



Industrial Organization: Concepts, Objectives, and Historical Developments

Amin Haghnejad*, 

a. Department of Applied Economics, Faculty of Economics, University of Tehran, Tehran, Iran.

* Corresponding author.

Article Info	Abstract
Article Type: Research Article Article History: Received: 08 Dec. 2024 Revised: 16 Feb. 2025 Accepted: 25 Feb. 2025 Published: 21 Jun. 2025 Keywords: <i>Firm Behavior, Industrial Organization, Market Structure, New Empirical Industrial Organization (NEIO), SCP Paradigm.</i> JEL Classification: <i>D4, L1, L4.</i>	This paper examines the concepts, objectives, and historical evolution of industrial organization. This branch of economics focuses on the study of market structures, firm behavior and performance, and related public policies such as antitrust policies, regulation, and deregulation. The findings of this research indicate that industrial organization has evolved through four historical stages since Adam Smith. In the first stage (1770s–1860s), classical economists introduced concepts such as competition and monopoly and developed the earliest models of competition analysis. In the second stage (1870s to 1920s), with the emergence of neoclassical economics, many analytical tools for studying markets and firm behavior were introduced by economists and mathematicians, and public policy in the areas of competition and monopolies gained significant attention. The third stage (1930s–1970s) was marked by the introduction of the theory of monopolistic competition and the Structure-Conduct-Performance (SCP) analytical framework. Finally, since the 1980s, the New Empirical Industrial Organization (NEIO) has emerged in response to criticisms of the SCP paradigm. This review, by tracing the evolutionary development of industrial organization, provides researchers with valuable insights into the challenges and research opportunities within this field.

Cite to this paper: Haghnejad, A. (2025). Industrial Organization: Concepts, Objectives, and Historical Developments. *Journal of Economic Research*, 60(1), 800-857.



©Authors retain the copyright and full publishing rights.

Publisher: The University of Tehran Press.

DOI: <https://doi.org/10.22059/jte.2025.390043.1008979>

سازماندهی صنعتی: مفاهیم، اهداف و سیر تحولات تاریخی

امین حق‌نژاد*^۱  

۱. گروه اقتصاد کاربردی، دانشکده اقتصاد، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

* نویسنده مسئول

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: پژوهشی تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۱۸ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۱/۲۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۰۷ تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۳/۳۱ کلیدواژه‌ها: سازماندهی صنعتی، ساختار بازار، رفتار بنگاه، پارادایم SCP، سازماندهی صنعتی تجربی نوین (NEIO)، طبقه‌بندی JEL: D4, LI, L4.	مقاله حاضر به بررسی مفاهیم، اهداف و سیر تحولات تاریخی سازماندهی صنعتی می‌پردازد. این شاخه از علم اقتصاد به مطالعه ساختار بازارها، رفتار و عملکرد بنگاه‌ها و سیاست‌های عمومی مرتبط از قبیل سیاست‌های ضد انحصار، مقررات‌گذاری و مقررات‌زدایی مربوط می‌شود. نتایج پژوهش نشان می‌دهند که سازماندهی صنعتی از زمان آدام اسمیت تاکنون در چهار مرحله تاریخی تکامل یافته است. در مرحله نخست (دهه‌های ۱۷۷۰ تا ۱۸۶۰)، اقتصاددانان کلاسیک مفاهیمی مانند رقابت و انحصار را مطرح کرده و نخستین مدل‌های تحلیل رقابت را توسعه دادند. در مرحله دوم (دهه‌های ۱۸۷۰ تا ۱۹۲۰)، با ظهور اقتصاد نئوکلاسیک، بسیاری از ابزارهای تحلیلی برای مطالعه بازارها و رفتار بنگاه‌ها توسط اقتصاددانان و ریاضی‌دانان معرفی شدند و نیز سیاست‌گذاری عمومی در حوزه رقابت و انحصارات مورد توجه ویژه قرار گرفت. مرحله سوم (دهه‌های ۱۹۳۰ تا ۱۹۷۰) با معرفی نظریه رقابت انحصاری و چارچوب تحلیلی ساختار-رفتار-عملکرد (SCP) همراه بود. سرانجام، از دهه ۱۹۸۰ به بعد، سازماندهی صنعتی تجربی نوین (NEIO) در پی نقدهای وارد بر پارادایم SCP توسعه یافت. این مطالعه مروری با تبیین سیر تکاملی سازماندهی صنعتی، به پژوهشگران در شناسایی چالش‌ها و فرصت‌های تحقیقاتی در این حوزه کمک می‌کند.

استناد به مقاله: حق‌نژاد، امین. (۱۴۰۴). عنوان سازماندهی صنعتی: مفاهیم، اهداف و سیر تحولات تاریخی. *تحقیقات اقتصادی*.

۸۵۷-۸۰۰، (۱)، ۶۰.



© نویسندگان.

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

DOI: <https://doi.org/10.22059/jte.2025.390043.1008979>

۱- مقدمه

آنچه امروزه به عنوان «سازماندهی صنعتی»^۱ شناخته می‌شود، شاخه‌ای از علم اقتصاد است که در طول تاریخ با عناوین دیگری مانند «اقتصاد صنعتی»^۲، «اقتصاد صنعت»^۳، «صنعت و تجارت»^۴ و «اقتصاد بازرگانی»^۵ مورد توجه قرار گرفته است (اینن^۶، ۲۰۱۰؛ بارثوال^۷، ۲۰۲۲). در این میان، اقتصاد صنعتی نزدیک‌ترین عنوان به سازماندهی صنعتی است که امروزه نیز گاهاً مورد استفاده قرار می‌گیرد. به عنوان مثال، سازماندهی صنعتی در بریتانیا و اروپا به عنوان اقتصاد صنعتی نام‌گذاری شده است. اصطلاح «سازماندهی صنعتی» برای نخستین بار در آثار آلفرد مارشال^۸ در اواخر قرن نوزدهم به کار رفته است. به طور مشخص، این عبارت در عناوین پنج فصل پیاپی از کتاب مشهور «اصول علم اقتصاد»^۹ از این اقتصاددان برجسته دیده می‌شود (مارشال، ۱۸۹۰).

اگرچه سازماندهی صنعتی قدمتی به درازای تاریخ اقتصاد و صنعت دارد، نخستین نوآوری‌های تحقیقاتی مدرن در این حوزه به دهه‌های پایانی قرن نوزدهم بازمی‌گردد. در آن دوران، مفاهیم بنیادین سازماندهی صنعتی با ظهور نظریه اقتصاد خرد نئوکلاسیک^{۱۰} توسعه یافتند. این پیشرفت‌ها همچنین تحت تأثیر نابسامانی‌های گسترده در بسیاری از صنایع قرار داشت؛ شرایطی که ادغام‌ها^{۱۱}، اقدامات ضد رقابتی و پیشرفت تکنولوژی منجر به شکل‌گیری انحصارات صنعتی شد. به عنوان مثال، در ایالات متحده، سیاست‌های ضدانحصار^{۱۲} و مقررات تنظیمی برای مقابله با پیامدهای این انحصارات به تدریج طراحی و تدوین گردید. این تدابیر ضد انحصاری طی سال‌های ۱۹۰۰ تا ۱۹۲۰ بسیار مؤثر واقع شدند؛ به طوری که مقامات ضدانحصار پرونده‌های قضایی متعددی علیه اکثر شرکت‌های بزرگ تشکیل دادند و نهادهای نظارتی جدید محدودیت‌هایی بر انحصارات نوظهور در حوزه‌های برق و تلفن اعمال نمودند (دی‌یونگ و شفر^{۱۳}، ۲۰۰۷). در شرایطی که

1. Industrial Organization

2. Industrial Economics

3. Economics of Industry

4. Industry and Trade

5. Business Economics

6. Oinonen

7. Barthwal

8. Alfred Marshall

9. Principles of Economics

10. Neoclassical Microeconomic Theory

11. Mergers

12. Antitrust

13. De Jong and Shepherd

نارضايتی عمومی از عملکرد اقتصاد خصوصی در این برهه زمانی به اوج خود رسیده بود، چنین پیشرفتی در حوزه سازماندهی صنعتی یک واقعه خوشایند تلقی می‌شد. بسیاری از محققان، معرفی نظریه رقابت انحصاری ادورد چیمبرلین^۱ در اوایل دهه ۱۹۳۰ را سرآغاز عصر مدرن سازماندهی صنعتی می‌دانند (پلتزمن^۲، ۱۹۹۱). این دهه، نقطه عطفی برای ورود سازماندهی صنعتی به مرحله‌ای جدید با ایده‌های نوظهور بود. علاوه بر این، دهه ۱۹۳۰ آغازگر تحلیل مدرن انحصار چندجانبه^۳ در پرتو نظریه‌پردازی‌های خلاقانه بود. با این وجود، پس از دهه ۱۹۷۰، گروهی از محققان جوان دستاوردهای پیش از این دهه را نادیده گرفتند. در واقع، آنان ایده‌های دهه‌های ۱۹۳۰ تا ۱۹۶۰ را سطحی و کم‌ارزش جلوه می‌دادند. جالب اینکه محققان دهه ۱۹۳۰ نیز دقیقاً چنین نگرشی نسبت به دوران پیش از خود داشتند. البته سازماندهی صنعتی تا دهه ۱۹۳۰ به عنوان یک تخصص علمی در دانشگاه‌های آمریکا پذیرفته نشده بود. از دهه ۱۹۳۰ به بعد، سازماندهی صنعتی به ابزاری کلیدی برای فهم و مدیریت تعاملات پیچیده در بازارهای اقتصادی تبدیل شد. این رشته با بهره‌گیری از روش‌های اقتصادسنجی و نظریه بازی‌ها^۴ توانست تحلیل عمیق‌تری از رفتار بنگاه‌ها و پویایی بازارها ارائه دهد. نظریه بازی‌ها، به‌ویژه از دهه ۱۹۷۰، به ابزاری اساسی برای مطالعه تعاملات استراتژیک بنگاه‌ها در بازارهای انحصار چندجانبه تبدیل شد. علاوه بر این، اقتصاد رفتاری^۵ نیز نقش بسزایی در توسعه سازماندهی صنعتی ایفا کرده است، چراکه توانسته رفتار مصرف‌کنندگان و تصمیم‌گیری‌های آن‌ها را در محیط‌های رقابتی و انحصاری بررسی کند.

اگرچه نظریه سازماندهی صنعتی نوین که در دهه ۱۹۷۰ و پس از آن شکل گرفت، اغلب به عنوان پیشگامی در این حوزه مطرح می‌شود، اما این دیدگاه نادرست است. پیشگامی واقعی به دهه‌های ۱۸۷۰ تا ۱۹۰۰ مربوط می‌شود، دوره‌ای که نظریه اقتصادی نئوکلاسیک در اروپا و ایالات متحده غالب شد (دی‌یونگ و شفر، ۲۰۰۷). در این برهه، نظریه‌پردازی نظیر آلفرد مارشال و آنتوان آگستین کورنو^۶ نقش بسزایی در شکل‌گیری مفاهیم بنیادی سازماندهی صنعتی ایفا کردند. به‌ویژه، معرفی مفاهیمی مانند منحنی هزینه نهایی، ساختارهای انحصار دوجانبه^۷ و تحلیل شرایط

1. Edward Chamberlin

2. Peltzman

3. Oligopoly

4. Game Theory

5. Behavioral Economics

6. Antoine Augustin Cournot

7. Duopoly

تبادل بازارها، مسیر جدیدی را برای مطالعات اقتصادی گشود. با این وجود، سازماندهی صنعتی ریشه‌های تاریخی عمیق‌تری دارد. اکثر متون این حوزه، دیدگاه‌های کلاسیک را نقطه آغازین مرور ادبیات سازماندهی صنعتی در نظر می‌گیرند، چرا که اقتصاددانان کلاسیک مانند آدام اسمیت برای نخستین بار به بررسی موضوعاتی چون رقابت، انحصار و تأثیر ساختار بازارها بر رفاه اقتصادی پرداختند.

مطالعه حاضر با تحلیل مفاهیم، اهداف و تحولات تاریخی سازماندهی صنعتی، تصویری جامع از سیر تکامل این شاخه از علم اقتصاد ارائه می‌دهد. چنین مطالعه‌ای می‌تواند به پژوهشگران در آشنایی با ادبیات موضوع و شناسایی چالش‌های جدید و فرصت‌های تحقیقاتی در زمینه‌های مختلف سازماندهی صنعتی کمک کند. بخش دوم مقاله به بررسی تعاریف، اهداف و قلمرو سازماندهی صنعتی اختصاص دارد. در بخش سوم، سیر تحولات تاریخی این حوزه در چهار دوره‌ی متوالی بررسی می‌شود و رویکردهای محوری از قبیل پارادایم ساختار-رفتار-عملکرد (SCP) و سازماندهی صنعتی تجربی نوین (NEIO) مورد بحث قرار می‌گیرند. در نهایت، خلاصه و نتیجه‌گیری مطالعه در بخش چهارم ارائه می‌شود.

۲- تعاریف، اهداف و قلمرو سازماندهی صنعتی

تاکنون تعاریف گوناگونی از سازماندهی صنعتی ارائه شده است که بررسی آنها می‌تواند اهداف و قلمرو مطالعاتی این شاخه از علم اقتصاد را مشخص نماید. استیگلر^۱ (۱۹۶۸) هدف اصلی سازماندهی صنعتی را بررسی ساختار بازارها یا توزیع اندازه بنگاه‌ها، عوامل تعیین‌کننده ساختار بازار، تأثیر تمرکز بر رقابت و اثرات رقابت بر قیمت‌ها، سرمایه‌گذاری، نوآوری و غیره می‌داند. وی همچنین به ماهیت تجربی سازماندهی صنعتی و جنبه‌های سیاست‌گذاری عمومی آن (مانند سیاست‌های ضدانحصار و تنظیمی) اشاره می‌کند. کیوز^۲ (۱۹۷۴) بیان می‌کند که سازماندهی صنعتی اساساً به مطالعه ساختار بازارها و تأثیر آنها بر رفاه اقتصادی می‌پردازد. وی معتقد است که سازماندهی صنعتی در صدد پاسخگویی به دو پرسش کلیدی است: نخست، بر اساس معیارهای

^۱. Stigler

^۲. Caves

اقتصاد رفاه، چگونه یک بازار می‌تواند بهترین عملکرد را داشته باشد؟ دوم، کدام ویژگی‌های ساختاری بازار منجر به عملکرد مطلوب یا نامطلوب بنگاه‌ها می‌شوند؟ اِشمالنسی^۱ (۱۹۸۷) سازماندهی صنعتی (یا اقتصاد صنعتی) را شاخه‌ای از علم اقتصاد می‌داند که ابزارهای ضروری برای تحلیل تعاملات بازارها و ارزیابی پیامدهای اقتصادی آنها برای جامعه را فراهم می‌آورد. وی تصریح می‌کند که این حوزه به بررسی بازارهایی می‌پردازد که مدل استاندارد «رقابت کامل»^۲ در مورد آنها کاربردی ندارد. در چنین شرایطی، ویژگی‌های مطلوب مدل‌های «رقابت ناقص»^۳ و طراحی سیاست‌های ضدانحصار و تنظیمی دولت، که با هدف بهبود عملکرد بازارها تدوین می‌شوند، مورد توجه قرار می‌گیرد. تیرل^۴ (۱۹۸۸) سازماندهی صنعتی را مطالعه عملکرد بازارها به عنوان یک مفهوم اساسی در اقتصاد خرد تعریف می‌کند. از نظر کارلتن^۵ (۱۹۸۹)، سازماندهی صنعتی در صدد پاسخ به سه پرسش اساسی است: صنایع فردی چگونه عمل می‌کنند؟ چگونه یک صنعت به قیمت و مقدار تعادلی محصول دست می‌یابد؟ و یک صنعت در مواجهه با تغییرات زمانی شرایط عرضه و تقاضا چگونه رفتار می‌کند؟ کاوِن و لَوین^۶ (۱۹۸۹) بیان می‌کنند که یکی از پرسش‌های اساسی در حوزه سازماندهی صنعتی این است که بنگاه‌ها و بازارها چگونه باید سازماندهی شوند تا مطلوب‌ترین عملکرد اقتصادی را به ارمغان آورند. دیودار^۷ (۱۹۹۴) سازماندهی صنعتی را شاخه‌ای از اقتصاد خرد می‌داند که به بررسی ماهیت و رفتار بنگاه‌ها در بازارهای غیررقابتی می‌پردازد؛ به گونه‌ای که پیامدهای مثبت و هنجاری رقابت و قدرت بازاری^۸ را تحلیل کرده و نقش سیاست‌های تنظیمی و ضدانحصار دولت را در بهبود عملکرد بازارها ارزیابی می‌کند. از نظر چرچ و وِر^۹ (۲۰۰۰)، سازماندهی صنعتی به مطالعه عملکرد و سازکار بازارهای رقابت ناقص و بررسی رفتار بنگاه‌هایی که در این بازارها فعالیت می‌کنند، می‌پردازد. دی‌یونگ و شِفرد (۲۰۰۷) بحث می‌کنند که هسته اصلی سازماندهی صنعتی از دو مفهوم اساسی رقابت و قدرت انحصاری و اثرات آنها بر بازارها و کل اقتصاد تشکیل شده است. این نویسندگان موضوعات اصلی مورد بحث در سازماندهی صنعتی مدرن را به چهار دسته تقسیم می‌کنند: (۱) درجه رقابت و انحصار^{۱۰}؛ چه درجه‌ای

1. Schmalensee

2. Perfect Competition

3. Imperfect Competition

4. Tirole

5. Carlton

6. Cohen and Levin

7. Deodhar

8. Market Power

9. Church and Ware

10. Degrees of Competition and Monopoly

از رقابت یا قدرت انحصاری در یک بازار خاص وجود دارد؟ (۲) عوامل تعیین‌کننده رقابت یا انحصار^۱: چه عواملی شدت رقابت یا قدرت انحصاری را تعیین می‌کند؟ (۳) رفتار^۲: چگونه رقابت و انحصار بر رفتار بنگاه‌ها تأثیر می‌گذارند؟ (۴) عملکرد^۳: چگونه رقابت و انحصار بر سودها، قیمت‌ها، کارایی، نوآوری و دیگر ابعاد عملکرد بنگاه‌ها تأثیر می‌گذارند؟ علاوه بر این، دی‌یونگ و شفرد تأکید دارند که سازماندهی صنعتی یک جنبه مهم مرتبط با سیاست‌گذاری عمومی نیز دارد. در این راستا، پیشگامان این حوزه به تحلیل سیاست‌هایی پرداخته‌اند که با هدف جلوگیری از شکل‌گیری انحصار یا مهار و اصلاح آن در صورت وقوع، تدوین شده‌اند. این سیاست‌ها عمدتاً شامل موارد زیر هستند: (۱) سیاست‌های ضدانحصار، با هدف جلوگیری از شکل‌گیری یا کاهش قدرت انحصاری؛ (۲) سیاست‌های تنظیمی یا مقررات‌گذاری^۴، با هدف کنترل «انحصارات طبیعی»^۵؛ (۳) سیاست‌های مقررات‌زدایی^۶، با هدف حذف موانع و محدودیت‌های رقابت؛ (۴) مالکیت عمومی بنگاه‌ها^۷، با هدف تأمین منافع عمومی در شرایط ناکارآمدی رقابت. از دیدگاه آینو و لوین^۸ (۲۰۱۰)، سازماندهی صنعتی به بررسی ساختار صنایع در اقتصاد و رفتار بنگاه‌ها و افراد در این صنایع می‌پردازد. این حوزه به‌طور تاریخی بر چگونگی انحراف بازارها از شرایط ایده‌آل رقابت کامل تمرکز داشته است، انحرافات^۹ که ممکن است به‌علت صرفه‌های ناشی از مقیاس^{۱۰}، هزینه‌های معاملاتی^{۱۱}، رفتار استراتژیک^{۱۱} و یا عوامل دیگر باشند. از منظر تجربی، این موضوع منجر به طرح پرسش‌هایی در مورد نقش رقابت در بازارهای مختلف و ارتباط آن با ساختار صنعت می‌شود. این پرسش‌ها با مسائل سیاست‌گذاری عمومی، از قبیل تعیین موضع مناسب در سیاست‌های ضدانحصار نسبت به صنایع متمرکز یا طراحی سازکارهای تنظیمی برای صنایع برخوردار از صرفه‌های ناشی از مقیاس، انطباق دارند. مجلینا^{۱۲} (۲۰۱۱) سازماندهی صنعتی را مطالعه بازارهایی می‌داند که از شرایط رقابت کامل فاصله دارند (یعنی فروض اساسی مدل رقابت کامل را نقض می‌کنند). بر این اساس، تمرکز مدل‌های سازماندهی صنعتی بر نقش ویژگی‌های خاص بازار و رفتار بنگاه‌ها در

1. Determinants of Competition or Monopoly

2. Conduct (Behavior)

3. Performance

4. Regulation

5. Natural Monopolies

6. Deregulation

7. Public Enterprise

8. Einav and Levin

9. Economies of Scale

10. Transaction Costs

11. Strategic Behavior

12. Maggiolino

شکل‌گیری، رشد و تداوم قدرت بازاری است. از نظر مک‌فتریج^۱ (۲۰۱۱)، سازماندهی صنعتی یا اقتصاد صنعتی به‌طور سنتی به‌عنوان مطالعه ساختار بازارها و بنگاه‌ها و تعاملات میان آنها تعریف می‌شود. به‌طور کلی، سازماندهی صنعتی اساساً در صدد پاسخ به سه پرسش مهم است: (۱) چه عواملی ساختار بازارها و بنگاه‌ها را شکل می‌دهند؟ (۲) سازماندهی بازارها چگونه بر رفتار بنگاه‌ها و عملکرد بازارها تأثیر می‌گذارد؟ (۳) رفتار بنگاه‌ها چگونه بر ساختار یا سازماندهی بازارها و عملکرد آنها تأثیر می‌گذارد؟ اشمالنسی^۲ (۲۰۱۲) خاطرنشان می‌کند که موضوع اصلی سازماندهی صنعتی بررسی پیامدهای انحراف بازارهای واقعی از شرایط ایده‌آل رقابت کامل برای رفتار فروشندگان و در نتیجه برای عملکرد بازار است. از دیدگاه ترمبلی و ترمبلی^۳ (۲۰۱۲)، سازماندهی صنعتی، که گاهی با عنوان اقتصاد صنعتی نیز شناخته می‌شود، به ارائه مفاهیم نظری و شواهد تجربی درباره بازارهای رقابت ناقص می‌پردازد. این حوزه به بررسی رفتار استراتژیک بنگاه‌ها و عملکرد اقتصادی بازارهای رقابت ناقص اختصاص دارد. پرسش‌هایی نظیر اینکه چه عواملی ساختار بازار را شکل می‌دهند، چرا برخی صنایع شامل تعداد زیادی تولیدکننده هستند در حالی که در سایر صنایع تنها یک یا چند تولیدکننده فعالیت می‌کنند؟ بازارها چگونه عمل می‌کنند؟ و رقابت ناقص چه پیامدهای اقتصادی دارد؟ در این حوزه مورد بررسی قرار می‌گیرند. این نویسندگان تأکید دارند که سیاست‌گذاری عمومی در ارتباط با مسائل مربوط به قدرت بازاری ناشی از رقابت ناقص، یکی از جنبه‌های کلیدی سازماندهی صنعتی است. به عقیده آنها، درک نحوه شکل‌گیری ساختار بازارها و بررسی پیامدهای اقتصادی رقابت ناقص، به ارزیابی دقیق‌تر و مؤثرتر منافع سیاست‌های ضدانحصار و مقررات‌گذاری کمک می‌کند. همچنین، ترمبلی و ترمبلی به تفاوت سازماندهی صنعتی با اقتصاد خرد اشاره کرده و بیان می‌کنند که این حوزه، به دلیل تأکید بیشتر بر بازارهای واقعی، نظم‌نهادی و شواهد تجربی، از نظریه اقتصاد خرد متمایز است. از دیدگاه نرمن و چیزم^۴ (۲۰۱۴)، سازماندهی صنعتی شاخه‌ای از علم اقتصاد است که به تحلیل رفتار بنگاه‌ها در بازارهای رقابت ناقص، به‌ویژه بازارهای انحصار چندجانبه می‌پردازد. این حوزه شامل مطالعه سازماندهی داخلی بنگاه‌ها، تصمیم‌گیری استراتژیک و مقررات و سیاست‌های ضدانحصار است و از نظریه بازی‌های

1. McFetridge

2. Schmalensee

3. Tremblay and Tremblay

4. Norman and Chisholm

غیرهمکارانه^۱ و اقتصادسنجی کاربردی به عنوان روش های اصلی تحلیل بهره می گیرد. یوزونیدس^۲ (۲۰۱۶) سازماندهی صنعتی را زمینه ای خاص از مطالعه ساز کارهای اقتصادی می داند که موضوع اصلی آن، سازماندهی بازارها و بنگاه ها و استراتژی های آنها است. این حوزه همچنین به توسعه ابزارهایی برای اجرای سیاست های عمومی در زمینه تنظیم بازار می پردازد. از نظر کبرال^۳ (۲۰۱۷)، سازماندهی صنعتی به مطالعه عملکرد بازارها و صنایع و شیوه رقابت میان بنگاه ها می پردازد. وی پیشنهاد می کند که «اقتصاد رقابت ناقص^۴» می تواند عنوان دقیق تری برای این حوزه باشد. بر این اساس، چهار پرسش کلیدی در حوزه سازماندهی صنعتی مطرح می شود: (۱) آیا بنگاه ها از قدرت بازاری برخوردارند؟ (۲) چگونه بنگاه ها این قدرت بازاری را کسب و حفظ می کنند؟ (۳) پیامدهای قدرت بازاری چیست؟ (۴) سیاست های عمومی چگونه می توانند با قدرت بازاری مقابله کنند؟ بارثوال (۲۰۲۲) اقتصاد صنعتی یا سازماندهی صنعتی را شاخه ای مجزا از اقتصاد خرد می داند که به مسائل اقتصادی بنگاه ها و صنایع و ارتباط آنها با جامعه می پردازد.

۳- سیر تحولات تاریخی سازماندهی صنعتی

به طور کلی، تاریخ سازماندهی صنعتی را می توان به چهار دوره متوالی تقسیم کرد: دهه های ۱۷۷۰ تا ۱۸۶۰؛ دهه های ۱۸۷۰ تا ۱۹۲۰؛ دهه های ۱۹۳۰ تا ۱۹۷۰؛ دهه ۱۹۸۰ تاکنون. در ادامه، مهمترین تحولات و پیشرفت های این حوزه در هر دوره تاریخی مرور خواهند شد.

۳-۱- دهه های ۱۷۷۰ تا ۱۸۶۰

در آثار اقتصاددانان کلاسیک مباحث زیادی پیرامون شیوه های رقابت بنگاه ها با یکدیگر، موانع موجود بر سر راه رقابت و نیز منابع و پیامدهای قدرت انحصاری بنگاه ها مطرح شده است (بک هاوس^۵، ۱۹۹۰). بخش های قابل توجهی از اثر ماندگار آدام اسمیت، «تحقیقی پیرامون ماهیت و علل ثروت ملل^۶ (۱۷۷۶)»، به موضوعات اصلی سازماندهی صنعتی از قبیل رقابت، پیامدهای

¹. Non-Cooperative

². Uzunidis

³. Cabral

⁴. Economics of Imperfect Competition

⁵. Backhouse

⁶. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations

انحصار و تبانی^۱ و عوامل تعیین‌کننده اندازه و ساختار بنگاه‌ها پرداخته‌اند. به‌عنوان مثال، اسمیت در مورد تبانی میان بنگاه‌های به‌ظاهر رقیب و برخورداری از قدرت انحصاری چنین می‌نویسد (پپل^۲ و همکاران، ۲۰۱۴):

«افرادی که در یک حرفه مشترک فعالیت دارند حتی در جشن‌ها و برنامه‌های تفریحاتی هم به ندرت گرد هم می‌آیند، مگر اینکه دسیسه‌ای علیه عامه مردم یا تدابیری برای افزایش قیمت در کار باشد^۳.» انحصارگرها با محدودسازی مداوم عرضه کالاها، هیچ‌گاه تقاضای مؤثر را به‌طور کامل تأمین نمی‌کنند و به این ترتیب کالاهای خود را با قیمتی فراتر از قیمت طبیعی به فروش می‌رسانند^۴.

اسمیت استدلال می‌کند که هرچه تعداد بنگاه‌ها کمتر باشد، تبانی میان آنها آسان‌تر خواهد بود و این امر می‌تواند منجر به افزایش قیمت‌ها شود. وی توضیح می‌دهد که ممکن است دسیسه و تبانی به‌عنوان ابزارهایی برای رقابت کردن و دستیابی به قدرت بازاری مورد استفاده قرار گیرند^۵. اسمیت تحرک ناقص منابع و نیز بی‌کشش بودن عرضه عوامل تولید را به‌عنوان منابع قدرت انحصاری تشخیص داد که از نظر وی قابل حذف نیستند (سالودری و سینیورینا^۶، ۲۰۱۳). اصطلاح «انحصار طبیعی» برای نخستین بار توسط توماس رابرت مالتوس^۷ در سال ۱۸۱۵ معرفی شد و به مواردی اطلاق می‌شد که عرضه منابع طبیعی محدود بود. سمیول بیل^۸ در سال ۱۸۲۵، «انحصارات»^۹ را به‌عنوان بازارهایی با محدودیت ورود و یک یا چند فروشنده رقیب تعریف کرد. وی همچنین بازارهایی را شناسایی کرد که بنگاه‌های پیشگام در صنعت^{۱۰} دارای یک مزیت هزینه‌ای نسبت به بنگاه‌های تازه‌وارد^{۱۱} بودند و نقش رقابت بالقوه را برجسته نمود. در سال ۱۸۳۶، ناسا سینیور^{۱۲} بر نقش نوآوری در ایجاد رقابت تأکید کرد و عدم دسترسی به اطلاعات مربوط به

را سبقت‌جویی و مسابقه میان رقبا می‌دانست. بر این اساس، واضح است که رقابت و قدرت بازاری در تضاد با یکدیگر نیستند (فاکِرلو و کیورز^{۱۳}، ۲۰۱۶).

1. Collusion

2. Pepal

3. Adam Smith, 1776, The Wealth of Nations, Book I, Chapter X.

4. Adam Smith, 1776, The Wealth of Nations, Book I, Chapter XII.

۵. لازم به ذکر است که مفهوم امروزی «رقابت کامل» تنها در

دهه ۱۹۳۰ به‌طور کامل تعریف شده است (ماکوک^{۱۴}، ۱۹۹۵).

قبل از آن، رقابت به‌عنوان یک فعالیت تلقی می‌شد و رقابت

کردن به‌معنای اتخاذ استراتژی‌هایی برای دستیابی به قدرت

انحصاری (یعنی قدرت قیمت‌گذاری) بود. آدام اسمیت نیز رقابت

6. Salvadori and Signorino

7. Thomas Robert Malthus

8. Samuel Bailey

9. Monopolies

10. Incumbents

11. New Entrants

12. Nassau Senior

سود بنگاه‌ها را به‌عنوان منبع قدرت بازاری در نظر گرفت. در سال ۱۸۴۸، جان استیورت میل^۱ موقعیت‌های انحصار طبیعی در معنای نوین آن شناسایی کرد و با اسمیت هم‌عقیده بود که تعداد محدود بنگاه‌ها زمینه را برای تبانی فراهم می‌کند. وی همچنین بسیاری از محدودیت‌های عملی رقابت را توصیف کرد که معروف‌ترین آنها «عادات»^۲ است. با این حال، میل معتقد بود که حتی در میان تعداد محدودی از تولیدکنندگان نیز تا حدی رقابت شکل خواهد گرفت و نوآوری را نتیجه‌ی تلاش بنگاه‌ها برای بقا در عرصه رقابت می‌دانست. در سال ۱۸۶۷، کارل مارکس^۳ پیش‌بینی کرد که در اقتصادهای سرمایه‌داری^۴، رقابت منجر به افزایش تمرکز و تجمع سرمایه می‌شود و در نتیجه، شرکت‌های بزرگ با قدرت انحصاری رو به رشد پدیدار می‌گردند. در سال ۱۸۷۴، جان الیت کرنس^۵ که اغلب به‌عنوان آخرین اقتصاددان کلاسیک شناخته می‌شود، مفهوم «گروه‌های غیررقابتی»^۶ را مطرح کرد (منظور گروه‌هایی از تولیدکنندگان است که رقابت درون‌گروهی میان آنها وجود دارد اما رقابت بین‌گروهی غیرممکن است). به طور خلاصه، اقتصاددانان کلاسیک مجموعه‌ای از استراتژی‌های رقابت و نیز برخی موانع که بر سر راه فرآیند رقابت بود را شناسایی کرده بودند. از آنجایی که آنان به قابلیت خودتنظیمی بازارها در شرایط رقابت آزاد اعتقاد داشتند، معمولاً قدرت انحصاری ناشی از استراتژی‌های بنگاه را در معرض تهدیدهای (واقعی و بالقوه) رقابت می‌دیدند. تا زمانی که بازار فاقد محدودیت‌های قانونی بود، رقابت به‌عنوان یک پدیده بسیار رایج تلقی می‌شد. چنین برداشتی بیشتر با این حقیقت تأیید می‌شود که در نوشته‌های آنان فضای نسبتاً کمی به موضوع خاص انحصار اختصاص داده شده است (فاکِرِلو و کیورز^۷، ۲۰۱۶).

در نیمه اول قرن نوزدهم، نظریه‌های دیگری نیز توسعه یافتند. به‌عنوان مثال، آنتوان آگستین کورنو در سال ۱۸۳۸ به مسأله حداکثرسازی سود انحصارگر پرداخت و سپس یک مدل انحصار دوجانبه ارائه داد که در آن، بنگاه‌ها بر سر مقدار تولید رقابت می‌کنند. وی نشان داد که چنانچه تعداد بنگاه‌ها به سمت بی‌نهایت میل کند، شدت رقابت به‌طور «نامحدود»^۸ افزایش می‌یابد.

1. John Stuart Mill

2. Customs

3. Karl Marx

4. Capitalism

5. John Elliot Cairnes

6. Non-Competing Groups

7. Faccarello and Kurz

8. Unlimited

کورنو همچنین توضیح داد که در صورت نزولی بودن تابع هزینه نهایی، یک انحصار کامل^۱ به وجود خواهد آمد. وی نقش برجسته‌ای در شناسایی هزینه‌های ثابت و متغیر و نیز تعریف مفاهیمی مانند هزینه نهایی، درآمد نهایی و حداکثرسازی سود داشت. اگرچه کورنو نقش بسزایی در توسعه نظریه‌های رقابت کامل و انحصار داشت، اما شهرت وی بیشتر به دلیل ارائه مدل انحصار دوجانبه است (لیپچینسکی^۲ و همکاران، ۲۰۱۷). در سال ۱۸۳۹، چارلز الت^۳ یک مدل انحصار دوجانبه با حدسیات قیمتی^۴ توسعه داد. وی اولین اقتصاد-ریاضی‌دان آمریکایی بود که توابع تقاضا و هزینه و نیز مدل قیمت‌گذاری را (هرچند با شناختی محدود) تصریح کرد. در سال ۱۸۴۴، جولس دوپویت^۵ زبان رفاهی ناشی از قیمت‌گذاری انحصاری را محاسبه کرد، نظریه تبعیض قیمت^۶ را پایه‌گذاری کرد، برخی موانع ورود بنگاه‌ها به بخش حمل و نقل را شناسایی کرد و شبکه حمل و نقل را به‌عنوان یک انحصار طبیعی معرفی کرد (ماسکا^۷، ۱۹۹۸). در سال ۱۸۵۰، داینیسیس لاردنر^۸ مدل حداکثرسازی سود انحصارگر را در یک فضای هندسی تشریح نمود.

آنچه تاکنون ارائه شد، شواهدی است دال بر اینکه برخی از مفاهیم اصلی سازماندهی صنعتی، مانند رقابت و انحصار، حداقل از زمان آدام اسمیت مورد توجه اقتصاددانان مکاتب فکری مختلف بوده‌اند. با این حال، همان‌طور که قبلاً اشاره شد، دهه ۱۸۷۰ سرآغاز عصر مدرن در تاریخ سازماندهی صنعتی تلقی می‌شود. در حقیقت، پیشرفت صنعتی و پیدایش نظریه‌های اقتصادی نئوکلاسیک، که ابزارهای ریاضی-تحلیلی مفیدی را فراهم آوردند، عصر جدیدی را در تاریخ سازماندهی صنعتی رقم زدند. از این زمان به بعد، نقش اقتصاددانان آمریکایی و کانادایی در پیشبرد اهداف تحقیقاتی و سیاستی سازماندهی صنعتی بیشتر شد. به‌ویژه، از حدود سال ۱۹۰۰ به بعد، سهم عمده پیشرفت‌های فنی در این حوزه مرهون تلاش‌های این اقتصاددانان است. این در حالیست که در دوره‌های پیشین، اقتصاددانان اروپایی و بریتانیایی نقش برجسته‌تری داشته‌اند. به‌طور طبیعی، با گذشت زمان، دامنه موضوعات تحت پوشش این حوزه از علم اقتصاد نیز وسیع‌تر شده است.

1. Pure Monopoly

2. Lipczynski

3. Charles Ellet

4. Price Conjectures

5. Jules Dupuit

6. Price Discrimination

7. Mosca

8. Dionysius Lardner

۳-۲- دهه‌های ۱۸۷۰ تا ۱۹۲۰

همان‌طور که اشاره شد، موج دوم تحولات اقتصاد سازماندهی صنعتی به دهه‌های ۱۸۷۰ تا ۱۹۲۰ مربوط می‌شود که از آن به‌عنوان عصر مدرن سازماندهی صنعتی یاد می‌کنند. در این دوره، مفاهیم و نوآوری‌های جدیدی در این حوزه در اروپا و به‌ویژه در ایالات متحده معرفی گردید. آمریکایی‌ها برای مدت زمان طولانی از رقابت حمایت کرده و با انواع کنترل‌های بازاری توسط انحصارگرها و قیمت‌گذاران^۱ مقابله نمودند. پس از دهه ۱۸۷۰، تمرکز روی رقابت حتی آشکارتر شد. نظریه جدید اقتصاد خرد تأکید داشت که رقابت بازار را به‌سوی تخصیص کارای منابع سوق می‌دهد. با این حال، کشمکش‌ها و اختلالات شدید در بازارهای صنعتی موجب شد رقابت واقعی در بسیاری از بخش‌های اقتصاد رو به رشد ایالات متحده روندی نزولی در پیش گیرد. به‌عنوان مثال، تراست جدید «استاندارد اویل»^۲ و نیز تراست «یو اس استیل»^۳ در سال ۱۹۰۱ به قدرت انحصاری بالایی دست یافتند. به‌طور مشابه، راه‌آهن‌های غرب تا سال ۱۸۹۰ قدرت انحصاری قابل توجهی بدست آوردند. همچنین، تولیدکنندگان فلزات سنگین، سازندگان تجهیزات کشاورزی، انحصارات جدید برق و تلفن و شماری دیگر از تراست‌های نزدیک به انحصار در صنایع مختلف ایالات متحده در اولین موج بزرگ ادغام‌های مربوط به دوره زمانی ۱۹۰۴-۱۸۸۷ نیز چنین شرایطی را تجربه نمودند. این مسائل نه تنها به‌واسطه افزایش ادغام‌ها بلکه به‌دلیل انواع سوءاستفاده‌های بنگاه‌های غالب (مسلط) از رقبای کوچک شدت یافتند. بنابراین، دقیقاً زمانی که نابسامانی صنعتی در حال تبدیل شدن به یک حقیقت تلخ بود و نیاز مبرم به رهنمودها و ابزارهای سیاستی جدید احساس می‌شد، مفاهیم رقابت به دور از این جنجال‌ها در حال توسعه بودند. تضاد میان نظریه روشن و واقعیت مبهم محققان برجسته را به قضاوت‌ها و انتخاب‌های سیاسی پیچیده‌ای واداشت. آمریکایی‌ها برای مدت زمان طولانی با انحصار و استثمارهای صنعتی در بازارهای کوچک محلی مقابله کرده بودند، اما با رویدادهای دهه‌های ۱۹۰۰-۱۸۷۰، این مسائل در سطح ملی نمایان شدند و مستلزم راهکارهای اساسی‌تری بودند. هم‌زمان با تحولات صنعتی، تحلیل دقیق رقابت کامل و دگرگونی‌های آن از دهه ۱۸۷۰ با نظریه‌پردازی اقتصاددانان نئوکلاسیک آغاز شد. پیامدهای رقابت

1. Price Fixer

3. US Steel Trust

2. Standard Oil Trust

به‌عنوان مجموعه‌ای از شرایط فنی مرتبط با هزینه‌ها و قیمت‌های تعادلی تعریف گردید. همچنین، شرایط انحصاری و پیامدهای آن از جنبه‌های نظری و عملی مورد بررسی قرار گرفت. تحولات صنعتی در دهه‌های ۱۸۸۰ و ۱۸۹۰ ضرورت تحقیقات علمی در این حوزه را آشکارتر ساخت. نمایندگان شرکت‌های بزرگ ادعا داشتند که صرفه‌های ناشی از مقیاس موجب رشد سریع ادغام‌ها و ظهور بنگاه‌های غالب شده است که این امر تهدیدی جدی برای رقابت در صدها بازار به شمار می‌رفت. این مسأله گروهی از پژوهشگران را به تأمل و تألیف درباره موضوعات مهم سازماندهی صنعتی واداشت. آنان همچنین به بررسی ضرورت تدوین سیاست‌هایی نظیر قوانین ضد انحصار و مقررات تنظیمی در حوزه خدمات عمومی پرداختند. در ایالات متحده، افکار و احساسات عمومی علیه انحصار در عصر جکسونی^۱ به شدت برانگیخته شد. تا نیمه دوم قرن نوزدهم، این جریان به حدی قوت گرفت که احزاب سیاسی در بسیاری از ایالت‌ها رسماً خود را «حزب ضد انحصار»^۲ نامیدند و حتی در سال ۱۸۸۴ یک حزب ملی در این زمینه تشکیل شد. در این دوره، بسیاری از آمریکایی‌ها متقاعد شده بودند که تعداد محدودی از شرکت‌های بزرگ و تراست‌ها، مانند استاندارد اویل و امریکن تباکو^۳، قدرت بازاری خود را دقیقاً به شیوه‌ای که آدام اسمیت پیش‌بینی کرده بود، به‌کار گرفته‌اند. در نهایت، توافقی حاصل شد که برای حفظ رقابت در بازارها، باید چارچوب قانونی مشخصی تعریف شود. بدین ترتیب، جنبش افکار عمومی الهام گرفته از دیدگاه اسمیتی منجر به تصویب اولین قانون ضدانحصار ایالات متحده تحت عنوان «قانون شرمین ۱۸۹۰»^۴ توسط کنگره آمریکا شد. تصویب قانون ضدانحصار شرمین، که تراست‌ها را به‌عنوان فعالیت‌های ضد رقابتی منع می‌کرد، یکی از مهمترین رویدادها در تاریخ سازماندهی صنعتی تلقی می‌شود. از آن پس، سیاست‌های عمومی به سازماندهی صنعتی افزوده شد. نکته جالب توجه این است که دغدغه‌های آدام اسمیت صراحتاً در دو بند اصلی این قانون منعکس شده است. بند یکم این قانون، قراردادهای ادغام‌ها و تبنای‌ها در جهت محدود کردن تجارت را ممنوع می‌کند. بند دوم نیز هرگونه تلاشی در جهت انحصاری کردن بازارها را غیر قانونی اعلام می‌دارد (پیل و همکاران، ۲۰۱۴). سیاست ضدانحصار در ابتدا بر جلوگیری از توافقات تبنای‌گرایانه^۵ برای افزایش قیمت‌ها (مطابق بند یکم

^۱. Jacksonian Era

^۲. Anti-Monopoly Party

^۳. American Tobacco

^۴. The 1890 Sherman Act

^۵. Collusive Agreements

قانون شرمین) تمرکز داشت، اما با گذشت زمان، این سیاست ابعاد وسیع‌تری پیدا کرد. از منظر تاریخ سازماندهی صنعتی، سال ۱۸۹۰ در اروپا نیز اهمیت ویژه‌ای داشت. انتشار کتاب «اصول علم اقتصاد»^۱ اثر آلفرد مارشال در این سال، به‌عنوان سنگ بنای مکتب اقتصاد نئوکلاسیک شناخته می‌شود و یک تحول اساسی در این حوزه ایجاد کرد.

یکی از مشخصه‌های برجسته دوره دوم تحولات سازماندهی صنعتی، به‌کارگیری ابزارهای تحلیلی است که در دهه‌های قبل توسط اقتصاددانان و ریاضی‌دانانی همچون جولس دوپویت و آگستین کورنو ارائه شده بودند، اما برای مدت طولانی مورد غفلت واقع شده بودند. بسیاری از پیشرفت‌های نظری مدرن در زمینه‌های مطلوبیت و قیمت‌گذاری مرهون دستاوردهای این اندیشمندان بوده است و در حقیقت آنان طلایه‌داران واقعی اقتصاد نئوکلاسیک به شمار می‌روند. به‌عنوان مثال، مدل رقابت مقداری کورنو با گذشت بیش از چهار دهه برای نخستین بار در اوایل دهه ۱۸۸۰ مورد بازنگری قرار گرفت. در سال ۱۸۸۱، فرانسیس اجوورث^۲ با الهام از کورنو، یک مدل انحصار دوجانبه مبتنی بر فرض رقابت قیمتی و همگنی محصول را معرفی کرد. وی همچنین برای نخستین بار برخی الزامات رقابت مانند ارتباطات آزاد، تقسیم‌پذیری کالا و تعدد فروشندگان را تعریف کرد. جوزف برترند^۳ نیز در سال ۱۸۸۳ با انتقاد از مدل اصلی کورنو، یک مدل انحصار دوجانبه جایگزین را معرفی کرد؛ به طوری که قیمت (به جای مقدار محصول در مدل کورنو) به‌عنوان متغیر استراتژیک (تصمیم) بنگاه نقش ایفا می‌کند. در سال ۱۸۸۹، رودالف آسپیتز^۴ و ریچارد لیبن^۵ با بهره‌گیری از دستاوردهای ریاضی‌دانان نسل گذشته، مسأله انحصار را وارد یک چارچوب تعادل عمومی نمودند (نیهنس^۶، ۱۹۹۰؛ فاکرلو و کیورز، ۲۰۱۶).

در مجموع، تا سال ۱۹۰۰، بسیاری از مفاهیم و موضوعات اساسی در حوزه سازماندهی صنعتی از قبیل نواقص بازار، فعالیت‌های ضد رقابتی، زیان‌ها و مزایای احتمالی انحصارات، صرفه‌های ناشی از مقیاس و انحصارات طبیعی، تبانی، تبعیض قیمت و نوآوری معرفی شدند. با وجود شناخت زیان‌های ناشی از انحصار، طرفداران بازار آزاد نئولیبرالی در اروپا، بریتانیا و ایالات متحده همچنان

1. Principles of Economics

2. Francis Edgeworth

3. Joseph Bertrand

4. Rudolf Auzpitz

5. Richard Lieben

6. Niehans

به دفاع از انحصارات پرداختند. بنابراین، تا این مقطع زمانی، سازماندهی صنعتی به طیف وسیعی از نظریه‌های محض تا تحقیقات کاملاً کاربردی گسترش یافت.

در فاصله سال‌های ۱۹۲۰-۱۹۰۰، تحقیقات علمی در اروپا در سطح متوسطی پیش رفت و برخی محققان به‌منظور بررسی ویژگی‌ها و جنبه‌های عملی رقابت، پا فراتر از چارچوب نظریه نئوکلاسیک گذاشتند. با این وجود، تحقیقات محدودی پیرامون سیاست‌های ضد انحصار در بخش خدمات عمومی انجام شد. در مقابل، ایالات متحده شاهد تحقیقات گسترده‌ای در زمینه سیاست‌های ضد انحصار و مقررات مربوط به انحصارات نوظهور بود. در این راستا، احکام قضایی سختگیرانه‌ای علیه رویه‌های قیمت‌گذاری و سلطه بنگاه‌های واحد صادر گردید. در اوایل قرن بیستم، استراتژی‌های رقابت مورد بحث و بررسی قرار گرفت و مشخصه‌های ساختاری بازارهای مختلف با دقت بیشتری شناسایی شدند. در سال ۱۹۰۰، ریچارد ایلی^۱ به تحلیل ماهیت انحصاری علائم تجاری پرداخت. وی توضیح داد که کالاهای جانشین قدرت بازاری بنگاه‌ها را کاهش می‌دهند و صرفه‌های ناشی از مقیاس مانع ورود بنگاه‌های جدید به بازار می‌شوند. ایلی همچنین به تجزیه و تحلیل بیشتر انحصار طبیعی در صنعت نوپای برق پرداخت. در همان سال، ویلیام کالیپر^۲ به نقش استراتژیک ظرفیت مازاد^۳ پی برد. در سال ۱۹۰۱، کِنیوت ویکسل^۴ گام‌های مؤثری در جهت تعریف رقابت کامل برداشت. وی همچنین نمونه‌ای از شرایط رقابت ناقص را که ناشی از هزینه‌های سربار^۵، عرضه مشترک^۶ و موقعیت‌های مکانی^۷ بود، معرفی کرد. در سال ۱۹۰۳، مافیو پنتلینای^۸ تحلیل دقیقی از ادغام‌های افقی^۹ و عمودی^{۱۰} انجام داد و ادغام عمودی را تأیید کرد. این اقتصاددان قوانین ضد انحصار را ناعادلانه می‌دانست و با آنها مخالفت نمود. علاوه بر این، پنتلینای در سال ۱۹۰۹ به تحلیل عمیق اثر هزینه‌های سربار بر اندازه بنگاه‌ها پرداخت. در سال ۱۹۰۶، هنری لادول مور^{۱۱} در اولین مقاله‌ای که صراحتاً به مسأله رقابت پرداخت، فهرست جدیدی از پیش‌نیازهای تعریف یک بازار رقابت کامل ارائه داد. در ارتباط با شناسایی ساختارهای بازاری، انریکو براون^{۱۲} نقش مهمی را در سال ۱۹۰۸ ایفا کرد. وی یک تعریف تحلیلی از حداقل

1. Richard Ely

2. William Collier

3. Excess Capacity

4. Knut Wicksell

5. Overhead Costs

6. Joint Supply

7. Location

8. Maffeo Pantaleoni

9. Horizontal Merger

10. Vertical Merger

11. Henry Ludwell Moore

12. Enrico Barone

مقیاس کارا و تعداد بهینه بنگاه‌ها ارائه داد. براون همچنین اولین کسی بود که به توصیف دقیق مشخصه‌های هزینه‌ها و تقاضا که منجر به شکل‌گیری انحصار طبیعی می‌شوند، پرداخت (ماسکا)^۱، (۲۰۰۸). در سال‌های ۱۹۱۳-۱۹۱۱، اولین نمودار با منحنی‌های هزینه‌ای U-شکل توسط اجوورث ترسیم شد. وی برای نخستین بار در ادبیات اقتصادی نشان داد که در مورد انحصار طبیعی، تابع تقاضا منحنی هزینه متوسط را در قسمت نزولی آن قطع می‌کند. هنری کارتر آدامز^۲ پس از آنکه در سال ۱۸۸۷ اثرات ساختار بازار بر بازدهی (ثابت، فزاینده و کاهنده) نسبت به مقیاس^۳ را بررسی کرد، در سال ۱۹۱۸ استدلال کرد که اندازه بنگاه عامل قدرت انحصاری است. با این وجود، دهه ۱۹۲۰ با ایده‌های جدید کمتری در اروپا و ایالات متحده همراه بود و توجه چندانی به سیاست‌های ضدانحصار و مقررات تنظیمی نشد (نیپنس، ۱۹۹۰؛ فاکرلو و کیورز، ۲۰۱۶).

به طور خلاصه، موج دوم تحولات و نوآوری‌های سازماندهی صنعتی که به دوره زمانی ۱۸۷۰-۱۹۳۰ مربوط می‌شود، از دو جنبه حائز اهمیت است. نخست، در این دوره بسیاری از مفاهیم امروزی سازماندهی صنعتی شکل گرفتند که بخش عمده‌ای از آنها نتیجه تلاش‌های مارژینالیست‌ها^۴ و نئوکلاسیک‌ها بوده است. در واقع، بسیاری از ابزارهای تحلیلی برای بررسی رفتار بنگاه‌ها و بازارها در این عصر توسط اقتصاددانان و ریاضی‌دانان معرفی شدند که به جهت آنکه هنوز شاخه سازماندهی صنعتی از اقتصاد خرد مجزا نشده بود، این مفاهیم و ابزارها در حیطه اقتصاد خرد قرار می‌گرفتند. دوم، در این دوره، پدیده‌های جدیدی مانند تراست‌ها، کارتل‌ها^۵، ادغام‌ها، یکپارچگی عمودی^۶ بنگاه‌ها، خدمات عمومی^۷ (از قبیل آب، گاز و برق) و راه‌آهن‌ها مسائل جدیدی را به وجود آوردند. در مقایسه با دنیای اقتصاددانان کلاسیک، موقتی بودن موانع رقابت دیگر صادق به نظر نمی‌رسید. در برخی موارد، ورود به بازار حتی بدون وجود موانع قانونی نیز بسیار دشوار بود و قدرت بازاری ناشی از استراتژی‌ها یا موانع، به وضوح پایدار بود. علاوه بر این، با توجه به مفهوم رقابت کامل از دیدگاه مکتب نئوکلاسیک، تمام رفتارهای استراتژیک بنگاه‌ها به‌عنوان نشانه‌هایی از انحصار (و نه رفتار رقابتی) تفسیر می‌شدند. به این دلیل، از سال

^۱. Mosca

^۲. Henry Carter Adams

^۳. (Constant, Increasing, and Decreasing) Returns to Scale

^۴. Marginalist

^۵. Cartel

^۶. Integration

^۷. Public Utilities

۱۸۹۰ بعد سیاست‌گذاری به سازماندهی صنعتی اضافه شد و از آن زمان تاکنون، اقتصاددانان و حقوقدانان تحولات و پیشرفت‌های چشمگیری در این زمینه ایجاد کرده‌اند؛ به‌طوری‌که امروزه سیاست‌گذاری عمومی، سیاست رقابت، مقررات تنظیمی و قوانین ضدانحصار یا ضد انحصار جزو کلید واژه‌های اصلی متون سازماندهی صنعتی به شمار می‌آیند (نیپهنس، ۱۹۹۰؛ فاکرلو و کیورز، ۲۰۱۶).

۳-۳- دهه‌های ۱۹۳۰ تا ۱۹۷۰

اگرچه تا پایان دهه ۱۹۲۰ بسیاری از مفاهیم امروزی سازماندهی صنعتی تعریف شده بودند و نوآوری‌های زیادی در این حوزه به‌وجود آمده بود، اما این شاخه از علم اقتصاد از دهه ۱۹۳۰ فاز مدرن‌تری را آغاز کرد. تا پیش از این دهه، مدل‌های استاندارد رقابت کامل و انحصار کامل به ادبیات اقتصادی معرفی شده بودند که ریشه در نظریه سنتی بنگاه از آدام اسمیت در قرن هجدهم و آلفرد مارشال در قرن نوزدهم دارند. اگرچه این مدل‌ها به لحاظ نظری ساده هستند اما تصویر دقیقی از دنیای واقعی ارائه نمی‌دهند. شواهد نشان می‌دهد که اکثر بازارها به لحاظ ساختاری در شرایط مابین حالت‌های حدی رقابت کامل و انحصار کامل قرار دارند. از این‌رو، از دهه ۱۹۳۰ تاکنون، مطالعه این نوع بازارها محور اصلی حوزه سازماندهی صنعتی بوده است. یکی از مهمترین پیشرفت‌ها در این دهه، انقلاب رقابت انحصاری^۱ با نظریه‌پردازی ادوارد چیمبرلن استاد دانشگاه هاروارد در سال ۱۹۳۳ بود. این اقتصاددان برجسته با انتشار کتاب «نظریه رقابت انحصاری» گام بزرگی در جهت توسعه مدرن سازماندهی صنعتی برداشت. چیمبرلن ادعان داشت که شرایط رقابت کامل بر بازارهای دنیای واقعی حاکم نیست و ایده قیمت‌پذیری بنگاه را رد کرد. وی بر این عقیده بود که بنگاه‌ها قادرند با استفاده از ابزارهای تمایز محصول^۲، فعالیت‌های ترویجی و تبلیغات^۳ بر تصمیمات تقاضا برای محصولات خود تأثیر بگذارند. این بدان معناست که بنگاه‌های انفرادی از درجه‌ای از قدرت انحصاری برخوردارند و در صورت افزایش قیمت‌ها، همه مشتریان خود را از دست نخواهند داد. به همین دلیل، منحنی تقاضا برای یک بنگاه شیب منفی دارد و بدین ترتیب،

^۱. Imperfect Competition Revolution

^۳. Promotional and Advertising Activities

^۲. Product Differentiation

بنگاه قیمت‌گذار است (نه قیمت‌پذیر). از طرف دیگر، چیمبرلن معتقد بود که شرایط انحصار طبیعی بر بیشتر بخش‌های تولیدی حاکم نیست؛ به طوری که سود مازاد (غیر نرمال) در یک بخش خاص انگیزه‌ای برای ورود بنگاه‌های جدید به بازار ایجاد می‌نماید. به عبارت دیگر، بنگاه‌ها در شرایطی فعالیت می‌کنند که از درجه‌ای از رقابت برخوردارند. بنابراین، به عقیده چیمبرلن اکثر بازارهای دنیای واقعی دارای ترکیبی از مشخصه‌های رقابتی و انحصاری هستند که وی نام «رقابت انحصاری» را برای آن‌ها برگزید (اسکرپانتی و زماگنی^۱، ۲۰۰۵). نظریه چیمبرلن از حیث تمایز محصول و مطالعه بنگاه به جای صنعت، تفاوت قابل توجهی با نظریه‌های اسمیت و مارشال داشت. بر اساس این نظریه، بنگاه‌ها نه تنها بر اساس قیمت، بلکه بر اساس تمایز محصول نیز با یکدیگر رقابت می‌کنند. به عنوان یک دستاورد بزرگ، نظریه رقابت انحصاری کمک شایانی به پر کردن شکاف آشکار مابین نظریه و مشاهدات تجربی مربوط به نحوه عملکرد بازارها نمود. این نظریه به سرعت وارد جریان اصلی تفکر اقتصادی شد و در طی یک دهه به تمامی کتب درسی نظریه اقتصاد خرد وارد شد. با این وجود، متأسفانه مدل رقابت انحصاری همانند مدل‌های رقابت کامل و انحصار کامل با محدودیت‌هایی مواجه است. این مدل قابلیت پیش‌بینی محدودی دارد و به همین دلیل با نقدهای جدی مواجه شد. با وجود این محدودیت، مدل رقابت انحصاری مفاهیم تمایز محصول و منحنی تقاضای نزولی مرتبط با آن را به نظریه اقتصادی معرفی کرده و نقش حیاتی ورود (به بازار) را برجسته نموده است (والدین و جنسن^۲، ۲۰۱۹). اگرچه درباره ویژگی‌های بازارهای رقابت انحصاری اتفاق نظر وجود دارد، اما نتایج عملکردی آن‌ها محل اختلاف است. از این‌رو، بررسی پیامدهای رفاهی این بازارها یکی از موضوعات محوری در حوزه سازماندهی صنعتی به شمار می‌رود.

همزمان با چیمبرلن، جن رابینسن^۳ از دانشگاه کمبریج نیز به‌طور مستقل یک نظریه مشابه تحت عنوان «رقابت ناقص» ارائه داد و در سال ۱۹۳۳ کتابی با همین عنوان منتشر نمود. با اینکه چیمبرلن و رابینسن به نتایج مشابهی در رابطه با تعادل بنگاه و صنعت دست یافتند، برخی تفاوت‌های اساسی میان مطالعات آنان وجود داشت. علاوه بر این، پایه‌های نظری مدل‌های آنان

^۱. Screpanti and Zamagni

^۲. Waldman and Jensen

^۳. Joan Robinson

نیز متفاوت بود: رابینسن در مقدمه کتاب خود به الهام‌گیری از پیرو اسرافا^۱ اشاره کرده است، اما چیمبرلن مطالعه خود را مرتبط با رساله دکترایش تحت راهنمایی آلن یانگ^۲ در دانشگاه هاروارد (در سال ۱۹۲۷) می‌داند، بدون اینکه مقاله اسرافا را خوانده باشد (اسکرپانتی و زماگنی، ۲۰۰۵). آنچه امروزه به‌عنوان یک مدل ساختار بازاری استاندارد شناخته می‌شود، مدل «رقابت انحصاری» چیمبرلن است، نه مدل رابینسن. اصطلاح «رقابت ناقص» در ادبیات اقتصادی نیز با دو مفهوم رایج به‌کار می‌رود. در کاربرد نخست، به هر نوع ساختار بازاری غیر از رقابت کامل اشاره دارد و در کاربرد دوم، به بازارهایی اشاره دارد که از نظر ساختاری مابین رقابت کامل و انحصار کامل قرار دارند.

علاوه بر بازارهای رقابت انحصاری، بازارهای انحصار چندجانبه از دهه ۱۹۳۰ به بعد توجه اقتصاددانان سازماندهی صنعتی را به خود معطوف کرده‌اند. انحصار چندجانبه به ساختار بازاری اشاره دارد که در آن، تعداد محدودی بنگاه کنترل بازار را در اختیار دارند و وابستگی استراتژیک میان آن‌ها وجود دارد. مطالعه صنایع انحصار چندجانبه در بطن مباحث سازماندهی صنعتی واقع شده است (شپیرو^۳، ۱۹۸۹). همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، نخستین دستاوردهای نظری در حوزه انحصار چندجانبه توسط آگستین کورنو و جوزف برترند در قرن نوزدهم حاصل شد. مدل چیمبرلن باعث احیای علاقه‌مندی به نظریه انحصار چندجانبه شد. هرچند چیمبرلن به مطالعه انحصار چندجانبه نیز پرداخته است، اما این موضوع را با جزئیات کمتری نسبت به مدل رقابت انحصاری، که خود پایه‌گذار آن بود، مورد بررسی قرار داد. وی در سال ۱۹۲۹ مدل «وابستگی متقابل شناخته شده»^۴ را به ادبیات سازماندهی صنعتی معرفی کرد. از دهه ۱۹۳۰ به بعد، مدل‌های انحصار چندجانبه رشد چشمگیری داشته‌اند. به‌عنوان مثال، در سال ۱۹۳۴، هاینرک استکلبرگ^۵ یک مدل انحصار دوجانبه معرفی کرد و در سال ۱۹۳۹، پُل اسویزی^۶ مدل «منحنی تقاضای شکسته»^۷ را معرفی کرد. بر خلاف بازارهای رقابتی با تعداد زیادی رقیب و بازارهای انحصاری با تنها یک بنگاه، در بازارهای انحصار چندجانبه رفتار و سود هر بنگاه به‌طور مستقیم تحت تأثیر اقدامات رقبا قرار دارد. بنابراین، تعاملات استراتژیک^۸ در این نوع بازارها نقش کلیدی ایفا می‌کند. برای تحلیل این

1. Piero Sraffa

2. Allyn Young

3. Shapiro

4. Mutual Dependence Recognized

5. Heinrich Stackelberg

6. Paul Sweezy

7. Kinked-Demand Curve

8. Strategic Interactions

نوع تعاملات میان بنگاه‌های رقیب، سازماندهی صنعتی به نظریه بازی‌ها روی آورده است. نظریه بازی‌ها نخستین بار در سال ۱۹۴۴ توسط جان وان نیمن^۱ و اُسکار مُرگینشتِرن^۲ معرفی شد و سپس در سال ۱۹۵۰ توسط جان نش^۳ به حوزه اقتصاد وارد شد. با این وجود، این نظریه از دهه ۱۹۷۰ به طور جدی مورد توجه اقتصاددانان سازماندهی صنعتی قرار گرفت و برای ارائه بینش‌هایی درباره پویایی‌های وابستگی متقابل بنگاه‌ها به کار گرفته می‌شود. به طور مشخص، نظریه بازی‌ها ابزارهای مناسبی برای تجزیه و تحلیل، مدل‌سازی و پیش‌بینی رفتار بنگاه‌های انحصار چندجانبه که در موقعیت تصمیم‌گیری‌های استراتژیک قرار دارند، فراهم می‌کند. علاوه بر نظریه بازی‌ها، اقتصاد رفتاری نیز در مطالعه بازارهای رقابت ناقص نقش مهمی ایفا می‌کند. در این خصوص، فقدان یا محدودیت رقابت در بازارها به عواملی مانند ضعف رفتاری مدیران و تمایلات رفتاری مصرف‌کنندگان نسبت داده می‌شود. اقتصاد رفتاری با تکیه بر بینش‌های روانشناختی و شواهد تجربی نشان می‌دهد که برخی مصرف‌کنندگان دچار نقص‌های شناختی هستند و ترجیحات آن‌ها پیچیده‌تر از آن چیزی است که در نظریه‌های سنتی مصرف‌کننده پیش‌بینی می‌شود. بر این اساس، این نظریه به بنگاه‌ها کمک می‌کند تا از طریق شناسایی این ویژگی‌های رفتاری مصرف‌کنندگان، از تاکتیک‌های بازاریابی به طور مؤثرتری بهره‌برداری کنند. در مجموع، نظریه بازی‌ها و اقتصاد رفتاری درک عمیق‌تری از عملکرد بازارهای واقعی ارائه می‌دهند و به تحلیل بهتر پویایی‌های بازار کمک می‌کنند (ترمبلی و ترمبلی، ۲۰۱۲).

به دنبال انقلاب رقابت انحصاری در اوایل دهه ۱۹۳۰، مسائل و موضوعات جدیدی در ارتباط با بازارهای رقابت ناقص در حوزه سازماندهی صنعتی مطرح شد. به طور کلی، تحلیل ساختار بازارها، رفتار و عملکرد بنگاه‌ها و نیز سیاست‌گذاری‌های عمومی به منظور بهبود عملکرد بازارها، به کانون اصلی تحقیقات سازماندهی صنعتی تبدیل شد. در این میان، مسأله قدرت انحصاری (بازاری) یکی از مهمترین موضوعاتی است که از آن زمان تاکنون بخش قابل توجهی از ادبیات سازماندهی صنعتی را به خود اختصاص داده است. به طور مشخص، اندازه‌گیری قدرت انحصاری و شناسایی منابع و پیامدهای آن جزو اولویت‌های اصلی مطالعات سازماندهی صنعتی بوده است.

^۱. John von Neumann

^۲. Oskar Morgenstern

^۳. John Nash

همان‌طور که والدین و جنسین (۲۰۱۹) اشاره می‌کند، اگر قدرت بازاری بنگاه‌ها مسأله‌ساز نباشد، هیچ دلیلی برای مطالعه سازماندهی صنعتی به‌عنوان یک شاخه مجزا از علم اقتصاد وجود ندارد. دولت‌ها معمولاً با استفاده از ابزارهای سیاستی مناسب (سیاست‌های رقابت) سعی می‌کنند اثرات منفی قدرت بازاری را محدود کنند. طراحی سیاست‌های بهینه نیازمند شناسایی منابع و پیامدهای قدرت بازاری است که بدون در دست داشتن معیارهای معتبر برای قدرت بازاری بنگاه‌ها میسر نخواهد شد.

نخستین معیار برای اندازه‌گیری قدرت انحصاری بنگاه‌های فردی در دهه ۱۹۳۰ توسط لرنر^۱ (۱۹۳۴) به ادبیات سازماندهی صنعتی معرفی شد که به‌عنوان «شاخص لرنر»^۲ شناخته می‌شود. این شاخص برای هر بنگاه به صورت $L = (P - MC)/P$ محاسبه می‌شود که P و MC به‌ترتیب بیانگر قیمت محصول و هزینه نهایی بنگاه هستند. «حاشیه قیمت-هزینه»^۳ یا «مارک‌آپ قیمت بر هزینه نهایی»^۴ عناوین دیگری هستند که برای شاخص لرنر به کار می‌روند. شاخص لرنر یک معیار طبیعی برای سنجش قدرت انحصاری بنگاه‌ها تلقی می‌شود. با این وجود، در حالی که قیمت‌ها اغلب قابل مشاهده هستند، اندازه‌گیری هزینه‌های نهایی معمولاً دشوار یا حتی غیرممکن است. در مورد برخی صنایع (به‌ویژه صنایع خدماتی)، تعیین دقیق قیمت محصولات نیز چالش‌برانگیز یا حتی امکان‌ناپذیر است. بنابراین، مطالعات متعددی با هدف معرفی روش‌ها و تکنیک‌های جایگزین برای اندازه‌گیری قدرت انحصاری بنگاه‌ها در دهه‌های بعد انجام شد. برخی از این مطالعات روش‌هایی برای برآورد عنصر هزینه نهایی در شاخص لرنر پیشنهاد کرده یا نسخه‌های جدیدتری از این شاخص معرفی کرده‌اند. به‌طور کلی، معیارهای اندازه‌گیری قدرت بازاری یا ارزیابی رقابت را می‌توان به دو دسته اصلی تقسیم کرد: معیارهای ساختاری^۵ و معیارهای غیرساختاری^۶. این معیارها مبتنی بر دو رویکرد اصلی در تفکر سازماندهی صنعتی هستند. معیارهای ساختاری مبتنی بر پارادایم «ساختار-رفتار-عملکرد»^۷ (SCP) هستند و معیارهای غیرساختاری دستاورد تحقیقات «سازماندهی صنعتی تجربی نوین»^۸ (NEIO) محسوب می‌شوند.

^۱. Lerner

^۲. Lerner Index

^۳. Price-Cost Margin

^۴. Markup of Price over Marginal Cost

^۵. Structural Measures

^۶. Non-Structural Measures

^۷. Structure-Conduct-Performance Paradigm

^۸. New Empirical Industrial Organization

همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، دهه ۱۹۳۰ آغازگر یک عصر مدرن در سازماندهی صنعتی به شمار می‌رود، عصری که به دو دوره تقسیم می‌شود: از دهه ۱۹۳۰ تا نیمه نخست دهه ۱۹۷۰، رویکرد یا چارچوب تحلیلی SCP بر ادبیات سازماندهی صنعتی سیطره داشت. با این حال، به دلیل نقدهای جدی که در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰، به ویژه از جانب پیروان مکتب شیکاگو^۱ بر این رویکرد وارد شد، موج جدیدی از تحقیقات تجربی آغاز گردید که منجر به شکل‌گیری سازماندهی صنعتی تجربی نوین شد. در ادامه، رویکرد یا پارادایم SCP به دلیل جایگاه ویژه‌ای که در تاریخ تحولات سازماندهی صنعتی دارد، تشریح می‌شود. سپس، نقدهای وارد بر این رویکرد بررسی خواهند شد.

۳-۳-۱- پارادایم ساختار-رفتار-عملکرد (SCP)

اگرچه تا پیش از دهه ۱۹۳۰ بسیاری از مفاهیم امروزی سازماندهی صنعتی معرفی شده بودند، دو رویداد مهم در این دهه تولد رسمی سازماندهی صنعتی از اقتصاد خرد کاربردی را شکل دادند. رویداد اول به انقلاب رقابت انحصاری معروف است که پیش‌تر در مورد آن بحث شد. به دنبال این تحول بزرگ، در دهه ۱۹۳۰ و پس از آن، گروهی از محققان جوان در دانشگاه هاروارد به رهبری ادورد میسن^۲ مجموعه بزرگی از مطالعات موردی تفصیلی^۳ برای صنایع مختلف (از قبیل نفت، تنباکو، کود شیمیایی، آلومینیم، خطوط هوایی، سیمان، سیگار و قوطی‌های فلزی) موسوم به «مطالعات درون-صنعتی»^۴ را با تمرکز بر رفتار قیمت‌گذاری بنگاه‌ها آغاز کردند. این نوع مطالعات اولاً مفصل و زمان‌بر بودند، دوماً تا حد زیادی تحت تأثیر قضاوت‌های ذهنی قرار داشتند و سوماً تعداد محدودی از صنایع را پوشش می‌دادند. داده‌های مورد نیاز این مطالعات نیز اغلب از اسناد و اطلاعات منتشر شده توسط دادرهای ضدانحصار استخراج می‌شد (اشمالنسی^۵، ۱۹۸۹؛ اشمالنسی، ۲۰۱۲).

^۱. Chicago School

^۲. Edward Mason

^۳. Detailed Case Studies

^۴. Intra-Industry

^۵. Schmalensee

در اواخر دهه ۱۹۳۰، میسن^۱ (۱۹۳۹) یک چارچوب تحلیلی معروف به پارادایم ساختار-رفتار-عملکرد (SCP) را بر اساس رویکرد «مطالعه موردی»^۲ به منظور مطالعه بازارهای رقابت ناقص پایه‌گذاری کرد که در دهه ۱۹۵۰ توسط بین^۳ (۱۹۵۱، ۱۹۵۶) توسعه یافت. این پارادایم پیش‌بینی می‌کند که شرایط بنیادی بازار (یعنی عوامل مرتبط با عرضه و تقاضا) موجب شکل‌گیری ساختار بازار می‌شود؛ ساختار بازار به نوبه خود رفتار بنگاه‌ها را تحت تأثیر قرار داده و در نهایت، رفتار بنگاه‌ها عملکرد آن‌ها را تعیین می‌کند. بر این اساس، یک رابطه علی یک‌طرفه از ساختار بازار به رفتار بنگاه‌ها و از رفتار بنگاه‌ها به عملکرد آن‌ها وجود دارد. علاوه بر این، سیاست‌های مختلف دولت نیز ساختار بازار، رفتار بنگاه‌های درون بازار و عملکرد آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در ادامه بحث، عناصر سه‌گانه پارادایم SCP (یعنی، ساختار، رفتار و عملکرد) معرفی می‌شوند.

الف- ساختار

منظور از ساختار بازار^۵، محیط و فضای خاصی است که یک بنگاه تولیدی در آن فعالیت می‌کند و تصمیمات بنگاه درباره قیمت محصول و سطح تولید را تحت تأثیر قرار می‌دهد (آرنولد^۶، ۲۰۱۹). به بیان دیگر، ساختار بازار به نحوه سازماندهی یک بازار اشاره دارد که بر رفتار بنگاه‌ها تأثیر می‌گذارد (آکانر^۷، ۲۰۰۴). در تعریفی دیگر، ساختار بازار شامل تمام ویژگی‌های بازاری است که بر رفتار خریداران و فروشندگانی که در آن بازار به مبادله می‌پردازند، تأثیر می‌گذارد (هال و لیبرمن^۸، ۲۰۱۲). همچنین، اِشمالِنسی (۱۹۸۷) ساختار بازار را مجموعه‌ای از متغیرهای قابل مشاهده و نسبتاً پایدار در طول زمان می‌داند که تعیین‌کننده‌های اصلی رفتار خریداران یا فروشندگان هستند. بین^۹ (۱۹۵۹) تعریف نسبتاً جامع‌تری از ساختار بازار ارائه می‌دهد: ساختار بازار عبارت از ویژگی‌ها و

محدود^۴ و مفهوم‌سازی «موانع ورود» (بین، ۱۹۵۶) اشاره کرد. بین استدلال می‌کند که رقابت‌پذیری یک بازار نه تنها به تعداد فروشندگان (و خریداران) درون بازار، بلکه به حضور رقبای بالقوه (شرایط عمومی ورود) بستگی دارد.

5. Market Structure

6. Arnold

7. O'Connor

8. Hall and Lieberman

9. Bain

1. Mason

2. Case Study

3. Bain

۴. جو بین (۱۹۹۳-۱۹۱۲) سهم بسزایی در توسعه ادبیات

سازماندهی صنعتی و روش‌های تحقیق تجربی در این حوزه داشت. آثار وی مرزهای پژوهش در سازماندهی صنعتی تجربی را برای دهه‌ها شکل داد. از مهمترین دستاوردهای بین می‌توان به توسعه پارادایم SCP (بین ۱۹۵۱ و ۱۹۵۶)، تشریح مفاهیم ساختار، رفتار و عملکرد به عنوان عناصر سه‌گانه بازار و پارادایم SCP (بین، ۱۹۵۹) و نظریه‌پردازی در باب «قیمت‌گذاری

مشخصه‌های سازمانی بازار است که روابط فروشندگان با یکدیگر، روابط خریداران با یکدیگر، تعاملات میان فروشندگان و خریداران و نیز روابط فروشندگان موجود در بازار با دیگر عرضه‌کنندگان واقعی یا بالقوه کالاها و خدمات را تعیین می‌کنند. در تعریفی دیگر از این نویسنده، ساختار بازار به ابعاد اقتصادی و فنی نسبتاً پایدار یک بازار اشاره دارد که زمینه ایجاد رقابت میان فروشندگان را فراهم می‌کند (بین^۱، ۱۹۷۲). به عبارت دیگر، ساختار بازار را می‌توان به‌عنوان ویژگی‌های سازمانی یک بازار تعریف کرد که بر ماهیت رقابت و فرآیند قیمت‌گذاری در آن تأثیرگذار هستند. از نظر این نویسنده، ویژگی‌های ساختاری اصلی یک بازار که رفتار و عملکرد بنگاه‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند، عبارتند از (۱) درجه تمرکز فروشنده^۲، که به تعداد و توزیع اندازه فروشندگان در بازار اشاره دارد، (۲) درجه تمرکز خریدار^۳، که به تعداد و توزیع اندازه خریداران در بازار اشاره دارد، (۳) درجه تمایز محصول^۴، که اندازه‌ای است که محصولات فروشندگان مختلف از نظر خریداران غیرمتشابه هستند و (۴) شرایط ورود^۵ به بازار (یا شدت موانع ورود^۶)، که به سهولت یا دشواری نسبی ورود فروشندگان جدید به بازار اشاره دارد که عموماً به وسیله مزایای فروشندگان موجود در بازار نسبت به فروشندگان بالقوه تعیین می‌شود. علاوه بر این، ادغام عمودی، تنوع‌بخشی^۷ و ساختار هزینه^۸ نیز از دیگر ویژگی‌های ساختاری بازارها به‌شمار می‌آیند. بین (۱۹۵۹) بحث می‌کند که تمرکز فروشندگان موجب سهولت در بروز رفتارهای غیررقابتی مانند تبانی می‌شود و در عین حال، تمرکز خریداران مانع از تداوم چنین رفتارهایی خواهد بود. علاوه بر این، تمایز محصول، فروشندگان را از اقدامات یکدیگر مصون می‌دارد و استراتژی‌های آنان را از رقابت قیمتی به رقابت غیرقیمتی تغییر می‌دهد. علاوه بر این، بین (۱۹۵۶، ۱۹۵۹) سه مانع اصلی ورود به بازار، یعنی صرفه‌های ناشی از مقیاس، تمایز محصول و مزایای هزینه‌ای مطلق^۹ را شناسایی می‌کند که به بنگاه‌های درون صنعت امکان کسب سودهای مازاد یا غیرنرمال می‌دهند.

ب- رفتار

^۱. Bain

^۲. Degree of Seller Concentration

^۳. Degree of Buyer Concentration

^۴. Degree of Product Differentiation

^۵. Conditions of Entry

^۶. Barriers to Entry

^۷. Diversification

^۸. Cost Structure

^۹. Absolute Cost Advantages

عنصر دوم پارادایم SCP، رفتار^۱ بازاری بنگاه‌ها (یا رفتار استراتژیک بنگاه‌ها) است که به‌عنوان رابط میان ساختار بازار و عملکرد بنگاه‌های فعال در بازار عمل می‌کند. پرت^۲ (۱۹۸۱) رفتار بنگاه را انتخاب متغیرهای کلیدی تصمیم از قبیل قیمت، تبلیغات، ظرفیت تولید و کیفیت محصول توسط بنگاه تعریف می‌کند. هرنن^۳ و همکاران (۱۹۶۹) رفتار بازاری را به سیاست‌هایی که یک بنگاه در پاسخ به اقدامات رقبای خود اتخاذ می‌کند، نسبت می‌دهند. از نظر این نویسندگان، استراتژی‌های قیمت‌گذاری، کیفیت و تنوع محصول و تبلیغات مهم‌ترین متغیرهای رفتاری بنگاه‌ها هستند. بین (۱۹۵۹) رفتار بازاری فروشندگان را شامل مجموعه‌ای از اعمال، اقدامات و سیاست‌هایی می‌داند که تصمیمات آنان در مورد قیمت فروش، نوع محصول، سطح تولید، هزینه‌های فروش و طراحی محصول را شکل می‌دهد. از نظر این نویسنده، رفتار بازاری بنگاه‌ها متشکل از دو فاز مجزا (اما مرتبط) است: فاز نخست به روابط استراتژیک میان بنگاه‌ها مربوط می‌شود. فاز دوم به اصول و روش‌هایی مربوط می‌شود که واحدهای تصمیم‌گیری مؤثر (بنگاه‌های فردی یا گروهی از بنگاه‌ها) در راستای دستیابی به اهدافشان به کار می‌گیرند. همچنین، از دیدگاه لنارتز^۴ (۲۰۱۳)، رفتار بازاری بنگاه به سیاست‌های بنگاه‌های فردی در خصوص بازار محصولات و اقدامات رقبای آن‌ها مربوط می‌شود.

به طور کلی، ابعاد مهم رفتاری بنگاه‌ها عبارت‌اند از روش‌های مورد استفاده توسط یک بنگاه یا گروهی از بنگاه‌ها برای تعیین قیمت و مقدار محصول، سیاست محصول (تنوع‌بخشی از طریق طراحی محصول)، سیاست ارتقاء سطح فروش، روش همکاری و هماهنگی سیاست‌های بنگاه‌های رقیب در رابطه با قیمت، تولید و فروش (مانند تبانی آشکار یا ضمنی) و تدابیر انحصارگرانه^۵ و آمرانه^۶ بر علیه رقبای واقعی درون صنعت یا رقبای بالقوه (بین، ۱۹۵۹؛ کلاودیوس و میولر^۷، ۱۹۶۱). بر این اساس، عناصر اصلی رفتار بنگاه‌ها مشتمل بر رفتار قیمت‌گذاری^۸، استراتژی تولید^۹، تبلیغات^{۱۰}، تحقیق و توسعه^{۱۱}، سرمایه‌گذاری در تجهیزات^{۱۲}، تبانی، ادغام و استراتژی‌های قانونی هستند (لیپچینسکی و همکاران، ۲۰۱۷؛ والدمن و جنسن، ۲۰۱۹). لازم به ذکر است که قدرت بازاری

1. Conduct

2. Porter

3. Hurnanen

4. Lennartz

5. Exclusionary

6. Predatory

7. Clodius and Mueller

8. Pricing Behaviour

9. Product Strategy

10. Advertising

11. Research and Development

12. Plant Investment

بنگاه‌ها به‌عنوان «توانایی بنگاه‌ها برای اعمال قیمت‌های بالاتر از سطح رقابتی یا هزینه نهایی (پرلُف^۱ و همکاران، ۲۰۰۷)» در رفتار بازاری آن‌ها منعکس می‌شود.

ج- عملکرد

عملکرد^۲ آخرین عنصر کلیدی پارادایم SCP است که به نتایج و دستاوردهای اقتصادی یک صنعت به‌عنوان مجموعه‌ای از بنگاه‌ها اشاره دارد (بین، ۱۹۵۹). بر این اساس، تحلیل عملکرد بنگاه‌ها تلاشی برای ارزیابی نتایج حاصل از رفتار بازاری آن‌ها است (دلُرم^۳ و همکاران، ۲۰۰۲). هُرنن و همکاران (۱۹۶۹) عملکرد را به‌عنوان میزان دستیابی بنگاه‌ها به اهداف اقتصادی گوناگون از قبیل اشتغال، کارایی تولید، ثبات قیمت و محصول، رشد و توزیع عادلانه درآمد تعریف می‌کنند. بنابراین، ارزیابی عملکرد بازار نشان می‌دهد که آیا تعاملات بنگاه‌ها به نتایج مطلوب اقتصادی و اجتماعی منجر می‌شوند یا خیر (لنارتز، ۲۰۱۳). کیوز^۴ (۱۹۹۲) عملکرد بازار را با استفاده از چهار معیار اصلی تحلیل می‌کند: (۱) تلاش برای حداکثرسازی رفاه مصرف‌کنندگان از طریق تولید کالاها و خدمات با حداقل هزینه ممکن، (۲) بهبود کیفیت و تنوع محصولات و پیشرفت تکنولوژی، (۳) ثبات قیمت‌ها و اشتغال و (۴) توزیع عادلانه کالاها در میان مصرف‌کنندگانی که نیازهای مختلفی دارند. به‌طور کلی، رایج‌ترین جنبه‌های عملکرد بازار (بنگاه‌ها) عبارت‌اند از سودآوری، رشد، کارایی تخصیصی^۵، کارایی تولیدی^۶، پیشرفت تکنولوژیکی، کیفیت کالاها یا خدمات و حقوق صاحبان سهام (لیچینسکی و همکاران، ۲۰۱۷؛ والدین و جنسن، ۲۰۱۹).

۳-۳-۲- چالش‌های آزمون تجربی پارادایم ساختار-رفتار-عملکرد (SCP)

به دنبال معرفی پارادایم SCP، از دهه ۱۹۵۰ تا اواسط دهه ۱۹۷۰ مطالعات متعددی این پارادایم را با بهره‌گیری از تکنیک‌های آماری و مدل‌های رگرسیونی مختلف مورد آزمون تجربی قرار دادند. بر خلاف مطالعات درون-صنعتی مربوط به دهه‌های ۱۹۳۰ و ۱۹۴۰ که مبتنی بر رویکرد مطالعه موردی در خصوص صنایع فردی بودند، این نوع مطالعات به تجزیه و تحلیل داده‌های مقطعی

^۱. Perloff

^۲. Performance

^۳. Delorme

^۴. Caves

^۵. Allocative Efficiency

^۶. Productive Efficiency

مربوط به صنایع چندگانه می‌پردازند و به مطالعات بین-صنعتی شناخته می‌شوند. لازم به ذکر است که دسترسی محققان به داده‌ها و اطلاعات آماری مربوط به صنایع مختلف و نیز کاستی‌های مطالعات موردی دلایل اصلی روی آوردن به مطالعات بین-صنعتی بود. نتایج این نوع مطالعات تجربی برای حدود ربع قرن مینا و راهنمای اصلی سیاست‌گذاری‌های عمومی (سیاست‌های رقابت یا ضدانحصار) در خصوص بازارهای مختلف بودند. با الهام از پارادایم SCP، دولت‌ها و مقامات قضایی تلاش داشتند با اعمال سیاست‌های مناسب در خصوص ساختار بازارها، رفتار بنگاه‌ها را به گونه‌ای هدایت کنند که محیط رقابتی را تغییر داده و عملکرد اقتصادی و رفاهی بازارها را بهبود بخشند (ماتتی^۱، ۲۰۰۷). علاوه بر این، معیارهای ساختاری قدرت بازاری بر مبنای منطق پارادایم SCP تعریف شده‌اند. با این وجود، نحوه آزمون پارادایم SCP یکی از مسائل چالش‌برانگیز در ادبیات سازماندهی صنعتی به شمار می‌رود. از آنجا که رفتار تبانی‌گرایانه بنگاه‌ها به طور مستقیم قابل مشاهده نیست، مطالعات مربوط به این پارادایم به تحلیل ارتباط میان معیارهای ساختاری بازار و شاخص‌های عملکرد بنگاه‌ها به منظور استنباط در مورد قدرت بازاری آن‌ها می‌پردازند. وجود چنین ارتباطی به رفتار بنگاه‌ها به عنوان پل ارتباطی میان ساختار بازار از یک طرف و عملکرد بنگاه‌ها از طرف دیگر نسبت داده می‌شود. بر این اساس، آزمون تجربی پارادایم SCP در دو مرحله انجام می‌شود: در مرحله نخست، معیارهای مناسبی برای عملکرد بازار (بنگاه‌ها) و ساختار بازار (صنعت) معرفی می‌شوند. در مرحله دوم، معیار عملکرد بر روی معیار ساختار بازار و سایر تعیین‌کننده‌های کلیدی عملکرد بنگاه‌ها رگرس شده و مدل رگرسیونی با استفاده از داده‌های مقطعی مربوط به مجموعه‌ای از صنایع مختلف برآورد می‌شود.

در بیشتر مطالعات SCP، دو معیار رایج برای ارزیابی عملکرد بنگاه‌ها به کار گرفته می‌شود که به طور مستقیم یا غیرمستقیم سودآوری آن‌ها را انعکاس می‌دهند: نرخ بازدهی^۲ (دارایی‌ها یا حقوق صاحبان سهام) که به نرخ سود^۳ نیز معروف است و حاشیه قیمت-هزینه^۴. هر یک از این معیارهای سودآوری (عملکرد) دارای مزایا و معایبی هستند (رجوع شود به فیشر و مک‌گاون^۵، ۱۹۸۳؛ اِشمالِنسی، ۱۹۸۹؛ کارلتن و پرلُف^۶، ۲۰۱۵). لازم به ذکر است که به دلیل محدودیت‌هایی

¹. Monti

². Rate of Return

³. Profit Rate

⁴. Price-Cost Margin

⁵. Fisher and McGowan

⁶. Carlton and Perloff

از قبیل در دسترس نبودن داده‌های مربوط به هزینه نهایی، معیار نرخ بازدهی در مقایسه با حاشیه قیمت-هزینه کاربرد بیشتری دارد.

آزمون تجربی پارادایم SCP همچنین مستلزم به کارگیری معیارهای مناسبی برای ساختار بازار است. تعداد و توزیع اندازه بنگاه‌ها جزو مهمترین مشخصه‌های ساختاری بازارها به حساب می‌آیند. در این خصوص، شاخص‌های تمرکز صنعت^۱ که تابعی از سهم بازاری^۲ بنگاه‌ها هستند به‌خوبی نحوه توزیع اندازه بنگاه‌ها را انعکاس می‌دهند. شاخص هرفیندال-هیرشمن^۳ (HHI) رایج‌ترین معیار برای تمرکز صنعت است که تعداد و توزیع اندازه بنگاه‌ها را منعکس می‌نماید. این شاخص از مجموع مربعات سهم بازاری بنگاه‌های درون صنعت بدست می‌آید. علاوه بر این، نسبت تمرکز n -بنگاه^۴ یکی دیگر از شاخص‌های رایج تمرکز صنعت است که از مجموع سهم بازاری n بنگاه بزرگ حاصل می‌شود.

اکنون که معیارهای اصلی ساختار بازار و عملکرد بنگاه معرفی شده‌اند، می‌توان فرضیه SCP را دقیق‌تر شرح داد. بر اساس این فرضیه، هرچه درجه تمرکز بازار بالاتر باشد، هزینه تبانی میان بنگاه‌ها کاهش یافته و شرایط برای تبانی آسان‌تر می‌شود. بنابراین، بنگاه‌هایی که در بازارهای متمرکزتر فعالیت می‌کنند، گرایش بیشتری به رفتارهای تبانی‌گرایانه نشان می‌دهند. در این حالت، توانایی بنگاه‌ها برای اعمال قیمت‌های بالاتر از هزینه نهایی افزایش می‌یابد، یعنی قدرت بازاری آن‌ها بیشتر و درجه رقابت کمتر می‌شود. این نوع رفتار قیمتی، به‌نوبه خود، منجر به سودهای غیرنرمال بیشتری برای بنگاه‌ها می‌شود (برگر^۵، ۱۹۹۵؛ الوادی^۶ و همکاران، ۱۹۹۵؛ چرترس^۷ و همکاران، ۲۰۱۱؛ گارزا-گارسیا^۸، ۲۰۱۲).^۹ همچنین، هرچه تعداد بنگاه‌های فعال در یک صنعت بیشتر باشد، شکل‌گیری تبانی میان آن‌ها دشوارتر، قدرت بازاری (قیمت‌گذاری) ضعیف‌تر و در نتیجه، نرخ سودآوری کمتر خواهد بود. در این خصوص، کبرال (۲۰۱۷) استدلال می‌کند که احتمال

^۱. Industry Concentration

^۲. Market Share

^۳. Herfindahl-Hirschman Index (HHI)

^۴. The n -Firm Concentration Ratio

^۵. Berger

^۶. Ailawadi, Borin, & Farris

^۷. Chortareas, Garza-Garcia, & Girardone

^۸. Garza-García

^۹. ذکر این نکته لازم است که رفتار تبانی‌گرایانه (درجه تبانی) عنصری از قدرت بازاری بنگاه‌ها است و قدرت بازاری تعیین‌کننده انحراف قیمت محصول از هزینه نهایی (مارک‌آپ قیمت بر روی هزینه نهایی) به عنوان معیاری برای عملکرد بنگاه‌ها است.

شکل‌گیری تباری میان بنگاه‌ها در صنایع متمرکزتر بیشتر است، زیرا طبق نظریه چانه‌زنی^۱ و شواهد تاریخی، در شرایطی که تعداد طرفین بیشتر باشد، دستیابی به توافقات تباری یا ائتلاف سخت‌تر است. علاوه بر این، حفظ چنین توافقاتی در بازارهای متمرکزتر آسان‌تر بوده و بنابراین، تباری در این بازارها پایدارتر است. همچنین، فرضیه «قدرت بازاری نسبی»^۲ (RMP) به‌عنوان یک فرضیه مرتبط با چارچوب SCP بیان می‌کند که فقط بنگاه‌هایی که سهم بازار بزرگی دارند و محصولاتشان به‌خوبی متمایز شده‌اند، از قدرت قیمت‌گذاری برخوردارند (یعنی قادر به تعیین قیمت‌های بالاتر برای محصولات خود هستند) و بنابراین می‌توانند سودهای غیرنرمال کسب کنند. در واقع، این فرضیه ادعا می‌کند که بنگاه‌هایی با سهم بازاری بزرگ، به دلیل عواملی همچون تبلیغات، موقعیت مکانی یا مزایای دیگر، محصولات به‌خوبی متمایز شده‌ای دارند و بنابراین قادر به اعمال قدرت بازاری در تعیین قیمت این محصولات هستند (شفرد^۳، ۱۹۸۳؛ برگر، ۱۹۹۵).

به فرضیه‌های SCP و RMP، فرضیه‌های قدرت بازاری (MP) اطلاق می‌شود. این فرضیه‌ها عناصر ساختاری بازار، مانند تعداد بنگاه‌ها، درجه تمرکز صنعت، سهم بازاری بنگاه، درجه تمایز محصول و شدت موانع ورود را از طریق رفتار (قیمت‌گذاری) بنگاه‌ها به عملکرد آن‌ها (سودآوری) مرتبط می‌سازند. بر این اساس، از آنجا که رفتار بنگاه‌ها قابل مشاهده نیست، عناصر ساختاری بازار به‌عنوان معیارهایی برای سنجش قدرت بازاری (یا درجه رقابت) به‌کار گرفته می‌شوند. از میان این معیارهای ساختاری، شاخص‌های تمرکز صنعت و سهم بازاری بنگاه بیشترین کاربرد را دارند و بر مبنای فرضیه‌های SCP و RMP، قدرت بازاری را در سطح بازار و بنگاه اندازه‌گیری می‌کنند. افزون بر این، شاخص‌های عملکرد نیز گاهی به‌عنوان معیارهایی برای قدرت بازاری بنگاه‌ها در تحقیقات تجربی مورد استفاده قرار می‌گیرند. در این خصوص، مارک‌آپ قیمت بر هزینه نهایی، که همان شاخص لرنر است، رایج‌ترین شاخص عملکرد (سودآوری) بنگاه‌ها محسوب می‌شود و به‌عنوان معیار مستقیمی برای قدرت بازاری شناخته شده است. البته، همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، این معیار با مشکل در دسترس نبودن داده‌های هزینه نهایی مواجه است؛ اما با معرفی تکنیک‌های جدید اقتصادسنجی در سال‌های اخیر برای برآورد هزینه نهایی بنگاه‌ها،

^۱. Bargaining Theory

^۲. Relative-Market Power

^۳. Shepherd

این مسأله تا حد زیادی رفع شده و شاخص لرنر به یکی از رایج‌ترین معیارهای اندازه‌گیری قدرت بازاری تبدیل شده است.

آزمون تجربی پارادایم SCP برای اولین بار توسط بین (۱۹۵۱) انجام شد. این پژوهشگر با استفاده از داده‌های مربوط به ۴۲ صنعت کارخانه‌ای ایالات متحده برای بازه زمانی ۱۹۴۰-۱۹۳۶، ارتباط میان سودآوری و درجه تمرکز صنعت (نسبت تمرکز هشت بنگاه) را مورد بررسی قرار داد. وی صنایع تحت بررسی را بر اساس درجه تمرکز (نسبت تمرکز هشت بنگاه^۱) به دو گروه تمرکز-بالا و تمرکز-پائین تقسیم کرد و با استفاده از آزمون فرضیه آماری نشان داد که فرضیه صفر مبنی بر بی‌تفاوتی متوسط نرخ سود بنگاه‌ها در این دو گروه صنعتی در سطح معنی‌داری ۵ درصد رد می‌شود. در نتیجه، ارتباط مثبت و معنی‌داری میان درجه تمرکز صنعت و متوسط نرخ سودآوری بنگاه‌ها وجود دارد. علاوه بر این، بین (۱۹۵۶) در یک مطالعه مهم‌تر، چارچوب تحلیلی SCP را ارائه داد. وی با استفاده از داده‌های مربوط به ۲۰ صنعت نشان داد که شدت موانع ورود به بازار تأثیر مثبت بر نرخ سودآوری، به‌ویژه در مورد صنایع با درجه تمرکز بالاتر، دارد.

جو بین با معرفی رویکرد تحقیقاتی جدید SCP، مسیر تازه‌ای را پیش روی اقتصاددانان سازماندهی صنعتی قرار داد. این رویکرد از اوایل دهه ۱۹۵۰ تا اواسط دهه ۱۹۷۰ به مدت ربع قرن بر ادبیات سازماندهی صنعتی سیطره داشت و به‌عنوان چارچوب تحلیلی غالب برای مطالعات تجربی در این حوزه شناخته می‌شد. در این دوره، تحقیقات متعددی به تجزیه و تحلیل داده‌های مقطعی (مقایسه‌های بین-صنعتی) پرداخته و سعی در تبیین ارتباط بین تمرکز بازار و عملکرد بنگاه‌ها داشتند. به‌عنوان مثال، در اوایل دهه ۱۹۷۰، وایس^۲ (۱۹۷۴) یک بررسی جامع از ۴۶ مطالعه تجربی مبتنی بر داده‌های مقطعی انجام داد و نتیجه‌گیری کرد که در ۴۲ مورد (بیش از ۹۰ درصد موارد)، رابطه مثبت میان تمرکز بازار (و نیز شدت موانع ورود) و سودآوری بنگاه‌ها تأیید می‌شود. یک دهه بعد، گیلبرت^۳ بررسی مشابهی را برای ۴۵ مطالعه در صنعت بانکداری ایالات متحده انجام داد. پلترمن (۱۹۹۱) تأکید داشت که استفاده از داده‌های مقطعی مربوط به صنایع مختلف، نسبت به داده‌های سری زمانی مربوط به یک صنعت خاص، برتری مهمی در آزمون ارتباط میان

^۱. Eight-Firm Concentration Ratio

^۲. Weiss

^۳. Gilbert

تمرکز صنعت و معیارهای عملکرد دارد. وی استدلال کرد درجه تمرکز صنعت به‌طور معمول به‌صورت سالیانه یا حتی دهه‌ای تغییر چندانی نمی‌کند و بنابراین، بررسی این ارتباط با داده‌های سری زمانی دشوار خواهد بود. در مقابل، داده‌های مقطعی تنوع بالایی از درجات تمرکز را در بر می‌گیرند. از این رو، اگر رابطه‌ای میان تمرکز و مارک‌آپ قیمت بر هزینه نهایی وجود داشته باشد، این ارتباط باید در یک تحلیل مقطعی قابل مشاهده باشد. با این حال، پلتزمن به محدودیت دسترسی به داده‌های دقیق مربوط به قیمت یا هزینه نهایی در مطالعات مقطعی نیز اشاره می‌کند. در مجموع، پارادایم SCP مبتنی بر این استدلال است که در بازارهای متمرکزتر، هزینه تبانی پائین‌تر است و در نتیجه، احتمال بروز رفتار تبانی‌گرایانه از سوی بنگاه‌ها بیشتر است. از سوی دیگر، تبانی میان بنگاه‌ها به ایجاد رانتهای انحصاری برای هر یک از آنها منجر می‌شود، که به بیان دیگر، باعث بهبود عملکرد (سودآوری) بنگاه‌ها می‌شود. با توجه به اینکه رفتار بنگاه‌ها به‌عنوان پل ارتباطی میان ساختار بازار و عملکرد آنها غیرقابل مشاهده است، آزمون تجربی پارادایم SCP تنها به‌صورت بررسی تأثیر ساختار بازار بر عملکرد بنگاه‌ها در چارچوب مدل رگرسیونی زیر انجام می‌شود (دیوس و گارسس، ۲۰۰۹):

$$y_i = \alpha_0 + \alpha_1 x_i + \beta' z_i + \varepsilon_i$$

که اندیس i نمایانگر صنعت i ام است، y معیاری برای عملکرد بازار است (مانند متوسط نرخ بازدهی صنعت یا مارک‌آپ قیمت بر هزینه نهایی در سطح صنعت به‌عنوان معیارهای سودآوری صنعت)، x معیاری برای ساختار بازار است (مانند درجه تمرکز صنعت)، z برداری از سایر عوامل تأثیرگذار بر عملکرد بازار است و ε بیانگر جزء خطای مدل است. بر اساس این معیارهای رایج ساختار و عملکرد بازار، چنانچه ضریب متغیر x مثبت و معنی‌دار باشد (یعنی $\alpha_1 > 0$)، فرضیه SCP تأیید می‌شود. در واقع، اگر شواهد تجربی از وجود ارتباط میان ساختار بازار و عملکرد بنگاه‌ها پشتیبانی کنند، استنباط می‌شود که این ارتباط از طریق رفتار غیرقابل مشاهده بنگاه‌ها شکل گرفته است؛ که دلالت بر تأیید فرضیه SCP دارد. به عبارت دیگر، در مطالعات تجربی، تأیید رابطه «ساختار $\Rightarrow$ عملکرد» به‌عنوان نشانه‌ای از رابطه «ساختار $\Leftarrow$ رفتار $\Leftarrow$ عملکرد» تفسیر می‌شود. بنابراین، بر اساس منطق SCP، رفتار غیرقابل مشاهده بنگاه‌ها (رفتار قیمت‌گذاری یا قدرت بازاری

بنگاه‌ها) به‌طور غیرمستقیم از طریق معیارهای ساختاری بازار (به‌ویژه درجه تمرکز صنعت) یا گاهی از طریق معیارهای عملکرد (به‌ویژه مارک‌آپ قیمت بر هزینه نهایی) قابل اندازه‌گیری است. اگرچه این فرضیه از اوایل دهه ۱۹۵۰ تا نیمه اول دهه ۱۹۷۰ به‌طور گسترده‌ای آزموده شد، فاقد یک مبنای نظری رسمی بوده و بیشتر ماهیت توصیفی-تجربی داشت. به این دلیل، برخی مطالعات در تلاش بودند که این ایراد را برطرف کنند. در این راستا، کاولینگ و واترسن^۱ (۱۹۷۶) و کاولینگ^۲ (۱۹۷۶) با استفاده از شرایط حداکثرسازی سود بنگاه، یک مدل نظری ارائه دادند که مبنای مناسبی برای فرضیه SCP فراهم می‌کند. در واقع، این مدل ویژگی‌های ساختاری بازارها را با شاخص‌های عملکرد بنگاه‌ها مرتبط می‌سازد. همچنین، استیگلر^۳ (۱۹۶۴) با استفاده از یک مدل نظری نشان می‌دهد که هزینه شکل‌گیری تبانی بین بنگاه‌ها با شاخص تمرکز هرفیندال-هیرشمن رابطه معکوس دارد. وی همچنین به بررسی ارتباط میان شاخص‌های تمرکز صنعت و نرخ سود بنگاه‌ها پرداخته است. علاوه بر این، استیگلر نشان می‌دهد که شدت رفتار تبانی‌گرایانه بنگاه‌ها رابطه مستقیمی با سهم بازاری آنها دارد (کاولینگ، ۱۹۷۶).

۳-۳-۳- نقدهای وارد بر پارادایم ساختار-رفتار-عملکرد (SCP)

همان‌طور که پیش‌تر بحث شد، چارچوب تحلیلی SCP توسط گروهی از محققان دانشگاه هاروارد به رهبری ادورد میسن و سپس توسط جو بین (یکی از شاگردان سابق میسن) توسعه یافت. به همین دلیل، در ادبیات سازماندهی صنعتی، این جریان فکری به‌عنوان «مکتب هاروارد»^۴ یا دیدگاه/رویکرد «ساختارگرایی»^۵ هاروارد شناخته می‌شود. اصطلاح ساختارگرایی به این دلیل به‌کار گرفته می‌شود که بر اساس پارادایم SCP، ویژگی‌های ساختاری بازارها تعیین‌کننده رفتار و عملکرد بنگاه‌ها هستند. بنابراین، دولت‌ها و دیگر مقامات باید با اصلاح ساختار بازارها، رفتار بنگاه‌ها را در جهت بهبود عملکرد آنها تعدیل کنند. در این راستا، تمرکززدایی از طریق اعمال محدودیت بر ادغام و تملک و تجزیه بنگاه‌های انحصاری به دو یا چند بنگاه، یکی از رایج‌ترین سیاست‌هایی است که دولت‌ها برای جلوگیری از رفتارهای غیررقابتی بنگاه‌ها (مانند تبانی) اتخاذ می‌کنند.

^۱. Cowling and Waterson

^۲. Cowling

^۳. Stigler

^۴. Harvard School

^۵. Structuralist

معرفی پارادایم SCP نقش مهمی در توسعه سازماندهی صنعتی ایفا کرده است. این پارادایم به طور قابل توجهی به مفهوم‌سازی سه عنصر کلیدی بازار (ساختار، رفتار و عملکرد) و بررسی روابط میان آنها کمک کرد و تا اواسط دهه ۱۹۷۰ بر ادبیات سازماندهی صنعتی سیطره داشت. در این دوره، تمرکز اصلی تحقیقات سازماندهی صنعتی بر آزمون تجربی این پارادایم با استفاده از روش‌های آماری و نمونه داده‌های مختلف بوده است. علاوه بر این، پارادایم SCP مبنای اصلی سیاست‌های رقابت (ضدانحصار) قرار گرفت و معیارهای ساختاری قدرت بازاری بنگاه‌ها را به ادبیات سازماندهی صنعتی معرفی کرد. با این وجود، این پارادایم در دهه ۱۹۷۰ از جنبه‌های مختلف آماج حملات انتقادی قرار گرفت؛ به طوری که حتی تلاش‌های کاولینگ و واترسن (۱۹۷۶)، کاولینگ (۱۹۷۶) و همکاران برای مدل‌سازی نظری این پارادایم نیز نتوانست مانع چنین انتقاداتی شود. البته، نخستین نقدها در دهه ۱۹۶۰ مطرح شدند و به تدریج در دهه ۱۹۷۰ به اوج خود رسیدند و تا دهه ۱۹۸۰ ادامه یافتند. در ادامه، مهم‌ترین نقدهای وارده به رویکرد SCP بررسی خواهند شد.^۱

الف- فرضیه کارا-ساختار

بیشترین انتقادات به چارچوب تحلیلی SCP از سوی گروهی از اقتصاددانان و حقوقدانان برجسته دانشگاهی موسوم به «مکتب شیکاگو» مطرح شده است، که به‌عنوان جدی‌ترین رقیب مکتب سنتی هاروارد در عرصه سیاست‌های رقابتی شناخته می‌شود. البته این مکتب اقتصادی پیش از معرفی پارادایم SCP، توسط فرینک نایت^۲ و جیکب واینر^۳ در دهه ۱۹۲۰ پایه‌گذاری شد. نسل دوم اندیشمندان مکتب شیکاگو، از جمله رابرت بُرک^۴، جُرج استیگلر^۵، ریچارد پازنر^۶، هرولد دمستِر^۷، ساموئل پلترمَن^۸ و ییل براون^۹، در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ به نقد پارادایم SCP و سیاست‌های رقابتی (ضدانحصار) مبتنی بر این پارادایم پرداختند. این مکتب که در گذشته تنها به عنوان مکتب پول‌گرایی در اقتصاد شناخته می‌شد (با نام‌هایی مانند کارل برانر^{۱۰}، میلتون فریدمن^{۱۱}

^۱ برای بررسی سایر نقدهای وارد بر چارچوب تحلیلی SCP به لیچینسکی و دیگران (۲۰۱۷) رجوع کنید.

^۲ Frank Knight

^۳ Jacob Viner

^۴ Robert Bork

^۵ George Stigler

^۶ Richard Posner

^۷ Harold Demsetz

^۸ Samuel Peltzman

^۹ Yale Brozen

^{۱۰} Karl Brunner

^{۱۱} Milton Friedman

و آلن ملتزر^۱، در دهه ۱۹۷۰ یک رویکرد قانونی و اقتصادی برای سیاست ضدانحصار توسعه داد که تأثیر قابل توجهی بر سیاست‌های ضدانحصار ایالات متحده داشت. این تأثیر نه تنها در جهش سیاست‌های ضدانحصار که توسط وزیر سابق دادگستری ایالات متحده در سال ۱۹۸۱ اعلام شد، بلکه همچنین در دستورالعمل‌های ادغام^۲ ۱۹۸۲/۸۴، دستورالعمل‌های مربوط به محدودیت‌های عمودی^۳ ۱۹۸۵ و بسته اصلاحات قانون ضدانحصار^۴ در سال ۱۹۸۶ مشهود است (اسمیت و ریتالر^۵، ۱۹۸۹). البته مبانی تحلیل ضدانحصار از دیدگاه مکتب شیکاگو ابتدا در دهه ۱۹۵۰ توسط ارن دیرکتر^۶ معرفی شد. دیرکتر ایده‌های کلیدی این مکتب را به صورت شفاهی و کتبی فرموله کرد و سپس توسط شاگردان و همکارانش تشریح شدند (پازنر^۷، ۱۹۷۹).

در دهه ۱۹۷۰، دمستز^۸ (۱۹۷۳، ۱۹۷۴) و پلترم^۹ (۱۹۷۷) تفسیری جایگزین برای همبستگی مثبت بین درجه تمرکز و متوسط سودآوری صنایع مختلف ارائه دادند. آنان عقیده داشتند که این همبستگی نه به رفتار بازاری (قدرت قیمت‌گذاری) بنگاه‌ها، بلکه به تفاوت در سطح کارایی (ناهمگنی کارایی) آنها مربوط می‌شود. این نویسندگان استدلال کردند که بازارها پویا هستند و بنگاه‌های نسبتاً کارتر، به دلیل هزینه‌های متوسط کمتر، می‌توانند سریع‌تر رشد کرده و سهم بازاری بیشتری کسب نمایند. در حقیقت، کاهش هزینه‌ها به این بنگاه‌ها امکان می‌دهد قیمت پائین‌تری برای محصولات خود تعیین کنند و به تبع آن، سهم بازاری خود را افزایش دهند. افزایش سهم بازاری مربوط به تعدادی از بنگاه‌های موجود در صنعت به‌طور منطقی منجر به افزایش تمرکز صنعت می‌شود. علاوه بر این، برتری کارایی موجب می‌شود این بنگاه‌ها سود بیشتری کسب کنند که افزایش متوسط سودآوری صنعت را به همراه دارد. بدین ترتیب، تفاوت در سطح کارایی بنگاه‌های فعال در یک صنعت، از یک سو به افزایش تمرکز صنعت و از سوی دیگر به رشد متوسط سودآوری آن منجر می‌شود. این سازکار در نهایت به شکل‌گیری یک همبستگی کاذب و مثبت بین دو عنصر کلیدی ساختار و عملکرد بازار منجر می‌شود. چنین تفسیری از همبستگی مثبت بین تمرکز و سودآوری به‌عنوان فرضیه «کارا-ساختار»^{۱۰} (ES) شناخته می‌شود. این در حالیست که

¹. Alan Meltzer

². Merger Guidelines

³. Vertical Restraints Guidelines

⁴. Antitrust Law Reform Package

⁵. Schmidt and Rittaler

⁶. Aaron Director

⁷. Posner

⁸. Demsetz

⁹. Peltzman

¹⁰. Efficient-Structure (ES)

پارادایم SCP این رابطه را به رفتار بازاری بنگاه‌ها به‌عنوان پل ارتباطی میان ساختار و عملکرد بازار نسبت می‌دهد. این دو دیدگاه متضاد به توصیه‌های سیاستی متفاوتی می‌انجامند. پارادایم SCP از سیاست‌های تمرکززدایی حمایت می‌کند، در حالی که فرضیه کارا-ساختار چنین ضرورتی را مطرح نمی‌کند. با این وجود، این دو دیدگاه لزوماً ناسازگار نیستند. در واقع، سود مازاد می‌تواند به طور همزمان ناشی از قدرت بازاری و برتری کارایی بنگاه‌های پیشرو باشد (ترمبلی و ترمبلی، ۲۰۱۲).

همان‌طور که برگر (۱۹۹۵) بیان می‌کند، دو نسخه از فرضیه کارا-ساختار بر حسب نوع کارایی بنگاه‌ها معرفی شده است. در نسخه کارایی-X این فرضیه (ESX)، بنگاه‌هایی که از مدیریت برتر یا تکنولوژی تولیدی پیشرفته‌تری برخوردارند، هزینه کمتری به‌ازای هر واحد محصول متحمل می‌شوند و در نتیجه از سهم بازاری و سودآوری بیشتری بهره‌مند می‌شوند. این همان استدلال دمسترز (۱۹۷۳، ۱۹۷۴) و پلتزمن (۱۹۷۷) است. علاوه بر این، چند سال بعد، نسخه دیگری از این فرضیه معرفی شد. با توجه به لمسن^۱ (۱۹۸۷) و برگر (۱۹۹۵)، در نسخه کارایی مقیاس^۲ از فرضیه کارا-ساختار (ESS)، بنگاه‌های فعال در یک صنعت عمدتاً از سطح مدیریت و تکنولوژی مشابهی برخوردارند، اما برخی از آنها در مقیاس کاراتری تولید می‌کنند و به همین دلیل هزینه کمتر و سودآوری بیشتری به‌ازای تولید هر واحد محصول دارند. همچنین، فرض بر این است که این بنگاه‌ها سهم بازاری بزرگ‌تری دارند که به نوبه خود به افزایش تمرکز در صنعت منجر می‌گردد. بنابراین، تفاوت (پراکندگی) در کارایی مقیاس میان بنگاه‌های یک صنعت می‌تواند به ایجاد یک همبستگی کاذب و مثبت بین ساختار بازار (تمرکز) و عملکرد بنگاه‌ها (سودآوری) منتهی شود.

به طور خلاصه، فرضیه‌های کارا-ساختار بیان می‌کنند که همبستگی مشاهده شده بین تمرکز و سودآوری صرفاً ناشی از تأثیر عامل مشترک پراکندگی در توزیع کارایی-X یا کارایی مقیاس بنگاه‌های موجود در یک صنعت است و نه نتیجه یک رابطه علی یک‌طرفه از تمرکز به سودآوری که از طریق تبانی و قدرت بازاری بنگاه‌ها شکل گرفته باشد. بر این اساس، استفاده از

^۱. Lambson

^۲. Scale Efficiency

شاخص‌های تمرکز به عنوان معیار قدرت بازاری در چارچوب رویکرد SCP و نیز بهره‌گیری از این رویکرد برای تدوین سیاست‌های رقابتی یا ضدانحصار، نادرست است.

ب- درون‌زایی ساختار بازار (علیت معکوس)

همان‌طور که بحث شد، پارادایم SCP بیان می‌کند که یک رابطه علی یک‌طرفه از ساختار بازار به رفتار بنگاه و از رفتار بنگاه به عملکرد بازار وجود دارد. در این چارچوب، ساختار بازار به عنوان متغیر برون‌زا^۱ و عملکرد به عنوان متغیر درون‌زا^۲ در نظر گرفته می‌شود. یکی از جدی‌ترین نقدها به رویکرد SCP به فرض برون‌زایی^۳ ساختار بازار مربوط می‌شود. در واقع، برخی از پژوهشگران استدلال می‌کنند که ممکن است یک رابطه علی معکوس^۴ از رفتار و عملکرد بازاری بنگاه‌ها به ساختار بازار وجود داشته باشد. در این صورت، ساختار بازار درون‌زا است نه برون‌زا. با این حال، در چارچوب تحلیلی SCP به این مسأله درون‌زایی^۵ توجهی نشده است (مک‌گی، ۱۹۸۸؛ دیویز^۶ و همکاران، ۱۹۹۶). در این خصوص، ثیورک و آدرچ^۷ (۱۹۹۶) بیان می‌کنند که یکی از ویژگی‌های برجسته سنت فکری در تحقیقات سازماندهی صنعتی، توجه ویژه به مسأله تمرکز صنعت است. این مسأله به این می‌پردازد که صنعت تا چه اندازه متمرکز است؟ آیا تمرکز صنعت دارای پیامدهای رفاهی مثبت است یا منفی؟ و در صورت منفی بودن، دولت باید چه نوع سیاست‌هایی (مانند سیاست‌های ضدانحصار، سیاست‌های تنظیمی یا مالکیت عمومی) اتخاذ نماید؟ با این وجود، بنگاه‌های رهبر در یک صنعت اغلب به عنوان از پیش تعیین‌شده در نظر گرفته می‌شوند، بدون آنکه به این پرسش پاسخ داده شود که این رهبران از کجا و چه زمانی ظهور می‌کنند (اشاره به برون‌زایی تمرکز صنعتی).

برای هر یک از روابط علی معکوس، یعنی تأثیر عملکرد بر رفتار، تأثیر رفتار بر ساختار و تأثیر عملکرد بر ساختار، می‌توان مثال‌هایی ارائه داد. ابتدا به تأثیر رفتار بنگاه‌ها بر ساختار بازار پرداخته می‌شود. استراتژی‌های تبلیغاتی یکی از عناصر رفتاری بنگاه‌ها است. فرض کنید یک بنگاه با هدف افزایش فروش، سطح تبلیغات یا هزینه‌های تبلیغاتی خود را افزایش دهد. اگر این

¹. Exogenous

². Endogenous

³. Exogeneity

⁴. Inverse Causality

⁵. Endogeneity

⁶. McGee

⁷. Davies

⁸. Thurik and Audretsch

استراتژی موفق باشد، بنگاه سهم بیشتری از بازار را بدست می‌آورد. افزایش سهم بازاری بنگاه به‌نوبه‌خود می‌تواند درجه تمرکز صنعت را تغییر دهد. بنابراین، سیاست‌های تبلیغاتی به‌عنوان یک عنصر رفتاری بنگاه‌ها می‌توانند درجه تمرکز صنعت را که یکی از ویژگی‌های اصلی ساختار بازار است، تحت تأثیر قرار دهند. به‌طور مشابه، اگر بنگاهی سطح فعالیت‌های تحقیق و توسعه خود را افزایش دهد و این تغییر رفتاری به تولید یک محصول جدید منجر شود که از محصولات رقبا متمایز باشد، این بنگاه درجه‌ای از قدرت انحصاری در بازار کسب می‌کند که منجر به افزایش سهم بازاری آن خواهد شد. در این مورد نیز تغییر رفتار بنگاه می‌تواند ساختار بازار را دستخوش تغییر کند. در ارتباط با تأثیر عملکرد بر رفتار بازاری بنگاه‌ها، فرض کنید برخی از بنگاه‌های فعال در یک صنعت خاص با سودآوری پایین مواجه هستند و تصمیم به بهبود وضعیت خود می‌گیرند. این بنگاه‌ها ممکن است با تشکیل کارتل، بتوانند قیمت‌های بالاتری برای محصولات خود تعیین کرده و در نتیجه سودهای بیشتری کسب نمایند. در این شرایط، رفتار قیمت‌گذاری (تبانی‌گرایانه) بنگاه‌ها تحت تأثیر عملکرد ضعیف آن‌ها قرار می‌گیرد. عملکرد بنگاه‌ها نیز می‌تواند از طریق کانال‌های متعددی بر ساختار بازار تأثیر داشته باشد. در مثال قبلی، بنگاه‌ها ممکن است به‌جای تبانی، به ادغام روی آورند تا عملکرد ضعیف خود را بهبود بخشند. به‌عبارت دیگر، بنگاه‌هایی که از نظر سودآوری ضعیف عمل می‌کنند، ممکن است تصمیم بگیرند با ادغام یا یکی شدن، سهم بازاری بزرگ‌تری بدست آورند و در نتیجه سود بیشتری کسب کنند. اگر چنین ادغامی رخ دهد، تعداد و توزیع اندازه (سهم بازاری) بنگاه‌ها در صنعت تغییر می‌کند. از آنجا که درجه تمرکز صنعت انعکاس دهنده تعداد و توزیع اندازه بنگاه‌ها است، می‌توان نتیجه گرفت که عملکرد بنگاه‌ها بر حسب سودآوری (از طریق ادغام) منجر به تغییر در درجه تمرکز صنعت به‌عنوان یکی از ویژگی‌های اصلی ساختار بازار می‌شود. در مثال دیگر، فرض شود تعداد بنگاه‌ها به‌عنوان معیاری برای ساختار بازار در نظر گرفته شود؛ به‌طوری‌که بر اساس منطق پارادایم SCP، افزایش تعداد بنگاه‌ها منجر به رفتار رقابتی‌تر خواهد شد. با این وجود، چنانچه بنگاه‌های موجود در صنعت از سودهای فوق‌العاده‌ای برخوردار باشند، انگیزه‌ای برای ورود بنگاه‌های جدید به صنعت ایجاد می‌شود. در صورت نبود موانع ورود، این شرایط در بلندمدت منجر به ورود بنگاه‌های جدید و افزایش تعداد بنگاه‌های فعال در صنعت خواهد شد. بنابراین، سودآوری به‌عنوان معیاری از عملکرد بنگاه‌ها،

می‌تواند تعداد بنگاه‌ها به‌عنوان یکی از مشخصه‌های ساختاری بازار را تحت تأثیر قرار دهد (هدر^۱، ۲۰۰۲؛ کارلتین و پرل^۲، ۲۰۱۵). علاوه بر این، در حالی که مدل کاولینگ و واترسن (۱۹۷۶) رابطه مثبتی میان درجه تمرکز و سودآوری پیش‌بینی می‌کند، کلارک و دیویز^۳ (۱۹۸۲) نشان می‌دهند که این متغیرها به‌طور همزمان تحت تأثیر شرایط اساسی هزینه و تقاضا تعیین می‌شوند و بنابراین ماهیتی درون‌زا دارند. این مسأله استنباط در مورد جهت علیت میان ساختار و عملکرد را غیرممکن می‌سازد (شلدن و اسپرلینگ^۴، ۲۰۰۳).

با توجه به استدلال‌های فوق، ماهیت ارتباط میان عناصر سه‌گانه بازار پیچیده‌تر از آن است که پارادایم SCP پیش‌بینی می‌کند. بنابراین، اعتبار نتایج مطالعات تجربی گسترده‌ای که از دهه ۱۹۵۰ تا دهه ۱۹۷۰ این پارادایم را در چارچوب مدل‌های رگرسیونی تک معادله‌ای آزمون نموده‌اند، مورد تردید قرار می‌گیرد. این در حالیست که نتایج این مطالعات پشتوانه اصلی پارادایم SCP بوده‌اند. درون‌زایی ناشی از علیت معکوس به‌عنوان مسأله تورش همزمانی^۵ شناخته می‌شود. چنین مسأله‌ای نتایج حاصل از برآورد مدل‌های رگرسیونی ساده و آزمون‌های آماری در خصوص معناداری ضرایب مدل را بی‌اعتبار می‌سازد. البته پس از اینکه چنین نقدی بر تحقیقات SCP وارد شد، پژوهشگران تلاش کرده‌اند با به‌کارگیری روش‌ها و تکنیک‌های مناسب اقتصادسنجی از قبیل برآوردهای مبتنی بر متغیرهای ابزاری^۶، چنین مسأله‌ای را در آزمون تجربی SCP رفع نمایند (به‌عنوان مثال، به وایس (۱۹۷۴) رجوع شود).

ج- فرضیه بازارهای جدال‌پذیر

بامول^۷ و همکاران (۱۹۸۲) با ارائه نظریه «بازارهای جدال‌پذیر»^۸ در اوایل دهه ۱۹۸۰، نقد دیگری به چارچوب تحلیلی SCP وارد کردند. این نظریه که در کتاب مشهور «بازارهای جدال‌پذیر و نظریه ساختار صنعت»^۸ به‌طور جامع بررسی شده است، ابعاد گوناگون این نوع بازارها را تحلیل می‌کند. بامول و همکارانش تلاش کرده‌اند رویکردی نوین برای مطالعه ساختار صنعت و رفتار بنگاه‌ها ارائه دهند. آنها معتقدند که این اثر، چارچوب تحلیلی منحصربه‌فردی برای سازماندهی

^۱. Heather

^۲. Clarke and Davies

^۳. Sheldon and Sperling

^۴. Simultaneity Bias Problem

^۵. Instrumental Variables

^۶. Baumol

^۷. Contestable Markets

^۸. Contestable Markets and the Theory of Industry Structure

صنعتی فراهم آورده و بینش‌های مفیدی را برای تحقیقات تجربی و سیاست‌گذاری‌های مرتبط با صنعت ارائه می‌دهد (بامول^۱، ۱۹۸۲؛ شوارتز و رِنلدز^۲، ۱۹۸۳).

با توجه به نظریه بازارهای جدال‌پذیر، حتی در بازارهایی که تعداد محدودی بنگاه (یا تنها یک بنگاه انحصاری) فعالیت می‌کند، این امکان وجود دارد که بنگاه‌ها تا حد بسیار زیادی به صورت رقابتی رفتار کنند، مشروط بر اینکه همواره در معرض تهدید ورود رقبای بالقوه به صنعت قرار گیرند. بامول (۱۹۸۲) بازار جدال‌پذیر را بازاری تعریف می‌کند که ورود به آن کاملاً آزاد بوده و خروج از آن هیچ‌گونه هزینه «برگشت‌ناپذیری»^۳ بر بنگاه تحمیل نمی‌کند. به عبارت دیگر، بازار جدال‌پذیر به بازاری اطلاق می‌شود که فاقد هرگونه موانع ورود و خروج باشد. بامول و همکاران (۱۹۸۲) توضیح می‌دهند که هزینه‌های خروج از یک بازار می‌توانند انگیزه بنگاه‌های جدید برای ورود به چنین بازاری را کاهش دهند. بر این اساس، نه تنها موانع ورود به بازار بلکه موانع (هزینه‌های) خروج از بازار نیز نقش تعیین‌کننده‌ای در شدت تهدید ورود بنگاه‌های جدید به بازار ایفا می‌کنند. علاوه بر این، بامول^۴ (۱۹۸۶) بیان می‌کند که در یک بازار کاملاً جدال‌پذیر، رقبای بالقوه باید دسترسی کامل به تکنولوژی‌های تولیدی بنگاه‌های درون صنعت داشته باشند، با محدودیت تقاضا مواجه نباشند (یعنی بتوانند مشتریان بنگاه‌های موجود در صنعت را جذب کنند) و خروج از صنعت هیچ هزینه‌ای بر آنها تحمیل نکند؛ به گونه‌ای که ترک صنعت با ریسک از دست دادن سرمایه همراه نباشد. در دنیای واقعی، هیچ بازاری کاملاً جدال‌پذیر^۵ نیست، زیرا همواره هزینه‌هایی نظیر راه‌اندازی یا توقف فعالیت‌های اقتصادی وجود دارند که به عنوان موانعی برای ورود و خروج بنگاه‌های جدید عمل می‌کنند. بر این اساس، بازارهای مختلف می‌توانند درجات مختلفی از جدال‌پذیری داشته باشند، که رابطه معکوسی با شدت موانع ورود و خروج دارد.

قطعاً یکی از موضوعات بحث برانگیز در مورد بازارهای جدال‌پذیر به رفتار و عملکرد بنگاه‌ها در این نوع بازارها مربوط می‌شود. در حالی که در بازار رقابت کامل و سایر ساختارهای بازاری استاندارد، رقابت واقعی^۶ میان بنگاه‌های موجود در صنعت محور اصلی تحلیل است، در بازارهای جدال‌پذیر رقابت بالقوه^۷ میان بنگاه‌های موجود در صنعت و رقبای بالقوه نیز از اهمیت ویژه‌ای

¹. Baumol

². Schwartz and Reynolds

³. Sunk Cost

⁴. Baumol

⁵. Perfectly Contestable Market

⁶. Actual Competition

⁷. Potential Competition

برخوردار است. این تفاوت اساسی باعث می‌شود که در بازارهای جدال‌پذیر، علاوه بر بررسی شرایط موجود، تهدید ورود رقبای جدید به‌عنوان یک عامل تعیین‌کننده برای رفتار و عملکرد بنگاه‌ها مورد توجه قرار گیرد. در این بازارها، فشارهای رقابتی ناشی از رقبای بالقوه، محدودیت‌های جدی رفتاری را برای بنگاه‌های فعال در صنعت ایجاد می‌کند (بامول، ۱۹۸۶). در مدل‌های استاندارد ساختار بازار، تعداد بنگاه‌ها نقش تعیین‌کننده‌ای در رفتار و عملکرد آنها دارد. در مقابل، در بازارهای جدال‌پذیر، رفتار و عملکرد بنگاه‌ها بدون توجه به ساختار بازار مورد ارزیابی قرار می‌گیرد و تأکید بر آزادی ورود و خروج و تهدید رقبای بالقوه است. در این خصوص، بامول (۱۹۸۶) استدلال می‌کند که بازارها می‌توانند کاملاً جدال‌پذیر باشند، حتی اگر از صرفه‌های ناشی از مقیاس برخوردار باشند یا تعداد بنگاه‌های فعال در آنها محدود باشد (حتی در حد یک بنگاه واحد). این نظریه به‌طور قابل توجهی مفهوم رقابت کامل را تعمیم می‌دهد و نشان می‌دهد که سهولت ورود و خروج و در نتیجه تهدید ورود از سوی رقبای بالقوه (یعنی رقابت بالقوه) چگونه می‌تواند رفتار بنگاه‌های موجود در صنعت را کنترل کند و عملکرد آنها را بهبود بخشد. بر اساس این دیدگاه، حتی یک انحصارگر نیز ممکن است عملکردی ارائه دهد که از نظر رفاه اجتماعی بهینه باشد. بامول تأکید می‌کند که نمی‌توان ادعا کرد اکثر صنایع کاملاً یا حتی تقریباً جدال‌پذیر هستند. با این حال، برخی صنایع با تعداد محدودی بنگاه بسیار جدال‌پذیر هستند و در چنین مواردی، ارزیابی ضرورت مداخلات دولتی در سازکار بازار پیچیده می‌شود. از سوی دیگر، جدال‌پذیری بازار در مواردی می‌تواند از طریق سیاست‌های عمومی تقویت شود و در چنین شرایطی، این سیاست‌ها ممکن است مؤثرترین ابزار برای حفظ منافع عمومی باشند.

همان‌طور که پیش‌تر بحث شد، رابطه کلیدی پارادایم SCP نشان‌دهنده تأثیر تمرکز صنعت به‌عنوان معیار اصلی ساختار بازار بر رفتار قیمت‌گذاری بنگاه‌ها و سپس تأثیر رفتار بنگاه‌ها بر عملکرد (سودآوری) آنها است. نظریه بازارهای جدال‌پذیر از این جهت که ادعا می‌کند درجه تمرکز صنعت به‌عنوان نمایانگر تعداد و توزیع اندازه بنگاه‌ها تأثیری بر رفتار و عملکرد بنگاه‌ها ندارد، با چارچوب تحلیلی SCP ناسازگار است. بنابراین، طبق این نظریه، شاخص‌های تمرکز نمی‌توانند معیارهای مناسبی برای ارزیابی قدرت بازاری (یا درجه رقابت) باشند، زیرا حتی در یک صنعت کاملاً متمرکز نیز ممکن است بنگاه‌ها به‌صورت رقابتی رفتار کنند. این مسأله از دیدگاه سیاست‌های

رقابتی نیز بسیار حائز اهمیت است. بر اساس نظریه بازارهای جدال‌پذیر، سیاست‌های تمرکززدایی لزوماً منجر به رفتار رقابتی و بهبود عملکرد رفاهی بنگاه‌ها نخواهند شد.

۳-۴- دهه‌های ۱۹۸۰ تاکنون: سازماندهی صنعتی تجربی نوین (NEIO)

همان‌طور که پیش‌تر بحث شد، بر اساس پارادایم یا چارچوب تحلیلی SCP، رفتار غیرقابل مشاهده بنگاه‌ها پل ارتباطی میان ساختار بازار و عملکرد بنگاه‌ها است. بر این اساس، ویژگی‌های ساختاری بازار (به‌ویژه شاخص‌های تمرکز صنعت) و در برخی موارد شاخص‌های عملکرد (مانند مارک‌آپ قیمت بر هزینه نهایی یا شاخص لرنر) به‌عنوان معیارهایی برای ارزیابی رفتار بنگاه‌ها (سنجش قدرت بازاری بنگاه‌ها) مورد استفاده قرار می‌گیرند. یکی از مهم‌ترین نقدها به مطالعات SCP این است که رفتار بنگاه‌ها را نادیده گرفته و صرفاً به بررسی تأثیر مستقیم ساختار بازار بر عملکرد بنگاه‌ها پرداخته‌اند. البته میسین و همکارانش در چارچوب مطالعات موردی علاقه زیادی به تحلیل رفتار بنگاه‌ها نشان دادند، اما این رویکرد به تدریج تحت‌الشعاع مطالعات مقطعی جو بین و همکاران قرار گرفت. از این گذشته، در این نوع مطالعات، صنعت (و نه بنگاه) به عنوان واحد تجزیه و تحلیل در نظر گرفته شده است و اغلب تأثیر درجه تمرکز بر متوسط سودآوری صنایع مختلف مورد بررسی قرار گرفته است. در این راستا، به طور ضمنی فرض شده است که تمامی بنگاه‌های فعال در یک صنعت شرایط اقتصادی یکسانی دارند و ممکن است تنها از نظر اندازه متفاوت باشند (سایر تفاوت‌ها به‌عنوان نویز تصادفی تلقی شده‌اند). بنابراین، این مطالعات از بررسی ناهمگنی درون-صنعتی یا تفاوت‌های پایدار در عملکرد بنگاه‌های یک صنعت خاص غفلت کرده‌اند. علاوه بر این، مطالعات تجربی SCP به دلیل استفاده از داده‌های مقطعی، تنها به بررسی روابط ایستا پرداخته و پویایی‌های صنعتی را نادیده گرفته‌اند (پرتز، ۱۹۸۱). رویکرد SCP در ادبیات سازماندهی صنعتی به‌عنوان یک رویکرد توصیفی-تجربی شناخته می‌شود که حداقل در مراحل اولیه شکل‌گیری، فاقد پشتوانه نظری بوده است. تنها پشتوانه این رویکرد، نتایج رضایت‌بخش صدها مطالعه تجربی مبتنی بر داده‌های مقطعی است که در دهه‌های ۱۹۵۰ تا ۱۹۷۰ (به‌ویژه برای صنایع ایالات متحده) انجام شده‌اند. اگرچه تلاش این نوع مطالعات برای جستجوی همبستگی مقطعی میان معیارهای

سودآوری و تمرکز صنعت به طور نسبی موفقیت آمیز بوده است، اما همان طور که برسنپن^۱ (۱۹۸۹) اشاره می کند، پارادایم SCP در نهایت در نوعی بن بست گرفتار شد؛ اینکه آیا سودآوری بالا در بازارهای متمرکز به دلیل قیمت های بالا (فرضیه متعارف) است یا هزینه های پایین و کارایی بنگاه های بزرگ (فرضیه کارا-ساختار). با توجه به این انتقادات از پارادایم SCP و مطالعات تجربی مرتبط، تفکر سازماندهی صنعتی از اواخر دهه ۱۹۷۰ مسیر جدیدی را در پیش گرفت که منجر به شکل گیری موج دوم تحقیقات سازماندهی صنعتی در عصر مدرن شد. تمرکز اصلی این نوع تحقیقات بر معرفی روش ها و تکنیک های جدیدی برای مطالعه مستقیم رفتار بنگاه ها و ارزیابی دقیق تر قدرت بازاری آنها در صنایع فردی است، که به عنوان جایگزین هایی برای معیارهای ساختاری مبتنی بر رویکرد SCP مطرح می شوند. برسنپن (۱۹۸۹) این رویکرد جدید برای مطالعه بنگاه ها و بازارها را «سازماندهی صنعتی تجربی نوین (NEIO)» نام گذاری کرد که به عنوان «سازماندهی صنعتی نوین (NIO)» نیز شناخته می شود. بر خلاف تحقیقات دو یا سه دهه پیش که عمدتاً ماهیت تجربی داشتند، عصر جدید سازماندهی صنعتی به عنوان عصر نظریه پردازی شناخته می شود. برای مثال، در دهه ۱۹۷۰، مایکل اسپنس^۲ و همکاران مدل های رسمی رفتار بنگاه (فروشنده) در بازارهای رقابت ناقص را توسعه دادند. اسپنس (۱۹۷۶) و دیکست و استیگلتز^۳ (۱۹۷۷) به مدل رقابت انحصاری چیمبرلنی رسمیت بخشیدند. همچنین، سالپ^۴ (۱۹۷۹) مدل تمایز محصول افقی هاتلینگ^۵ (۱۹۲۹) را احیاء کرد و شیکد و ساتن^۶ (۱۹۸۲) مفهوم تمایز محصول عمودی را معرفی نمودند. در اوایل دهه ۱۹۸۰، با کوشش کرپس و ویلسن^۷ (۱۹۸۲)، میلگرم و رابرتس^۸ (۱۹۸۲) و همکاران، استفاده از ابزارهای نظریه بازی های فرم-گسترده، مطالعه نظری در حوزه سازماندهی صنعتی را متحول کرد. به عنوان مثال، گرین و پرت^۹ (۱۹۸۴) از این ابزارها برای فرمول بندی مدل انحصار چندجانبه ای استیگلر (۱۹۶۴) بهره گرفتند. علاوه بر این، مقالات نظری متعددی درباره موضوعات کلیدی سازماندهی صنعتی در مجلات علمی معتبر منتشر شد (اشمالنسی، ۲۰۱۲). همان طور که اشمالنسی^{۱۰} (۱۹۸۲) بیان می کند، اقتصاددانان سازماندهی

^۱ Bresnahan

^۲ Michael Spence

^۳ Dixit & Stiglitz

^۴ Salop

^۵ Hotelling

^۶ Shaked and Sutton

^۷ Kreps and Wilson

^۸ Milgrom and Roberts

^۹ Green and Porter

^{۱۰} Schmalensee

صنعتی در دهه ۱۹۶۰ تلاش داشتند به اقتصادسنجی‌دان تبدیل شوند، اما بسیاری از آنها در دهه ۱۹۷۰ به نظریه‌پردازی روی آوردند.

در مجموع، تحقیقات مدرن در سازماندهی صنعتی برای پاسخ به دو چالش اساسی شکل گرفته‌اند: نخست، کمبود مدل‌های نظری برای مطالعه بازارهای رقابت ناقص که با توسعه نظریه بازی‌ها تا حد زیادی برطرف شد و دوم، کمبود داده‌های مناسب و روش‌های تجربی برای ارزیابی فرضیه‌های مرتبط با رقابت و ساختار صنعت که مانع پیشرفت تحقیقات تجربی بود (تیرل، ۱۹۸۸؛ آینو و لوین، ۲۰۱۰).

تحقیقات SCP به بررسی ارتباط تجربی میان ویژگی‌های ساختاری بازارها و معیارهای عملکرد بنگاه‌ها در مجموعه‌ای گسترده از صنایع می‌پردازند و نتایج این بررسی‌ها را مبنای استنباط در مورد رفتار بنگاه‌ها قرار می‌دهند. به عبارت دیگر، در این نوع مطالعات، رفتار بنگاه‌ها به طور غیرمستقیم تحلیل می‌شود. در مقابل، تحقیقات NEIO با استفاده از مدل‌های تجربی مبتنی بر نظریه‌های اقتصاد خرد، جنبه‌های خاص رفتار بنگاه‌ها را در صنایع فردی یا گروهی از صنایع مرتبط (مانند صناعی با محصول یکسان اما تفاوت‌های جغرافیایی) به طور مستقیم مورد مطالعه قرار می‌دهند. بنابراین، برخلاف ادبیات تجربی SCP که عمدتاً به مطالعات بین-صنعتی مبتنی بر داده‌های مقطعی و تعریف معیارهایی برای رفتار (قدرت بازاری) بنگاه‌ها محدود می‌شود، تحقیقات NEIO بر برآورد مستقیم یا آزمون فرضیه‌های صریح درباره جنبه‌های خاص رفتاری صنایع فردی با هدف شناسایی قدرت بازاری یا تغییرات در رفتارهای تباری گرایانه و رقابتی بنگاه‌ها متمرکز هستند (کالین^۱، ۲۰۱۲). به طور خلاصه، در مطالعات مبتنی بر رویکرد SCP، صنعت به عنوان واحد تجزیه و تحلیل مطرح است، در حالی که در تحقیقات NEIO، بنگاه به عنوان واحد اصلی تجزیه و تحلیل در نظر گرفته می‌شود. دلیل تأکید مطالعات NEIO بر صنایع فردی (یا صنایع مرتبط) این است که اطلاعات و جزئیات نهادی می‌توانند اعتبار مطالعات بین-صنعتی مبتنی بر رویکرد SCP را خدشه‌دار کنند. اِشمالنسی (۱۹۸۲) نیز اظهار می‌دارد که یکی از مزایای مطالعات NEIO، قابلیت استفاده از نتایج این نوع مطالعات برای طراحی سیاست‌های تنظیمی است. این

^۱. Cullinane

مزیت ناشی از آن است که برخلاف سیاست‌های ضدانحصار که تمام صنایع را هدف قرار می‌دهند (و بنابراین متناسب با داده‌های مقطعی هستند)، سیاست‌های تنظیمی به صنایع خاص می‌پردازند. در مقایسه با مطالعات مبتنی بر رویکرد SCP، تحقیقات جدید به‌طور فزاینده‌ای از ابزارهای نظریه اقتصاد خرد، مدل‌های رقابت ناقص و مفاهیم نظریه بازی‌ها بهره می‌برند. در این نوع تحقیقات، وابستگی متقابل در بازارهای انحصار چندجانبه از طریق بازی‌های همکارانه و مدل‌های رفتار غیرهمکارانه مورد بررسی قرار می‌گیرد. بنابراین، رویکرد NEIO با مسأله اساسی «ضعف بنیان‌های نظری» که یکی از نقدهای اصلی وارده به رویکرد SCP است، مواجه نمی‌شود. علاوه بر این، تجزیه و تحلیل پویایی‌های ساختار صنعتی جایگزین فرض ایستایی در مطالعات مقطعی SCP گردیده است. البته شومپتر^۱ (۱۹۵۰) پیش‌تر بر ضرورت در نظر گرفتن یک چارچوب زمانی پویا (بین زمانی) برای فرآیند رقابت تأکید کرده بود. در این راستا، باید فرض شود که عامل‌های اقتصادی تصمیمات متوالی اتخاذ می‌کنند و پیامدهای اقدامات خود را بر روند آتی فعالیت‌های صنعتی مدنظر قرار می‌دهند (جاکمن^۲، ۱۹۸۷). افزون بر این، مدل‌های NEIO مزایای دیگری نسبت به پارادایم SCP دارند. این مدل‌ها به پژوهشگران امکان می‌دهند تا چارچوب‌های نظری مختلف را به‌صورت تجربی مقایسه کرده و مناسب‌ترین چارچوب را بر اساس سازگاری آن انتخاب کنند (آنین، ۲۰۱۰؛ سابنیس و گروال^۳، ۲۰۱۲). در تحقیقات سازماندهی صنعتی نوین، مدل‌های تجربی مستقیماً از چارچوب‌های نظری مشتق می‌شوند. از دهه ۱۹۷۰، مطالعات بین-صنعتی مبتنی بر داده‌های مقطعی با کاهش اقبال مواجه شدند و پژوهشگران تجربی بار دیگر به مطالعات موردی روی آوردند. البته این مطالعات از برخی جهات با مطالعات موردی کلاسیک یا میسینین تفاوت‌هایی دارند. این مطالعات با تلفیق نظریه‌های اقتصادی و تکنیک‌های آماری و اقتصادسنجی پیشرفته به بررسی دقیق تعاملات میان بنگاه‌ها پرداخته‌اند. چنین رویکردی امکان برآورد دقیق‌تری از قدرت بازاری و آثار اقتصادی پدیده‌هایی مانند ادغام یا تغییرات در محیط اقتصادی و قانونی را فراهم می‌کند. برسنهین و اِشمالِنسی^۴ (۱۹۸۷) عصر جدید سازماندهی صنعتی را به‌عنوان «رسانس تجربی اقتصاد صنعتی»^۵ توصیف کرده‌اند. البته آزمون تجربی برخی از پیش‌بینی‌های مدل‌های نظریه

1. Schumpeter

2. Jacquemin

3. Sabnis and Grewal

4. Bresnahan & Schmalensee

5. Empirical Renaissance in Industrial Economics

بازی‌ها معمولاً با محدودیت‌های داده‌ای مواجه است (ترمبلی و ترمبلی، ۲۰۱۲). به‌طور کلی، برسنه‌ن (۱۹۸۹) ایده‌های اصلی رویکرد NEIO را به شرح زیر خلاصه می‌کند:

۱. حاشیه قیمت-هزینه نهایی بنگاه‌ها، که به‌عنوان یکی از معیارهای اصلی سودآوری یا عملکرد در پارادایم SCP مطرح است، به دلیل غیرقابل مشاهده بودن هزینه نهایی، به‌طور مستقیم قابل اندازه‌گیری نیست. از این‌رو، تحلیل‌گر می‌تواند با استناد به رفتار بنگاه‌ها، استنباط‌هایی درباره هزینه نهایی انجام دهد، اثرات تغییر در هزینه نهایی را از طریق تفاوت‌های بین-صنعتی (در صنایع مرتبط) ارزیابی کند، یا قدرت بازاری را بدون اتکا به اطلاعات مستقیم هزینه نهایی برآورد کند.

۲. جزئیات نهادی در سطح صنعت یکی از دلایل اصلی منحصربه‌فرد بودن هر صنعت است، به‌طوری‌که مطالعات بین-صنعتی اطلاعات چندان مفیدی درباره ویژگی‌های صنایع فردی ارائه نمی‌دهند. این جزئیات احتمالاً نه تنها بر رفتار بنگاه‌ها، بلکه حتی بیشتر بر انتخاب استراتژی‌های اندازه‌گیری توسط تحلیل‌گران تأثیر می‌گذارند. از این‌رو، تحلیل‌های ایستا-مقایسه‌ای درباره تفاوت‌های بین-صنعتی (به‌جز در مورد صنایع مرتبط) معمولاً از اعتبار کافی برخوردار نیستند. به عبارت دیگر، مطالعات NEIO بر صنایع فردی تأکید دارند.

۳. رفتار بنگاه و صنعت به‌عنوان پارامترهای ناشناخته‌ای در نظر گرفته می‌شوند که باید برآورد شوند. بر این اساس، مجموعه‌ای از معادلات رفتاری تصریح و برآورد می‌شود که تعیین‌کننده قیمت و مقدار محصول توسط بنگاه‌ها هستند. پارامترهای این معادلات به‌طور مستقیم با مفاهیم تحلیلی رفتار بنگاه و صنعت ارتباط داده می‌شوند و امکان ارزیابی موضوعاتی نظیر قدرت بازاری در یک صنعت خاص را فراهم می‌کنند.

۴. ماهیت استنباط در مورد قدرت بازاری به دلیل بیان صریح مجموعه فرضیه‌های مقابل، کاملاً روشن است. به‌عنوان مثال، فرضیه مقابل که دلالت بر عدم وجود تعامل استراتژیک دارد (که نوعاً یک فرضیه رقابت کامل است)، به‌طور صریح بیان می‌شود و به‌عنوان یکی از گزینه‌های قابل انتخاب بر اساس داده‌ها مطرح می‌گردد. در واقع، مطالعات NEIO به شناسایی و برآورد قدرت بازاری بر اساس رفتار بنگاه‌ها در صنعت می‌پردازند.

لازم به ذکر است که مطالعات NEIO برخی ایرادات خاص خود را دارند که البته قابل قیاس با مزایای این نوع مطالعات نیستند. به‌عنوان مثال، محدودیت تجزیه و تحلیل و محدودیت

تعمیم‌دهی نتایج به سایر صنایعی که تفاوت‌های قابل توجهی با یکدیگر دارند، از جمله ضعف‌های این نوع مطالعات به شمار می‌روند. علاوه بر این، برخی از منتقدان استدلال می‌کنند که مدل‌های اقتصادسنجی به کار رفته در برخی مطالعات NEIO (که معمولاً به شدت متکی بر فرض تعادلی هستند) می‌توانند منجر به تحلیل‌هایی مبهم شوند که ارتباط میان پارامترهای برآوردشده و تغییرپذیری داده‌ها را روشن نمی‌سازند (آینو و لوین، ۲۰۱۰). همچنین، مدل‌های NEIO به طور معمول برای تجزیه و تحلیل یک صنعت واحد به کار می‌روند و به دلیل نیازمندی‌های داده‌ای و حساسیت به خطاهای تصریح، استفاده از این مدل‌ها در مطالعات تجربی با دشواری‌هایی همراه است (هاید و پرلوف^۱، ۱۹۹۵). مسأله دیگر این است که مدل‌های NEIO منابع قدرت بازاری را شناسایی نمی‌کنند و به همین دلیل در عمل نقش محدودی در سیاست‌گذاری رقابت ایفا می‌کنند (برسنهین، ۱۹۸۹؛ دیگال و احمدی-اصفهانی^۲، ۲۰۰۲).

به طور کلی، مسائل مربوط به حوزه سازماندهی صنعتی عمدتاً دارای یک مؤلفه تجربی مهم هستند. پاسخگویی به پرسش‌های پیرامون رقابت میان بنگاه‌ها در یک صنعت نوعاً مستلزم دسترسی به اطلاعات مربوط به تقاضای مصرف‌کنندگان، هزینه‌های بنگاه‌ها و استراتژی‌ها یا اقدامات بنگاه‌ها است. سازماندهی صنعتی تجربی نوین با ترکیب داده‌ها، مدل‌ها و روش‌های اقتصادسنجی به حل مسائل تجربی مرتبط با رفتار بنگاه‌ها می‌پردازد. در عمل، ابزارهای سازماندهی صنعتی تجربی توسط بنگاه‌ها، سازمان‌های دولتی، شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای و محققان دانشگاهی مورد استفاده قرار می‌گیرند. بنگاه‌ها این ابزارها را به منظور بهبود استراتژی‌ها، تصمیم‌گیری‌ها و سودآوری‌های خود به کار می‌گیرند. به عنوان مثال، روش‌های سازماندهی صنعتی تجربی ابزارهای مفیدی برای تعیین قیمت بهینه بنگاه، ارزیابی منافع حاصل از ادغام، پیش‌بینی پیامدهای معرفی یک محصول جدید به بازار و برآورد منافع حاصل از تبعیض قیمت فراهم می‌آورند. مقامات دولتی از ابزارهای سازماندهی صنعتی برای ارزیابی اثرات رقابتی و رفاهی یک سیاست جدید در صنعت (مانند افزایش مالیات بر فروش یا سیاست‌های زیست‌محیطی) و یا

^۱. Hyde and Perloff

^۲. Digal and Ahmadi-Esfahani

شناسایی رفتارهای ضد رقابتی بنگاه‌ها مانند تبانی، قیمت‌گذاری آمرانه^۱، تثبیت قیمت^۲ و سایر رفتارهای انحصارگرانه^۳ استفاده می‌کنند (اگیوریگابیریا^۴، ۲۰۲۱).

بی‌شک، نظریه بازی‌ها سهم چشمگیری در پیشبرد سازماندهی صنعتی نوین داشته است. به‌طور کلی، این نظریه به مطالعه وابستگی متقابل تصمیم‌گیرندگان می‌پردازد. در سه دهه گذشته، اقتصاددانان از نظریه بازی‌ها برای تحلیل طیف وسیعی از تعاملات اقتصادی استفاده کرده‌اند. از آنجا که وابستگی متقابل بنگاه‌ها ویژگی اصلی بازارهای انحصار چندجانبه است، بسیاری از جنبه‌های مهم این نوع ساختار بازار را می‌توان با ابزارها و تکنیک‌های نظریه بازی‌ها توضیح داد. بنابراین، استفاده از این نظریه برای مدل‌سازی رفتار بنگاه‌ها در انحصارات چندجانبه، یکی از ارکان کلیدی سازماندهی صنعتی نوین به شمار می‌رود. با تکامل نظریه بازی‌ها، اقتصاددانان به ابزارها و روش‌های لازم برای مدل‌سازی رفتار استراتژیک بنگاه‌ها و درک محیط استراتژیکی که بنگاه‌ها در آن فعالیت می‌کنند، مجهز شده‌اند (آیینن، ۲۰۱۰؛ والدین و جنسن، ۲۰۱۹).

۴- نتیجه‌گیری

سازماندهی صنعتی شاخه‌ای از علم اقتصاد است که به مطالعه ساختار بازارها، رفتار بنگاه‌ها و عملکرد اقتصادی آنها می‌پردازد. سیاست‌گذاری عمومی در خصوص مسائل مربوط به قدرت بازاری ناشی از رقابت ناقص نیز دیگر جنبه کلیدی سازماندهی صنعتی محسوب می‌شود. بررسی تاریخی این حوزه نشان می‌دهد که حداقل از زمان آدام اسمیت، مفاهیم رقابت و انحصار مورد توجه قرار داشته‌اند. بر این اساس، تاریخ سازماندهی صنعتی را می‌توان به چهار دوره متوالی تقسیم کرد: دهه‌های ۱۷۷۰ تا ۱۸۶۰؛ دهه‌های ۱۸۷۰ تا ۱۹۲۰؛ دهه‌های ۱۹۳۰ تا ۱۹۷۰؛ دهه ۱۹۸۰ تاکنون. در این مطالعه، مهمترین تحولات و پیشرفت‌های سازماندهی صنعتی در هر یک از این دوره‌ها مرور شده‌اند.

در دهه‌های ۱۷۷۰ تا ۱۸۶۰، مباحث مرتبط با رقابت، انحصار و ساختار بازار به‌تدریج در اندیشه‌های اقتصاددانان کلاسیک جایگاه برجسته‌ای یافت. به‌عنوان مثال، آدام اسمیت در ثروت

^۱. Predatory Pricing

^۲. Price Fixing

^۳. Exclusionary Conduct

^۴. Aguirregabiria

ملل به بررسی پیامدهای انحصار و تبانی میان بنگاه‌ها پرداخت. جان استوارت میل در میانه قرن نوزدهم مفهوم انحصار طبیعی را بسط داد و به موانع عملی رقابت اشاره کرد. علاوه بر این، تلاش‌هایی برای مدل‌سازی ریاضی پدیده‌های رقابتی نیز آغاز شد. به عنوان مثال، آگستین کورنو با ارائه مدل انحصار دوجانبه نشان داد که شدت رقابت با افزایش تعداد بنگاه‌ها افزایش می‌یابد، در حالی که جولس دوپویت زیان رفاهی ناشی از قیمت‌گذاری انحصاری را محاسبه کرد و پایه‌های نظریه تبعیض قیمت را بنا نهاد.

با ورود به دهه ۱۸۷۰ و ظهور اقتصاددانان نئوکلاسیک، استفاده از ابزارهای ریاضی و تحلیل‌های دقیق‌تر، مطالعه سازماندهی صنعتی را وارد مرحله جدیدی کرد. در این دوره، نه تنها نظریه‌های اقتصادی در خصوص رقابت و انحصار شکل مدون‌تری به خود گرفتند، بلکه سیاست‌گذاری عمومی نیز به‌طور جدی در این حوزه مداخله کرد. به‌طور کلی، دهه‌های ۱۸۷۰ تا ۱۹۲۰ را می‌توان عصر تثبیت نظریه‌های نئوکلاسیکی و آغاز سیاست‌های ضدانحصار دانست که در واکنش به رشد انحصارات و چالش‌های رقابتی در بازارهای صنعتی ایالات متحده و اروپا پدیدار شدند. در این دوره، قوانین و مقررات جدیدی با هدف مهار سلطه انحصاری و حمایت از رقابت وضع شدند که زمینه‌ساز شکل‌گیری نهادهای نظارتی برای تضمین رقابت در بازارها شدند. در کنار این تحولات نهادی، نظریه‌پردازان اقتصادی نیز به بررسی و توسعه مدل‌های رقابتی پرداختند.

اگرچه تا پایان دهه ۱۹۲۰ بسیاری از مفاهیم امروزی سازماندهی صنعتی تعریف شده بودند و نوآوری‌های زیادی در این حوزه به‌وجود آمده بود، اما این شاخه از علم اقتصاد از دهه ۱۹۳۰ فاز مدرن‌تری را آغاز کرد. تا پیش از این دهه، مدل‌های استاندارد رقابت کامل و انحصار کامل به ادبیات اقتصادی معرفی شده بودند که ریشه در نظریه سنتی بنگاه از آدام اسمیت در قرن هجدهم و آلفرد مارشال در قرن نوزدهم دارند. یکی از مهمترین پیشرفت‌ها در این دهه، معرفی نظریه رقابت انحصاری توسط ادورد چیمبرلن در سال ۱۹۳۳ بود. علاوه بر بازارهای رقابت انحصاری، بازارهای انحصار چندجانبه از دهه ۱۹۳۰ به بعد توجه اقتصاددانان سازماندهی صنعتی را به خود معطوف کرده‌اند. به دنبال انقلاب رقابت انحصاری در اوایل دهه ۱۹۳۰، مسائل و موضوعات جدیدی در ارتباط با بازارهای رقابت ناقص در حوزه سازماندهی صنعتی مطرح شد. به‌طور کلی، تحلیل ساختار بازارها و رفتار و عملکرد بنگاه‌ها و نیز سیاست‌گذاری‌های عمومی به‌منظور بهبود

عملکرد بازارها به کانون اصلی تحقیقات سازماندهی صنعتی تبدیل شد. در این میان، مسأله قدرت بازاری یکی از مهمترین موضوعاتی است که از آن زمان تاکنون بخش قابل توجهی از ادبیات سازماندهی صنعتی را به خود اختصاص داده است. به‌طور مشخص، اندازه‌گیری قدرت بازاری و شناسایی منابع و پیامدهای آن جزو اولویتهای اصلی مطالعات سازماندهی صنعتی بوده است. در اواخر دهه ۱۹۳۰، گروهی از محققان جوان در دانشگاه هاروارد به رهبری ادورد میسن، یک چارچوب تحلیلی معروف به پارادایم ساختار-رفتار-عملکرد (SCP) را به‌منظور مطالعه بازارهای رقابت ناقص پایه‌گذاری کرد. این پارادایم پیش‌بینی می‌کند که ساختار بازار، رفتار بنگاه‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد و رفتار بنگاه‌ها عملکرد آنها را تعیین می‌کند. از دهه ۱۹۳۰ تا نیمه نخست دهه ۱۹۷۰، رویکرد SCP بر ادبیات سازماندهی صنعتی سیطره داشت. با این حال، در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰، نقدهای جدی به‌ویژه از جانب پیروان مکتب شیکاگو بر این رویکرد وارد شد. با توجه به پارادایم SCP، رفتار غیرقابل مشاهده بنگاه‌ها پل ارتباطی میان ساختار بازار و عملکرد بنگاه‌ها است. بر این اساس، ویژگی‌های ساختاری بازار (به‌ویژه شاخص‌های تمرکز) و در برخی موارد شاخص‌های عملکرد به‌عنوان معیارهایی برای ارزیابی رفتار بنگاه‌ها (سنجش قدرت بازاری بنگاه‌ها) مورد استفاده قرار می‌گیرند.

با توجه به انتقادات جدی از پارادایم SCP و مطالعات تجربی مرتبط با آن، تفکر سازماندهی صنعتی از اواخر دهه ۱۹۷۰ مسیر جدیدی را در پیش گرفت که منجر به شکل‌گیری موج دوم تحقیقات سازماندهی صنعتی در عصر مدرن تحت عنوان سازماندهی صنعتی تجربی نوین (NEIO) شد. تمرکز اصلی این نوع تحقیقات بر معرفی روش‌ها و تکنیک‌های جدیدی برای مطالعه مستقیم رفتار بنگاه‌ها و ارزیابی دقیق‌تر قدرت بازاری آنها در صنایع فردی است، که به‌عنوان جایگزین‌هایی برای معیارهای ساختاری مبتنی بر رویکرد SCP مطرح می‌شوند. بر خلاف تحقیقات دو یا سه دهه پیش که عمدتاً ماهیت تجربی داشتند، عصر جدید سازماندهی صنعتی به‌عنوان عصر نظریه‌پردازی شناخته می‌شود. در تحقیقات SCP، رفتار بنگاه‌ها به‌طور غیرمستقیم تحلیل می‌شود. در مقابل، تحقیقات NEIO جنبه‌های خاص رفتار بنگاه‌ها را در صنایع فردی یا گروهی از صنایع مرتبط به‌طور مستقیم مورد مطالعه قرار می‌دهند. بنابراین، برخلاف ادبیات تجربی SCP که عمدتاً به مطالعات بین-صنعتی مبتنی بر داده‌های مقطعی و تعریف معیارهای ساختاری

برای رفتار (قدرت بازاری) بنگاه‌ها محدود می‌شود، تحقیقات NEIO بر برآورد مستقیم یا آزمون فرضیه‌های صریح درباره جنبه‌های خاص رفتاری صنایع فردی با هدف شناسایی قدرت بازاری یا تغییرات در رفتارهای تبانی‌گرایانه و رقابتی بنگاه‌ها متمرکز هستند. این مطالعات با تلفیق نظریه‌های اقتصادی و تکنیک‌های آماری و اقتصادسنجی به بررسی دقیق تعاملات میان بنگاه‌ها پرداخته‌اند. چنین رویکردی امکان برآورد دقیق‌تری از قدرت بازاری و آثار اقتصادی پدیده‌هایی مانند ادغام یا تغییرات در محیط اقتصادی و قانونی را فراهم می‌کند. در این خصوص، نظریه بازی‌ها سهم چشمگیری در پیشبرد سازماندهی صنعتی نوین داشته است. از آنجا که وابستگی متقابل بنگاه‌ها ویژگی اصلی بازارهای انحصار چندجانبه است، بسیاری از جنبه‌های مهم این نوع ساختار بازاری را می‌توان با ابزارها و تکنیک‌های نظریه بازی‌ها توضیح داد.

References

- Aguirregabiria, V. (2021). *Empirical Industrial Organization: Models, Methods, and Applications*. Toronto: University of Toronto.
- Ailawadi, K. L., Borin, N., & Farris, P. W. (1995). Market Power and Performance: A Cross-Industry Analysis of Manufacturers and Retailers. *Journal of Retailing*, 71(3), 211–248.
- Arnold, R. A. (2019). *Microeconomics* (13th Ed.). Boston: Cengage Learning, Inc.
- Backhouse, R. E. (1990). Competition. In J. Creedy (Ed.), *Foundations of Economic Thought* (1st Ed., 58–86). Oxford: Basil Blackwell.
- Bain, J. S. (1951). Relation of Profit Rate to Industry Concentration: American Manufacturing, 1936–1940. *The Quarterly Journal of Economics*, 65(3), 293–324.
- Bain, J. S. (1972). *Essays on Price Theory and Industrial Organization*. New York: Little, Brown and Company.
- (1959). *Industrial Organization*. New Jersey: John Wiley.
- (1956). *Barriers to New Competition*. Cambridge: Harvard University Press.
- Barthwal, R. R. (2022). *Industrial Economics: An Introductory Textbook* (4th Ed.). Delhi: New Age International.

Baumol, W. J. (1986). *Microtheory: Applications and Origins*. Cambridge, MA: MIT Press.

----- (1982). Contestable Markets: An Uprising in the Theory of Industry Structure. *The American Economic Review*, 72(1), 1–15.

Baumol, W. J., Panzar, J. C., & Willig, R. D. (1982). *Contestable Markets and the Theory of Industry Structure*. San Diego: Harcourt Brace Jovanovich.

Berger, A. N. (1995). The Profit-Structure Relationship in Banking: Tests of Market-Power and Efficient-Structure Hypotheses. *Journal of Money, Credit and Banking*, 27(2), 404–431.

Bresnahan, T. F. (1989). Empirical Studies of Industries with Market Power. In R. Schmalensee and R. D. Willig (Eds.), *Handbook of Industrial Organization* (2, 1011–1057). Amsterdam: Elsevier.

Bresnahan, T. F., & Schmalensee, R. (1987). The Empirical Renaissance in Industrial Economics: An Overview. *The Journal of Industrial Economics*, 35(4), 371–378.

Cabral, L. (2017). *Introduction to Industrial Organization* (2nd Ed.). Cambridge, MA: MIT Press.

Carlton, D. W. (1989). The Theory and the Facts of How Markets Clear: Is Industrial Organization Valuable for Understanding Macroeconomics? In R. L. Schmalensee & R. D. Willig (Eds.), *Handbook of Industrial Organization* (1, 909–946). Amsterdam: Elsevier.

Carlton, D. W., & Perloff, J. M. (2015). *Modern Industrial Organization* (4th Ed.). New Jersey: Pearson Higher Ed.

Caves, R. E. (1974). Industrial Organization. In J. H. Dunning (Ed.), *Economic Analysis and Multinational Enterprise* (1st Ed., 5, 115–146). Oxfordshire: Routledge.

Caves, R. E. (1992). *American Industry: Structure, Conduct, Performance* (7th Ed.). London: Pearson.

Chortareas, G. E., Garza-García, J. G., & Girardone, C. (2011). Banking sector performance in Latin America: Market Power Versus Efficiency. *Review of Development Economics*, 15(2), 307–325.

Church, J. R., & Ware, R. (2000). *Industrial Organization: A Strategic Approach*. Illinois: Irwin/McGraw-Hill--Gary Burke.

Clarke, R., & Davies, S. W. (1982). Market Structure and Price-Cost Margins. *Economica*, 49(195), 277–287.

- Clodius, R. L., & Mueller, W. F. (1961). Market Structure Analysis as an Orientation for Research in Agricultural Economics. *Journal of Farm Economics*, 43(3), 515–553.
- Coase, R. H. (1990). *The Firm, The Market, and the Law*. Chicago: University of Chicago Press.
- Cohen, W. M., & Levin, R. C. (1989). Empirical Studies of Innovation and Market Structure. In R. L. Schmalensee & R. D. Willig (Eds.), *Handbook of Industrial Organization* (2, 1059–1107). Amsterdam: Elsevier.
- Corts, K. S. (1999). Conduct Parameters and the Measurement of Market Power. *Journal of Econometrics*, 88(2), 227–250.
- Cowling, K. (1976). On the Theoretical Specification of Industrial Structure-Performance Relationships. *European Economic Review*, 8(1), 1-14.
- Cowling, K., & Waterson, M. (1976). Price-cost Margins and Market Structure. *Economica*, 43(171), 267-274.
- Cullinane, K. (2011). *International Handbook of Maritime Economics*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Davies, S., Lyons, B., Mataves, C., Rondi, L., Sembenelli, A., Gual, J., Sleuwaegen, L., & Veugelers, R. (1996). *Industrial Organization in the European Union: Structure, Strategy, and the Competitive Mechanism* (Illustrated Ed.). Central Oxford: Clarendon Press.
- Davis, P., & Garcés, E. (2009). *Quantitative Techniques for Competition and Antitrust Analysis*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- De Jong, H. W., & Shepherd, W. G. (2007). *Pioneers of Industrial Organization: How the Economics of Competition and Monopoly Took Shape*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Delorme Jr, C. D., Kamerschen, D. R., Klein, P. G., & Voeks, L. F. (2002). Structure, Conduct and Performance: A Simultaneous Equations Approach. *Applied Economics*, 34(17), 2135–2141.
- Demsetz, H. (1974). Two Systems of Belief about Monopoly. In H. J. Goldschmid, H. M. Mann, & J. F. Weston (Eds.), *Industrial Concentration: The New Learning* (164–184). New York: Little, Brown and Company.
- (1973). Industry Structure, Market Rivalry, and Public Policy. *The Journal of Law and Economics*, 16(1), 1–9.

- Deodhar, S. Y. (1994). *A Linear-Quadratic Dynamic Game Approach to Estimating Market Power in the Banana Export Market* (Doctoral Dissertation). The Ohio State University, USA.
- Digal, L. N., & Ahmadi-Esfahani, F. Z. (2002). Market Power Analysis in the Retail Food Industry: A Survey of Methods. *Australian Journal of Agricultural and Resource Economics*, 46(4), 559–584.
- Dixit, A. K., & Stiglitz, J. E. (1977). Monopolistic Competition and Optimum Product Diversity. *The American Economic Review*, 67(3), 297–308.
- Einav, L., & Levin, J. (2010). Empirical Industrial Organization: A Progress Report. *Journal of Economic Perspectives*, 24(2), 145–162.
- Faccarello, G., & Kurz, H. D. (2016). *Handbook on the History of Economic Analysis* (1st Ed., 3). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Fisher, F. M., & McGowan, J. J. (1983). On the Misuse of Accounting Rates of Return to Infer Monopoly Profits. *The American Economic Review*, 73(1), 82–97.
- Garza-García, J. G. (2012). Does Market Power Influence Bank Profits in Mexico? A Study on Market Power and Efficiency. *Applied Financial Economics*, 22(1), 21–32.
- Green, E. J., & Porter, R. H. (1984). Noncooperative Collusion Under Imperfect Price Information. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 52(1), 87–100.
- Hall, R. E., & Lieberman, M. (2012). *Microeconomics: Principles and Applications* (6th Ed.). Boston: Cengage Learning.
- Heather, K. (2002). *The Economics of Industries and Firms* (1st Ed.). New Jersey: Financial Times/Prentice Hall.
- Hotelling, H. (1929). Stability in Competition. *Economic Journal*, 39(153), 41–57.
- Hurnanen, R., Devine, G., & Hawkins, M. (1969). Industrial Organization and Policy Development in a Dynamic World. *Canadian Journal of Agricultural Economics/Revue Canadienne D'agroeconomie*, 17(2), 106–117.
- Hyde, C. E., & Perloff, J. M. (1995). Can Market Power Be Estimated? *Review of Industrial Organization*, 10(4), 465–485.
- Jacquemin, A. (1987). *The New Industrial Organization: Market Forces and Strategic Behavior*. Cambridge, MA: MIT Press.

- Kreps, D. M., & Wilson, R. (1982). Reputation and Imperfect Information. *Journal of Economic Theory*, 27(2), 253–279.
- Lambson, V. E. (1987). Is the Concentration-Profit Correlation Partly an Artifact of Lumpy Technology? *The American Economic Review*, 77(4), 731–733.
- Lennartz, C. (2013). *Competition between Social and Private Rental Housing* (47). Amsterdam: IOS Press.
- Lerner, A. P. (1934). The Concept of Monopoly and the Measurement of Monopoly Power. *The Review of Economic Studies*, 1(3), 157–175.
- Lipczynski, J., Wilson, J., & Goddard, J. (2017). *Industrial Organization: Competition, Strategy, Policy* (5th Ed.). London: Pearson Education Limited.
- Maggiolino, M. (2011). *Intellectual Property and Antitrust: A Comparative Economic Analysis of US and EU Law*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Marshall, A. (1890). *Principles of Economics*. London: Macmillan.
- Mason, E. S. (1939). Price and Production Policies of Large-Scale Enterprise. *The American Economic Review*, 29(1), 61–74.
- McFetridge, D. G. (2011). Challenges and Opportunities for Industrial Organization Economists: Exciting Times. In Z. Chen & M. Duhamel (Eds.), *Industrial Organization in Canada: Empirical Evidence and Policy Challenges* (19–63). Montreal: McGill-Queen's University Press.
- McGee, J. S. (1988). *Industrial Organization*. London: Pearson College Division.
- Milgrom, P., & Roberts, J. (1982). Predation, Reputation, and Entry Deterrence. *Journal of Economic Theory*, 27(2), 280–312.
- Monti, G. (2007). *EC competition law* (1st Ed.). New York: Cambridge University Press.
- Mosca, M. (1998). Jules Dupuit, the French 'ingénieurs économistes' and the Société d'Economie Politique. In M. Mosca and G. Faccarello (Eds.), *Studies in the History of French Political Economy* (254–283). London: Routledge.
- Mosca, M. (2008). On the Origins of the Concept of Natural Monopoly. *The European Journal of the History of Economic Thought*, 15(2), 317–353.
- Niehans, J. (1990). *A History of Economic Theory: Classic Contributions, 1720-1980*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

- Norman, G., & Chisholm, D. C. (2014). *Dictionary of Industrial Organization*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited.
- O'Connor, D. E. (2004). *The Basics of Economics*. California: Greenwood Publishing Group.
- Oinonen, M. (2010). *Does EU Merger Control Discriminate Against Small Market Companies? Diagnosing The Argument with Conclusions* (44). Alphen aan den Rijn: Kluwer Law International BV.
- Peltzman, S. (1977). The Gains and Losses from Industrial Concentration. *The Journal of Law and Economics*, 20(2), 229–263.
- Peltzman, S. (1991). The Handbook of Industrial Organization: A Review Article. *Journal of Political Economy*, 99(1), 201–217.
- Pepall, L., Richards, D., & Norman, G. (2014). *Industrial Organization: Contemporary Theory and Empirical Applications* (5th Ed.). New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Perloff, J. M., Karp, L. S., & Golan, A. (2007). *Estimating Market Power and Strategies* (4th Ed.). New York: Cambridge University Press.
- Porter, M. E. (1981). The Contributions of Industrial Organization to Strategic Management. *Academy of Management Review*, 6(4), 609–620.
- Posner, R. A. (1979). The Chicago School of Antitrust Analysis. *University of Pennsylvania Law Review*, 127(4), 925–952.
- Sabnis, G., & Grewal, R. (2012). Competition and Its Implications for Marketing Strategy. In V. Shankar & G. S. Carpenter (Eds.), *Handbook of Marketing Strategy* (1st ed., 5, 58–77). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Salop, S. C. (1979). Monopolistic Competition with Outside Goods. *The Bell Journal of Economics*, 10(1), 141–156.
- Salvadori, N., & Signorino, R. (2013). The Classical Notion of Competition Revisited. *History of Political Economy*, 45(1), 149–175.
- Schmalensee, R. (2012). “On a Level with Dentists?” Reflections on the Evolution of Industrial Organization. *Review of Industrial Organization*, 41(3), 157–179.
- Schmalensee, R. L. (1982). The New Industrial Organization and the Economic Analysis of Modern Markets. In W. Hildenbrand (Ed.), *Advances in Economic Theory* (1st ed., 253–284). New York: Cambridge University Press.

Schmalensee, R. L. (1987). Industrial Organization. In J. Eatwell, M. Milgate, & P. Newman (Eds.), *The New Palgrave: A Dictionary of Economics* (803–808). London: Macmillan.

Schmalensee, R. L. (1989). Inter-industry Studies of Structure and Performance. In R. L. Schmalensee & R. D. Willig (Eds.), *Handbook of Industrial Organization* (2, 951–1009). Amsterdam: Elsevier.

Schmidt, I., & Rittaler, J. B. (1989). *A Critical Evaluation of the Chicago School of Antitrust Analysis* (9, 1st Ed.). New York: Springer Science & Business Media.

Schumpeter, J. A. (1950). *Capitalism, Socialism, and Democracy* (3rd Ed.). New York: Harper & Row.

Schwartz, M., & Reynolds, R. J. (1983). Contestable Markets: An Uprising in the Theory of Industry Structure: Comment. *The American Economic Review*, 73(3), 488–490.

Screpanti, E., & Zamagni, S. (2005). *An Outline of the History of Economic Thought* (2nd Ed.). Oxford: Oxford University Press.

Shaked, A., & Sutton, J. (1982). Relaxing Price Competition Through Product Differentiation. *The Review of Economic Studies*, 49(1), 3–13.

Shapiro, C. (1989). Theories of Oligopoly Behavior. In R. L. Schmalensee & R. D. Willig (Eds.), *Handbook of Industrial Organization* (1st Ed., 1, 329–414). Amsterdam: Elsevier.

Sheldon, I., & Sperling, R. (2003). Estimating the Extent of Imperfect Competition in the Food Industry: What Have We Learned? *Journal of Agricultural Economics*, 54(1), 89–109.

Shepherd, W. G. (1983). Economies of Scale and Monopoly Profits. In J. V. Craven (1st Ed.), *Industrial Organization, Antitrust, And Public Policy* (9, 165–204). New York: Springer.

Spence, M. (1976). Product Selection, Fixed Costs, and Monopolistic Competition. *The Review of Economic Studies*, 43(2), 217–235.

Stigler, G. J. (1964). A Theory of Oligopoly. *Journal of Political Economy*, 72(1), 44–61.

Stigler, G. J. (1968). *The Organization of Industry*. Chicago: University of Chicago Press.

Thurik, A. R., & Audretsch, D. B. (1996). The Dynamics of Industrial Organization. *Review of Industrial Organization*, 11(2), 149–153.

- Tirole, J. (1988). *The Theory of Industrial Organization*. Cambridge: MIT Press.
- Tremblay, V. J., & Tremblay, C. H. (2012). *New Perspectives on Industrial Organization: With Contributions from Behavioral Economics and Game Theory*. New York: Springer-Verlag New York, Inc.
- Uzunidis, D. (2016). Propaedeutics in the Theory of the Industrial Organisation: The SCP (Structure, Conduct, Performance) Model. *Journal of Innovation Economics Management*, 2(20), 197–215.
- Waldman, D., & Jensen, E. (2019). *Industrial Organization: Theory And Practice* (5th Ed.). London: Routledge.
- Weiss, L. W. (1974). The Concentration-Profits Relationship and Antitrust. In H. J. Goldschmid and K. H. Mann (Eds.), *Industrial Concentration: The New Learning* (164-332). New York: Little, Brown and Company.