت تبخیر آن بسیار بالا است.

^{۵۴} ماده (۲) شورای رقابت تنها مرجع رسیدگی به رویه‌های ضد رقابتی است و مکلف است راساً و یا بر اساس شکایت هر شخصی اعم از حقیقی یا حقوقی از جمله دادستان کل یا دادستان محل، دیوان محاسبات کشور، سازمان بازرسی کل کشور، تنظیم‌کننده‌های بخشی، سازمان‌ها و نهاد‌های وابسته به دولت، تشکل‌های صنفی، انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و دیگر سازمان‌های غیردولتی، بررسی و تحقیق در خصوص رویه‌های ضد رقابتی را آغاز و در چهارچوب ماده (۲) این قانون تصمیم بگیرد. شورا مکلف است برای رسیدگی به موضوع شکایات، وقت رسیدگی تعیین و آن را به طرفین ابلاغ نماید. طرفین می‌توانند شخصاً در جلسه حضور یابند یا وکیل معرفی نمایند یا لایحه دفاعیه به شورا تقدیم کنند.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

نهادهای وابسته به دولت، تشکل‌های صنفی، انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و دیگر سازمان‌های غیردولتی، بررسی و تحقیق در خصوص رویه‌های ضد رقابتی را آغاز و در چارچوب ماده (۲) این قانون تصمیم بگیرد.

اعضای شورا، ترکیبی از سه نماینده مجلس، دو قاضی از دیوان عالی کشور، دو صاحب‌نظر اقتصادی، یک حقوقدان، دو صاحب‌نظر در تجارت، یک صاحب‌نظر در صنعت، یک صاحب‌نظر در خدمات زیربنایی و یک متخصص امور مالی است که به ترتیب توسط مجلس شورای اسلامی، رئیس قوه قضائیه، وزیر امور اقتصادی و دارایی، وزیر دادگستری، وزیر بازرگانی، وزیر صنایع و معادن، رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور و وزیر امور اقتصادی و دارایی انتخاب می‌گردند. همچنین یک نفر نیز از طرف اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و یک نفر نیز از طرف اتاق تعاون مرکزی جمهوری اسلامی ایران، انتخاب می‌گردند. بنابراین اعضای شورا، متشکل از افرادی از قوای سه‌گانه (مجریه، مقننه و قضائیه) و بخش خصوصی هستند. لازم به ذکر است که شورای رقابت، بودجه خود را از دولت می‌گیرد، بنابراین این بودجه شورا، به‌عنوان جزئی از بودجه دولت تعیین می‌گردد.

از جمله تحقیقات و فعالیت‌هایی که در زمینه حقوق رقابت و قوانین ضدانحصار صورت گرفته است، می‌توان به سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور ابلاغیه ۱۳۹۴/۴/۲۷ ریاست جمهوری، بررسی و پیشنهاد اصول موردنیاز در تنظیم قوانین ضدانحصار در کشور و لایحه اصلاحی تسهیل‌کننده رقابت و ضدانحصار توسط موسسه عالی پژوهش در برنامه‌ریزی و توسعه اشاره کرد.

با توجه به بررسی‌های صورت گرفته پیشینه موضوع موردبحث، می‌توان بیان نمود که در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران اصل چهل و چهارم، ساختار سازمانی و اداری نهاد ناظر بر رقابت تشریح و ساختار، وظایف و نحوه عملکرد شورای رقابت در چارچوب قانون تبیین شده است. در اصل ۴۴ قانون اساسی، پس از بیان مفاهیم اصلی ادبیات موضوع همچون انحصار، انحصار طبیعی، اخلال در رقابت، ادغام و ... به طبقه‌بندی فعالیت‌های اقتصادی در جمهوری اسلامی ایران پرداخته شده است. در ماده ۳ این قانون جزییات مالکیت دولتی و همچنین نحوه خصوصی‌سازی شرکت‌های در مالکیت دولت تشریح شده است. طبق نص قانون سرمایه‌گذاری، مالکیت و مدیریت در فعالیت‌ها و بنگاه‌های مشمول گروه سه ماده (۲) (شبکه‌های مادر مخابراتی و امور واگذاری بسامد (فرکانس)، شبکه‌های اصلی تجزیه و مبادلات و مدیریت توزیع خدمات پایه پستی، تولیدات محرمانه یا ضروری نظامی، انتظامی و امنیتی به تشخیص فرماندهی کل نیروهای مسلح، شرکت ملی نفت ایران و شرکت‌های استخراج و تولید نفت خام و گاز، معادن نفت و گاز، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، بانک ملی ایران، بانک سپه، بانک صنعت و معدن، بانک توسعه صادرات، بانک کشاورزی، بانک مسکن و بانک توسعه تعاون، بیمه مرکزی و شرکت بیمه ایران، شبکه‌های اصلی انتقال

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

برق، سازمان هواپیمایی کشوری و سازمان بنادر و کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران، سدها و شبکه‌های بزرگ آبرسانی و رادیو و تلویزیون) این قانون منحصرأ در اختیار دولت است. طبق این ماده فعالیت‌های فوق‌الذکر منحصرأ در اختیار دولت می‌باشند و بخش خصوصی فقط در زمینه خدمات مهندسی می‌تواند در این فعالیت‌ها مشارکت داشته باشند، لذا برابر با قانون تولیدات محصولات مس، آلومینیوم و فولاد که در تحقیق حاضر مورد بررسی قرار گرفته‌اند، جزء انحصارهای ذاتی دولت نمی‌باشند، می‌بایست به صورت رقابتی و دور از انحصار فعالیت داشته باشند.

با توجه به بررسی متن اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی، در قانون به مواردی همچون حداکثر دارا بودن سهم بازار توسط بنگاه‌ها، فرآیند نحوه واگذاری بنگاه‌های دولتی و ادغام‌ها، مکانیزم‌های تسهیل‌کننده‌های صدور پروانه و مجوزهای کسب و کار، بهبود فعالیت بخش تعاون در اقتصاد کشور، سامان‌دهی شرکت‌های دولتی و شرح عملکرد سازمان خصوصی‌سازی و تسهیلات حمایت از بخش غیردولتی اشاره شده است. در این مطالعه با استناد به تمامی موارد مذکور در متن قانون، به دنبال حلقه مفقوده مکانیزم اجرایی حمایت از رقابت و اجرای قانون ضدانحصار در صنایع مورد مطالعه می‌باشیم.

قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور، بیشتر تکیه بر نظام مالی و تمهیدات مالی میان شرکت‌های دولتی و غیردولتی دارد که حمایت از برندهای داخلی در جهت جذب سرمایه‌گذاری خارجی و بهبود صادرات، بازسازی ساختار مالی و بانکی کشور، تسهیل تأمین مالی شرکت‌ها و جایگزینی قانون مالیات‌های مستقیم و غیرمستقیم از جمله مواردی است که نشان‌دهنده تکیه بر بحث مالی در این قانون است. در زمینه تولیدات مواد خام معدنی اصلاحاتی صورت گرفته است که به عنوان حمایت از رقابت و جلوگیری از انحصار می‌توان به موارد لغو معافیت مالیاتی صادرات، عدم اجازه قیمت‌گذاری انحصاری، واگذاری فرآیندهای استخراج و فروش محصولات معدنی از طریق مزایده عمومی اشاره کرد. در این قانون مطابق با ماده‌های ۳۵ الی ۳۷ به مکانیزم‌های حمایتی در زمینه تولید رقابتی مواد معدنی پرداخته است.

در طرح تحقیقاتی بررسی و پیشنهاد اصول مورد نیاز در تنظیم قوانین ضدانحصار که توسط موسسه عالی پژوهش در برنامه‌ریزی و توسعه انجام شده است، منطق اقتصادی حاکم است و از طریق تحلیل‌های اقتصادی به بررسی تعاریف اصطلاحات، سرچشمه‌های ایجاد انحصارات، معرفی شاخص‌های نظری برای تشخیص و سنجش انحصار، سیاست‌های اقتصادی خرد و کلان ضدانحصار و پیش‌نویس لایحه تسهیل‌کننده رقابت و ضدانحصار پرداخته شده است. این مطالعه در ۵ باب به ترتیب تعاریف و اهداف، آزادی رقابت، شورای رقابت، رسیدگی، اتخاذ تصمیم و تجدیدنظرخواهی و مجازات‌ها تدوین شده است. در جدول زیر بخشی از اقدامات ضد رقابت آزاد و همچنین مجازات‌های آنان را بررسی کرده است.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

جدول شماره (۱۰): برخی از اقدامات ضد رقابت و مجازات‌های تعبیه‌شده آن‌ها مطابق با پیش‌نویس لایحه تسهیل‌کننده رقابت و ضدانحصار

| مجازات‌ها | اقدامات ضد رقابت آزاد | |
|--|--|---------------------------|
| حبس تعزیری از ۶ ماه تا یک سال یا پرداخت نقدی از ۱۰ میلیون تا ۱۰۰۰ میلیون ریال یا هر دو مجازات. | ایجاد محدودیت ورود به بازار | رفتارهای محدودکننده رقابت |
| | اخلال در روند قیمتی و محصولات | |
| | توزیع محدود محصولات | |
| حبس تعزیری از ۶ ماه تا یک سال یا پرداخت نقدی از ۱۰ میلیون تا ۱۰۰۰ میلیون ریال یا هر دو مجازات. | سوءاستفاده از موقعیت در بازار | سوءاستفاده از موقعیت |
| | سوءاستفاده از اطلاعات خاص | |
| | سوءاستفاده از وابستگی مشتری | |
| جزای نقدی ۱۰ میلیون تا ۵۰۰ میلیون ریال | تحمیل شروط ناعادلانه قراردادی | |
| جزای نقدی معادل بهای کالا | امتناع غیرموجه از فروش کالا یا محصول و ارائه خدمات | |
| جزای نقدی ۱۰ میلیون تا ۵۰۰ میلیون ریال | قیمت‌گذاری تهاجمی در جهت خروج رقبای بازار | |
| جزای نقدی ۱ میلیون تا ۵۰۰ میلیون ریال | تبعیض قیمت | |
| جزای نقدی ۱۰ میلیون تا ۱۰۰ میلیون ریال | قراردادهای اختصاصی (توافق‌نامه‌های عمودی) | |
| پرداخت کلیه خسارات وارده به زیان‌دیده | کسب اطلاعات محرمانه رقیبان شغلی | |
| جزای نقدی ۱۰ میلیون تا ۱۰۰ میلیون ریال | استفاده از اموال دولتی | |
| محرومیت فروش به مدت ۱ سال و پرداخت جزای نقدی | دامپینگ | |

در بخش سوم این مطالعه به تشریح ساختار نهاد نظارتی و حاکمیت که شورای رقابت پرداخته است، در فصل نخست به نحوه تأسیس، ترکیب و طرز انتخاب اعضاء و مقر شورا پرداخته شده است. شرایط، مدت عضویت و ممنوعیت شغلی اعضا شورا، ساختار

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

سازمانی شورا، جلسات شورا و وظایف و اختیارات شورا از مواردی است که در باب دوم توضیح داده شده است. در باب آخر این پژوهش به مبحث رسیدگی، اتخاذ و تصمیم‌گیری و همچنین مجازات‌ها تخصیص داده شده است.

گستره شمول قوانین، به این صورت است که کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی و موسسه‌ها و نهادهای عمومی غیردولتی، دستگاه‌های موضوع ماده ۱۱ قانون برنامه توسعه سوم، شرکت‌ها و مؤسساتی که بر اساس قانون تجارت در دفتر ثبت شرکت‌ها به ثبت رسیده‌اند و شرکت‌ها و سازمان‌های اقماری یا وابسته به آن‌ها و همچنین نهادها و بنیادهای ثبت‌نشده که به تولید، یا عرضه یا مبادله کالا و خدمات مبادرت می‌ورزند و همچنین انحصارات دولتی و غیردولتی موجود، مشمول مقررات این قانون می‌باشند. در بحث رسیدگی و اتخاذ و تصمیم‌گیری، قوه قضاییه موظف است به تعداد لازم شعب دادگاه عمومی را به منظور رسیدگی و صدور حکم در مورد جرائم ضد رقابت اختصاص دهد. دادگاه عمومی ویژه جرائم ضد رقابت مرکب از یک رئیس و دو عضو خواهد بود که رئیس دادگاه از بین قضات و جامعه حقوقی انتخاب شده و دو عضو دیگر از بین صاحب‌نظران اقتصادی برگزیده می‌شوند که دارای وظیفه رسیدگی به تمامی پرونده‌های ارسالی توسط شورای رقابت می‌باشد. همچنین قوه قضاییه موظف است، به تعداد لازم شعب دادگاه استان را به منظور تجدیدنظر آرا و تصمیم‌های دادگاه بدوی که طبق قانون قابل تجدید نظر می‌باشند، تخصیص دهد.

۷-۱- جمع‌بندی

پس از بررسی‌های صورت پذیرفته در رابطه با تجربیات مختلف سیاست‌های رقابت در بین کشورهای جهان و ایران و همچنین بهره‌گیری از راهنمای ابزارهای ارزیابی سیاست رقابت منتشر شده توسط سازمان همکاری‌ها و توسعه اقتصادی، شش مرحله برای سیاست‌گذاری و تنظیم بازار جهت رفع آثار سوء انحصار قابل‌تعریف می‌باشد و برای بررسی احراز و تشخیص حیطه ضد رقابتی چک‌لیستی از فعالیت‌های ضد رقابتی تدوین شده است. در ادامه پس از بیان مراحل ارزیابی سیاست رقابت و تطبیق آن به تشریح معیارهای شناخت انحصار و موانع رقابت پرداخته می‌شود.

۱-۷-۱- مراحل شش‌گانه ارزیابی سیاست رقابت

فرآیند ارزیابی رقابت در ۶ مرحله صورت می‌گیرد:

مرحله ۱. شناسایی سیاست‌ها ارزیابی؛ شناسایی سیاست‌ها و ارزیابی آن‌ها می‌تواند به صورت ساده (در صورت بازبینی قوانین یا وضع مقررات جدید رقابت) یا پیچیده (شامل بازبینی تمام زمینه‌های حیطه مورد مطالعه یا به‌طور بالقوه مطالعه بازار) می‌باشد.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

مرحله ۲. به کارگیری چک‌لیست رقابت؛ چک‌لیست رقابت مجموعه‌ای از چهار سؤال اصلی و زیر سؤال‌هایی است که امکان شناسایی و تنظیم مقررات باوجود رعایت رقابت را مقدور می‌سازند. در صورت پاسخ مثبت به هر یک از این سؤالات نیاز به تجزیه و تحلیل دقیق‌تر از اثرات مقررات در اجرای رقابت احساس می‌شود.

مرحله ۳. شناسایی گزینه‌های پیشنهادی؛ هنگامی که تنظیم مقررات در زمینه‌ای وجود داشته باشد، برای شناسایی دیگر گزینه‌های پیشنهادی رگولاتوری به منظور دستیابی به اهداف مربوط به سیاست رقابت می‌توان از اقدامات خاصی مانند توسعه رگولاتوری و گسترش محیط نظارتی بخش مورد مطالعه، استفاده کرد.

مرحله ۴. انتخاب بهترین گزینه؛ بین گزینه‌های شناسایی شده، با استفاده از رویکرد تأثیرات رقابتی قوانین، می‌بایست در مورد بهترین گزینه قضاوت داشته باشیم و آن را انتخاب کنیم، البته ممکن است چند گزینه به‌عنوان پیشنهادی نهایی تأیید شوند اما در هر حال می‌بایست هر گزینه به‌صورت کامل تشریح و تمایز آن با قوانین موجود ارائه شود.

مرحله ۵. اجرای بهترین گزینه؛ پس از انتخاب بهترین گزینه شناسایی شده، می‌بایست قوانین و توصیه‌های مناسب با آن راه‌حل تهیه و به مقامات ذیصلاح ارائه شود.

مرحله ۶. تجزیه و تحلیل نتایج؛ پس از اجرا و عملیاتی کردن بهترین گزینه، نیاز است تأثیرات و نتایج آن به صورت دقیق بررسی و تجزیه و تحلیل شود، این کار زمانی که از طریق قوانین رقابت محدود می‌شود، بیشتر مورد نیاز می‌باشد.

۱-۷-۲- چک‌لیست و معیارهای تشخیص رقابت

در هر پرونده، می‌بایست پس از احراز هر یک از شرایط ذیل اقدامات مربوط به ارزیابی سیاست و راهکارهای تنظیم بازار، صورت پذیرد:

الف) محدودیت تعداد و دامنه عرضه‌کنندگان

۱. وجود حق انحصاری برای عرضه‌کننده کالاها یا خدمات؛ اعطای حق انحصاری برای تولید محصول مشخص یا ارائه خدمات، نشان‌دهنده ایجاد یک انحصار خصوصی است. از حیث تاریخی، اعطای حق انحصاری اغلب در قالب «انحصار طبیعی»^{۵۵} رخ

^{۵۵} natural monopoly

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

می‌دهد، که در بسیاری از موارد در قالب انحصارات دولتی در زمینه‌های ارائه خدمات همگانی مانند برق، آب، گاز و ... پدید می‌آیند. امتیاز انحصاری در بسیاری از موارد، مانع ورود عرضه‌کنندگان به بازار، قیمت‌گذاری انحصاری و دیگر مشکلات مربوط به سوءاستفاده از قدرت بازاری می‌گردد. برخی از راه‌های جلوگیری از تبعات منفی چنین انحصارهایی، نظارت بر قیمت‌ها و مدت حق انصار، تقسیم امتیاز انحصاری بین افراد، فروش حق انحصار توسط دولت از طریق حراج و به قیمت بهینه و ... می‌باشد.

۲. برقراری مجوزها و اختیارات به‌عنوان الزام عملیاتی؛ یکی از راهکارهای ایجاد محدودیت ورود به بازار، الزام به اخذ مجوزها می‌باشد. این الزامات و یا مجوزها به‌طور مثال می‌تواند به داشتن حداقل استانداردهای آموزشی و یا سابقه کار برای افراد و یا حداقل میزان کیفیت برای محصولات باشد.

۳. ایجاد محدودیت در توانایی و قابلیت برخی از عرضه‌کنندگان جهت ارائه کالا و خدمات؛ گاهی دولت‌ها، توانایی و قابلیت برخی از عرضه‌کنندگان را محدود می‌کنند، برای مثال بعضی از دولت‌ها نیاز دارند که تمام کارگزاران املاک و مستغلات، مجموعه‌ای از خدمات را به دولت ارائه دهند، بنابراین دولت اجازه فعالیت و ارائه خدمت توسط کارگزارانی که کمترین خدمات را به دولت می‌دهد را ممنوع خواهند کرد. در اغلب این موارد به‌طور مستقیم تعدادی از تأمین‌کنندگان از چرخه رقابت حذف شده و در نتیجه منجر به افزایش قیمت‌ها و کاهش شرایط مطلوب قرارداد برای مصرف‌کنندگان می‌شود.

۴. ایجاد هزینه‌های قابل‌توجه ورود یا خروج توسط عرضه‌کننده؛ مقرراتی که افزایش هزینه ورود به بازار و یا خروج از آن به همراه می‌آورد، موجب کاهش مطلوبیت سرمایه‌گذاری در این بازارها می‌شود، و بنابراین تعداد شرکت‌کنندگان در بازار را در طول زمان کاهش می‌دهد. نمونه‌هایی از این نوع مقررات شامل، الزامات آزمایش دقیق محصول و الزامات مربوط به مدارک تحصیلی یا فنی بالا غیر ضروری برای فعالیت در بازار است. دولت‌ها گاهی سعی بر آن دارند که به‌منظور کاهش تأثیرات رقابتی چنین مقرراتی با ارائه معافیت‌های هدفمند، به بهبود وضعیت رقابت کمک کنند. به‌عنوان مثال در اتحادیه اروپا، تولیدکنندگان ماشین‌های دارای موتور کم‌حجم (از حیث میزان مصرف انرژی و آلاینده‌گی کمتر) اغلب از آزمایش وسایل نقلیه معاف هستند، یا تحت پروتکل‌های آزمایشی کمتری قرار می‌گیرند.

۵. ایجاد مانع جغرافیایی برای شرکت‌ها جهت عرضه خدمات و کالا، نیروی کار یا سرمایه‌گذاری؛ گاهی در تعداد محدودی از قوانین و مقررات، جریان کالا، خدمات، سرمایه و یا نیروی کار در مرزهای قضایی خاصی، اغلب به‌عنوان سیاست منطقه‌ای، محدود می‌شود. باوجود، چنین محدودیت‌هایی، رقابت برای ارائه یک محصول یا خدمات در یک منطقه جغرافیایی کاهش می‌یابد. اغلب جایگزین‌های مناسبی مانند یارانه‌های مستقیم برای دستیابی به هدف قانون‌گذاری وجود دارد.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

ب) محدودیت توانایی عرضه‌کنندگان جهت رقابت

۱. وجود محدودیت در توانایی قیمت‌گذاری فروشندگان کالا یا خدمات: دولت‌ها اغلب قیمت‌ها را در بخش‌های انحصار طبیعی، نظیر آب و برق، تنظیم می‌کنند. این نوع کنترل قیمت‌ها به مصرف‌کنندگان کمک می‌کند و به‌عنوان یک وزنه تعادل کمبود کالاهای جایگزین برای مصرف‌کننده، عمل می‌کند. با این حال، کنترل قیمت‌ها در شرایطی استفاده می‌شود که تعداد بسیاری عرضه‌کننده بالقوه برای مصرف‌کننده وجود دارد. در این موارد، برقراری حداقل قیمت به‌عنوان وسیله‌ای برای حمایت از عرضه‌کنندگان کوچک از رقابت ناعادلانه می‌باشد. مقررات قیمت‌گذاری به‌ندرت مؤثرترین یا کارآمدترین وسیله برای دستیابی به اهداف موردنظر می‌باشد. در مورد قیمت‌گذاری تهاجمی که باعث کاهش عمدی قیمت‌ها به‌منظور خروج برخی از بنگاه‌ها در بازار می‌شود، نیز استفاده از قانون رقابت عمومی جهت کنترل قیمت‌ها جایگزین مناسبی است.

۲. محدودیت آزادی عرضه‌کنندگان برای تبلیغ و یا فروش کالاها یا خدمات؛ مقرراتی که محدود کردن توانایی تأمین‌کنندگان برای تبلیغ و یا فروش کالاها و خدمات را در برمی‌گیرند، اغلب برای محدود کردن تبلیغاتی است که اطلاعات غلط و گمراه‌کننده می‌دهند. گاهی اوقات محدودیت‌های تبلیغاتی در نظر گرفته‌شده برای محصولات یا خدماتی است که ارزش اجتماعی منفی دارند.

۳. ایجاد استانداردهای کیفیت محصول که منجر به ایجاد مزیت و برتری محصول برخی از عرضه‌کنندگان نسبت به دیگران می‌گردد؛ تنظیم مقررات استاندارد معمولاً در جهت حمایت از مصرف‌کنندگان و ایجاد اطمینان در مورد محصولات جدید صورت می‌پذیرد. اما این قوانین و مقررات می‌توانند باعث مزیت برخی بنگاه‌ها نسبت به دیگر بنگاه‌ها شود. برای مثال مقررات زیست‌محیطی، انتشار گازهای گلخانه‌ای را محدود می‌کند، اگرچه این محدودیت به نفع سلامت عمومی جامعه می‌باشد، اما می‌تواند زمینه خروج برخی از بنگاه‌های دارای تکنولوژی متکی به سوخت فسیلی را از بازار فراهم کند و تأثیر قابل توجهی در رقابت داشته باشد. به‌عنوان مثالی دیگر، تنظیم حداقل استاندارد برای کیفیت برخی محصولات خاص در جهت حمایت از حقوق مصرف‌کننده و به‌تبع آن بالا رفتن قیمت محصولات، باعث کاهش رفاه مصرف‌کنندگان می‌شود، زیرا به‌طور معمول مصرف‌کنندگان خرید کالاهای ارزان‌تر و باکیفیت پایین‌تر را ترجیح می‌دهند، حتی زمانی که به‌طور کامل از تمام خطرات مربوط به آن مطلع باشند.

۴. افزایش قابل توجه هزینه‌های تولید برخی از عرضه‌کنندگان نسبت به دیگران؛ در برخی موارد، مقررات باعث افزایش هزینه‌های برخی از عرضه‌کنندگان نسبت به دیگران می‌شود. یکی از دلایل عدم تقارن هزینه‌های برخی عرضه‌کنندگان نسبت

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

به دیگران، مقرراتی است که استفاده از تکنولوژی تولید خاصی را حمایت می‌کند. منبع دیگر اختلاف هزینه‌های تولید «مفاد پدربزرگ»^{۵۶} است به نحوی که تأمین‌کنندگان قدیمی را از مقررات معاف می‌کند، اما مقررات را بر تولیدکنندگان تازه‌وارد اعمال می‌کند. منبع دیگر، پرداخت یارانه‌ها یا تأمین مالی ترجیحی شرکت‌های دولتی است، چنین توافقاتی پتانسیل قابل‌ملاحظه‌ای برای ایجاد اختلال در روابط رقابتی درون صنعت را دارا می‌باشند. ممنوعیت و محدودیت ورود به بازار، کاهش نوآوری و کاهش رقابت در بازار از جمله تبعات این نوع سیاست‌ها می‌باشند.

ج) کاهش انگیزه عرضه‌کنندگان برای رقابت

۱. ایجاد یک نظام خودتنظیمی و قانون‌گذاری مشترک؛ اصطلاح «خودتنظیمی»^{۵۷} زمانی استفاده می‌شود که یک انجمن صنعتی یا حرفه‌ای، مسئولیت کامل تنظیم قوانین و مقررات اعضای خود را بدون حمایت قانونی دولت (البته با متقاعد کردن دولت) بر عهده بگیرد. با این حال، در زمان حمایت قانونی دولت از قوانینی که به‌طور جزئی توسط انجمن صنعت و حرفه‌ای وضع می‌شود، اصطلاح «تنظیم‌گری مشترک»^{۵۸} مورد استفاده قرار می‌گیرد. ساختارهای خودتنظیمی و تنظیم‌گری مشترک می‌توانند منافع قابل‌توجهی را از طریق اطمینان از بهبود استانداردهای فنی از کانال پیشرفت تکنولوژی دارا باشند. با این حال، این ساختارها می‌توانند اثرات ضد رقابتی داشته باشند. به‌طور خاص، انجمن‌های صنعتی/ حرفه‌ای، اغلب قوانینی را که باعث کاهش انگیزه یا فرصت رقابت بین تأمین‌کنندگان کالا یا خدمات می‌شوند، مانند محدودیت‌های تبلیغاتی و قوانینی که مانع از ایجاد تخفیف می‌شود، اتخاذ می‌کنند. علاوه بر این، این نوع ساختارها و الزامات قانونی، می‌توانند موجب مانع در ورود به بازار برای تولیدکنندگان جدید شوند.

۲. حمایت و الزام انتشار اطلاعات در مورد محصولات، قیمت، میزان فروش یا هزینه‌های تولیدکننده؛ مقرراتی که انتشار اطلاعات در مورد قیمت‌ها و یا میزان محصول در برمی‌گیرد، ممکن است برای بهبود اطلاعات مصرف‌کننده اتخاذ شود و گاهی هم می‌تواند کارایی بازار را افزایش دهد اما این قوانین به‌طور چشمگیری در شکل‌گیری کارتل‌ها مؤثر است، زیرا الزام کلیدی برای عملکرد کارتل این است که شرکت‌کنندگان در کارتل به‌طور مؤثر بر رفتار رقبا و همکاران، نظارت داشته باشند. وجود کارتل‌ها باعث کاهش تعداد شرکت‌کنندگان در بازار، موانع ورودی بالا و همگن شدن کالاها می‌گردد. یکی از راه‌های جلوگیری

^{۵۶} grandfather clauses

^{۵۷} self-regulation

^{۵۸} co-regulation

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

از جنبه‌های منفی این قوانین این است که هنگامی که اطلاعات عمدتاً برای سیاست‌گذاری دولت گردآوری می‌شود، به صورت عمومی منتشر نشوند.

۳. معافیت برخی صنایع و یا گروهی از عرضه‌کنندگان از اجرای قانون عمومی رقابت؛ در بسیاری از کشورها، تأمین‌کنندگان یا بخش‌های اقتصادی خاص از معافیت قانون رقابت عمومی بهره‌مند می‌شوند. در این فعالیت‌های خاص معمولاً قوانین رقابت مخصوص خود وجود دارد و یا هیچ محدودیتی در رفتار ضد رقابتی این بخش‌ها وجود ندارد. این قوانین و مقررات در مواردی که نقض قابل توجهی از قانون کلی قانون رقابت وجود داشته باشد، خطر تشکیل کارتل‌ها، سوءاستفاده از قیمت‌گذاری و ادغام ضد رقابتی را افزایش می‌دهند. جهت جلوگیری از وقوع جنبه‌های منفی این نوع قوانین، پیشنهاد می‌شود این میزان معافیت‌ها به حداقل میزان خود برسند.

د) محدودیت انتخاب‌ها و اطلاعات در دسترس مصرف‌کنندگان

۱. ایجاد محدودیت در توانایی مصرف‌کنندگان برای انتخاب کالا و خدمات موردنظر؛ گاهی مقررات انتخاب‌های مصرف‌کنندگان را محدود می‌کنند. به‌عنوان مثال، برخی از قوانین ممکن است مشتریان را به خرید خدمات پزشکی به‌طور محلی محدود کند به‌طوری که مراکز خدمات درمانی تنها به افراد ساکن در یک منطقه جغرافیایی خاص خدمت دهند، به این صورت که از مراجعه مصرف‌کننده به کلینیک‌های دارای لیست انتظار کوتاه‌تر و شهرت بیشتر جلوگیری می‌کند. محدودیت‌های انتخاب مصرف‌کننده می‌تواند زیان‌آور باشد، زیرا تأمین‌کنندگانی که باقی می‌مانند، انگیزه کمتری برای کسب رضایت مشتری از طریق ارائه خدمات و محصولات باکیفیت دارند. بهترین جایگزین این نوع قوانین به‌صورت طبیعی، ارائه اطلاعات می‌باشد و نبود چنین محدودیت‌هایی معمولاً به دلیل فقدان اطلاعات کافی می‌باشد.

۲. کاهش تحرک مشتریان بین عرضه‌کنندگان کالاها یا خدمات از طریق افزایش هزینه‌های صریح یا ضمنی تغییر عرضه‌کنندگان؛ مقررات می‌تواند تمایل به تغییر انتخاب عرضه‌کننده در مصرف‌کنندگان را به‌وسیله «هزینه‌های تعویض^{۵۹}» تحت تأثیر قرار دهد. این هزینه‌های تعویض به صورت صریح و ضمنی بر مصرف‌کننده‌ای که تمایل به تغییر عرضه‌کننده محصول موردنیاز خود را دارد، تحمیل می‌شود. هزینه‌های تعویض ممکن است به دلایل مختلف، از جمله شرایط قرارداد بلندمدت یا ارتباط قوی دارایی با تأمین‌کنندگان به‌نحوی که جدا سازی آن دشوار می‌باشد، ایجاد شوند. به‌عنوان مثال در زمان اتصال شماره تلفن

^{۵۹} switching costs

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

مصرف‌کننده به شبکه ارائه‌دهنده خدمات خاص و بالا بودن هزینه تغییر سرویس و اپراتور ارائه‌دهنده خدمات، عرضه‌کنندگان می‌توانند قیمت‌های بالاتر را برای کالاها و خدمات خود درخواست کنند. سیاست‌گذاران در جهت جلوگیری از افزایش هزینه‌های مصرف‌کنندگان از طریق سیاست رقابت به کاهش و حذف هزینه‌های تعویض اقدام کنند.

۳. تغییر اساسی و بنیادین اطلاعات موردنیاز مصرف‌کنندگان جهت خرید کالا و خدمات؛ زمانی که دولت‌ها با حذف قوانین و محدودیت‌ها، بازارهای جدید را معرفی کنند، مصرف‌کنندگان با بازارهای جدیدی که تابه‌حال از آن‌ها خرید نداشته‌اند، مواجه خواهند شد. زمانی که مصرف‌کنندگان حق انتخاب تأمین‌کننده خود را در بازارهای جدید داشته باشد، ارزیابی و تشخیص شرکت‌های خوب از بد دشوارتر می‌شود. در این شرایط ممکن است، خطر از بین رفتن اثرات اصلاحات صورت پذیرفته توسط دولت، به دلیل استفاده شرکت‌های تولیدکننده در بازارهای جدید از طریق عدم وجود اطلاعات در مورد محصولات جدید و بی‌تجربگی مشتریان، وجود دارد. برای اطمینان از موفقیت در رعایت قوانین و مقررات، بهتر است ایجاد گزینه‌های جدید، از طریق نشر اطلاعات به‌عنوان راهکار ارزیابی پیشنهادات برای مصرف‌کنندگان انجام شود. یکی از راه‌حل‌ها، انتشار اطلاعیه‌های دولتی و برنامه‌های آموزشی است. یکی از روش‌های انتشار اطلاعات صحیح، توزیع بروشورها و آگهی‌های تبلیغاتی تلویزیونی عمومی برای کمک به مصرف‌کنندگان در جهت اصلاح انتخاب‌ها پس از حذف مقررات و قوانین، می‌باشد.

۲- طراحی و تدوین سیاست تنظیم بازار انحصاری مواد خام و فلزات اساسی

۲-۱- مقدمه

حقوق رقابت به‌عنوان مجموعه قواعد حاکم بر رقابت بین عوامل اقتصادی، بخش مهمی از حقوق اقتصادی است. ابزار حقوق رقابت، به قوای عمومی امکان می‌دهد تا به نحو کارآمدی بر محیط اقتصادی تأثیر بگذارند و سیاست‌های اقتصادی را تحقق بخشند. در کشور ما پس از خاتمه جنگ تحمیلی، موضوع رقابت‌پذیر کردن اقتصاد ملی، به‌عنوان یکی از سیاست‌های محوری نظام جمهوری اسلامی، در قوانین برنامه‌های دوم، سوم و چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مورد تأکید قانون‌گذار قرار گرفته است و با توجه به این‌که اصل ۴۴ قانون اساسی، عملاً به سبب تجویز انحصارات و ممنوعیت ورود بخش خصوصی در برخی از بازارها، مانع رقابتی شدن اقتصاد و در نتیجه کاهش بهره‌وری و رفاه مصرف‌کننده شده بود، به جهت گسترش حیطه خصوصی‌سازی و کاهش تصدی‌گری‌های دولت و واگذاری مدیریت واحدهای اقتصادی به بازار، تفاسیر جدیدی از این اصل - با توجه به ذیل آن - مطرح شد که بر طبق آن، بیشتر شرکت‌های بزرگ دولتی، حتی در زمینه‌هایی مثل برق، مخابرات، بیمه و نیز بانک‌ها که تا آن زمان در انحصار دولت بود مشمول خصوصی‌سازی گردند و در همین راستا بود که در خرداد ۱۳۸۴ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی ابلاغ گردید. تفسیر جدید از اصل ۴۴، با ارجاع به اهدافی چون شتاب بخشیدن به رشد

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

اقتصاد ملی، گسترش مالکیت در سطح عموم مردم به‌منظور تأمین عدالت اجتماعی، ارتقای کارایی بنگاه‌های اقتصادی و بهره‌وری منابع مادی و انسانی و فناوری، افزایش رقابت‌پذیری در اقتصاد ملی، افزایش سهم بخش‌های خصوصی و تعاونی در اقتصاد ملی، کاستن از بار مالی و مدیریتی دولت در تصدی فعالیت‌های اقتصادی، افزایش سطح عمومی اشتغال، تشویق اقشار مردم به پس‌انداز و سرمایه‌گذاری و بهبود درآمد خانوارها، ارائه گردید. در واقع، تفسیر جدیدی از اصل ۴۴ ق.ا. حاصل شد که موانع فعالیت بخش خصوصی در اقتصاد به لحاظ قانونی مرتفع گردد.

در پژوهش حاضر برای دستیابی به روشی بهینه در جهت تعامل سازنده میان بخش خصوصی و دولتی در صنایع مس، آلومینیوم و فولاد، با از تجربیات موفق دیگر کشورهای جهان و همچنین بررسی قوانین موجود در زمینه رقابت و جلوگیری از انحصار، بهره‌برداری شد و نیز روش‌شناسی راهنمای ابزار ارزیابی سیاست رقابت منتشر شده توسط OECD، به کار گرفته شد. در مرحله اول به‌منظور انتخاب بازارها و حیطه‌های مورد بررسی از معیارهایی همچون، شدت تمرکز بازار، سهم بازار از صنعت و میزان شاغلین استفاده شده است. در مرحله دوم با بررسی چک‌لیست رقابت و سؤالات موجود در آن، زمینه‌های وجود موانع رقابت نیز که بیشتر معطوف به قسمت (الف) چک‌لیست می‌باشد، مشخص گردید. در مرحله سوم گزینه‌های پیشنهادی ارائه خواهند شد که با استفاده از ادبیات اقتصادی دو راه‌حل طراحی بازار و رگولاتوری مستقیم بازار مدنظر قرار گرفته است. در مرحله چهارم از میان گزینه‌های پیشنهاد شده بهترین گزینه می‌بایست انتخاب شود که ما در این مطالعه از طریق بررسی اثرات رفاهی بالقوه هر راه‌حل و انجام مطالعات میدانی به مقایسه روش‌ها می‌پردازیم. در مرحله پنجم راهکارهای اجرایی و قانونی هر روش مورد بررسی و اجرا قرار خواهند گرفت و در مرحله نهایی نیز اثرات اجرا پس از پیاده‌سازی هر راه‌حل تجزیه و تحلیل خواهد شد. در گزارش فاز اول این پروژه مراحل اول تا سوم بررسی و اجرا شده است و در این قسمت از گزارش به مراحل چهارم به بعد پرداخته می‌شود. ابتدا از میان راهکارهای موجود بحث طراحی بازار و طراحی مکانیزم استفاده و تشریح شده و بحث رگولاتوری و تنظیم مستقیم بازار توسط دولت نیز در فاز سوم گزارش ارائه خواهد شد. در ادامه پس از بیان مبانی نظری تئوری طراحی بازار به بیان جزئیات مدل ارائه شده پرداخته می‌شود.

۲-۲- طراحی بازار

نظریه طراحی مکانیسم و به‌طور خاص در اینجا طراحی بازار، که به طراحی قواعد یک بازی یا سیستم می‌پردازد، ارتباط تنگاتنگی با نظریه بازی‌ها دارد. با این تفاوت که نظریه بازی‌ها قواعد یک بازی را به‌صورت از پیش داده شده در نظر گرفته و بر این اساس رفتار بازیکنان را پیش‌بینی می‌کند. در حالی که وظیفه نظریه طراحی مکانیسم، ایجاد انتخاب بهینه در قواعد بازی است؛ یعنی

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

همان چیزی که نظریه بازی‌ها آن را داده‌شده فرض می‌کند. به همین علت است که طراحی سازوکار را زیرمجموعه نظریه بازی می‌دانند. (عبادی و همکاران، ۱۳۹۶)

یکی از مهم‌ترین و ضروری‌ترین وظایف بازار، هماهنگ‌سازی بین عرضه‌کننده و تقاضاکننده است. اگر این وظیفه به شکل ناقص و ناکارا انجام گیرد، بازار شکل نمی‌گیرد یا شکست می‌خورد و درنهایت از هم می‌پاشد؛ زیرا تعداد شرکت‌کنندگان در یک بازار یا بیش‌ازحد زیاد یا بیش‌ازحد کم هست و یا شرایطی بر بازار حاکم می‌گردد که کمتر کسی به راحتی و با اطمینان، اولویت‌هایش را ابراز می‌دارد. چالش بنیادی در طراحی بازار زمانی خواهد بود که اقتصاددانان بازارهای پیچیده را به اندازه کافی درک کنند و به این حد از توانایی برسند که در صورت شکست این بازارها، توانایی بازسازی آن‌ها را داشته باشند و بازارهای جدیدی را برای آن‌ها طراحی کنند و یا اینکه از مکانیسم‌های شبه بازاری بهره بگیرند.

وقتی فرایند تعیین و تعدیل قیمت به آرامی عمل می‌کند، عوامل اقتصادی آنچه را که می‌خواهند در قیمتی که مشاهده می‌کنند، انتخاب خواهند کرد؛ اما بسیاری از بازارها پیچیده‌تر از این قانون ساده اقتصادی هستند، در برخی از بازارها، اشخاص قادر به انتخاب کالا یا خدمات نیستند حتی اگر توانایی پرداخت قیمت آن نیز داشته باشند. برای توضیح بیشتر می‌توان گفت که در بازارهای معمول کنار هم قرار گرفتن دو عنصر خواستن و توانستن (خواستن کالا و توانایی پرداخت قیمت آن) تقاضا را شکل می‌دهد؛ در این‌گونه از بازارها صرف حضور این دو عنصر ما را به‌عنوان خریدار معرفی نخواهد کرد چراکه در این حالت کالا در کیفیت‌های متعددی ارائه می‌شود و بنابراین تشکیل یک بازار برای چنین کالاهایی امکان‌پذیر نیست. پیچیدگی برخی از بازارها به حدی است که افراد باوجود تمایل و توانایی پرداخت قیمت آن قادر به انتخاب آنچه می‌خواهند نیستند؛ یعنی مکانیسم قیمت و تعدیل خودکار بازار را به نقطه تعادل نمی‌رساند و این به معنی عدم امکان تشکیل چنین بازاری نیست، بلکه عدم توانایی در شکل‌دهی و طراحی چنین بازاری است. مجموعه مطالعات نوظهور طراحی بازار و نظریه تطبیق سعی دارد بدون استفاده از مکانیسم بازار سنتی (بدون بهره‌گیری از سازوکار قیمت) بستر و فرایندی برای به هم رسیدن طرفین بازار فراهم آورد. به عبارتی در این نظریه سازوکار قیمت مسئله تخصیص منابع را حل نخواهد کرد، بلکه تخصیص بر اساس شرایط عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان است که طبق الگوریتم پیشنهادی، ترجیحات رتبه‌بندی شده، جایگزین سیستم قیمت‌ها شده و نقش آن را ایفا خواهد کرد.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۲-۳- تئوری تطبیق

تطبیق، بخشی از اقتصاد است که تمرکز آن بر سؤالاتی از قبیل «چه کسی چه چیزی را دریافت می‌کند؟» خواهد بود. این مسئله زمانی بارزتر خواهد بود که با کالاهای کمیابی مواجه هستیم که باید بین افراد تخصیص داده شود و دارای دو ویژگی تقسیم‌ناپذیری و ناهمگنی هستند. برای بسط بیشتر موضوع می‌توان این نکته را متذکر شد که اعضای بدن به‌وضوح دو ویژگی مدنظر ما را دارند؛ به این معنا که، هم تقسیم‌ناپذیر و هم، غیر همگن هستند. می‌توان گفت مطالعه این که «چگونه بازارهای خصوصی که در آن‌ها تطبیق صورت می‌گیرد، موفق به ایجاد تطبیق‌های موفق و کارا خواهند شد یا اینکه در انجام این امر ناکام می‌مانند»، برای ما شواهدی را فراهم می‌کنند که به درک و شناخت ماهیت بازارها و چگونگی عملکرد آن‌ها کمک می‌کنند. دلیل ادعای مطرح‌شده در بند قبلی، این است که موارد شکست بازار گاهی اوقات توسط طراحی و اجرای قوانین جدید برای هر دو نوع از بازارها (بازارهای متمرکز و غیرمتمرکز)، به‌طور موفقیت‌آمیزی مرتفع شده‌اند. به‌طور کلی، می‌توان گفت که این شاخه از طراحی بازار در پاسخ به موارد شکست بازاری که در ادامه به شرح آن‌ها خواهیم پرداخت، شکل گرفته است. هر جا که بازارها با مشکلی مواجه می‌شوند، اقتصاددانان و سیاست‌گذاران، در جستجوی راهکار برمی‌آیند و این راهکار اغلب به‌صورت طراحی قوانین جدید برای بازارها خواهد بود. تئوری تطبیق بر محوری‌ترین بخش از طراحی بازار دست می‌گذارد. این تئوری را می‌توان مهم‌ترین بخش از طراحی بازار دانست. این تئوری که در بازارهای متفاوتی به کار گرفته می‌شود، نیازمند حضور دو عنصر عرضه‌کننده و تقاضاکننده است که هرکدام از این دو عنصر برای خود به شکل‌های مختلف، لیستی از ترجیحات را ارائه می‌دهند و در این بخش است که تئوری تطبیق و سازوکارش وارد عمل می‌شود و دو طرف حاضر در بازار را به هم می‌رساند. تئوری تطبیق در بازارهای جدیدتری اجرا شده است که شاید بتوان گفت که مشخصه اصلی و مشترک این نوع از بازارها عدم توانایی در استفاده از سیستم قیمت‌ها در تسویه بازار است.

برای فهمیدن این مطلب که چگونه مکانیزم‌های تطبیق در پی دستیابی به نتایج مورد انتظار خود هستند، بررسی و یافتن آن ویژگی‌هایی از این مکانیزم که جایگزین سیستم قیمت‌ها می‌شود و واکاوی نقشی که این سیستم در بازارهای کلاسیک بازی می‌کند، ضروری به نظر می‌رسد. در این مکانیزم‌ها، ترجیحات رتبه‌بندی شده، جایگزین سیستم قیمت‌ها می‌شود و نقش آن را بر عهده می‌گیرد و در اغلب موارد همین ساختار برای دستیابی به نتایج موردنظر کافی می‌باشد. (عبادی و همکاران، ۱۳۹۲)

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۲-۳-۱- مدل تطبیق دوسویه

تطبیق دوسویه حالتی است که در آن سمت عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان نیاز به تطبیق دارند و هر دو طرف دارای لیست ترجیحات هستند و بستگی به اینکه کدام طرف ثابت و کدام طرف پیشنهاددهنده باشد در الگوریتم به هم رسانی شرکت می‌کنند. بازار ازدواج و بازار نیروی کار از جمله بازارهایی هستند که می‌توان در این گروه جای داد و ساده‌ترین آن مدل ازدواج است که در این مدل، هر زن یا مردی در جستجوی تنها یک مرد و یا زن است. مدل ازدواج از دو گروه عوامل جدا از هم تشکیل شده است:

$$\{w_1, w_2, \dots, w_p\} = \text{زنان} \quad \{m_1, m_2, \dots, m_n\} = \text{مردان}$$

در اینجا مجموعه مردان متشکل از n مرد و مجموعه زنان هم متشکل از p زن می‌باشد. هر کدام از آن‌ها دارای ترجیحات کامل و انتقال‌پذیر نسبت به عوامل موجود در سوی دیگر بازار است. امکان عدم تطبیق در این مدل‌ها که دور از ذهن هم نیست در این مدل با عنوان «تطبیق با خود» مشخص می‌شود. به این معنی که در این مدل ممکن است یک فرد در یک سمت بازار به واسطه ترجیحاتی که برای خودش در نظر می‌گیرد با هیچ فردی تطبیق نیابد و در این حالت مدل و تئوری به صورت پیش فرض او را با خودش تطبیق می‌دهد. همان‌طور که عنوان شد، این حالت را تطبیق با خود می‌نامند. ترجیحات را می‌توان به عنوان لیست‌هایی با همین عنوان (لیست ترجیحات) نشان داد و در اینجا از نماد $p(m)$ استفاده می‌شود. به عنوان مثال اگر اولین انتخاب مرد m_i ، w_2 باشد و انتخاب دوم او w_1 باشد در واقع به این معنا خواهد بود که از دیدگاه او w_2 بر w_1 ترجیح دارد:

$$[w_2 >_{m_i} w_1]$$

در برخی از حالات، فرد ترجیح می‌دهد که در این فرآیند هیچ تطبیقی به او اختصاص نیابد. در این مدل برای مرد مذکور می‌توان ترجیحات را به صورت زیر تعریف کرد:

$$P(m_i) = w_2, w_1, \dots, m_i$$

به این معنا که از دیدگاه این مرد، w_2 بر w_1 ترجیح دارد و در لیست ترجیحات او به جایی می‌رسیم که او تنهایی و تطبیق با خود را بر سایر گزینه‌ها ترجیح می‌دهد. اگر عامل k (این عامل در هر سمت بازار می‌تواند حضور داشته باشد، یعنی می‌تواند زن یا مرد باشد) ترجیح دهد که این تطبیق با عامل، تنها بماند، در این صورت خواهیم داشت:

$$[k >_k j]$$

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

به این معنا که تنها بودن و عدم تطبیق برای عامل k ، از بودن با عامل j بهتر و مطلوب‌تر است. اگر یک عامل بین دو فرد قابل قبول، بی تفاوت نباشد و بین تطبیق یا عدم تطبیق تفاوت گذارد، در این حالت فرد دارای ترجیحات قوی است. یا به بیان دیگر اگر شخصی بین دو جایگزین پذیرفته شده بی تفاوت نباشد، در این صورت او را دارای ترجیحات قوی می‌دانیم اگر فرآیند تطبیق را با تابع μ نشان دهیم، آنگاه برای این تطبیق باید شرایط زیر برقرار باشد:

$$\mu(m) = W \text{ اگر } \mu(w) = M$$

و برای همه m ها و w ها، هر $\mu(w) = M$ یا در M هست یا اینکه $\mu(w) = W$ و همین‌طور برای عامل دیگر خواهیم داشت $\mu(m) = W$ یا در W هست یا اینکه $\mu(m) = M$ خواهد بود و به این معنا خواهد بود که یک تطبیق، دو عامل در دو سمت مختلف را باهم تطبیق می‌دهد و یا اینکه آن‌ها را با خودشان تطبیق می‌دهد که به معنای عدم تطبیق خواهد بود. اصطلاحاً گفته می‌شود فرآیند تطبیق توسط یک فرد مثل k مسدود شده است در حالتی که k تنها بودن و عدم تطبیق را به فرآیند تطبیق $\mu(k)$ ترجیح می‌دهد یعنی:

$$k >_k \mu(k)$$

یک فرآیند تطبیق را اصطلاحاً مسدود شده توسط یک جفت از عوامل (m, w) می‌نامند اگر هر کدام از این دو عامل یکدیگر را به شریکی که فرآیند تطبیق برای آن‌ها برمی‌گزیند، ترجیح دهند:

$$m >_w \mu(w) \quad w >_m \mu(m)$$

که در اینجا $\mu(w)$ و $\mu(m)$ ، جفت‌هایی هستند که فرآیند تطبیق برای آن‌ها در نظر گرفته است. فرآیند تطبیق را دارای ثبات خوانند اگر توسط شخص و یا دو عامل مقابل هم مسدود نشده باشد. یک تطبیق باثبات، یک بهینه پارتو است و یک تطبیق کارا در هسته قرار خواهد گرفت. در این مدل ساده مجموعه تطبیق‌های باثبات برابر با هسته هستند.

۲-۲-۳- مدل تطبیق یک‌سویه

نوع دیگری از تطبیق، تطبیق یک‌سویه است که در بسیاری از بازارها امکان پیدایش چنین تطبیق‌هایی وجود دارد. یکی از این تطبیق‌ها زمانی است که هر شرکت‌کننده‌ای در بازار با هر شرکت‌کننده دیگری می‌تواند تطبیق یابد و لزوماً برای بازار، دو سو و جهت تعریف نمی‌شود و تمام شرکت‌کنندگان در یک گروه قرار می‌گیرند. مثالی از این نوع می‌توان به گروهی از افراد اشاره کرد که می‌خواهند با یکدیگر هم‌اتاقی شوند (مثل افرادی که در خوابگاه‌های دانشجویی ملزم به انتخاب هم‌اتاقی می‌شوند)

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

هرکدام از این افراد می‌تواند با دیگری هم‌اتاق شود و در دو سمت بازار قرار نمی‌گیرند. افرادی که در این نوع از تطبیق‌ها حضور دارند، همگی در یک گروه بوده و اهداف یکسانی دارند. البته ذکر این نکته هم لازم است که الزاماً تمامی تطبیق‌ها کارآمد نخواهند بود. یکی از تطبیق‌های موجود و معروف، تطبیقی است که در بازار پیوند کلیه انجام می‌گیرد و از نوع یک‌سویه است. از آن‌جهت در گروه تطبیق‌های یک‌سویه قرار می‌گیرد که در این نوع تطبیق، افراد همگی دارای خواسته‌ای یکسان (پیوند کلیه) هستند.

۲-۴- شروط موفقیت بازار در عرصه مبادلات

از نظر راث^{۶۰} کارکرد مناسب بازارها وابسته به قواعد حاکم بر عرصه شکل‌گیری مبادلات است. درست است که هم در بازار کار و هم در بازار سهام نیروهای عرضه و تقاضا عمل می‌کنند، اما کسی که می‌خواهد سهام یک شرکت را خرید و فروش کند باید رویه‌هایی را طی کند که کاملاً متفاوت از رویه‌های بازار کار برای پیدا کردن شغل یا استخدام نیروی کار است. حتی رویه‌ها و مراحل استخدام پزشک، متفاوت از وکیل و آن‌هم متفاوت از بازیکن بیس‌بال است؛ لذا ضرورت دارد نحوه کارکرد و الزامات هر بازار به‌خوبی شناخته شود تا اقدامات لازم برای اصلاح بازارهای ضعیف بازارهای همراه با مشکلات و ناکارایی (یا طراحی و ایجاد بازارهای مفقود) بازارهایی که امکان شکل‌گیری آن‌ها در شرایط موجود فراهم نیست اتخاذ گردد. باوجوداینکه عملکرد بازارها و قواعد و رویه‌های حاکم بر آن‌ها متفاوت است و رفع شکست‌های بازار یا ایجاد بازارهای مفقود مستلزم اقدامات عملی متفاوتی است، اصول و ویژگی‌های مشترکی برای کارکرد مطلوب بازارها قابل برشمردن است. موارد شکست بازار از منظر نظریه طراحی بازار به سه بخش اساسی تقسیم می‌شود که در ذیل به بیان آن‌ها پرداخته شده است:

(۱) شکست در به وجود آوردن تعداد کافی عرضه‌کننده و تقاضاکننده: ایجاد بازار نیازمند گرد هم جمع شدن تعداد کافی از عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان است که با یکدیگر در بازار به تعامل بپردازند و چنانچه بازار در این حوزه ناموفق عمل کند، نمونه‌ای از شکست بازار را خواهیم داشت. به عبارت ساده‌تر، باید عرضه‌کننده و تقاضاکننده‌ای وجود داشته باشد تا بازاری شکل بگیرد؛ چراکه اولین اصل پیدایش بازار، حضور تعداد کافی عاملان در دو طرف مبادله است.

^{۶۰} Alvin Elliot Roth: اقتصاددان آمریکایی، به دلیل مطالعات و پژوهش‌های خود در زمینه "نظریه تخصیص‌های پایدار و اجرای طراحی بازار" برنده

جایزه نوبل اقتصاد در سال ۲۰۱۲ شدند.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۲) شکست در غلبه بر ازدحام: در این حالت، هجوم تعداد زیادی از عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان به بازار برای معامله، این مشکل را به وجود خواهد آورد.

۳) شکست در ایمن‌سازی محیط بازار برای شرکت‌کنندگان در آن: در این نوع از شکست، عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان به محیط بازار و ویژگی‌های آن اعتماد نمی‌کنند و قادر به عمل بر اساس اطلاعات خود نیستند. ایمن بودن محیط بازار از دو جنبه حائز اهمیت است:

الف) مقابله و جلوگیری از انجام مبادلات در خارج از محیط بازار؛

ب) برای عدم نیاز به تمسک جستن به رفتارهای استراتژیک (رفتارهای تنبیهی هزینه‌بر) که رفاه عمومی را کاهش می‌دهد. این ایمنی، محیط را برای انجام مبادلات در بازار فراهم می‌کند و هزینه‌های بازار را هم از منظر جلوگیری از رفتارهای تنبیهی کاهش می‌دهد.

با توجه به موارد فوق‌الذکر، نظام و بازار طراحی شده در این پروژه برای فروش محصولات بازارهای مس، آلومینیوم و فولاد، احتمال وقوع شکست بازار و ناتوانی در تسویه بازار به صفر رسیده است، به نحوی که در رابطه با بخش اول موارد اشاره شده در بالا، به دلیل حذف موانع ورود و فعالیت در بازار برای تمامی شرکت‌های فعال، تعداد کافی و مؤثری از عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان در بازار مشارکت دارند. در رابطه با مورد دوم اشاره شده، با توجه به مکانیزم قیمت‌گذاری کالاها در بازار بورس از طریق حراج، حتی‌الامکان از ایجاد پدیده صف و ازدحام جلوگیری به عمل آمده است. در مورد آخر نیز، به دلیل شفافیت و نظام‌مند بودن ساختار مبادلات در بورس کالا، اطمینان کافی برای عرضه‌کننده و تقاضاکننده در جهت فعالیت در بازار حاصل خواهد شد، لذا، طرح ارائه شده از مکانیزم‌های فعال و پویا در زمینه جلوگیری از این نوع مشکلات مربوط به شکست بازار استفاده نموده است.

۲-۵- راهکار و مدل پیشنهادی جهت تنظیم مقررات بازار رقابتی و جلوگیری از انحصار

پس از بررسی‌های صورت گرفته در زمینه قوانین و راهکارهای تنظیم بازار انحصاری و حمایت از رقابت در ادبیات موضوع و همچنین استفاده از تجربیات داخلی و خارجی با بهره‌گیری از متدولوژی طراحی بازار و نظریه بازی‌ها به ارائه مدلی در چارچوب نظام اقتصادی جمهوری اسلامی ایران با کمترین مغایرت با قوانین و الزامات حقوقی اقتصادی پرداخته‌ایم. در ادامه شماتیک کلی طراحی بازار جزئیات مدل پیشنهاد شده به صورت کامل مورد بررسی و تشریح قرار خواهد گرفت.

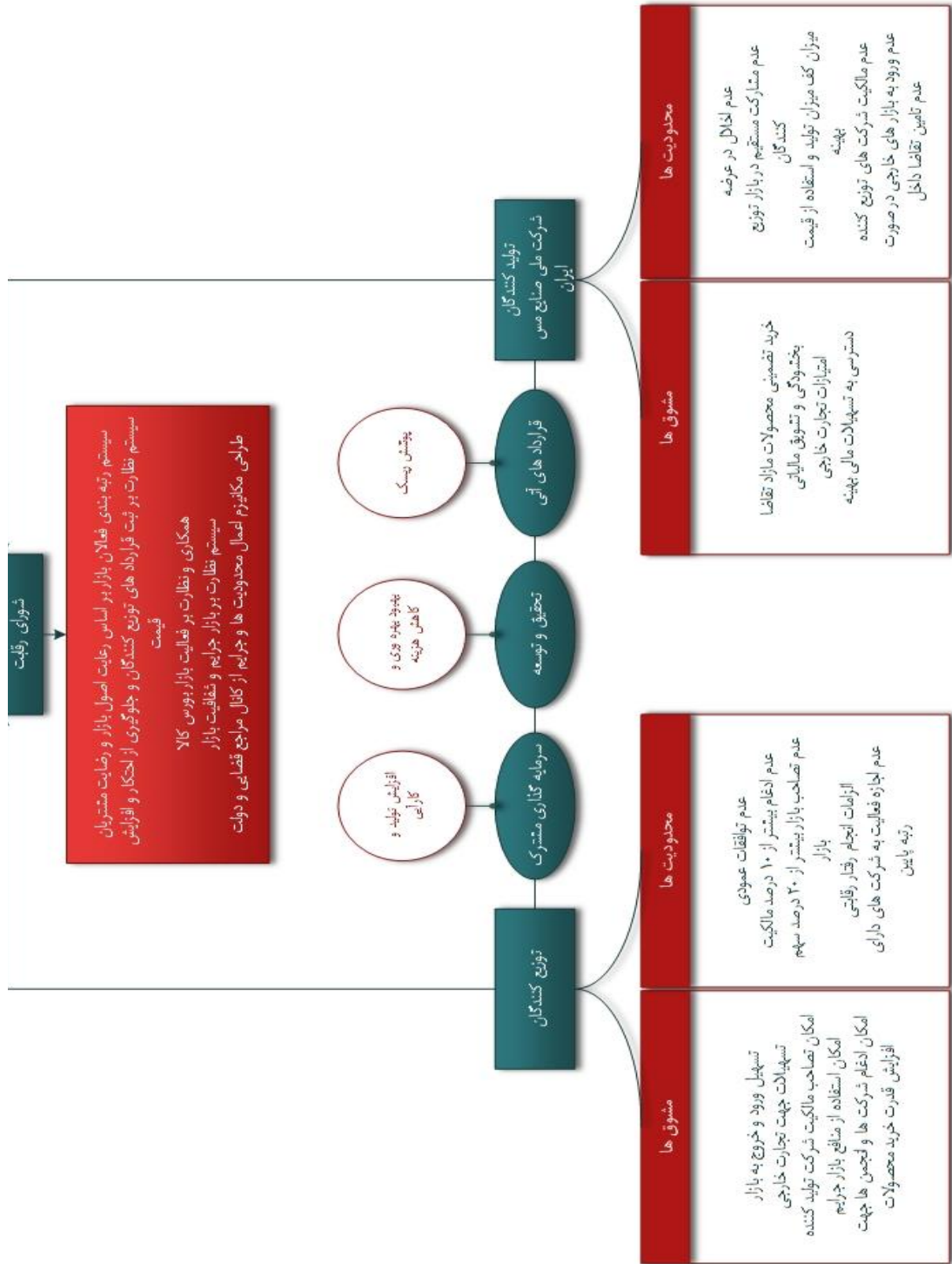
مطابق با نظریات اقتصاد خرد و بررسی مکانیزم‌های بازار، راه‌حل بهینه ممکن برای جلوگیری و کاهش قدرت انحصاری در بازارهای مواد خام ایران، طراحی بازار بورس (حراج قیمتی) با فرآیندهای کنترلی و پیشگیرانه می‌باشد. برای دستیابی به این مهم، کارآمدترین

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

بستر ممکن، پیاده‌سازی الگوی طراحی شده در بازار بورس کالا می‌باشد. به عبارت دیگر با توجه به در دسترس بودن زیرساخت‌های رقابتی در بازار بورس کالای ایران، می‌توان با تدوین و اجرای برخی فرآیندها و قوانین مزاد بر مقررات موجود، به بازاری شبه رقابتی و به‌دوراز زی آن‌های ناشی از انحصار دست پیدا کنیم.

راهکار پیشنهادی بر اساس کمترین میزان دخالت در ساختار نیروهای بازار اعم از تولیدکننده و مصرف‌کننده و با حداقل قانون‌گذاری در خصوص شرایط تولید و قیمت‌گذاری، به تغییر ساختار بازار از حیث نهاد قانون‌گذاری پرداخته است، یعنی مدل ارائه‌شده تنها بر وجود قوانین خاص در بازار تأکید دارد که رعایت آن‌ها باعث رقابت بیشتر، کاهش قدرت انحصاری و افزایش رفاه اجتماعی می‌گردد. این قوانین به صورت مکانیزم‌های محدودکننده و همچنین راهکارهای ایجاد انگیزه برای رفتارهای رقابتی تعبیه شده است. در این بخش پس از به تصویر کشیدن نمودار و شماتیک کلی مدل طراحی شده به تبیین و تشریح اجزای این مدل پرداخته می‌شود.

شکل شماره (۱۶): سمانیک کلی و نمایشی از مدل طراحی شده منطبق بر نظریه طراحی بازار



| | |
|---|---|
| اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران | بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری |
| سندیکای صنعت برق ایران | برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری |

۲-۵-۱- اجزای بازار طراحی شده

در مدل ارائه شده سه جز اصلی، «تولیدکنندگان اصلی»، «توزیع‌کنندگان (کارگزاران)» و «نهاد حاکمیتی و نظارت» در نظر گرفته شده است و عملکرد هریک از فعالان و بخش‌های بازار طراحی شده، بر اساس عملکرد فعلی آن‌ها به‌عنوان کارایی کامل مفروض شده است.

- تولیدکنندگان اصلی شامل شرکت‌های عمده و بزرگ تولیدکننده مواد خام در صنایع مس، آلومینیوم و فولاد می‌باشند. درحالی‌که حاضر این بنگاه‌های بزرگ اقتصادی به‌صورت انحصاری و با استفاده از حمایت‌های دولتی، فعالیت می‌کنند، اما با وارد شدن این بنگاه‌ها به چارچوب مدل ارائه شده، رفتار این بنگاه‌ها به دلیل وجود قوانین ضدانحصار و مکانیزم‌های جرائم و مجازات اقتصادی ملزم به رعایت کردن قانون رقابت می‌شوند.
- توزیع‌کنندگان اصلی (کارگزاران خرده‌فروشی)، شامل شرکت‌ها، اتحادیه‌ها و انجمن‌هایی می‌باشند که سهم بزرگی از تقاضای مواد و محصولات بازار را دارا می‌باشند. این دسته از فعالین بازار به دلیل کاهش قدرت رقابتی تولیدکنندگان و بسته‌های حمایتی تدوین شده، می‌توانند با تجمیع تقاضاها صاحب قدرت چانه‌زنی شوند و به‌عنوان خریدار عمده با شرکت‌های تولیدکننده وارد معامله شوند و به‌صورت رقابتی با کمترین هزینه به میزان محصول موردنیاز خود دست پیدا کنند، سپس محصولات را در بازار خرده‌فروشی عرضه کنند.
- نهاد نظارتی و حاکمیتی نیز وظیفه رصد و مشاهده رفتار طرفین بازار و همچنین اجرای مجازات‌ها در برابر تخلفات را بر عهده دارد.

۲-۵-۲- کارکرد اجزای مختلف بازار

۲-۵-۲-۱- نهاد حاکمیتی و نظارتی

با توجه به شرایط موجود اقتصاد ایران، شورای رقابت و سازمان بورس کالا را می‌توان نماینده این بخش در نظر گرفت و برخی از وظایف تعیین شده برای این شورا عبارت‌اند از:

(۱) سیستم رتبه‌بندی فعالان بازار بر اساس رعایت اصول بازار و رضایت مشتریان: طبق این سیستم بر اساس گزارش‌های هفتگی ارسالی از بورس کالا به شورای رقابت، هر یک از بنگاه‌های اقتصادی بر اساس پارامترهای بیان‌کننده رقابت، و همچنین نظرسنجی‌های متقابل، طرفین بازار رتبه‌بندی و طبقه‌بندی می‌شوند. سیستم رتبه‌بندی در اعمال محدودیت‌ها و مجازات‌های

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

ناشی از رفتار انحصاری و جلوگیری از فعالیت بنگاه‌های اختلال‌گر در روند طبیعی بازار، کمک شایانی به تسهیل امور می‌کند. به منظور رتبه‌بندی فعالان بازار طراحی شده از پارامترهای استاندارد، همچون مدیریت ارتباط با رگولاتوری (هماهنگی شرکت‌ها با نظام نظارتی و سیستم تعبیه شده)، انجام تعهدات، مدیریت رضایت مشتریان، مدیریت فناوری و ارتقای کیفیت و ... که در نظام رتبه بندی اپراتورهای برتر سرویس‌های فن آوری اطلاعات و اقدامات نظام رتبه بندی سازمان برنامه و بودجه کشور به کار گرفته شده اند، بهره برده شده است.

در زمینه نظارت بر فعالیت شرکت‌های موجود در بازار، با توجه به پیش فرض ورود آسان تمامی شرکت‌ها در بازار طراحی شده از کانال بازار بورس کالا و انجام مبادلات تجاری، در مرحله عمل و اجرای پیشنهاد، تمایزی بین شرکت‌های حاضر در بورس و دیگر شرکت‌ها وجود ندارد زیرا با چارچوب جدید تمامی مبادلات کلی با حجم بالا از کانال بورس صورت می‌پذیرد. از طرف دیگر با توجه به قانون تسهیل رقابت و منع انحصار، شکایات مربوط به بحث عمده فروشی و وجود انحصار از کانال شورای رقابت قابل پیگیری می‌باشد، طبیعی است که در بحث خرده فروشی و بنگاه‌هایی که در بورس کالا نیستند، وقوع انحصار ناممکن می‌باشد و این پرونده‌ها از کانال بازرسی اتاق اصناف و سازمان تعزیرات حکومتی قابل پیگرد قانونی می‌باشد که موضوع بحث این پروژه نمی‌باشد.

۲) سیستم نظارت بر ثبت قراردادهای توزیع‌کنندگان و جلوگیری از احتکار و افزایش قیمت: بر اساس گزارش‌های خریدوفروش کارگزاران (توزیع‌کنندگان) به بنگاه‌های خرده‌فروش کوچک و مصرف‌کنندگان نهایی، میزان زمان مشخص و محدودی جهت نگهداری کالاها تعیین می‌شود، اگر کارگزار بیش از سقف معین شده محصولات را نگه دارد و به بازار خرده‌فروشی عرضه نکند، مشمول جریمه و ممنوعیت فعالیت خواهد شد. این مکانیزم از پدید آمدن احتکار، نوسانات قیمتی کاهش عرضه در زمان و مکان خاص و ... جلوگیری می‌کند.

۳) همکاری و نظارت بر فعالیت بازار بورس کالا: بر اساس این قانون، شرکت بورس کالا موظف است گزارش‌های معاملات و مباحث مالی هر یک از فعالان بازار را به صورت هفتگی و منظم جهت اعمال قانون به شورای رقابت ارسال نماید و یا به صورت مستقل موارد اخلاف در بازار را در قالب گزارش‌های نقض قوانین تدوین و به نهادهای بالادستی ارسال نماید.

۴) سیستم نظارت بر بازار جرائم و شفافیت بازار: شورای رقابت از طریق راهکارهای قانونی می‌بایست نظارت کامل بر بازار و اعمال جرائم را بررسی کند، از طرف دیگر این شورا می‌بایست به گزارش‌های تخلف اعلام شده توسط هر یک از بخش‌های بازار رسیدگی کرده و در صورت لزوم تنبیه‌ها و تشویقات لازم را انجام دهد.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۵) طراحی مکانیزم اعمال محدودیت‌ها و جرائم از کانال مراجع قضایی و دولت: در حال حاضر طبق تجربه دیگر کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه در زمینه قوانین رقابت، هماهنگی بین نهاد نظارتی و قوه قضاییه مهم‌ترین بخش اعمال قوانین و جرائم می‌باشد. از این رو در ایران نیز توصیه می‌شود در قوه قضاییه و یا سازمان تعزیرات حکومتی، شعباتی از دادگاه‌های رسیدگی به جرائم و قوانین رقابت تشکیل گردند.

۲-۵-۲-۲- تولیدکنندگان اصلی

برای این بخش از بازار دو استراتژی فرض شده است، به این صورت که اگر بنگاه‌های تولیدکننده رفتار رقابتی داشته باشند و قوانین موجود را رعایت کننده از مشوق‌های تولیدی بهره‌مند خواهند شد و در صورت عدم رعایت قوانین، محدودیت‌های و مجازات‌هایی در پی خواهند داشت. به برخی از محدودیت‌ها و مشوق‌ها در زیر اشاره شده است:

محدودیت‌ها

۱) عدم مشارکت مستقیم در بازار خرده‌فروشی (کارگزاران): شرکت‌های تولیدکننده اصلی به دلیل دارا بودن قدرت چانه‌زنی و انحصاری بالا، در صورت وارد شدن به بازار پایین‌دستی ممکن است باعث ایجاد اخلال و نوسان در روند رقابت شوند، لذا برای دستیابی به اهداف موردنظر اجازه ورود مستقیم در بازارهای پایین‌دستی (خارج از بورس) برای شرکت‌های اصلی تولیدکننده وجود ندارد.

۲) مقدار کف میزان تولید و استفاده از قیمت بهینه: با توجه به میزان تقاضای داخلی برای هر محصول و همچنین برآورد اقتصادی قیمت بهینه از طریق محاسبه درآمد نهایی و هزینه نهایی هر بنگاه، مقدار حداقل تولید و قیمت بهینه اقتصادی توسط شورای رقابت قابل بیان می‌باشد، از طرف دیگر با توجه به قیمت‌های جهانی بورس فلزات لندن (LME) قیمت جانشینی برای قیمت بهینه در نظر گرفته می‌شود، بنگاه‌های تولیدکننده می‌توانند با توجه به ساختار تولیدی خود در یک کانال از حاشیه سود بین این دو قیمت بهینه از طریق رفتار رقابتی سود خود را به حداکثر رسانند.

۳) عدم مالکیت شرکت‌های کارگزار (توزیع): شرکت‌های تولیدکننده اصلی، تنها از طریق قراردادهای مشارکت می‌توانند در بازارهای پایین‌دستی وارد شوند. هرگونه انتقال مالکیت به شرکت‌های بزرگ تولیدی به دلیل جلوگیری سوءاستفاده از قدرت بازاری ممنوع می‌باشد.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۴) عدم ورود به بازارهای خارجی در صورت عدم تأمین تقاضا داخل: هدف اصلی مدل‌های طراحی شده، بهینه بودن بازارهای داخلی از حیث قیمت و محصول می‌باشد، از طرفی شرکت‌های تولیدکننده اصلی به دلیل داشتن مزیت‌های رقابتی و استفاده از امتیازات داخلی انگیزه بسیار زیادی برای فروش محصول در بازارهای خارجی و صادرات دارند، اما مطابق این قانون شرکت‌های تولیدکننده اصلی در صورت عدم رعایت قوانین رقابت و عدم پوشش تقاضای داخلی، اجازه صادرات و فعالیت در بازارهای بین‌المللی را نخواهند داشت.

مشوق‌ها

۱) بخشودگی و تشویق مالیاتی: بنگاه‌های تولیدکننده در صورت رعایت قوانین مترتب بر بازار و دارا بودن رفتار رقابتی، از تخفیف‌های مالیاتی برخوردار شوند.

۲) امتیازات تجارت خارجی: همان‌طور که اشاره شد به دلایل مختلف انگیزه برای صادرات در میان تولیدکنندگان بازارهای بالادستی بسیار زیاد می‌باشد، به همین منظور معافیت‌های تعرفه‌ای و گمرکی برای بنگاه‌های تولیدکننده که رفتار رقابتی و رعایت کامل قوانین را در پرونده خود داشتند، در نظر گرفته شده است.

۳) دسترسی به تسهیلات مالی بهینه: تأمین مالی جهت سرمایه‌گذاری‌های جدید از جمله دغدغه‌های شرکت‌های تولیدکننده می‌باشد، برای حل این معضل بنگاه‌های تولیدکننده که در رتبه‌بندی شورای رقابت از امتیاز بالایی برخوردار هستند، می‌توانند از تسهیلات بهینه و کم‌هزینه‌تر جهت تأمین مالی شرکت خود استفاده نمایند.^{۶۱}

۲-۵-۲- کارگزاران توزیع

نقش اصلی کارگزاران توزیع، تجمیع تقاضای شرکت‌های صنایع پایین‌دستی و خرید عمده از شرکت‌های تولیدکننده است. این کارگزاران باید در یک فضای رقابتی با دیگر کارگزاران با تولیدکنندگان وارد معامله شوند و بر اساس آن می‌توانند محصولات خریداری شده را به شرکت‌های کوچک متقاضی با قیمت خرده‌فروشی عرضه کنند. کارگزاران توزیع به‌عنوان بازیگران جدید بازار،

^{۶۱} پیشنهاد منابع مالی و راهکارهای حمایتی ذیل مواد قانونی زیر قابل اجرا می‌باشد:

ماده های ۱۲، ۱۹ و ۳۵ تا ۳۸ قانون رفع موانع تولید رقابت پذیر و ارتقای نظام مالی کشور

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

می‌بایست انگیزه‌های لازم جهت ورود به بازار و همچنین رعایت قوانین رقابتی را دارا باشند، از این حیث برخی از راه‌حل‌های مواجهه با عکس‌العمل‌های این بنگاه‌ها عبارت‌اند از:

محدودیت‌ها

(۱) عدم توافقات عمودی: توافقات عمودی همان‌طور که در قسمت ابتدایی این گزارش بیان شد، به توافقات ارائه محصول در شرایط زمانی و جغرافیایی خاص جهت فروش گران‌تر محصولات گفته می‌شود. با توجه به این بند جهت جلوگیری از رفتارهای غیررقابتی، هیچ شرکتی اجازه عقد توافقات عمودی با توزیع‌کنندگان دیگر را نخواهد داشت.

(۲) عدم ادغام بیشتر از ۱۰ درصد مالکیت: بنگاه‌ها و شرکت‌های کوچک می‌توانند برای افزایش قدرت خرید خود اقدام به ادغام کنند اما این ادغام‌های مالکیتی نباید بیشتر از ۱۰ درصد از مالکیت هر بنگاه را در برگیرد.^{۶۲}

(۳) عدم تصاحب بازار بیشتر از ۲۰ درصد سهم بازار: به‌منظور جلوگیری از ایجاد رفتارهای انحصاری در بازارهای پایین‌دستی، هیچ بنگاهی اجازه تصاحب بیشتر از ۲۰ درصد از سهم بازار را دارا نمی‌باشد.

(۴) الزامات انجام رفتار رقابتی جهت ارائه گزارش‌های مربوطه به بورس کالا: تمامی فعالان بازار موظف به ارائه گزارش‌های خرید و فروش و صورت‌حساب‌های مالی خود به سازمان بورس می‌باشند، رعایت نکردن این قانون به معنی تخلف از قانون رقابت و عدم شفافیت تلقی شده و شرکت خاطی جریمه خواهد شد.

(۵) عدم اجازه فعالیت به شرکت‌های دارای رتبه پایین: بنگاه‌هایی که در بازار به دلیل عدم رعایت قانون رقابت دارای امتیازات پایین توسط شورای رقابت باشند، محدودیت فعالیت در بازار و درنهایت منع ورود به بازارها را در پی خواهند داشت.

مشوق‌ها

^{۶۲} محدودیت قانونی در زمینه ادغام و انحصار در بازار با توجه به محدودیت قانونی مواد زیر قابل استناد می‌باشد البته در مواد قانونی اشاره به میزان

عددی سهم بازار نشده است که در متن گزارش با توجه به تجارب بین‌المللی اعداد خاصی تعیین گردیده است: ماده ۱۰۵ قانون برنامه پنجساله پنجم

توسعه جمهوری اسلامی ایران و ماده ۴۸ قانون تسهیل رقابت و منع انحصار

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۱) تسهیل ورود و خروج به بازار: از مهم‌ترین ارکان اساسی هر بازار رقابتی نبود موانع جهت ورود و خروج به بازار می‌باشد، لذا برای ایجاد انگیزه و همچنین مشارکت بالای شرکت‌های فعال در صنعت، حتی‌الامکان از قوانین محدودکننده ورود و خروج کاسته شده و شرایط مشارکت در بازار برای همه بنگاه‌ها فراهم آمده است.

۲) تسهیلات جهت تجارت خارجی: بنگاه‌های پایین‌دستی در صورت عدم عرضه بهینه محصول توسط تولیدکنندگان اصلی در بازار داخلی می‌توانند با استفاده از معافیت‌های گمرکی اقدام به واردات کالاهای موردنیاز خود از بازارهای خارجی نمایند.

۳) امکان تصاحب مالکیت شرکت تولیدکننده: به‌منظور ایجاد منافع مشترک و همسوسازی سود فعالان بازار، این امکان تعبیه شده است که در صورت دارا بودن شرایط لازم، کارگزاران بخشی از سهام و مالکیت بنگاه‌های بالادستی را در اختیار گیرند.

۴) امکان استفاده از منافع بازار جرائم: در جهت پویایی شفافیت در بازار، هر بنگاه می‌تواند گزارش‌های مبنی بر تخلف دیگر فعالان بازار را به بورس کالا ارائه دهد و پس از بررسی شورای رقابت در صورت صحت گزارشات از امتیازات مالی مختلف بهره‌گیرد.^{۶۳}

۵) امکان ادغام شرکت‌ها و انجمن‌ها جهت افزایش قدرت خرید محصولات: در این مدل به‌منظور مشارکت حداکثری بنگاه‌های اقتصادی هر صنعت در بازار، اجازه داده شده است که بنگاه‌ها و تولیدکنندگان پایین‌دستی برای ورود به بازار و افزایش قدرت چانه‌زنی خرید، از طریق ایجاد انجمن‌ها و سندیکاهای صنفی اقدام به تأسیس کارگزار توزیع نموده و وارد بازار شوند.

۲-۵-۳- نحوه تعامل مستقیم تولیدکنندگان اصلی و توزیع‌کنندگان

در راستای ایجاد منافع مشترک و همچنین بهبود بهره‌وری فعالان بازار می‌توانند مطابق با قراردادهای مکانیزم‌های طراحی شده تعاملات سازنده در جهت افزایش راندمان و کارایی بازار را دارا باشند. به‌طور حتم تولیدکنندگان با ریسک افزایش قیمت نهاده‌های تولید و قیمت‌های داخلی و جهانی محصولات مواجه می‌باشند، که در صورت بروز این نوع از نوسانات قیمتی میزان قیمت پرداختی توسط توزیع‌کنندگان نیز در طول زمان متغیر خواهد بود. به‌منظور پوشش ریسک، طرفین مبادله می‌توانند با استفاده از قراردادهای آتی، میزان زیان خود را در بازه‌های زمانی متفاوت به حداقل رسانند.

^{۶۳} در راهکار ارائه شده به منظور نظارت بیشتر به بازار جرایم اشاره شده است، با توجه به متن قانون تسهیل رقابت و منع انحصار، ماده‌های ۷۲-۷۸ به بحث مجازات‌های افراد ارائه دهنده اطلاعات نادرست و غلط اشاره شده است که این خود به نوعی اشاره ضمنی به بحث بازار جرایم دارد، لذا پیشنهاد می‌شود با توجه به وجود مجازات‌های قانونی، مشوق‌های قانونی نیز ذیل همین مواد قانونی برای ایجاد انگیزه افراد در نظر گرفته شود.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

مشکلات تأمین مالی جهت سرمایه‌گذاری در پروژه‌های جدید همواره بزرگ‌ترین معضل برای تولیدکنندگان در وضعیت کنونی اقتصاد ایران می‌باشد، سرمایه‌گذاری مشترک بین تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان در پروژه‌های پربازده می‌تواند منجر به افزایش تولید و کارایی در بازار محصولات شود.

بحث تکنولوژی و فناوری جزو مهم‌ترین ارکان تولید محصولات معدنی می‌باشد، از این‌رو تولیدکنندگان اصلی با بهره‌گیری از دانش و تکنولوژی شرکت‌های خصوصی بخش توزیع می‌توانند با سرمایه‌گذاری در بحث تحقیق و توسعه جهت کاهش هزینه‌های تولید و افزایش بهره‌وری قراردادهای موردنظر خویش را تنظیم نمایند.

به‌منظور بررسی عملی و اجرایی مدل طراحی‌شده، از طریق، مصاحبه و برگزاری پانل تخصصی خبرگان (پیوست (۷))، نقطه نظرات فعالان بازارهای موردبحث جمع‌آوری گردید. در ذیل به مهم‌ترین نتایج این مطالعات با توجه به طبقه‌بندی نتایج در سه دسته، بخش خصوصی، بخش دولتی و نهاد حاکمیتی ارائه شده است.

عمده نظرات فعالان اقتصادی بخش دولتی (شرکت‌های صنایع بالادستی)

- شرکت‌های تولیدکننده مدعی هستند که در تأمین تقاضا و نیاز داخلی مشکلی وجود ندارد. (شرکت ملی مس ایران)
- شرکت‌های تولیدکننده اصلی فلزات، انگیزه بالایی برای صادرات دارند. (قدرت زیاد نقد شوندگی مبادله، ضمانت‌های ارزی از طرف شرکت‌های خارجی و ...)
- قیمت محصولات ارائه‌شده توسط شرکت‌های تولیدکننده مانند شرکت ملی مس در مقایسه با قیمت تمام‌شده واردات مستقیم پایین‌تر است.

عمده نظرات فعالان اقتصادی بخش خصوصی (صنایع پایین دستی)

- نیاز به فراهم‌سازی بستر مناسب جهت تأمین مالی و افزایش قدرت خرید در بخش خصوصی
- تأکید بر ادامه روند پژوهش جاری در بلندمدت
- اذعان به ضعیف بودن و ناتوانی شرکت‌های بخش خصوصی جهت فعالیت در بازارهای جهانی

نهادهای دولتی و حاکمیتی

- طراحی مکانیزم کنترل تقاضا بر اساس تقاضای واقعی جهت شرکت‌ها خصوصی (اشاره به طرح بهین یاب اجرایی شده در سال ۱۳۹۱ توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت)

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

- تأکید بر نگرش نوین به ابزارهای مالی جدید همچون قراردادهای آتی و ...
- تأکید بر رویکرد قانونی و تدوین الزامات قانونی برای جلوگیری از انحصار
- اصلاح برنامه‌های قانونی مانند برنامه توسعه پنجم و ششم به‌عنوان مجوز و مشوق شرکت ملی مس برای افزایش صادرات

۳- جمع‌بندی

سیاست رقابت و همچنین ایجاد مکانیزم‌های کنترل انحصار از دیرباز جزو مهم‌ترین مسائل اقتصاددانان، سیاست‌گذاران و دولت‌ها بوده است. در این پژوهش باهدف بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری، بعد از بررسی صورت گرفته در فاز اول مطالعه که به تحلیل ساختار بازارهای مس، آلومینیوم و فولاد در ایران جهت شناسایی نوع بازار و همچنین محاسبه زیان ناشی از انحصار در این صنایع و انجام مراحل اول تا سوم ابزارهای ارزیابی سیاست رقابت منتشره توسط سازمان OECD، تخصیص داشت، در فاز دوم پژوهش با بررسی پیشینه موضوع و بهره‌مندی از تجربیات سایر کشورها در زمینه سیاست‌گذاری رقابت، بر اساس منطق اقتصاد خرد و نظریه طراحی بازار به تبیین مدل جدیدی با کمترین مغایرت با شرایط کنونی بازارهای مذکور پرداخته شده است. در راهکار ارائه شده با استفاده از تحلیل‌های موجود و ساختار فعالان بازار، سعی شده است با کمترین دخالت در مکانیزم نیروهای بازار (عرضه و تقاضا)، تنها از طریق وضع قوانین محیط بازار و چارچوب مبادلات رایج، رفتار رقابتی حمایت شود و میزان زیان ناشی از انحصار کاهش یابد. در این راه‌حل بازار به سه جز اساسی تولیدکنندگان اصلی، کارگزاران (توزیع‌کنندگان) اصلی و نهاد حاکمیت و نظارتی طبقه‌بندی شده است که هرکدام از این بخش‌های مذکور دارای تعاریف، وظایف و همچنین تعاملات متقابل در قالب محدودیت‌ها و مشوق‌ها می‌باشند. کارکردهای تعریف شده در این طرح به میزان قابل توجهی رفتار رقابتی را تقویت کرده و از قدرت انحصاری فعالان بازار می‌کاهد. نتایج مدل تدوین شده جهت نزدیک شدن به دنیای واقع به خبرگان بازار ارائه و نظرات آن‌ها دریافت شد. با توجه به تعارض منافع مابین صنایع پایین‌دستی (خریدار خرد) و صنایع بالادستی (تولیدکننده عمده) در پانل خبرگان اجماعی روی مدل ارائه شده حاصل نشد، به دلیل قدرت بالای چانه‌زنی و حمایت سیاسی تولیدکنندگان فلزات اساسی در ایران، امکان پیاده‌سازی مکانیزم‌های بازار که رفتار آن‌ها را محدود کند، بسیار دشوار است و تمایل به هیچ نظام رگولاتوری در بازار ندارند و از طرف دیگر بخش خصوصی به دلیل ضعف مالی و قدرت چانه‌زنی پایین در عمل توانایی تأثیرگذاری در بازار را ندارند. نتایج این مرحله از پژوهش و همچنین پانل تخصصی خبرگان حاکی از آن است روش‌های مبتنی بر رویکرد طراحی بازار، علیرغم مزایای تئوریک آن، قابلیت پیاده‌سازی ندارد و عملاً بدون اعمال قدرت و دخالت مستقیم دولت از طریق رگولاتوری

| | |
|---|---|
| اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران | بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری |
| سندیکای صنعت برق ایران | برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری |

نمی‌توان به شرایط مطلوب دست پیدا کرد و به عبارت دیگر مکانیزم‌های طراحی شده مانند آنچه در این پژوهش ارائه شد، می‌تواند به‌عنوان مکمل در زمینه قانون‌گذاری و دخالت مستقیم دولت عمل کند. بنابراین با توجه به نتایج به‌دست‌آمده در این مرحله، سازوکار رویکرد رگولاتوری مستقیم به‌عنوان راهکاری جهت مقابله با انحصار مورد استفاده قرار گرفته است و بر اساس آن گزارش مرحله سوم و پایانی ارائه خواهد شد.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

فصل سوم

تدوین بسته سیاستی تنظیم مقررات برای بهینه‌سازی بازار و رفع آثار منفی انحصار

۱- پیشنهاد تنظیم مقررات قیمت و مقدار تولید در صنایع مس، آلومینیوم و فولاد

۱-۱- مقدمه

امروزه برخلاف عقیده اقتصاددانان کلاسیک دخالت محدود دولت در موارد ناکارآمدی نظام بازار از جمله شکل‌گیری انحصارات، وجود کالاهای همگانی، اطلاعات نامتقارن و پیامدهای خارجی امری بدیهی و غیرقابل‌انکار است. دخالت دولت در اقتصاد همواره از جمله مناقشات اساسی مکاتب فکری و جریان‌های اصلی اقتصاد (کلاسیک‌ها و کینزین‌ها) بوده است و از این منظر موافقان و مخالفانی داشته است. نقطه مشترک غالب تفکرهای اقتصادی در ناکافی بودن مکانیسم تسویه بازار در مواجهه با موارد شکست بازار می‌باشد. یکی از انواع مداخلات دولت که به‌منظور تأثیرگذاری بر رفتار بنگاه‌ها و افراد، تنظیم مقررات می‌باشد. در ادبیات اقتصادی تنظیم مقررات به این‌گونه تعریف شده است " اعمال قوانین و مقررات از سوی دولت و ضمانت اجرایی گذاشتن برای این قوانین"^{۶۴} از کارکردهای دیگر نظام رگولاتوری می‌توان به استاندارد گذاری در بازار، قیمت‌گذاری، تقسیم منابع کمیاب در بازار، رفع اختلاف و داوری بین بازیگران بازار اشاره کرد. تنظیم مقررات اقتصادی به‌طور معمول به محدودیت‌هایی اطلاق می‌شود که دولت بر تصمیمات شرکت‌ها درباره قیمت، کمیت و ورود به بازار و خروج از آن اعمال می‌کند. وقتی صنعتی تحت تنظیم مقررات قرار گیرد عملکرد آن از لحاظ بهره‌وری و تخصیص منابع توسط نیروی بازار و فرآیندهای اجرایی دولت تعیین می‌شود. تنظیم مقررات در اصل یک مفهوم سیاسی- اقتصادی است که در آن دولت تلاش می‌کند رفتارها را در جهت اصلاح ناکارایی‌هایی سیستم بازار و دستیابی به منافع عمومی هدایت یا تشویق نماید.

۱-۲- تنظیم مقررات در بازارهای انحصار طبیعی

ساختار نهادهای تنظیم مقررات در این‌گونه بازارها، در کشورهای مختلف بستگی به توانایی کشور در پیاده‌سازی نظام مقررات گذاری دارد و به این ترتیب روش‌های مختلفی از مقررات گذاری در شکل و اهداف به وجود آمده‌اند. در برخی از این نهادها، قیمت‌های پوششی^{۶۵} قیمت‌ها را در سطح معینی محدود می‌سازد، تا به این طریق بنگاه‌ها برای کسب سود اقدام به کاهش

^{۶۴} Baldwin

^{۶۵} price caps

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

هزینه‌های عملیات خویش نمایند. گاهی اوقات نیز نرخ بازگشت سرمایه^{۶۶} معینی در نظر گرفته می‌شود که در این حالت بنگاه سود معینی را برای ارائه خدمات دریافت خواهد نمود. ملاک‌های عمده برای ارزیابی یک نظام تنظیم مقررات بهینه عبارت‌اند از: توانا ساختن بنگاه‌های فعال در بازار انحصاری برای افزایش سرمایه‌گذاری، ایجاد انگیزه برای کارایی در تولید، تنظیم مقررات به‌منظور بهبود ایجاد نوآوری و کاهش میزان تناقضات و اختلافات میان تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان.^{۶۷}

به‌طور معمول م صرف‌کنندگان کیفیت بالا و قیمت پائین را ترجیح می‌دهند، درحالی‌که سرمایه‌گذاران و بنگاه‌ها میزان سود معینی را با توجه به ساختار هزینه‌ای خود انتظار دارند. در ادبیات اقتصادی مهم‌ترین دلیل شکست بازار در صنایع زیرساختی (همچون آب، برق، گاز، مخابرات) ساختار هزینه این نوع صنایع است، که منجر به ایجاد انحصار طبیعی می‌گردد. در این نوع از صنایع به کمک قیمت‌گذاری بهینه دوم^{۶۸} و وضع مقررات می‌توان به کارایی در بازار دست‌یافت، ولی همچنان مسئله وجود هزینه‌های اولیه بالا برای ورود به بازار این‌گونه صنایع باعث می‌شود تا تهدیدی ناشی از ورود رقبا وجود نداشته باشد. یکی دیگر از دلایل دیگر که می‌تواند منجر به شکست بازار در صنایع زیرساختی شود، وجود خاصیت مکملی بین فعالیت‌های این صنایع و بقیه بنگاه‌های اقتصادی است. ارائه خدمات شبکه‌ای زیرساختی باعث افزایش تقاضا برای طیف گسترده‌ای از محصولات در بازار می‌شود، همچون وسایل ارتباطی مختلف در بخش مخابرات، لوازم برقی و گازی که در نتیجه توسعه شبکه‌های دسترسی بیشتر مورد تقاضا قرار می‌گیرند. از سوی دیگر همه صنایع دیگر، از صنایع زیرساختی به‌عنوان نهادهای تولید استفاده می‌نمایند و تابع هزینه آن‌ها مستقیماً تحت تأثیر این صنایع بالادستی است. سومین دلیل شکست بازار در صنایع زیرساختی مربوط به مفهوم «کالاهای شایسته»^{۶۹} است. مصرف‌کنندگان بعضاً ممکن است مقادیر کمتری از آنچه سیاست‌گذاران انتظار دارند، از یک کالا مصرف کنند. عواملی همچون فقدان اطلاعات، سیاست‌های خدمات دسترسی عام^{۷۰} و عدم امکان ذخیره‌سازی کالاها و خدمات تولیدی می‌تواند سوددهی در این بازار را تحت تأثیر قرار دهد.

^{۶۶} Rate of return

^{۶۷} Young

^{۶۸} second – best pricing

^{۶۹} Merit goods

^{۷۰} universal Service obligation

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۱-۲-۱- اهداف اصلی تنظیم مقررات قیمت‌گذاری

- اهداف مالی

همان‌طور که گفته شد در هر شیوه قیمت‌گذاری یکی از اهداف اصلی تأمین و تضمین درآمد کافی برای تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران است که در قبل به آن پرداخته شد.

- اهداف ایجاد کارایی

مقررات قیمت‌گذاری موجب افزایش بهره‌وری از سه کانال (۱) تخصیص مناسب (۲) بهره‌وری عوامل تولید (۳) انعطاف‌پذیر شدن تولید خواهد بود.

- اهداف ایجاد تعادل

الف) تعادل حقوق تولیدکننده - مشتری: مربوط به توزیع حقوق بین مصرف‌کنندگان و عرضه‌کنندگان است به عبارت دیگر قیمت‌گذاری باید به نحوی باشد که باعث شود ضمن آنکه منافع تولیدکنندگان حاصل شود از جمله تضمین سود مناسب، حقوق کاربران از جمله تنوع و بهبود خدمات را نیز حاصل کند.

ب: تعادل حقوق کاربر به کاربر: این موضوع مربوط به توزیع منافع حاصل به صورت عادلانه در بین کاربران است. نمونه‌ای از آن قیمت‌گذاری زمان اوج و غیر اوج است.

۱-۳- ابزارهای تنظیم مقررات^{۷۱}

اقتصاد تنظیم مقررات به‌طور کلی به مبحث اعمال محدودیت‌ها توسط دولت بر تصمیمات بنگاه‌ها از طریق ابزارهای قیمت، مقدار و نحوه‌ی ورود و خروج می‌پردازد. اگرچه تنظیم مقررات شامل گروه وسیعی از اعمال محدودیت‌ها بر تصمیمات بنگاه‌ها می‌تواند باشد، سه ابزار کنترل‌کننده اساسی که معمولاً توسط نهادهای تنظیم مقررات استفاده می‌شوند عبارت‌اند از: «قیمت»، «مقدار» و «تعداد بنگاه‌ها». از دیگر ابزارهای کنترلی می‌توان به اعمال محدودیت بر روی «کیفیت محصول»، «تبلیغات» و «سرمایه‌گذاری» اشاره کرد.

^{۷۱}. Viscusi, W. Kip; Harrington, Joseph E; Vernon, John M.; *Economics of regulation and antitrust*. Cambridge, Mass. MIT Press, 2005

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۱-۳-۱- کنترل قیمت

قیمت‌ها، مشخص‌کننده نهایی میزان عرضه تولیدکنندگان و همچنین میزان تقاضای مصرف‌کنندگان است. به‌منظور حداکثر سازی رفاه جامعه قیمت یک مکان یا خدمت می‌بایست منعکس‌کننده هزینه‌های متحمل شده برای تولید آن باشد. این هزینه‌ها نه تنها می‌بایست هزینه‌های مستقیم تولیدکنندگان را پوشش دهد بلکه هزینه‌های غیرمستقیم که ممکن است به دلیل تولید آن محصول بر دیگران تحمیل شود (مانند آلودگی) نیز پوشش دهد. از سوی دیگر قیمت‌ها می‌بایست شرایط تقاضا را نیز منعکس نمایند. قیمت کالا یا خدمتی که تمایل به پرداخت آن بالاست، می‌بایست بالاتر از قیمت کالا یا خدمتی باشد که تمایل به پرداخت آن پایین‌تر است. به‌منظور حداکثر کردن منافع اجتماعی تولید و مصرف یک کالا یا خدمت خاص، مصرف‌کنندگان می‌بایست هزینه تولید یک واحد اضافی را بپردازند که این همان هزینه نهایی تولید است. برخی از اهداف قیمت‌گذاری عبارت‌اند از:

- شکل دادن ارتباط بین عرضه و تقاضا؛ به‌عبارت‌دیگر به تعادل رساندن بازار حتی در هنگامی که یک بازار رقابتی وجود ندارد.
- کسب درآمد و پوشش هزینه‌های ارائه خدمات از جمله دیگر اهداف قیمت‌گذاری است.
- انتقال اطلاعات به مشتریان در مورد خدمات مختلف و دادن امکان به آن‌ها برای انتخاب از بین خدمات مختلف ارائه‌شده و مصرف بهینه خدمات ارائه‌شده بر اساس نیاز مشتریان.
- مهیا کردن زمینه برای رقابت؛ آنچه در نهایت از ارائه یک سیستم قیمت‌گذاری دنبال می‌شود آن است که زمینه را برای ارائه خدمات به‌صورت رقابتی فراهم آورد و چراکه با فرض کارایی بازار رقابتی، قیمت‌گذاری اولین گام برای رسیدن به چنین هدفی می‌باشد.

۱-۳-۲- کنترل مقدار تولید یا خدمات

در بسیاری از مواقع رگولاتور به‌جای استفاده از ابزارهای کنترل قیمتی از ابزارهای غیر قیمتی را در بازار اعمال می‌نماید. به‌عنوان مثال از قوانین محدودیت ماهیگیری و شکار یا قوانین ضدانحصار می‌توان نام برد. مقررات گذاری مقدار^{۷۲} در بخش مالی نیز مرسوم است. در آمریکا مقررات بانکی، برای سال‌های طولانی فعالیت‌های بانکی بین ایالتی را ممنوع نموده بود. (داشتن

^{۷۲}. Quantity Regulation

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

شعبه در چندین ایالت) در بسیاری از کشورها، بانک‌های تجاری برای فعالیت در زمینه‌های مختلف دارای محدودیت هستند؛ مثلاً سرمایه‌گذاری در مستغلات یا قرض کردن از منابع خارجی یا ممنوعیت وام دادن به گروه‌های خاص^{۷۳}.

۱-۳-۳- کنترل ورود و خروج

کنترل تعداد بنگاه‌ها (و همچنین قیمت) از متغیرهای اساسی در تعیین کارایی تخصیص و بهره‌وری^{۷۴} بازار می‌باشد. برای مثال در صنعت آهن و فولاد در چین آزادی در ورود و خروج منجر به افزایش بهره‌وری کل می‌گردد^{۷۵}. ورود در سطوح مختلف می‌تواند کنترل شود:

الف) ورود بنگاه‌های جدید به صنعت کنترل شود همان‌طور که عموماً در مقررات‌گذاری خدمات عمومی انجام می‌گیرد.

ب) در کنار کنترل ورود بنگاه‌های جدید، نهاد مقررات‌گذار همچنین می‌تواند ورود بنگاه‌های تحت مقررات‌گذاری موجود را نیز تحت نظارت قرار دهد؛ به عبارت دیگر افزایش وسعت فعالیت‌ها را محدود سازد.

ج) شکل دیگر کنترل، می‌تواند کنترل ورود بنگاه به نواحی جغرافیایی خاص باشد. به بیان دیگر مناطق و نواحی خاصی از کشور یا منطقه را برای فعالیت بنگاه تعیین می‌نماید و از ورود بنگاه‌ها به نواحی دیگر جلوگیری می‌نماید. هدف مقررات‌گذاری اینجا این است که مجموعه وسیع‌تری از مصرف‌کنندگان را نسبت به وضعیت بازار آزاد تحت پوشش قرار دهد و به تعداد زیادتری از مردم خدمات‌رسانی نماید.

۱-۳-۴- کنترل متغیرهای دیگر

اساس اقتصاد تنظیم مقررات محدود ساختن رفتار بنگاه از طریق قیمت، مقدار و کنترل ورود و خروج است. به‌طور واضح، بنگاه‌ها متغیرهای تصمیم‌گیری بسیار دیگری نیز دارند که یکی از آن‌ها کیفیت محصول یا خدمت است. نهاد مقررات‌گذار ممکن است حداقل استانداردهایی برای اطمینان از کیفیت خدمت یا محصول وضع نماید. برای کنترل هر متغیر، عوامل و فعالان اقتصادی

^{۷۳} *laporta, 2000*

^{۷۴} *Allocative and productivity Efficiency*

^{۷۵} *Huang, J., Liu, C., Lü, D., & Li, X. (2015). Industry regulation, competition, and the dynamics of productivity growth: evidence from China ' s iron and steel industry.*

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

باید در مورد آن متغیر و نوع محدودیت‌های بر آن تفسیر و تعریف یکسانی داشته باشند؛ که این موضوع در مورد قیمت و مقدار روشن و شفاف است، ولی کیفیت معمولاً به سادگی قابل تعریف نیست، بنابراین رگولاتور معمولاً محدودیت‌های سختی را برای کیفیت محصولات و خدمات (به‌غیر از سالم بودن و امنیت) اعمال نمی‌کند. اعمال محدودیت بر تبلیغات کالاها و خدمات خاص نیز در بعضی از کشورها و بازارها اجرا می‌گردد که نمونه بارز آن، محدودیت تبلیغ سیگار در رسانه‌های عمومی است. همچنین در مورد محتوای تبلیغات و برای جلوگیری از ضرر، زیان و فریب خوردن مصرف‌کنندگان، نیز دولت‌ها اعمال محدودیت می‌نمایند. متغیر دیگر که گاهی توسط نهادهای تنظیم مقررات کنترل می‌گردد "سرمایه‌گذاری بنگاه" است. برخلاف دیگر متغیرهای تصمیم‌گیری این نوع مقررات‌گذاری دخالت دولت در فرآیند تولید قلمداد می‌گردد.

با توجه به ماهیت سرمایه‌بر بودن صنایع بالادستی و بازارهای مورد مطالعه در این تحقیق، از میان ابزارهای تنظیم مقررات تنها به بررسی و مدل سازی قیمت‌گذاری و میزان تولید پرداخته شده است. در رابطه کنترل قیمت، تئوری‌های قیمت‌گذاری مختلفی بر اساس معیارهای گوناگون قابل استفاده می‌باشند، که در مدل پیشنهادی ارائه شده سعی شده است از ترکیب معیارهای مختلف مدل‌ها به بهینه‌ترین رابطه جهت تبیین کنترل قیمت در صنایع مس، آلومینیوم و فولاد دست پیدا کرد. روش‌های بسیاری برای کنترل قیمت و تعیین قیمت بهینه در ادبیات اقتصادی وجود دارد که در ذیل به برخی از آنها اشاره شده است:

۱-۴- تنظیم و مقررات قیمت^{۷۶} در شرایط وجود اطلاعات کامل

در ادبیات نظری سنتی در مورد تنظیم قیمت انحصارات طبیعی، فرض می‌شود در صورت وجود انحصار قانونی (انحصار طبیعی)، یک سازمان نظارتی وظیفه قیمت‌گذاری را بر عهده دارد. بنگاه‌های انحصار طبیعی به‌طور کلی دارای صرفه به مقیاس اقتصادی می‌باشند و این بنگاه‌ها با دارا بودن تابع هزینه متوسط نزولی و صرف نظر کردن از موضوع کارایی در تولید، سعی در حداقل کردن هزینه‌های مربوط به فناوری، قیمت نهادهای تولید و سطح تولید دارند. بر این اساس، ادبیات سنتی در مورد قیمت‌گذاری انحصارات طبیعی بر مسائل هنجاری مرتبط با توسعه قوانین قیمت‌گذاری بهینه دوم^{۷۷}، تأکید دارد. این قوانین بر روی ایجاد محدودیت بودجه نقطه سربه‌سر (برابری هزینه کل و درآمد کل) برای بنگاه‌ها انحصاری تمرکز دارند. تمرکز ثانویه ادبیات نظری در مورد تنظیم مقررات ضدانحصار، بر قیمت‌گذاری خدماتی نظیر برق که سرمایه‌بر هستند و قابلیت ذخیره ندارند، می‌باشد. در این نوع از فعالیت‌های اقتصادی، تقاضای محصولات در طول روز متغیر می‌باشد و میزان سرمایه‌گذاری می‌بایست پاسخگو

^{۷۶} Pricing Regulatory

^{۷۷} Second-best pricing

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

تقاضای ساعات پیک محصولات باشد، لذا قوانین تأکید بر قیمت‌گذاری دوگانه تولیدات به صورت ساعات اوج و غیر اوج مصرف دارند. در مورد قیمت‌گذاری گزینه بهینه اول^{۷۸} برای انحصارات طبیعی، در ادبیات سنتی فرض بر آن است که سیاست‌گذار (قیمت‌گذار) در مورد هزینه‌های شرکت‌های انحصاری و ویژگی‌های تقاضای محصولات دارای اطلاعات کامل می‌باشد. هدف سیاست‌گذاری در رابطه با قیمت‌گذاری دستوری حداکثر کردن مجموع مازاد رفاه جامعه با توجه به وجود اطلاعات کامل نسبت به شرکت‌های انحصاری می‌باشد. (جاسکو، ۲۰۰۷)^{۷۹}

۱-۴-۱- قیمت‌های خطی بهینه: قیمت‌گذاری رمزی - بویتکس^{۸۰}

از لحاظ نظری ثابت می‌شود که اگر شرایط بهینه بودن اول در سایر بخش‌های اقتصاد برقرار باشد، آنچه رفاه را به حداکثر می‌رساند، روش قیمت‌گذاری هزینه نهایی^{۸۱} است. به این معنی که اگر قیمت، مساوی هزینه نهایی برقرار شود، اضافه رفاه به معنی مجموع مازاد مصرف‌کننده و مازاد تولیدکننده در حداکثر است. ولی مشکل این شیوه قیمت‌گذاری این است که در صورتی رفاه در قالب این روش به حداکثر می‌رسد که تمام شرایط بهینه پارتو در بخش‌های دیگر اقتصاد تأمین شده باشد. نظریات اقتصاد خرد، خاطر نشان می‌سازد که انحصارگر تمایل دارد قیمت کالایش را بالاتر از هزینه نهایی تولید آن تعیین کند، و مقادیر کمتری نسبت به حالت رقابتی کالا عرضه کند، چراکه در غیر این صورت سودش کاهش می‌یابد. بر اساس این نظریات وقتی می‌توان بنگاهی را وادار نمود که قیمت کالای خود را برابر هزینه نهایی تولید قرار دهد که دارای شرایط رقابتی باشد.

بنابراین، چنین بنگاه‌هایی، ناگزیر به اعمال شیوه‌هایی از قیمت‌گذاری هستند که ضمن عدم زیان دهی، رفاه اجتماعی را نیز حداکثر نماید. به این منظور راه‌حلی که پیشنهاد می‌شود اضافه کردن یک قید بودجه است، به طوری که بنگاه در نقطه سربه‌سر قرار گیرد. به بیانی دیگر، تدوین‌کنندگان مقررات باید یک مجموعه بهینه از قیمت‌ها را به نام «قیمت‌های بهینه دوم» با توجه به قید سر به سری تعیین نمایند. (پور کاظمی و همکاران، ۱۳۹۳). این نوع قیمت‌ها به قیمت‌های رمزی معروف شده‌اند. قیمت‌گذاری رمزی-بویتکس تنها در شرایط خاصی که صنعت دارای شرایط انحصاری باشد، صدق می‌کند و همچنین نیازمند

^{۷۸} First-best pricing

^{۷۹} Joskow

^{۸۰} Ramsey-Boiteux

^{۸۱} Marginal cost pricing

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

رقم هزینه نهایی است. برای محاسبه قیمت رمزی اطلاع از هزینه نهایی و همچنین کشش‌های قیمتی تقاضا ضروری می‌باشد. قیمت رمزی بر اساس منطق اقتصادی از فرمول زیر قابل محاسبه می‌باشد:

$$P_i = MC_i(q_i) \frac{(1 + \lambda)\varepsilon_i}{(1 + \lambda)\varepsilon_i - \lambda}$$

در رابطه بالا، P_i قیمت بهینه رمزی، MC_i هزینه نهایی، q_i میزان تولید، ε_i کشش قیمتی تقاضا و λ ضریب لاگرانژ تابع حداکثر سازی سود می‌باشد. در این حالت قیمت تعیین شده توسط سیاست‌گذار به هزینه نهایی بنگاه‌ها نزدیک شده و میزان رفاه اجتماعی معادل بازار رقابت کامل می‌شود.

۱-۴-۲- قیمت‌های غیرخطی بهینه

قیمت‌گذاری غیرخطی، شایع‌ترین شکل از تبعیض قیمت درجه دوم^{۱۲} می‌باشد به طوری که قیمت‌گذاری کالا و خدمات با میزان تقاضای مصرف‌کنندگان مرتبط می‌باشد، یعنی قیمتی که توسط مصرف‌کنندگان برای یک محصول یا خدمات پرداخت می‌شود، به مقادیر خریداری آن‌ها وابسته است. بیشتر مطالعات نظری در مورد قیمت‌های غیرخطی متمرکز بر تعرفه‌های دوبخشی است که شامل یک بخش هزینه ثابت (بدون در نظر گرفتن میزان تقاضا) و یک بخش هزینه متغیر (متناسب با میزان تقاضا) می‌باشد. وجود قدرت بازاری (قدرت انحصاری) و توانایی تشخیص مصرف‌کنندگان دارای کشش قیمتی تقاضا متفاوت از یکدیگر، دو شرط اساسی استفاده از سیاست تبعیض قیمت می‌باشد. قیمت‌گذاری غیرخطی می‌تواند در بازارهایی با ساختار انحصاری یا انحصار چندجانبه کاربرد داشته باشد. در بازارهای انحصار کامل، استفاده از مدل تعرفه دوبخشی و تنظیم قیمتی نزدیک به هزینه نهایی، به‌عنوان یکی از مثال‌های قیمت‌گذاری غیرخطی، موجب کارایی در تخصیص و افزایش مجموع رفاه طرفین بازار می‌گردد. در مدل تعرفه دوبخشی فرض می‌شود که دو نرخ اعمال می‌شود:

$$C(X) = \left\{ \begin{array}{l} P_1 X \cdot < X < X^* \\ (P_1 - P_2) X^* + P_2 X \quad X > X^* \end{array} \right\}$$

^{۱۲} در تبعیض قیمت نوع دوم یا قیمت‌گذاری غیرخطی، مشتری با یک الگوی قیمت غیرخطی رو به رو است. قیمت واحد کالا بسته به تعداد کالایی که مشتری خریداری می‌کند برای وی تغییر می‌کند؛ ولی هر مشتری با الگوی قیمتی مشابهی روبه رو خواهد بود. آشناترین مثال این نوع تبعیض قیمت تخفیف روی قیمت کالا در خرید فله‌است. پژوهش دقیق‌تر در مورد تبعیض قیمت نوع دوم و استخراج الگوی قیمت بهینه اولین بار توسط اسپنس در سال ۱۹۷۶ انجام شد.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

متقاضیان دریافت وام‌های کوچک^{۸۳} هزینه‌ای مطابق با $P_1 X$ و گیرندگان وام‌های سنگین هزینه‌ای معادل $(P_1 - P_2)X^* + P_2 X$ می‌پردازند، که معیار طبقه‌بندی افراد بر اساس حد آستانه‌ای مقدار X^* می‌باشد. تعرفه گروه اول معادل P_1 و مقداری همواره ثابت می‌باشد، تعرفه گروه دوم معادل $\frac{(P_1 - P_2)X^* + P_2}{X}$ می‌باشد که علاوه بر جزء ثابت مقداری متغیر و وابسته به X را به همراه دارد. در نظام تعرفه‌ای دویخ‌شی، تعرفه کل که تضمین‌کننده حداکثر سازی منافع هر دو گروه در بازار می‌باشد، به صورت زیر قابل تعریف می‌باشد:

$$T^* = (P_1 - P_2) \left[1 - \frac{X^*}{X} \right]$$

در رابطه بالا، سیاست‌گذار از طریق تعیین حد بهینه X^* می‌تواند بازار را به سمت رقابت کامل سوق دهد، همچنین تعرفه بهینه دویخ‌شی دارای ویژگی است که قیمت نهایی را به سمت هزینه‌های نهایی میل می‌دهد و به‌طور متناوب بازار از کمترین تقاضا به سمت بیشترین تقاضا تسویه می‌شود. (میچیس^{۸۴}، ۲۰۱۶)

۱-۴-۳- قیمت‌گذاری پیک‌بار^{۸۵}

بسیاری از خدمات عمومی مانند توزیع و تولید برق، توزیع گاز و شبکه‌های تلفنی را نمی‌توان ذخیره کرد و تقاضا برای این خدمات ممکن است ساعت به ساعت، روز به روز و فصل به فصل متفاوت باشد. ذات این خدمات سرمایه‌بر بوده و دارای هزینه‌های بالایی همچون حمل و نقل، استهلاک و ریسک بازده سرمایه‌گذاری می‌باشند. هنگامی که تقاضا دارای جریان چرخه‌ای باشد، قیمت‌گذاری پیک‌بار، راهی برای دستیابی به قیمت‌گذاری نهایی را فراهم کند. قیمت‌گذاری پیک‌بار موجب تعدیل چرخه تقاضا و بهبود کارایی ظرفیت‌های تولید می‌شود، قیمت‌گذاری بالا در دوره‌های تقاضای پیک باعث کاهش مصرف و صرفه‌جویی در هزینه می‌شود، درحالی‌که قیمت‌های پایین‌تر زمانی که تقاضا کم است، باعث تشویق استفاده از ظرفیت‌های بالقوه می‌گردد. هزینه‌های نهایی بلندمدت افزایش عرضه متأثر از افزایش تقاضای پیک شامل هزینه افزایش سرمایه و هزینه‌های عملیاتی ساخت و بهره‌برداری می‌شود. بر این اساس، هزینه‌های نهایی اجتماعی برای افزایش عرضه از کانال افزایش تقاضای پیک، بسیار بالاتر از هزینه‌های نهایی افزایش عرضه از کانال افزایش تقاضای غیر پیک است. بر اساس مدل قیمت‌گذاری پیک‌بار،

^{۸۳} منظور از وام‌های کوچک، وام‌های مربوط به کسب و کارها در مقیاس کوچک (Small Business) می‌باشد که به طور معمول برای تأمین مالی نیازهای محدود و کاهش هزینه‌ها استفاده می‌شود.

^{۸۴} Michis

^{۸۵} Peak-Load Pricing

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

قیمت پیک از آنجایی که منعکس‌کننده هزینه‌های بالای عملیاتی و سرمایه‌ای است، می‌بایست نسبتاً بالا باشد و قیمت‌های پایین غیر پیک نشان‌دهنده هزینه نهایی عملیاتی پایین می‌باشد. برای مثال فرض کنید برای تولید برق تنها دو هزینه نهایی اجاره سرمایه (C_K) و هزینه نهایی عملیاتی (C_E) وجود دارد. تقاضا در هر دوره زمانی می‌بایست کوچک‌تر مساوی میزان سرمایه استفاده‌شده باشد.

$$q_D \leq Kq_N \leq K$$

برای محاسبه قیمت‌های بهینه در دوره زمانی پیک و غیر پیک، تنها کافی است تابع لاگرانژ به دست‌آمده از توابع تقاضا و قیود بالا را حداکثر نمود:

$$L^* = S(q_D) + S(q_N) - C_K K - C_E(q_D + q_N) + \lambda_D(K - q_D) + \lambda_N(K - q_N)$$

در تابع ماکزیمم‌سازی بالا، به ترتیب $S(q_D)$ و $S(q_N)$ توابع عرضه برق در روز و شب و K میزان سرمایه مورد استفاده جهت تولید برق می‌باشند، در بهینه‌سازی بالا دو حالت از جواب قابل قبول می‌باشد، در حالت اول میزان قیمت برق در ساعات پیک برابر با مجموع هزینه نهایی سرمایه و هزینه نهایی عملیاتی و قیمت برق در ساعات غیر پیک تنها برابر هزینه نهایی عملیاتی می‌شود. در حالت دوم تولید برق در ساعات پیک و غیر پیک به صورت «محصولات مشترک»^{۸۶} صورت می‌گیرد و دارای تقاضاهای برابر $(q_D = q_N)$ می‌باشند. استخراج قیمت‌های بهینه ساعات اوج و غیر اوج م صرف از رابطه بالا، دستیابی به حداکثر رفاه اجتماعی را تضمین می‌کند.

۱-۵- تنظیم و مقررات باوجود اطلاعات محدود

همان‌طور که بیان گردید، در بحث قیمت‌گذاری بهینه برای بازار انحصار طبیعی فرض می‌شود که سیاست‌گذار دارای اطلاعات کامل نسبت به هزینه‌ها و تقاضای شرکت‌ها می‌باشد. اما در واقع بنگاه‌های انحصاری سعی در تغییر و یا تحریف اطلاعات خود در جهت بالانشان دادن هزینه‌ها دارند و سیاست‌گذارها به‌طور ذاتی از ویژگی‌های هزینه‌ای شرکت، تقاضا محصولات و عملکرد مدیریتی بنگاه‌ها اطلاعات دقیقی ندارند. شرکت‌های انحصاری ممکن است اطلاعات نادرستی را به سیاست‌گذار اعلام نمایند که این عمل فرآیند قانون‌گذاری و تنظیم بازار را مختل می‌کند. در سال‌های اخیر بسیاری از کشورها در زمینه تدوین فرآیندهای نظارتی جهت بهبود اطلاعات اقداماتی انجام داده‌اند، برای مثال در ایالات متحده آمریکا برای ایجاد یک شبکه اطلاعاتی،

^{۸۶} joint products

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

سیاست‌گذاری مربوط به ایجاد سیستم یکپارچه حسابداری برای هر صنعت شکل گرفته است. در این سیستم حسابداری، پروتکل‌های گزارش‌دهی شرکت‌ها در زمینه هزینه‌ها، دارایی‌ها، مالیات‌ها و ابزارهای تأمین مالی به سازمان‌های تنظیم‌کننده بازار تعبیه شده است. با توجه به وجود عدم اطلاعات کامل در بحث سیاست‌گذاری، در این بخش به فرآیندها و مکانیزم‌های تنظیم بازار با وجود اطلاعات محدود از جمله تنظیم «هزینه خدمات»^{۸۷} و «نرخ بازدهی»^{۸۸} پرداخته می‌شود.

۱-۵-۱- تنظیم و مقررات نرخ بازدهی

تنظیم مقررات نرخ بازدهی یک سیستم برای تنظیم قیمت‌های انحصاری تحت نظارت دولتی است. فرض اصلی این است که بنگاه‌های انحصاری جهت پوشش هزینه‌های تولید و بازده سرمایه داخلی، مجبور به ارائه قیمت‌های مشابه بازار کاملاً رقابتی می‌باشند. مقررات تنظیم نرخ بازدهی به طور عمده به دلیل اثبات بودن در بلندمدت و مقاومت در برابر تغییرات شرایط داخلی شرکت مورد استفاده قرار گرفت. این نوع مقررات مانع از ایجاد انحصارها با توانایی کسب سود بالا می‌شود، ولی با وجود نوسانات اقتصادی شرکت بنگاه‌ها، این نرخ‌ها قادر به حفظ ثبات مالی شرکت کمک کنند. هدف تنظیم نرخ بازدهی برای سیاست‌گذار ارزیابی اثرات سطوح مختلف قیمت در سود بالقوه یک شرکت به منظور حمایت از مصرف‌کنندگان است، این در حالی است که اطمینان حاصل شود سرمایه‌گذاران در بازار انحصاری نرخ عادلانه بازده سرمایه‌گذاری خود را دریافت می‌کنند. برای ارزیابی نرخ بازده مناسب معیارهای زیر استفاده می‌شود.

الف) معیار اول نرخ بازدهی به جذب سرمایه کافی از سمت سرمایه‌گذاران تأکید دارد. مقررات دولتی در این زمینه باید به گونه‌ای نرخ بازدهی را تعیین کند که از سوءاستفاده از موقعیت انحصاری بنگاه‌ها جلوگیری و هم‌زمان از مصرف‌کنندگان حمایت کند. نرخ‌های بازده بسیار پایین، موجب از بین بردن انگیزه سرمایه‌گذاری در بازار می‌گردد و تأمین کالا و خدمات مورد نیاز مصرف‌کنندگان را با مشکل مواجه می‌سازد.

ب) معیار دوم که سیاست‌گذار می‌باید به آن توجه داشته باشد، میزان وابستگی مصرفی افراد به تولیدات بنگاه‌های تحت کنترل می‌باشد، در صورت وابستگی زیاد به محصولات قیمت‌ها و نرخ‌های بازدهی می‌بایست طوری تعیین شوند که هزینه‌های نهایی بنگاه‌ها را پوشش دهد تا امنیت عرضه حفظ شود.

^{۸۷} Cost of service regulation

^{۸۸} rate of return regulation

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

ج) ثبات فعالیت بلندمدت بنگاه از معیارهایی است که قانون‌گذار می‌بایست به آن توجه داشته باشد. به‌منظور ثبات در عرضه بلندمدت، سیاست‌گذاران می‌بایست چشم‌اندازهای آینده بنگاه انحصاری را نیز در نظر بگیرند.

د) تعیین نرخ بازدهی منصفانه که به‌طور یکسان سرمایه لازم جهت ادامه فعالیت بنگاه و انگیزه ورود سرمایه‌های جدید را تأمین می‌کند از دیگر معیارهای تنظیم نرخ بازدهی توسط قانون‌گذار می‌باشد.

قانون‌گذاران می‌توانند برای محاسبه نرخ بازده داخلی بهینه از رابطه زیر استفاده نمایند:

$$R = (B \times r) + E + d + T$$

در رابطه بالا: (R) الزامات درآمدی؛ مقدار درآمد انحصاری بنگاه تا هزینه‌های خود را به‌طور کامل پوشش دهد. (B) نرخ پایه؛ مقدار سرمایه و دارایی بنگاه انحصاری جهت ارائه تولیدات. (r) نرخ بازدهی بهینه مجاز، (E) هزینه‌های عملیاتی؛ هزینه تأمین منابع مالی از جمله سرمایه و نیروی کار مورد استفاده در کوتاه‌مدت، (d) هزینه استهلاک و (T) هزینه مالیات می‌باشد.

۱-۵-۲- مدل اورچ-جانسون^{۸۹}

این مدل به‌منظور ارزیابی اولیه تحلیل تأثیرات بالقوه تنظیم نرخ بازدهی در رفتار انحصارگر تدوین شده است. در این مدل فرض می‌شود بنگاه انحصاری ضمن دارا بودن تولید نئوکلاسیکی اقدام به حداکثر سازی سود خود می‌نماید. در این مدل هزینه اجاره سرمایه یک و نرخ استهلاک نیز صفر می‌باشد. در تابع سود بنگاه، $D(q)$ تقاضای کالای بنگاه انحصاری، w نرخ دستمزد، L نیروی کار، r نرخ اجاره سرمایه و K میزان سرمایه می‌باشد.

$$\pi = D(q)Q - wL - rK$$

سیاست‌گذار از کانال ابزار تنظیم نرخ بازده، اقدام به کنترل قیمت‌ها می‌کند. میزان نرخ بازده قانونی می‌تواند بزرگ‌تر مساوی میزان هزینه اجاره سرمایه (r) و کمتر از نرخ بازده داخلی انحصارگر (r_m) باشد. هزینه‌های متغیر شرکت شامل هزینه نیروی کار (wL) و هزینه‌های سرمایه (rK) به‌صورت خودکار و بدون هیچ‌گونه نظارت به قیمت‌ها منتقل می‌شود. در این مدل سیاست‌گذار

^{۸۹} *Averch-Johnson model*

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

بدون دارا بودن اطلاعاتی نظیر تابع تولید بنگاه، هزینه و تقاضا و تنها از طریق نرخ بازده اقدام به کنترل بازار می‌کند. از حل بهینه‌سازی مقید تابع سود بنگاه انحصاری میزان نرخ بازده قانونی (S) از رابطه زیر قابل محاسبه می‌باشد:

$$\frac{D(q)q - wL}{K} \leq s < r_m$$

علاوه بر ویژگی‌های مثبت مربوط به عدم نیاز به اطلاعات جهت تنظیم بازار توسط قانون‌گذار، عدم وجود ناکارآمدی در عملکرد بنگاه، امکان واردکردن تعدیل وقفه قانون‌گذاری در تعیین میزان سرمایه اولیه موردنیاز بنگاه، کارایی بیشتر مدل در زمان اجرای سیاست قیمت‌گذاری پیک‌بار و...، مدل آورچ-جانسون دارای مشکلات نیز می‌باشد، یکی از این معایب وجود «تورش استفاده از سرمایه» می‌باشد که به این معنی است در برخی شرایط انحصاری، نرخ بازده تنظیم‌شده منجر به استفاده بیشتر بنگاه از سرمایه نسبت به نیروی کار می‌گردد.

۱-۶- تنظیم و مقررات مربوط به انگیزه^{۹۰}

بیشتر پژوهش‌های صورت گرفته به وجود مشکلاتی نظیر اطلاعات نامتقارن، محدودیت‌های قرارداد، پویایی بازار و ... در مدل‌های قیمت‌گذاری متداول اشاره داشته‌اند، لذا به منظور رفع چنین موانعی و دوری از مسائلی همچون کژگزینی^{۹۱} و مخاطره اخلاقی^{۹۲} و نیز حداکثر سازی رفاه اجتماعی استفاده از نظریه‌های مدرن بنگاه‌ها، همانند نظریه طراحی مکانیزم، نظریه تنظیم مقررات انگیزشی، نظریه حراج، نظریه قرارداد و اقتصاد سیاسی مدرن توصیه می‌گردد. بسیاری از مشکلات ناشی از مدل‌های قیمت‌گذاری، مانند مدل آورچ — جانسون، منجر به کاهش و یا از بین رفتن انگیزه برای فعالیت اقتصادی با حداقل هزینه‌ها می‌شود. یکی از اهداف تنظیم مقررات انگیزشی، ایجاد بستر مناسب و تشویق بنگاه‌ها به رفتار رقابتی و دستیابی به حداکثر رفاه اجتماعی است. تنظیم و مقررات مربوط به ایجاد انگیزه و مشوق‌ها به‌عنوان یک جایگزین ساده و بهینه نسبت به تنظیم مقررات نرخ بازده و مدل‌های قیمت‌گذاری به شمار می‌رود. تنظیم مقررات انگیزشی بیشتر به صورت مکمل سیاست‌های تنظیم بازار از طریق قیمت‌گذاری عمل می‌کنند. وجه تمایز تنظیم مقررات انگیزشی نسبت به سیاست‌های مستقیم قیمت‌گذاری، استفاده مؤثرتر از اطلاعات موجود و کاربرد بهینه‌تر در مواجهه با اطلاعات ناقص و نامتقارن است. در این نوع مکانیزم‌های نظارتی، تمرکز بیشتر بر روی طراحی فرآیندها و سیستم‌های کنترلی بدون دخالت در چارچوب نظام موجود بازارها می‌باشد.

^{۹۰} Incentive regulation

^{۹۱} Adverse Selection

^{۹۲} Moral Hazard

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۱-۶-۱- تنظیم مقررات RPI-X^{۹۳}

یکی از رایج‌ترین شکل تنظیم مقررات انگیزشی، مکانیزم قیمتی RPI-X است، این مکانیزم به‌عنوان یک جایگزین ساده به‌جای تنظیم مقررات هزینه خدمات است. از دیدگاه نظری، این روش می‌تواند به‌طور ضمنی هزینه‌های سرمایه، بهره‌وری، تورم و شاخص رقابت‌پذیری را در بحث قیمت‌گذاری پوشش دهد.

در این روش میزان افزایش قیمت بنگاه‌ها در یک دوره معین از تفاضل شاخص قیمت خرده‌فروشی (RPI) که به‌نوعی نماینده تورم در اقتصاد است و یک عامل متغیر (X) که نهاد سیاست‌گذار و تنظیم‌کننده بازار آن را تعیین می‌کند، حاصل می‌شود. عامل متغیر موجود در این روش به‌طور معمول شاخصی از بهره‌وری شرکت‌ها و در مقایسه با نرخ بازده منصفانه دارای میزان بیشتری است. یکی از مزیت‌های این روش، نیاز به اطلاعات کمتر از شرکت‌های تحت نظارت می‌باشد، که این اتفاق، اجرای این مدل را کم‌هزینه‌تر و آسان‌تر می‌کند. برای محاسبه میزان افزایش قیمت بنگاه‌ها طبق این مدل از فرمول زیر استفاده می‌شود:

$$\Delta P_i = RPI - X$$

در رابطه فوق، میزان تغییرات قیمت توسط بنگاه در دوره معین (ΔP_i)، شاخص قیمت خرده‌فروشی (RPI) و عامل متغیر در دست سیاست‌گذار (X) می‌باشند. در بحث وجود انحصارات در بازار به دلیل دارا بودن صرفه به مقیاس‌های اقتصادی بنگاه‌ها، سیاست‌گذار می‌تواند جهت حمایت از مصرف‌کنندگان سطح بالاتری از (X) را به‌منظور قیمت‌گذاری انتخاب نماید. برخی از مزایا و معایب این روش در ذیل بیان شده است:

مزایا

۱. نهاد سیاست‌گذار و تنظیم‌کننده بازار می‌تواند با توجه به وضعیت صنعت و میزان بهره‌وری بالقوه قیمت‌ها را تنظیم کند.
۲. در صورت انتخاب میزان بالایی از (X)، شرکت‌ها به‌منظور افزایش سود خود اقدام به بالا بردن کارایی و بهره‌وری تولید در جهت کاهش هزینه‌ها می‌نمایند.

^{۹۳} Retail price index

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۳. با توجه به اختیاری بودن انتخاب میزان (X) توسط تنظیم‌کننده بازار، می‌توان این عدد را مطابق با بازار رقابتی در نظر گرفت و موجب بهبود رقابت، جلوگیری از سوءاستفاده از قدرت انحصاری و افزایش رفاه اجتماعی شود.

معایب

۱. تصمیم‌گیری و انتخاب میزان بهینه (X) در صورت نبود اطلاعات و پیش‌بینی‌های لازم، هزینه‌بر و دشوار می‌باشد.
۳. در اجرای این روش، امکان ناراضی‌تی و کاهش انگیزه بنگاه‌ها در صورت پایین بودن سود اقتصادی به دلیل تعیین میزان بالای (X) وجود دارد.
۴. در برخی موارد میزان بیشتر (X) در این روش منجر به از بین رفتن کارایی در بنگاه‌های دارای بهره‌وری اولیه بالا می‌شود.

۱-۷- مدل پیشنهادی قیمت‌گذاری بهینه

با توجه به فقدان اطلاعات در مورد توابع هزینه و تقاضای محصول بنگاه‌های انحصاری صنایع مس، آلومینیوم و فولاد استفاده از مدل‌های قیمت‌گذاری در شرایط اطلاعات کامل امکان‌پذیر نمی‌باشد، لذا سعی شده است با استفاده از منطق اقتصادی این مدل‌ها و با ترکیبی از معیارهای قیمت‌گذاری تحت شرایط اطلاعات محدود، قیمت بهینه برای محصولات کاتد مس، شمش آلومینیوم و میلگرد فولادی استخراج گردد. در حال حاضر قیمت‌گذاری کالاهای مذکور دارای مشکلات و ایراداتی هم از نظر تولیدکنندگان و هم مصرف‌کنندگان می‌باشد، از آنجایی که منبع اصلی تعیین قیمت این کالاها، قیمت بورس‌های جهانی فلزات می‌باشد، لذا جهت جلوگیری از نوسانات و پوشش ریسک طرفین بازار می‌بایست قیمت‌های جهانی بر اساس پارامترهای خاصی تعدیل گردند. در این مدل سعی شده است با وارد کردن برخی متغیرهای موجود در صنایع مذکور، میزان ریسک‌های قیمتی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان کاهش یابد. به همین منظور در فرم کلی و تبعی مدل ارائه شده سیاست‌گذار می‌تواند با استفاده از معیارهای مطلوب خود اقدام به تعدیل و تنظیم قیمت‌ها نماید. معیارهای تعدیل قیمت‌های جهانی در مدل پیشنهادی با در نظر گرفتن روش‌های استاندارد قیمت‌گذاری مذکور، با استفاده از شاخص‌های رقابتی (شاخص تمرکز بازار داخلی و شاخص رقابت‌پذیری کل اقتصاد) انتخاب می‌شوند.

شاخص‌های رقابتی:

در رویکرد قیمت‌گذاری RPI-X که پیش‌تر ذکر شد، سیاست‌گذار می‌تواند با توجه به اهداف سیاستی خود میزان خاصی را در فرمول قیمت‌گذاری تحت عنوان مقدار X وارد نماید، به طور رایج این متغیر به مباحث کارایی و بهینه‌یابی تولید بازمی‌گردد اما

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

در اینجا با توجه به نتایج فصل اول این گزارش مبنی بر تشخیص انحصاری بودن صنایع مورد بررسی، ما به منظور نزدیک کردن قیمت‌ها به قیمت بهینه بازار رقابتی و تشویق بنگاه‌ها به انجام رفتار رقابتی، از شاخص‌های تمرکز بازار و رقابت‌پذیری جهانی استفاده نموده‌ایم. شاخص‌های تمرکز در فصل اول گزارش برای هر سه بازار مس، آلومینیوم و فولاد استخراج شده است همچنین شاخص رقابت‌پذیری جهانی نیز از گزارش‌ها تفصیلی مجمع جهانی اقتصاد^{۹۴} گردآوری شده است. فرمول پیشنهادی قیمت پایه محصولات مورد بررسی در بازارهای داخلی از طریق وارد کردن ضریب α_i به قیمت‌های جهانی به شرح ذیل می‌باشد:

$$P^* = \alpha_i P_i^{LME}$$

در این فرمول P_{LME} متوسط قیمت جهانی محصول مورد نظر و (α) ضریب تعدیل قیمت‌های جهانی می‌باشد که سیاست‌گذار با استفاده از ماتریس تصمیم‌گیری از کانال دو شاخص رقابت‌پذیری جهانی و تمرکز بازار اقدام به انتخاب میزان مطلوب آن می‌نماید. ماتریس تصمیم‌گیری قیمت تعدیل یافته بر اساس معیارهای مورد نظر نهاد تنظیم‌گر قابل تغییر می‌باشد. با توجه به هدف اصلی این مطالعه در جهت بهبود فضای رقابتی و از بین بردن انحصار در بازارهای مورد مطالعه معیارهای رقابت‌پذیری به‌عنوان پارامترهای تصمیم‌گیری انتخاب شده‌اند. شاخص‌های رقابت‌پذیری و قیمت بهینه دارای رابطه منفی می‌باشند، به نحوی که هرچه بازارهای داخلی به سمت رقابتی بودن ($HHI = 0$) حرکت نمایند، این میزان منفی کمتر خواهد شد، همچنین در صورتی که کل اقتصاد به سمت رقابت‌پذیری بیشتر ($GCI = 1$) حرکت کند، یعنی رقابت‌پذیری بالای صنایع داخلی با صنایع خارجی نزدیک شود، از قیمت میزان کمتری کا سته خواهد شد. همچنین بنا بر درجه اهمیت تمرکز بازار و شاخص رقابت‌پذیری میزان (α) در بازه ۰٫۹۵ تا یک قابل تغییر می‌باشد. یکی دیگر از معیارهای انتخاب بازه تغییرات ضریب تعدیل علاوه بر شاخص‌های رقابتی، آزمون حداقل سازی زیان ناشی از انحصار در بازارهای انحصاری می‌باشد، به این معنی که ضریب تعدیل بهینه ضمن بهره‌گیری از منطق شاخص‌های رقابت ضامن دستیابی به زیان اجتماعی ناشی از انحصار صفر و یا کاهش رفاه ازدست‌رفته اجتماعی نیز می‌باشد. ماتریس تصمیم‌گیری قیمت‌گذاری با توجه به نتایج تخمین‌های صورت گرفته به صورت زیر بیان می‌گردد:

^{۹۴} World Economic Forum

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

جدول شماره (۱۱): ماتریس تصمیم‌گیری نهاد تنظیم‌گر جهت تنظیم قیمت و تعدیل قیمت‌های جهانی

| میزان بهینه ضریب تعدیل (α) | نوع بازار | شاخص تمرکز بازار HHI | شاخص رقابت‌پذیری جهانی GCI | ویژگی اصلی |
|-------------------------------------|-----------------|----------------------|----------------------------|---|
| $\alpha \rightarrow 0$ | انحصار کامل | $HHI \rightarrow 1$ | $GCI \rightarrow 0$ | تحت این شرایط در بازارهای داخلی رفتار تولیدکنندگان به صورت انحصار کامل می‌باشد و از طرفی اقتصاد کلان داخلی دارای عدم رقابت‌پذیری نسبت به سایر کشورها می‌باشد، لذا به منظور حمایت از مصرف‌کنندگان داخلی با کاهش ضریب تعدیل میزان قیمت‌ها نیز کاهش می‌باید. |
| $\alpha = 0.95$ | رقابت انحصاری | $0.7 < HHI < 0.9$ | $0.1 < GCI < 0.3$ | رفتار رقابت انحصاری در این شرایط بر بازارهای داخلی حاکم می‌باشد و رقابت‌پذیری اقتصاد در جهان در چارک سوم ^{۹۵} رتبه‌بندی قرار دارد. |
| $\alpha = 0.97$ | انحصار چندجانبه | $0.5 < HHI < 0.7$ | $0.3 < GCI < 0.5$ | در این شرایط رتبه اقتصاد داخلی در شاخص رقابت‌پذیری جهانی در چارک دوم قرار گرفته و بازارهای داخلی به صورت انحصار چندجانبه اداره می‌شوند. |
| $\alpha = 0.99$ | شبه رقابت | $0.2 < HHI < 0.5$ | $0.5 < GCI < 0.7$ | تحت این شرایط بنگاه‌ها دارای هیچ قدرت انحصاری و سلطه بر بازار نمی‌باشند و به صورت رقابتی رفتار خواهند کرد و از در سطح کلان و بین‌المللی نیز اقتصاد داخلی از قدرت رقابت‌پذیری بالایی نسبت به سایر کشورها برخوردار است. |

^{۹۵} در آمار توصیفی به هر یک از سه مقداری که یک مجموعه از داده‌های مرتب را به چهار بخش مساوی تقسیم می‌کند چارک گفته می‌شود. به این صورت هر کدام از آن بخش‌ها یک‌چهارم از نمونه یا جمعیت را به نمایش می‌گذارد.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

| میزان بهینه ضریب تعدیل (α) | نوع بازار | شاخص تمرکز بازار HHI | شاخص رقابت‌پذیری جهانی GCI | ویژگی اصلی |
|-------------------------------------|------------|-------------------------|-------------------------------|---|
| $\alpha \rightarrow 1$ | رقابت کامل | $HHI \rightarrow 0$ | $GCI \rightarrow 1$ | در این شرایط بازارها داخلی در شرایط رقابت کامل فعالیت می‌نمایند و اقتصاد کلان نیز در حالت رقابتی با سایر کشورها در تعامل می‌باشد، لذا میزان تعدیلی برای قیمت‌های داخلی لحاظ نگردیده و کالاها می‌توانند باقیمت‌های جهانی در کشور ارائه شوند. |

آزمون صحت مدل با توجه به برآورد زیان ناشی از انحصار در فصل اول، حداقل سازی رفاه از دست‌رفته جامعه با اعمال سناریو قیمتی جدید می‌باشد. در حالت مطلوب میزان بهینه (α) در هر صنعت با توجه به ملاحظات طرفین بازار و درجه انحصاری بازار مشخص می‌گردد. در مدل طراحی شده با توجه به بالا بودن درجه تمرکز در بازار مس مقدار ($\alpha = 0.95$)، در بازار آلومینیوم به دلیل رقابت بیشتر میان بنگاه‌ها میزان ($\alpha = 0.97$) و بازار فولاد به دلیل شبه رقابتی بودن بازار مقدار ($\alpha = 0.99$) انتخاب شده است.

جهت ارزیابی کارکرد صحیح و نزدیک کردن راهبرد مدل سازی به واقعیت در مورد قیمت ارائه شده، با توجه به در دسترس بودن داده‌ها و تجزیه و تحلیل تکنیکی اطلاعات، و از طرفی نبود سناریوهای قیمت‌گذاری مدون بهینه در شرایط فعلی، با استفاده از اطلاعات بازار اقدام به تخمین زیان ناشی از انحصار در سناریوهای قیمتی پیشنهادی توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت (پیوست شماره ۸ و ۹) و مدل پیشنهادی این تحقیق جهت قیمت‌گذاری مس کاتد، شمش آلومینیوم و پایه محصولات فولادی، نموده‌ایم. سناریو صفر که قیمت پیشنهادی وزارت صنعت، معدن و تجارت را شامل می‌شود، قیمت داخلی محصولات صنایع مورد مطالعه را بدون هیچ تعدیل و تخفیفی نسبت به قیمت جهانی به صورت زیر در نظر می‌گیرد.

قیمت پایه محصولات فولادی در بورس = (95% FOB خلیج فارس) * نرخ ارز مبادله‌ای

قیمت پایه کاتد مس در بورس = (قیمت LME برحسب دلار + پرمیوم برحسب دلار) * نرخ ارز مبادله‌ای

قیمت پایه شمش آلومینیوم در بورس = (قیمت LME برحسب دلار + پرمیوم برحسب دلار) * نرخ ارز مبادله‌ای

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

در این سناریو با استفاده از داده‌های آماری و قیمتی موردنیاز جهانی (بورس کالای لندن) و همچنین میزان تولیدات داخلی هریک محصولات با استفاده از گزارش‌های سالانه سازمان توسعه و نو سازی معادن و صنایع معدنی ایران، میزان درآمد کل (TR) صنایع در حالت اجرایی شدن این سیاست محاسبه گردیده است. (ستون سوم جدول شماره ۱۱)

$$\left\{ \begin{array}{l} TR = Q \times P \\ \text{قیمت پیشنهادی وزارت} \times \text{میزان تولید کل} = \text{درآمد کل در حالت سناریو صفر} \end{array} \right.$$

سناریو یک که مربوط به پیشنهاد قیمت‌گذاری تعدیل‌یافته محصولات موردبحث را شامل می‌شود، قیمت‌های داخلی را بدون در نظر گرفتن پرمیوم دلار و با نرخ تعدیلی از قیمت‌های جهانی محاسبه می‌نماید. هدف این نوع قیمت‌گذاری کمک به تولیدکنندگان داخلی و صنایع پایین‌دستی و همچنین پوشش ریسک نوسانات قیمتی در بازارهای جهانی می‌باشد. در صورت اجرایی شدن این پیشنهاد محصولات مس، آلومینیوم و فولاد با قیمت کمتری نسبت به قیمت‌های جهانی برای تولیدکنندگان داخلی ارائه می‌شوند. درآمد کل صنایع در این حالت بر اساس همان مکانیزم سناریو صفر محاسبه شده است. (ستون چهارم جدول ۱۱)

$$\left\{ \begin{array}{l} TR^* = Q \times P^* \\ \text{قیمت پیشنهادی پژوهش} \times \text{میزان تولید کل} = \text{درآمد کل در حالت سناریو یک} \end{array} \right.$$

به‌منظور محاسبه زیان ناشی از انحصار در حالت پایه و حالت قیمت‌های بهینه از معیار یون^{۹۶} که اختلاف درآمد کل صنعت در حالت قیمت‌های پایه و قیمت‌های تنظیم‌شده می‌باشد، بهره گرفته شده است. زیان ناشی از انحصار این صنایع به تفکیک سال در فصل اول گزارش استخراج شده است لذا در این قسمت در جهت راستی آزمایی مدل پیشنهادی، معیار و ملاک خوبی برآزش پوشش میزان رفاه از دست‌رفته ناشی از انحصار انتخاب شده است. مقایسه تطبیقی نتایج حاصل از تخمین درآمد و زیان ناشی از انحصار هر سناریو در بازه زمانی سال‌های ۱۳۹۴ الی ۱۳۹۶ در جداول زیر به تفکیک هر صنعت بیان شده است.

^{۹۶} Yoon

جدول شماره (۱۳): برآورد زیان ناشی از انحصار در حالات متخلف قیمت‌گذاری محصولات به تفکیک صنعت

| بازار مس | | | | | | | |
|-----------------|---|--------------------------------|---|--|---|-----------------------------------|---|
| سال | متوسط قیمت بورس فلزات لندن (LME) (دلار) | قیمت پیشنهادی رگولاتوری (دلار) | درآمد صنعت در سناریو صفر (میلیارد ریال) | درآمد صنعت در سناریو یک (میلیارد ریال) | اختلاف درآمد در سناریوهای صفر و یک (میلیارد ریال) | زیان اجتماعی اولیه (میلیارد ریال) | مازاد رفاه اجتماعی پس از رگولاتوری (میلیارد ریال) |
| ۱۳۹۴ | ۵،۵۱۰ | ۵،۳۳۵ | ۳،۵۳۶ | ۳،۳۵۳ | ۱،۱۶۵ | ۲۵۱ | ۱،۵۱۴ |
| ۱۳۹۵ | ۴،۸۶۸ | ۴،۶۲۴ | ۳،۴۱۳ | ۳،۳۴۸ | ۱۷۰،۷ | ۲۰،۵۱ | -۳۴۵ |
| ۱۳۹۶ | ۶،۱۷۰ | ۵،۵۶۱ | ۴۰،۱۴۳ | ۳۸،۱۲۵ | ۲۰۰،۷ | ۲۰،۹۶ | -۸۹ |
| بازار آلومینیوم | | | | | | | |
| سال | متوسط قیمت بورس فلزات لندن (LME) (دلار) | قیمت پیشنهادی رگولاتوری (دلار) | درآمد صنعت در سناریو صفر (میلیارد ریال) | درآمد صنعت در سناریو یک (میلیارد ریال) | اختلاف درآمد در سناریوهای صفر و یک (میلیارد ریال) | زیان اجتماعی اولیه (میلیارد ریال) | مازاد رفاه اجتماعی پس از رگولاتوری (میلیارد ریال) |
| ۱۳۹۴ | ۱،۶۶۴ | ۱،۶۱۴ | ۱،۶۶۳ | ۱،۶۱۳ | ۵۰۰ | ۱۳۴ | ۳۷۶ |
| ۱۳۹۵ | ۱،۶۰۴ | ۱،۵۵۶ | ۱،۷۱۳ | ۱،۶۶۱ | ۵۱۴ | ۱۹۸ | ۳۱۶ |
| ۱۳۹۶ | ۱،۹۶۷ | ۱،۹۰۸ | ۳۴،۴۱۶ | ۳۳،۶۸۴ | ۷۳۲ | ۱۲۷ | ۵۵۶ |
| بازار فولاد | | | | | | | |
| سال | متوسط قیمت بورس فلزات لندن (LME) (دلار) | قیمت پیشنهادی رگولاتوری (دلار) | درآمد صنعت در سناریو صفر (میلیارد ریال) | درآمد صنعت در سناریو یک (میلیارد ریال) | اختلاف درآمد در سناریوهای صفر و یک (میلیارد ریال) | زیان اجتماعی اولیه (میلیارد ریال) | مازاد رفاه اجتماعی پس از رگولاتوری (میلیارد ریال) |
| ۱۳۹۴ | ۴۸۷ | ۴۸۲ | ۳،۵۶۰،۵ | ۳۴،۳۵۹ | ۱،۳۴۶ | ۳۵۰ | ۸۹۶ |
| ۱۳۹۵ | ۴۷۵ | ۴۷۱ | ۳،۶۲۱،۰ | ۳۴،۸۵۸ | ۱،۳۵۲ | ۴۴۶ | ۹۰۷ |
| ۱۳۹۶ | ۴۳۳ | ۴۱۹ | ۲۸،۹۱۶ | ۲۷،۶۳۷ | ۱،۲۷۹ | ۴۴۲ | ۸۲۸ |

منبع: یافته‌های تحقیق

در مورد تجزیه و تحلیل سناریوهای مورد بررسی در این پژوهش می‌توان در مورد معایب سناریو صفر و مزایای سناریو یک موارد

زیر را بیان نمود:

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

یکی از ایرادات و کاستی‌های قیمت‌گذاری پیشنهادی از سمت وزارت صنعت، معدن و تجارت در مورد کالاهای فولاد، مس و آلومینیوم، استفاده مستقیم و بدون تعدیل قیمت‌های جهانی برای عرضه به مصرف‌کنندگان داخلی است که در صورت نوسانات شدید غیرقابل‌پیش‌بینی قیمت بازارهای جهانی فشار زیادی بر تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان داخلی تحمیل می‌گردد. وجود پرمیوم در فرمول قیمت‌گذاری یکی دیگر از مشکلات بسته پیشنهادی وزارتخانه مذکور می‌باشد، اساساً پرمیوم فلزات گران‌بها در بازارهای بین‌المللی میزان پرداختی اضافی خریدار در قراردادهای آتی به‌منظور پوشش هزینه‌های لجستیک، اداری، حقوقی، بیمه و حمل‌ونقل محصول برای رسیدن به محل تحویل موردنظر خویش می‌باشد. اصولاً قیمت‌گذاری پرمیوم در معاملات بازار بر اساس عرضه و تقاضای جهانی صورت می‌پذیرد و ارزش پولی پرمیوم در بین فعالان اقتصادی زنجیره تأمین محصولات تقسیم می‌گردد. حال اضافه کردن پرمیوم برحسب دلار بر قیمت پیشرو مصرف‌کنندگان داخلی با توجه به اینکه تولید محصولات مس، آلومینیوم و فولاد تماماً در داخل کشور صورت می‌پذیرد، موجب تحمیل هزینه‌های بالا بر دوش مصرف‌کننده داخلی می‌گردد.

در فرمول قیمت‌گذاری پیشنهادی در این پژوهش با توجه به بررسی اقتصادی ضریب تعدیلی بر قیمت‌های جهانی به‌منظور پوشش ریسک و حمایت از مصرف‌کنندگان داخلی اعمال شده است، این ضریب تعدیل به میزانی است که هزینه‌های پیشروی مصرف‌کنندگان را کاهش داده است و هم‌زمان از ایجاد انگیزه فساد در بخش خصوصی و ارزان‌فروشی محصولات جلوگیری می‌نماید. در مدل پیشنهادی ضریب تعدیل می‌تواند از عوامل مختلفی نظیر نوسانات قیمتی، نوسانات تورم، نوسانات نرخ ارز، رانت اقتصادی بنگاه‌های تولیدکنندگان داخلی، میزان رقابت‌پذیری بازارها و ... متأثر گردد که در این مطالعه با توجه به اهداف ابتدایی طرح در جهت کاهش قدرت بازاری و انحصاری در بازارهای مورد مطالعه ضریب تعدیل از اشتراک شاخص رقابت‌پذیری جهانی و درجه تمرکز بازارهای داخلی استخراج شده است. که در مورد حذف پرمیوم در فرمول قیمت‌گذاری پیشنهادی این پژوهش نیز به دلیل این که اغلب پرمیوم در بازارهای بین‌المللی کاربرد دارد، لذا هزینه‌های مشمول پرمیوم (بیمه، حمل‌ونقل، لجستیک، اداری و ...) در قیمت پایه اثرگذار نمی‌باشند و می‌تواند در قالب مواد قرارداد خریدوفروش بین طرفین بازار تعیین و تقسیم شود.

علاوه به بر موارد فوق‌الذکر همان‌طور که از جداول نتایج تخمین زیان ناشی از انحصار پس از پروسه رگولاتوری پیداست، اختلاف قیمت جهانی و قیمت تعدیل شده به‌طور متوسط میزان بسیار زیادی نمی‌باشد ولی درعین حال زیان ناشی از انحصار اولیه تمامی صنایع با استفاده از رویکرد قیمت‌گذاری کاهش یافته است و حتی در برخی سال‌ها در صنایع مورد مطالعه، اختلاف درآمد کل صنعت در حالت قبل و بعد از رگولاتوری قیمت نه‌تنها زیان ناشی از انحصار در این صنایع را پوشش داده است بلکه میزان مازاد رفاه اجتماعی را در بر گرفته است. در صنعت مس متوسط زیان ناشی از انحصار که در حالت اولیه در سال ۱۳۹۶ مقدار ۲۰۹۶ میلیارد ریال در سال بوده است، پس از اعمال سیاست قیمت‌گذاری به‌طور متوسط به میزان ۸۹ میلیارد ریال کاهش

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

یافته است. تغییر یافته است. همچنین در صنایع فولاد و آلومینیوم به ترتیب به طور متوسط سالانه ۸۸۰ و ۴۱۶ میلیارد ریال سود اجتماعی ناشی از قیمت‌گذاری بهینه حاصل می‌شود که می‌توان با بهره‌گیری از این منابع مالی علاوه بر توانمندسازی بخش خصوصی در این صنایع، سرمایه‌گذاری‌های لازم در زمینه تحقیق و توسعه به منظور افزایش بهره‌وری و کارایی صورت پذیرد.

۱-۸- مدل پیشنهادی کنترل مقدار تولید

مطابق با ماده ۴۳ فصل نهم قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی تحت عنوان قانون تسهیل رقابت و منع انحصار، هرگونه تبانی از طریق قرارداد، توافق و یا تفاهم (اعم از کتبی، الکترونیکی، شفاهی و یا عملی) بین اشخاص که منجر به محدود کردن یا تحت کنترل درآوردن مقدار تولید، خرید یا فروش کالا یا خدمت در بازار گردد، ممنوع می‌باشد. همچنین با عنایت به مصوبه مجلس شورای اسلامی^{۹۷}، به منظور تسریع در رسیدگی و بررسی شکایات و اعتراضات بخش خصوصی در مورد عدم دسترسی به محصولات مورد نیاز خود و اعمال نظارت بر عرضه توسط تأمین‌کنندگان عمده پیشنهاد می‌گردد، با هماهنگی شورای رقابت، وزارت صنعت، معدن و تجارت و وزارت امور اقتصادی و دارایی، نهاد تنظیم‌گر صنایع و محصولات معدنی، به‌عنوان نهاد دائمی تنظیم‌گر بخشی صنایع و محصولات معدنی تشکیل گردد. فرآیند گردش کار و رسیدگی به پرونده‌های مطروحه نیز از کانال نهاد تنظیم‌گر صنایع و محصولات معدنی و در صورت عدم اختیار قانونی از طریق طرح مسئله این دفتر در شورای رقابت قابل پیگیری می‌باشد. به منظور کنترل مقدار تولید در بازارهای انحصاری و دستیابی به حداکثر منافع اجتماعی، علاوه بر وظایف و اختیارات قانونی منطبق با اساسنامه تشکیل نهاد تنظیم‌گر بخشی، برخی از راهکارها و شرح وظایف این نهاد به شرح ذیل پیشنهاد می‌گردد:

۱. تعیین قیمت پایه محصولات معدنی در بورس کالا به صورت هفتگی.
۲. رصد و تحلیل دائمی عرضه، تقاضا، حجم معاملات و استخراج محصولات دارای کمبود عرضه.
۳. برآورد نیاز صنایع پایین‌دستی معدنی بر اساس میزان سوابق معاملات در بورس کالا و همچنین سامانه بهین یاب جهت کشف میزان واقعی تقاضای بنگاه‌های اقتصادی.

^{۹۷} تصویب اساسنامه نهاد تنظیم‌گر و اصلاح ماده ۵۹، ۶۳ و ۶۴ قانون تسهیل رقابت و منع انحصار توسط مجلس شورای اسلامی مصوب دوم اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۷.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۴. تدوین قانون و مکانیزم تجاری و صادراتی برای میزان محصولات معدنی که مازاد بر نیاز داخل تولید می‌شود.

۵. نظارت بر قراردادهای شرکت‌های عمده‌فروشی و ایجاد محدودیت زمانی جهت عرضه محصولات به بازارهای پایین‌دستی.

۶. هماهنگی و برگزاری جلسات مشترک با تشکل‌های صنایع پایین‌دستی به منظور تنظیم بازار و تأمین مواد اولیه موردنیاز صنایع پایین‌دستی.

۹-۱- تدوین الزامات و مستندات حقوقی و فرآیندی بسته پیشنهادی

در این پژوهش با مطالعه دقیق ادبیات اقتصادی و بررسی مبانی نظری در زمینه راهکارهای حمایت از رقابت و جلوگیری از آثار سوء انحصار، سعی شده است با حداقل تغییر در زیر ساخت‌های حقوقی و نهادی و همچنین کمترین مداخله در فرآیند تنظیم مقررات، چارچوب سیاستی جلوگیری از انحصار و بهبود رفاه اجتماعی تدوین شود. بدین منظور با اتکا به ساختار حقوقی و قانونی موجود، در جهت افزایش رقابت در بازارهای مورد مطالعه، فرآیندهای قیمت‌گذاری و رسیدگی به دعاوی تدوین و سازماندهی شده است. در ادامه الزامات و مستندات حقوقی سیاست تنظیم بازار فلزات اساسی ارائه گردیده و فرآیندها شرح داده خواهد شد.

۱-۹-۱- هدف و دامنه کاربرد

هدف از تدوین این بسته، تعیین یک راهنما و فرآیند به منظور رفع اثرات انحصار بازار فلزات اساسی و حمایت از رفتار رقابتی در جهت کاهش زیان اجتماعی و کمک به شرکت‌های فعال در صنایع پایین‌دستی بویژه شرکت‌های سازنده تجهیزات برق است. تدوین این بسته، به تحقق اهداف زیر کمک می‌کند:

۱. درک فرآیندها و الزامات مورد نیاز برای شناسایی شرایط انحصاری در بازارهای داخلی از طریق استانداردهای بین‌المللی.

۲. توسعه الزامات کارکردی راهکارهای جلوگیری از انحصار و تسهیل رقابت.

۳. ارزیابی توانایی مکانیزم‌های موجود برای رفع اثرات و تبعات اجتماعی ناشی از انحصار.

مخاطب اصلی بسته پیشنهادی، نهادهای سیاست‌گذاری و فعالان اقتصادی شامل شورای رقابت، وزارت صنعت، معدن و تجارت، و نهاد قضایی می‌باشد. همچنین شرکت‌های ذی‌مدخل شامل تولیدکنندگان فلزات اساسی، صنایع پایین‌دستی و کارشناسان، پژوهشگران و افراد دخیل در توسعه سیاست‌گذاری‌ها جزء مخاطبان این بسته می‌باشند.

| | |
|---|---|
| اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران | بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری |
| سندیکای صنعت برق ایران | برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری |

۱-۹-۲- مراجع الزامی

مدارک الزامی زیر حاوی مقرراتی است که در متن این بسته پیشنهادی به آن‌ها ارجاع داده شده است. در صورتی که به مدرکی با ذکر تاریخ انتشار ارجاع داده شده باشد، اصلاحیه‌ها و تجدیدنظرهای بعدی آن مورد نظر این بسته پیشنهادی نیست، و در مورد مدارکی که بدون تاریخ انتشار به آن‌ها ارجاع داده شده است، همواره آخرین تجدید نظر و اصلاحیه‌های بعدی آن‌ها مورد نظر است.

۱. قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران.

۲. قانون رفع موانع تولید رقابت پذیر و ارتقای نظام مالی کشور.

۳. قانون برنامه پنج ساله پنجم و ششم توسعه جمهوری اسلامی ایران.

۱-۹-۳- دستورالعمل‌ها و فرآیندهای اجرایی

به استناد به بند ۵ ماده ۵۸، ۵۹ و ۶۲ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران این دستورالعمل در ۲ صفحه تنظیم و جهت تصویب به شورای رقابت ارسال می‌گردد که پس از تاریخ تصویب این بخشنامه مبادرت به تعیین قیمت پایه فلزات، و تشکیل نهاد تنظیم‌گر بخشی به منظور تنظیم و نظارت بازار و حمایت از صنایع پایین دستی، می‌شود، با رعایت ضوابط زیر ملاک عمل قرار گیرد.

۱- این دستورالعمل برای فلزات فولاد، مس و آلومینیوم می‌باشد.

۲- تولیدکنندگان داخلی فلزات تنها از طریق این دستورالعمل می‌توانند قیمت محصولات خود را تغییر دهند و به هیچ عنوان حق افزایش قیمت فروش خارج از موارد مذکور در این دستورالعمل را ندارند.

۳- مرجع رسیدگی به شکایات خرد تنها از طریق نهاد تنظیم‌گر بخشی و شکایات در سطح کلان شورای رقابت می‌باشد.

۴- نهاد تنظیم‌گر بخشی در چارچوب اختیارات و با نظر شورای رقابت مطابق با ماده ۶۱ قانون تسهیل رقابت و منع انحصار می‌تواند اقدام به تصمیم‌گیری جهت اعمال قانون اشخاص حقیقی و حقوقی مرتکب رویه‌های ضدرقابتهی نماید.

| | |
|---|---|
| اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران | بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری |
| سندیکای صنعت برق ایران | برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری |

۵- نحوه محاسبه قیمت فلزات

۵-۱- قیمت پایه فلزات مس، آلومینیوم و فولاد در بورس کالا، مطابق رابطه زیر تعیین می شود:

$$P^* = \alpha_i P_i^{LME} \times \text{نرخ ارز مبادله‌ای}$$

که در آن،

P^* = قیمت پایه داخلی هر یک از محصولات فلزی (ریال) تحویل درب کارخانه.

α_i = ضریب تعدیل قیمت‌های جهانی.

P_i^{LME} = قیمت جهانی (بورس فلزات لندن) هر یک از محصولات فلزی (دلار).

۵-۲- حداقل مقدار ضریب تعدیل ۰,۹۵ و حداکثر ۰,۹۹ می‌باشد، که بر اساس معیارهای متفاوتی از جمله درجه تمرکز بازارهای داخلی، رقابت‌پذیری بین‌المللی، کارایی و بهره‌وری صنعت و ... بر اساس نظر شورای رقابت و نهاد تنظیم‌کننده قابل تغییر و در هر بازار کالای موردنظر و در بازه‌های زمانی خاص، تعیین می‌گردد.

۵-۳- تعیین مصادیق نوع و ساختار بازارها بر عهده شورای رقابت می‌باشد و حالات مختلف میزان α_i به تفکیک درجه تمرکز بازارها به صورت زیر است:

بازارهای انحصار کامل $\leftarrow \alpha_i = ۰.۹۵$

بازارهای انحصار چندجانبه $\leftarrow \alpha_i = ۰.۹۷$

بازارهای شبه انحصاری $\leftarrow \alpha_i = ۰.۹۹$

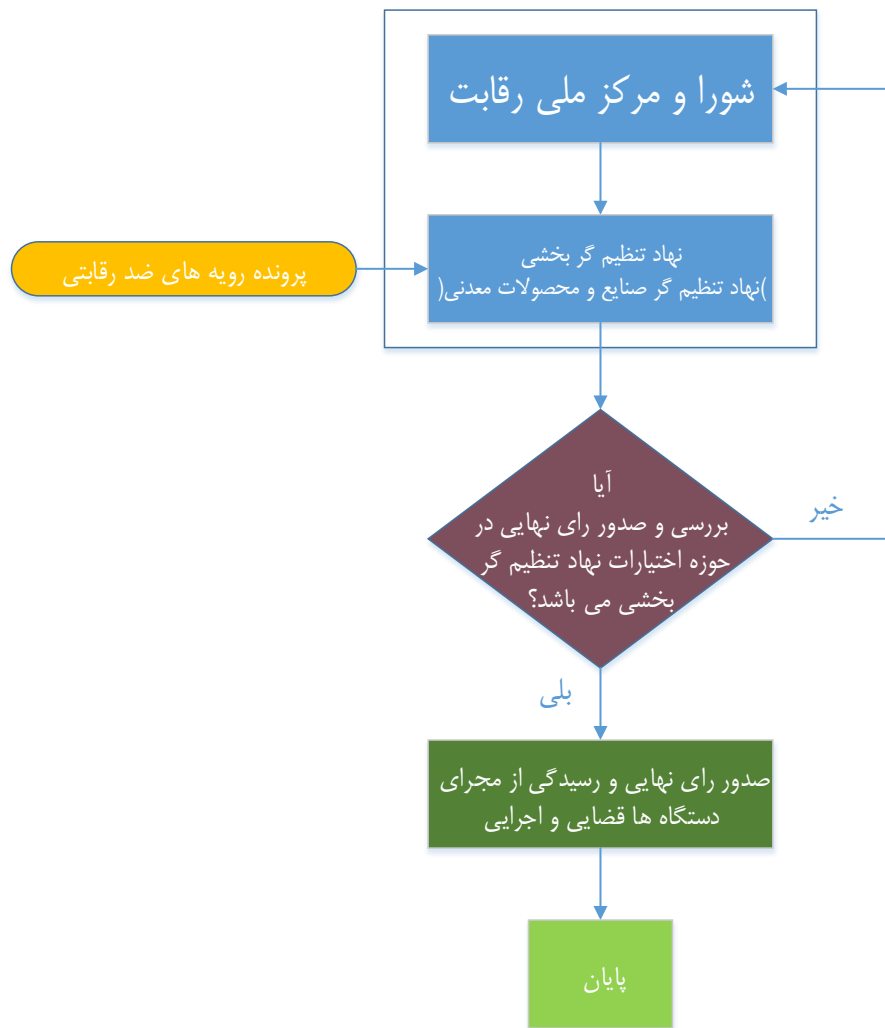
۵-۴- به منظور پوشش نوسانات نرخ ارز و یا قیمت‌های مرجع جهانی، چنانچه در صد تغییرات بیشتر از ۵ در صد نسبت به دوره تجدید قبلی باشد، نهاد تنظیم‌گر و یا شورای رقابت حق تصحیح قیمت‌ها را زودتر از بازه تعدیل، دارا می‌باشند.

۵-۵- در معاملات درون مرزی، تولیدکنندگان محصولات فلزی حق دریافت اضافه بها به ازای هر کیلوگرم محصول را تحت هیچ عنوانی از جمله پرمیوم دارا نمی‌باشند و هزینه‌های جاری قراردادهای خریدوفروش محصولات از قبیل: هزینه‌های لجستیک، بیمه، حمل‌ونقل مطابق با تعرفه‌های مصوب کشوری در قالب بندی از قرارداد بر عهده خریدار می‌باشد.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۶- فرآیند رسیدگی به رویه‌های ضد رقابتی و تنظیم مقررات بازار از طریق نهاد تنظیم‌گر بخشی و شورای رقابت به صورت ذیل می‌باشد:

شکل شماره (۱۷): ساختار سازمانی دفتر تنظیم بازار صنایع پایین‌دستی معدنی و فرآیند رسیدگی به پرونده‌های مطروحه



| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۱-۱۰- جمع‌بندی

از دیرباز بحث حضور دولت در اقتصاد، یکی از چالش‌های طیف وسیعی از اقتصاددانان بوده است. مطابق با ادبیات اقتصادی، تنظیم مقررات به‌عنوان یکی از ابزارهای دخالت دولت برای کنترل اقتصاد تعریف می‌شود. در تعریف تنظیم مقررات، به هرگونه تلاش‌های دولت به‌منظور هدایت بازار اشاره شده است. در بحث بازارهای انحصاری به دلیل تحمیل زیان ناشی از انحصار به جامعه و همچنین فقدان کارایی قیمت و تولید، مکانیزم‌های بازار با شکست مواجه می‌شوند، لذا نیاز به ورود دولت در چنین شرایطی احساس می‌گردد. تنظیم مقررات با استفاده از ابزارهای قیمت، مقدار، ورود و خروج و نظام انگیزشی اقدام به تعدیل رفتارها و هدایت آن‌ها به سمت رفاه اجتماعی می‌نماید. صنایع مس، آلومینیوم و فولاد در کشور ما از ساختار انحصاری برخوردار بوده و بازار با عدم کارایی مواجه است، به همین منظور طبق مدل‌های متعارف رگولاتوری در دو بخش قیمت‌گذاری و کنترل مقدار تولید در این بخش به مدل‌سازی پرداخته‌ایم.

در رابطه با قیمت‌گذاری، به دلیل اینکه قیمت پایه فلزات مورد بررسی در این تحقیق متأثر از قیمت‌های جهانی می‌باشند و از طرف دیگر بازارها به صورت انحصاری اداره می‌شود، با استفاده از مدل قیمت‌گذاری در شرایط اطلاعات محدود، به‌منظور حفظ حقوق مصرف‌کنندگان و انگیزه تولیدکنندگان، ضرایب تعدیلی با توجه به ساختار اقتصادی داخل کشور به قیمت پایه جهانی این محصولات اضافه گردید. با توجه به نقش پررنگ سرمایه و ارز در این صنایع ابتدا نوسانات مربوط به شاخص‌های نرخ ارز، نرخ تورم و قیمت‌های جهانی به مدل اضافه گردید. در ادامه میزان رانت اقتصادی تولیدکنندگان به‌عنوان ضریبی منفی در مدل لحاظ گردید و نهایتاً شاخص‌های رقابت‌پذیری جهانی و تمرکز بازار در جهت سوق دادن رفتار طرفین بازار به رقابت کامل در رابطه گنجانده شد. مقایسه تطبیقی دو سناریو پیشنهادی وزارت صنعت، معدن و تجارت و مدل پیشنهادی این تحقیق، از کانال تخمین زیان ناشی از انحصار در حالات قیمتی متفاوت صورت پذیرفته است. نتایج برآورد نشان از حذف کامل زیان ناشی از انحصار در بازارهای فولاد و آلومینیوم و کاهش چشم‌گیر این زیان در صنعت مس می‌دهد. به‌طور متوسط سالیانه در صنایع آلومینیوم و فولاد ۹۱۴ و ۶۳۸ میلیارد ریال سود اجتماعی ناشی از قیمت‌گذاری بهینه حاصل می‌شود. در زمینه کنترل مقدار تولید نیز با در نظر گرفتن ممنوعیت عدم عرضه محصولات و الزامات قانونی موجود در قانون تسهیل رقابت و منع انحصار و همچنین تصویب اساسنامه نهاد تنظیم‌گر بخشی در اقتصاد، پیشنهاد به تشکیل دفتر تنظیم بازار صنایع پایین‌دستی معدنی به‌عنوان زیرمجموعه گروه گسترش رقابت‌پذیری وزارت صنعت، معدن و تجارت جمهوری اسلامی ایران گردید. ایجاد چنین نهادی علاوه بر انجام وظایف رگولاتوری، موجب تسریع فرآیندهای رسیدگی و پیگیری موارد مطروحه در این بازارها خواهد شد.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

فصل چهارم

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

شرکت‌های سازنده تجهیزات برقی برای تولید محصولات خود نیازمند تأمین مواد خامی هستند که بخش اصلی آن‌ها را فلزات اساسی (مس، فولاد، آلومینیوم) تشکیل می‌دهند که تولید آن‌ها در انحصار شرکت‌های بزرگ و صنایع بالادستی است که عموماً توسط نهادهای عمومی و یا دولتی اداره می‌شوند. بازار این مواد خام اساسی به دلیل انحصارهای موجود، شرایط مبادله و تجارت را به نفع شرکت‌های صنایع بزرگ تعیین می‌کند و صنایع پایین‌دستی که می‌توانند ارزش افزوده و اشتغال ایجاد کنند نمی‌توانند روی قیمت و شرایط خرید تأثیرگذار باشند. مقابله با انحصار و اثرات مخرب آن بر اقتصاد ملی در صنایع بالادستی و تأمین مواد خام نیازمند سازوکارهایی برای تنظیم مقررات بازار مواد خام اساسی است که بتواند در جهت تخصیص بهینه منابع و حداکثر بهره‌برداری منابع ملی شود. امروزه بسیاری از مطالعات تجربی به بررسی بازارها به منظور اتخاذ سیاست‌های اثرگذار در حوزه اقتصاد مربوط می‌شوند. از طرفی با یک نگاه اجمالی به صنایع ایران درمی‌یابیم که سیاست‌های اعمال شده در این صنایع به‌طور عمده در قالب سیاست‌های جایگزینی واردات بوده است که در عمل منجر به ایجاد ساختار انحصاری و متمرکز در اکثر بازارهای صنعتی کشور از جمله بازار فلزات اساسی شده است، به طوری که قدرت انحصاری موجود در این بازارها در اختیار چندین بنگاه برتر بوده که در سایه اعمال سیاست‌های حمایتی دولت، با نگاهی درون‌نگر و به صورت تضمین شده، بازار داخلی را در اختیار دارند و منجر به ایجاد ساختار صنعتی انحصاری شده‌اند. از این جهت شناسایی ساختار بازارها می‌تواند گامی مؤثر در سیاست‌گذاری‌ها به‌جا گذارد.

سیاست رقابت و همچنین ایجاد مکانیزم‌های کنترل انحصار از دیرباز جزو مهم‌ترین مسائل اقتصاددانان، سیاست‌گذاران و دولت‌ها بوده است. مطابق با ادبیات اقتصادی، تنظیم مقررات به‌عنوان یکی از ابزارهای دخالت دولت برای کنترل اقتصاد تعریف می‌شود. در تعریف تنظیم مقررات، به هرگونه تلاش‌های دولت به‌منظور هدایت بازار اشاره شده است.

در این پژوهش باهدف بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری، بعد از بررسی صورت گرفته در فاز اول مطالعه که به تحلیل ساختار بازارهای مس، آلومینیوم و فولاد در ایران جهت شناسایی نوع بازار و همچنین محاسبه زیان ناشی از انحصار در این صنایع و انجام مراحل اول تا سوم ابزارهای ارزیابی سیاست رقابت منتشره توسط سازمان OECD، تخصیص داشت، در

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

فاز دوم پژوهش با بررسی پیشینه موضوع و بهره‌مندی از تجربیات سایر کشورها در زمینه سیاست‌گذاری رقابت، بر اساس منطق اقتصاد خرد و نظریه طراحی بازار به تبیین مدل جدیدی با کمترین مغایرت با شرایط کنونی بازارهای مذکور پرداخته شده است. در فاز نهایی نیز با استفاده از ادبیات تنظیم مقررات (رگولاتوری) به ارائه راهکارهای دخالت مستقیم دولت در بازارهای انحصاری از کانال قیمت‌گذاری و کنترل میزان تولید پرداخته شده است.

نتایج بررسی ساختار و درجه تمرکز بازارهای مس، آلومینیوم و فولاد نشان داد که در بازار مس در ایران ما با انحصار کامل مواجه هستیم که تنها شرکت ملی صنایع مس ایران دارای ۹۸ درصد از سهم تولیدات را بر عهده دارد. در بازار آلومینیوم شرایط ساختاری بازار به سمت انحصار چندجانبه سوق پیدا کرده است که انحصارگران این بازار به ترتیب سهم بازار، شرکت ملی آلومینیوم ایران، آلومینیوم المهدی و آلومینیوم هرمز آل می‌باشند. این روند غیررقابتی همچنین در بازار فولاد نیز ادامه دارد، با توجه به اینکه بازار فولاد از درجه تمرکز کمتری نسبت به دو بازار قبلی برخوردار است اما همچنان ظرفیت تقریباً ۸۰ درصد از تولیدات فولاد در اختیار ۵ بنگاه بزرگ، فولاد مبارکه اصفهان، ذوب‌آهن اصفهان، فولاد خراسان، فولاد خوزستان و فولاد هرمزگان جنوب می‌باشد. شایان ذکر است که در بازار فولاد برخی شرکت‌های بزرگ مانند فولاد مبارکه اصفهان با در اختیار داشتن مالکیت سهام عمده‌ای از شرکت‌های دیگر دارای قدرت انحصاری و چانه‌زنی بالاتری می‌باشند. همچنین در بحث محاسبه زیان ناشی از انحصار نتایج نشان داد که با توجه به انحصار کامل بودن بازار مس این میزان به مراتب از دیگر بازارها بیشتر است و البته با توجه به حجم بزرگ بازار فولاد نیز مقدار زیان اجتماعی غیررقابتی بودن این صنعت نیز قابل توجه می‌باشد.

پس از بررسی و اثبات ادعای انحصاری بودن صنایع مورد بحث، سعی شده است که با بهره‌مندی از روش‌های تنظیم بازار و مکانیزم‌های کنترلی به ارائه راه‌حلی جهت کاهش قدرت انحصاری و نزدیک شدن به بازار رقابتی پرداخته شود. در راهکار ارائه شده با استفاده از تحلیل‌های موجود و ساختار فعالان بازار، سعی شده است با کمترین دخالت در مکانیزم نیروهای بازار (عرضه و تقاضا)، تنها از طریق وضع قوانین محیط بازار و چارچوب مبادلات رایج، رفتار رقابتی حمایت شود و میزان زیان ناشی از انحصار کاهش یابد. در این راه‌حل بازار به سه جز اساسی تولیدکنندگان اصلی، کارگزاران (توزیع‌کنندگان) اصلی و نهاد حاکمیت و نظارتی طبقه‌بندی شده است که هر کدام از این بخش‌های مذکور دارای تعاریف، وظایف و همچنین تعاملات متقابل در قالب محدودیت‌ها و مشوق‌ها می‌باشند. کارکردهای تعریف شده در این طرح به میزان قابل توجهی رفتار رقابتی را تقویت کرده و از قدرت انحصاری فعالان بازار می‌کاهد. نتایج مدل تدوین شده جهت نزدیک شدن به دنیای واقع به خبرگان بازار ارائه و نظرات آن‌ها دریافت شد. با توجه به تعارض منافع مابین صنایع پایین‌دستی (خریدار خرد) و صنایع بالادستی (تولیدکننده عمده) در پانل خبرگان اجماعی روی مدل ارائه شده حاصل نشد، به دلیل قدرت بالای چانه‌زنی و حمایت سیاسی تولیدکنندگان فلزات اساسی در

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

ایران، امکان پیاده سازی مکانیزم‌های بازار که رفتار آن‌ها را محدود کند، بسیار دشوار است و تمایل به هیچ نظام پویای تنظیم بازار ندارند و از طرف دیگر بخش خصوصی به دلیل ضعف مالی و قدرت چانه‌زنی پایین در عمل توانایی تأثیرگذاری در بازار را ندارند.

تنظیم مقررات با استفاده از ابراهای قیمت، مقدار، ورود و خروج و نظام انگیزشی اقدام به تعدیل رفتارها و هدایت آن‌ها به سمت رفاه اجتماعی می‌نماید. صنایع مس، آلومینیوم و فولاد در کشور ما از ساختار انحصاری برخوردار بوده و بازار با عدم کارایی مواجه است، به همین منظور طبق مدل‌های متعارف رگولاتوری در دو بخش قیمت‌گذاری و کنترل مقدار تولید در این بخش به مدل‌سازی پرداخته‌ایم.

در رابطه با قیمت‌گذاری، به دلیل اینکه قیمت پایه فلزات مورد بررسی در این تحقیق متأثر از قیمت‌های جهانی می‌باشند و از طرف دیگر بازارها به صورت انحصاری اداره می‌شود، با استفاده از مدل قیمت‌گذاری در شرایط اطلاعات محدود، به منظور حفظ حقوق مصرف‌کنندگان و انگیزه تولیدکنندگان، ضرایب تعدیلی با توجه به ساختار اقتصادی داخل کشور به قیمت پایه جهانی این محصولات اضافه گردید. با توجه به نقش پررنگ سرمایه و ارز در این صنایع ابتدا نوسانات مربوط به شاخص‌های نرخ ارز، نرخ تورم و قیمت‌های جهانی به مدل اضافه گردید. در ادامه میزان رانت اقتصادی تولیدکنندگان به عنوان ضریبی منفی در مدل لحاظ گردید و نهایتاً شاخص‌های رقابت‌پذیری جهانی و تمرکز بازار در جهت سوق دادن رفتار طرفین بازار به رقابت کامل در رابطه گنجانده شد. مقایسه تطبیقی دو سناریو پیشنهادی وزارت صنعت، معدن و تجارت و مدل پیشنهادی این تحقیق، از کانال تخمین زیان ناشی از انحصار در حالات قیمتی متفاوت صورت پذیرفته است. در صنعت مس متوسط زیان ناشی از انحصار که در حالت اولیه در سال ۱۳۹۶ مقدار ۲۰۹۶ میلیارد ریال در سال بوده است، پس از اعمال سیاست قیمت‌گذاری به طور متوسط به میزان ۸۹ میلیارد ریال کاهش یافته است. تغییر یافته است. همچنین در صنایع فولاد و آلومینیوم به ترتیب به طور متوسط سالانه ۸۸۰ و ۴۱۶ میلیارد ریال سود اجتماعی ناشی از قیمت‌گذاری بهینه حاصل می‌شود که می‌توان با بهره‌گیری از این منابع مالی علاوه بر توانمند سازی بخش خصوصی در این صنایع، سرمایه‌گذاری‌های لازم در زمینه تحقیق و توسعه به منظور افزایش بهره‌وری و کارایی صورت پذیرد.

| | |
|---|---|
| اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران | بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری |
| سندیکای صنعت برق ایران | برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری |

نتایج برآورد نشان از حذف کامل زیان ناشی از انحصار در بازارهای فولاد و آلومینیوم و کاهش چشم‌گیر این زیان در صنعت مس می‌دهد. به‌طور متوسط سالیانه در صنایع آلومینیوم و فولاد ۸۰۳ و ۸۸۰ میلیارد ریال سود اجتماعی ناشی از قیمت‌گذاری بهینه حاصل می‌شود.

در زمینه کنترل مقدار تولید نیز با در نظر گرفتن ممنوعیت عدم عرضه محصولات و الزامات قانونی موجود در قانون تسهیل رقابت و منع انحصار و همچنین تصویب اساسنامه نهاد تنظیم‌گر بخشی در اقتصاد، پیشنهاد به تشکیل نهاد تنظیم‌گر صنایع و محصولات معدنی گردید. ایجاد چنین نهادی علاوه بر انجام وظایف رگولاتوری، موجب تسریع فرآیندهای رسیدگی و پیگیری موارد مطروحه در این بازارها خواهد شد.

در پایان بر اساس نتایج این تحقیق دستورالعمل تنظیم بازار فلزات رنگی (مس و آلومینیوم) برای کاهش اثر قدرت بازار بنگاه‌های بزرگ تدوین گردید و پس از نظر خواهی از ذینفعان و کمیسیون‌های تخصصی برای استفاده در سیاست‌گذاری پیشنهاد گردید. این دستورالعمل در انتهای گزارش پیوست شده است.

| | |
|---|---|
| اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران | بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری |
| سندیکای صنعت برق ایران | برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری |

منابع

۱. بانک اطلاعات سری‌های زمانی اقتصادی (<http://tsd.cbi.ir>)
۲. سایت درگاه ملی آمار ایران (<https://www.amar.org.ir>)
۳. سایت وزارت صنعت، معدن و تجارت (<http://www.mimt.gov.ir>)
۴. سایت اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران (<http://iccima.ir>)
۵. سایت سامانه جامع اطلاع‌رسانی ناشران (<http://www.codal.ir>)
۶. سایت بورس کالای ایران (<http://www.ime.co.ir>)
۷. سایت سازمان زمین‌شناسی ایالات متحده آمریکا (www.usgs.gov)
۸. سایت انجمن جهانی فولاد (www.worldsteel.org)
۹. سایت بورس فلزات لندن (www.lme.com)
۱۰. سایت موسسه بین‌المللی آلومینیوم (<http://www.world-aluminium.org>)
۱۱. سایت گروه مطالعات بین‌المللی مس (<http://www.icsg.org>)
۱۲. سایت سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران (www.imidro.gov.ir)
۱۳. بررسی صنعت فولاد ایران، گروه تحقیقات اقتصادی بانک خاورمیانه، اردیبهشت ۱۳۹۴.
۱۴. شهیکی تاش محمد نبی، فیوضی نسیم (۱۳۸۸). "برآورد هزینه رفاهی ناشی از انحصار مؤثر در صنعت بیمه ایران". پژوهش‌های اقتصادی ایران، بهار ۱۳۸۸، دوره ۱۳، شماره ۳۸.
۱۵. فیض پور محمدعلی، امامی مهدی (۱۳۹۳). "هزینه‌های اجتماعی ناشی از ساختارهای غیررقابتی در صنایع تولیدی رویکردی پویا با استفاده از روش کالینگ مولر". سیاست‌گذاری اقتصادی، پاییز و زمستان ۱۳۹۳، دوره ۶، شماره ۱۲.
۱۶. شهیکی تاش محمد نبی، نوروزی علی (۱۳۹۳). "بررسی ساختار بازار صنایع کارخانه‌ای ایران بر اساس مدل‌های ساختاری و غیر ساختاری". مطالعات اقتصادی کاربردی ایران، پاییز ۱۳۹۳، شماره ۱۱.
۱۷. بررسی انحصار در بازار ارتباطات کشور، دفتر مطالعات ارتباطات و فناوری‌های نوین، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، آبان ۱۳۹۰.
۱۸. معمار نژاد عباس، حسینی شمس‌الدین و خطایی ساناز (۱۳۸۸). "ارزیابی ساختار و عملکرد بازار خودرو سواری در ایران". فصل‌نامه مدل‌سازی اقتصادی. سال سوم، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۸.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۱۹. اف سانه پیرویان، منصور زراء نژاد. (۱۳۹۱). "بررسی ارتباط ساختار بازار بر عملکرد صنعت بیمه در ایران". تازه‌های جهان بیمه سال ۱۳۹۱ شماره ۱۷۶.
۲۰. محمدرضا حاجیان؛ حمیده بصیرت پور. (۱۳۹۵). "ارزیابی اثر متقابل عناصر بازار در صنعت بانکداری ایران". پژوهش‌های اقتصاد صنعتی ایران. دوره ۱، شماره ۱، بهار ۱۳۹۵، صفحه ۷-۲۲.
۲۱. عبادی، جعفر، الهی، ناصر، امیر زرگر، محمدعلی، مولا بیگی، جلال. (۱۳۹۶). طراحی سازوکار برای تبادل کلیه در ایران. فصلنامه مطالعات اقتصادی کاربردی ایران، ۶(۲۴)، ۱۲۳-۹۵.
۲۲. عبادی، جعفر، عبدلی، قهرمان، حدادمقدم، ملیحه. (۱۳۹۴). نظریه طراحی بازار و کاربرد آن در بازار نیروی کار پزشکی ایران (در بخش دولتی). فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش‌های اقتصادی (رشد و توسعه پایدار)، ۱۵(۴)، ۱۹۲-۱۷۳.
۲۳. نصیری اقدم، علی، رضایی، محمدجواد، موحدی بکنظر، مهدی. (۱۳۹۳). طراحی بازار؛ چارچوب تحلیلی «راث» در درک عملکرد بازار. مجلس و راهبرد، ۲۱(۷۹)، ۱۵۴-۱۲۳.
۲۴. علاءالدینی، امیرعباس، شیرینی، مهرزاد. (۱۳۹۵). قواعد حقوق رقابت در ایران و تحولات آن در پرتو سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی. فصلنامه قضاوت، ۱۶(۸۷)، ۱۴۷-۱۱۹.
۲۵. اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران.
۲۶. وبگاه شورای رقابت ایران <https://www.nicc.gov.ir>
۲۷. گیتی شاکری (۱۳۹۴). "نحوه نظارت بر اجرای قوانین رقابت و ضدانحصار در ایران و کشورهای منتخب". معاونت بررسی‌های اقتصادی، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران.
۲۸. حسین صالحی (۱۳۷۸). "بررسی و پیشنهاد اصول موردنیاز در تنظیم قوانین ضدانحصار در کشور". موسسه عالی پژوهش در برنامه‌ریزی و توسعه.
۲۹. ناهید حکیم شوشتری (۱۳۸۰). "لایحه اصلاحی تسهیل‌کننده رقابت و ضدانحصار". موسسه عالی پژوهش در برنامه‌ریزی و توسعه.
۳۰. قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور (ابلاغیه مورخ ۱۳۹۴/۴/۲۷ ریاست جمهوری).
۳۱. هادی فر، داود. نهادهای حقوقی تنظیم مقررات؛ ساختار و سازوکار اجرایی (به سفارش سازمان خصوصی سازی). تهران، عترت نو، ۱۳۸۹.

| | |
|---|---|
| اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران | بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری |
| سندیکای صنعت برق ایران | برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری |

۳۲. پور کاظمی محمدحسین، نادری رسول، حاتمی مهدی. قیمت‌گذاری گاز طبیعی ایران در بخش صنعت با استفاده از

مدل رمزی و روش تخمین رگرسیون فازی. مهندسی و مدیریت انرژی. ۱۳۹۵؛ ۶ (۱): ۵۲-۶۹

1. Michis, A. A. (2016). Market concentration and nonlinear pricing in European banking. *Journal of Economics and Business*, 85, 1-12.
2. Depoorter, B. W. (1999). Regulation of natural monopoly. *Encyclopedia of Law and Economics, Part V-Regulation of contracts*.
3. Schwab.K. (2017, September). The global competitiveness report 2017-2018. Geneva: World Economic Forum.
4. Joskow, P. L. (2007). Regulation of natural monopoly. *Handbook of law and economics*, 2, 1227-1348.
5. Hines, James R., Jr. (1999), "Three sides of Harberger Triangles", *Journal of Economic Perspectives*, 13 (2): 167-188
6. Vaughan, R.; (2004) Dynamic deadweight loss in monopolistic and related market structures. (ELSE Working Papers 114). ESRC Centre for Economic Learning and Social Evolution: London, UK.
7. *Competition Law and Policy in Brazil: A Peer Review (2010)*.
8. *OECD Reviews of Regulatory Reform: China (2009)*.
9. *The Role of Competition Policy in Regulatory Reform: Norway (2003)*.
10. *Report on Competition Law and Institutions: United Kingdom (2004)*.
11. *Competition Law and Policy in Turkey (2005)* .
12. *Report on Competition Law and Institutions: United States (2004)*.
13. *Competition Assessment Review of Greece (2016)*.
14. *Competition Assessment Review of Mexico (2018)*.
15. *Competition Assessment Review of Romania (2016)*.
16. *COMPETITION ASSESSMENT TOOLKIT, VERSION 3.0 © OECD 2016*.
17. *Paul C. Raul F. & L. Cassey (2007) Competitive Advantage and Competition Policy in Developing Countries, Edward Elgar Publishing Limited*.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

پیوست‌ها

پیوست (۱): شرکت‌های حاضر در بازار بورس کالا و فعال در زمینه مس طی دوره زمانی ۱۳۸۸-۱۳۹۵

| سال | | | | | | | | نام شرکت |
|---------------------|------------------|---------------------|------------------|---------------------|------------------|---------------------|------------------|--------------------------------|
| ۱۳۹۱ | | ۱۳۹۰ | | ۱۳۸۹ | | ۱۳۸۸ | | |
| میزان تولید (تن) | سهم بازار (%) | میزان تولید (تن) | سهم بازار (%) | میزان تولید (تن) | سهم بازار (%) | میزان تولید (تن) | سهم بازار (%) | |
| ۴۷۱۱۲۴ | ۹۲,۷۷ | ۵۰۷۱۴۵ | ۹۰,۶۶ | ۳۹۳۳۹۱ | ۹۰,۶۶ | ۴۷۱۱۲۴ | ۹۲,۷۷ | شرکت ملی صنایع مس ایران |
| ۳۵۳۳۷ | ۶,۹۵۷۶۹۱ | ۳۴۶۸۲ | ۸,۹۶ | ۳۸۸۸۸ | ۸,۹۶ | ۳۵۳۳۷ | ۶,۹۵۷۶۹۱ | صنایع مس شهید باهنر |
| ۱۴۲ | ۰,۰۲۷۹۵۹ | ۳۵۴ | ۰,۰۰۸ | ۳۷ | ۰,۰۰۱ | ۱۴۲ | ۰,۰۲۷۹۵۹ | مجتمع معادن مس تکنار |
| ۱۰۴۰ | ۰,۲۲۳۷ | ۲۹۴۰ | ۰,۳۶ | ۱۶۰۰ | ۰,۳۶ | ۱۰۴۰ | ۰,۲۲۳۷ | صنایع تولیدی دنیای مس کاشان |
| ۱۰۰ | ۰,۰۱۹۶۹ | - | - | - | - | ۱۰۰ | ۰,۰۱۹۶۹ | صنایع مس کاوه |
| - | - | ۲۶۸۰ | - | - | - | - | - | گروه صنایع کابل سازی افق البرز |
| - | - | ۱۲۰ | - | - | - | - | - | راد کابل شمال پارس |
| - | - | - | - | - | - | - | - | مس کاران |
| ۸۰ | ۰,۰۱۵۷۵۲ | - | - | - | - | ۸۰ | ۰,۰۱۵۷۵۲ | بازیافت فلزات غیر آهنی رفسنجان |
| ۵۰۷۸۲۳ | ۱۰۰ | ۵۴۷۹۲۱ | ۱۰۰ | ۴۳۳۹۱۶ | ۱۰۰ | ۵۰۷۸۲۳ | ۱۰۰ | مجموع |
| سال | | | | | | | | نام شرکت |
| ۱۳۹۵ | | ۱۳۹۴ | | ۱۳۹۳ | | ۱۳۹۲ | | |
| میزان تولید (تن) | سهم بازار (%) | میزان تولید (تن) | سهم بازار (%) | میزان تولید (تن) | سهم بازار (%) | میزان تولید (تن) | سهم بازار (%) | |
| ۵۸۶۲۸۰ | ۹۱,۹۲۲۳۳ | ۱۳۹۵۰۰ | ۹۵,۸۵۲۸۴ | ۱۲۰۵۴۵۴ | ۹۵,۸۵۲۸۴ | ۵۸۶۲۸۰ | ۹۱,۹۲۲۳۳ | شرکت ملی صنایع مس ایران |
| ۲۹۷۱۵ | ۴,۶۵ | ۲۹۹۸۸ | ۲,۶۶ | ۳۳۴۸۸ | ۲,۶۶ | ۲۹۷۱۵ | ۴,۶۵ | صنایع مس شهید باهنر |
| ۱۱۸۰ | ۰,۰۱۸ | ۶۹۱ | ۰,۰۰۶ | ۸۰۷ | ۰,۰۰۶ | ۱۱۸۰ | ۰,۰۱۸ | مجتمع معادن مس تکنار |
| ۱۴۲۶۵ | ۲,۲۳ | ۱۳۲۲۵ | ۱,۰۴ | ۱۳۱۴۰ | ۱,۰۴ | ۱۴۲۶۵ | ۲,۲۳ | صنایع تولیدی دنیای مس کاشان |
| ۲۸۶۰ | ۰,۴۴۸۴۱۶ | ۴۰ | ۰,۰۰۲۹۵۵ | ۲۰۴۰ | ۰,۱۶۲۲۱۳ | ۲۸۶۰ | ۰,۴۴۸۴۱۶ | صنایع مس کاوه |
| ۳۵۰۰ | ۰,۵۴۸۷۶۱ | - | ۰,۲۱۳۱۰۳ | ۲۶۸۰ | ۰,۲۱۳۱۰۳ | ۳۵۰۰ | ۰,۵۴۸۷۶۱ | گروه صنایع کابل سازی افق البرز |
| - | - | - | - | - | - | - | - | گیل راد شمال |
| ۶۲۷۸۰۰ | ۱۰۰ | ۱۳۵۳۴۴۴ | ۱۰۰ | ۱۲۵۷۶۰۹ | ۱۰۰ | ۶۲۷۸۰۰ | ۱۰۰ | مجموع |

پیوست (۲): لیست سهام‌داران عمده شرکت‌های بزرگ صنعت مس

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

| شرکت ملی صنایع مس ایران | | شرکت صنایع مس شهید باهنر | | مجتمع معادن مس تکنار | |
|---|-------------|-----------------------------|-------------|-----------------------------|-------------|
| نام سهامدار | درصد مالکیت | نام سهامدار | درصد مالکیت | نام سهامدار | درصد مالکیت |
| سهام عدالت | ۳۶,۹۳ | شرکت سرمایه‌گذاری صدر تأمین | ۷۸,۲ | صندوق بازنشستگی کشوری | ۴۰ |
| سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران | ۱۲,۰۵ | سایر اشخاص حقیقی و حقوقی | ۲۱,۸ | شرکت صدر معادن ایرانیان | ۲۰ |
| موسسه صندوق بازنشستگی شرکت ملی صنایع مس ایران | ۵,۹۷ | | | شرکت سرمایه‌گذاری آتیه صباء | ۰,۷ |
| شرکت سرمایه‌گذاری صدر تأمین | ۵,۷۸ | | | شرکت ارتباط گستر دانیال | ۱۶,۸ |
| شرکت سرمایه‌گذاری توسعه معادن و فلزات | ۵,۷۶ | | | شرکت آتیه مداران | ۸ |
| بانک ملت | ۵,۷۴ | | | شرکت الماس ایرانیان کیش | ۲,۹ |
| بانک تجارت | ۲,۴۶ | | | سایر سهامداران | ۱۱,۶ |
| صندوق بازنشستگی کشوری | ۱,۹۱ | | | | |
| شرکت سرمایه‌گذاری فرهنگیان | ۱,۸۲ | | | | |
| بانک رفاه کارگران | ۱,۶۳ | | | | |
| شرکت سرمایه‌گذاری آتیه اندیشان مس | ۱,۱۳ | | | | |
| صندوق سرمایه‌گذاری گنجینه آرمان شهر | ۱,۰۷ | | | | |
| سایر | ۱,۷۴ | | | | |

پیوست (۳): شرکت‌های حاضر در بازار بورس کالا و فعال در زمینه آلومینیوم طی دوره زمانی ۱۳۸۸-۱۳۹۵

| ۱۳۹۵ | | ۱۳۹۴ | | ۱۳۹۳ | | ۱۳۹۲ | | ۱۳۹۱ | | ۱۳۹۰ | | ۱۳۸۹ | | ۱۳۸۸ | | نام شرکت |
|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|------------------------|
| سهم بازار (%) | میزان تولید (تن) | سهم بازار (%) | میزان تولید (تن) | سهم بازار (%) | میزان تولید (تن) | سهم بازار (%) | میزان تولید (تن) | سهم بازار (%) | میزان تولید (تن) | سهم بازار (%) | میزان تولید (تن) | سهم بازار (%) | میزان تولید (تن) | سهم بازار (%) | میزان تولید (تن) | |
| ۰,۱ | ۱۸۷۲ | ۱,۴۱ | ۳۱۴۸ | ۱,۰۲ | ۲۴۷۴ | ۰,۴ | ۱۳۲۶ | ۰,۶۶ | ۲۰۸۴ | ۰,۷۸ | ۳۱۹۹ | ۲,۸۳ | ۹۵۷۴ | ۵,۷۹ | ۱۳۸۴۷ | آلومتک |
| ۹۶,۶۰ | ۱۱۸۲۶۶۶ | ۸۲,۱۶ | ۱۸۲۱۵۹ | ۷۵,۴۲ | ۱۸۲۰۱۴ | ۶۲,۰۶ | ۱۷۷۵۰۸ | ۵۷,۲۸ | ۱۸۰۰۹۷ | ۴۲,۶۴ | ۱۷۴۸۱۵ | ۵۲,۷۸ | ۱۷۸۱۹۴ | ۶۹,۸۷ | ۱۶۶۸۴۶ | آلومینیوم ایران |
| ۰,۸ | ۱۰۰۹۱ | ۲,۸۴ | ۶۲۹۷ | ۲,۷۴ | ۶۶۱۵ | ۱,۱۴ | ۳۲۶۴ | ۱,۰۵ | ۳۳۲۹ | ۰,۸۶ | ۳۵۵۴ | ۲,۱۸ | ۷۳۷۰ | ۴,۵۷ | ۱۰۹۲۳ | آلومراد |
| ۱,۱۰ | ۱۳۴۸۰ | ۵,۳۰ | ۱۱۷۵۸ | ۵,۳۸ | ۱۲۹۹۱ | ۴,۷۵ | ۱۳۶۱۱ | ۴,۰۳ | ۱۲۶۷۴ | ۲,۹۶ | ۱۲۱۴۷ | ۴,۲۲ | ۱۴۲۴۸ | ۵,۴۷ | ۱۳۰۸۳ | نورد و قطعات آلومینیوم |
| ۰,۳ | ۴۴۶۰ | ۰,۳ | ۸۰۰ | ۰,۳ | ۸۲۰ | ۰,۵ | ۱۶۶۰ | ۲۰,۶۶ | ۶۴۸۳۰ | ۲۲,۳۸ | ۹۱۷۸۰ | ۳۶,۲۹ | ۱۲۲۵۲۰ | ۱۴,۳۰ | ۳۴۰۹۰ | آلومینیوم المهدی |
| ۰,۸ | ۱۰۴۰۰ | ۷,۷۳ | ۱۱۷۱۴۰ | ۱۵,۰۸ | ۳۶۴۰۰ | ۳۰,۹۹ | ۸۸۶۴۰ | ۱۶,۳۳ | ۵۱۳۷۰ | ۳۰,۳۵ | ۱۲۴۴۳۰ | ۱,۶۸ | ۵۷۰۰ | - | - | هرمزال |
| ۰ | ۱۰۸۰ | ۰ | ۶۰ | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | نگین گلپایگان |
| ۰ | ۱۰۰ | ۰,۱ | ۳۴۰ | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | ذوب گلپایگان |

پیوست (۴): لیست سهام داران عمده شرکت‌های بزرگ صنعت آلومینیوم

| شرکت آلومینیوم ایران (ایرالکو) | | شرکت آومتک | |
|--------------------------------|---|-------------|--|
| درصد مالکیت | نام سهامدار | درصد مالکیت | نام سهامدار |
| ۳۰ | شرکت سرمایه گذاری استانی سهام عدالت | ۲۸ | شرکت سرمایه گذاری ملی ایران |
| ۱۹,۹۶ | شرکت سرمایه گذاری مهر اقتصاد ایرانیان | ۳۰ | شرکت بازرگانی بین‌المللی پویا غرب |
| ۱۹,۵۴ | موسسه صندوق حمایت و بازنشستگی کارکنان فولاد | ۱۳ | سهامداران موسس و شرکت پیشگام صنایع آلومینیوم |
| ۱۵,۱۵ | شرکت سرمایه گذاری توسعه صنعتی ایران | ۱۱ | بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی |
| ۱,۸۶ | سازمان خصوصی سازی-وکالتی | ۱۸ | سایر |
| ۱۳,۴۹ | سایر | | |
| شرکت آلومینیوم المهدی | | | |
| درصد مالکیت | نام سهامدار | | |
| - | شرکت فروآلیاژ گنو | | |
| - | شرکت توسعه معادن جنوب | | |
| - | شرکت نوین آلیاژ سمنان | | |
| - | شرکت معادن بافق | | |
| - | شرکت خدمات بازرگانی پیمان امیر | | |

پیوست (۵): شرکت‌های حاضر در بازار بورس کالا و فعال در زمینه فولاد طی دوره زمانی ۱۳۸۸-۱۳۹۵

| سال ۱۳۸۸ | | |
|---------------|------------------|---------------------------------|
| سهم بازار (%) | میزان تولید (تن) | نام شرکت |
| ۱,۹۲ | ۲۴۹۰۵۰ | کویان |
| ۸,۵۰ | ۱۱۰۱۱۱۱ | خراسان |
| ۱,۹۰ | ۲۴۷۲۲۳ | آلیاژی ایران |
| ۳۷,۶۲ | ۴۸۷۲۰۰۰ | مبارکه اصفهان |
| ۱,۰۴ | ۱۳۵۶۵۸ | نورد و قطعات فولادی |
| ۱۹,۴ | ۲۵۱۴۰۳۶ | ذوب آهن اصفهان |
| ۰,۸۴ | ۱۰۹۷۳۴ | آلیاژی یزد |
| ۳,۶۸ | ۴۷۷۴۵۰ | واردات |
| ۰,۵۶ | ۷۳۷۲۰ | نورد و لوله اهواز |
| ۰,۳۹ | ۵۰۹۸۰ | گروه ملی صنعتی فولاد ایران |
| ۰,۰۰۰۱ | ۲۰ | پرشین صنعت خاورمیانه |
| ۰,۰۱ | ۱۳۶۰ | تولیدی فولاد سپید فراب کویر |
| ۲,۶۱ | ۳۳۸۰۱۰ | فولاد آذربایجان |
| ۱۹,۸۱ | ۲۵۶۵۷۰۸ | فولاد خوزستان |
| ۰,۷۴ | ۹۷۰۳۳ | فولاد امیرکبیر کاشان |
| ۰,۹۰ | ۱۱۶۶۴۱ | فولاد افزار سپاهان |
| سال ۱۳۸۹ | | |
| سهم بازار (%) | میزان تولید (تن) | نام شرکت |
| ۱,۶۶ | ۲۶۴۸۰۰ | کویان |
| ۸,۳۴ | ۱۳۲۳۴۶۹ | خراسان |
| ۱,۶۱ | ۲۵۵۷۳۶ | آلیاژی ایران |
| ۳۳,۸۳ | ۵۳۶۷۰۰۰ | مبارکه اصفهان |
| ۱,۰۱۸ | ۱۶۱۵۷۵ | نورد و قطعات فولادی |
| ۱۷,۸۰ | ۲۸۲۴۸۴۹ | ذوب آهن اصفهان |
| ۰,۰۹۶ | ۱۵۳۰۰ | آلیاژی یزد |
| ۰,۰۶۶ | ۱۰۵۰۰ | واردات |
| ۰,۰۴۸ | ۷۷۰۰ | نورد فولاد کرمانشاه |
| ۲,۰۵ | ۳۲۵۸۰۰ | نورد فولاد صنعتی و ساختمانی یزد |
| ۰,۳۵ | ۵۷۰۵۰ | نورد آریان فولاد |
| ۱,۳۱ | ۲۰۸۳۰۰ | مجتمع کارخانجات فولاد نطنز |
| ۰,۲۱ | ۳۴۶۲۰ | مجتمع فولاد گیلان |
| ۰,۰۲۷ | ۴۴۰۰ | مجتمع فولاد آریا ذوب |
| ۵,۴۷ | ۸۶۷۷۶۰ | گروه ملی صنعتی فولاد ایران |
| ۰,۰۲۰ | ۳۳۰۰ | فولاد قزوین |
| ۰,۲۰ | ۳۳۲۰۰ | فولاد غرب آسیا |
| ۰,۱۸ | ۳۰۰۴۰ | فولاد سیادن ابهر |

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

| | | |
|---------------------------------|-------------------------|----------------------|
| تولیدی فولاد سپید فراب کویر | ۱۹۷۵۶۰ | ۱,۲۴ |
| ذوب روی اصفهان | ۲۲۰ | ۰,۰۰۱ |
| فولاد اکسین خوزستان | ۴۲۹۰۰ | ۰,۲۷ |
| فولاد البرز تاکستان | ۲۴۲۰ | ۰,۰۱۵ |
| فولاد امیرکبیر خزر | ۱۸۷۰۰ | ۰,۱۱ |
| فولاد آذربایجان | ۳۳۸۱۰۰ | ۲,۱۳ |
| فولاد بناب | ۷۵۲۴۰ | ۰,۴۷ |
| فولاد پارس آرمان شفق | ۳۳۰۰ | ۰,۰۲ |
| فولاد خرم آباد | ۱۶۵۰۰ | ۰,۱۰ |
| فولاد خوزستان | ۳۰۲۴۲۶۲ | ۱۹,۰۶ |
| فولاد امیرکبیر کاشان | ۱۵۸۷۱۴ | ۱,۰۰ |
| فولاد افزار سپاهان | ۱۸۷۹۳۸ | ۱,۱۸ |
| سال ۱۳۹۰ | | |
| نام شرکت | میزان تولید (تن) | سهم بازار (%) |
| کاوپان | ۴۰۷۷۵۵ | ۲,۳۴ |
| خراسان | ۱۸۹۷۶۳۶ | ۱۰,۹۰ |
| آلیاژی ایران | ۲۸۸۰۷۲ | ۱,۶۶ |
| مبارکه اصفهان | ۵۵۵۷۰۰۰ | ۳۱,۹۳ |
| نورد و قطعات فولادی | ۱۸۰۴۸۲ | ۱,۰۴ |
| کاوه کیش | ۹۱۵۳۹ | ۰,۵۳ |
| ذوب آهن اصفهان | ۲۶۳۴۳۲۱ | ۱۵,۱۴ |
| آلیاژی یزد | ۱۹۲۳۳ | ۰,۱۱ |
| نورد فولاد گیلان | ۵۷۴۵۰ | ۰,۳۳ |
| نورد فولاد کرمانشاه | ۱۱۷۴۳۰ | ۰,۶۷ |
| نورد فولاد صنعتی و ساختمانی یزد | ۶۲۱۵۹۰ | ۳,۵۷ |
| نورد آریان فولاد | ۲۱۹۱۰۰ | ۱,۲۶ |
| مجتمع کارخانجات فولاد نطنز | ۸۲۸۹۶۰ | ۴,۷۶ |
| مجتمع فولاد آریا ذوب | ۱۰۰۱۰ | ۰,۰۶ |
| مجتمع فولاد الیگودرز | ۱۱۲۲۰ | ۰,۰۶ |
| مجتمع جهان فولاد غرب | ۶۶۵۰۰ | ۰,۳۸ |
| گروه ملی صنعتی فولاد ایران | ۱۳۶۹۵۰ | ۰,۷۹ |
| فولاد کرمان | ۴۴۰۰ | ۰,۰۳ |
| فولاد میند | ۱۴۰۰۰ | ۰,۰۸ |
| فولاد قزوین | ۳۳۰۰ | ۰,۰۲ |
| فولاد غرب آسیا | ۱۴۲۰۰ | ۰,۰۸ |
| فولاد سیادن ابهر | ۱۱۴۴۰۰ | ۰,۶۶ |
| تولیدی فولاد سپید فراب کویر | ۲۴۹۷۸۰ | ۱,۴۴ |
| ذوب آهن ارومیه | ۳۴۱۰۰ | ۰,۲۰ |
| راهیابی صنعت فولاد | ۶۵۰۰ | ۰,۰۴ |

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

| | | |
|----------------------|-------------------------|---------------------------------|
| ۰,۰۱ | ۹۹۰ | صنایع فولاد کوهپایه |
| ۰,۰۵ | ۸۶۶۰ | فولاد اکسین خوزستان |
| ۰,۱۲ | ۲۱۳۴۰ | فولاد البرز تاکستان |
| ۰,۱۳ | ۲۱۸۰۰ | فولاد امیرکبیر خزر |
| ۰,۱۰ | ۱۷۸۲۰ | فولاد بناب |
| ۰,۰۲ | ۳۳۰۰ | فولاد پارس آرمان شفق |
| ۱۹,۲۴ | ۳۳۴۷۹۴۰ | فولاد خوزستان |
| ۱,۱۲ | ۱۹۴۷۷۶ | فولاد امیرکبیر کاشان |
| ۱,۱۵ | ۲۰۰۳۱۸ | فولاد افزار سپاهان |
| سال ۱۳۹۱ | | |
| سهم بازار (%) | میزان تولید (تن) | نام شرکت |
| ۲,۶۰ | ۵۲۲۰۹۲ | ارفع |
| ۰,۹۹ | ۱۹۸۱۷۶ | کاوپان |
| ۸,۴۳ | ۱۶۸۹۵۴۷ | هرمزگان جنوب |
| ۸,۳۸ | ۱۶۷۹۲۹۱ | خراسان |
| ۱,۶۳ | ۳۳۷۶۰۰ | آلیاژی ایران |
| ۲۹,۵۲ | ۵۹۱۸۰۰۰ | مبارکه اصفهان |
| ۰,۹۳ | ۱۸۷۱۹۸ | نورد و قطعات فولادی |
| ۳,۸۳ | ۷۶۸۸۶۸ | کاهه کیش |
| ۱۱,۹۵ | ۲۳۹۶۹۴۳ | ذوب آهن اصفهان |
| ۰,۱۰ | ۱۹۸۸۶ | آلیاژی یزد |
| ۰,۰۱ | ۲۲۰۰ | نورد و لوله صفا طوس |
| ۰,۵۹ | ۱۱۸۴۰۰ | نورد فولاد گیلان |
| ۰,۷۴ | ۱۴۷۶۰۰ | نورد فولاد صنعتی و ساختمانی یزد |
| ۳,۶۶ | ۷۳۳۳۸۲ | نورد آریان فولاد |
| ۱,۱۵ | ۲۳۱۱۸۳ | نورد ایوان غرب |
| ۴,۶۹ | ۹۴۰۱۴۴ | مجتمع کارخانجات فولاد نطنز |
| ۰,۰۱ | ۱۱۰۰ | مجتمع فولاد صنعت بناب |
| ۰,۱۳ | ۲۵۷۴۰ | مجتمع فولاد آریا ذوب |
| ۰,۱۴ | ۲۷۲۰۰ | مجتمع جهان فولاد غرب |
| ۰,۰۵ | ۹۲۰۰ | گروه ملی صنعتی فولاد ایران |
| ۰,۰۱ | ۱۱۰۰ | فولاد کرمان |
| ۰,۰۱ | ۱۳۲۰ | پرشین فولاد آریا |
| ۰,۷۱ | ۱۴۱۵۰۰ | تولیدی فولاد سپید فراب کویر |
| ۰,۲۲ | ۴۳۱۲۰ | ذوب آهن سیرجان |
| ۰,۰۱ | ۳۰۰۰ | راهیابی صنعت فولاد |
| ۰,۰۷ | ۱۴۰۸۰ | صدر فولاد |
| ۰,۰۱ | ۱۳۲۰ | صنایع فولاد کوهپایه |
| ۰,۰۹ | ۱۸۹۰۰ | فولاد اصفهان |

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

| | | |
|----------------------|-------------------------|---------------------------------|
| ۰,۰۲ | ۳۰۹۱ | فولاد اکسین خوزستان |
| ۰,۰۳ | ۶۹۶۰ | فولاد امیرکبیر خزر |
| ۰,۴۵ | ۹۱۱۷۰ | فولاد آذربایجان |
| ۱۷,۴۳ | ۳۴۹۵۰۸۲ | فولاد خوزستان |
| ۰,۶۳ | ۱۲۶۱۹۳ | فولاد امیرکبیر کاشان |
| ۰,۸۰ | ۱۵۹۹۹۹ | فولاد افزار سپاهان |
| سال ۱۳۹۲ | | |
| سهم بازار (%) | میزان تولید (تن) | نام شرکت |
| ۵,۰۲ | ۱۱۰۶۳۸۲ | ارفع |
| ۰,۷۶ | ۱۶۷۳۵۸ | کاویان |
| ۱۱,۷۲ | ۲۵۸۴۴۹۷ | هرمزگان جنوب |
| ۸,۱۰ | ۱۷۸۴۹۲۳ | خراسان |
| ۱,۶۴ | ۳۶۱۶۴۸ | آلیاژی ایران |
| ۲۷,۰۴ | ۵۹۶۲ | مبارکه اصفهان |
| ۰,۹۴ | ۲۰۶۳۹۶ | نورد و قطعات فولادی |
| ۵,۲۸ | ۱۱۶۵۲۰۷ | کاوه کیش |
| ۱۰,۶۳ | ۲۳۴۳۹۶۳ | ذوب آهن اصفهان |
| ۰,۱۱ | ۲۳۴۹۵ | آلیاژی یزد |
| ۰,۰۳ | ۶۳۸۰ | نورد و لوله صفا طوس |
| ۰,۴۸ | ۱۰۵۶۰۰ | نورد فولاد گیلان |
| ۲,۱۹ | ۴۸۳۶۱۰ | نورد فولاد صنعتی و ساختمانی یزد |
| ۲,۴۹ | ۵۵۰۰۰۰ | نورد آریان فولاد |
| ۰,۷۴ | ۱۶۲۱۰۰ | نورد ایوان غرب |
| ۱,۰۵ | ۲۳۱۵۷۴ | مجتمع کارخانجات فولاد نطنز |
| ۰,۰۸ | ۱۷۸۵۰ | مجتمع فولاد ظفر بناب |
| ۰,۴۹ | ۱۰۷۱۰۰ | مجتمع فولاد صنعت بناب |
| ۰,۲۵ | ۵۵۰۰۰ | مجتمع فولاد آریا ذوب |
| ۰,۱۵ | ۳۳۶۴۰ | مجتمع جهان فولاد غرب |
| ۰,۴۲ | ۹۳۳۹۰ | گروه ملی صنعتی فولاد ایران |
| ۰,۰۰ | ۱۱۰۰ | آذر فولاد امین |
| ۰,۰۴ | ۸۱۴۰ | پرشین فولاد آریا |
| ۰,۲۰ | ۴۳۷۸۰ | تولیدی فولاد سپید فراب کویر |
| ۰,۲۷ | ۶۰۵۰۰ | ذوب آهن سیرجان |
| ۰,۰۲ | ۵۵۰۰ | صبا فولاد زاگرس |
| ۰,۰۲ | ۳۷۴۰ | صدر فولاد |
| ۰,۰۲ | ۳۹۶۰ | صنایع فولاد کوهپایه |
| ۰,۷۲ | ۱۵۹۲۰۰ | فولاد اصفهان |
| ۰,۰۶ | ۱۳۷۶۸ | فولاد امیرکبیر خزر |
| ۰,۶۹ | ۱۵۲۱۶۰ | فولاد آذربایجان |

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

| | | |
|---------------------------------|-------------------------|----------------------|
| فولاد توس حجت | ۱۰۵۰ | ۰,۰۰ |
| فولاد خرم آباد | ۲۲۰۰ | ۰,۰۱ |
| فولاد خوزستان | ۳۵۵۱۶۱۹ | ۱۶,۱۱ |
| فولاد امیرکبیر کاشان | ۲۸۱۰۷۴ | ۱,۲۷ |
| فولاد افزار سپاهان | ۲۰۸۴۵۲ | ۰,۹۵ |
| سال ۱۳۹۳ | | |
| نام شرکت | میزان تولید (تن) | سهم بازار (%) |
| ارفع | ۱۴۱۱۹۲۷ | ۶,۶۲ |
| کاویان | ۲۹۵۶۸۲ | ۱,۳۹ |
| هرمزگان جنوب | ۲۸۴۸۵۷۰ | ۱۳,۳۵ |
| خراسان | ۱۸۰۸۷۷۰ | ۸,۴۸ |
| آلیاژی ایران | ۳۸۵۴۱۸ | ۱,۸۱ |
| مبارکه اصفهان | ۵۸۴۵۰۰۰ | ۲۷,۴۰ |
| نورد و قطعات فولادی | ۱۹۳۴۲۷ | ۰,۹۱ |
| کاوه کیش | ۱۴۰۱۷۶۶ | ۶,۵۷ |
| ذوب آهن اصفهان | ۲۵۳۶۶۹۵ | ۱۱,۸۹ |
| آلیاژی یزد | ۳۵۰۱۳ | ۰,۱۶ |
| نورد و لوله صفا طوس | ۸۸۰ | ۰,۰۰ |
| نورد فولاد گیلان | ۱۶۶۰۰ | ۰,۰۸ |
| نورد فولاد صنعتی و ساختمانی یزد | ۱۶۲۷۵۰ | ۰,۷۶ |
| نورد آریان فولاد | ۱۷۸۰۰ | ۰,۰۸ |
| نورد ایوان غرب | ۶۹۸۰۰ | ۰,۳۳ |
| مجتمع فولاد ظفر بناب | ۱۷۵۷۰ | ۰,۰۸ |
| مجتمع فولاد صنعت بناب | ۳۴۳۰۰ | ۰,۱۶ |
| مجتمع جهان فولاد غرب | ۱۲۲۲۰ | ۰,۰۶ |
| گروه ملی صنعتی فولاد ایران | ۱۰۰۵۴ | ۰,۰۵ |
| فولاد کرمان | ۵۲۸۰ | ۰,۰۲ |
| پرشین فولاد آریا | ۷۰۴۰ | ۰,۰۳ |
| تولیدی فولاد سپید فراب کویر | ۱۹۴۴۸۰ | ۰,۹۱ |
| راهیابی صنعت فولاد | ۱۱۰۰ | ۰,۰۱ |
| شرکت صنایع فولاد کاوه تیکمه داش | ۲۲۰۰ | ۰,۰۱ |
| صبا فولاد زاگرس | ۴۴۰۰ | ۰,۰۲ |
| صدر فولاد | ۳۵۲۰ | ۰,۰۲ |
| فولاد ارگ تبریز | ۲۲۰۰ | ۰,۰۱ |
| فولاد امیرکبیر خزر | ۷۰۴۰ | ۰,۰۳ |
| فولاد آذربایجان | ۶۰۳۶۰ | ۰,۲۸ |
| فولاد خرم آباد | ۸۸۰ | ۰,۰۰ |
| فولاد خوزستان | ۳۴۵۸۸۷۱ | ۱۶,۲۱ |
| فولاد امیرکبیر کاشان | ۲۷۹۹۱۵ | ۱,۳۱ |

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

| فولاد افزار سپاهان | | |
|---------------------------------|------------------|---------------|
| سال ۱۳۹۴ | | |
| نام شرکت | میزان تولید (تن) | سهم بازار (%) |
| ارفع | ۱۳۰۶۴۱۰ | ۶,۲۲ |
| کاوایان | ۲۹۶۷۱۲ | ۱,۴۱ |
| هرمزگان جنوب | ۲۵۹۵۳۴۳ | ۱۲,۳۶ |
| خراسان | ۱۷۵۰۲۸۹ | ۸,۳۳ |
| آلیاژی ایران | ۲۹۹۵۹۸ | ۱,۴۳ |
| مبارکه اصفهان | ۷۰۶۹۰۰۰ | ۳۳,۶۶ |
| نورد و قطعات فولادی | ۱۹۱۷۵۹ | ۰,۹۵ |
| کاوه کیش | ۱۱۲۸۰۱۷ | ۵,۳۷ |
| ذوب آهن اصفهان | ۲۱۴۹۸۸۶ | ۱۰,۲۴ |
| آلیاژی یزد | ۱۶۴۲۶ | ۰,۰۸ |
| نورد فولاد صنعتی و ساختمانی یزد | ۱۴۶۰۰ | ۰,۰۷ |
| آذر فولاد امین | ۲۷۰۰ | ۰,۰۱ |
| پرشین فولاد آریا | ۶۶۰۰ | ۰,۰۳ |
| تولیدی فولاد سپید فراب کویر | ۷۹۶۴۰ | ۰,۳۸ |
| فولاد ارگ تبریز | ۱۱۰۰ | ۰,۰۱ |
| فولاد آذربایجان | ۵۱۲۰ | ۰,۰۲ |
| فولاد خوزستان | ۳۴۳۸۴۹۶ | ۱۶,۳۷ |
| فولاد امیرکبیر کاشان | ۴۱۹۲۵۵ | ۲,۰۰ |
| فولاد افزار سپاهان | ۲۲۵۱۱۸ | ۱,۰۷ |
| سال ۱۳۹۵ | | |
| نام شرکت | میزان تولید (تن) | سهم بازار (%) |
| ارفع | ۱۵۸۶۲۷۸ | ۷,۰۶ |
| کاوایان | ۱۶۳۹۱۷ | ۰,۷۳ |
| هرمزگان جنوب | ۲۶۰۴۶۴۳ | ۱۱,۵۹ |
| خراسان | ۲۲۲۶۷۷۱ | ۹,۹۱ |
| آلیاژی ایران | ۴۰۰۲۶۲ | ۱,۷۸ |
| مبارکه اصفهان | ۷۳۲۸۰۰۰ | ۳۲,۶۰ |
| نورد و قطعات فولادی | ۲۱۲۳۵۵ | ۰,۹۴ |
| کاوه کیش | ۱۶۴۲۹۳۳ | ۷,۳۱ |
| ذوب آهن اصفهان | ۲۰۳۳۴۸۱ | ۹,۰۵ |
| آلیاژی یزد | ۱۸۱۰۰ | ۰,۰۸ |
| فولاد خوزستان | ۳۵۹۹۶۸۸ | ۱۶,۰۱ |
| فولاد امیرکبیر کاشان | ۴۵۹۲۲۵ | ۲,۰۴ |
| فولاد افزار سپاهان | ۲۰۴۴۵۹ | ۰,۹۱ |
| جمع | ۲۲۴۸۰۱۱۲ | ۱۰۰ |

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

پیوست (۶): لیست سهام داران عمده شرکت‌های بزرگ صنعت فولاد

| شرکت فولاد مبارکه اصفهان | |
|--------------------------|--|
| درصد مالکیت | نام سهامدار |
| ۳۰,۱۹ | شرکت سرمایه‌گذاری استانی |
| ۱۷,۲۰ | سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران |
| ۹,۵۹ | شرکت سرمایه‌گذاری صدر تأمین (سهامی عام) |
| ۴,۲۲ | بانک رفاه کارگران |
| ۲,۷۵ | بانک تجارت |
| ۱,۷۹ | مؤسسه صندوق بیمه اجتماعی روستائیان و عشایر |
| ۱,۶۹ | شرکت مدیریت سرمایه‌گذاری امید |
| ۱,۶۰ | صندوق بازنشستگی کشوری |
| ۰,۸۵ | صندوق سرمایه‌گذاری گنجینه آرمان شهر |
| ۰,۸۰ | سازمان تأمین اجتماعی |
| ۰,۸۰ | سازمان بیمه سلامت ایران |
| ۰,۲۸ | سهام ترجیحی کارکنان |
| ۲۸,۸۱ | سایر سهامداران |
| شرکت ذوب‌آهن اصفهان | |
| درصد مالکیت | نام سهامدار |
| ۵۶ | سازمان تأمین اجتماعی |
| ۱۸,۴ | سایر سهامداران |
| ۱۶,۷ | مؤسسه صندوق حمایت و بازنشستگی کارکنان فولاد |
| ۵,۱ | شرکت سرمایه‌گذاری فرهنگیان (سهامی خاص) |
| ۳,۸ | سازمان خصوصی سازی (ترجیحی) |
| شرکت فولاد خوزستان | |
| درصد مالکیت | نام سهامدار |
| ۵۰,۵ | شرکت گروه توسعه اقتصادی پایندگان |
| ۱ | شرکت سرمایه‌گذاری (سهام عدالت) استان کرمانشاه |
| ۱,۰۹ | شرکت سرمایه‌گذاری (سهام عدالت) استان سیستان و بلوچستان |
| ۱,۱۳ | شرکت سرمایه‌گذاری (سهام عدالت) آذربایجان غربی |
| ۱,۳۱ | شرکت سرمایه‌گذاری (سهام عدالت) استان گیلان |
| ۱,۴۲ | شرکت سرمایه‌گذاری (سهام عدالت) استان کرمان |
| ۱,۴۵ | شرکت سرمایه‌گذاری (سهام عدالت) استان مازندران |
| ۱,۵۶ | شرکت سرمایه‌گذاری (سهام عدالت) استان آذربایجان شرقی |
| ۱,۸۴ | شرکت سرمایه‌گذاری (سهام عدالت) استان خوزستان |
| ۱,۸۸ | شرکت سرمایه‌گذاری (سهام عدالت) استان اصفهان |
| ۲,۰۷ | شرکت سرمایه‌گذاری (سهام عدالت) استان فارس |
| ۲,۴۴ | شرکت سرمایه‌گذاری (سهام عدالت) استان خراسان رضوی |

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

| | |
|------|--|
| ۳,۰۵ | شرکت سرمایه‌گذاری (سهام عدالت) استان تهران |
| ۹,۷۷ | شرکت های سرمایه‌گذاری استانی (سهام عدالت) زیر یک درصد |
| ۲,۸ | سازمان تأمین اجتماعی |
| ۳,۶ | سازمان بازنشستگی کشوری |
| ۱,۲ | سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح |
| ۱,۵۳ | صندوق بازنشستگی، وظیفه از کارافتادگی و پس انداز کارکنان بانکها |
| ۱,۰۷ | بانک رفاه کارگران |
| ۹,۲۹ | سایر |

مجتمع فولاد خراسان

| درصد مالکیت | نام سهامدار |
|-------------|--|
| ۵۱,۴۴ | موسسه صندوق بیمه اجتماعی روستائیان و عشایر |
| ۲۹,۱۵ | شرکت سرمایه‌گذاری توسعه معادن و فلزات |
| ۱۴,۴۴ | موسسه صندوق حمایت بازنشستگی کارکنان فولاد |
| ۱,۹۲ | بانک کشاورزی |
| ۳,۰۵ | سایر |

فولاد هرمزگان جنوب

| درصد مالکیت | نام سهامدار |
|-------------|--|
| ۹۶ | شرکت فولاد مبارکه اصفهان |
| ۲ | صندوق سرمایه‌گذاری گنجینه آرمان شهر |
| ۱ | شرکت معدنی و صنعتی فولاد سنگ مبارکه اصفهان |
| ۰,۶ | شرکت توکاریل |
| ۰,۲ | شرکت سرمایه‌گذاری توسعه گل گهر |
| ۰,۶ | سایر سهامداران |

| | |
|---|---|
| اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران | بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری |
| سندیکای صنعت برق ایران | برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری |

پیوست (۷): حاضران در پانل تخصصی خبرگان

آقای مهندس حق بیان؛ نماینده محترم انجمن صنفی کارفرمایی تولیدکنندگان سیم و کابل ایران

آقای مهندس معتضدی؛ نماینده محترم انجمن صنفی کارفرمایی تولیدکنندگان سیم و کابل ایران

آقای مهندس یعقوبی؛ نماینده محترم شرکت بورس کالای ایران

آقای مهندس اسلامیان؛ نماینده محترم شرکت تولیدی دنیای مس کاشان

آقای مهندس حیدر زاده؛ نماینده محترم شرکت صنایع مس شهید باهنر

آقای مهندس کلاهی؛ مدیرعامل محترم شرکت سیم و کابل ابهر

آقای مهندس بازارنوی؛ معاون مالی و اقتصادی شرکت ملی صنایع مس ایران

آقای مهندس سعید؛ مدیر محترم فروش و بازاریابی شرکت ملی صنایع مس ایران

آقای مهندس تقی پور؛ نماینده محترم دفتر صنایع فلزی و لوازم‌خانگی

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

پیوست (۸): تصویر نامه سناریو قیمتی پیشنهاد شده توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت

شماره : 60/288969
تاریخ : 1396/12/26
پیوست : دارد

جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

بر تهران
مدان، اورشادی، پارکین

بورس برای فلزات اساسی (فولاد، آلومینیوم و مس) و ارائه ادله کارشناسی و تحلیل آن اقدام نموده تا در جلسه آتی نسبت به تصمیم گیری نهایی، اقدام مقتضی صورت پذیرد.

فرمول های پیشنهادی:

نرخ ارز مبادله ای (FOB/۹۵× قیمت پایه محصولات فولادی در بورس
نرخ ارز مبادله ای برمیوم (دلار) + LME لندن بر مبنای دلار - قیمت پایه شمش آلومینیوم در بورس
نرخ ارز مبادله ای برمیوم (دلار) + LME لندن بر مبنای دلار - قیمت پایه کاندمنی در بورس
بدینوسیله، پرمیوم مربوط به هر یک از محصولات آلومینیوم و کاندمنی در جلسات هم اندیشی کارشناسی در مقاطع مختلف احصاء و در فرمول مذکور لحاظ می گردد. w7111.۱۵۳

شماره : 60/288969
تاریخ : 1396/12/26
پیوست : دارد

جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

بر تهران
مدان، اورشادی، پارکین

جناب آقای رحمانی - قائم مقام محترم در امور تولید و معاون محترم طرح و برنامه
جناب آقای سرقینی - معاون محترم امور معادن و صنایع معدنی
جناب آقای صالحی نیا - معاون محترم امور صنایع
جناب آقای کریاسیان - معاون محترم وزیر و رئیس هیئت مدیره سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی
جناب آقای نوابی - معاون محترم وزیر، رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان
جناب آقای سلطان نژاد - مدیرعامل محترم شرکت بورس کالای ایران
موضوع: پیشنهاد قیمت گذاری پایه فلزات اساسی در بورس کالا

سلام علیکم؛

احتراماً به استناد ماده ۱ قانون هدفمند کردن یارانه ها در خصوص قیمت حامل های انرژی بر مبنای قیمت های جهانی که از آنجایی که برخی از محصولات صنعتی نظیر فولاد و مس به دلیل شریب وابستگی پایین به واردات مواد اولیه و تمرکز بر انرژی ارزان یارانه ای و تأمین مواد اولیه از داخل کشور، تحت تأثیر نرخ ارز نمی باشند و از طرفی مستند به قانون هدفمندی یارانه ها که دولت را مکلف به حرکت به سوی بازار رقابتی و قیمت های جهانی می نماید، متأسفانه فرمول عرضه محصولات فلزی اساسی خصوصاً محصولات فولادی در بورس کالا به دلیل درجه تمرکز بالای صنایع مذکور منجر به افزایش غیرمتراف این محصولات (بیش از ۷۰٪ طی ماه های اخیر گردیده که اعتراضات متعددی از سوی تشکل های مصرف کننده و از جمله صنایع پایین دستی را به دنبال داشته است.

لذا در راستای سیاست گذاری صحیح عرضه این محصولات در بورس کالا، فرمول پیشنهادی به شرح ذیل جهت اعمال در بورس اعلام می گردد. ضروری است ضمن توجه به تصمیمات جلسه مورخ ۹۶/۱۲/۰۶ پایش و مدیریت بازار (موضوع نامه شماره ۱۹-۲۷۸۰-۶۰ مورخ ۹۶/۱۲/۱۴) و ارسال نقطه نظرات مکتوب، نسبت به بررسی فرمول های پیشنهادی برای تعیین قیمت پایه در

«نامه های صادره بدون مهر برجسته انوبسیرون انرژی فاقد اعتبار می باشد»

آدرس پستی: تهران - خیابان شمال شرقی میدان ولیعصر (عج) - روبروی منطقه ۱۴ پستی - ساختمان شهید امین زاده
کد پستی: ۲۲۲۱۲ - ۵۹۴۶۵ صندوق پستی: ۶۱۱۵ - ۴۸۴۸۱۱۲۱۱۵ - ۰۱۰ - ۸۸۸۲۸۰

«نامه های صادره بدون مهر برجسته انوبسیرون انرژی فاقد اعتبار می باشد»

آدرس پستی: تهران - خیابان شمال شرقی میدان ولیعصر (عج) - روبروی منطقه ۱۴ پستی - ساختمان شهید امین زاده
کد پستی: ۲۲۲۱۲ - ۵۹۴۶۵ صندوق پستی: ۶۱۱۵ - ۴۸۴۸۱۱۲۱۱۵ - ۰۱۰ - ۸۸۸۲۸۰

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

پیوست (۹): دستورالعمل تنظیم بازار فلزات رنگی

دستور العمل تنظیم بازار فلزات رنگی (مس و آلومینیوم)

ماده ۱- مراجع الزام قانونی

۱-۱ مدارک الزامی زیر حاوی مقرراتی است که در متن این بسته پیشنهادی به آن‌ها ارجاع داده شده است. در صورتی که به مدرکی با ذکر تاریخ انتشار ارجاع داده شده باشد، اصلاحیه‌ها و تجدیدنظرهای بعدی آن موردنظر این بسته پیشنهادی نیست، و در مورد مدارکی که بدون تاریخ انتشار به آن‌ها ارجاع داده شده است، همواره آخرین تجدیدنظر و اصلاحیه‌های بعدی آن‌ها موردنظر است.

۱. قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران. (به استناد به بند ۵ ماده ۵۸، ۵۹ و ۶۲ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران)

۲. قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور.

۳. قانون برنامه پنج‌ساله پنجم و ششم توسعه جمهوری اسلامی ایران.

ماده ۲- تعاریف

۱-۲ فلزات رنگی: کلیه کالاهای زنجیره مس و آلومینیوم (از مفتول مسی، اسلب مسی، مس کاتدی، اکسید مس، مس کم‌عیار، شمش آلومینیوم تی بار، بیلت آلومینیوم، اکسید آلومینیوم، شمش آلیاژ و هیدروکسید آلومینیوم) که در بورس کالای ایران پذیرفته شده‌اند یا در آینده و با رعایت مقررات مربوطه پذیرش خواهند شد.

۲-۲ تولیدکنندگان: هر تولیدکننده‌ای که اقدام به تولید محصولات فلزات مس و آلومینیوم می‌نماید.

۲-۳ قیمت پایه عرضه: قیمتی که تولیدکنندگان جهت عرضه کالا تحت عنوان قیمت پیشنهادی به بورس کالا اعلام نموده و پس از کنترل و تأیید توسط بورس کالا، طبق ضوابط این دستورالعمل، در اطلاعیه درج می‌گردد.

۲-۴ میزان کف عرضه: مقدار حداقلی کف عرضه در گروه محصولات مسی و آلومینیومی که از سوی معاونت امور معادن و صنایع معدنی با اولویت تأمین نیاز داخل معادل ۱۰۰ درصد نیاز کشور (تقاضای واقعی سال قبل در بورس به علاوه میزان پیش‌بینی از تقاضا سال جاری) پیشنهاد و در کمیته تخصصی نهاد تنظیم‌گر بخشی تصویب و ابلاغ خواهد شد.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۲-۵ سامانه بهین یاب: سامانه یکپارچه اطلاعاتی خدمات وزارت صنعت، معدن و تجارت می‌باشد.

۲-۶ صنایع پایین‌دستی: کلیه واحدهای تولیدی که صلاحیت خرید آن‌ها در بورس کالا و در سامانه بهین یاب وزارت صنعت، معدن و تجارت تأیید شده باشد.

۲-۷ خریداران مجاز: واحدهای تولیدی صنفی و مصرف‌کنندگان نهایی محصولات مسی و آلومینیومی می‌باشند.

۲-۸ نهاد تنظیم‌گر: نهاد تنظیم‌گر بخشی در چارچوب اختیارات و با نظر شورای رقابت مطابق با ماده ۶۱ قانون تسهیل رقابت و منع انحصار می‌تواند اقدام به تصمیم‌گیری جهت اعمال قانون اشخاص حقیقی و حقوقی مرتکب رویه‌های ضد رقابتی نماید. نهاد تنظیم‌گر بخشی بر اساس قانون متشکل از ۳ نماینده مجلس از بین اعضای کمیسیون‌های اقتصادی، برنامه‌بودجه و محاسبات و صنایع و معادن از هر کمیسیون یک نفر به انتخاب مجلس شورای اسلامی به‌عنوان ناظر، دو نفر از قضات دیوان عالی کشور به انتخاب و حکم رئیس قوه قضائیه، دو صاحب‌نظر اقتصادی برجسته به پیشنهاد وزیر امور اقتصادی و دارایی و حکم رئیس‌جمهور، یک حقوقدان برجسته و آشنا به حقوق اقتصادی به پیشنهاد وزیر دادگستری و حکم رئیس‌جمهور، دو صاحب‌نظر در تجارت به پیشنهاد وزیر بازرگانی و حکم رئیس‌جمهور، یک صاحب‌نظر در صنعت به پیشنهاد وزیر صنایع و معادن و حکم رئیس‌جمهور، یک صاحب‌نظر در خدمات زیربنایی به پیشنهاد رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور و حکم رئیس‌جمهور، یک متخصص امور مالی به پیشنهاد وزیر امور اقتصادی و دارایی و حکم رئیس‌جمهور، یک نفر به انتخاب اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران، یک نفر به انتخاب اتاق تعاون مرکزی جمهوری اسلامی ایران و نمایندگان دستگاه‌های اجرائی ذی‌ربط، نمایندگان بخش‌های غیردولتی و صاحب‌نظران در حوزه‌های حقوقی و اقتصادی می‌باشد. من بعد در این دستورالعمل منظور از واژه نهاد تنظیم‌گر، نهاد تنظیم‌گر بخشی می‌باشد.

۲-۹ کمیته تخصصی: من بعد در این دستورالعمل منظور از واژه کمیته، کمیته تخصصی است که با مسئولیت دبیرخانه نهاد تنظیم‌گر بخشی، متشکل از نمایندگان معاونت‌های امور معادن و صنایع معدنی، سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران (ایمیدرو)، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، بورس کالا و انجمن‌های کارفرمایی صنایع آلومینیوم و مس ایران و تشکل موضوعی مرتبط با تشخیص دبیرخانه نهاد تنظیم‌گر بخشی تشکیل می‌گردد.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

۲-۱۰ دستگاه‌های نظارتی: دستگاه‌های نظارتی شامل، شورای ملی رقابت، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و سازمان تعزیرات حکومتی، معاونت‌های تخصصی و سازمان‌های استانی وزارت صنعت، معدن و تجارت می‌باشد.

ماده ۳- الزامات عرضه

۳-۱ کلیه تولیدکنندگان محصولات مس و آلومینیوم جهت فروش در داخل ملزم هستند کلیه محصولات مسی و آلومینیومی خود را به رعایت کف عرضه ابلاغی در بورس کالا در هر مرحله به‌صورت هفتگی عرضه کنند.

تبصره ۱- کف عرضه معادل ۱۰۰ درصد نیاز کشور (تقاضای واقعی سال قبل در بورس به‌علاوه میزان پیش‌بینی از تقاضا سال جاری) با بررسی و پیشنهاد معاونت امور معادن و صنایع معدنی به تصویب کمیته تخصصی نهاد تنظیم‌گر خواهد رسید.

تبصره ۲- در راستای ایجاد سازوکار مناسب برای رعایت کف عرضه و ضمانت اجرایی آن، در صورت احراز عدم رعایت کف عرضه با اعلام دستگاه‌های نظارتی و بورس کالا، نهاد تنظیم‌گر و معاونت امور معادن و صنایع معدنی مکلف هستند نسبت به توقف و جلوگیری از صادرات شرکت تولیدی مس و آلومینیوم مربوطه و پیگیری ایفای تعهدات اقدام نمایند. خروج هرگونه محصولات مسی و آلومینیومی بدون مجوز معاونت مذکور در حکم قاچاق بوده و گمرک ج.ا.ا. نیروی انتظامی می‌بایست نسبت به کنترل و برخورد قانونی با تخلفات قاچاق خروجی این کالاها اقدام نمایند.

تبصره ۳- معاونت امور معادن و صنایع معدنی مجاز خواهد بود در صورت ایفای تعهدات شرکت‌های موضوع تبصره ۲ ماده ۳، به مدت حداقل ۲ ماه به‌صورت پیاپی، نسبت به برقراری مجدد اجازه صادرات، با اعلام کتبی دستگاه موضوع تبصره مذکور، اقدام نماید. بدیهی است در صورت تکرار مجدد عدم رعایت کف عرضه، جلوگیری از صادرات حداقل به مدت ۶ ماه برقرار خواهد گردید.

تبصره ۴- شرکت‌های تولیدکننده می‌توانند نسبت به عرضه محصولات خاص در قالب قراردادهای بلندمدت با شرکت‌های واجد شرایط و با هماهنگی بورس کالا، در قالب ضوابطی که با پیشنهاد معاونت امور معادن و صنایع معدنی ظرف مدت ۳۰ روز پس از ابلاغ این دستورالعمل ارائه و به تصویب کمیته تخصصی نهاد تنظیم‌گر می‌رسد، اقدام نمایند. فهرست شرکت‌های مذکور و گزارش تولید و فروش این اقلام به‌صورت ۱۵ روز یک‌بار به دبیرخانه نهاد تنظیم‌گر و سازمان حمایت

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان ارائه و از طریق بورس اطلاع‌رسانی خواهد شد. بدیهی است، قراردادهای بلندمدت به صورت عرضه خاص در روزهای غیر از عرضه عمومی انجام خواهد پذیرفت و بورس مکلف است ضمن اعمال حداکثر تخفیف کارگزاری، کارمزد بورس را نیز معادل یک‌دهم کارمزد معاملات عمومی اعمال نماید و هم‌زمان پیگیری تصویب در هیئت‌مدیره سازمان بورس و اوراق بهادار از سوی شرکت بورس کالا ایران صورت پذیرد.

تبصره ۵- در خصوص ضوابط عرضه محصول در بورس کالا، تولیدکنندگان موظف‌اند معادل کف عرضه تعیین شده نسبت به عرضه محصول در تالار اصلی بورس اقدام نمایند و عرضه در مچینگ نمی‌تواند بالاتر از مقادیر عرضه در تالار اصلی باشد.

تبصره ۶- سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، بورس کالا و نهاد تنظیم‌گر، بر فرآیند عرضه در بورس، کنترل رعایت مقادیر کف عرضه ابلاغی و نحوه مصرف محصولات مسی و آلومینیومی در چرخه تولید پس از بورس کالا (سازمان حمایت)، نظارت کامل خواهند نمود. همچنین دستگاه‌های نظارتی می‌بایست، نسبت به شناسایی و معرفی واحدهای متخلف و غیرفعال، جهت مسدود نمودن کد بورسی آن‌ها، به معاونت‌های تخصصی و سامانه بهین‌یاب، اقدام نمایند.

ماده ۴- موارد اجرایی

۴-۱ مبنای محاسبه قیمت‌های پایه کلیه محصولات مس و آلومینیوم در بورس کالا بر اساس فرمول زیر صورت می‌پذیرد:

$$P^* = \alpha_i P_i^{LME} \times \text{نرخ ارز بازار دوم ارز}$$

که در آن،

P^* = قیمت پایه داخلی هر یک از محصولات فلزی (ریال) در بورس کالا.

α_i = ضریب تعدیل قیمت‌های جهانی.

P_i^{LME} = قیمت جهانی (بورس فلزات لندن) هر یک از محصولات فلزی (دلار).

نرخ ارز بازار دوم = متوسط نرخ ارز بازار دوم ارز در هفته گذشته.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

تبصره ۱- حداقل مقدار ضریب تعدیل ۰,۹۵ و حداکثر ۰,۹۹ می‌باشد، که بر اساس معیارهای متفاوتی از جمله درجه تمرکز بازارهای داخلی، رقابت‌پذیری بین‌المللی، کارایی و بهره‌وری صنعت، رانت انرژی و ... بر اساس نظر شورای رقابت و نهاد تنظیم‌کننده قابل تغییر و در هر بازار کالای موردنظر و در بازه‌های زمانی خاص، تعیین می‌گردد.

تبصره ۲- تعیین مصادیق نوع و ساختار بازارها بر عهده شورای رقابت می‌باشد و حالات مختلف میزان α_i به تفکیک درجه تمرکز بازارها به صورت زیر است:

$$\alpha_i = 0.95 \leftarrow \text{بازارهای انحصار کامل}$$

$$\alpha_i = 0.97 \leftarrow \text{بازارهای انحصار چندجانبه}$$

$$\alpha_i = 0.99 \leftarrow \text{بازارهای شبه انحصاری}$$

تبصره ۳- به منظور پوشش نوسانات نرخ ارز و یا قیمت‌های مرجع جهانی، چنانچه درصد تغییرات بیشتر از ۱۰ درصد نسبت به دوره تجدید قبلی باشد، نهاد تنظیم‌گر و یا شورای رقابت حق تصحیح قیمت‌ها را زودتر از بازه تعدیل، دارا می‌باشند.

تبصره ۴- در معاملات درون مرزی، تولیدکنندگان محصولات فلزی حق دریافت اضافه بها به ازای هر کیلوگرم محصول را تحت هیچ عنوانی از جمله پرمیوم دارا نمی‌باشند و هزینه‌های جاری قراردادهای خریدوفروش محصولات از قبیل: هزینه‌های لجستیک، بیمه، حمل‌ونقل مطابق با تعرفه‌های مصوب کشوری در قالب‌بندی از قرارداد بر عهده خریدار می‌باشد.

تبصره ۵- سقف قیمت رقابتی در معاملات بورس کالا، حداکثر ۱۰ درصد قیمت اولیه تعیین می‌شود.

تبصره ۶- قیمت جهانی محصولات موردنظر بر اساس متوسط قیمت هفته گذشته گزارش شده در بازارهای جهانی مانند بورس فلزات لندن (LME) با بررسی و پیشنهاد کمیته تخصصی و تأیید و اعلام معاونت امور معادن و صنایع معدنی تعیین خواهد شد. تغییر شیوه قیمت پایه و برآورد قیمت جهانی با پیشنهاد کمیته تخصصی و تصویب نهاد تنظیم‌گر خواهد بود.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

تبصره ۷- دریافت هرگونه وجه به‌جز موارد قانونی مصوب خارج از فرمول ابلاغی غیرقانونی بوده و می‌بایست از سوی دستگاه‌های نظارتی (موضوع بند ۲-۱۰ ماده ۲) مورد پیگیری قانونی قرار گیرد.

تبصره ۸- تأمین نیاز داخل، مدیریت عرضه در بازار داخلی و آرامش بازار داخل در اولویت می‌باشد.

تبصره ۹- معاونت امور معادن و صنایع معدنی در صورت لزوم موظف است، نسبت به ارائه توضیحات و مستندات لازم در خصوص منابع و مراجع استخراج قیمت‌های پایه محصولات موردنظر، برای اعضا نهاد تنظیم‌گر اقدام نماید.

تبصره ۱۰- در صورت عرضه محصولات مورد بحث این دستورالعمل، معادل کف عرضه اعلام‌شده در تالار اصلی و مچینگ و عدم فروش حداقل ۷۰ درصدی اعلامی طی سه عرضه متوالی، تولیدکنندگان، مجاز به عرضه کالا در خارج از بورس با رعایت سقف قیمت کشف‌شده آخرین معامله با هماهنگی بورس کالا و تأیید معاونت امور معادن و صنایع معدنی و اعلام فهرست خریداران و مقادیر قیمت عرضه به سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، خواهند بود.

تبصره ۱۱- قیمت‌های فروش پایانی کشف‌شده محصولات مشمول این دستورالعمل، در بورس کالا در آخرین معاملات مربوطه، مبنای قیمت مچینگ برای معاملات مازاد محصولات فروش نرفته (تا مرحله بعدی عرضه) خواهد بود. عرضه در مچینگ منوط به رعایت کف عرضه در تالار اصلی بورس بوده و در صورت عدم خرید و معامله (آزاد)، در قالب مچینگ قابل معامله خواهد بود.

ماده ۵- تولیدکنندگانی که محصول آن‌ها در بورس پذیرفته‌نشده است، موظف‌اند ظرف دو ماه از تاریخ ابلاغ این دستورالعمل، نسبت به پذیرش محصول خود در بورس کالا با رعایت مقررات مربوطه اقدام نمایند. بورس کالا مکلف می‌باشد نسبت به تسهیل شرایط حضور و پذیرش این واحدها به‌صورت حداکثری اقدام لازم را معمول نمایند.

ماده ۶- هر نوع عرضه محصولات مسی و آلومینیومی در داخل کشور که خارج از بورس کالا انجام شود، عرضه خارج از شبکه تلقی می‌شود و مستند به قوانین تعزیرات حکومتی، تخلف محسوب شده و مطابق با قوانین و مقررات مربوطه، با آن برخورد می‌گردد. در همین راستا شرکت بورس کالای ایران، تخلفات عدم رعایت کف عرضه محصولات مشمول این دستورالعمل در بورس کالا را به دبیرخانه نهاد تنظیم‌گر منعکس تا پس از بررسی و تأیید کارگروه برای رسیدگی به سازمان تعزیرات حکومتی ارسال گردد.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

ماده ۷- تشخیص سهمیه برای صنایع پایین‌دستی محصولات فلزات رنگی ، منوط به ثبت اطلاعات و تأیید در سامانه بهین یاب در قالب دستورالعمل و برنامه زمان‌بندی (با پیشنهاد معاونت‌های تخصصی وزارت صنعت، معدن و تجارت و تصویب کمیته تخصصی نهاد تنظیم‌گر) مطابق شرایط زیر خواهد بود:

میانگین خرید دو سال اخیر از بورس و یا مستقیم از شرکت‌های تولیدکننده

ارائه اظهارنامه مالیاتی ارزش‌افزوده دو سال اخیر هر شرکت برای هر فلز خریداری‌شده

تطبیق قراردادهای شناسنامه‌دار دولتی و تعیین مس موردنیاز این قراردادها

ماده ۸- به‌منظور جلوگیری از ایجاد حاشیه بازار در خصوص محصولات فلزات رنگی ، صادرات محصولات عرضه‌شده در بورس کالا صرفاً باید توسط واحدهای تولیدی محصولات فلزات رنگی و یا توسط شخصیت‌های حقوقی دارنده تأییدیه رسمی از تولیدکنندگان محصولات فلزات رنگی صورت پذیرد. گمرک ج.ا.مکلف است نسبت به درج فهرست کالاهای مشمول این بند و ایجاد دسترسی برای اعمال مدیریت در مجوز صادرات با ابلاغ نهاد تنظیم‌گر اقدام نماید. عملکرد صادراتی شرکت‌ها به تفکیک جزئیات و ماهانه از سوی معاونت امور معادن و صنایع معدنی در قالب گزارش تحلیلی ماهانه به دبیرخانه نهاد تنظیم‌گر و سایر مراجع ارائه خواهد شد.

تبصره ۱- کلیه صادرکنندگان محصولات فلزات رنگی (مس و آلومینیوم) ملزم به واریز تمامی ارز صادراتی خود به سامانه نیما (به‌استثناء درصد مجاز خودمصرفی پیشنهادی معاونت‌های تخصصی که به تصویب نهاد کمیته تخصصی خواهد رسید) می‌باشد.

تبصره ۲- انجام صادرات با هدف بهره‌مندی از معافیت مالیاتی توسط تولیدکنندگان (موضوع ماده ۸) و ورود مجدد آن به هر شیوه‌ای ممنوع بوده و می‌بایست توسط دستگاه‌های نظارتی رصد و پایش گردیده و با تخلفات مربوطه برخورد قانونی صورت پذیرد.

تبصره ۳- انجام واردات توسط اشخاص حقیقی و حقوقی به قصد صادرات مجدد برای بهره‌مندی از مابه‌التفاوت نرخ ارز ممنوع می‌باشد. کلیه واردکنندگان مکلف به رعایت ضوابط قیمت‌گذاری کالای وارداتی مصوب هیئت تعیین و تثبیت قیمت‌های سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان بوده و می‌بایست نسبت به اعلام فهرست فروش کالا به همراه اسناد مثبت به سازمان حمایت اقدام نمایند.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

ماده ۹- در صورت افزایش قیمت حاشیه بازار علی‌رغم رعایت کف مقادیر عرضه از سوی تولیدکنندگان دستگاه‌های نظارتی و بورس کالا موظفاند با پایش مداوم بازار، میزان نیاز واقعی را برای تعدیل نرخ حاشیه بازار، احصاء و جهت بازرنگری در مقادیر کف عرضه و اتخاذ تصمیم لازم به معاونت امور معادن و صنایع معدنی و دبیرخانه نهاد تنظیم‌گر جهت تصمیم‌گیری و اعمال ضوابط گزارش نمایند.

سایر الزامات

ماده ۱۰- کلیه خریداران محصولات فلزات رنگی (مس و آلومینیوم) که محصول بعدی آن‌ها در بورس عرضه نمی‌شود و یا به قصد فروش به حلقه بعدی (مصرف‌کنندگان و توزیع‌کنندگان خرد در سراسر کشور) کالا را از بورس خریداری می‌نمایند، در صورت عدم عرضه محصولات خریداری‌شده خود در بازه زمانی مشخص به بازارهای پایین‌دستی، مشمول ضوابط قیمت‌گذاری و جریمه، کالای تولید داخل هیئت تعیین و تثبیت قیمت‌ها و ضرایب سود مصوب هیئت عالی نظارت، بر اساس نرخ مواد اولیه خریداری‌شده در بورس می‌باشند. نرخ‌های فروش به همراه فهرست خریداران و اسناد مثبت می‌بایست در مقاطع یک‌ماهه به سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان ارائه گردد. در صورت هرگونه تخلف و گران‌فروشی، احتکار یا عرضه خارج از شبکه، علاوه بر اقدام تعزیری، سهمیه واحد مربوطه با اعلام سازمان حمایت و سازمان‌های استانی (صمت) قطع خواهد گردید.

تبصره ۱: خریداران محصولات فلزات رنگی (مس و آلومینیوم) که به‌عنوان مصرف‌کننده نهایی می‌باشند شامل ماده ۱۰ نمی‌گردند و در صورت استفاده از این محصول به‌عنوان ماده اولیه کالای نهایی مشمول ضوابط قیمت‌گذاری مصوب مرتبط با همان کالا می‌باشند.

تبصره ۲: سازمان حمایت مکلف است، نظارت و کنترل لازم در جهت رعایت ضوابط قیمت‌گذاری کالاهای تولید داخل و اعمال ضوابط و ضرایب سود مصوب هیئت عالی نظارت بر اساس اسناد مثبت را اعمال نماید.

تبصره ۳: شرکت بورس کالای ایران مکلف است اطلاعات ریز معاملات خریداران محصولات فلزات رنگی در بورس کالا را هر هفته برای معاونت امور معادن و صنایع معدنی، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و مراجع ذی‌ربط، حسب درخواست و تأیید دبیرخانه نهاد تنظیم‌گر، ارسال و دسترسی ماهانه‌ای را برای دستگاه‌های نظارتی این مصوبه، ایجاد نماید.

| | |
|---|---|
| بررسی و ارزیابی راهکارهای تنظیم مقررات بازار در بازارهای انحصاری مواد خام و صنایع بالادستی و مقررات‌گذاری | اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران |
| برای حمایت از حقوق سازندگان در برابر تولیدکنندگان انحصاری | سندیکای صنعت برق ایران |

ماده ۱۱- خریدوفروش محصولات مشمول این دستورالعمل توسط کارگزاران بورس کالا ممنوع است و در صورت مشاهده تخلف توسط شرکت بورس کالای ایران ضمن برخورد انضباطی با کارگزار مزبور، اطلاعات تخلف را جهت رسیدگی و اقدام طبق قانون تعزیرات حکومتی به سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان اعلام نماید. همچنین بورس کالای ایران مکلف می‌باشد با تدوین ضوابط لازم از ایجاد انحصار کارگزاری در محصولات مختلف، جلوگیری نماید. کارگزار عرضه‌کننده، اجازه خرید همان کالا را برای خود یا به وکالت ندارد.

ماده ۱۲- کلیه تولیدکنندگان محصولات فلزات رنگی (مس و آلومینیوم) مکلفند، اطلاعات ماهانه تولید، موجودی انبار، صادرات و برنامه تعمیرات واحدهای تولیدکننده را به معاونت امور معادن و صنایع معدنی وزارت صمت و سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، به صورت منظم اعلام نماید.

این دستورالعمل در ۱۲ ماده و ۲۳ تبصره تنظیم و برای کلیه وزارتخانه‌های مرتبط دستگاه‌های اجرایی و نظارتی، تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و مصرف‌کنندگان، از تاریخ ابلاغ، لازم‌الاجرا می‌باشد.