

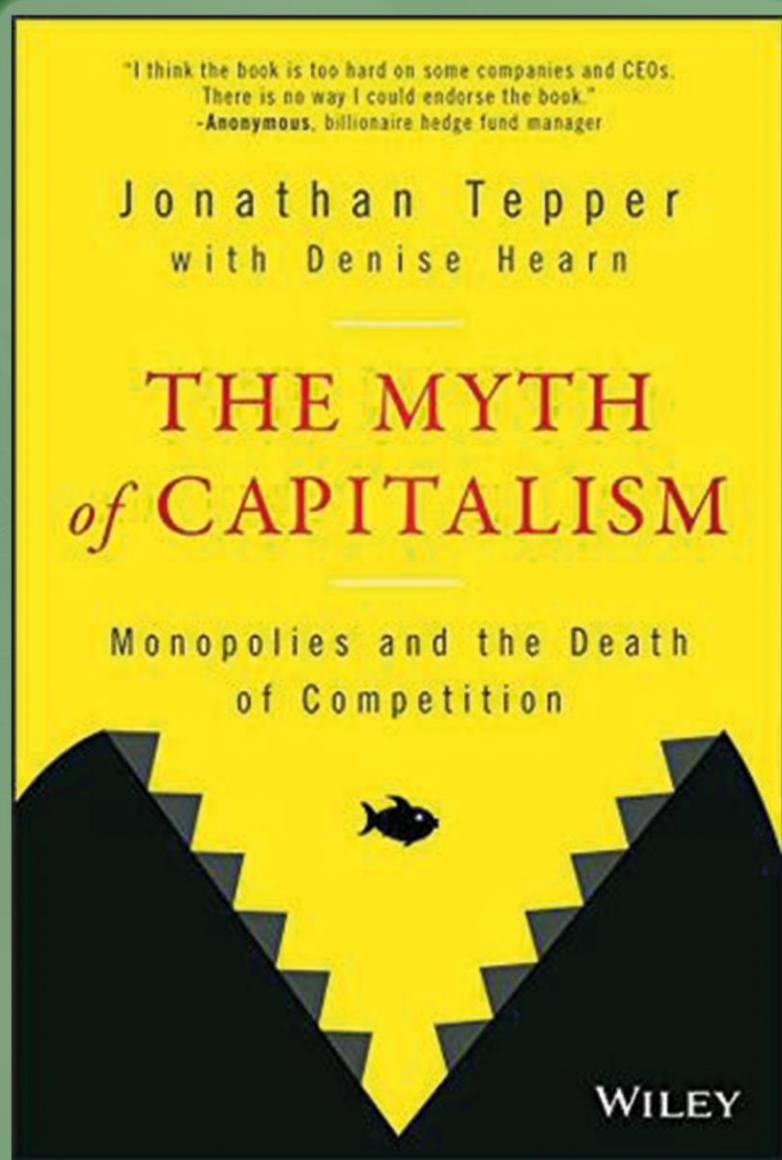


جمهوری اسلامی ایران  
شورای عالی فضای مجازی  
مرکز ملی فضای مجازی

فضای  
مجازی

## گزارش کتاب ۲

# اسطوره سرمایه‌داری: انحصارات و مرگ رقابت





## اسطوره سرمایه‌داری: انحصارات و مرگ رقابت

گزارش شماره (۲)

آبان ماه ۱۳۹۸

---

تهیه شده در: پژوهشگاه مرکز ملی فضای مجازی - گروه مطالعات فرهنگی و اجتماعی

تهیه کننده: امیر عزیزی (دانشجوی دکتری اقتصاد دانشگاه تهران)

ناظر علمی: امیررضا باقرپور شیرازی

---

نشانی: تهران، میدان آرژانتین، خیابان بیهقی، نش خیابان ۱۶ غربی، پلاک ۲۰، کدپستی ۱۵۱۵۶۷۴۳۱۱

<http://www.majazi.ir>

شماره تماس: ۸۶۱۲۱۰۶۱

حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به مرکز ملی فضای مجازی است و استفاده از مطالب آن صرفاً با ذکر مأخذ بلامانع است.

محتوای انتشار یافته در این گزارش الزاماً بیانگر دیدگاه مرکز ملی فضای مجازی نیست

## سخن نخت

فضای مجازی با شتاب شگرف و روبه‌ترایدی که در حال بطن و گسترش است تمام ساحات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی زندگی بشر را در نور دیده و حر روز، بخش بزرگی از زندگی واقعی را در خود فرو برده و حیات متفاوت و جدیدی به آن می‌دهد. لذا به نظرمی رسد دو نگاه کلان به فضای مجازی وجود دارد: نگاه اول که بالانص در ابتدای رشد و تکوین فضای مجازی مسلط شده بود، آن را همچون ابزارهای کنار سایر ابزارهای بشری تصویر می‌کرد که تنها طریقت داشت. اما نگاه دوم، در نتیجه رشد تحولات خیره‌کننده فضای مجازی و سایه گسری آن در حوزه ها و شئون بشر در یک دهه اخیر آن را چون سکویی می‌داند که بسیار فراتر از شان ابزارهای حیات انسان ها را سامان جدیدی داده و ادعای تمدن نوینی را دارد. رویکردی که از قضا از چشمان بصیر رهبر انقلاب نیز دور نمانده و انتظاری تمدنی از فضای مجازی در ایران را مطالبه داشته‌اند.

در همین راستا گزارش‌های عصر فضای مجازی تلاش می‌کند تا فهم سازمان‌ها و دستگاه‌های مرتبط با حوزه‌ی فضای مجازی را ارتقاء بخشد و آن‌ها را برای مواجهه فعال و خردمندانه با تحولات این عرصه مهیا سازد.

سید ابوالحسن فیروزآبادی

دبیر شورای عالی و رئیس مرکز ملی فضای مجازی

## چکیده

امروز، شهروندان آمریکایی در خصوص اغلب تصمیمات اقتصادی خود دچار نوعی توهم انتخاب هستند. این در حالی است که در عرصه‌هایی نظیر خدمات حمل و نقل هوایی و ریلی، خدمات بانکی، اینترنت، بیمه درمانی و مراقبت‌های درمانی، بیمه منازل، شبکه‌های اجتماعی، موتورهای جستجوی اینترنتی یا حتی کالاهای مصرفی نظیر غلات، گوشت و خمیر دندان، تنها چند شرکت محدود برای انتخاب پیش‌روی آن‌ها وجود دارد. کتاب اسطوره سرمایه‌داری توضیح می‌دهد که چگونه اقتصاد آمریکا از شرایط باز و رقابتی فاصله گرفته و در هر یک از صنایع آن چند شرکت معدود با قدرت بازاری چشمگیر ایجاد شده است. کتاب با جمع‌بندی و ارایه شواهد حاصل از مطالعات تجربی نشان می‌دهد نتیجه تمرکز قدرت بازاری در آمریکا که عمدتاً از طریق ادغام شرکت‌های موجود ایجاد شده‌اند، افزایش نابرابری درآمدی و ثروتی بوده است. چرا که اکنون، کارکنان به نسبت شرایط رقابتی دستمزدهای پایین‌تری را دریافت می‌کنند و برای کالاها و خدمات قیمت‌های بالاتری را می‌پردازند. همچنین، شرکت‌های انحصاری عرصه فعالیت برای شرکت‌های نوپا را تنگ کرده و از این طریق مانع ایجاد فرصت‌های شغلی جدید نیز شده‌اند. به این ترتیب، فشار بر کارکنان در آمریکا افزایش یافته است. افزون بر این، در مقایسه با شرایط رقابتی، نوآوری کاهش یافته و کارایی و بهره‌وری رشد نکرده است. در حال حاضر، سهم بسیار ناچیزی از سود شرکت‌ها صرف سرمایه‌گذاری و توسعه ظرفیت‌های تولیدی می‌شود. پیامد دیگر شکل‌گیری شرکت‌های انحصاری کاهش محلی‌گرایی و تنوع بوده است. مؤلفان راهکار حل چالش‌های فوق را اعمال قوانین و مقررات سفت و سخت و در عین حال، معقول در حوزه مقابله با انحصار می‌دانند تا از این طریق آمریکا به دوره‌ای بازگردانده شود که طی آن رقابت رشد اقتصاد سریع‌تر، اشتغال بیشتر، دستمزدهای بالاتر و زمین بازی منصفانه‌تری برای همه آحاد جامعه را ایجاد کرده بود.

## واژگان کلیدی

نظام سرمایه‌داری، رقابت، انحصار فروش، انحصار خرید، انحصار دوقطبی، انحصار چندقطبی

## فهرست مطالب

- ۱-مقدمه..... ۷
- ۲-موضوع مورد توافق بافت و میلیاردرهای سیلیکون ولی ..... ۱۲
- ۳-تقسیم قلمرو ..... ۱۵
- ۴-وجوه اشتراک شرکت‌های انحصاری و کینگ کنگ ..... ۱۷
  - ۴-۱-دستمزدهای پایین‌تر و نابرابری درآمدی بیشتر ..... ۱۸
  - ۴-۲-قیمت‌های بالاتر ..... ۱۹
  - ۴-۳-شرکت‌های نوپا و فرصت‌های شغلی کمتر ..... ۲۰
  - ۴-۴-بهره‌وری کمتر ..... ۲۱
  - ۴-۵-سرمایه‌گذاری کمتر ..... ۲۳
  - ۴-۶-کاهش محلی‌گرایی و تنوع ..... ۲۴
- ۵-تحت فشار قرار دادن کارگران ..... ۲۵
- ۶-سوء استفاده شرکت‌های حوزه فناوری ارتباطات و اطلاعات از قدرت بازاری ..... ۲۹
- ۷-عوارضی‌ها و بارون‌های سارق ..... ۳۱
  - ۷-۱-شرکت‌های با قدرت انحصاری (و شرکت‌های محلی دارای قدرت انحصاری) ..... ۳۱
  - ۷-۲-انحصار دوجانبه ..... ۳۷
  - ۷-۳-انحصار چندقطبی ..... ۴۰
- ۸-وجوه اشتراک تراست‌ها و نازی‌ها..... ۴۸

- ۹- مقررات و شیمی درمانی ..... ۵۰
- ۱۰- ایجاد انحصار در آمریکا به روش های جی پی مورگان ..... ۵۳
- ۱۱- تکه های گمشده معما ..... ۵۶
- ۱۲- آزادی اقتصادی و سیاسی ..... ۵۸
- ۱۳- منابع ..... ۵۹

## ۱- مقدمه

کتابی که در اینجا گزارشی از آن ارایه می‌شود با عنوان اصلی: *The Myth of Capitalism: Monopolies and the Death of Competition* نوشته‌ی جاناتان تپر<sup>۱</sup> و دنیس هارن<sup>۲</sup> است که در سال ۲۰۱۹ توسط انتشارات وایلی<sup>۳</sup> منتشر شده است. نویسندگان کتاب معتقدند که سرمایه‌داری بهترین نظام اقتصادی در طول تاریخ بشر بوده است. چرا که توانسته است میلیون‌ها نفر از انسان‌ها را از فقر خارج و برای آن‌ها ثروت فراوانی را خلق کند. با وجود این، آن‌ها تصور می‌کنند نظامی که به اسم سرمایه‌داری در حال حاضر در ایالات متحده آمریکا وجود دارد، فاصله بسیار زیادی با شرایط بازار رقابتی دارد. در واقع، امروزه، شرکت‌های دارای قدرت بازاری<sup>۴</sup> بر اقتصاد آمریکا مسلط شده‌اند. نویسندگان با ارایه شواهد مختلف نشان می‌دهند که در اغلب

---

<sup>1</sup> Jonathan Tepper

<sup>2</sup> Denise Hearn

<sup>3</sup> Wiley

<sup>4</sup> Market power

قدرت بازاری به توانایی بنگاه یا بنگاه‌های اقتصادی فعال در یک بازار خاص برای افزایش قیمت محصول خود به منظور افزایش سودش (شان) اشاره دارد.

بازارهای مهم در اقتصاد آمریکا شرایطی به شکل انحصار<sup>۱</sup>، انحصار دوقطبی<sup>۲</sup> یا انحصار چندقطبی<sup>۳</sup> وجود دارد.<sup>۴</sup> برای نمونه،

- چهار شرکت هواپیمایی بر صنعت حمل و نقل هوایی مسلط هستند. غالباً، این شرکت‌ها در قطب‌های منطقه‌ای خود دارای قدرت انحصاری به شکل انحصار کامل یا انحصار چندقطبی هستند.
- بیش از نیمی از دارایی‌های نظام بانکی آمریکا تحت کنترل پنج بانک است.
- بیش از ۷۵ درصد خانوارهای آمریکایی اینترنت پرسرعت خود را تنها از یک شرکت دریافت می‌کنند.
- ۸۰ تا ۹۰ درصد از سهم بازار بیمه سلامت در بسیاری از ایالت‌های آمریکا در اختیار دو شرکت بیمه قرار دارد.

### <sup>1</sup> Monopoly

وقتی یک شخص حقیقی یا حقوقی تنها عرضه‌کننده یک کالا یا خدمت باشد از عبارت monopoly استفاده می‌شود. هرگاه یک شخص حقیقی یا حقوقی تنها خریدار یک کالا یا خدمت باشد از عبارت monopsony استفاده می‌شود. در این نوشتار، به جای monopoly و monopsony به ترتیب، از انحصار و انحصار خرید استفاده شده است.

### <sup>2</sup> Duopoly

انحصار دوقطبی به شرایطی اطلاق می‌شود که در آن، تنها دو شرکت بازار را در اختیار دارند.

### <sup>3</sup> Oligopoly

انحصار چندقطبی به شرایطی اطلاق می‌شود که در آن، چند شرکت معدود (البته بیش از دو شرکت) بازار را در اختیار دارند.

<sup>۴</sup> در گزارش حاضر، واژه «انحصار» به حالت‌های مختلف انحصار کامل، دوقطبی و چندقطبی خرید و فروش اشاره دارد و صرفاً در جایی که تمایز آن‌ها از یکدیگر ضرورت دارد از واژگان دقیق معرف وضعیت مورد نظر استفاده خواهد شد.

### <sup>5</sup> Regional hub



- بسیاری از بیمارستان‌ها در محدوده فعالیت محلی خود دارای انحصار کامل هستند و انحصار شرکت‌های دارویی به‌طور مستمر در حال گسترش است.
  - دو شرکت ۹۰ درصد نوشیدنی‌های الکلی آمریکا را تحت کنترل دارند.
- شرایط انحصاری در حوزه فناوری به مراتب شدیدتر است. مثلاً، گوگل ۹۰ درصد بازار جستجوی اینترنت را در اختیار دارد. همچنین، تقریباً ۸۰ درصد بازار شبکه‌های اجتماعی در اختیار فیس‌بوک است. این دو شرکت در حوزه تبلیغات نیز نوعی انحصار دوقطبی دارند. در زمان تدوین قوانین ضد انحصار موجود، پلتفرم‌های دیجیتال وجود نداشتند. در نتیجه، قوانین موجود در آمریکا برای مقابله با پویایی‌های شدید مبتنی بر سازوکار «برنده تمام بازار را از آن خود می‌کند» ناکارآمد است. نکته مهم این که، روند تمرکز قدرت بازاری در اقتصاد آمریکا کماکان و حتی با شدت به مراتب بیشتر از گذشته ادامه دارد.
- شرکت‌های بزرگ به لطف قدرت بازاری خود قیمت محصولات خود را افزایش می‌دهند و در عین حال، دستمزد کارکنان را در نازل‌ترین سطوح نگه می‌دارند و به این ترتیب، با ثبت سودهای بی‌سابقه بزرگ‌تر می‌شوند و تریلیون‌ها دلار را عاید ثروتمندترین اقشار جامعه آمریکا می‌کنند. نتیجه این که نابرابری غیرمنصفانه درآمدی و ثروتی افزایش یافته است و این روند کماکان ادامه دارد. شرکت‌های مسلط بر بازار، عرصه فعالیت برای شرکت‌های نوپا را تنگ کرده و آن‌ها را از میدان به در می‌کنند و از این طریق مانع ایجاد فرصت‌های شغلی جدید نیز می‌شوند. به این ترتیب، فشار بر کارکنان در آمریکا افزایش یافته است. افزون بر این، در مقایسه با شرایط رقابتی، نوآوری کاهش یافته و کارایی و بهره‌وری رشد نکرده است. در حال حاضر، سهم بسیار ناچیزی از سود شرکت‌ها صرف سرمایه‌گذاری و توسعه ظرفیت‌های تولیدی می‌شود. پیامد دیگر شکل‌گیری شرکت‌های انحصاری کاهش محلی‌گرایی و تنوع بوده است.

---

<sup>1</sup> Platform

<sup>2</sup> Winner takes al

<sup>3</sup> Market concentration

<sup>4</sup> Startup

در این شرایط، وقتی سیاستمداران و فعالان راست‌گرا و چپ‌گرا در مورد نظام سرمایه‌داری صحبت می‌کنند، مباحثی را مطرح می‌کنند که تناسبی با واقعیت‌های امروز آمریکا ندارد. امروز، بازارهای آزاد رقابتی که سیاستمداران و فعالان راست‌گرا در مدح آن سخن می‌گویند وجود خارجی ندارد. در مقابل، سیاستمداران و فعالان چپ‌گرا به نسخه ناخوشایندی از نظام سرمایه‌داری که امروز وجود دارد، حمله می‌کنند و این طور وانمود می‌کنند که انگار شرایط فعلی در بازارها تحقق بی‌کم و کاست اصول نظام سرمایه‌داری بوده است. اما، چیزی که امروز وجود دارد نسخه اعوجاج یافته‌ای از نظام سرمایه‌داری است. رأی‌دهندگان تصور می‌کنند که مشکل از نهاد بازار است و سیاستمداران عوام‌فریب با موج‌سواری بر این تصور به پیروزی دست پیدا می‌کنند. این در حالی است که نظام واقعاً رقابتی از بروز نابرابری غیرمنصفانه جلوگیری می‌کند، مانع افزایش بی‌منطق قیمت‌ها می‌شود، سرعت رشد اقتصادی را افزایش می‌دهد و ایجاد شرکت‌های نوپا را تشویق می‌کند.

اکنون تمرکز قدرت بازاری در صنایع به مراتب بیشتر از چیزی است که ۳۰ و حتی ۴۰ سال قبل بوده است. دولت مرکزی نیز نه تنها برای جلوگیری از تمرکز قدرت بازاری کار چندانی انجام نداده، بلکه عملاً کارهایی انجام داده که باعث تشویق آن شده است. البته، شرکت‌های بزرگ لزوماً بد نیستند، اما اغلب شرکت‌های بزرگ فعلی از طریق ادغام‌هایی ایجاد شده‌اند که رقابت را نابوده کرده‌اند و در صورت تداوم، نظام سرمایه‌داری را ساقط می‌کنند. پارادوکس در این است که آنچه برای شرکت‌ها خوب، درست و منطقی است، غالباً برای کل اقتصاد خوب، درست و منطقی نیست. منطقی است که شرکت‌های بزرگ برای ارتقای کارایی، تملک رقبا، پرداخت دستمزدهای کمتر و افزایش درآمد خود تلاش کنند، اما وقتی تمام شرکت‌ها مجدانه و به طور همزمان این گونه رفتار کنند، شرایط برای همه بدتر می‌شود. به همین دلیل، رشد شرکت‌های انحصاری غالباً باعث رشد کل اقتصاد نمی‌شود.

یکی از مهم‌ترین معماهای چند سال اخیر این است که چرا رشد اقتصادی بسیار کم بوده است و چرا تعداد بسیاری از کارجویان از یافتن کار ناامید شده‌اند. چنان رشد اقتصادی ضعیفی، به رغم تریلیون‌ها دلار نقدینگی تزریق شده به اقتصاد و به رغم تریلیون‌ها دلار بدهی دولت بوده است. بعد از بحران مالی جهانی اخیر، ایالات متحده سطوح بالایی از بیکاری بلندمدت، افت

دستمزدها، تعداد ناچیزی از شرکت‌های نوپای جدید و نرخ رشد بهره‌وری پایین را تجربه کرده است. نویسندگان این وضعیت را نتیجه تلاش برای ارتقای قدرت بازاری از جانب شرکت‌ها می‌دانند.

از سوی دیگر، تضعیف رقابت در اقتصاد تأثیرات منفی بر سیاست داشته است. قدرت اقتصادی و سیاسی در دستان انحصارگران متمرکز شده است. هر چه شرکت‌ها قوی‌تر می‌شوند، توانایی آن‌ها برای تأثیرگذاری برای قانون‌گذاران و مقررات‌گذاران<sup>۱</sup> بیشتر می‌شود. نظام سرمایه‌داری نوعی نوعی بازی است که در چهارچوب آن رقبا بر اساس قواعدی که مورد قبول همگان است بازی می‌کنند. دولت داور این بازی است. همان طور که برای یک بازی خوب به داور و مجموعه‌ای از قواعد مورد توافق نیاز است، برای تشویق رقابت در اقتصاد نیز به داور و قواعد مورد توافق نیاز است. شرکت‌ها برای شکست دادن و از میدان به در کردن رقبایشان از هر روشی استفاده می‌کنند. امروزه، دولت به عنوان داور نه تنها نسبت به اعمال قواعدی که رقابت را افزایش می‌دهد، اقدام نمی‌کند، بلکه تسخیرشدگی نهادهای مقررات‌گذار توسط شرکت‌ها باعث ایجاد قواعدی شده است که رقابت را محدود می‌کنند.

نویسندگان معتقدند که رقابت مؤلفه‌ی اساسی نظام سرمایه‌داری است و سرمایه‌داری بدون رقابت، سرمایه‌داری نیست. از نظر آن‌ها اهمیت رقابت به خاطر آن است که از نابرابری غیرمنصفانه جلوگیری می‌کند. اگر رقابتی نباشد، مصرف‌کنندگان و کارکنان آزادی انتخاب کمتری دارند. رقابت علایم قیمتی شفاف را در بازارها ایجاد می‌کند و از این طریق، باعث ارتقای کارایی در اقتصاد می‌شود. همچنین، رقابت با تضعیف قدرت اقتصادی انتخاب‌ها، نوآوری و توسعه و رشد اقتصادی بیشتر و دموکراسی قوی‌تری ایجاد می‌کند.

کتاب اسطوره سرمایه‌داری با نگاهی تاریخی روندی که به تحقق وضعیت کنونی در اقتصاد آمریکا منتهی شد را تبیین می‌کند و در عین حال، تلاش می‌کند تا مسیر بازگشت به بازارهای

<sup>1</sup> Regulators

<sup>2</sup> Regulatory capture

بازی که خروجی آن به نفع بخش قابل ملاحظه‌ای از آمریکاییان بوده است، را توضیح دهد. نکته مهم این که مؤلفان معتقدند که برای اصلاح نظام سرمایه‌داری راهکار وجود دارد. نویسندگان مدعی هستند که تقویت رقابت می‌تواند به اصلاح نظام سرمایه‌داری کمک کند. به همین دلیل آن‌ها این کتاب را در طرفداری از رقابت نگاشته‌اند و تلاش می‌کنند تا با تبیین علت اصلی مشکلات در آمریکا، شکاف بین نگرش‌های چپ و راست سیاسی-اقتصادی، که به سرعت در این کشور در حال افزایش است، را از بین ببرد.

کتاب تصویر جالبی از واقعیت‌های حال حاضر اقتصاد آمریکا ارائه می‌کند. نویسندگان تلاش کرده‌اند برای پشتیبانی از اندیشه خود شواهد تجربی مبتنی بر مطالعات پژوهشی را نیز ارائه نمایند. نکته مهم این که، اغلب این شواهد در تعارض با دلالت‌های سیاستی نظریه‌های اقتصادی متعارف هستند.

## ۲- موضوع مورد توافق بافت و میلیاردرهای سیلیکون ولی

وارن بافت<sup>۱</sup> برای آمریکایی‌ها چهره‌ای شناخته شده است. برای دهه‌ها، وی در مقام مشاور به سرمایه‌گذاران خرید شرکت‌هایی را پیشنهاد کرده است که در بازارهای کمتر رقابتی فعالیت می‌کنند. او با همین راهبرد سرمایه‌گذاری به یکی از ثروتمندترین افراد در آمریکا و جهان تبدیل شده است. آمریکایی‌ها از بافت فرا گرفته‌اند که رقابت بد است و نیز آموخته‌اند که باید از خرید شرکت‌هایی که نیازمند سرمایه‌گذاری هستند، خودداری کنند. بافت عاشق شرکت‌های انحصارگر است و از رقابت تنفر دارد. او معتقد است که رقابت توانایی شرکت‌ها برای افزایش قیمت را محدود می‌کند. در مقابل، انحصار باعث می‌شود که شرکت‌ها قیمت‌گذار باشند. شرکت‌های قیمت‌گذار می‌توانند بالاترین قیمت‌هایی را که مصرف‌کنندگان تمایل به پرداخت آن دارند، اخذ کنند. معمولاً، شرکت‌های انحصاری قیمت‌ها را افزایش و عرضه کالاها و خدمات را کاهش می‌دهند.

<sup>1</sup> Warren Buffett

اگر وارن بافت نماد سرمایه‌داری آمریکایی باشد، پتر تیل<sup>۱</sup> پدرخوانده سیلیکون ولی محسوب می‌شود. هر دو آن‌ها اتفاق نظر دارند که رقابت مخصوص بازندگان است. تایل بنیان‌گذار پی‌پل<sup>۲</sup> است و تأمین منابع مالی مورد نیاز برای فهرستی افسانه‌ای از شرکت‌ها نظیر لینکداین<sup>۳</sup> و فیس‌بوک را در سابقه دارد. در حال حاضر، لینکداین و فیس‌بوک در شبکه‌های اجتماعی اصلی قدرت انحصاری دارند. از نظر تیل، بدون سودهای قابل ملاحظه نمی‌توان نسبت به تأمین مالی نوآوری اقدام کرد. بانک‌های سرمایه‌گذاری<sup>۴</sup> نظیر گلدمن ساکس<sup>۵</sup> نیز به مشتریان خود توصیه می‌کنند روی شرکت‌های دارای قدرت انحصاری سرمایه‌گذاری کنند.

رقابت و انگیزه کارآفرینی ویژگی متمایز سرمایه‌داری در ایالات متحده و بسیاری از اقتصادهای توسعه‌یافته نیست. در واقع، آمریکایی‌ها توهم انتخاب دارند. بسیاری از شرکت‌های بزرگ نهادهای مقررات‌گذاری را تحت کنترل خود گرفته‌اند و تا حد زیادی فلسفه وجود مقررات به جلوگیری از ورود تازه‌واردان تبدیل شده است. برای نمونه، کارکنان ارشد کامکست<sup>۶</sup> در مقطعی به صورت گروهی به کمیسیون ارتباطات فدرال<sup>۷</sup> رفتند و سپس، دولت را ترک کردند و به کامکست و سایر

<sup>۱</sup> Peter Thiel

<sup>۲</sup> PayPal

<sup>۳</sup> LinkedIn

<sup>۴</sup> Investment banks

بانک‌های سرمایه‌گذاری یا شرکت‌های تأمین سرمایه شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات مالی هستند که در انجام معاملات مالی نظیر انتشار اوراق بهادار یا تأمین مالی از طریق پذیره‌نویسی به افراد، شرکت‌ها و دولت‌ها کمک می‌کنند.

<sup>۵</sup> Goldman Sachs

<sup>۶</sup> Entrepreneurship

<sup>۷</sup> Comcast

<sup>۸</sup> Federal Communication Commission

کمیسیون ارتباطات فدرال سازمانی دولتی است که مسئول تنظیم مقررات ارتباطات رادیویی، تلویزیونی، ماهواره‌ای و کابلی و مانند آن در آمریکا است.

شرکت‌های تحت نظارت کمیسیون ارتباطات فدرال بازگشتند. کامکست در زمان خرید ان‌بی‌سی‌یونیورسال از خدمات لابی‌گری ۷۸ نفر از کارکنان سابق دولت استفاده کرد. در ایالات متحده، رقابت آرام آرام در حال از بین رفتن است. در اغلب صنایع، تعداد شرکت‌ها در حال کاهش و در مقابل قدرت بازاری شرکت‌های باقی مانده در حال افزایش است. در ۳۰ سال گذشته، افزایش شدید در تعداد ادغام‌ها و تملیک‌ها غیرمنتظره بوده است. همچنین، اندازه ادغام‌ها نیز شدیداً افزایش یافته است. افزون بر این، تعداد شرکت‌های سهامی عام نیز به شدت کاهش یافته است. بیش از نیمی از تمام شرکت‌های سهامی عام طی ۲۰ سال گذشته از بین رفته‌اند. دلیل کاهش عرضه اولیه شرکت‌ها کاهش رشد یا بحران مالی جهانی نیست. در کشورهایی که تمرکز قدرت بازار در صنایع در حال افزایش است، افت شرکت‌های سهامی عام در حال وقوع است. علاوه بر این، خبری از موج جدیدی از شرکت‌های نوپا که شرکت‌های بزرگ موجود را به چالش بکشند، نیز نیست.

با کاهش تعداد شرکت‌های ورودی به اغلب صنایع، جای تعجب ندارد که شرکت‌های موجود بزرگ‌تر و قدیمی‌تر می‌شوند. در حال حاضر، میانگین قدمت شرکت‌های سهامی عام در آمریکا ۱۸ سال است. در سال ۱۹۹۶، این رقم ۱۲ سال بود. بر حسب ارقام واقعی، طی دو دهه گذشته، میانگین شرکت‌ها در اقتصاد آمریکا سه برابر بزرگ‌تر شده‌اند. نه تنها تعداد شرکت‌ها کمتر و قدمت آن‌ها بیشتر شده است، بلکه آن‌ها تقریباً تمام سود را از آن خود می‌کنند. در سال ۱۹۹۵، ۱۰۰ شرکت برتر ۵۳ درصد تمام درآمد شرکت‌های سهامی عام را به خود اختصاص می‌دادند، اما در سال ۲۰۱۵، ۱۰۰ شرکت برتر ۸۴ درصد تمام درآمدها را از آن خود کردند.

یافته‌های تجربی نشان می‌دهد که به طور متوسط هرچه تمرکز قدرت بازاری در صنعتی بیشتر باشد، بازدهی شرکت‌های دارای قدرت بازاری در آن صنعت روی دارایی‌هایشان بیشتر می‌شود. نکته مهم این که این بازدهی‌های بالاتر به خاطر کارایی و مدیریت بهتر آن شرکت‌ها نبوده است. بلکه، دلیل آن توانایی شرکت‌های مذکور در قیمت‌گذاری‌های بالاتر بوده است.

مسئله چیزی فراتر از حریص بودن مدیران ارشد شرکت‌ها و بی‌اخلاق بودن سرمایه‌گذاران است. آموزش‌هایی که به نسل‌های جدید فارغ‌التحصیلان مدارس کسب‌وکار داده می‌شود نیز عاری از ارزش‌های اخلاقی است. در آموزش‌ها این نکته مورد تأکید قرار می‌گیرد که تنها وظیفه شرکت کسب سود و بازدهی روی سرمایه‌گذاری است. دانشجویان این مدارس آموزش می‌بینند که صنایع رقابتی را شناسایی و از ورود به آن‌ها اجتناب کنند. مهم‌تر این که، در دهه‌ی اخیر به دانشجویان مدیریت کسب‌وکار روش‌های تسلط یافتن بر بازارها آموزش داده می‌شود.

### ۳- تقسیم قلمرو

جیمز رندال! رقبای ما دوستان ما هستند. مشتریان ما دشمنان ما هستند.

جنگ بر سر قلمرو برای کسب‌وکار خوب نیست. گروه‌های مافیایی و کسب‌وکارها این را دریافته‌اند. بسیاری از شرکت‌ها، آمریکا را به همان سیاقی بین خود تقسیم کرده‌اند که گروه‌های مافیایی قلمرو خود را تعیین می‌کنند. تبانی بین شرکت‌های دارای قدرت بازاری بسیار رایج است. بین سال‌های ۱۹۹۶ تا ۲۰۱۰، وزارت دادگستری آمریکا ۱۲۸ شرکت را به تثبیت مجرمانه قیمت‌ها در قالب کارتل‌های جهانی محکوم کرد. اما، تعداد کارتل‌ها بسیار بیشتر از موارد فوق است. موارد مذکور تنها آن دسته از مواردی هستند که مقررات‌گذاران آن‌ها را شناسایی کرده‌اند. برآورد می‌شود که تنها ۲۰ درصد از موارد تبانی شناسایی می‌شود.

عجیب این که، برخی اقتصاددانان اعتقاد دارند شکل‌گیری کارتل‌ها و تبانی غیرممکن است. به‌ویژه، اساتید مدرسه اقتصاد شیکاگو<sup>۱</sup> که به داشتن تفکرات افراطی در حمایت از بازار آزاد معروف است، استدلال می‌کردند که شکل‌گیری کارتل‌ها و تبانی غیرممکن است، زیرا هماهنگ کردن رقبا دشوار است، رقبا برای تقلب کردن انگیزه دارند و شرکت‌های تازه‌وارد با کارتل رقابت می‌کنند. اما، تمام این استدلال‌ها صرفاً بر مبنای نظریه‌های اقتصادی انجام می‌شود و هیچ

<sup>1</sup> James Randall

<sup>2</sup> Chicago School of economics

شواهدی در تأیید آن ارایه نشده است. این در حالی است که برای دهه‌ها، پرونده‌های قضایی متعددی از تشکیل کارتل‌ها و انجام تبانی توسط آن‌ها وجود دارد.

کارتل‌ها تقریباً در تمام صنایع وجود دارند و بر تریلیون‌ها دلار تراکنش مالی تأثیر می‌گذارند. هر روز، بیش از ۵ تریلیون دلار انواع ارز در لندن داد و ستد می‌شود. تقریباً تمام معاملاتی که به تبدیل ارز وابسته است، به نرخ‌هایی که در بازار لندن کشف می‌شود، بستگی دارد. طی دهه‌ها، این نرخ‌ها بر اساس معاملات ارزی که ساعت ۴ بعد از ظهر به وقت لندن انجام می‌شد، تعیین می‌گردید. سپس، معاملات در آن زمان تبدیل به نرخ‌های مرجع آن روز می‌شد. با توجه به این که بازه تعیین قیمت بسیار کوتاه بود، خریداران و فروشندگان بزرگ توانایی دستکاری قیمت‌ها را پیدا می‌کردند.

برای تبانی کردن، شرکت‌ها مجبور به مذاکره با یکدیگر نیستند. غالباً، شرکت‌ها صرفاً با رصد کردن و واکنش نشان دادن به اقدامات رقبای خود، رفتارشان را هماهنگ می‌کنند. بر اساس نظریه بازیها، شرکت‌ها قادرند بر مبنای تصمیمات مستقل به نتایجی مشابه نتایج وضعیتی که گویی شرکت‌ها با هم همکاری می‌کنند، دست پیدا کنند. تبانی ضمنی می‌تواند به شرکت‌های دارای انحصار چندقطبی کمک کند تا به نتایج انحصاری، نظیر تولید کمتر، قیمت بالاتر و رفاه کمتر برای مصرف‌کنندگان دست یابند. اساساً، در ایالات متحده، دولت‌ها با اجازه دادن به شکل‌گیری تمرکز در صنایع، تضمین کرده‌اند که شرکت‌هایی با قدرت بازاری چندقطبی مانند شرکت‌های انحصاری عمل کنند و به این ترتیب، راه را برای تبانی ضمنی بین این شرکت‌ها باز کرده‌اند. شرکت‌ها می‌دانند که ممکن است رقابت در آینده به جنگ قیمتی بینجامد و در مقابل تبانی ضمنی می‌تواند سودهای بیشتری را به دنبال داشته باشد. دهه‌ها است که شرکت انهایزر-بوش رقبای خود را واداشته است تا در کاهش ندادن قیمت‌ها با آن همکاری کند. سایر شرکت‌ها می‌دانند که اگر از شرکت انهایزر - بوش تبعیت نکنند، این شرکت با آن‌ها جنگ قیمتی را آغاز

<sup>1</sup> Game theory

<sup>2</sup> Anheuser-Busch



می‌کند. در ایالات متحده انواع مختلفی از صنایع با انحصار چندقطبی مواجه هستند، که باعث می‌شود انجام تبانی ضمنی آسان باشد. هرچه تعداد شرکت‌های دارای قدرت بازاری در یک صنعت بیشتر باشد، تبانی بین آن‌ها راحت‌تر می‌شود.

رهبری قیمت یکی از روش‌های رایج در قیمت‌گذاری در صنایع چندقطبی است که با تبانی ضمنی نیز سازگار است. در این چهارچوب، بزرگ‌ترین شرکت به مثابه رهبر قیمت عمل و سایر شرکت‌ها از آن تبعیت می‌کند. برای نمونه، دهه‌ها است که شرکت‌های فعال در بازار خودرو آمریکا از روش رهبری قیمت استفاده می‌کنند. روش دیگری که شرکت‌ها مورد استفاده قرار می‌دهند علامت‌دهی قیمت است. در این روش مدیران ارشد شرکت قیمت‌های مطلوب خود را به بازار منعکس و سپس، واکنش ذی‌نفعان از جمله رقبا، سرمایه‌گذاران، مصرف‌کنندگان و مقررات‌گذاران نسبت به آن را بررسی می‌کنند. معمولاً، با استفاده از این روش شرکت‌های رقیب به نوعی هماهنگی دست پیدا می‌کنند.

روش‌های دیگری برای تبانی ضمنی نیز وجود دارد. برای نمونه، شرکت‌های بیمه‌ای در آمریکا قلمرو فعالیت‌های خود را بر اساس ایالات‌ها تعیین می‌کنند. در فعالیت‌های کشاورزی، قلمرو فعالیت بر اساس محصول تعیین می‌شود.

## ۴- وجوه اشتراک شرکت‌های انحصاری و کینگ‌کنگ

اقتصاد آمریکا از علایم بیماری ناشناسی رنج می‌برد و اقتصاددانان و سیاست‌گذاران نمی‌توانند درک کنند که مسأله چیست. فدرال رزرو تریلیون‌ها دلار به اقتصاد این کشور تزریق کرده، اما بیش از ۲ تریلیون دلار بدون استفاده به صورت ذخایر مازاد در حساب‌های بانک‌ها نزد آن باقی مانده است. از زمان بحران مالی جهانی بدهی دولت آمریکا بیش از ۱۰ تریلیون دلار افزایش یافته

<sup>1</sup> Price signaling

<sup>2</sup> Federal Reserve

است، اما رشد تولید ناخالص داخلی این کشور در بهترین حالت ضعیف بوده است. شرکت‌های بزرگ حدود ۲ تریلیون دلار را، غالباً در خارج از ایالات متحده آمریکا ذخیره کرده‌اند، اما سطح سرمایه‌گذاری شرکتی در مقایسه با استانداردهای تاریخی تأسفبار است. شرکت‌های ترجیح می‌دهند به جای افزایش دستمزدها یا سرمایه‌گذاری، سهام خود را مجدداً خریداری کنند. مشکل این است که در اقتصاد آمریکا، شرکت‌های دارای قدرت انحصاری مانند انگل‌ها منابع ارزشمند کشور را غارت می‌کنند. انگل‌ها به ندرت میزبان خود را می‌کشند. این به آن دلیل است که انگل‌ها برای بقا، رشد و تکثیر به میزبان زنده نیاز دارند. به طرز مشابه، شرکت‌های دارای قدرت بازاری اقتصاد آمریکا را نمی‌کشند، اما می‌توانند آن را فلج کنند. پیامدهای تمرکز قدرت بازاری، قیمت‌های بالاتر، شرکت‌های نوپای کمتر، بهره‌وری کمتر، دستمزدهای کمتر، نابرابری درآمدی بیشتر، سرمایه‌گذاری کمتر و تضعیف شهرهای کوچک آمریکا بوده است. در ادامه این بخش، پیامدهای تمرکز قدرت بازاری با جزییات بیشتر مورد بررسی قرار می‌گیرد.

#### ۱-۴- دستمزدهای پایین‌تر و نابرابری درآمدی بیشتر

در نتیجه افزایش تمرکز قدرت بازاری، کارکنان به طور نظام‌مند قدرت خود را از دست می‌دهند و شرکت‌های بزرگ بر صنایع مسلط می‌شوند. نتیجه این روند افزایش نابرابری درآمدی بوده است. انحصارهای خرید، به‌ویژه در سطح محلی، بر دستمزد کارکنان و درآمدهای حاصل از دستمزد مصرف‌کنندگان تأثیر منفی گذاشته است. در انحصار فروش، یک شرکت تنها فروشنده است و می‌تواند تا جایی که به سود او هست قیمت را افزایش دهد. در انحصار خرید، شرکت خریدار می‌تواند قیمت‌ها و دستمزدهایی را که دوست دارد، پرداخت کند. وقتی تعداد کارفرمایان کاهش پیدا کند، قدرت چانه‌زنی کارکنان نیز کاهش می‌یابد. شرکت‌های بزرگ می‌توانند دستمزدهای کارکنان را در پایین‌ترین سطوح قرار دهند. یافته‌های تجربی نشان می‌دهد دستمزد کارکنان در بازارهای کار شدیداً متمرکز که خریدار نیروی کار قدرت بازاری دارد ۱۵ تا ۲۵ درصد پایین‌تر از دستمزد کارکنان در بازارهای کار رقابتی است.

تأثیر قدرت بازاری در بازار کار شکاف فزاینده بین مناطق جغرافیایی را نیز تبیین می‌کند. در حالی که بازار کالاها ملی است، بازار کار محلی و منطقه‌ای است. بسیاری از مردم نسبت به بستگان و محل زندگی علقه دارند و به راحتی محل زندگی خود را ترک نمی‌کنند. همین مسأله باعث می‌شود که انتخاب‌های آن‌ها برای فرصت‌های شغلی محدودتر باشند.

شرکت‌ها می‌توانند به شیوه‌های مختلفی بر کارکنان فشار وارد کنند و دستمزد آن‌ها را پایین نگهدارند. تباری با سایر شرکت‌ها در پرداخت‌های دستمزدهای پایین به کارکنان، گنجاندن شروط منع اشتغال در شرکت‌های رقیب<sup>۱</sup> طی بازه زمانی معینی بعد از خروج از شرکت فعلی و منع کارکنان از انجام پیگیری‌های حقوقی در خصوص قراردادهای کار نمونه‌ای از این روش‌ها هستند. البته برخی از شرکت‌های انحصاری به برخی از کارکنان خود دستمزدهای خیلی خوبی را پرداخت می‌کنند. معمولاً، شرکت‌های بزرگ‌تر دستمزدهای بیشتری را پرداخت می‌کنند. این مسأله باعث شده است که بین تعداد اندکی از افراد که در رأس شرکت‌های بزرگ قرار دارند و دستمزدهای بسیاری بالایی را دریافت می‌کنند و اکثریت آمریکاییان که دستمزد آن‌ها ثابت است، شکافی ایجاد شود.

## ۲-۴- قیمت‌های بالاتر

تصور می‌شود شرکت‌های ادغامی کارا تر هستند و می‌توانند از طریق صرفه‌های نسبت به مقیاس قیمت‌های کمتری را برای مصرف‌کنندگان به ارمغان بیاورند. همچنین، انتظار بر این است که فعالیت‌های مضاعف مرتبط با حوزه حسابداری، حقوقی و منابع انسانی در شرکت‌های ادغامی کاهش و این صرفه‌جویی‌ها به خریداران محصولات شرکت انتقال یابد. بر این اساس، استدلال می‌شود که وقتی دو یا سه شرکت کاملاً بر یک صنعت مسلط شوند، از طریق افزایش کارایی و بهره‌وری و کاهش هزینه‌های تولید، رفاه مصرف‌کننده افزایش می‌یابد. غالباً، مقررات‌گذاران و قانون‌گذاران بر مبنای همین دلایل اجازه ادغام‌ها و تملیک‌ها را داده‌اند.

<sup>1</sup> Noncompete clauses

انتقال صرفه‌جویی‌ها در هزینه‌ها به مصرف‌کنندگان داستان شگفت‌انگیزی است که مبتنی بر واقعیت‌ها نیست. انبوهی از مطالعات اقتصادی نشان داده‌اند که شرکت‌ها بعد از ادغام کارا تر نمی‌شوند. دلیل این که شرکت‌های مذکور درآمد بیشتری کسب می‌کنند، این است که آن‌ها به لطف قدرت بازاری کسب شده قیمت‌ها را افزایش می‌دهند. ادغام‌ها از طریق افزایش قدرت بازاری باعث افزایش قیمت‌ها می‌شوند و چندان باعث افزایش بهره‌وری و کارایی و همچنین، کاهش هزینه‌ها نمی‌شوند. همچنین، شرکت‌های دارای قدرت بازاری در مقایسه با شرایط رقابتی مقدار کمتری را تولید و به بازار عرضه می‌کنند.

البته، تمام شرکت‌های ادغامی قیمت‌ها را افزایش نمی‌دهند. بسیاری از شرکت‌ها کارکنان، تأمین‌کنندگان و شرکای تجاری خود را تحت فشار قرار می‌دهند و قیمت خرید کالاها و خدمات مورد استفاده خویش را کاهش می‌دهند. این یکی از مهم‌ترین دلایلی است که باعث شده افزایش قدرت انحصاری در بازارهای مختلف به افزایش سطح عمومی قیمت‌ها و در نتیجه، تورم در آمریکا منتهی نشود. اما، پیامد کاهش دستمزد کارکنان، کاهش سودآوری تأمین‌کنندگان و افزایش موارد ورشکستگی تأمین‌کنندگان بوده است.

### ۳-۴- شرکت‌های نوپا و فرصت‌های شغلی کمتر

از سال‌های دهه‌ی ۱۹۷۰، نرخ تأسیس شرکت‌های جدید در آمریکا به شکل قابل ملاحظه‌ای کاهش یافته است. این افت تقریباً تمام بخش‌های اقتصاد آمریکا، حتی فناوری‌های پیشرفته، را متأثر کرده است. در یک اقتصاد سالم و در حال رشد، هر روز شرکت‌های جدیدی فعالیت خود را آغاز می‌کنند و شرکت‌های قدیمی‌تر ورشکست می‌شوند و به فعالیت خود خاتمه می‌بخشند. همان طور که هر روز کودکان متولد می‌شوند و پدربزرگان و مادربزرگان می‌میرند، این فرآیند بخش طبیعی از زندگی اقتصادی است. طی زمان همان طور که اقتصاد بزرگ می‌شود، تعداد شرکت‌ها نیز باید افزایش یابد و فرصت‌های شغلی جدید بیشتری خلق شود. اما طی ۳۰ سال گذشته، در آمریکا، این فرآیند به طور مستمر در حال کند شدن بوده و در چند سال گذشته بدتر شده است.

افول در فعالیت‌های کارآفرینانه به خاطر بحرانی مالی اخیر یا ادوار تجاری نیست. این معضل، مسأله‌ای ساختاری است. چنین افتری محدود به یک بخش نیست و در تمام بخش‌های اقتصادی آمریکا، حتی بخش‌های مرتبط با فناوری، رایج است. طی ۱۵ سال گذشته، نه تنها تعداد شرکت‌های نوپا در حوزه فناوری کاهش یافته است، بلکه رشد این شرکت‌ها نیز در مقایسه با گذشته کندتر بوده است. همچنین، تقریباً تمام ایالت‌های آمریکا درگیر این مسأله بوده‌اند. افزایش قدرت بازاری در صنایع مختلف باعث شده است که شرکت‌های نوپای کمتری وارد بازار شوند و در صورت ورود به بازار نیز با سرعت به مراتب کمتری رشد کنند. در نتیجه، شرکت‌ها بزرگ‌تر و قدیمی‌تر می‌شوند. در بیست سال گذشته، اندازه شرکت‌ها به طور متوسط ۳ برابر بزرگ‌تر شده است. همچنین، سهم افراد استخدام شده توسط شرکت‌های دارای ۱۰ هزار نفر کارکن و بیشتر به طور مستمر افزایش یافته است. شواهد فوق در کنار سایر شواهد تجربی نشان می‌دهد که اغلب شغل‌ها توسط شرکت‌های بزرگ و جا افتاده در بازار و نه فعالیت‌های کارآفرینانه ایجاد شده است.

#### ۴-۴- بهره‌وری کمتر

برخی از صنایع نمی‌توانند کوچک باشند، زیرا فناوری اندازه شرکت‌های تولیدی را تعیین می‌کند. مقیاس صنعت هواپیماسازی چنان است که فقط بوئینگ<sup>۱</sup> و ایرباس<sup>۲</sup> می‌توانند در سطح جهانی با هم رقابت کنند. هر یک از این شرکت‌ها به نوبه خود انبوهی از شرکت‌های قطعه‌سازی را به کار می‌گمارند. برای برخی دیگر از صنایع، در حال حاضر مقیاس تحقیق و توسعه چنان بزرگ است که هیچ شرکت نوپایی نمی‌تواند هرگز رقابت کند. برای مثال، با توجه به پیچیدگی ریزتراشه‌ها تعداد بسیاری کمی از شرکت‌ها دارای توانایی تأمین مخارج تحقیق و توسعه در این حوزه هستند. در نهایت، برای برخی از صنایع تأثیرات شبکه‌ای<sup>۳</sup> باعث می‌شود که برنده تمام بازار

<sup>1</sup> Boeing

<sup>2</sup> Airbus

<sup>3</sup> Network effects

را از آن خود کند. در شبکه‌های اجتماعی، معمولاً کاربران تمایل به استفاده از شبکه‌هایی را دارند که دارای بیشترین تعداد کاربر است. اما، تمام صنایع در گروه‌های فوق قرار نمی‌گیرند. از منظر بهره‌وری، شرکت‌های کوچک اغلب عملکرد خوبی دارند. برخی مواقع، اصلاً مقیاس کمکی به تولید نمی‌کند. برای برخی از صنایع، تخصیص نفقات بیشتر به یک مسأله لزوماً به راهکار منتهی نمی‌شود. مثلاً، نه ماه طول می‌کشد تا یک بچه متولد شود و نمی‌توان با استفاده از نه زن مدت زمان لازم برای تولد بچه را به یک ماه کاهش داد.

اندازه یک چیز ساختار آن را تعیین می‌کند. قانون مربع - مکعب<sup>۱</sup> در زیست‌شناسی به همین اصل اشاره دارد. وقتی اندازه شکلی رشد می‌کند، حجم آن سریع‌تر از سطحش رشد می‌کند. وقتی اندازه حیوانی افزایش می‌یابد، باید ساختار آن با نسبت بیشتر تقویت شود. همین قاعده توضیح می‌دهد که چرا ساختن آسمان‌خراش‌های بلندتر دشوارتر است. وقتی مقیاس کاهش می‌یابد، قانون مربع - مکعب باعث نتایج عجیبی می‌شود. مثلاً، مورچه‌ها می‌توانند بارهایی چند برابر اندازه خود را حمل کنند.

اگرچه قانون مربع - مکعب به شکل صوری در اقتصاد وجود ندارد، ولی تفکر کلی در آنجا هم برقرار است. شرکت‌های کوچک با رشد سریع بهره‌وری بالایی دارند و تحرک شرکت‌های بزرگ کمتر از شرکت‌های نوپا است. شرکت‌های کوچک مانده مورچه‌ها می‌توانند چند برابر بیشتر از اندازه خود را حمل کنند. این شرکت‌ها مسئول نوآوری، ایجاد بازارهای جدید و رشد اقتصادی هستند. شرکت‌های نوپا با رشد سریع که مشغول نوآوری و آزمودن محصولات و خدمات جدید هستند و تلاش می‌کنند که مدل‌های کسب‌وکار جدیدی را کشف کنند، قابلیت بالایی در ایجاد فرصت‌های شغلی جدید دارند.

کوچک بودن مزایای دیگری نیز دارد. حفظ انسجام ایجاب می‌کند که با افزایش تعداد کارکنان، دیوان‌سالاری نیز گسترش پیدا کند. در نتیجه، برای مدیریت تعداد فزاینده کارکنان، به کارکنان بیشتری نیز نیاز است. وقتی شرکت‌ها بزرگ می‌شوند مخارج اداری آن‌ها غالباً بیشتر از مخارج

<sup>1</sup> Square – cube law

صرف شده روی توسعه نوآوری می‌شود. از سوی دیگر، شرکت‌هایی که در صنایع متمرکزتر فعالیت می‌کنند به نسبت مخارج کمتری را صرف تحقیق و توسعه می‌کنند. شواهد تجربی نشان می‌دهد که رابطه بین نوآوری و قدرت بازار معکوس است. به این ترتیب، انحصار نوآوری را به تأخیر می‌اندازد.

علاوه بر کاهش تعداد شرکت‌های نوپا، شرکت‌های بزرگ نیز شرکت‌های بزرگ را می‌بلعند. امروز بسیاری از شرکت‌های نوپا در حوزه فناوری هرگز فرصت رقابت با شرکت‌های مستقر را پیدا نمی‌کنند، زیرا به محض این که مزایای فناوری خود را اثبات برسانند، توسط شرکت‌های بزرگ تملیک می‌شوند. در یک دهه گذشته، گوگل، آمازون، اپل، فیس‌بک و مایکروسافت بیش از ۵۰۰ شرکت را خریداری کرده‌اند.

غالباً شرکت‌های بزرگ از طُرُق دیگری نیز مانع ارتقای بهره‌وری می‌شوند. مثلاً، اغلب شرکت‌های بزرگ عملکرد بسیار بدی در تجاری‌سازی ایده‌های جدید داشته‌اند. نتیجه این که به رغم سرمایه‌گذاری‌هایی که آن‌ها صرف تحقیق و توسعه می‌کنند، نمی‌توانند از این سرمایه‌گذاری‌ها سود کسب کنند.

## ۵-۴- سرمایه‌گذاری کمتر

به طور کلی، سرمایه‌گذاری در شرایط رقابتی بیشتر از سرمایه‌گذاری در شرایط انحصاری است. زیرا، شرکت‌های انحصاری برای نگهداشتن قیمت‌ها در سطوح بالا سرمایه‌گذاری را کاهش می‌دهند. به این ترتیب، انحصار می‌تواند یک عامل مؤثر در ایجاد رکود اقتصادی باشد. امروزه، در آمریکا، برای شرکت‌ها محدود کردن تولید و کاهش عرضه سودآورتر از سرمایه‌گذاری در توسعه ظرفیت‌های تولیدی است. از سوی دیگر، شرکت‌های انحصاری سودهای بالای مکتسبه را صرف بازخرید سهام شرکت و پرداخت سود به سهامداران می‌کنند. به این ترتیب، پول نصیب سهامداران ثروتمندی می‌شود. به طور کلی، سطح مخارج نسبت درآمد ثروتمندان بسیار کمتر از افراد فقیر است. این عامل توضیح می‌دهد که چرا سرمایه‌گذاری کم و مصرف کم به هم مرتبط هستند.

## ۶-۴- کاهش محلی‌گرایی و تنوع

قبل از آن که ایالات متحده تحت تسلط شرکت‌های انحصاری غیربومی قرار بگیرند، در اغلب شهرها و شهرک‌ها شرکت‌هایی با ریشه‌های قوی محلی وجود داشت. مالکان و مدیران ارشد این شرکت‌ها نیز در جامعه محلی زندگی می‌کردند. درآمد این شرکت‌ها نیز در همان جامعه باقی می‌ماند و ثروت را گسترش می‌داد. مالکان آن شرکت‌ها، به خاطر این که در همان جوامع زندگی می‌کردند به تأمین منابع مالی لازم برای ایجاد کتابخانه‌ها، مدارس و بیمارستان‌ها کمک می‌کردند. امروزه، شرکت‌های انحصارگر بخش قابل ملاحظه‌ای از صنایع را کنترل می‌کنند و مالکان و مدیران آن‌ها به ندرت نزدیک آن شرکت‌ها زندگی می‌کنند. غالباً، اقتصاددانان از تخصص تمجید می‌کنند. پیشرفت حاصل تخصص است. اما، ممکن است تخصص جوامع را در برابر تغییرات چشمگیر آسیب‌پذیر کند. از منظر زیست‌شناسی، تنوع ژنتیک برای سازگاری با محیط‌های جدید ضروری است. تنوع بیشتر باعث می‌شود افراد بیشتری در جامعه ویژگی‌های مطلوبی که برای مقاومت در برابر شرایط سخت ضروری است، را کسب کنند. اگرچه، ممکن است کاشت محصولی که از نظر ژنتیکی یکدست است، در کوتاه‌مدت ثمره بیشتری را به بار آورد، اما تنوع ژنتیکی پایین ریسک از دست رفتن همه چیز در مقابل اتفاقاتی نظیر هجوم آفت‌ها و تغییر سطح بارندگی را بیشتر می‌کند.

امروزه، تعداد کم و کمتری از شرکت‌ها در حال تسلط یافتن بر اقتصاد آمریکا هستند. این روند محلی‌گرایی<sup>۱</sup> و تنوع را تضعیف می‌کند. تأمین ثبات ایجاد می‌کند که شهرها به منبع درآمد یا شرکت واحدی وابسته نباشند. علاوه بر این، شرکت‌هایی که تحت مالکیت محلی باشند فواید بیشتری برای جوامع محلی دارند. چنین شرکت‌هایی کارکنان محلی را بیشتر استخدام می‌کنند، از تأمین‌کنندگان محلی بیشتر خرید می‌کنند و درآمدی که آن‌ها کسب می‌کنند در جامعه محلی

<sup>1</sup> Localism



به گردش در می‌آید. امروزه، تعداد کم و کمتری از شرکت‌ها بر اقتصاد آمریکا حاکم هستند. پیامد این وضعیت محلی‌گرایی و تنوع کمتر بوده است.

## ۵- تحت فشار قرار دادن کارگران

در حال حاضر، در ایالات متحده، کارکنان با فشارهای مختلفی روبرو هستند. به خاطر افزایش تمرکز صنعتی، اکنون تعداد اندکی بنگاه در بسیاری از صنایع دارای قدرت انحصار خرید هستند. این بدان معنی است که خریداران محدودی برای نیروی کار وجود دارد. در این شرایط، کارکنان در انتخاب جایی که در آن باید کار کنند انتخاب کمی دارند و قدرت چانه‌زنی اندکی در خصوص دستمزدها با کارفرمایان دارند.

بین شرکت‌های بزرگ حوزه فناوری، نظیر اپل، فیس‌بوک، گوگل و ادوبی<sup>۱</sup>، نوعی توافق ضمنی وجود دارد مبنی بر این که کارکنان یکدیگر را استخدام نکنند. این توافق پیدا کردن شغل برای کارکنان را دشوار و دستمزدهای آن‌ها را محدود می‌کند. حتی کار به جایی رسید که برخی از این شرکت‌ها در این خصوص نوعی لیست سیاه را ایجاد کردند. چنین چیزی تباری آشکار بود و شرکت‌های مرتبط با این مسأله مجبور به پرداخت ۳۲۴,۵ میلیون دلار جریمه شدند.

محدودیت‌هایی به شکل موارد فوق به شرکت‌های حوزه فناوری محدود نمی‌شود و در کل اقتصاد آمریکا وجود دارد. امروزه، در قراردادهای کار حدود ۱۸ درصد از کل نیروی کار در آمریکا شروط مربوط به منع اشتغال در شرکت‌های رقیب وجود دارد. حدود ۴۰ درصد از کارکنان در مشاغل گذشته خود حداقل یک بار چنین قراردادهایی را امضا کرده‌اند. تنها چهار ایالات در آمریکا به طور کلی درج شروط مربوط به منع اشتغال در شرکت‌های رقیب را ممنوع کرده‌اند.

غالباً استدلال می‌شود که درج شروط منع اشتغال کارکنان در شرکت‌های رقیب برای کمک به حفظ اسرار شرکت است و این کار کمک می‌کند که شرکت در توسعه نوآوری سرمایه‌گذاری

<sup>1</sup> Adobe

کند. اگرچه ممکن است این مسأله برای شرکت‌هایی که اغلب درآمدشان را از دارایی‌های فکری کسب می‌کنند، موضوعیت داشته باشد، اما در مورد ضرورت گسترش آن به سایر صنایع تردید جدی وجود دارد.

هرچه کارکنان امکان انتخاب‌های کمتری داشته باشند، آزادی آن‌ها برای پیدا کردن شرکتی که ممکن است دستمزد بیشتری به آن‌ها پرداخت کند، کمتر می‌شود. تنها کارکرد شروط محدودکننده تحمیلی به کارکنان در قراردادهای کار محدود کردن جابجایی کارکنان و تضعیف توانایی آن‌ها برای چانه‌زنی در خصوص افزایش دستمزد است. این فئودالیسم مدرن است و کارکنان تبدیل به رعایای اربابان شرکتی شده‌اند.

انحصار خرید نه تنها در کل ایالات متحده شایع است، بلکه شیوع آن در غیرکلان‌شهرها شدیدتر است. این مسأله باعث شکاف هشداردهنده بین درآمدهای کارکنان در مناطق مختلف شده است. مثلاً، در سال ۱۹۸۰، درآمد سرانه در پایتخت آمریکا ۲۹ درصد بالاتر از میانگین آن در ایالات متحده بود. در سال ۲۰۱۳، این رقم به ۶۸ درصد رسید. در مورد نیویورک این رشد به مراتب بیشتر بوده است. در سال ۱۹۸۰، درآمد در نیویورک ۸۰ درصد بالاتر از میانگین ملی آن بود. در سال ۲۰۱۳، این رقم به ۱۷۲ درصد رسید. نتیجه این که، روند تمرکز قدرت و ثروت در مراکز شهری آمریکا شدت گرفته است.

کاهش قیمت خرید کالاها و خدمات از جانب شرکت‌های دارای قدرت انحصاری در خرید باعث شد که تأمین‌کنندگان فشار وارده به خود را به کارکنان انتقال دهند و دستمزدهای آن‌ها را کاهش دهند یا ثابت نگهدارند.

ضعف کارکنان در مقابل کارفرمایان بزرگ و دارای قدرت انحصاری در تغییر سبک گسترده به سمت کارهای موقت مشهود می‌شود. مشاغل تمام وقت و قابل اعتماد با مزایای بیمه بیکاری و بازنشستگی در حال محو شدن هستند. اگرچه این امر را می‌توان به عوامل دیگری نظیر جهانی شدن، انتقال واحدهای عملیاتی شرکت‌ها به خارج از مرزهای کشور مبدأ و ظهور اقتصاد

---

<sup>1</sup> Offshoring

مبتنی بر کار موقت<sup>۱</sup> نیز نسبت داد، اما افزایش قدرت انحصاری کارفرمایان نیز عامل بسیاری مهمی است.

در حال حاضر مشاغل بیشتری در آمریکا ایجاد می‌شود، اما اغلب این مشاغل موقت بوده‌اند. از سال ۲۰۰۵ به بعد، نسبت کارکنان موقت (مشمول بر پیمانکاران مستقل<sup>۲</sup>، آزادکاران<sup>۳</sup> و کارکنان شرکت پیمانکاری) به کل کارکنان از ۱۰,۷ درصد به ۱۵,۸ درصد افزایش یافته است. در بسیاری از صنایع، تلاش برای به کار گرفتن کارکنان ارزان و بدون قراردادهای دست و پا گیر تبدیل به روند شده است. تعداد رو به افزایشی از کارکنان در شرکت‌های بزرگ فناوری نیز کارکنان قراردادی هستند.

نتیجه گسترش مشاغل قراردادی فقدان ثبات و مزایا برای کارکنان بوده است. درآمدهای بخش قابل ملاحظه‌ای از کارکنان متغیر است و آن‌ها نمی‌دانند که هفته یا ماه آینده درآمدی دارند یا خیر. یک اتفاق غیرمنتظره، ولو کوچک، می‌تواند باعث شود که چنین افرادی با مشکلات مالی جدی روبرو شوند.

دستمزدهای پایین و بی‌ثبات مشکل تمام جامعه است. اگر کارکنان رستوران استطاعت غذا خوردن در آن رستوران را نداشته باشند، اگر کارکنان یک لباس‌فروشی توانایی خرید لباس از آن فروشگاه را نداشته باشند، یا اگر کارکنان حتی نتوانند در جایی که مشاغل جدید ایجاد می‌شود زندگی کنند، در آن صورت در اقتصاد مشکل جدی وجود دارد.

صرف نظر از پایین بودن دستمزدها، با فریبکاری به حقوق آن‌ها نیز اجحاف می‌شود. دزدی دستمزد، مثلاً به شکل پرداخت دستمزدهای پایین‌تر از حداقل دستمزد مصرح در قوانین کار، رفته رفته در حال تبدیل شدن به مسأله‌ای رایج در آمریکا است. عدم پرداخت یا پرداخت کمتر از حداقل دستمزد در ازای اضافه کار کارکنان نیز پدیده‌ای شایع است.

<sup>1</sup> Gig economy

<sup>2</sup> Independent contractors

<sup>3</sup> Freelancer

اتحادیه‌های کارگری که برای توزان بخشیدن به روابط بین کارکنان و کارفرمایان ضروری به نظر می‌رسیدند، به تدریج در آمریکا تضعیف شدند. در سال ۱۹۸۳، از هر پنج آمریکایی یک نفر عضو یک اتحادیه بود. امروزه، تنها ۶,۴ درصد از کارکنان بخش خصوصی و کمتر از ۱۱ درصد از کل کارکنان در آمریکا عضو یک اتحادیه هستند. این روند افول قابل ملاحظه توانایی کارکنان در سازمان‌دهی خود را نشان می‌دهد. شواهد تجربی نشان می‌دهد که بین عضویت در اتحادیه کارگری و نابرابری درآمدی رابطه عکس وجود دارد.

یکی از پیامدهای تضعیف قدرت کارکنان در نتیجه افول اتحادیه کارگری، ناتوانی آن‌ها از دستیابی به حقوق خود از طریق پیگیری‌های قضایی و تن دادن آن‌ها به داوری‌های اجباری است. قانون داوری فدرال<sup>۱</sup> به شرکت‌ها این حق را می‌دهد که در صورت نارضایتی کارکنان از سیستم دادرسی اجتناب کنند. در این شرایط کارکنان مجبور می‌شوند که برای دستیابی به توافق با شرکت مذاکره کنند. اگرچه حل اختلاف از داوری سریع‌تر و ارزان‌تر است و به شرکت‌ها امکان می‌دهد که دعاوی را دور از توجه افکار عمومی و رسانه‌ها نگهدارند. اما، کارکنان حقوق مهمی را در داوری از دست می‌دهند. دلیل اصلی این که شرکت‌ها کارکنان را وادار به پذیرش داوری می‌کنند، صرفه‌جویی در هزینه نیست. بلکه، احتمال بُرد شرکت‌ها در موارد داوری به مراتب بیشتر از موارد مطرح شده در دادگاه‌ها است. در سال ۱۹۹۲، درست بعد از آن که دادگاه عالی ایالات متحده با قانون داوری فدرال، امکان داوری را فراهم کرد، تنها ۲ درصد از شرکت‌ها از آن استفاده می‌کردند. امروز، ۵۶ درصد از کارکنان بخش خصوصی فاقد اتحادیه کارگری مجبور به استفاده از داوری می‌شوند. اگر شرکت‌ها مجبور به رقابت بر سر جذب و نگهداشتن کارکنان بودند و کارکنان قدرت چانه‌زنی بیشتری می‌داشتند، به احتمال زیاد این وضعیت اتفاق نمی‌افتاد. اگرچه اتحادیه‌های کارگری هم بی‌نقص نیستند و ممکن است خود آن‌ها نیز تبدیل به موانعی در مقابل کارکنان برای ورود به بازار کار شود، اما کارکنان بدون آن‌ها هیچ قدرت چانه‌زنی جمعی ندارند.

<sup>1</sup> Federal Arbitration Act

کسب مجوزهای شغلی نیز فشار بر کارکنان را افزایش داده است. قوانین مربوط به مجوزهای شغلی ایجاب می‌کند که کارکنان برای کار کردن مجوزهایی را کسب کنند و کارکنان برای این منظور باید هزینه‌هایی را پرداخت کنند، امتحاناتی را بگذرانند، حداقل سنی را داشته باشند و/یا سطح تجربه معینی داشته باشند. در سال‌های دهه‌ی ۱۹۵۰ حدود یک نفر در هر بیست نفر ملزم به کسب مجوز شغلی بود. امروز، این به یک نفر در هر چهار نفر رسیده است. در برخی از صنایع مجوزهای شغلی بیش از حد شروع کار را به شدت دشوار می‌کند. در عمل، در برخی از حرفه‌های پول‌ساز نظیر وکالت و پزشکی، نهادهای صادرکننده مجوز که بر آن صنایع نظارت می‌کند به مثابه مانعی در مقابل ورود کارکنان جدید به آن صنایع عمل می‌کنند. نکته مهم این که، هیچ رابطه روشنی بین کسب مجوز و کیفیت خدمات ارایه شده مشاهده نمی‌شود.

## ۶- سوء استفاده شرکت‌های حوزه فناوری ارتباطات و اطلاعات

### از قدرت بازاری

بخش قابل ملاحظه‌ای از موقعیت کنونی و موفقیت مالی فعلی شرکت‌هایی نظیر گوگل، فیس‌بوک، مایکروسافت، اپل و آمازون ناشی از اشتباهات در حوزه مقررات‌گذاری و مقابله با انحصار است. به این شرکت‌ها اجازه داده شد شرکت‌های رقیب‌شان را خریداری و در خود ادغام کنند. مقیاس پلتفرم‌های دیجیتال آن‌ها را در مقوله‌ای کاملاً متفاوت از شرکت‌هایی قرار می‌دهد که با آن‌ها رقابت می‌کنند. شرکت‌هایی از این دست دیگر یکی از فعالان صرف بازار نیستند. بلکه، در بسیاری از حوزه‌های مرتبط با فعالیت خود به مثابه نوعی نهاد مقررات‌گذار عمل می‌کنند. آن‌ها قواعدی را وضع می‌کنند که دنیای آن‌ها را اداره می‌کنند. مثلاً، اپل و گوگل تعیین می‌کنند که چه نرم‌افزاری از طریق فروشگاه‌های نرم‌افزاری آن‌ها به فروش برسد. فیس‌بوک بیش از دو میلیارد کاربر دارد و تعیین می‌کند که کدام مطالب دیده شود و کدام نه.

از منظر مباحث مالیاتی، شرکت‌های بزرگ حوزه فناوری به شکل مؤثری خود را در جایگاهی فرای قوانین ملی قرار داده‌اند. آن‌ها با استفاده از خلاءهای قانونی و استفاده از شرکت‌های تابعه و صوری در سایر کشورها بخش قابل توجه سود خود را از دسترس سازمان‌های مالیاتی کشورها

خارج کرده‌اند. این در حالی است که اشخاص و شرکت‌های کوچک سطوح بالایی از مالیات‌ها را پرداخت می‌کنند. شرکت‌های بزرگ حوزه فناوری نابرابری درآمدی را افزایش می‌دهند، زیرا بازنده‌های این شرایط مردم و شرکت‌هایی هستند که مالیات پرداخت می‌کنند و برندگان سهامداران شرکت‌های بزرگی هستند که اقدام به فرار مالیاتی می‌کنند.

علاوه بر این، این شرکت‌ها در عملیات‌های جاسوسی گسترده مقادیر چشمگیری از اطلاعات کاربران خود را نیز جمع‌آوری می‌کنند. امروزه، شرکت‌های بزرگ حوزه فناوری در بسیاری از حوزه‌ها، قدرتمندتر از قدرتمندترین کشورهای توسعه‌یافته هستند. پلتفرم‌هایی چون گوگل، فیس‌بوک، آمازون، اپل و مایکروسافت تمام زیرساخت‌های اصلی مورد نیاز رقبایشان، نظیر شبکه‌های ارتباطی، سرورهای ابری ذخیره‌سازی داده و شرکت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر را تحت کنترل دارند. شرکت‌های بزرگ حوزه فناوری به لطف این برتری یا شرکت‌های نوپا را تملک و در خود ادغام می‌کنند یا مانع رشد و موفقیت آن‌ها می‌شوند.

اقدام شرکت‌های بزرگ حوزه فناوری در لابی کردن و کمک به کارزارهای انتخاباتی احزاب در آمریکا تأثیر مهمی در کمک به این شرکت‌ها در دستیابی به موقعیت کنونی داشته است. در سال ۲۰۱۷، اپل، آمازون، فیس‌بوک و گوگل حدود ۵۰ میلیون دلار صرف لابی کردن نمودند. این شرکت‌ها شبکه گسترده‌ای از دانشگاهیان را نیز در اختیار دارند که بر حسب تقاضای این شرکت‌ها برایشان گزارش می‌نویسند.

اغلب شرکت‌های انحصاری حوزه فناوری به عنوان شرکت‌های پلتفرمی با تأثیرات شبکه‌ای قوی هستند. این شرکت‌ها گروه‌های مختلف از اشخاص را به همراه مرتبط می‌کنند. ارزش شبکه‌ها تابعی از تعداد کاربران است. هر فرد جدیدی که به شبکه اضافه می‌شود، تعداد ارتباطات بالقوه در شبکه به صورت نمایی رشد می‌کند. با توجه به حلقه‌های بازخوردی ذاتی در پلتفرم‌ها، پلتفرم برنده تمام بازار را از آن خود می‌کند.

## ۷- عوارضی‌ها و بارون‌های سارق

همان‌طور که پیش‌تر توضیح داده شد، از نظر نویسندگان در حال حاضر شرکت‌های دارای قدرت بازاری مهم‌ترین شبکه‌های اقتصادی را در اختیار دارند. در چنین شرایطی، مالکان شرکت‌های فوق به مثابه بارون‌های سارق<sup>۱</sup> عمل می‌کنند و مصرف‌کنندگان آمریکایی مجبور هستند برای استفاده از محصولات این شرکت‌ها عوارض‌هایی به شکل باج را پرداخت کنند. در این بخش، نمونه‌هایی از بازارهای انحصاری در آمریکا و شرکت‌های با قدرت بازاری چشمگیر در آنها معرفی می‌شود.

### ۷-۱- شرکت‌های با قدرت انحصاری (و شرکت‌های محلی دارای قدرت انحصاری)

#### اینترنت کابلی یا پرسرعت

سه شرکت ۶۵ درصد بازار کابلی آمریکا را در اختیار دارند. مهم‌تر آن که این شرکت‌ها در سطح محلی، یعنی محدوده فعالیت خود، با هیچ‌گونه رقابت واقعی روبرو نیستند. اساساً، تقریباً تمام آمریکا به صورت جغرافیایی بین شرکت‌های فعال در این حوزه تقسیم شده است. اهمیت این مسأله به آن دلیل است که در ایالات متحده کابل تنها گزینه عملیاتی برای دسترسی به اینترنت پرسرعت است. تنها ۲۵ درصد از کاربران به فیبر نوری دسترسی دارند و خطوط تلفن اشتراک دیجیتال<sup>۲</sup> پرسرعت به مراتب کمتری دارد.

#### سیستم عامل رایانه

شرکت مایکروسافت بیش از ۹۰ درصد بازار سیستم‌های عامل را در اختیار دارد. در مورد برنامه‌های اداری<sup>۳</sup> نیز مشابه همین وضعیت در مورد مایکروسافت آفیس وجود دارد. مایکروسافت

<sup>۱</sup> Robber barons

<sup>۲</sup> Digital subscriber line (DSL)

<sup>۳</sup> Office programs

همواره از محصولات فعلی خود به مثابه اهرمی برای ترویج استفاده از محصولات جدیدش استفاده کرده است. نرم‌افزارهای دیگری نظیر وردپرفکت<sup>۱</sup> و لوتوس نوتز<sup>۲</sup> به رابط‌های برنامه‌نویسی کاربردی خاصی که برای ارتباط با ویندوز ساخته شده‌اند، دسترسی ندارند. با توسعه ویندوز از نسخه‌ای به نسخه بعدی، میکروسافت هموار قبل از سایر برنامه‌نویسان در مورد رابط‌های برنامه‌نویسی کاربردی اطلاع دارد.

### شبکه‌های اجتماعی

فیس‌بوک بیش از ۷۵ درصد از بازار رسانه‌های اجتماعی را در اختیار دارد و از این نظر، فاصله آن با سایر رقابیش نظیر توئیتر<sup>۳</sup> و پینترست<sup>۴</sup> قابل ملاحظه است. این شرکت تقریباً ۴۵ درصد از تبلیغات آنلاین را نیز به خود اختصاص داده است. مارک زاکربرگ امپراتور داده‌های شخصی ۲ میلیارد نفری است که تمام اطلاعات شخصی خود، دیدگاه‌های سیاسی، علایق و ترجیحاتشان را در اختیار این شرکت قرار می‌دهند.

معمولاً، در بازار شبکه‌ها برندگان رقابت تمام بازار را از آن خود می‌کنند. هر کسی می‌خواهد در شبکه‌ای باشد که بیشترین تعداد کاربران را دارد. وقتی تنها یک نفر از شبکه‌ای مثل پی‌پل<sup>۵</sup> استفاده کند، ارزش آن صفر است. وقتی تعداد کاربران این شبکه افزایش یابد، جذابیت آن افزایش پیدا می‌کند. وقتی تعداد کاربران پی‌پل به یک میلیون نفر برسد، رقابت با آن بسیار دشوار می‌شود. وقتی تعداد کاربران یک شبکه به چند میلیارد برسد، چنین شبکه‌ای می‌تواند دولت‌ملت‌ها و تقریباً تمام مذاهب را تحت‌الشعاع قرار دهد.

<sup>1</sup> WordPerfect

<sup>2</sup> Lotus Notes

<sup>3</sup> Application Programming Interface

رابط برنامه‌نویسی کاربردی، رابط بین یک سیستم عامل و برنامه‌هایی است که از آن تقاضای خدمت می‌کنند.

<sup>4</sup> Twitter

<sup>5</sup> Pinterest

<sup>6</sup> PayPal



### جستجو

گوگل تقریباً ۹۰ درصد از بازار تبلیغات مرتبط با جستجو را در اختیار دارد. مدل کسب‌وکار کل این شرکت خودتقویت‌کننده است. هر چه کاربران بیشتر جستجو کنند، جستجوها بهتر می‌شود. هر چه کاربران بیشتر جستجو کنند، تبلیغات‌چی‌های بیشتری به آنجا روی می‌آورند. هر چه تبلیغات‌چی‌های بیشتری آنجا باشند، حراج‌ها کارا تر خواهند شد. موانع ورود به این کسب‌وکار قابل ملاحظه است. ساخت یک موتور جستجو بسیار پرهزینه است و مدت زمان زیادی طول می‌کشد. بیش از یک دهه هیچ رقیب جدی وارد بازار جستجو نشده است. گوگل برای ترویج استفاده از وبسایت‌های خود و نتایج جستجوی خود، از قدرت بازاری خویش سوء استفاده می‌کند. عجیب این که، به گوگل اجازه داده شد تا رقبایی خود نظیر دابل‌کلیک را خریداری کند و به این ترتیب، حتی رقابت را بیش از پیش کاهش دهد.

در واقع، گوگل و فیس‌بوک در صنعت تبلیغات دیجیتالی برخط نوعی انحصار دوقطبی را ایجاد کرده‌اند که در چهارچوب آن، فیس‌بوک بر تبلیغات نمایشی حاکم شده و گوگل بر تبلیغات مرتبط با جستجو تسلط یافته است.

### شیر

به نظر می‌رسد، بازار شیر در آمریکا بخش‌بندی شده است، اما اغلب دامداران شیر خود را به یک خریدار محلی می‌فروشند که در عمل در محدوده فعالیت خود دارای نوعی قدرت انحصار خرید است. در واقع، دامداران غالباً هیچ انتخابی برای فروش شیر ندارند. شرکت دین‌فودز<sup>۱</sup> در اختیار داشتن ۴۰ درصد سهم بازار بازیگر مسلط است و از طریق مجموعه‌ای از ادغام‌ها رشد کرده است. این شرکت باید میلیون‌ها دلار به خاطر دعاوی حقوقی مربوط به ثابت نگه‌داشتن قیمت‌ها

<sup>1</sup> Search advertising

<sup>2</sup> Self-reinforcing

<sup>3</sup> DoubleClick

<sup>4</sup> Dean Foods

و اِعمال انحصار پرداخت کند. حتی به خاطر یک مورد اتهام در خصوص اقدام این شرکت به ثابت نگهداشتن قیمت خرید با همکاری شرکت‌های نشنال دایری هلدینگز<sup>۱</sup> و دایری فارمرز آو امریکا<sup>۲</sup>، تحت فشار قرار گرفته است تا مبلغی را برای حل و فصل موضوع پرداخت نماید. سه شرکت فوق مشترکاً ۷۷ درصد از تولید لبنیات در جنوب شرق ایالات متحده را تحت کنترل دارند و توافق کرده‌اند که با هم رقابت نکنند.

### شرکت‌های حمل و نقل ریلی

اگرچه ممکن است به نظر برسد که حمل و نقل ریلی صنعتی چندقطبی با تعداد محدودی بازیگر عمده است، اما در واقع، شرکت‌های حمل و نقل ریلی اصلی در محدوده‌های محلی و منطقه‌ای دارای قدرت انحصاری هستند. در آمریکا، صنعت حمل و نقل ریلی باری شدیداً در انحصار چند شرکت محدود نظیر بی‌ان‌اس‌اف ریل‌وی<sup>۳</sup>، سی‌اس‌اکس ترنسپورتیشن<sup>۴</sup>، نورفولک ساترن ریل‌وی<sup>۵</sup> و یونیون پسفیک ریل‌رود<sup>۶</sup> قرار دارد.

اگرچه ساختار کلی صنعت حمل و نقل ریلی نوعی چندقطبی محسوب می‌شود، اما در واقع بسیاری از شرکت‌ها مجبور به استفاده از شرکت‌های حمل و نقل ریلی با نوعی قدرت انحصار مواجه هستند، زیرا تنها یک شرکت به آن‌ها خدمات ارائه می‌کنند. مثلاً، دو سوم از حجم زغال سنگی که از طریق خطوط ریلی جابجا می‌شود، توسط یک شرکت حمل و نقل ریلی منتقل می‌شود. در حال حاضر، برای حمل و نقل غلات تنها دو شرکت بی‌ان‌اس‌اف ریل‌وی و یونیون

<sup>1</sup> National Dairy Holdings

<sup>2</sup> Dairy Farmers of America

<sup>3</sup> BNSF Railway

<sup>4</sup> CSX Transportation

<sup>5</sup> Norfolk Southern Railway

<sup>6</sup> Union Pacific Railroad

پس‌فیک ریل‌رود به بخش غربی و دو شرکت سی‌اس‌اکس ترنسپورتیشن و نورفولک ساترن ریل‌وی به بخش شرقی ایالات متحده خدمات ارایه می‌کنند.

### بذور (بذرها)<sup>۱</sup>

امروز، بذور تعدیل‌شده ژنتیکی بر کل بازار تسلط پیدا کرده‌اند. شرکت مونسانتو<sup>۲</sup> ۸۰ درصد از بذور ذرت ایالات متحده و بیش از ۹۰ درصد سویای این کشور را در کنترل دارد. بزرگ‌ترین رقیب بین‌المللی مونسانتو شرکت سوئیسی سینجنتا<sup>۳</sup> است که اخیراً در شرکت دولتی چینی چم‌چاینا ادغام شد. در عین حال، شرکت‌های بزرگ شیمیایی آمریکا یعنی دائو کمیکال کو<sup>۴</sup> و دوپونت ادغام شدند و فعالیت‌های خود در حوزه کشاورزی را آغاز خواهند کرد. سه شرکت فوق حدود ۷۰ درصد از بازار آفت‌کش در جهان و ۸۰ درصد از بازار بذر ذرت ایالات متحده را در کنترل خواهند داشت. به این ترتیب، قدرت جمعی چند شرکت محدود بر کل زنجیره غذایی ما کامل خواهد شد.

### ریزپردازنده‌ها

شرکت‌های اینتل<sup>۷</sup> ۸۰ درصد بازار و ای‌ام‌دی<sup>۸</sup> حدود ۲۰ درصد بازار ریزپردازنده‌ها<sup>۹</sup> را در اختیار دارند. اما، طی دوره قابل ملاحظه‌ای از دو دهه اخیر، اینتل حدود ۹۰ درصد بازار را در

<sup>۱</sup>Seeds

<sup>۲</sup> Monsanto

<sup>۳</sup> Syngenta

<sup>۴</sup> ChemChina

<sup>۵</sup> Dow Chemical Co.

<sup>۶</sup> DuPont

<sup>۷</sup> Intel

<sup>۸</sup> AMD

<sup>۹</sup> Microprocessor

دست داشته و عملاً شرکتی انحصاری در حوزه ریزپردازنده‌ها بوده است. اگر یک قاعده در مورد انحصارات وجود داشته باشد، این است که انحصارگران اقدام به انحصارگری می‌کنند. اینتل مجبور شده است که به خاطر سوء استفاده از موقعیت بازاری خود جرایم قابل ملاحظه‌ای را پرداخت کند. در سال ۲۰۰۹، کمیسیون اروپا<sup>۱</sup> متوجه شد که شرکت اینتل به شرکت‌های تولیدکننده رایانه مشوق‌ها و تخفیفاتی را اعطا کرده است تا آن‌ها به جای شرکت ادونسد میکرو دیوایسز<sup>۲</sup> از محصولات این شرکت استفاده کنند. این مسأله بعد از آن بود که شرکت ای‌ام‌دی ادعا کرد اینتل با ارایه تخفیفات مختلف به تولیدکنندگان رایانه‌های شخصی ژاپنی اقدام به رقابت غیرمنصفانه کرده است.

### شرکت‌های ارایه‌دهنده خدمات کفن و دفن

صنعت ارایه خدمات کفن و دفن به شدت بخش‌بندی شده است. در واقع، در اغلب شهرهای کوچک در این خصوص نوعی انحصار محلی وجود دارد. معمولاً، در شرایطی که افراد یکی از عزیزان خود را از دست داده‌اند، تمایلی برای جستجو و بررسی نخواهند داشت و به این ترتیب، فرصت دریافت مبالغ بالا فراهم می‌شود.

سرویس کورپوریشن اینترنشنال<sup>۳</sup> غول صنعت خدمات کفن و دفن است. این شرکت دارای بیش از ۲۰۰۰ نمایندگی و قبرستان است و ارزش بازاری آن بیش از ۷ میلیارد دلار است. در

<sup>۱</sup> European Commission

<sup>۲</sup> Advanced Micro Devices

<sup>۳</sup> Service Corporation International

سال ۲۰۱۳، به رغم اعتراضات مصرف‌کنندگان، کمیسیون تجارت فدرال<sup>۱</sup> به این شرکت اجازه داد تا بزرگ‌ترین رقیب خود، یعنی شرکت استوارت انترپرایسز<sup>۲</sup> را تملک کند. در سال ۱۹۶۰ وقتی تقریباً تمام شرکت‌های ارایه‌دهنده خدمات کفن و دفن کوچک بودند، متوسط مخارج مربوط به کفن و دفن حدود ۷۰۰ دلار برای هر میت بود. امروزه، این هزینه بیش از ۸ هزار دلار است. ممکن است هزینه تابوت به تنهایی بیش از ۱۰ هزار دلار باشد. هزینه‌های سرویس کورپوریشن اینترنشنال ۳۰ تا ۴۰ درصد گران‌تر از سایر شرکت‌ها است. برخی از ایالت‌ها قوانینی را به تصویب رسانده‌اند که از شرکت‌های ارایه‌دهنده خدمات کفن و دفن در برابر رقابت صیانت می‌کند. جالب این که در ایالت آلاباما کشیشانی که اقدام به فروش تابوت چوبی دست‌ساز می‌کنند، تحت تعقیب قضایی قرار می‌گیرند.

## ۲-۷- انحصار دوجانبه

### نظام‌های پرداخت

در آمریکا، مسترکارد<sup>۳</sup> و ویزا<sup>۴</sup> تقریباً کل بازار را در اختیار دارند. امریکن اکسپرس<sup>۵</sup> در جایگاه سوم قرار دارد. دلیل این که چنین تمرکزی در بازار وجود دارد این است که در پشت صحنه، در سمت فروشندگان، پرداخت‌ها از طریق یک زیرساخت انحصاری انجام می‌شود. صرف نظر از پایانه‌ها یا پردازشگرهایی که کاربران استفاده می‌کنند، زیرساخت اصلی بر مبنای سازوکارهایی است که توسط مسترکارد و ویزا اداره می‌شوند. هر دو شرکت از تمام تراکنش‌های کارت‌های

<sup>1</sup> Federal Trade Commission

کمیسیون تجارت فدرال موسسه‌ای دولتی است که یکی از وظایف اصلی آن صیانت از حقوق مصرف‌کنندگان است.

<sup>2</sup> Stewart Enterprises

<sup>3</sup> MasterCard

<sup>4</sup> Visa

<sup>5</sup> American Express

اعتباری در ایالات متحده مبالغ بزرگی را کسب می‌کنند و این مسأله نشان‌دهنده نوعی مالیات غیرقابل مشاهده بر تجارت است. در سال ۲۰۱۲، ویزا، مسترکارد و بزرگ‌ترین بانک‌های کشور توافق کردند که ۷,۳ میلیارد دلار به میلیون‌ها فروشنده پرداخت کنند تا به هفت سال منازعه در خصوص کارمزدهای اخذ شده از کارت‌های اعتباری پایان دهند.

### سیستم عامل تلفن

تقریباً ۹۹ درصد از تمام تلفن‌های هوشمند در جهان یا از سیستم عامل آی‌اَس اپل<sup>۱</sup> یا از سیستم عامل اندروید<sup>۲</sup> گوگل استفاده می‌کنند. اندروید ۸۰ درصد بازار و اپل باقی بازار را در اختیار دارد. اما، اپل و گوگل نه تنها تلفن شما را کنترل می‌کنند، بلکه فروشگاه‌های نرم‌افزار را نیز کنترل می‌کنند. این فروشگاه‌های نرم‌افزار بازارهای میلیارد دلاری هستند. همان طور که فرانک پسکویت<sup>۴</sup>، استاد حقوق و کارشناس فناوری بیان می‌دارد، شرکت‌های بزرگ فناوری «دیگر فعالان صرف بازار نیستند. بلکه، در حوزه‌های فعالیت خود، بازارساز هستند. علاوه بر این، آن‌ها می‌توانند در خصوص شرایطی که سایر فعالان می‌توانند در چهارچوب آن اقدام به فروش کالاها و خدمات کنند، کنترلی از جنس مقررات‌گذاری<sup>۵</sup> را اعمال نمایند». اگر آن‌ها نرم‌افزار ارایه شده توسط فرد یا شرکتی را نپسندند، می‌تواند مانع دسترسی مصرف‌کنندگان به آن شوند.

### تبلیغات برخط

گوگل و فیس‌بوک بر بازار تبلیغات برخط تسلط دارند و هر یک از آن‌ها در حوزه فعالیت خود انحصارگر است. سال ۲۰۱۸، گوگل ۷۶ درصد از بازار تبلیغات مرتبط با جستجو را در اختیار

<sup>1</sup> iOS

<sup>2</sup> Apple

<sup>3</sup> Android

<sup>4</sup> Frank Pasquate

<sup>5</sup> Regulatory

داشت. در سال ۲۰۱۷، گوگل و فیس‌بوک ۸۴ درصد کل مخارج جهانی، به غیر از چین، در حوزه تبلیغات دیجیتال را جذب کرده‌اند. در سال ۲۰۱۶، فیس‌بوک ۷۸ درصد از مخارج تبلیغات اجتماعی در ایالات متحده آمریکا را از آن خود کرده بود.

### دیالیز کلیه

بازار دیالیز در آمریکا، بعد از مجموعه‌ای از ادغام‌ها بین داویتا<sup>۱</sup> و فرسنیوس<sup>۲</sup>، تبدیل به انحصار دوقطبی شده است. تقریباً ۴۹۰ هزار آمریکایی به خدمات دیالیز نیاز دارند و هر یک از شرکت‌های فوق تقریباً ۳۰ درصد بازار را در اختیار دارد. تا حد زیادی مثل بقیه صنعت درمان ایالات متحده، داویتا دولت و بیماران را فریب داده است. در سال ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵، داویتا ۸۹۵ میلیون دلار برای حل و فصل شکایت‌ها در خصوص اقدام این شرکت به اخذ وجوه اضافه از دولت آمریکا پرداخت کرد. در سال ۲۰۱۷، این شرکت بعد از متهم شدن به ارجاع بیماران دیالیزی فقیر به شرکت‌های بیمه خصوصی به منظور متورم کردن سود آن‌ها احضاریه‌هایی را دریافت کرد. مبلغ دریافتی داویتا از شرکت‌های بیمه خصوصی ۱۰ برابر بیشتر از مبلغ دریافتی در قالب برنامه‌های درمان دولتی مدیکید<sup>۳</sup> و مدیکر<sup>۴</sup> بود.

### عینک

خرید عینک جدید به شدت گران است، حتی اگر ساخت آن گران نباشد. دلیل این مسأله آن است که تنها یک شرکت، یعنی لوکسوتیکا<sup>۵</sup>، کاملاً بر این بازار سلطه دارد. لوکسوتیکا ۸۰ درصد از برندهای اصلی در صنعت ۲۸ میلیارد دلاری عینک را تحت کنترل دارد. این شرکت همچنین

<sup>۱</sup> DaVita

<sup>۲</sup> Fresenius

<sup>۳</sup> Medicaid

<sup>۴</sup> Medicare

<sup>۵</sup> Luxottica

مالک آی مد ویژن کر، دومین شرکت بزرگ بیمه حوزه بینایی است. آی مد افرادی که به عینک نیاز دارند را به فروشگاه‌های خرده فروشی لوکسوتیکا ارجاع می‌دهد. در سال ۲۰۱۷، مالکان لوکسوتیکا پیشنهاد ادغام این شرکت با شرکت فرانسوی اسیلور<sup>۲</sup> را، که سازنده لنز است، مطرح کردند. با توجه به سهم ۱۴ درصدی لوکسوتیکا و ۱۳ درصدی اسیلور از بازار، شرکت ادغامی یک چهارم از بازار جهانی را در اختیار خواهد داشت. در ایالات متحده، لوکسوتیکا ۴۰ تا ۵۰ درصد از بازار قاب عینک را در اختیار دارد. از سوی دیگر، اسیلور حدود ۴۰ درصد بازار شیشه عینک را در کنترل دارد. شرکت ادغامی بزرگ‌ترین فروشنده خرده‌فروشی عینک در آمریکا خواهد شد.

### ۳-۷- انحصار چندقطبی

#### شرکت‌های اعتبارسنجی

امروزه، بعد از ادغام‌های فراوان، تنها سه شرکت اکسپریان<sup>۳</sup>، اکویفکس<sup>۴</sup> و ترنسیونیون<sup>۵</sup> کل بازار گزارش‌دهی اعتباری در آمریکا را در کنترل دارند. معلوم نیست که حتی وجود سازمان‌هایی از این دست ضروری هست یا خیر. وام‌دهندگان کار خود را انجام می‌دهند و به داده‌های مورد نیاز دسترسی دارند و می‌توان با استفاده از فرمول اعتبارسنجی فر ایساک کورپوریشن<sup>۶</sup> محاسبات را انجام داد. قدرت سه شرکت فوق گسترده است. آن‌ها به دفعات بر مبنای این گزارش‌ها میلیون‌ها اشتباه مرتکب شده و به انسان‌های بی‌چاره جفا کرده‌اند. اگر این شرکت‌ها اشتباه کنند، درست

<sup>1</sup> EyeMed Vision Care

<sup>2</sup> Essilor

<sup>3</sup> Experian

<sup>4</sup> Equifax

<sup>5</sup> Transunion

<sup>6</sup> Fair Isaac Corporation



کردن سابقه اعتباری دشوار است. اما، آن‌ها مجدداً مصرف‌کنندگان را سر کیسه می‌کنند و برای اصلاح این خطاها نیز کسب درآمد می‌کنند.

اغلب آمریکایی‌ها با شرکت‌های اعتبارسنجی آشنایی چندانی نداشتند، تا این که هکرها شماره‌های تأمین اجتماعی، تاریخ تولد، آدرس، شماره کارت اعتباری و شماره گواهی‌نامه رانندگی ۱۴۳ میلیون نفر را از اکوئیفیکس ربودند. قبل از آن که این اتفاق علنی شود، مدیران ارشد شرکت زمان کافی داشتند تا قبل از سقوط قیمت سهام، میلیون‌ها دلار سهام خود را به فروش رسانند.

### خدمات آماده‌سازی اسناد مالیاتی

مالیات‌دهندگان به طور متوسط ۱۳ ساعت را صرف آماده کردن مدارک مالیاتی و پُر کردن اسناد مربوط به درآمدهای خود می‌کنند و در ازای دریافت خدمات مربوط به آماده‌سازی اسناد مالیاتی ۲۰۰ دلار پرداخت می‌کنند، که تقریباً معادل ۱۰ درصد متوسط استرداد مالیات فدرال است. شرکت‌های اچ‌اند‌آر بلاک<sup>۱</sup>؛ تکس‌اکت<sup>۲</sup> و اینتوئیت<sup>۳</sup> ۹۰ درصد خدمات برخط آماده‌سازی اسناد مالیاتی را در اختیار دارند. ۶۵ درصد این سهم صرفاً در اختیار شرکت اینتوئیت است. اچ‌اند‌آر بلاک یک بار برای خرید تکس‌اکت تلاش کرد که انحصار چندجانبه فعلی را انحصار دوجانبه تبدیل می‌کرد، اما در موردی نادر، وزارت دادگستری مانع این ادغام شد.

این صنعت بزرگ نیز کاملاً غیرضروری است. در سال ۱۹۹۸، کنگره ایالات متحده قانونی را وضع کرد که وزارت خزانه‌داری ملزم می‌کرد تا سال ۲۰۰۸ رویه‌های اجرای نظام اظهارنامه‌داری از استرداد مالیاتی را توسعه دهد. قرار بود این نظام بدهی مالیاتی اشخاص را با استفاده از اطلاعاتی که قبلاً هر سال به اداره خدمات درآمد داخلی<sup>۴</sup> گزارش می‌شد محاسبه کند. اما، صنعت ارایه خدمات مالیاتی لابی کرد و مانع انجام هر گونه اصلاحات شد.

<sup>1</sup> H&R Block

<sup>2</sup> TaxAct

<sup>3</sup> Intuit

<sup>4</sup> Internal Revenue Service (IRS)

### شرکت‌های هواپیمایی

کنگره ایالات متحده در سال ۱۹۷۸ اقدام به مقررات‌زدایی از صنعت هواپیمایی کرد. مقررات‌زدایی سودآوری را افزایش داد، اما صنعت وارد ادوار رونق و رکود شد. صنعتی که به طور طبیعی رقابتی نبود از یک کارتل تحت نظارت خارج شد و بعد از مدت کوتاهی رقابت مخرب، به کارتلی خارج از نظارت تبدیل شد. شرکت‌های هواپیمایی برای پیشینه کردن قدرت قیمت‌گذاری خود برنامه‌های پرواز روتین و هاب‌های محلی و منطقه‌ای را ابداع کردند. شرکت‌ها می‌دانند که باید خارج از هاب‌های یکدیگر فعالیت کنند. همچنین، شرکت‌های هواپیمایی قدرتمند زمان‌های خالی بین جدول زمانی پروازها را خریداری می‌کنند تا از ورود شرکت‌های جدید به بازار جلوگیری نمایند.

### شرکت‌های مخابراتی

چهار شرکت وریزون<sup>۱</sup>، اسپرینت<sup>۲</sup>، ای‌تی‌اند‌تی<sup>۳</sup> و تی‌موبایل<sup>۴</sup> بر بازار مخابرات مربوط به تلفن همراه در ایالات متحده آمریکا مسلط هستند. کاربران تنها از طریق یک ابزار می‌توانند به شبکه وصل شوند. به همین دلیل، باید از قبل دستگاه خود را به شرکت معرفی کنند. اگر کاربران بخواهند از اینترنت شبکه خود با استفاده از ابزاری دیگر، مثل لپ‌تاپ متصل شوند، باید هر ماه ۳۰ دلار پرداخت کنند. اگر کاربر بخواهد شبکه مورد استفاده خود را تغییر دهد، معمولاً مجبور می‌شود طرح گران‌تری را خریداری نماید.

<sup>1</sup> Verizon

<sup>2</sup> Sprint

<sup>3</sup> AT&T

<sup>4</sup> T-Mobile

## بانک‌ها

یک دهه بعد از بحران مالی جهانی سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۰۹، پنج بانک بزرگ آمریکا ۴۴ درصد از ۱۵,۳ تریلیون دلار دارایی در اختیار بانک‌های آمریکایی را تحت کنترل دارند. این پنج بانک عبارتند از ولز فارگو،<sup>۱</sup> جی‌پی‌مورگان چیس،<sup>۲</sup> بنک آو امریکا،<sup>۳</sup> سیتی‌گروپ<sup>۴</sup> و یواس‌بی.<sup>۵</sup> در سال ۱۹۹۰، پنج بانک بزرگ آمریکا کمتر از ۱۰ درصد از دارایی‌های این صنعت را در اختیار داشتند. امروز، ولز فارگو به تنهایی همان سهمی از دارایی‌های صنعت بانکداری را در اختیار دارد که کل پنج بانک بزرگ در سال ۱۹۹۰ در اختیار داشتند.

فدارل رزرو برای ممنوعیت ادغام بانک‌ها قواعدی را وضع کرد که از سال ۲۰۱۵ اجرایی شد. بر اساس این قواعد از ادغام‌هایی که باعث می‌شود بیش از ۱۰ درصد کل بدهی‌های صنعت در اختیار یک بانک باشد، جلوگیری خواهد شد. اما، آسیب پیش از وضع قواعد فوق وارد شده است.

## بیمه درمانی

در آمریکا بیمه درمانی و غیردرمانی شدیداً به هم مرتبط است و به صنایع مناسبی برای مشوق‌های بد، واسطه‌های حریص و شرکت‌های قدرتمندی که هدفی جز چپاول مصرف‌کنندگان ندارند، تبدیل شده است. همچنین، با توجه به فراگیر شدن عدم شفافیت در این صنایع، کلاهبرداری و قانون‌گریزی در آن‌ها رایج است. این صنعت نیز شدیداً متمرکز است و هیچ رقابت واقعی در آن وجود ندارد. در ۳۷ ایالت، سه شرکت بیمه‌ای بزرگ در هر ایالات حداقل ۸۰ درصد از کل بازار را در اختیار دارند.

<sup>1</sup> Wells Fargo

<sup>2</sup> JPMorgan Chase

<sup>3</sup> Bank of America

<sup>4</sup> Citigroup

<sup>5</sup> USB

## خدمات درمانی

اکنون، نزدیک نیمی از بازار خدمات بیمارستانی شدیداً متمرکز است. طی سال‌های ۱۹۹۸ تا ۲۰۱۵، ۱۴۱۲ مورد ادغام بیمارستانی رخ داده است. به خاطر ادغام‌ها، تعداد بیمارستان‌ها از ۶۱۰۰ عدد در سال ۱۹۹۷ به ۵۵۶۴ عدد در سال ۲۰۱۸ کاهش یافته است. نتیجه ادغام‌ها در این حوزه افزایش قیمت خدمات بیمارستانی برای مصرف‌کنندگان بوده است. در سال‌های دهه‌ی ۱۹۹۰ قیمت‌ها در مناطقی که تمرکز قدرت بازاری شدید بوده، تا ۴۰ درصد یا بیشتر افزایش یافته است. در سال‌های اخیر، افزایش قیمت‌ها در نتیجه ادغام بیمارستان‌ها در بازارهای متمرکز غالباً بیش از ۲۰ درصد بوده است. سرعت ادغام بیمارستان‌ها نیز در حال افزایش بوده است. در سال ۲۰۱۵، ۱۱۲ بیمارستان ادغام شد، که ۱۸ درصد بیشتر از سال قبل از آن و ۷۰ درصد بیشتر از تعداد ادغام در سال ۲۰۱۰ بوده است.

## سازمان‌های خرید گروهی

چهار شرکت ویزیانت<sup>۱</sup>، پریمییر<sup>۲</sup>، هلث تراست<sup>۳</sup> و اینتالر<sup>۴</sup> خرید بیش از ۳۰۰ میلیارد دلار دارو، وسایل و تدارکات ۵۰۰۰ نظام بهداشتی را تحت کنترل دارند. این سازمان‌ها با این تفکر ایجاد شدند که اگر بیمارستان‌ها قدرت خرید خود را تجمیع کنند، می‌توانند قیمت‌ها را کاهش دهند. در ابتدا، شاید این سازمان‌ها به تحقق ایده فوق کمک کرده باشند، اما در گذر زمان قیمت‌ها را افزایش داده و به انگل‌های نظام درمانی تبدیل شده‌اند. عجیب این که در سال ۱۹۸۶، کنگره ایالات متحده قانونی را تصویب کرد که شرکت‌های خرید گروهی را از قوانین مربوط به مقابله با رشوه مستثنی می‌کرد. شرکت‌های خرید گروهی به جای دریافت حق عضویت از بیمارستان‌هایی که بخشی از گروه خرید بودند، می‌توانستند از تأمین‌کنندگان درصدی از فروش‌ها را به عنوان

<sup>1</sup> Vizient

<sup>2</sup> Premier

<sup>3</sup> HealthTrust

<sup>4</sup> Intaler

حق و حساب دریافت کنند. این مسأله باعث انحراف انگیزه‌ها به سمت متورم کردن هزینه‌ها و نه کاهش آن‌ها شد. در سال ۱۹۹۶، وقتی وزارت دادگستری آمریکا و کمیسیون تجارت فدرال قوانین مقابله با انحصار را به‌روز کردند و سازمان‌های فوق را از اقدامات ضد انحصار مستثنی کردند، شرایط به مراتب بدتر شد.

### شرکت‌های مدیریت بیمه دارویی

شرکت‌های مدیریت بیمه دارویی واسطه‌های بسیار بزرگی هستند که بیمه دارویی ۲۶۶ میلیون آمریکایی را مدیریت می‌کنند. سه شرکت اکسپرس اسکریپتزا، سی‌وی‌اس کرمارک‌آو اپتیوم‌آراکس بین ۷۵ تا ۸۰ درصد بازار را در اختیار دارند. در جهان، آمریکایی‌ها بالاترین قیمت را برای خدمات بهداشتی و درمانی پرداخت می‌کنند. شرکت‌های مدیریت بیمه دارویی مبالغ قابل ملاحظه‌ای از این وجوه را کسب می‌کنند. این در حالی است که تقریباً هیچ دانش عمومی نسبت به نقش آن‌ها وجود ندارد.

شرکت‌های مدیریت بیمه دارویی در سال‌های دهه‌ی ۱۹۶۰ شکل گرفتند و قرار بود از طریق تجمیع تقاضاها، به تسهیل فرآیند اداری و کاهش هزینه‌های بهداشتی و درمانی کمک کنند. اما، طی این سال‌ها، خلاف این امر اتفاق افتاده است. این شرکت‌های نیز همانند سازمان‌های خرید گروهی از شرکت‌های دارویی حق و حساب دریافت می‌کنند تا داروهای آن‌ها را در فهرست داروهای مورد تأیید برای پرداخت قرار دهند. بین سال‌های ۱۹۸۷ و ۲۰۱۴، مخارج روی داروها در ایالات متحده ۱۱۰۰ درصد افزایش یافته است. یکی از دلایل عمده این افزایش شرکت‌های مدیریت بیمه دارویی بوده‌اند. برای نمونه، از سال ۲۰۰۳ تا کنون، سود اکسپرس اسکریپتزا در ازای هر نسخه ۵۰۰ درصد افزایش یافته است.

<sup>1</sup> Express Scripts

<sup>2</sup> CVS Caremark

<sup>3</sup> OptumRx

## شرکت‌های عمده‌فروش دارو

سه شرکت بزرگ عمده‌فروش دارو در آمریکا، یعنی امریسورس برگن<sup>۱</sup>، مک‌کسون<sup>۲</sup> و کاردینال هلت<sup>۳</sup>، بیش از ۹۰ درصد بازار دارو در این کشور را در کنترل دارند. این بدان معنی است که ۴ دارو از هر ۵ دارو فروخته شده در آمریکا از مجاری فروش این سه شرکت می‌گذرد.

قدرت فساد به بار می‌آورد و قدرت مطلقه قطعاً فساد به بار می‌آورد. اخیراً، دادستان کل ۴۵ ایالت دعاوی گسترده‌ای در خصوص ثابت نگهداشتن قیمت علیه مک‌کسون، کاردینال هلت و امریسورس برگن را مطرح کردند.

شرکت‌های عمده‌فروش دارو از متورم نشان دادن قیمت‌ها گذر کردند و عملاً وارد حوزه جنایت شده‌اند. از سال ۲۰۰۰ به بعد، تقریباً ۲۵۰ هزار آمریکایی جان خود را به خاطر استفاده بیش از حد مواد افیونی از دست داده‌اند. شرکت‌های عمده‌فروش دارو نقش مؤثری در این مرگ‌ها داشته‌اند. اداره مبارزه با مواد مخدر ایالات متحده<sup>۴</sup> دریافت که یک داروخانه کوچک در شهری کوچک با جمعیت ۳۸ هزار نفر واقع در ۲۵ مایلی شهر دنور روزی ۲ هزار قرص تجویز می‌کرده است. وقت داروخانه مذکور به حدودی می‌رسید که ملزم بود سفارش‌های مشکوک را گزارش کند، شرکت مک‌کسون حدود را در چند مرحله افزایش می‌داده است. اداره مبارزه با مواد مخدر کشف کرد مک‌کسون مقادیر بسیاری قرص را به داروخانه‌هایی عرضه کرده است که به نوبه خود گروه‌های درگیر در خرید و فروش مواد مخدر را تغذیه می‌کرده‌اند. این فعالیت در تمام ۱۲ مرکز توزیع شرکت مک‌کسون اتفاق افتاده بود. به لطف لابی‌هایی که شرکت در کنگره ایالات متحده انجام داد، کارهای اداره مبارزه با مواد مخدر به جایی نرسید. مک‌کسون ۱۵۰ میلیون دلار جریمه پرداخت کرده که برای شرکت مبلغ ناچیزی است.

<sup>1</sup> AmerisourceBergen

<sup>2</sup> McKesson

<sup>3</sup> Cardinal Health

<sup>4</sup> Drug Enforcement Administration

## کشاورزی

چهار شرکت ای‌دی‌ام،<sup>۱</sup> بانج،<sup>۲</sup> کارگیل<sup>۳</sup> و لویی دریفوس<sup>۴</sup> بین ۷۵ تا ۹۰ درصد تجارت غله جهان را در اختیار دارند. این شرکت‌ها برای خرید محصولات و فروش آن‌ها به مصرف‌کنندگان در سراسر جهان از شبکه‌ای از سیلوها، بنادر، کشتی‌ها و روابط با کشاورزان استفاده می‌کنند.

## رسانه

۹۰ درصد از رسانه‌های جمعی و شبکه‌های خبری سراسری در آمریکا در اختیار ۶ شرکت والت دیزنی،<sup>۵</sup> تایم وارنر،<sup>۶</sup> سی‌بی‌اس کورپوریشن،<sup>۷</sup> ویاکام،<sup>۸</sup> ان‌بی‌سی یونیورسال<sup>۹</sup> و روبرت مرداک نیوز کورپوریشن<sup>۱۰</sup> است. اعتماد به رسانه‌های جمعی در سال ۱۹۷۶ که به اوج رسید ۷۲ درصد بود و از سال‌های ۱۹۸۰ به بعد پیوسته کاهش یافته و در سال ۲۰۱۶ به ۳۲ درصد رسیده است. طی ۴۰ سال گذشته، بین اعتماد به رسانه‌ها و تمرکز قدرت بازاری در این صنعت رابطه شدیداً منفی وجود داشته است. ادغام‌ها در این صنعت نه تنها به مصرف‌کنندگان، که به تولیدکنندگان محتوا نیز صدمه زده است.

<sup>1</sup> ADM

<sup>2</sup> Bunge

<sup>3</sup> Cargill

<sup>4</sup> Louis Dreyfus

<sup>5</sup> Walt Disney

<sup>6</sup> Time Warner

<sup>7</sup> CBS Corporation

<sup>8</sup> Viacom

<sup>9</sup> NBC Universal

<sup>10</sup> Rupert Murdoch's News Corporation

## ۸- وجوه اشتراک تراستها و نازیها

اجتناب از تمرکز قدرت بازاری در صنایع مختلف عامل اصلی وضع قوانین ضد انحصار بوده است. در سال ۱۹۱۱، دادگاه عالی آمریکا بر مبنای قانون ضد انحصار شرمن<sup>۱</sup> شرکت استاندارد اویل<sup>۲</sup> را به چهار شرکت و شرکت امریکن توباکو<sup>۳</sup> را به ۳۳ شرکت تجزیه کرد. هر دو شرکت از طریق مجموعه‌ای از ادغام‌ها شکل گرفته بودند و زنجیره گسترده‌ای از تولید در حوزه‌های مرتبط با فعالیت خود را تحت کنترل داشتند.

در سال‌های دهه‌ی ۱۹۱۰ تلاش برای محدود کردن قدرت شرکت‌ها و پایان بخشیدن به انحصارات که قبل از آن مورد مطالبه رأی‌دهندگان قرار گرفته شدت گرفت. کنگره ایالات متحده نیز در سال ۱۹۱۴ دو قانون دیگر برای مقابله با انحصارات تصویب کرد. کمیسیون تجارت فدرال، که وظیفه آن بررسی موارد نقض قوانین ضد انحصار و صدور دستورالعمل‌های لازم برای منع رویه‌های رقابتی غیرمنصفانه بود، به موجب یکی از این قوانین ایجاد شد. اما، حتی تصویب قوانین جدید ضد انحصار نیز نتوانست مانع شکل‌گیری انحصارها از طریق ادغام‌ها شود. شرکت‌ها از تجربه قوانین ضد انحصار درس گرفتند و برای فرار از قانون، به جای انجام ادغام‌هایی که باعث شکل‌گیری انحصارهای یک جانبه می‌شد، به ادغام‌هایی روی آوردند که باعث تشکیل انحصارهای چندقطبی در صنایع می‌شد. به این ترتیب، چند شرکت محدود با سهم بازار بالا می‌توانستند به طور پنهانی اقدام به تبانی کنند. به این ترتیب، موجی از ادغام‌ها شکل گرفت که در نهایت به رکود بزرگ<sup>۴</sup> منتهی شد.

<sup>1</sup> Sherman Act

<sup>2</sup> Standard Oil

<sup>3</sup> American Tobacco

<sup>4</sup> Great Depression



با آغاز دوران ریاست جمهوری فرانکلین روزولت<sup>۱</sup> تلاش برای مقابله با انحصار شدت گرفت. بعدی از دوران ریاست جمهوری روزولت، برای دهه‌ها سیاست‌های ضد انحصار از سیاست‌های اصلی دولت‌های بعدی در آمریکا، خواه دموکرات و خواه جمهوری خواه، بود. در قبل از جنگ جهانی دوم، در آلمان هیچگاه جنبش جدی ضد انحصار نظیر آنچه در ایالات متحده اتفاق افتاد، تجربه نشده بود. در واقع، در این کشور کارتل‌ها، تراست‌ها و سایر ترتیبات انحصاری به عنوان مظهر پیشرفته‌ترین اشکال سازمان‌دهی اقتصادی شناخته می‌شدند. کارتل‌ها و تراست‌هایی که قبل از جنگ جهانی دوم در صنایع مختلف در آلمان ایجاد شده بودند، بعدها نقش مهم در برکشیدن حزب نازی در این کشور و حمایت از آن ایفا کردند. نازی‌ها می‌خواستند که تقریباً تمام صنایع تبدیل به کارتل شوند. برای همین در سال ۱۹۳۶ قانونی را وضع کردند که شرکت‌ها را مجبور می‌کرد در حوزه‌هایی که کارتل وجود نداشت، اقدام به تشکیل کارتل کنند. بعد از شکست آلمان نازی در جنگ جهانی دوم، آمریکایی‌ها به موازات از بین بردن قدرت نظامی در آلمان، با مظاهر تمرکز قدرت اقتصادی نظیر کارتل‌ها و تراست‌ها در این کشور نیز مقابله کردند.

همانند سایر جنبش‌ها و انقلاب‌ها، در موارد زیادی در جنبش ضد انحصارها نیز افراط‌هایی انجام شد. در مواردی این افراط‌ها موانع مهمی در مقابل کسب‌وکارها ایجاد می‌کرد. در نتیجه، گروهی از اقتصاددانان شروع به انتقاد از قوانین و مقررات ضد انحصاری کردند. میلتن فریدمن<sup>۲</sup> و جرج استیگلر<sup>۳</sup> از ایدئولوگ‌های شاخص این جریان فکری، که به عنوان مکتب شیکاگو<sup>۴</sup> نیز شناخته می‌شود، بودند. در حالی که آن‌ها مخالف انحصار و تمرکز قدرت بازاری بودند، اما در عمل شرایطی را ایجاد کردند که برای شکل‌گیری انحصارها و تمرکز قدرت بازاری مفید بود. انتقاد مکتب شیکاگو به موانع ناشی از اجرای قوانین و مقررات ضد انحصار به انتقاد از قوانین و مقررات

<sup>1</sup> Franklin Roosevelt

<sup>2</sup> Milton Friedman

<sup>3</sup> George Stigler

<sup>4</sup> Chicago School

دولتی توسعه یافت. اما، اعتقاد آن‌ها به بازارهای کامل (بدون نقص) واقعیت‌ها را در نظر نمی‌گرفت. مثلاً، آن‌ها انحصار را نتیجه کارایی می‌دانستند و مقابله با آن را ضروری نمی‌دانستند. یا آن‌ها شکل‌گیری تراست‌ها و کارتل‌ها را غیرممکن می‌دانستند، زیرا معتقد بودند که شرکت‌های مشارکت‌کننده در این ترتیبات انحصاری برای عمل نکردن به توافقات انگیزه دارند.

به تدریج، اندیشه‌های مکتب شیکاگو به سایر اقتصاددانان، حقوق‌دانان، سیاست‌گذاران، سیاست‌مداران، قانون‌گذاران و مقررات‌گذاران و قضات نیز سرایت کرد. در دوران ریاست جمهوری ریگان تفکرات مکتب شیکاگو به شدت عملیاتی شد. موج مقررات‌زدایی در دوران ریگان باعث یکی از بزرگ‌ترین امواج ادغام شرکت‌ها در تاریخ آمریکا شد. عجیب این که این موج از ادغام نیز در سال ۱۹۸۷ به سقوط بازارهای مالی منتهی شد، اما حتی این سقوط نیز مانع اشتیاق زائد الوصف برای ادغام شرکت‌ها نشد. تنها عاملی که باعث این موج ادغام شرکت‌ها متوقف شود رکود سال‌های ۱۹۹۰ و ۱۹۹۱ و افت بازار سهام در این سال‌ها بود. از دوران ریاست جمهوری ریگان به بعد، سیاست‌های ضد انحصار و تمرکز قدرت بازاری، سیاست هیچ دولتی در آمریکا نبوده است.

## ۹- مقررات و شیمی‌درمانی

دولت‌ها می‌توانند انحصارات را تبدیل به پدیده‌های دائم کنند، چرا که تنها آن‌ها می‌توانند مانع نوآوری‌ها و رقابتی شوند که شرکت‌های بزرگ را به چالش می‌کشند. اغلب انحصارات در بازارها از طریق حق مالکیت و مالکیت فکری شکل می‌گیرند. حق مالکیت برای صاحب آن‌ها این امکان را فراهم می‌کند که به عنوان پاداش نوآوری خود برای دوره زمانی معینی بتوانند بدون مواجه شدن با رقابت فعالیت کنند. این پاداش شرکت‌ها را تشویق می‌کند تا در پروژه‌های تحقیق و توسعه‌ای سرمایه‌گذاری کنند که ممکن است به ثمر نشستن آن‌ها سال‌ها طول بکشد. اما، حق

<sup>1</sup> Reagan

<sup>2</sup> Patent

مالکیت جنبه منفی نیز دارند و اغلب به عنوان ابزاری برای سرکیسه کردن مصرف‌کنندگان مورد استفاده قرار می‌گیرند.

در سال‌های اوایل دهه‌ی ۱۹۸۰ حرکت به سمت سوء استفاده از قانون مالکیت فکری به روش‌هایی که برای جامعه مضر بود، آغاز گشت. از سال ۱۹۰۰ تا ۱۹۸۲، تعداد موارد حق مالکیت حدود ۱۳۸ درصد افزایش یافت. بعد از ۱۹۸۲، تا سال ۲۰۱۴، تعداد موارد حق مالکیت ۴۱۶ درصد افزایش پیدا کرد. نه تنها تعداد موارد حق مالکیت شدیداً افزایش یافت، بلکه حوزه‌های تحت پوشش آن‌ها نیز به شدت گسترش پیدا کرد. در چند دهه گذشته، شمولیت حق نشر به کارهای منتشر نشده گسترش یافته، الزام به ثبت حق نشر لغو شده و دوره‌های حق نشر از ۲۸ سال به کل دوره حیات نویسنده به علاوه ۷۰ سال افزایش یافته است.

تقریباً نیمی از افزایش در موارد حق مالکیت به حق مالکیت کم کیفیت و نرم‌افزار مرتبط است که احتمالاً حتی در چهارچوب قوانین جاری قابل اعمال هم نیست. با وجود این، آن‌ها مانع نوآوری می‌شوند و هزینه‌های قابل ملاحظه‌ای را به جامعه تحمیل می‌کنند.

شرکت‌ها برای حفظ حقوق مالکیت خود از روش‌های مختلفی استفاده می‌کنند. شرکت‌های تولیدکننده محتوای رسانه‌ای معمولاً اقدام به لابی‌گری در کنگره آمریکا می‌کنند و از طریق افزایش طول دوره حق مالکیت در قوانین طول دوره حق مالکیت در اختیار خود را افزایش می‌دهند. شرکت‌های دارویی غالباً از طریق ثبت فورمولاسیون مجدد یا تعدیل جزیی داروهای خود، حق مالکیت اضافی کسب می‌کنند.

حق مالکیت مانعی بزرگ در مقابل رقابت است، اما مقررات و دیوان‌سالاری نیز موانع بسیاری بزرگی در مقابل شرکت‌هایی هستند که ممکن است شرکت‌های فعلی را به چالش بکشند. اگرچه شرکت‌های بزرگ از مقررات شکایت می‌کنند، اما واقعیت این است که آن‌ها نه تنها چندان به مقررات اهمیت نمی‌دهند، بلکه حتی از وجود آن رضایت دارند. مقرراتی که به اندازه کافی سخت باشند که شرکت‌های کوچک را از میدان به در کنند، اما به اندازه کافی سخت نباشند که شرکت‌های بزرگ را با چالش جدی روبرو کنند، عالی هستند. شرکت‌های بزرگ تیم‌هایی از وکلا و لابی‌گران را در اختیار دارند که شرایط را برای آن‌ها تسهیل می‌کنند. اما، شرکت‌های نوپا بودجه

لازم برای استخدام وکلا و لابی‌گران را ندارند. این هزینه‌های ثابت سهم بیشتری از سود شرکت‌های کوچک در مقایسه با شرکت‌های بزرگ را جذب می‌کنند.

مقررات بیش از حد شرکت‌های نوپای کوچک که در حال مبارزه با شرکت‌های بزرگ هستند را از عرصه فعالیت محو می‌کند. در واقع، مقررات مشابه شیمی‌درمانی فقط نوع مشخصی از شرکت‌ها، یعنی شرکت‌های کوچک، را از بین می‌برند. این یکی از مهم‌ترین موانع ورود به هر صنعتی است.

در ایالات متحده، مقررات به شدت افزایش یافته است. در ۶۰ سال گذشته، جمعیت ۹۸ درصد رشد کرده، اما مقررات فدرال ۸۵۰ درصد افزایش یافته است. تا سال ۲۰۱۶، تعداد واژگان مقررات به ۱۰۴,۶ میلیون لغت رسیده است. برای هر یک قانونی که در کنگره آمریکا به تصویب می‌رسد، دولت فدرال ۱۶ مقرر جدید را وضع می‌کند.

لابی کردن بخش بسیار مهمی از راهبرد تجاری اغلب شرکت‌های انحصاری در آمریکا است. در صناعی که به شدت تحت تأثیر سیاسی کاری هستند، همبستگی بین لابی کردن، وضع مقررات و کسب سود بسیار بالا است. در ۱۵ سال گذشته، مخارج شرکت‌های بزرگ برای مشارکت در کارزارهای سیاسی به شدت افزایش یافته است. فقط در سال ۲۰۱۷، شرکت‌های دارویی به ۸۸۲ لابی‌گر بیش از ۱۷۱,۵ میلیون دلار پرداخت کردند تا با کاهش قیمت داروها مخالفت کنند. در گذشته، بازدهی‌ها از سرمایه‌گذاری روی ماشین‌آلات و تحقیق و توسعه حاصل می‌شد. این مخارج محصولات شرکت‌ها را بهبود می‌دادند، فناوری جدید خلق می‌کردند و بخش واقعی اقتصاد را به حرکت در می‌آوردند. امروزه، بخش غالب افزایش سودآوری از رانت‌جویی و استفاده اقتصادی از نفوذ سیاسی حاصل می‌شود. وقتی قدرت سیاسی در گروه کوچکی از شرکت‌ها متمرکز شود، این مسأله می‌تواند توزیع ثروت در کل اقتصاد را دچار اعوجاج کند.

در سال‌های اخیر، پدیده درب‌های گردان<sup>۱</sup> که به مراتب مهم‌تر از لابی کردن است در آمریکا رایج شده است. درب‌های گردان به رفت و آمد اشخاص بین پُست‌های مرتبط با قانون‌گذاری و

<sup>1</sup> Revolving door

مقررات‌گذاری و اشتغال در شرکت‌هایی که از آن قوانین و مقررات متأثر می‌شوند، اشاره دارد. کلینتون ۶۴ نفر از افرادی که سابقه فعالیت در شرکت‌های تجاری را داشتند در پُست‌های عالی دولت خود به کار گرفت. بوش ۹۱ نفر از چنین افرادی را منصوب کرد. اوباما نیز ۵۶ نفر از چنین اشخاصی را در دولت خود به کار گماشت. رواج درب‌های گردن به تسخیرشدگی نهادهای مقررات‌گذاری منتهی شده است.

امروز، در آمریکا، دولت یک تماشاچی منفعل در مقابل روند افزایش نابرابری نیست. بلکه، بازیگری فعال است که به نفع افراد ثروتمند و قدرتمند اقدام می‌کند و از منافع افرادی حمایت می‌کند که دارای ارتباطات خوبی هستند. این شرایط جامعه را به سمت نابرابر منحرف کرده است.

## ۱۰- ایجاد انحصار در آمریکا به روش‌های جی پی مورگان

جی پی مورگان برای تأمین مالی شرکت‌های در حال ورشکستگی، کسب اکثریت سهام در آن‌ها و سپس، چپاول آن‌ها با تمرکز صرف بر سودآوری با استفاده از مدیران منصوب خود در این شرکت‌ها مشهور است. مورگان با ادغام شرکت‌ها و از بین بردن رقابت شرکت‌های انحصاری ایجاد می‌کرد. بهره‌گیری از روش‌های مورد استفاده مورگان نظام سرمایه‌داری در آمریکا را تغییر داده است.

جنبش ضد انحصاری در نیمه نخست قرن بیستم در آمریکا واکنشی علیه تمرکز قدرت اقتصادی و سیاسی در دست مورگان و افرادی نظیر او بود. اگر اشخاصی صنایع را تحت کنترل خود داشته باشند، می‌توانند دولت را نیز به کنترل خود در آورند. البته، مسأله اصلی خود ثروت نیست، بلکه کنترل آن است. نکته مهم این است که ثروت و کنترل آن دست به دست می‌شود. ابرسرمایه‌داران با نفوذ خود بر بازارها می‌توانند برای تسلط بر صنایع از قدرت و ثروت خود استفاده کنند و قواعد را به نفع خود تغییر دهند. امروز، تمرکز سهامداران به این معنی است که بخش

<sup>1</sup> J.P. Morgan

<sup>2</sup> Morganzation

قابل ملاحظه‌ای از آمریکاییان به طور کامل از منافع مالکیت سهام محروم هستند و بر نحوه عمل بازارها هیچ تأثیری ندارند. تقریباً نیمی از آمریکایی‌ها هیچ سهامی را در تملک ندارند. این در حالی است که قبل از بحران مالی ۲۰۰۸، ۶۲ درصد از آمریکایی‌ها دارای سهام بودند. همچنین، کمتر از ۱۴ درصد از خانوارها مستقیماً مالک سهام شرکتی هستند. نتیجه این که، به رغم عواید بی‌سابقه در بازار سهام آمریکا در سال ۲۰۱۷، تقریباً نیمی از آمریکاییان هیچ سهامی در این سودهای تاریخی نداشتند. ۱ درصد و ۱۰ درصد از ثروتمندترین افراد در آمریکا به ترتیب حدود ۵۰ درصد و بیش از ۸۱ درصد از سهام در این کشور را در اختیار دارند. در مقابل، طبقه متوسط تنها ۸ درصد از کل سهام در این کشور را در مالکیت دارند. اغلب افراد فقیر مالک سهام نیستند، زیرا برای سرمایه‌گذاری پول اضافی ندارند، و به ندرت مشاغلی دارند که باعث شود در طرح‌های بازنشستگی شرکت کنند.

شواهد جدید نشان می‌دهد که مالکیت مشترک شرکت‌های فعال در یک شرکت با رفتار ضد رقابتی رابطه دارد. اصطلاح سهامداری افقی<sup>۱</sup> به وضعیتی اطلاق می‌شود که به موجب آن تعداد اندکی از سرمایه‌گذاران بخش قابل ملاحظه‌ای از سهام شرکت‌هایی را در اختیار دارند که به طور افقی رقیب هم محسوب می‌شوند. در ۴۰ سال گذشته، این نوع از سهامداری به شدت افزایش یافته است. در سال ۱۹۸۰، اگر دو شرکت به طور تصادفی در نظر گرفته می‌شدند، بیش از ۷۵ درصد از آن‌ها هیچ مالک مشترکی نداشتند. در سال ۲۰۱۲، تنها ۸ درصد از جفت شرکت مورد بررسی مالکیت مشترک نداشتند.

تمرکز مالکیت مسأله‌ساز است، زیرا کنترل کل صنایع را در اختیار تعداد معدودی بازیگر قرار می‌دهد. همچنین، مالکیت مشترک باعث می‌شود که شرکت‌ها از رقابت با هم اجتناب کنند. به این ترتیب، شرکت‌ها می‌توانند قیمت‌ها و در نتیجه حاشیه سود را افزایش دهند.

امروزه، شرکت‌های انحصار چندقطبی نه تنها در صنایع خاصی حضور دارند، بلکه بودجه آن‌ها نیز توسط سهامدارانی با قدرت انحصاری چندقطبی تأمین می‌شود. در حال حاضر، ۵

<sup>1</sup> Horizontal shareholding

سرمایه‌گذاری نهادی<sup>۱</sup> بزرگ، یعنی بلک‌راک<sup>۲</sup>، ونگارد<sup>۳</sup>، استیت استریت<sup>۴</sup>، فیدلیتی<sup>۵</sup> و جی‌پی مورگان، ۸۰ درصد کل سهام شرکت‌هایی را در اختیار دارند که در فهرست ۵۰۰ شرکت بازار سهام آمریکا هستند. در واقع، مجموعه‌ای از شرکت‌های انحصاری چندقطبی، مالک سایر شرکت‌های انحصاری چندقطبی هستند.

این ایده که تنها هدف شرکت حداکثر کردن سود و افزایش ارزش دارایی برای سهامداران است، پیامدهای مهمی بر رفتار شرکت‌ها داشته است. هر هزینه‌ای که در جهت منافع سهامداران نباشد، نظیر دستمزد کارکنان و هزینه خدمات درمانی و بازنشستگی آن‌ها و نیز تحقیق و توسعه، حذف می‌شود. شرکت‌ها حتی کمتر روی بازدهی بلندمدت سرمایه‌گذاری می‌کنند. تمام تلاش مدیران شرکت‌ها این است که قیمت سهام شرکت‌ها را افزایش دهند، بدون این که بازدهی شرکت‌ها افزایش یابد. مثلاً، آن‌ها اقدام به بازخرید سهام شرکت خود می‌کنند که تنها سهامداران از آن بهره‌مند می‌شوند. بعد از سقوط بازارهای مالی در سال ۱۹۲۹، بازخرید سهام غیرقانونی شده بود. زیرا، این کار به مثابه دستکاری قیمت سهام است. بعد از بحران مالی جهانی، شرکت‌ها ۵٫۱ تریلیون دلار صرف بازخرید سهام خود کرده‌اند. در حال حاضر، شرکت‌ها تمایل چندانی به سرمایه‌گذاری روی افزایش ظرفیت و عرضه ندارند و ترجیح می‌دهند که قدرت قیمت‌گذاری بیشتری داشته باشند.

بخشی از سود شرکت‌ها به عنوان جبران خدمت به مدیران آن‌ها پرداخت می‌شود. پرداختی به مدیران شرکت‌ها باید به اندازه کافی انگیزه‌بخش باشد تا آن‌ها را به اتخاذ تصمیمات سودآور ترغیب کند. در سال‌های دهه‌ی ۱۹۷۰، نسبت حقوق مدیران به کارکنان حدود ۳۰ به ۱ بود. در آمریکا، اکنون این نسبت به ۳۶۱ به ۱ رسیده است. اغلب پاداش مدیران به عملکرد شرکت مرتبط

<sup>1</sup> Institutional investor

<sup>2</sup> Blackrock

<sup>3</sup> Vanguard

<sup>4</sup> State Street

<sup>5</sup> Fidelity

است و به شکل مالکیت سهام یا اختیار معامله<sup>۱</sup> سهام پرداخت می‌شود. هر چه قیمت سهم بالاتر باشد، ارزش اختیار معامله‌های اعطایی به مدیران بیشتر می‌شود.

## ۱۱- تکه‌های گمشده معما

بعد از بحران مالی جهانی همه متقاعد شدند که آمریکا در میانه بحران نظام سرمایه‌داری قرار دارد. در نتیجه نارضایتی از این شرایط، در آمریکا جنبش تی پارتی<sup>۲</sup> در چهارچوب راست سیاسی و جنبش اشغال وال استریت<sup>۳</sup> در چهارچوب چپ سیاسی شکل گرفت. چند سال بعد، زلزله سیاسی رخ داد. در آمریکا، دونالد ترامپ به عنوان رئیس جمهور انتخاب شد. اگر ترامپ پیروز نشده بود، شاید برنی سندرز<sup>۴</sup> گزینه خوبی بود. او در بخش قابل ملاحظه‌ای از عمر سیاسی خود سوسیالیست بوده است. این در حالی است که در آمریکا، سوسیالیست بودن ویژگی مناسبی برای نامزد انتخابات سیاسی بودن نبوده است. در همین دوران، در سایر کشورهای غربی نیز زلزله‌های سیاسی مهم اتفاق افتاد. اکثر بریتانیایی‌ها طی یک referendum به جدایی از اتحادیه اروپا رأی دادند. در بریتانیا، حزب کارگر به چپ‌گراترین رهبر، یعنی جرمی کوربین<sup>۵</sup> رأی داده است. امواج عوام‌گرایی<sup>۶</sup> سایر کشورهای غربی را نیز در نوردیده است. ایتالیا شاهد ظهور جنبش پنج ستاره<sup>۷</sup> بوده است. در آلمان حزب ملی‌گرای جایگزین برای آلمان<sup>۸</sup> تأسیس شده است. در فرانسه حزب راست‌گرای جبهه ملی<sup>۹</sup> حیات مجدد یافته است. اسپانیا شاهد ظهور حزب دست چپی و تقریباً

<sup>1</sup> Options

<sup>2</sup> Tea Party

<sup>3</sup> Occupy Wall Street

<sup>4</sup> Bernie Sanders

<sup>5</sup> Jeremy Corbyn

<sup>6</sup> Populism

<sup>7</sup> Cinque Stelle movement

<sup>8</sup> Alternative for Germany

<sup>9</sup> Front National



مارکسیست پودموس<sup>۱</sup> است. در کشورهای دموکراتیک غربی مردم دریافته‌اند که سرمایه‌داری مشکل دارد. زلزله‌های سیاسی فوق‌نشان‌دهنده نارضایتی توده مردمی است که با بدهی و بیکاری دست و پنجه نرم می‌کند.

افزایش نابرابری نشانه بیماری است نه خود بیماری. نابرابری بیش از آن که علت تغییرات اقتصادی و سیاسی باشد، معلول است. همچنین، نابرابری و بی‌انصافی یکسان نیستند. این احساس که نابرابری رو به رشد غیرمنصفانه است، باعث آشفتگی‌های سیاسی شده است. بر خلاف ادعاهایی که می‌شود، در حال حاضر، رشد کم نیست که نابرابری را افزایش می‌دهد، بلکه تمرکز بازاری و افول رقابت است که باعث آن شده است.

شرکت‌ها سهم قابل ملاحظه‌ای از عواید اقتصادی را نصیب خود کرده‌اند. سودهای شرکتی به صورت نسبی از تولید ناخالص داخلی نزدیک بالاترین مقادیر تاریخی خود است، در حالی که سهم نیروی کار از تولید ناخالص داخلی نزدیک پایین‌ترین مقادیر تاریخی است. شکاف بین سهم سود شرکتی و نیروی کار از تولید ناخالص داخلی از سال‌های ابتدایی دهه‌ی ۱۹۸۰ شروع شد. بعد از عضویت چین در سازمان تجارت جهانی در سال ۲۰۰۱ روند افزایشی سود شرکتی شتاب گرفت. کارکنان آمریکایی مجبور بودند که با صدها میلیون کارمند چینی که به بازار کار جهانی اضافه شده بودند، رقابت کنند. شرکت‌ها قدرت بازاری کسب کرده‌اند، در حالی که کارکنان باید در بازار جهانی شده نیروی کار فعالیت کنند. افزایش تمرکز بازاری باعث عدم توازن بین شرکت‌ها و کارکنان شده است. رقابت کمتر به شرکت‌ها قدرت بازاری قابل ملاحظه‌ای می‌دهد و به لطف آن، شرکت‌ها قیمت‌ها را افزایش و دستمزدها را کاهش می‌دهند. به این ترتیب، نه تنها دستمزدهای کمتر باعث نابرابری درآمدی می‌شود، بلکه قیمت‌های بالاتر نیز این نابرابری را تشدید می‌کند. نابرابر درآمدی نیز به نوبه خود نابرابری در ثروت را تشدید می‌کند.

نابرابری به خودی خود بد نیست. نابرابری غیرمنصفانه ناشی از وجود انحصارات بد است. در این شرایط، راهکارهایی مثل مالیات بسیار بالا بر درآمد یا بر ثروت واکنش‌های مناسبی نیستند.

<sup>1</sup> Podemos

ممکن است که این راهکارها نشانه بیماری را محو کنند، اما دلیل اصلی بیماری که تمرکز قدرت بازاری است، را رفع نمی‌کند. در این شرایط، راهکار مناسب حمایت از رقابت بیشتر است. برای این منظور مقابله با انحصار باید در دستور کار قرار گیرد.

## ۱۲- آزادی اقتصادی و سیاسی

قرار بود شرکت‌های دارای قدرت بازاری کارایی و قیمت‌ها پایین‌تر را به ارمغان بیاورند. اما، عملاً هیچ کدام از آن‌ها را ارائه نکردند. مردم آمریکا برای دستیابی به این وعده از آزادی اقتصادی صرف نظر کردند. اما، نه تنها به رفاه دست نیافته‌اند، بلکه بعضاً آزادی سیاسی خود را نیز از دست داده‌اند. مخالفت با انحصارات فقط به دلایل اقتصادی نیست. در آمریکا، تمرکز اقتصادی، تمرکز قدرت سیاسی را به بار آورده است و تمرکز این دو قدرت باعث فساد هر دو شده است.

در عمل، برای اغلب مردم، آزادی‌های اقتصادی به مراتب مهم‌تر از آزادی‌های سیاسی هستند. انتخابات‌ها به عموم مردم اجازه می‌دهند که هر چند سال رأی دهند، اما در یک دموکراسی اقتصادی، مردم می‌توانند هر روز، و اغلب روزی چند بار، با انتخاب‌هایی که برای انجام مخارج خود انجام می‌دهند، اعلام رأی نمایند. اما، با وجود انحصارها، اغلب مردم در بسیاری از تصمیمات اقتصادی اساسی خود حق انتخاب ندارند.

شرکت‌های دارای قدرت بازاری، خود را اصلاح نمی‌کنند. بنابراین، قوانین و مقررات باید تغییر کنند به گونه‌ای که قواعد بازی اقتصادی منصفانه شود. باید از طریق احیای رقابت، توازن قوا به بازارها بازگردانده شود. باید ورود شرکت‌های جدید به بازار تسهیل شود. باید به تسخیرشدگی نهادهای مقررات‌گذاری پایان داده شود. اصولی که باید بر اصلاحات حاکم باشند، به شرح ذیل است:

- سرمایه‌داری بدون رقابت، سرمایه‌داری نیست.
- نقش اساسی سرمایه‌داری حداکثر کردن کارایی نیست.
- شرکت‌های انحصاری دشمن رقابت هستند.
- رقابت یکی از مؤلفه‌های اساسی سرمایه‌داری است، زیرا به انتشار قدرت اقتصادی و آزادی سیاسی کمک می‌کند.

- بازارها باید رقابتی باقی بمانند و شرکت‌های جدید باید آزادانه امکان ورود به بازار را داشته باشند.
- سرمایه‌داری باید به برابری فرصت‌ها، نه برابری نتایج، کمک کند.
- سرمایه‌داری مستقل از دولت و جامعه نیست.

## ۱۳- منابع

- [1] Hearn, Denise & Tepper, Jonathan (2018). The Myth of Capitalism: Monopolies and the Death of Competition, Publisher:Wiley.

## اسطوره سرمایه‌داری: انحصارات و مرگ رقابت

حوزه فضای مجازی به اندازه انقلاب اسلامی اهمیت دارد. این فضا مثل یک رودخانه پر از آب و خروشان است که می‌آید و دائماً هم بر آب آن افزوده و خروشان‌تر می‌شود. اگر ما بر این رودخانه تدبیر کنیم و برنامه داشته باشیم، زه‌کشی کنیم و هدایت کنیم، این رودخانه را تا به سد بریزد، می‌شود فرصت. اگر رهاش کنیم و برنامه‌ای برای آن نداشته باشیم می‌شود یک تهدید.

سید محمد

۱۳۹۱/۷/۲

