

Cartel

کارتل گروهی از تولیدکنندگان یا عرضه‌کنندگان مستقل است که در یک صنعت خاص فعالیت دارند و با یکدیگر متحد شده و شرکت تجاری واحدی را تشکیل می‌دهند یا با حفظ استقلال خود، در مورد قیمت و سهم بازار میان خود به توافق می‌رسند (سالواتوره، ۱۳۷۲: ۳۵۲؛ لیارد و والترز، ۱۳۷۷: ۲۸۳). هدف کارتل‌ها تسلط بر بازار یک کالای خاص از طریق تضعیف یا از بین بردن رقابت در بازار آن کالا با ایجاد انحصار است. کارتل‌ها ممکن است تثبیت قیمت، کنترل تولید، ساخت و پاخت در مناقصه‌ها و مزایده‌ها، تقسیم مصرف‌کنندگان میان بنگاه‌ها، تقسیم فروش میان بنگاه‌ها بر اساس محصول یا قلمرو، ایجاد رویه‌های تجاری، نمایندگی‌های مشترک فروش یا ترکیبی از این‌ها را در بر داشته باشند (ویس، ۱۹۸۷: ۱۳۹۵). در نگاه اول یک کارتل شباهت زیادی به یک انحصار خالص دارد. در واقع به نظر می‌رسد که بنگاه‌های عضو کارتل همانند شاخه‌ای از یک بنگاه بزرگ عمل می‌کنند. ولی دو تفاوت اصلی بین کارتل و انحصار کامل وجود دارد: اول اینکه، با توجه به اینکه در موارد معدودی کارتل کل بازار را کنترل می‌کند، لذا، کارتل باید اثر استراتژی تعیین قیمت خود را روی سطح تولید بنگاه‌های غیرعضو کارتل در نظر بگیرد. دوم اینکه، با توجه به اینکه اعضای کارتل شاخه‌ای از یک بنگاه بزرگ نیستند، آن‌ها می‌توانند از استراتژی مشترک منحرف شده و قیمت خود را به‌منظور به‌دست آوردن سهم بازار بیشتر کاهش دهند. به همین خاطر اغلب کارتل‌ها بی‌ثبات و موقتی هستند (پیندیک و رابینفیلد، ۲۰۰۵: ۴۹۴).

کارتل همچنین می‌تواند بر سرمایه‌گذاری و بهره‌وری تأثیر بگذارد. اعضای کارتل غالباً استدلال کرده‌اند که کارتل‌ها با اجازه دادن به بنگاه‌ها برای تولید ملایم محصولات خود در طول زمان، سرمایه‌گذاری و رشد بهره‌وری را افزایش می‌دهند. برخی دیگر استدلال کرده‌اند

که کارتل‌ها با از بین بردن فشار رقابت، نوآوری و رشد بهره‌وری را کاهش می‌دهند. مدل‌های نظری پیشنهاد کرده‌اند که کارتل‌ها منجر به افزایش سرمایه‌گذاری در ظرفیت می‌شوند زیرا ظرفیت اضافی می‌تواند باعث جلوگیری از ورود بنگاه‌های جدید شود یا به دلیل اینکه وقتی رقابت قیمت‌ها سرکوب می‌شود، بنگاه‌ها در ابعاد دیگر رقابت می‌کنند. در بعضی موارد کارتل به‌صراحت سرمایه‌گذاری در ظرفیت جدید را محدود می‌کند. در مواردی که چنین محدودیت‌های مشخصی وجود ندارد، مطالعات تجربی نشان می‌دهند که کارتل‌ها با افزایش سرمایه‌گذاری همراه هستند. از طرف دیگر، به‌صورت تجربی هیچ رابطه معنی‌داری بین کارتل‌ها و رشد تولید یا نوآوری یافت نشده است (لون‌اشتاین و سوسلوو، ۲۰۱۸: ۱۴۰۰).

کارتل‌ها در اروپای سده‌های میانه به‌صورت صنوف وجود داشته‌اند و در اغلب کشورهای اروپایی در سرتاسر سده نوزدهم و ثلث اول سده بیستم رواج داشتند. قانون شرم‌ن مصوب سال ۱۸۹۰ کارتل را غیرقانونی کرد و کارتل‌های اصلی را از بازار ایالات متحده حذف کرد. در طی رکود بزرگ اقتصادی، از جمله برای برخی از صنایع شبه‌دولتی خاص نظیر کشاورزی، ذغال‌سنگ، هوانوردی غیرنظامی و پالایش نفت استثنائاتی در نظر گرفته شد (شای، ۱۳۹۲: ۱۰۱). بسیاری از کشورهای اروپای غربی پس از جنگ جهانی دوم قوانینی را علیه تثبیت قیمت‌ها به تصویب رساندند، اما معافیت‌های زیادی نیز داده شد. از اواسط دهه ۱۹۹۰ این معافیت‌ها به‌شدت کاهش یافت و ده‌ها کشور دیگر نیز برای اولین بار تثبیت قیمت را ممنوع اعلام کردند. فعالیت‌های اجرایی علیه کارتل‌ها، به‌ویژه کارتل‌های بین‌المللی، در اواخر دهه ۱۹۹۰ به‌شدت در ایالات متحده افزایش یافت. کشورهای اروپایی (از جمله جدیدترین اعضای اتحادیه اروپا)، آسیایی، آفریقایی و آمریکای لاتین فعالیت‌های اجرایی خود را علیه کارتل‌ها افزایش داده‌اند. تثبیت قیمت که از مدت‌ها پیش در ایالات متحده جرم محسوب می‌شود، اکنون در چندین کشور دیگر از جمله

انگلستان و ایرلند نیز جرم محسوب می‌شود. این افزایش اجرای قانون نشان می‌دهد که کارتل‌ها در قرن بیست و یکم در طیف گسترده‌ای از صنایع فعال هستند (لون‌اشتاین و سوسلو، ۲۰۱۸: ۱۴۰۰-۱۴۰۱).

اقتصاددانان کارتل‌ها را به دو دسته تقسیم می‌کنند: کارتل‌های خصوصی و کارتل‌های عمومی. در کارتل‌های عمومی دولت از لحاظ تئوریک قوانینی را تصویب کرده و آن‌ها را اجرا می‌کند و کارتل‌های خصوصی شامل توافق‌های خصوصی هستند. برخی از کارتل‌های بین‌المللی خصوصی هستند، اما مشهورترین آن‌ها مانند اوپک ناشی از توافق بین دولت‌ها است. در کارتل‌های خصوصی بعید است که قیمت در سطحی تعیین شود که سود مشترک حداکثر شود. قدرت چانه‌زنی اعضای اصلی انعکاسی از این است که سود بالقوه آن‌ها بدون کارتل زیاد است و معمولاً بنگاه‌های کم‌هزینه بدون کارتل بهترین چشم‌انداز را دارند و در صورت تعیین قیمت به‌وسیله کارتل، قیمت احتمالاً پایین‌تر از قیمت انحصارگر چندکارخانه‌ای خواهد بود. شرکت‌های کوچک نیز ممکن است با فروش در قیمتی پایین‌تر، تأثیر زیادی بر قیمت کارتل داشته باشند و رشد تعداد این بنگاه‌های کوچک ممکن است منجر به فروپاشی کارتل شود. اغلب کارتل‌های عمومی نیز کارتل‌های کاملی نیستند، اما با کارتل‌های خصوصی تفاوت دارند. بسیاری از کارتل‌های عمومی آمریکایی (مانند کارتل‌های موجود در کشاورزی، سهمیه استخراج نفت، سهمیه واردات برای پالایشگاه‌های نفت و مانند آن) تولید و دسترسی به واردات ارزان قیمت نفت یا بازارهای سودآور را به نفع شرکت‌های کوچک و پرهزینه اختصاص داده‌اند، درست برعکس آنچه در کارتل‌های خصوصی موفق اتفاق می‌افتد (ویس، ۱۹۸۷: ۱۳۹۵).

یک حد افراطی کارتل، کارتلی است که تمامی تصمیمات مربوط به بنگاه‌های عضو را اتخاذ می‌کند. این نوع از تبانی کامل به نام کارتل متمرکز شده معروف است و راه‌حل انحصاری را پیش‌روی فعالیت بنگاه‌های عضو قرار می‌دهد. نوع دیگر کارتل، که تا حدی انعطاف‌پذیرتر از کارتل متمرکز شده است، کارتل بر اساس سهمیه‌بندی بازار است که در آن بنگاه‌های عضو بر میزان سهمی که هر کدام باید از بازار داشته باشند توافق می‌کنند. این نوع کارتل تحت شرایط معین می‌تواند منجر به پیروی از حالت انحصاری شود (حمیدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۱۸۴). کارتل‌ها می‌توانند در بازارهای رقابتی تشکیل شوند، نظیر اوپک در بازار نفت؛ یا در بازارهای انحصاری چندجانبه تشکیل شوند، نظیر کارتل بین‌المللی تولید بوکسیت (پیندیک و رابینفیلد، ۲۰۰۵: ۴۹۴). برای مثال، اگر کشورهای تولیدکننده نفت را در نظر گرفته شود، کارتل سازمانی است که با کشورها قرارداد می‌بندد که هر کدام چه مقدار تولید کنند و از این رو قیمت جهانی چه باشد. مثال‌های دیگر کارتل عبارت است از یاتا (انجمن جهانی حمل‌ونقل هوایی) که نرخ حمل‌ونقل هوایی را تنظیم می‌کند و کانون وکلای دادگستری که وکلای را تنظیم می‌کند (شای، ۱۳۹۲: ۸۸).

موفقیت یک کارتل به دو شرط بستگی دارد: اولاً، برای اینکه یک کارتل ثبات داشته باشد، باید اعضای آن روی قیمت و سطوح تولید توافق داشته باشند. این توافق به آسانی به دست نمی‌آید. زیرا اعضای گوناگون می‌توانند هزینه‌های متفاوت داشته باشند، برآورد متفاوتی از تقاضا داشته باشند یا اینکه اهداف متفاوتی داشته باشند و بنابراین، ممکن است هر کدام از اعضا به دنبال تعیین قیمت متفاوتی باشند. افزون بر این، هر عضو کارتل تلاش خواهد کرد با کاهش اندک قیمت خود از قیمت توافق‌شده منحرف شده و سهم بازار بیشتری در مقایسه با سهم بازار اختصاص‌یافته به خود

کارتل

Weiss L.W. (۱۹۸۷). *Cartel*. In: *Palgrave Macmillan (eds) The New Palgrave Dictionary of Economics*. London: Palgrave Macmillan.

کیومرث شهبازی

هیئت علمی گروه اقتصاد دانشگاه ارومیه

به دست آورد. در اغلب موارد تهدیدی که می تواند مانع از انحراف اعضای کارتل شود برگشت به قیمت رقابت کامل در بلندمدت است. دومین شرط موفقیت کارتل ها درجه قدرت انحصاری کارتل است. در واقع، حتی اگر یک کارتل موفق به حل مشکلات سازمانی خود شود، در صورتی که با یک تقاضای با کشش قیمتی بالا مواجه باشد، آنگاه نخواهد توانست قیمت خود را زیاد افزایش دهد. بنابراین، داشتن قدرت انحصاری شرط مهم تضمین موفقیت یک کارتل است. اگر منافع ناشی از همکاری زیاد باشد اعضای کارتل انگیزه بیشتری برای حل مشکلات سازمانی خود خواهند داشت (پیندیک و رابینفیلد، ۲۰۰۵: ۵۲۴).

وقتی تعداد بنگاه های موجود در کارتل افزایش می یابد، هم سطح محصول هر بنگاه و هم قیمت بازار کاهش می یابند. از این رو، درآمد کل و سود هر بنگاه باید با افزایش تعداد اعضای کارتل کاهش یابند. به همین دلیل، بسیاری از سازمان های حرفه ای مانند تشکیلات حقوق دانان و حسابداران محدودیت هایی را بر ورود داوطلبان جدید به حرفه آن ها اعمال می کنند (شای، ۱۳۹۲: ۹۰).

کتاب شناسی

حمیدی زاده، محمدرضا (۱۳۸۷). *اقتصاد مدیریت پیشرفته*، تهران: انتشارات حامی.

سالواتوره، دومینیک (۱۳۷۲). *تئوری و مسائل اقتصاد خرد*، ترجمه حسن سبحانی، تهران: نشر نی.

شای، از (۱۳۹۲). *سازمان صنعتی: نظریه و کاربردها*، ترجمه کیومرث شهبازی، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.

لیارد، پی. آر. جی و والترز ا.ا. (۱۳۷۷). *تئوری اقتصاد خرد*، ترجمه عباس شاکری، تهران: نشر نی.

Pindyck, R. and Rubinfeld, D. (۲۰۰۵). *Microéconomie, Edition française dirigée par Michel Sollogoub*, ۶^e édition, Paris: Pearson Education France.

Levenstein M.C., Suslow V.Y. (۲۰۱۸). *Cartels*. In: *Macmillan Publishers Ltd (eds) The New Palgrave Dictionary of Economics*. London: Palgrave Macmillan.