

**Original Research Paper****Assessing the degree of competitiveness of the global chicken meat market structure and its impact on imports in Iran**

Seyede Atiye Mojaverian^{1*}, *Qasem Norouzi*²

¹*Department of Animal Science, Qaemshahr Branch, Islamic Azad University, Qaemshahr, Iran*

²*Department of Agricultural Economics, Qaemshahr Branch, Islamic Azad University, Qaemshahr, Iran*

Key Words

Chicken meat
Market structure
Concentration ratio
Import

Abstract

Introduction: The market structure represents the organizational characteristics of the market and with the help of these characteristics, the relationship between market components can be determined. Market structure is in fact those organizational characteristics of the market that can be identified by determining the nature of pricing and competition in that market. In this study, the structure of the global chicken meat market was examined in terms of competitiveness or monopoly and its impact on the import of this product in Iran.

Materials & Methods: The data of this study based on the production quantity of the top chicken producing countries in the world during the period 2011-2020, which was collected from the statistical database of the Food and Agriculture Organization (FAO).

Results: The results showed that the global chicken meat market, based on the concentration ratio index, is not a complete or dominant monopoly market and is a multilateral monopoly.

Conclusion: Based on the demand pattern of chicken meat imports in Iran, the findings showed that the concentration ratio has a negative impact on the import of this product in the country.

* Corresponding Author's email: atiye.mojaverian@gmail.com

Received: 2 April 2022; Reviewed: 3 May 2022; Revised: 5 July 2022; Accepted: 8 August 2022

(DOI): [10.22034/AEJ.2022.350995.2847](https://doi.org/10.22034/AEJ.2022.350995.2847)

مقاله پژوهشی

سنجش درجه رقابتی بودن ساختار بازار جهانی گوشت مرغ و تاثیر آن بر واردات در ایران

سیده عطیه مجاوریان*^۱، قاسم نوروزی^۲^۱ گروه علوم دامی، واحد قائمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائمشهر، ایران^۲ گروه اقتصاد کشاورزی، واحد قائمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائمشهر، ایران

کلمات کلیدی

چکیده

گوشت مرغ
ساختار بازار
نسبت تمرکز
واردات

مقدمه: ساختار بازار، معرف خصوصیات سازمانی بازار می‌باشد و به کمک این خصوصیات رابطه اجزای بازار را می‌توان مشخص نمود. ساختار بازار در واقع آن دسته از خصوصیات سازمانی بازار می‌باشد که با شناسایی آن‌ها می‌توان ماهیت قیمت‌گذاری و رقابت آن بازار را تعیین کرد. در این مطالعه ساختار بازار جهانی گوشت مرغ از جنبه رقابتی یا انحصاری بودن مشخص و تاثیر آن بر واردات این محصول در ایران مورد بررسی قرار گرفت.

مواد و روش‌ها: داده‌های این تحقیق برای بررسی ساختار بازار براساس آمار تولید کشورهای برتر تولیدکننده گوشت مرغ در سطح جهانی طی دوره ۱۳۹۹-۱۳۹۰ می‌باشد که این اطلاعات از پایگاه آماری سازمان خوارو بار کشاورزی (فائو) گردآوری گردید.

نتایج: نتایج نشان داد که بازار جهانی گوشت مرغ براساس شاخص نسبت تمرکز، بازار انحصار کامل یا مسلط نیست و از نوع انحصار چند جانبه است و چهار کشور برتر تولیدکننده در سطح جهانی، دارای قدرت تعیین‌کنندگی در بازار هستند.

بحث و نتیجه‌گیری: براساس الگوی تقاضای واردات گوشت مرغ در ایران، یافته‌ها گویای آن بود که هر چه ساختار بازار جهانی انحصاری‌تر و غیررقابتی‌تر باشد میزان واردات در کشور کاهش می‌یابد و نسبت تمرکز تاثیر منفی بر واردات این محصول در کشور دارد.

مقدمه

قیمت از بازار جهانی به بازار داخل و یا میان بازارهای مختلف بسته به این که قیمت در بازار مبدأ افزایش و یا کاهش پیدا کند، متفاوت است (۵). با این رویکرد، در این مطالعه ابتدا ساختار بازار جهانی گوشت مرغ که یکی از محصولات اصلی در سبد مصرفی خانوارها محسوب می‌ود تعیین و سپس تاثیر آن بر واردات این محصول در کشور مورد بررسی قرار گرفت. در ارتباط با موضوع مورد نظر، مطالعات مشابهی در داخل و خارج صورت گرفته است. یکی از مطالعات صورت گرفته بر روی ساختار بازار جهانی گیاهان دارویی با استفاده از شاخص هرفیندال نشان داد که کشورهای سریلانکا، ویتنام، هند و اندونزی بیشترین مقدار مزیت نسبی را در صادرات گیاهان دارویی دارند، و کشور ایران در همه دوره مورد بررسی به استثناء سال ۲۰۰۸ دارای مزیت می‌باشد. آن‌ها نتیجه گرفتند که بازار جهانی صادرات گیاهان دارویی از دو نوع انحصار چند جانبه بسته و بین انحصار چندجانبه باز و بسته می‌باشد (۶). گروهی دیگر به بررسی ساختار بازار جهانی پسته با تاکید بر نقش ایران پرداختند. نتایج بررسی، نشان داد انحصار شدید در ساختار بازار پسته و از نوع بنگاه مسلط برای چهار بنگاه برتر شامل ایران، آمریکا، چین و ترکیه در دوره مورد بررسی وجود دارد (۷). جمعی دیگر در مطالعه شان، مزیت نسبی و ساختار بازار صادرات جهانی گیاهان دارویی را بررسی نمودند. نتایج نشان داد که بازار صادرات جهانی گیاهان دارویی از سه نوع رقابت انحصاری، انحصار چندجانبه بسته و باز پیروی می‌کند (۸). محققان به بررسی جایگاه ایران در ساختار بازار جهانی زیره سبز پرداختند. آن‌ها نتیجه گرفتند که ساختار جهانی بازار این محصول رقابتی انحصاری می‌باشد (۹). یکی دیگر از محققین در مطالعه خود ساختار بازار جهانی محصولات کشاورزی در کشورهای در حال توسعه را بررسی کرد. بنابر نتایج وی، برزیل کشور مسلط بر بازار جهانی صادرات آب پرتقال می‌باشد (۱۰). و مطالعه‌ای بر روی ساختار بازار فروش ماهی منجمد با استفاده از شاخص هرفیندال در کشور نیجریه صورت گرفت و نتایج نشان داد که ساختار بازار در این کشور رقابتی می‌باشد (۱۱).

مواد و روش‌ها

در بخش اول این تحقیق، ساختار بازار جهانی گوشت مرغ بر مبنای میزان تولید پنج کشور اصلی تولید کننده آن یعنی کشورهای چین، آمریکا، برزیل، روسیه و هند بررسی شده است که برای این منظور از شاخص نسبت تمرکز استفاده شد. با استفاده از مفهوم تمرکز می‌توان ساختار بازار و به عبارتی اندازه رقابت و انحصار را در بازارهای انفرادی و یا در اقتصاد بررسی کرد. تمرکز عبارت است از چگونگی و نحوه تقسیم بازار بین بنگاه‌های مختلف و در اندازه‌گیری

ساختار بازار، معرف خصوصیات سازمانی بازار می‌باشد و به کمک این خصوصیات رابطه اجزای بازار را می‌توان مشخص نمود. ساختار بازار در واقع آن دسته از خصوصیات سازمانی بازار می‌باشد که با شناسایی آن‌ها می‌توان ماهیت قیمت‌گذاری و رقابت آن بازار را تعیین کرد. از برجسته‌ترین جنبه‌ها و خصوصیت سازمانی بازار می‌توان به تمرکز فروشندگان، تمرکز خریداران، شرایط ورود و درجه تفاوت کالا اشاره نمود. در علم اقتصاد ساختارهای مختلفی برای بازار تعریف می‌شود که موضوع رقابت در آن متفاوت است. ساختار هر بازار را می‌توان به دو شکل انتزاعی تقسیم کرد. انحصار و رقابت کامل با ویژگی‌هایی مانند تعداد بنگاه‌ها، میزان آزادی ورود و خروج، وجود اطلاعات کامل، میزان همگنی کالا و میزان سود اقتصادی. بارزترین جنبه‌ها و ویژگی‌های سازمانی بازار، تمرکز است از فروشندگان و خریداران، شرایط ورود و نحوه توزیع اندازه آن‌ها مشخص می‌شود (۱). دو عامل در ساختار رقابت و انحصار از اهمیت اساسی برخوردار است که شامل تعداد فروشندگان و مقیاس آن‌ها است. از نظر تعداد فروشندگان در بازار، انتظار این است که هر قدر تعداد فروشنده در بازار کم‌تر باشد احتمال این که عملکرد بازار، انحصاری باشد بیش‌تر است. در مورد اندازه تولیدکنندگان نیز وقتی یک تولیدکننده بزرگ و چندین تولیدکننده کوچک در بازار حضور دارند احتمال این که بازار به صورت انحصاری باشد بیش‌تر از حالتی است که فقط تعداد محدودی تولیدکننده در بازار وجود داشته باشد و مقیاس آن‌ها کم و بیش مساوی باشد (۲). تحلیل ساختار بازار داخلی و صادراتی محصولات کشاورزی همواره مورد توجه مطالعات بوده است. هم‌چنین صنعت پرورش مرغ یکی از زیر بخش‌های مهم کشاورزی کشور است که از کشاورزی دهقانی و سنتی فاصله گرفته و توانسته با جذب سرمایه‌های فراوان و به‌کارگیری فناوری‌های روز جهان، جایگاه ویژه‌ای در تولید و اشتغال بخش کشاورزی پیدا کند (۳). با این رویکرد، در این مطالعه ساختار بازار گوشت مرغ که مهم‌ترین محصول از گروه محصولات دامی در سبد مصرفی خانوارها محسوب می‌شود مورد بررسی قرار گرفته است. طی سی سال اخیر برخی عوامل از قبیل افزایش جمعیت، بالا رفتن سطح درآمد، قدرت خرید مردم، تغییر الگوی مصرف خانوار، پیشرفت تکنولوژی و توسعه اقتصادی باعث گردیده است که مرغداری صنعتی جای خود را در اقتصاد کشور باز کند (۴). شناخت ساختار بازار از این جهت دارای اهمیت است که می‌تواند پی آمد مهمی در فرآیند تشکیل و انتقال قیمت بر جای بگذارد. اثر ساختار بازار در فرآیند انتقال قیمت به صورت تقارن یا نبود تقارن در انتقال بروز می‌کند؛ به این معنا که سرعت و میزان انتقال

نتایج

در جدول ۱، پنج کشور مهم تولیدکننده گوشت مرغ و هم‌چنین سهم هر یک از آن‌ها برای دوره زمانی ۱۳۹۹-۱۳۹۰ ارائه شده است. همان‌طور که در این جدول نیز دیده می‌شود در تمام طول دوره مورد مطالعه، کشور آمریکا بالاترین سهم تولید گوشت مرغ در جهان را داراست و قریب به یک پنجم از سهم تولید جهانی گوشت مرغ، در اختیار این کشور قرار داشته است. در کل دوره نیز به‌طور متوسط نزدیک به ۲۰ درصد از سهم تولید جهانی گوشت مرغ به این کشور تعلق داشته است. گفتنی است که ارقام سهم تولید بر اساس مقدار تولید محاسبه شده است. در دوره منتخب پس از آمریکا، کشور چین در رتبه دوم قرار دارد. متوسط سهم این کشور تقریباً ۱۳/۵ درصد بوده است. رتبه‌های سوم، چهارم و پنجم سهم تولید به کشورهای برزیل، روسیه و هندوستان تعلق دارد. به‌طور میانگین، سهم کشور برزیل از بازار جهانی گوشت مرغ حدود ۱۲/۵ درصد و برای کشورهای روسیه و هند نیز به‌ترتیب معادل ۳/۵ و ۲/۵ درصد است. براساس آمار جدول ۱، دیده می‌شود که ساختار بازار جهانی گوشت مرغ یک ساختار غیررقابتی است و آمریکا به تنهایی قریب به یک پنجم بازار را در اختیار دارد. همان‌طور که در جدول ۲ نیز آمده است، براساس شاخص نسبت تمرکز، پنج کشور دارای سهم عمده تولید، به تنهایی بیش از ۵۰ درصد از بازار را طی دوره مورد بررسی در اختیار داشته‌اند. مطابق جدول ۲، کشور آمریکا دارای بالاترین میزان تولید گوشت مرغ در جهان بوده است و براساس شاخص سهم بزرگ‌ترین بنگاه (CR1)، بیش از ۱۷ درصد بازار تنها در اختیار این کشور قرار داشته است. جدول ۳ نتایج تخمین الگوی رگرسیونی تابع واردات گوشت مرغ برای کشور ایران را نشان می‌دهد. همان‌گونه که از این جدول ملاحظه می‌شود آماره F مدل رگرسیونی برابر ۵/۱۷ و در سطح ۱ درصد معنی‌دار است. این نشان‌دهنده آن است که به لحاظ آماری، نتایج تخمین و الگوی انتخاب شده معنی‌دار هستند و کلیت مدل و نتایج آن تایید می‌گردد. ضریب تعیین مدل (R2) برابر ۰/۸۳ است این گویای آن است که ۸۳ درصد از نوسان واردات گوشت مرغ تحت تأثیر متغیرهای توضیحی مدل شامل نسبت تمرکز، نرخ ارز، قیمت جهانی و تولید ناخالص ملی قرار دارد.

آن، اندازه نسبی بنگاه‌ها مدنظر است. نسبت تمرکز، نشان‌دهنده اندازه تولید (یا فروش) i تا از بزرگ‌ترین بنگاه‌ها به کل اندازه تولید (یا فروش) بازار است. به عبارت مشخص‌تر، نسبت تمرکز یک بنگاهی را با CR1 نشان می‌دهد و مبین آن است که بزرگ‌ترین بنگاه موجود در بازار، چه سهمی از اندازه تولید (یا فروش بازار) را تشکیل می‌دهد و نسبت تمرکز n بنگاهی را با CRn نشان می‌دهد و بیانگر نسبت مجموع اندازه n تا از بزرگ‌ترین بنگاه‌های موجود در بازار به کل اندازه تولید (یا فروش) بازار است. از آن‌جاکه در بازار رقابتی، اندازه بازار در بین بنگاه‌های زیادی توزیع می‌شود و در نتیجه نسبت تمرکز یک بنگاه (CR1)، چهار بنگاهی (CR4)، هشت بنگاهی (CR8) و حتی ۱۶ بنگاهی (CR16) ارقام کوچکی خواهد بود، در یک بازار انحصار کامل، یک بنگاه، کل اندازه بازار را تشکیل می‌دهد و نسبت تمرکز یک بنگاهی نزدیک به یک است (۱۲). پس از تعیین ساختار جهانی بازار، در گام دوم تاثیر نوع ساختار بر میزان واردات گوشت مرغ در ایران مورد آزمون قرار گرفته است. برای این منظور، از الگوی رگرسیونی و مدل لگاریتم خطی استفاده می‌شود. مزیت این مدل آن است که به‌طور مستقیم کشش هر متغیر را نشان می‌دهد. الگوی کلاسیک رگرسیونی خطی به‌صورت زیر تعریف می‌شود:

$$Y = C_0 + \beta X + e \quad (1)$$

که در آن، Y متغیر وابسته، X بردار متغیرهای توضیحی یا مستقل مدل، β بردار ضرایب متغیرهای توضیحی مدل، C_0 متغیر عرض از مبدا مدل که نشان‌دهنده اثر متغیرهایی است که در مدل لحاظ نشده‌اند و e جز خطای مدل است. با توجه به فرم کلی الگوی رگرسیونی مطابق با فرمول ۱ و براساس متغیرهای تحقیق حاضر، الگوی رگرسیونی لگاریتمی نهایی تحقیق به‌صورت زیر تعریف می‌شود:

$$\log M = a_0 + a_1 \log CR + a_2 \log ER + a_3 \log Pw + a_4 \log GNP + e \quad (2)$$

در معادله بالا، M میزان واردات گوشت مرغ، CR درجه تمرکز بازار که نشان‌دهنده ساختار بازار تولید مرغ در سطح جهانی است، ER قیمت نرخ ارز، Pw قیمت جهانی گوشت مرغ و GNP تولید ناخالص ملی کشور که گویای درآمد ملی خواهد بود، e جزئی خطای مدل و a_0 تا a_4 ضرایب متغیرهای مدل هستند. این تحقیق برای دوره زمانی ۱۳۹۹-۱۳۹۰ انجام گرفته است. اطلاعات این تحقیق از پایگاه آماری سازمان خوارو بار کشاورزی (فائو) گردآوری گردید. اطلاعات مربوط به متغیرهای تابع واردات گوشت مرغ در ایران از پایگاه آماری فایو (اطلاعات مربوط به میزان واردات و قیمت جهانی گوشت) و پایگاه آماری بانک مرکزی (www.cbi.ir) (اطلاعات مربوط به قیمت ارز و تولید ناخالص ملی) استفاده گردید.

جدول ۱: پنج کشور اول تولیدکننده گوشت مرغ در جهان و سهم آن‌ها طی دوره ۱۳۹۹-۱۳۹۰

سال	رتبه اول		رتبه دوم		رتبه سوم		رتبه چهارم		رتبه پنجم		کل تولید جهانی (میلیون تن)
	کشور	سهم (درصد)	کشور	سهم (درصد)	کشور	سهم (درصد)	کشور	سهم (درصد)	کشور	سهم (درصد)	
۱۳۹۰	آمریکا	۲۱/۰۴	چین	۱۳/۹۹	برزیل	۱۲/۶۲	روسیه	۲/۴۸	هند	۲/۳۵	۸۰/۸
۱۳۹۱	آمریکا	۱۹/۶۴	چین	۱۴/۱۰	برزیل	۱۱/۹۳	روسیه	۲/۷۷	هند	۲/۵۳	۸۳
۱۳۹۲	آمریکا	۱۹/۳۸	چین	۱۳/۹۹	برزیل	۱۲/۲۷	روسیه	۲/۹۸	هند	۲/۵۲	۸۷/۲
۱۳۹۳	آمریکا	۱۸/۸۱	چین	۱۳/۸۶	برزیل	۱۲/۵۴	روسیه	۳/۱۹	هند	۲/۷۵	۹۰/۹
۱۳۹۴	آمریکا	۱۸/۰۷	چین	۱۴/۰۳	برزیل	۱۲/۲۲	روسیه	۳/۵۱	هند	۲/۸۷	۹۴/۱
۱۳۹۵	آمریکا	۱۷/۸۳	چین	۱۳/۶۳	برزیل	۱۲/۱۹	روسیه	۳/۴۸	هند	۲/۸۷	۹۷/۶
۱۳۹۶	آمریکا	۱۷/۵۸	چین	۱۲/۷۱	برزیل	۱۲/۴۱	روسیه	۳/۷۷	هند	۲/۹۸	۱۰۰/۷
۱۳۹۷	آمریکا	۱۷/۷۳	چین	۱۲/۱۴	برزیل	۱۲/۶۲	روسیه	۳/۹۵	هند	۳/۱۸	۱۰۳/۸
۱۳۹۸	آمریکا	۱۷/۴۹	چین	۱۲/۵۴	برزیل	۱۲/۳۵	روسیه	۳/۸۴	هند	۳/۱۸	۱۰۶/۹
۱۳۹۹	آمریکا	۱۷/۵۲	چین	۱۲/۳۳	برزیل	۱۲/۴۸	روسیه	۴/۰۴	هند	۳/۲۱	۱۰۹

جدول ۲: شاخص نسبت تمرکز تولید جهانی گوشت مرغ (۱۳۹۹-۱۳۹۰)

نوع ساختار بازار	نسبت‌های تمرکز (درصد)					بزرگ‌ترین کشورهای تولیدکننده				سال	
	CR5	CR4	CR3	CR2	CR1	هند	روسیه	برزیل	چین		آمریکا
بازار انحصار چندجانبه	۵۲/۴۸	۵۰/۱۲	۴۷/۶۵	۳۵/۰۲	۲۱/۰۴	هند	روسیه	برزیل	چین	آمریکا	۱۳۹۰
بازار انحصار چندجانبه	۵۰/۹۶	۴۸/۴۳	۴۵/۶۶	۳۳/۷۳	۱۹/۶۴	هند	روسیه	برزیل	چین	آمریکا	۱۳۹۱
بازار انحصار چندجانبه	۵۱/۱۵	۴۸/۶۲	۴۵/۶۴	۳۳/۳۷	۱۹/۳۸	هند	روسیه	برزیل	چین	آمریکا	۱۳۹۲
بازار انحصار چندجانبه	۵۱/۱۶	۴۸/۴۰	۴۵/۲۱	۳۲/۶۷	۱۸/۸۱	هند	روسیه	برزیل	چین	آمریکا	۱۳۹۳
بازار انحصار چندجانبه	۵۰/۶۹	۴۷/۸۲	۴۴/۳۱	۳۲/۰۹	۱۸/۰۷	هند	روسیه	برزیل	چین	آمریکا	۱۳۹۴
بازار انحصار چندجانبه	۵۰/۰۰	۴۷/۱۳	۴۳/۶۵	۳۱/۴۵	۱۷/۸۳	هند	روسیه	برزیل	چین	آمریکا	۱۳۹۵
بازار انحصار چندجانبه	۴۹/۴۵	۴۶/۴۷	۴۲/۷۰	۳۰/۲۹	۱۷/۵۸	هند	روسیه	برزیل	چین	آمریکا	۱۳۹۶
بازار انحصار چندجانبه	۴۹/۶۱	۴۶/۴۴	۴۲/۴۹	۲۹/۸۷	۱۷/۷۳	هند	روسیه	برزیل	چین	آمریکا	۱۳۹۷
بازار انحصار چندجانبه	۴۹/۳۹	۴۶/۲۱	۴۲/۳۸	۳۰/۰۳	۱۷/۴۹	هند	روسیه	برزیل	چین	آمریکا	۱۳۹۸
بازار انحصار چندجانبه	۴۹/۵۸	۴۶/۳۷	۴۲/۳۳	۲۹/۸۵	۱۷/۵۲	هند	روسیه	برزیل	چین	آمریکا	۱۳۹۹

بحث

جدول ۳: نتایج برآورد الگوی رگرسیونی تابع واردات گوشت مرغ در ایران

متغیر مستقل (توضیحی)	مقدار ضریب (β)	آماره t	سطح معنی‌داری
عرض از مبدا	-۰/۸۸	-۲/۱۱	* ۰/۰۳۸
نسبت تمرکز (CR)	-۰/۱۶	-۴/۰۲	** ۰/۰۰۳
نرخ ارز (ER)	-۰/۱۲	-۲/۳۹	* ۰/۰۱۶
قیمت جهانی (Pw)	-۰/۸۸	-۴/۸۹	** ۰/۰۰۰
تولید ناخالص ملی (GNP)	۰/۶۷	۱/۴۷	۰/۰۶
ضریب تعیین (R ²)	۰/۸۳	آماره D.W	۱/۸۸
آماره F	۵/۱۷	Prob F=	۰/۰۰۲۶

* و **: به ترتیب معنی‌داری در سطح پنج و یک درصد

شناخت ساختار بازار از این جهت دارای اهمیت است که می‌تواند پیامد مهمی در فرآیند تشکیل و انتقال قیمت بر جای بگذارد. اثر ساختار بازار در فرآیند انتقال قیمت به صورت تقارن یا نبود تقارن در انتقال بروز می‌کند؛ به این معنا که سرعت و میزان انتقال قیمت از بازار جهانی به بازار داخل و یا میان بازارهای مختلف بسته به این که قیمت در بازار مبدأ افزایش و یا کاهش پیدا کند، متفاوت است (۵). با این رویکرد، در این مطالعه ساختار بازار گوشت مرغ که پس از گندم مهم‌ترین محصول از گروه غلات و یکی از مهم‌ترین مواد غذایی محسوب می‌شود مورد بررسی قرار گرفته است. مطابق جدول ۲، کشور آمریکا دارای بالاترین میزان تولید گوشت مرغ در جهان بوده است و براساس شاخص سهم بزرگ‌ترین بنگاه (CR1)، بیش از ۱۷

این تحقیق نشان داد که چهار کشور آمریکا، چین، برزیل و روسیه مهم‌ترین تولیدکنندگان گوشت مرغ در بازار جهانی‌اند و براساس نسبت تمرکز چهار بنگاه بزرگ (CR_4)، این کشورها بین ۴۰ تا ۶۰ درصد از سهم بازار را در اختیار دارند و براین اساس می‌توان نتیجه گرفت که تولید جهانی گوشت مرغ دارای ساختار انحصاری چندجانبه است. بدین ترتیب هرگونه بحران در تولید گوشت مرغ کشورهای فوق، می‌تواند تقاضا و قیمت جهانی این محصول را تحت الشعاع قرار دهد ضمن این‌که با توجه به قدرت انحصاری این کشورها در تولید این محصول، هرگونه تبانی در تجارت این محصولات از سوی این کشورها، می‌تواند تبعات نامطلوبی در بازار به همراه داشته باشد. از اهداف دیگر این تحقیق بررسی تاثیر ساختار جهانی بازار گوشت مرغ در زمینه تولید بر میزان واردات آن در ایران است. یعنی بررسی گردد که شدت رقابتی یا انحصاری بودن بازار آیا می‌تواند بر واردات کشور اثر معنی‌دار داشته باشد یا خیر. به‌منظور آزمون این هدف، از الگوی رگرسیونی و مدل لگاریتم خطی استفاده گردید. نتایج تخمین تابع واردات مرغ برای کشور نشان داد که هرچه نسبت تمرکز تولید مرغ در سطح بازار جهانی بالا برود میزان واردات در کشور کاهش می‌یابد. به‌عبارتی دیگر هرچه تمرکز تولید بیشتر و بازار انحصاری‌تر شود سطح واردات این محصول کاهش می‌یابد. با توجه به ساختار انحصاری تولید گوشت مرغ، ممکن است در دوره‌های آینده کشورهای صادرکننده عمده همواره امکان بهره‌گیری از قدرت خود را در بازار داشته باشند لذا کشورهای واردکننده همانند ایران باید با دقت بالایی در جهت کمینه کردن پیامدهای نامطلوب ناشی از این ساختار بازار از طریق اتکا به تولید داخل گام بردارند.

منابع

1. **Darvish, B., Karami, H. and Nadia, M., 2017.** Estimating the Welfare Cost of Monopoly in Selected Industries of Iran: A Comparison of New Multilateral Monopoly Approaches and the Traditional SCP Approach. *Quarterly Journal of Industrial Economics Research*. 1(2): 19-37.
2. **Khodadadkashi, F., 2008.** Economies of Scale in Iranian Economy: Manufacturing Sector. *Journal of Economic Research*. 42(3): 1-18. (In Persian)
3. **Abdollahpour, R., Rezaeipour, V., Karimizadeh, H. and Zamani, M., 2018.** Comparison of the effects of automatic and conventional laying nests on egg quality of broiler breeders. *Journal of Animal Environment*. 10(3): 107-112. (In Persian)
4. **Taslimi, F., Karimi, K. and Asgari Jafar Abad, Gh., 2012.** Impressionability of efficiency and egg quality of commercial laying flocks of Tehran and Alborz province from some managerial factors including geographic location, education of farm managers, diet management, light source and diseases. *Journal of Animal Environment*. 5(3): 53-64. (In Persian)

درصد بازار تنها در اختیار این کشور قرار داشته است. همچنین طی این دوره، حدود ۳۱ درصد بازار توسط دو کشور آمریکا و چین تحت کنترل بوده است که نشان‌دهنده اهمیت این دو کشور از نظر تولید می‌باشد. طبق شاخص سهم سه بنگاه بزرگ (CR_3)، با اضافه شدن سهم برزیل، مقدار این شاخص تغییر محسوسی کرده است. بر اساس شاخص سهم چهار بنگاه بزرگ (CR_4)، این سهم بیش از ۴۵ درصد می‌باشد که با اضافه شدن کشور هندوستان این سهم به سطح تقریبی ۵۰ درصد می‌رسد. بنابراین چهار کشور آمریکا، چین، برزیل و روسیه مهم‌ترین تولیدکنندگان گوشت مرغ در بازار جهانی‌اند و براساس شاخص سهم چهار بنگاه بزرگ (CR_4) در تقسیم بندی Maddala و همکاران، چون سهم ۴ کشور برتر تولیدکننده بین ۴۰ تا ۶۰ درصد قرار دارد لذا بازار جهانی گوشت مرغ دارای ساختار انحصاری چند جانبه است (۱۲). جدول ۳، نتایج تخمین الگوی رگرسیونی تابع واردات گوشت مرغ برای کشور ایران را نشان می‌دهد. همان‌گونه که از این جدول ملاحظه می‌شود آماره F مدل رگرسیونی برابر ۵/۱۷ و در سطح ۱ درصد معنی‌دار است. همچنین آماره دوربین و واتسون مدل (D.W) برابر ۱/۸۸ است این به معنای آن است که مدل دارای مشکل خود همبستگی نمی‌باشد. همان‌گونه که از این جدول ملاحظه می‌گردد همه ضرایب متغیرهای تحقیق به‌جز ضریب متغیر نرخ تولید ناخالص ملی (GNP)، آماره t آن‌ها در سطح کم‌تر از ۵ درصد معنی‌دار هستند این بدین معناست که متغیرهای مدل اثر معنی‌داری از نظر آماری بر واردات این محصول دارند. همچنین نتایج برآورد تابع تقاضای واردات گوشت مطابق با جدول ۳، بیانگر آن است که علامت ضریب همه متغیرهای مدل مطابق انتظار بوده است. ضریب متغیر تولید ناخالص ملی مثبت و برابر ۰/۶۷ بوده است که نشان‌دهنده تاثیر مثبت رشد درآمد کشور بر واردات این محصول است. ضریب متغیر نسبت تمرکز تمرکز معادل ۰/۱۶- بوده است این یعنی هر چه نسبت تمرکز تولید مرغ در سطح بازار جهانی بالا برود میزان واردات در کشور کاهش می‌یابد. به‌عبارتی دیگر هر چه تمرکز تولید بیشتر و بازار انحصاری‌تر شود سطح واردات این محصول کاهش می‌یابد. این نتیجه قابل انتظار است. ضریب متغیر نرخ ارز منفی است این گویای آن است که با افزایش قیمت ارز، به‌دلیل رشد هزینه‌های وارداتی، میزان واردات مرغ دچار کاهش می‌شود. ضریب این متغیر برابر ۰/۱۲- است. درخصوص متغیر قیمت جهانی، ضریب متغیر قیمت جهانی (Pw) در تابع واردات برابر ۰/۸۸- است که مطابق انتظار می‌باشد و با افزایش قیمت این محصول تقاضای آن کاهش می‌یابد. چون قدر مطلق کشش قیمتی گوشت مرغ کم‌تر از یک است لذا این محصول جزء کالاهای بی‌کشش قیمتی محسوب می‌شود و این یعنی ضروری بودن این محصول در سبد تقاضای کشورها است. یافته‌های

5. **Taheri, R., Moghadasi, R. and Mousavi, S.N., 2010.** Market Structure and Price Transmission in Maize World Market. *Agricultural Economics*. 4(3): 185-209. (In Persian)
6. **Kohansal, M., Dehghani Dashtabi, M., Rashidi Ranjbar, F. and Esfandyari, S., 2019.** Investigating the Status of Exporting Medicinal Plants with Relative Advantage, Global Market Structure and Commercial Planning in Iran. *Agricultural Economics*. 13(1): 133-160. (In Persian)
7. **Liaghati, H., Nazari, M.R. and Avaz Dahandeh, S., 2017.** Structural evolution of the pistachio global market with emphasis on the role of Iran. *Journal of Agroecology*. 7(1): 186-199. (In Persian)
8. **Khodaverdizadeh, M. and Mohammadi, S., 2017.** Comparative Advantages and Analysis of International Market Structure of Medicinal Plants: Case Study of Anise, Badin, Fennel and Coriander. *Journal of Agricultural Economics Research*. 9(34): 153-174. (In Persian)
9. **Karbasi, A., Mohammadi, H., Kamali Hosseinzadeh, F., Mohammadzadeh, S.H. and Kashefi, M., 2018.** Examining the position of Iran in the structure of the global cumin market. The 11th Biennial Conference on Agricultural Economics of Iran. (In Persian)
10. **Briones, M.R., 2013.** The Structure of Agricultural Trade Industry in Developing Countries. Discussion paper series. 15.
11. **Agom, D.L., Etim, G.C. and Etuk, E.A., 2012.** Analysis of Wholesale Frozen Fish Marketing in Calabar, Cross River State, Nigeria. *Trends in Agriculture Economics*. 5(2): 61-69.
12. **Maddala, G.S., Dobson, S. and Miller, E., 1995.** *Microeconomics, The Regulation of Monopoly*. Chapter. 10, Press Mc Grawhill Book Company. 189-195.