

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه آزاد اسلامی

واحد مرودشت

دانشکده کشاورزی - گروه اقتصاد کشاورزی

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد M.sc

گرایش (مهندسی کشاورزی)

عنوان:

تحلیل ساختار بازار جهانی زعفران و قدرت بازار ایران

استاد راهنما:

دکتر سید نعمت الله موسوی

استاد مشاور:

دکتر محمد رضا رضایی

نگارش:

مهدی جوکار

زمستان ۱۳۹۰



دانشگاه آزاد اسلامی

واحد مرودشت

در تاریخ: ۱۳۹۰/۱۱/۱۵

نام و نام خانوادگی دانشجو: مهدی جوکار

رشته: اقتصاد کشاورزی - مهندسی کشاورزی

از پایان نامه خود با عنوان: تحلیل ساختار بازار جهانی زعفران و قدرت بازار ایران

دفاع نموده است.

و نمره

با درجه

سمت اعضاء هیات داوری

نام و نام خانوادگی اعضاء هیات داوری

استاد راهنما

۱- دکتر سید نعمت الله موسوی

استاد راهنما

۲- دکتر محمد رضا رضایی

استاد داور

۳- دکتر زکریا فرج زاده

مدیر / معاونت پژوهشی

مراتب فوق مورد تایید است.

مهر و امضاء

تقدیم

با حمد و سپاس فراوان از درگاه ایزد منان که توفیق تهیه و تدوین این پایان نامه را به اینجانب عطا نموده تا این مجموعه را به اتمام برسانم .

ضمن تقدیر و تشکر از استادان گرامی و عالی قدر رشته اقتصاد کشاورزی ، این پایان نامه را به کلیه اساتید محترم دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت و همچنین کلیه دانشجویان و دانش پژوهان عرصه علم و ادب تقدیم می‌نمایم .

مهدی جوکار

دانشجوی ارشد اقتصاد کشاورزی - مهندسی کشاورزی

سپاس گذاری

با تشکر فراوان از جناب دکتر سید نعمت الله موسوی استاد راهنمای محترم و جناب دکتر محمدرضا رضایی استاد مشاور محترم که در تهیه و تدوین این پایان نامه مرا راهنمایی و همراهی نموده اند کمال قدر دانی و تشکر را دارم، همچنین از عنایات و زحمات جناب دکتر زکریا فرج زاده استاد داور محترم که با راهنمایی هایشان کمک بزرگی را به اینجانب در اصلاحات پایان نامه داشته اند سپاس گذاری نموده و برای یکایک این عزیزان آرزوی توفیق روزافزون و کسب درجات عالی از درگاه ایزد منان خواهانم.

تحلیل ساختار بازار جهانی زعفران و قدرت بازار ایران

چکیده

این مطالعه با هدف تحلیل ساختار بازار جهانی زعفران و ارزیابی قدرت بازار ایران در بازار صادراتی زعفران صورت گرفت. برای ارزیابی ساختار بازار جهانی زعفران از شاخص‌های هرفیندال - هیرشمن، سهم بزرگترین صادرکننده و سهم چهار صادرکننده بزرگ استفاده شد. این شاخص‌ها بر اساس مقدار و ارزش صادرات زعفران محاسبه گردید. در تحلیل قدرت بازار ایران نیز از شاخص لرنر و همچنین تصریح قیمت صادراتی زعفران ایران استفاده شد. شاخص لرنر نیز تحت دو فرض برابری هزینه نهایی با قیمت داخلی و همچنین ساختار بازار کورنو محاسبه گردید. در محاسبه شاخص قدرت بازار بر اساس ساختار بازار کورنو ابتدا تابع تقاضای زعفران ایران برآورد گردید. همچنین در تصریح قیمت صادراتی زعفران اثر نرخ ارز بر قیمت صادراتی با استفاده از تحلیل رگرسیون تعیین شد. در تصریح تابع تقاضای واردات و قیمت صادراتی زعفران از داده‌های گروهی از کشورهای در دوره ۲۰۰۹-۱۹۹۴ بصورت داده‌های ترکیبی استفاده شد. کشورهای منتخب نیز شامل بحرین، بلژیک، کانادا، فرانسه، آلمان، هند، ایتالیا، ژاپن، کویت، عربستان، اسپانیا، سوئد، سوئیس و امارات متحده عربی می‌باشد.

یافته‌های مطالعه نشان داد مقادیر شاخص‌های مورد استفاده برای ارزیابی ساختار بازار جهانی زعفران بسته به اینکه مقدار صادرات یا ارزش آن مورد توجه قرار گیرد متفاوت خواهد بود. بطور کلی نیز هر سه شاخص یاد شده نشان دادند که ارزش صادرات دارای تمرکز بیشتر از مقدار صادرات می‌باشد. اما در مجموع ساختار بازار جهانی زعفران غیر رقابتی ارزیابی گردید. همچنین بطور تلویحی مشخص شد میزان تمرکز در بازار جهانی زعفران تمایل به کاهش دارد.

در تابع تقاضای واردات مشاهده شد که به ازاء ۱ درصد افزایش تولید ناخالص انتظار می‌رود تقاضا برای زعفران ایران حدود ۱/۲ درصد افزایش یابد. مقدار شاخص لرنر تحت هر دو فرض حدود ۰/۳ به دست آمد که حاکی از وجود قدرت بازار ایران است. افزون بر شاخص لرنر تصریح تابع قیمت صادرات نیز بطور قطعی حاکی از قدرت بازار ایران در بازار صادراتی زعفران است. به گونه‌ای که ایران قادر است میان بازارهای مختلف سطوح مختلفی از قیمت را اعمال نماید. از دیگر یافته‌های این مطالعه یافتن نوعی از رابطه مکملی میان زعفران ایران و اسپانیا بود.

کلید واژه‌ها: ساختار بازار، قدرت بازار، زعفران، ایران

فهرست مطالب:

۸.....	فصل اول.....
۹.....	مقدمه.....
۱۱.....	هدف تحقیق.....
۱۲.....	پیشینه تحقیق.....
۳۱.....	فصل دوم.....
۳۷.....	روش تحقیق.....
۴۰.....	فصل سوم.....
۴۱.....	بحث و نتایج.....
۶۲.....	نتیجه گیری و پیشنهادات.....

فهرست جداول

۴۸.....	جدول (۱) مقادیر شاخص های تمرکز در دوره منتخب.....
۵۷.....	جدول (۲) تخمین تابع تقاضای زعفران ایران با استفاده از داده های مرکب.....

جدول ۳) تخمین تابع قیمت صادراتی زعفران ایران با استفاده داده های مرکب (اثرات ثابت عرض از مبدأ)..... ۵۹

جدول ۴) تخمین تابع قیمت صادراتی زعفران ایران با استفاده از داده های مرکب (اثر نرخ ارز)..... ۶۱

جدول ۵) شاخص های تمرکز و قدرت بازار زعفران ایران..... ۶۳

نمودارها :

نمودار (۱): صادرات و تولید زعفران ایران در دوره ۱۹۸۰-۲۰۰۹..... ۴۱

نمودار (۲): قیمت صادراتی زعفران ایران در دوره ۱۹۸۰-۲۰۰۹..... ۴۲

نمودار (۳): قیمت صادراتی زعفران ایران در بازارهای مختلف در دوره ۱۹۹۴-۲۰۰۷..... ۴۳

نمودار (۴): نرخ برابری ارز بازارهای مقصد زعفران ایران در دوره ۱۹۹۴-۲۰۰۹..... ۴۴

نمودار (۵): مقدار شاخص هیرفیندال-هیرشمن در دوره ۱۹۸۸-۲۰۱۰..... ۴۹

نمودار (۶): مقدار شاخص سهم بزرگترین بنگاه (صادر کننده) در دوره ۱۹۸۸-۲۰۱۰..... ۵۰

نمودار (۷): مقدار شاخص سهم چهار بنگاه (صادر کننده) بزرگ در دوره ۱۹۸۸-۲۰۱۰..... ۵۱

نمودار (۸): سهم ایران از صادرات زعفران در دوره ۱۹۸۸-۲۰۱۰..... ۵۲

نمودار (۹): سهم ایران و بزرگترین صادر کننده از صادرات زعفران در دوره ۱۹۸۸-۲۰۱۰..... ۵۳

فصل اول

مقدمه

و

پیشینه تحقیق

مقدمه

در سیاستگذاری های اقتصادی ایران به دنبال رهایی از وابستگی بالا به صادرات نفت - که همواره دارای نوسان زیادی نیز بوده است - سعی شده است تا با گسترش صادرات غیرنفتی و بویژه صادرات محصولات کشاورزی به مقابله با این شرایط پرنوسان پرداخته شود. این در حالی است که شرایط متنوع و مناسب اقلیمی ایران موجب شده است تا ایران در تولید برخی از محصولات کشاورزی از مزیت نسبی برخوردار باشد.

زعفران از جمله این محصولات است که ایران همواره در دهه های اخیر بیش از نیمی از بازار جهانی این محصولات را در اختیار داشته است (فائو، ۲۰۰۷). مطالعه خدادادکاشی و شهیکی تاش (۱۳۸۴)، نیز نشان داد که ساختار بازار جهانی زعفران غیررقابتی است. در سال ۱۳۸۹ ارزش صادرات زعفران بیش از ۳۳۱ میلیون دلار بوده است (سازمان گمرک ایران، ۱۳۸۹). وجود شرایط غیررقابتی و یا اعمال انحصار از سوی ایران امکان تعیین قیمت از سوی ایران را فراهم نموده است و بررسی قیمت های صادراتی و داخلی نشان می دهد که همواره قیمت های صادراتی بالاتر از قیمت داخل قرار داشته است.

در مورد زعفران هر چند روند کاهش قیمت در سال های اخیر محدودتر بوده و در مجموع در سه دهه اخیر افزایش نشان می دهد (فائو، ۲۰۰۷) اما باید توجه داشت چنین شرایطی به دلیل وجود سود اقتصادی می تواند صادرکنندگان بالقوه را به حضور در بازار صادراتی زعفران ترغیب نموده و موجب کاهش حاشیه سود موجود شود. در این خصوص بارنرتین و رینهارت، (۱۹۹۴) معتقدند در قیمت های کشاورزی در سال های اخیر روند نزولی پدیده ای معمول بوده است. بعنوان مثال نمونه ای بارز از کاهش قیمت در بازار جهانی وانیل دیده می شود

(راکوتوآریسوآ و شاپوری، ۲۰۰۱). یافته‌های مشابهی در مورد قیمت صادراتی پسته ایران نیز به چشم می‌خورد (فرج‌زاده و بخشوده، ۱۳۹۰).

صادرات زعفران ایران در دوره ۲۰۱۰-۱۹۸۰ از رشد چشم‌گیری برخوردار بوده و از حدود ۲ تن در سال ۱۹۸۰ به حدود ۱۰۸ تن در سال ۲۰۱۰ رسیده است. به عبارت دیگر سالانه حدود ۱۴ درصد رشد داشته است. البته در دوره یاد شده دارای نوسانات زیاد نیز بوده است. این رقم در مورد ارزش صادرات حتی فراتر بوده است و بیش از ۱۹ درصد رشد نشان می‌دهد (پایگاه اطلاعاتی سازمان ملل، ۲۰۱۰). بطور تلویحی می‌توان گفت حدود ۵ درصد قیمت صادراتی رشد داشته است. البته اگر رشد جهانی قیمت‌ها در نظر گرفته شود رشد قیمت صادراتی چندان محسوس نخواهد بود. هر چند با وجود ارز فراوان ناشی از صادرات نفت ممکن است ارزآوری محصولاتی مانند زعفران به ظاهر حایز اهمیت نشان ندهد اما با نگاه به نوسانات در قیمت نفت و فرآورده‌های آن و همچنین تداوم ارزآوری محصولات کشاورزی، ارز حاصل از آنها بسیار حایز اهمیت خواهد بود. بویژه بمنظور رهایی از پدیده بیماری هلندی دامن‌گیر اقتصاد ایران، تمرکز بر روی صادرات غیرنفتی و بویژه محصولات کشاورزی نه تنها حایز اهمیت بلکه یک ضرورت است.

برای فراهم آوردن شرایط لازم جهت بهره‌برداری از بازار جهانی و اعمال قدرت بازار توسط ایران ابتدا لازم است شرایط ایران در بازار جهانی این محصول مورد تحلیل و شناسایی قرار گیرد و موقعیت ایران از نظر امکان اعمال قدرت بازار بررسی شود. معمولاً برای دست‌یابی به تقریبی از ساختار بازار و قدرت بازار از شاخص‌های مختلفی استفاده می‌شود. قدرت بازار بصورت توان یک کشور در تغییر قیمت‌ها به سطوح بالاتر از رقابت کامل تعریف می‌گردد (استافت، ۲۰۰۲) ۱.

هرگاه یک گروه از طرف‌های بازار در مقایسه با گروه‌های دیگر از قدرت چانه‌زنی بالاتری برخوردار باشند قدرت بازار ایجاد می‌شود (ویراهیوا، ۲۰۰۳) ۲. قدرت بازار می‌تواند در بازار خرید (انحصار خرید) یا بازار فروش محصول (انحصار فروش) ایجاد شود. وجود قدرت بازار در فروش باعث می‌شود تا بخشی از مازاد مصرف‌کننده در قالب

1- Stoft

2- Weerahewa

قیمت های بالاتر توسط عرضه کننده جذب شود که در مورد محصول صادراتی بصورت دریافت قیمت بالاتر از مصرف کنندگان خارجی است.

بر حسب ارزش صادرات زعفران در سطح جهان ایران بعنوان مهمترین بازیگر در بازار صادراتی زعفران در دو دهه اخیر بوده است (پایگاه اطلاعاتی سازمان ملل، ۲۰۱۰). اما تردیدهایی نیز در خصوص حفظ این موقعیت وجود دارد و لازم است همواره تغییرات ساختار بازار صادراتی آن مورد رصد قرار گیرد. برای این منظور در مطالعه حاضر از شاخص های متعدد و مفاهیم مربوطه جهت تحلیل ساختار بازار جهانی زعفران و قدرت بازار ایران در بازار جهانی استفاده شد. این شاخص ها شامل هرفیندال - هیرشمن، سهم بزرگترین صادرکننده، سهم چهار صادرکننده بزرگ و شاخص لرنر می باشد. افزون بر شاخص های یاد شده از مفهوم قیمت گذاری بر اساس بازار یا تصریح قیمت صادراتی نیز استفاده شد. بر اساس مطالب عنوان شده هدف مطالعه حاضر را می توان به شرح زیر طرح کرد:

اهداف مطالعه

۱. تحلیل ساختار بازار جهانی زعفران
۲. بررسی روند تغییرات ساختار بازار جهانی زعفران
۳. تحلیل ساختار بازار صادراتی زعفران ایران
۴. ارزیابی امکان تبعیض قیمت در میان بازارهای صادراتی زعفران ایران

مروری بر مطالعات انجام شده

در این مطالعه ساختار بازار بمنظور تحلیل قدرت بازار ایران در بازار جهانی صادرات زعفران مورد بررسی قرار خواهد گرفت از همین رو ابتدا مطالعاتی مرور شده است که ساختار بازار را بررسی نموده اند و در ادامه نیز مطالعاتی که صادرات و واردات محصولات کشاورزی را بررسی کرده اند مرور شده است.

حسینی و پرمه (۱۳۸۳) به تحلیل ساختار بازار فرش دستباف ایران پرداخت. در این بررسی ابتدا ساختار بازار صادرات و واردات فرش دستباف مورد تحلیل قرار گرفت. بمنظور تحلیل تمرکز در بازار نیز از شاخص های نسبت های تمرکز و هرفیندال استفاده شد. یافته ها نشان داد که در حدود ۳۰ کشور در تولید فرش دستباف در سطح جهان در حال فعالیت هستند اما بخش عمده بازار در میان حدود ۷ کشور بطور یکنواخت توزیع شده است و از ساختار انحصار چند جانبه برخوردار است. در بعد صادرات کشورهای عمده صادرکننده شامل ایران، چین، هند، ترکیه و نپال است که در دوره ۲۰۰۰-۱۹۹۰ سهم ایران افزایش یافته است اما با این حال در بازار صادرات نیز انحصار چند جانبه حاکم است. در طرف واردات نیز بازار بصورت انحصار چند جانبه است اما در طول دوره یاد شده میزان انحصار با افزایش سهم چهار کشور آلمان، ایالات متحده، ایتالیا و انگلیس افزایش یافته است. همچنین مشخص گردید که در دوره ۶۷-۱۳۵۸ به دلیل کم بودن تعداد وارد کنندگان فرش ایران قدرت چانه زنی ایران همواره رو به کاهش بوده است در حالیکه در دوره ۸۰-۱۳۶۸ با افزایش تعداد وارد کنندگان قدرت ایران در بازار جهانی افزایش یافته است.

با توجه به سهم بالای ایران از صادرات جهانی پسته (۵۶ درصد در سال ۱۳۸۱) (محمودزاده و زیبایی، ۱۳۸۳)، امکان تأثیرگذاری شرایط تولیدی و صادرات ایران بر روی قیمت جهانی اثر مورد ارزیابی قرار گرفت. این تحلیل در دو قسمت و با فرض اثرگذاری ایران بر قیمت جهانی انجام گردید در بخش نخست رابطه میان قیمت جهانی پسته و عرضه و تقاضای داخلی ایران در قالب یک مدل رگرسیونی لگاریتمی بررسی گردید. در قسمت دیگر نیز رابطه میان قیمت جهانی و قیمت داخلی پسته با استفاده از آزمون علیت گرنجر ارزیابی گردید. بر اساس یافته ها، اثر قیمت داخلی بر قیمت جهانی فاقد اهمیت آماری به دست آمد. نتایج آزمون علیت نیز نشان داد که در سطح

اطمینان ۹۰ درصد هیچ یک از قیمت‌های داخلی و جهانی توسط دیگری تعیین نمی‌گردد. یعنی قیمت جهانی از شرایط بازار و تولید پسته در ایران متأثر نمی‌شود.

بر طبق یافته‌ها دو متغیر شاخص ادغام تجاری (بیانگر جهانی شدن) و سطح زیر کشت دوره قبل اثر مثبت و معنی‌داری بر سطح زیر کشت پسته نشان دادند. البته اثر متغیر ادغام تجاری علی‌رغم اهمیت آماری، بسیار پایین (۰/۷ درصد) به دست آمد. این رقم در مورد متغیر سطح زیر کشت دوره گذشته ۸۸ درصد است. سطح زیر کشت دوره قبل متغیر بیانگر سایر عوامل به جز عوامل لحاظ شده در مدل تلقی گردید.

شیخ‌زین‌الدین و بخشوده (۱۳۸۷) به تحلیل ساختار بازار دام زنده و گوشت قرمز در استان فارس پرداختند. در این مطالعه از شاخص هرفیندال برای سنجش تمرکز بازار دام زنده استفاده نمودند. یافته‌های این مطالعه نشان داد تمرکز بازار گوشت گوسفند، گاو و گوساله در طی زمان رو به کاهش بوده است. همچنین یافته‌های مربوط به قدرت بازار نشان داد در بازار دام زنده قدرت بازار وجود ندارد. از دیگر مفاهیم مطرح در این مطالعه کارایی هزینه بود. بر اساس نتایج مشخص گردید به دلیل تمرکز پایین در بازار کارایی ناشی از هزینه وجود دارد و موجب کاهش حاشیه بازاریابی می‌شود.

علیجانی و صوحی (۱۳۸۸) با استفاده از شاخص هرفیندال به تحلیل اثر قدرت بازار بر بازار گوشت گاو و گوساله در ایران پرداختند. در این مطالعه عرضه گوشت گاو و گوساله تابعی از متغیرهای قیمت یونجه خشک، قیمت گوساله زنده و همچنین قیمت حمل و نقل در نظر گرفته شد. شاخص قدرت بازار در معادله حاشیه بازار دخالت داده شد و معادله حاشیه بازار تابعی از متغیرهای قیمت نیروی کار، انرژی و حمل و نقل و همچنین شاخص قدرت بازار در نظر گرفته شد. یافته‌های این مطالعه حاکی از عدم وجود انحصار بود. این یافته از طریق اثر بسیار محدود شاخص قدرت بازار در تابع حاشیه بازار مشخص گردید. همچنین مشخص گردید ۱ درصد افزایش در قیمت گوشت گاو و گوساله عرضه آن را ۰/۹۶ درصد افزایش می‌دهد. اثر قیمت یونجه خشک بعنوان مهمترین نهاده نیز منفی و حایز اهمیت آماری ارزیابی گردید.

فرج زاده و بخشوده (۱۳۹۰) نیز به تحلیل قدرت بازار ایران در بازار جهانی پسته پرداختند. در این مطالعه قدرت بازار با استفاده از شاخص های هرفیندال- هیرشمن، سهم بزرگترین بنگاه (صادرکننده)، سهم چهار بنگاه (صادرکننده) بزرگ و همچنین شاخص لرنر استفاده نمودند. یافته های این مطالعه نشان داد که در دوره ۲۰۰۵-۱۹۸۹ ایران دارای قدرت بازار بوده است اما این قدرت بر اساس شاخص های مورد استفاده مشخص شد که در دوره ۲۰۰۵-۱۹۹۷ نسبت به دوره ۱۹۸۹-۱۹۹۶ کاهش یافته است. بعنوان مثال مقدار شاخص لرنر برای دوره ۱۹۸۹-۱۹۹۶ برابر با ۰/۶۶ به دست آمد در حالی که برای دوره بعد ان این شاخص تنها ۳۶/ به دست آمد.

استفاده از شاخص های تمرکز در موارد متعددی از مطالعات اقتصادی مشاهده می شود. بعنوان مثال ون (۲۰۰۴) با استفاده از شاخص های تراکم به بررسی تراکم جغرافیایی صنایع بزرگ و متوسط در چین پرداخت. در این مطالعه تراکم جغرافیایی در هر استان بوسیله ضریب جینی اندازه گیری شد. در این مطالعه ابتدا تغییر در تراکم جغرافیایی صنایع در طی سالهای ۹۵-۱۹۸۰ با استفاده از ضریب جینی در میان استانهای مختلف مورد ارزیابی قرار گرفت. در این بررسی ابتدا فروزی مطرح و سپس به آزمون آنها پرداخته شد. این فرض عبارت بودند از: اثر متقابل میان اندازه بازار و محل استقرار صنایع بر یکدیگر، اثر منفی هزینه های حمل و نقل و معاملاتی بر تراکم صنعت و نهایتاً فرض آخر عبارت بود از اینکه سطوح دستمزد بالا و قیمت های بالا در مناطق صنعتی اثر معنی داری بر محل استقرار صنایع ندارد. بمنظور ارزیابی فروزی فوق دو تابع برآورد گردید که طی آن سهم هر منطقه یا استان در GDP صنعتی و GDP کل بعنوان متغیرهای وابسته استفاده شدند. در روابط یاد شده GDP صنعتی برای هر منطقه تابعی از درآمد سرانه، جمعیت، سرمایه گذاری خارجی مشترک، تعداد شهرهای منطقه، سهم منطقه از جاده ها و خطوط راه آهن کل، میزان افزایش قیمت در دوره قبل، متوسط دستمزد و متغیر موهومی منطقه در نظر گرفته شد. نتایج این بررسی نشان داد که میان GDP صنعتی و GDP منطقه ای در هر منطقه همبستگی بالایی وجود دارد. همچنین تراکم صنایع در مناطق با نابرابری بالای درآمدی همراه است و این تراکم عمدتاً به سوی مناطق ساحلی که دارای بندرهای بزرگ صادراتی هستند می باشد. یافته ها نشان داد که اندازه بازار و حجم سرمایه گذاری خارجی اثر مثبت بر سهم منطقه از GDP صنعتی و GDP کل دارند. علاوه بر این مناطقی که از تراکم صنعتی بالا برخوردارند دارای هزینه های حمل و نقل پایین تری در مقایسه با مناطق حاوی تراکم

صنعتی پایین هستند. همچنین بخش دیگری از یافته‌های این پژوهش دال بر آن بود که تراکم سرمایه‌گذاری خارجی در مناطق ساحلی و دارای تسهیلات جاده‌ای و صادراتی بیشتر از مناطق دیگر است.

گرچی و ساداتیان (۱۳۷۹)، درجه تمرکز بازار یخچال‌های خانگی را در سطح تولید و عمده‌فروشی محاسبه و به تبیین علت تمرکز پرداختند آنها در این ارزیابی از شاخص‌های سهم بنگاه برتر، ۴ بنگاه برتر، هر فیندال-هیرشمن (H)، معکوس H و تعداد بنگاه‌های فعال در صنعت استفاده نمودند. شاخص‌های نام برده برای دوره ۷۸-۱۳۷۵ محاسبه گردید. مقدار شاخص‌های محاسبه شده حاکی از آن بود که در طی دوره منتخب تمرکز افزایش یافته است. براساس معیار سهم بنگاه برتر درجه تمرکز از ۲۰/۹ درصد در سال ۷۵ در سطح تولید که متعلق به شرکت آزمایش بود به ۳۰/۵ درصد در سال ۱۳۷۸ رسیده است که در اختیار شرکت پارس قرار داشت. براساس شاخص‌ها مشخص گردید که بعضی از بنگاه‌ها در سال ۷۸ بیش از ۹۳ درصد از فروش سال ۱۳۷۸ را در اختیار داشته‌اند. در بازار عمده‌فروشی نیز سهم ۴ بنگاه برتر ۱۹ درصد و سهم بنگاه برتر ۳۰ درصد محاسبه گردید. بررسی توزیع استانی نیز نابرابری بالا را نشان داد. به این ترتیب که در سال ۱۳۷۶ استان تهران ۵۵/۵ درصد از کل فروش واحدها را در اختیار داشت و این رقم برای ۶ استان اول ۷۵/۵ درصد بود. ارقام یاد شده در سال ۱۳۷۸ حاکی از آن بود که بمانند تولید درجه تمرکز و نابرابری در توزیع نیز افزایش یافته است. زیرا در سال ۱۳۷۸ سهم استان تهران و ۶ استان برتر بالغ بر ۶۰ و ۷۹ گردید. این بررسی براین باور است که دلایل عمده ایجاد تمرکز عبارتند از تفاوت کیفیت، قدمت و شهرت، ناآگاهی مصرف‌کننده و تحت تاثیر تبلیغات قرار گرفتن، وجود مؤسسات دولتی ارائه‌کننده تسهیلات و دولتی بودن برخی از واحدهای تولیدی و متأثر شدن از شرایط و تنگناهای ارزی به منظور واردات قطعات مورد استفاده در صنعت یخچال‌سازی.

یکی از مفاهیمی که در سال‌های اخیر در ادبیات ساختار بازارهای تجاری مورد بررسی قرار گرفته است رابطه میان نرخ‌های ارز و تعدیل قیمت می‌باشد. به این معنی که کشور صادرکننده دارای قدرت بازار در واکنش به تغییرات قدرت پول رایج کشور طرف معامله خود می‌تواند قیمت‌ها را در جهت حفظ قدرت خود تعدیل نماید. این مفهوم اولین بار توسط Krugman, (1987) مطرح شد و عمدتاً در حوزه صادرات مورد استفاده قرار گرفته

است. (Rakotoarisoa & Shapouri (2001) این مفهوم را در مورد بازار واردات برای دانه وانیل در ایالات متحده بررسی نمودند. در این مطالعه کشورهای عمده صادرکننده شامل کومور، پلینیزیا فرانسه، اندونزی، ماداگاسکار و مکزیک بود. یافته های این مطالعه نشان داد که ایالات متحده با توجه به واردات ۵۰ درصدی خود از این کشورها قادر است در بازار واردات این محصول به دنبال تغییر نرخ ارز در کشورهای صادرکننده با تعدیل قیمت قدرت بازار اعمال نماید. بر اساس نتایج این مطالعه مشخص شد که در بازار دانه وانیل ایالات متحده دارای قدرت خرید بالا است و این امر باعث شده تا اثربخشی سیاست های این کشورها در جهت حمایت از صادرات با اعمال قیمت های پایین از سوی واردکنندگان ایالات متحده از بین رود.

Glauben & Loy (۲۰۰۳) با استفاده از مفاهیم قیمت گذاری بر اساس بازار و تابع تقاضای باقیمانده به تحلیل ساختار بازار صنایع غذایی در آلمان پرداخت. در این مطالعه یافته های حاصل از آزمون تئوری قیمت گذاری بر اساس بازار نشان داد که آلمان در صادرات محصولات صنایع غذایی از قدرت بازار برخوردار است و ساختار بازار آنها غیررقابتی است اما از سوی دیگر یافته های تحلیل تقاضای باقیمانده چنین ادعایی را رد نمود. در این مطالعه با توجه به توان بالاتر تقاضای باقیمانده رد مقایسه با مفهوم قیمت گذاری بر اساس بازار ساختار غیررقابتی در بازار صادرات صنایع غذایی آلمان پذیرفته نشد.

Dureval (2007) به تحلیل ساختار بازار قهوه فرآوری شده در سوئد پرداخت. در این بررسی ابتدا تابع تقاضای قهوه بصورت تک معادله برآورد گردید. لازم به ذکر است که در این کشور قهوه بصورت خام وارد و پس از فرآوری مورد استفاده قرار می گیرد. یافته های این مطالعه حاکی از برونزا بودن قیمت و یا وجود رابطه از قیمت به مقدار بود. در این بررسی کشش قیمتی تقاضا برابر با ۰/۱۹- برآورد گردید. با توجه این مقدار متوسط و دامنه تغییرات آن که قدر مطلق آن در بازه ۰/۳۸-۰/۶ قرار داشت مشخص گردید که ساختار بازار قهوه رقابتی تر از ساختار کورنو است. در ادامه این بررسی بمنظور برآورد قدرت بازار از هزینه واردات بعنوان هزینه نهایی استفاده گردید. برآورد مقادیر قدرت بازار در دوره ۲۰۰۲-۱۹۶۸ نیز حاکی از آن بود که عموماً مقدار شاخص لرنر کمتر از

۰/۲ و اما بالاتر از ۰/۱ بوده است. به این معنی که بازار قهوه دارای ساختار رقابت کامل نیست اما در عین حال از سوی دیگر با ساختار انحصاری کورنو نیز دارای فاصله است.

حال برخی از مطالعات در حوزه صادرات محصولات کشاورزی و عوامل موثر بر آن بویژه نرخ ارز مرور شده است.

از جمله متغیرهای تاثیر گذار بر صادرات که مطالعات متعددی به نحوه تاثیر گذاری آن پرداخته اند نرخ ارز است. سرور و اندرسون (۱۹۹۰) صادرات سویا را طی دوره ۸۵-۱۹۵۵ مورد بررسی قرار دادند. نتایج مطالعه آنها حاکی از آن بود که نوسانات نرخ ارز تأثیر معنی داری بر تقاضای صادرات دارد. در پژوهشی دیگر موکرجی (۱۹۹۷) با استفاده از تکنیک همجمعی به بررسی رابطه میان نرخ ارز واقعی و حجم صادرات در هند با رشد تولید ناخالص داخلی کشورهای عضو سازمان همکاری های اقتصادی و همچنین رشد تولید ناخالص جهان پرداخت. یافته های این مطالعه نشان داد که حجم صادرات هند نسبت به نرخ ارز واقعی و همچنین نسبت به رشد ناخالص جهان حساس می باشد. در این مطالعه عنوان شد که علیرغم نتایج بدست آمده انتظار می رود هند از سیاستهای تشویق صادرات، نسبت به حالتی که صادرات این کشور با استفاده از کاهش ارزش پول داخلی تشویق می شود، بیشتر منتفع شود.

در پژوهشی فونتاس و بردین (۱۹۹۸) به منظور مطالعه تأثیر تغییرات نرخ ارز بر صادرات ایرلند به انگلستان از تکنیک همجمعی و مدل تصحیح خطا استفاده کردند. براساس نتایج مطالعه مشخص شد که صادرات در بلندمدت بطور معنی داری تحت تأثیر درآمد کشور واردکننده و قیمت های نسبی است. براساس مدل تصحیح خطا، تغییرات نرخ ارز فقط در کوتاه مدت باعث کاهش صادرات ایرلند به انگلستان می شود.

نتایج مطالعه قطمیری و خاوری (۱۳۷۹)، نیز نشان داد که صادرات محصولات کشاورزی با انحراف نرخ واقعی ارز رابطه منفی دارد ولی نرخ ارز تأثیر مثبت بر روی صادرات دارد. همچنین در پژوهشی که توسط باقری و

چیزی (۱۳۷۹) بر روی صادرات فرش انجام گردید تاثیر نرخ ارز بر روی صادرات این کالا مثبت ارزیابی گردید. نتایج حاصل از مطالعه خسروی و ترکمانی (۱۳۷۹)، نیز حاکی از وجود رابطه مثبت بین نرخ مبادله ارز با صادرات بود.

علاوه بر نرخ ارز که در حوزه صادرات محصولات کشاورزی تاثیر قابل ملاحظه‌ای دارد، عوامل دیگری نیز وجود دارد که بر صادرات تاثیر گذار هستند. از جمله این عوامل می‌توان به قیمت داخلی، درآمد ملی کشور تقاضا کننده، درآمد سرانه، شاخص بهای عمده فروشی کالاها، قیمت صادراتی، نرخ ارز، تولید داخلی و تولید ناخالص ملی و هزینه‌های افزایش صادرات و بازاریابی اشاره نمود. در این زمینه مطالعات متعددی صورت گرفته که به برخی از آنها اشاره می‌شود. در مطالعه‌ای فاریس (۱۹۷۱)، عوامل مؤثر بر صادرات پوست گاو را در طی دوره زمانی ۶۹-۱۹۵۶ مورد بررسی قرار داد. در این مطالعه عرضه و تقاضای پوست گاو در قالب یک مدل تجارت دو منطقه‌ای و با فرض اینکه در هر ناحیه عرضه نسبت به قیمت‌ها کشش‌ناپذیر است برآورد شد. نتایج این مطالعه حاکی از عدم ارتباط میان صادرات پوست گاو و قیمت‌های آن بود.

یافته‌های تحقیق سرور و اندرسون (۱۹۹۰) نشان داد که قیمت کالا، درآمد، تولید و قیمت محصولات رقیب اثر معنی‌داری بر صادرات سویا دارد. داس (۱۹۹۱)، صادرات قهوه را در هند مورد بررسی قرار داد. در این مطالعه که با هدف تعیین عوامل مؤثر بر صادرات قهوه و بررسی رشد تولید قهوه و بر اساس داده‌های ۸۶-۱۹۷۲ صورت گرفت از تابع کاب-داگلاس استفاده شد که در آن شاخص ارزش صادرات بعنوان متغیر وابسته و شاخص تولید داخلی قهوه، شاخص تولید خالص ملی سرانه به قیمت ثابت و شاخص قیمت واقعی صادرات قهوه بعنوان متغیرهای مستقل منظور شدند. نتایج این مطالعه نشان داد که تولید داخلی بر صادرات قهوه تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد. با این حال افزایش قیمت واقعی صادرات و درآمد خالص سرانه در طی دوره مورد مطالعه باعث کاهش میزان صادرات شده است. همچنین نارایان و ردی (۱۹۹۲) تغییرات صادرات هند را طی دوره ۸۶-۱۹۶۰ ناشی از تولید داخلی و قیمت داخلی دانستند.

متسون وهمکاران (۲۰۰۴)، به بررسی صادرات دام و گوشت کانادا به ایالت متحده پرداختند. در این مطالعه مشخص شد که عوامل موثر بر صادرات گوشت گاو و خوک و همچنین گله گاو و خوک از کانادا به آمریکا شامل نرخ ارز، افزایش تولید کانادا، تفاوت قیمت کانادا-آمریکا و محدودیت تجاری در موافقتنامه آزاد تجاری کانادا-آمریکا در سال ۱۹۸۹ می باشد. همچنین صادرات کانادا به دلیل کاهش معنی دار اما کوچک در قیمت داخلی گوشت گاو و خوک و گله خوک در آمریکا افزایش یافته است.

در مطالعه ای صدراالاشرافی (۱۳۷۵)، تحت عنوان صادرات محصولات کشاورزی و نقش آن در بهبود ساختار اقتصاد جامعه و روش‌های توسعه آن عوامل موثر بر صادرات را به دو دسته عوامل بیرونی و عوامل درونی تقسیم بندی کرد. وی عوامل بیرونی موثر بر عملکرد صادرات را عدم ثبات قوانین و مقررات مربوط به صادرات و تغییرات مداوم آن، کمی اعتبار صادراتی و مکانیزم صحیح و پایدار برای صادرات و نبودن نظام اطلاعاتی منظم و مستمر برای انتقال اطلاعات مربوط به بازارهای عمده مصرف (عرضه و تقاضای کالاهای صادراتی) در سطح جهان به تولیدکنندگان و صادرکنندگان مملکت و بالاخره افراد متخصص در نمایندگی‌های ایران در خارج و عدم تجهیز آنها به کادری اقتصادی متخصص و مجرب و همچنین عوامل درونی موثر بر صادرات را عدم انطباق ساختار تشکیلاتی و سازماندهی مرکز توسعه صادرات ایران با احتیاجات فعلی و کمبود متخصص در مرکز توسعه صادرات ذکر نمود. همچنین نوری و کویاهی (۱۳۷۵)، توابع عرضه و تقاضای صادرات پسته را با استفاده از روش‌های 2SLS و 3SLS برآورد نمودند. عوامل مؤثر بر تقاضای صادرات پسته شامل قیمت صادراتی، قیمت جهانی، تولید داخلی کشورهای واردکننده، نرخ مبادله ارز و تولید جهانی سایر کشورهای جهان بود. همچنین متغیرهای قیمت داخلی، تولید داخلی و درآمد حاصل از صادرات نفت بعنوان متغیرهای مؤثر بر عرضه صادرات منظور شدند.

دنیا دیده (۱۳۷۷)، در مطالعه‌ای به بررسی عوامل موثر بر صادرات سه محصول پسته، خرما و کشمش ایران طی سالهای ۷۴-۱۳۵۰ پرداخت. وی جهت تخمین مدل عرضه صادرات این محصولات از مدل عرضه صادرات مارین باند با انجام تعدیلاتی برای ایران استفاده نمود. در شکل کلی این مدل، عرضه صادرات به صورت یک تابع لگاریتم خطی از نسبت‌های جاری و وقفه‌دار قیمت صادرات کالاها به سطوح قیمتهای داخلی آنها در کشورهای تولیدکننده در منطقه مورد نظر، شاخصی برای ظرفیت تولیدی در آن منطقه، نرخ ارز و همچنین شوک‌های عرضه مشخص شد. در این تحقیق با توجه به اینکه خشکبار ایران تقریباً حالت انحصار خرید دارد، به

منظور سیاستگذاری بهتر، کَششهای قیمتی و ظرفیت تولید محصولات مذکور با توجه به کشورهای عمده وارد کننده خشکبار ایران (آلمان، انگلستان، امارات) نیز برآورد شد. به طور کلی نتایج حاصل از برآورد ۴ مدل عرضه صادرات (کل محصولات، پسته، خرما و کشمش) نشان داد که علامت کششهای قیمتی عرضه و کششهای ظرفیت تولید محصولات مذکور در کشور مثبت می‌باشد. ضمن اینکه نقش افزایش تولید محصولات در داخل کشور بر روی افزایش ارزش صادرات این محصولات کاملاً آشکاراست. مدل‌های بررسی شده با توجه به کشورهای عمده واردکننده نشان می‌دهد که کششهای قیمتی، مثبت و این کششها بیش از کشش عرضه صادرات محصولات به کل دنیاست.

در تحقیقی قنبری (۱۳۷۷)، توابع عرضه و تقاضای صادرات پسته را در قالب یک سیستم معادلات همزمان و به منظور شناسایی و تعیین میزان تأثیر عوامل مهم بر توسعه صادرات محصول با استفاده از روش 3SLS برای سال‌های ۷۴-۱۳۵۰ برآورد نمود. در این مطالعه عوامل مؤثر بر عرضه شامل قیمت صادراتی کالا، قیمت داخلی کالا و مقدار تولید داخل بود. نتایج بدست آمده در بعد عرضه حاکی از کشش بالای قیمتی عرضه بود. به این معنی که واکنش صادرکنندگان نسبت به تغییرات قیمتی قابل توجه است که با توجه به بالا بودن سطح تولید داخل نسبت به میزان صادرات آن می‌توان با افزایش قیمت صادراتی میزان عرضه صادرات را افزایش داد. کشش عرضه صادرات نسبت به تولید داخلی بر خلاف انتظار دارای علامت منفی بود که بنا بر عقیده محقق این می‌تواند نتیجه مشکلات موجود در راه صادرات باشد و با اجرای سیاست‌های صحیح و با توجه به تولید رو به رشد در سال‌های اخیر می‌توان میزان صادرات را افزایش داد. نتایج مطالعه شرزه ای و قنبری (۱۳۷۹) نشان داد که درآمد کشورهای وارد کننده و همچنین نرخ واقعی ارز از جمله عواملی هستند که بطور مثبت بر تقاضای صادرات پسته مؤثر هستند.

بریم‌نژاد و ترکمانی (۱۳۷۹)، عنوان کردند طی سالهای ۷۵-۱۳۵۷ درآمد ناخالص ملی، نرخ ارز واقعی و تولید جهانی (غیر از ایران) بطور مستقیم و شاخص قیمت کالاهای داخلی بطور غیرمستقیم بر تقاضای صادرات فرش مؤثر است. نتایج حاصل از مطالعه باقری و چیدری (۱۳۷۹) حاکی از آن بود که از بین متغیرهای مؤثر بر صادرات فرش یعنی قیمت صادراتی، نرخ تبدیل ارز، درآمد سرانه، درآمد کشورهای واردکننده، هزینه‌های بازاریابی و تبلیغات، جنگ تحمیلی و پیمان ارزی، عامل نرخ ارز تأثیر فزاینده و متغیرهای پیمان ارزی و میانگین قیمت