



بررسی روند تولید و تجارت پنبه و ساختار بازار جهانی این محصول

ناصر آسیابانی^۱، مسعود حسین‌زاده^۱، آرش دوراندیش^۲، امید کرمی^۳

چکیده

پنبه یکی از محصولات عمده کشاورزی جهان و مهم‌ترین و با ارزش‌ترین لیف طبیعی نساجی است. این محصول از معدود محصولاتی است که تولید، مصرف، صادرات و واردات آن در همه مناطق جغرافیایی جهان صورت می‌گیرد. کشت پنبه در ۱۰۰ کشور جهان رواج دارد و در کشور ما، تولید و تجارت آن در سال‌های مختلف، نوسانات بسیاری داشته است. این مطالعه به تحلیل و بررسی روند تولید و تجارت پنبه در جهان، شناسایی کشورهای برتر در زمینه تولید، صادرات و واردات با استفاده از نمودارها و جداول مختلف می‌پردازد و در این راستا، با استفاده از شاخص‌های نسبت تمرکز، هرفیندال - هیرشمن، هانا - کی، آنتروپی مرتبه اول شانن و انحراف معیار لگاریتمی ساختار بازار جهانی پنبه بررسی می‌شود. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که کشورهای آمریکا، ازبکستان، استرالیا و هند، برترین صادرکنندگان پنبه و چین، ترکیه، پاکستان و اندونزی، بزرگ‌ترین واردکنندگان این محصول طی دهه اخیر بوده‌اند. همچنین شاخص‌های محاسبه شده برای بررسی ساختار بازار نشان داد که طی سال‌های مورد مطالعه بازار از حالت رقابت انحصاری به انحصار چندجانبه تغییر یافته است. با توجه به تاکید سیاست‌های تجاری ایران بر توسعه صادرات محصولات غیرنفتی، نتایج این مطالعه می‌تواند برای اتخاذ تصمیمات و سیاست‌های تجاری مناسب، دیدگاه وسیعی پیش روی سیاست‌گزاران قرار دهد.

واژه‌های کلیدی: پنبه، صادرات و واردات، ساختار بازار جهانی، شاخص، نسبت تمرکز

در کشور ایران که نفت بعنوان محصول عمده صادراتی به شمار می‌رود، توجه بیشتر به صادرات محصولات غیرنفتی و حمایت اصولی و هدفمند از تولید محصولات کشاورزی به ویژه آن دسته از محصولاتی که دارای کمیت نسبی بوده و در آینده قابلیت صادرات بیشتر را دارا می‌باشند، می‌تواند گام مهمی در توسعه صادرات غیرنفتی محسوب شود. روابط تجاری که هر کشور در سطح بین‌المللی با سایر کشورها برقرار می‌کند، می‌تواند بر رشد

اقتصاد آن کشور تاثیر گذاشته و نقش مهمی در تعیین وضعیت آینده کشور داشته باشد. برنامه توسعه صادرات غیر نفتی در کشور برای رهایی از اقتصاد تک محصولی می‌بایست در سر لوحه برنامه‌های سیاست‌گزاران و مجریان اقتصادی کشور قرار گیرد. برای توفیق در امر توسعه صادرات لازم است که یک نگرش دقیق و جامع به بازارهای هدف صادراتی صورت گیرد. یکی از مواردی که باید مورد توجه قرار گیرد ساختار بازار می‌باشد. ساختار بازار همانند نظامی متشکل از اجزای هماهنگ و به هم مرتبط است. از برجسته‌ترین جنبه‌ها و خصوصیات سازمانی بازار، تمرکز فروشندگان، تمرکز خریداران، شرایط ورود و درجه تفاوت بازار می‌باشد. در واقع تمرکز بازار نشان‌دهنده میزان انحصار هر بنگاه و متاثر از کارکرد اجزای متشکله ساختار بازار مبتنی بر تعداد و نحوه توزیع سهم بنگاه‌ها در یک اقتصاد می‌باشد. بنابراین تحلیل تمرکز بازار، می‌تواند زمینه مناسبی برای درک بهتر ارتباط عناصر ساختی و عملکردی بازار فراهم آورد و با بررسی بازار از این دیدگاه، می‌توان علل بروز رفتارهای رقابتی یا غیر رقابتی را بهتر تشخیص داد (زارع، ۱۳۸۷).

حال آنکه یکی از محصولات مهم جهت توسعه صادرات غیر نفتی و رهایی از اقتصاد تک محصولی، پنبه می‌باشد. پنبه به علت مصارف گوناگون در دنیای امروز، اهمیت اقتصادی و تجاری بسیار زیادی دارد. به گونه‌ای که به این محصول، به دلیل اهمیت اقتصادی زیاد آن، لقب طلای سفید داده‌اند. همچنین با توجه به اینکه این محصول ماده اولیه صنایع نساجی را تشکیل می‌دهد و این صنایع از نوع صنایع اشتغال‌زا است، اهمیت پنبه در شرایط کنونی کشور، بیش از پیش آشکار می‌گردد (یزدانی و همکاران ۱۳۸۹). پنبه مخلوط، الیاف پنبه و روغن پنبه‌دانه از جمله محصولات پنبه هستند و به دلیل اینکه میزان داد و ستد الیاف پنبه در جهان بیشتر از بقیه محصولات پنبه است، لذا در این مطالعه به بررسی روند، میزان تولید و تجارت و همچنین بررسی ساختار بازار جهانی الیاف پنبه پرداخته شد. البته در این زمینه نیز مطالعاتی بر روی محصولات مختلف صورت گرفته است که از آن جمله می‌توان به زارع (۱۳۸۷) با استفاده از شاخص هرفیندال و داده‌های سری زمانی ۸۲-۱۳۷۲ ساختار بازار جهانی و بازار صادراتی بادام ایران و تغییرات آن را مورد مطالعه قرار داد و به این نتیجه رسید که ساختار بازار جهانی انحصار کامل و بازار صادراتی ایران شبه انحصاری بوده است. حسینی و هومن (۱۳۸۶) به کمک دو شاخص نسبت تمرکز و هرفیندال ساختار بازار جهانی خرما و همچنین بازارهای هدف خرما را مورد بررسی قرار دادند و نتیجه تحقیق بر این

شد که ساختار تولید جهانی خرما با نوسان هایی در طول ۲۰۰۱-۱۹۸۹ انحصار چند جانبه داشته و سهم ایران در تولید جهانی افزایش داشته است. آگوم و همکاران (۲۰۱۲) با استفاده از شاخص هرفیندال به تجزیه و تحلیل بازار عمده‌فروشی ماهی منجمد کشور نیجریه در طی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۰ پرداختند. مقدار شاخص هرفیندال محاسبه شده برای این مطالعه ۰/۲۱۱ بدست آمد که نشان‌دهنده این است که ساختار بازار عمده‌فروشی ماهی منجمد در کشور نیجریه کاملاً رقابتی می‌باشد. آدیتونجی و آدسیان (۲۰۰۸) با استفاده از شاخص هرفیندال به بررسی ساختار بازار درخت چنار در نیجریه پرداختند. مقدار این شاخص ۰/۱۲۳ بدست آمد و نشان داد که بازار درخت چنار در این کشور کاملاً رقابتی می‌باشد. فولایان و همکاران (۲۰۰۶) با استفاده از شاخص‌های نسبت تمرکز و هرفیندال به بررسی ساختار بازار کاکائو در جنوب‌غربی نیجریه پرداختند و به این نتیجه رسیدند که بازار کاکائو در جنوب غربی این کشور کاملاً رقابتی می‌باشد.

مواد و روش‌ها

ساختار بازار در واقع آن دسته از خصوصیات سازمانی بازار است که با شناسایی آنها می‌توان ماهیت قیمت‌گذاری و رقابت در بازار را مشخص کرد. وضعیت و ساختار بازار، خود به وسیله انواع شاخص‌ها قابل ارزیابی است، که از برجسته‌ترین آنها می‌توان به تمرکز فروشندگان و تمرکز خریداران اشاره نمود. لذا جهت بررسی وضعیت و ساختار بازارهای صادراتی می‌توان از شاخص‌های درجه تمرکز استفاده نمود.

نسبت تمرکز n کشور (CR_n)

این شاخص نشان‌دهنده آن است که صادرات محصول در تمرکز چند کشور می‌باشد و به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$CR_n = \sum_{i=1}^N S_i \quad i = 1, \dots, K \quad K > N \quad (1)$$

که در آن K تعداد کشورهای فعال در عرصه جهانی، N تعداد کشورهای بزرگ (کشور هایی که بیشترین سهم بازار صادرات محصول را در اختیار دارند)، S_i سهم بازار کشور iام و CR_n نسبت تمرکز n کشور می‌باشد. در اینجا برای به دست آوردن سهم بازار، از صادرات هر کشور نسبت به کل صادرات جهانی استفاده شده است:

$$S_i = \frac{X_i}{\sum X_i} \quad i = 1, \dots, K \quad (2)$$

که در آن X میزان صادرات کشور iام می‌باشد. مطالعات تجربی در نسبت‌های تمرکز حاکی از آن است که مبنای چهار کشور برتر، امکان بیشتری برای قضاوت در مورد درجه تمرکز واقعی به دست می‌دهد. نسبت تمرکز چهار کشوری کمتر از ۴۰٪ را

می‌توان تا حدودی به عنوان یک بازار رقابتی به حساب آورد. گفتنی است که برای سنجش رقابت می‌توان مقدار محاسبه شده را از عدد یک کم کرد تا درجه رقابت در بازار به دست آید (اسلام، ۲۰۰۱).

$$Q = 1 - CR_n = 1 - \sum_{i=1}^k S_i \quad (3)$$

شاخص هر فیندال - هیرشمن (HHI)

برای رفع بعضی نواقص وارد بر نسبت های تمرکز، شاخص هر فیندال مورد استفاده قرار می‌گیرد. این شاخص از حاصل جمع توان دوم سهم بازار تمامی کشورهای فعال در عرصه جهانی به دست می‌آید.

$$HHI = \sum_{i=1}^K S_i^2 \quad (4)$$

که در آن S_i سهم بازار کشور i ام، K تعداد کشورهای فعال در عرصه جهانی و HHI شاخص هر فیندال است. این شاخص بین دو عدد صفر و یک قرار دارد و هر چه به صفر نزدیک شود بازار به سمت رقابتی شدن (تمرکز کمتر) و هر چه به یک نزدیک شود بازار به سمت انحصاری شدن (تمرکز بیشتر) حرکت می‌کند. عکس این شاخص نوع ساختار بازار را نشان می‌دهد.

شاخص هانا - کی (H-K)

این شاخص، حالت تعمیم یافته شاخص HHI است .

$$H - K = \sum_{i=1}^N S_i^\alpha \quad (5)$$

$H-K$ شاخص هانا-کی و S_i سهم بازار i ام، K تعداد کشورهای فعال در عرصه جهانی و α پارامتری است که محقق آن را تعیین می‌کند. هر چه بزرگتر باشد وزنه اهمیتی کشورهای بزرگتر در اندازه این شاخص بیشتر خواهد بود و هر چه کوچکتر باشد وزنه اهمیتی کشورهای بزرگ کاهش می‌یابد. هنگامی که α به صفر گرایش یابد، مقدار شاخص به K یعنی تعداد کشورهای فعال در بازار میل می‌کند و در چنین حالتی شاخص $H-K$ به تفاوت در اندازه کشورها حساس نخواهد بود. گفتنی است که هانا و کی مقدار $0/6$ تا $2/5$ را برای α پیشنهاد می‌کنند.

شاخص آنتروپی مرتبه اول شانن

در علم آمار شاخص آنتروپی به شاخصی گفته می‌شود که اطلاعات موجود در توزیع فراوانی یک بازار را اندازه گیری می‌کند. از شاخص های آنتروپی می‌توان به شاخص آنتروپی مرتبه اول شانن اشاره نمود.

$$E = \sum_{i=1}^n S_i \ln\left(\frac{1}{S_i}\right) \quad 0 \leq E \leq \ln(n) \quad (6)$$

این شاخص در واقع از جمع وزنی سهم بازار کشورها به دست می‌آید، به طوری که سهم بازار هر بنگاه معادل می‌شود. در این شاخص برای به دست آوردن اندازه تمرکز باید مقدار عددی شاخص آنتروپی از عدد یک کم شود. اگر بازار به صورت انحصار کامل اداره شود، مقدار عددی شاخص آنتروپی برابر صفر خواهد بود و با کسر نمودن آن از عدد یک، اندازه تمرکز که معادل یک است، به دست خواهد آمد. اگر اندازه کلیه بنگاه‌های صنعت یکسان باشد، مقدار شاخص آنتروپی معادل $\ln n$ خواهد بود.

شاخص انحراف معیار لگاریتمی

شاخص انحراف معیار لگاریتمی به این صورت تعریف می‌شود.

$$L = \log ($$

در این رابطه n تعداد کشورها و f_i میزان صادرات کشور i ام است (لو و همکاران، ۱۹۹۸). این شاخص نسبی سنجش تمرکز تنها به بعد نابرابری تمرکز توجه دارد و در بیشتر کارهای تحقیقاتی در رتبه‌بندی تمرکز به کار می‌رود. جدول زیر مبنایی برای تشخیص ساختار بازار با استفاده از شاخص‌های نسبت تمرکز و هرفیندال-هیرشمن است.

جدول ۱. انواع ساختار بازار و خصوصیات آن

نوع ساختار بازار	نسبت‌های تمرکز	شاخص هرفیندال	ویژگی اصلی بازار
رقابت کامل	$CR_1 \rightarrow 0$	$HI \rightarrow 0$	وجود بیش از ۵۰ بنگاه رقیب بدون آنکه سهم قابل توجهی از بازار را داشته باشند
رقابت انحصاری	$CR_1 > 10$	$(1/HI) \rightarrow 10$	تعداد بنگاه‌های رقیب موثر زیاد که هیچ کدام بیش از ۱۰ درصد بازار را در انحصار ندارند
بازار انحصار چندجانبه (باز)	$CR_4 > 40$	$6 < (1/HI) \leq 10$	۴ بنگاه برتر حداکثر ۴۰ درصد بازار را در انحصار دارند
بازار انحصار چندجانبه (بسته)	$CR_4 > 60$	$4 < (1/HI) \leq 6$	۴ بنگاه برتر حداکثر ۶۰ درصد بازار را در انحصار دارند
بازار بنگاه مسلط	$CR_1 \geq 50$	$1 < (1/HI) \leq 4$	یک بنگاه به تنهایی بیش از ۵۰ درصد بازار را در انحصار خود دارد
بازار انحصار کامل	$CR_1 \rightarrow 100$	$HI \rightarrow 1$	یک بنگاه کل بازار را در انحصار خود دارد

منبع: مادالا، دایسون و میلر (۱۹۹۵)

آمارهای استفاده شده برای محاسبه روند تولید و تجارت الیاف پنبه و همچنین محاسبه شاخص‌های فوق برای بررسی ساختار بازار، از منبع آماری سایت سازمان خوار و بار و کشاورزی سازمان ملل متحد (FAO) طی سال‌های ۲۰۰۷-۱۹۹۷ می‌باشد.

نتایج

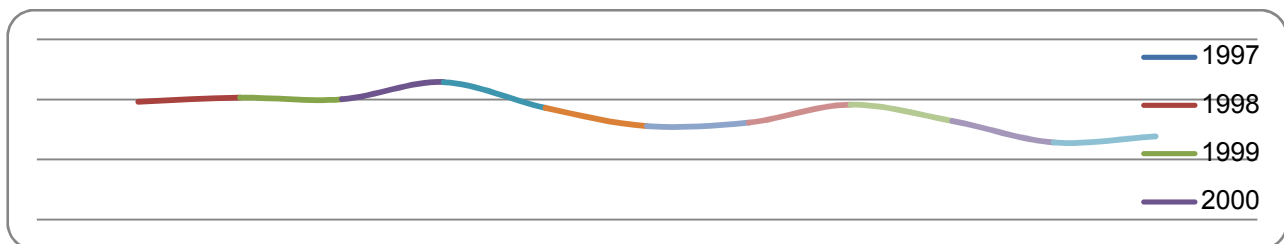
۱. روند تولید الیاف پنبه در جهان

جدول ۲. میزان و ارزش تولید الیاف پنبه طی سال‌های ۲۰۰۷-۱۹۹۷

سال	میزان تولید (هزار تن)	ارزش تولید (هزار دلار)
۱۹۹۷	۱۹۰۳۶۱۹۷	۲۷۱۹۲۳۱۷
۱۹۹۸	۱۸۱۵۸۶۵۳	۲۵۹۵۲۴۱۹
۱۹۹۹	۱۸۲۱۱۱۴۱	۲۶۰۲۷۴۳۶
۲۰۰۰	۱۸۵۰۹۲۶۵	۲۶۴۵۳۵۱۵
۲۰۰۱	۲۱۰۷۶۷۳۸	۳۰۱۲۲۹۵۸
۲۰۰۲	۱۸۸۸۵۷۸۱	۲۶۹۹۱۶۳۳
۲۰۰۳	۱۹۴۶۷۸۷۳	۲۷۸۲۳۵۶۲
۲۰۰۴	۲۴۵۳۱۱۰۷	۳۵۰۵۹۹۵۶
۲۰۰۵	۲۴۴۷۶۱۴۷	۳۴۹۸۱۴۰۷
۲۰۰۶	۲۴۴۴۹۶۸۳	۳۴۹۴۳۵۸۵
۲۰۰۷	۲۵۱۲۹۷۱۲	۳۵۹۱۵۴۸۵

جدول فوق بیانگر آن است که در این دوره ده ساله مقدار تولید با نرخ رشد متوسط سالیانه ۳/۲ درصدی از ۱۹ میلیارد تن در سال ۱۹۹۷ به بیش از ۲۵ میلیارد تن در سال ۲۰۰۷ رسیده است. قابل ذکر است که نرخ رشد متوسط سالیانه قیمت این محصول نیز همگام با نرخ رشد تولید پیش رفته است به طوری که ارزش کل تولید الیاف پنبه در جهان از ۲۷ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۷ به حدود ۳۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۷ رسیده است. کشورهای برتر تولید کننده الیاف پنبه در سال‌های مورد مطالعه به ترتیب کشورهای چین با متوسط ارزش تولید ۷/۶ میلیارد دلار (۲۵ درصد کل جهان) و ایالات متحده آمریکا ۶ میلیارد دلار (۲۰ درصد کل جهان) می‌باشند و بعد از این دو کشور، هند، پاکستان و ازبکستان به ترتیب با متوسط ارزش تولید ۳/۵، ۲/۶ و ۱/۵ میلیارد دلار در رده‌های بعدی قرار دارند. کشور ما با متوسط ارزش تولید ۱۷۷ میلیون دلار (۰/۶ درصد کل جهان) و با نرخ رشد منفی ۲/۴ درصد متاسفانه در سال‌های مورد مطالعه نتوانسته است جایی در بین تولیدکنندگان برتر الیاف پنبه برای خود پیدا کند.

نمودار ۱. روند کاهشی ارزش تولید الیاف پنبه در ایران





نمودار فوق روند ارزش تولید الیاف پنبه در کشورمان در سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۷ را نشان می‌دهد. بیشترین ارزش تولیدی الیاف پنبه در ایران مربوط به سال ۲۰۰۰ با ارزش تقریبی ۲۲۹ میلیون دلار و کمترین آن مربوط به سال ۲۰۰۶ با ارزش تقریبی ۱۲۹ میلیون دلار بوده است.

۲. تجارت پنبه در جهان

جدول ۳. میزان صادرات و واردات الیاف پنبه در جهان طی سال‌های ۲۰۰۷-۱۹۹۷

سال	واردات (هزار تن)	صادرات (هزار تن)
۱۹۹۷	۶۰۴۵/۶	۵۴۹۲/۹
۱۹۹۸	۵۴۹۱/۲	۵۷۲۴/۱
۱۹۹۹	۵۲۱۸/۸	۴۹۴۸/۷
۲۰۰۰	۵۹۲۲/۱	۵۶۸۳/۵
۲۰۰۱	۵۸۸۵/۹	۵۹۶۱/۱
۲۰۰۲	۵۶۱۵/۷	۶۱۳۱/۸
۲۰۰۳	۶۱۶۱/۴	۶۷۵۷/۹
۲۰۰۴	۷۰۲۸/۸	۷۳۶۱/۵
۲۰۰۵	۸۳۱۰/۱	۸۸۰۵/۹
۲۰۰۶	۹۰۳۸/۹	۹۰۹۰/۲
۲۰۰۷	۸۳۷۶/۲	۸۶۶۳/۳

همان طور که ملاحظه می‌شود میزان واردات یا به عبارتی تقاضای وارداتی الیاف پنبه در جهان در سال ۱۹۹۷، ۶۰۴۵ هزار تن بوده است که در طول زمان افزایش یافته و به ۸۳۷۶ هزار تن در سال ۲۰۰۷ رسیده است. متوسط نرخ رشد سالانه واردات الیاف پنبه طی دوره ۱۹۹۷-۲۰۰۷ برابر با ۳/۷ درصد بوده است. در طی این سال‌ها کشورهای چین با متوسط ۲۱ درصد سهم جهانی، ترکیه ۹ درصد و اندونزی با ۸ درصد بزرگترین واردکنندگان الیاف پنبه در جهان بوده و کشورهای مکزیک، تایلند، برزیل و بنگلادش نیز در رده‌های بعدی قرار گرفته‌اند. کشور ما نیز متوسط میزان ۵/۵ هزار تن واردات (۰/۰۹ درصد از کل واردات جهان) را طی این سال‌ها داشته است.

میزان صادرات الیاف پنبه در جهان نیز ۵۴۹۳ هزار تن در سال ۱۹۹۷ به ۸۳۷۶ هزار تن در سال ۲۰۰۷ رسیده است که نرخ رشدی معادل ۵ درصد را در طی این سال‌ها داشته است. کشورهای برتر صادرکننده الیاف پنبه طی سال‌های مذکور، ایالات متحده آمریکا با متوسط ۳۴ درصد از سهم کل صادرات جهان، ازبکستان با ۱۳ درصد و استرالیا با ۹ درصد سهم جهانی بوده و کشورهای یونان، هند و برزیل در رده‌های بعدی قرار دارند. متوسط میزان صادرات الیاف پنبه کشورمان ۴/۶ هزار تن بوده است که طی سال‌های ۲۰۰۷-۱۹۹۷ تنها ۰/۰۸ درصد از کل صادرات جهان را داشته‌ایم.

۳. ساختار بازار تجاری پنبه در جهان

برای بررسی ساختار بازار تجاری محصول الیاف پنبه در جهان در سال‌های ۱۹۹۷-۲۰۰۷ شاخص‌های نسبت تمرکز، هرفیندال-هیرشمن، هانا-کی، آنتروپی مرحله اول شانن و انحراف لگاریتم میانگین محاسبه شد و ساختار بازار این محصول به کمک این شاخص‌ها شناسایی گردید که نتایج آن در جدول ذیل آمده است:

جدول ۴. شاخص‌های تمرکز بازار برای الیاف پنبه طی سال‌های ۱۹۹۷-۲۰۰۷

سال	نسبت تمرکز	هرفیندال-هیرشمن	هانا-کی	آنتروپی مرحله اول شانن	انحراف معیار لگاریتمی
۱۹۹۷	۰/۳۸۱	۰/۴۲۷	۰/۸۴۴	-۰/۱۵۹	۰/۱۸۸
۱۹۹۸	۰/۳۰۹	۰/۵	۰/۸۲۴	-۰/۰۴۵	۰/۲۲۵
۱۹۹۹	۰/۲۷۲	۰/۵۴۹	۰/۸۴۳	-۰/۰۴۲	۰/۳۵۵
۲۰۰۰	۰/۳۲۴	۰/۴۸۵	۰/۸۱۷	-۰/۰۷	۰/۲۱۴
۲۰۰۱	۰/۳۴۴	۰/۴۶۵	۰/۸۲۴	-۰/۱	۰/۲۱۱
۲۰۰۲	۰/۳۶۳	۰/۴۴	۰/۷۹۶	-۰/۱۵	۰/۱۷۹
۲۰۰۳	۰/۴۲۵	۰/۳۸۵	۰/۷۹۸	-۰/۲۳	۰/۱۵۶
۲۰۰۴	۰/۵۲۲	۰/۳۴۹	۱/۱۰۶	-۰/۲۵	۰/۱۷۸
۲۰۰۵	۰/۵۵۴	۰/۳۳۱	۱/۰۹۷	-۰/۲۹	۰/۱۵۸
۲۰۰۶	۰/۶۳۲	۰/۳۳۸	۱/۱۱۲	-۰/۲۶	۰/۱۷۵
۲۰۰۷	۰/۵۸۵	۰/۳	۱/۰۶۷	-۰/۳۶	۰/۱۱۶

(منبع: یافته‌های تحقیق)

با توجه به اطلاعات جدول ۱ و شاخص‌های محاسبه شده که در جدول ۴ آمده است برای بررسی ساختار بازار جهانی الیاف پنبه، نتایج زیر بدست آمد:

- ✓ تا سال ۲۰۰۲ ساختار بازار بصورت بازار رقابت انحصاری بوده است.
- ✓ از سال ۲۰۰۳ تا سال ۲۰۰۵ ساختار بازار از رقابت انحصاری به انحصار چند جانبه باز (سست) تغییر یافته است. ناگفته نماند که طبق آمارهای موجود در این سال‌ها بدلیل آنکه چین (بزرگترین مصرف کننده الیاف پنبه در جهان) در رده بزرگترین واردکنندگان قرار گرفت و به تنهایی نزدیک به ۳۰ درصد از کل واردات جهان را دارا بود، ساختار بازار تغییر یافت.



نفس‌تین همایش بین المللی دانش ، صنعت و تجارت پنبه

۱۳ - ۱۱ مهر ماه ۱۳۹۱ گرگان - ایران



✓ در سال ۲۰۰۶ ساختار بازار به انحصار چند جانبه بسته (محکم) تغییر یافت. در این سال ۴ کشور چین، ترکیه، بنگلادش و اندونزی در مجموع با وارد کردن ۶۳ درصد از کل الیاف پنبه وارداتی، سهم بزرگی را به خود اختصاص داده بودند.

✓ بالاخره اینکه در سال ۲۰۰۷ ساختار بازار مجدد به انحصار چند جانبه باز (سست) تغییر یافت. در این سال نیز کشورهای عمده واردکننده الیاف پنبه چین، ترکیه، بنگلادش و اندونزی می‌باشند.

پیشنهادهای

✓ در سال‌های مورد مطالعه میزان تولید و صادرات الیاف پنبه در کشورمان نسبت به میانگین جهانی آن بسیار پایین بوده است و این در حالی است که وضعیت کشورمان در دهه‌های قبل بهتر بود. دلایل کاهش کشت و تولید پنبه پر هزینه بودن تولید این محصول و طولانی بودن فرآیند تولید است. با توجه به اهمیت این محصول در ارز آوری برای کشور پیشنهاد می‌شود که نهادهای ذی‌ربط کمک‌هایی از قبیل فراهم کردن نهاده‌های با کیفیت با قیمتی مناسب، بکاربردن برنامه‌های ترویجی در جهت مدیریت صحیح مزارع با استفاده از دانش روز و برنامه‌های دیگری در جهت افزایش تولید پنبه و مرتفع کردن نیاز داخل از واردات انجام دهند.

✓ با توجه به اینکه بیشتر واردکنندگان بزرگ پنبه در قاره آسیا قرار دارند و این مزیتی برای صادرکنندگان پنبه برای کشورهای تولیدکننده آسیایی به شمار می‌رود، لذا پیشنهاد می‌شود که راهکارهایی جهت توسعه صادرات از قبیل یارانه صادراتی و اعطای جوایز صادراتی به صادرکنندگان الیاف پنبه صورت پذیرد.

✓ با توجه به اینکه در سال‌های اخیر بازار پنبه انحصار چند جانبه بوده است لذا پیشنهاد می‌گردد تمهیداتی در زمینه ایجاد شبکه مبتنی بر صادرات به همراه ارتقای کیفیت محصول، استاندارد سازی و شناسنامه دار کردن محصول تولید شده با جدیت در جهت افزایش سهم صادرات پنبه کشور صورت گیرد.

- (۱) حسینی، م. و ت. هومن. ۱۳۸۶. مطالعه بازار جهانی خرما و بازارهای هدف خرما صادراتی ایران، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه (۱۵): ۱-۲۹.
- (۲) زارع ا. ۱۳۸۷. بررسی ساختار جهانی و بازار صادراتی بادام ایران، پژوهش و سازندگی در زراعت و باغبانی، (۷۸): ۱۰-۲.
- (۳) یزدانی، س.، ح. شهبازی و م. کاوسی کلاشمی. ۱۳۸۹. بررسی تابع تولید غیر مستقیم و محدودیت بودجه در تولید پنبه استان خراسان. مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران. دوره ۲-۴۱ (۴): ۴۳۳-۴۲۵.
- 4) Adetunji, M. O. and I. O. Adesiyun. 2008. Economic Analysis of Plantain Marketing in Akinyele Local Government Area in Oyo State, Nigeria. *International Journal of Agricultural Economics & Rural Development*, 1 (1): 15-21.
- 5) Agom, D. I., G. C. Etim and E. A. Etuk. 2012. Analysis of Wholesale Frozen Fish Markets in Calabar, Cross River State, Nigeria. *Trends in Agricultural Economics* 5 (2): 61-69.
- 6) Folayan, J. A., G. A. Daramola and A. E. Oguntade. 2006. Structure and performance evaluation of cocoa marketing institutions in South-Western Nigeria: An economic analysis. *Journal of Food, Agriculture & Environment* Volume 4 (2): 125-128.
- 7) FAO. 2010. Fao website: www.fao.org.
- 8) Islam, Sadequl. 2001. Concentration of international trade in high technology products, *Applied Economics Letters*, Vol. 8: 95-97.
- 9) Low, Patric and Marcelo Olarreaga & Javier Suarez. 1998. Does globalization cause a higher Concentration of international trade & investment flows? WTO Working Paper.
- 10) Maddala, G. C. Dobson. Stephen and Miller. Ellen. 1995. *Microeconomics, The regulation of Monopoly*. Chapter 1. Press McGrawhillbook Book Company. pp. 185-195.



A Study in trend of Cotton lint production and trade and the global market

Structure of Cotton lint

Naser Asiabani, Masoud Hosseinzadeh, Arash Dourandish, Omid Karami

Abstract:

Cotton is one of the world's major agricultural products. It's also the most important and valuable natural fiber textile. Cotton is one of the few products that its manufacture, use, imports and export is done in the entire world. Today cotton planting is promoted in 100 countries. In Iran, in different years, the production and trade of cotton has been different. This study tries to analyze the trend of Cotton production and trade in the world. With various graphs and tables, the study tries to identify top countries in product, export and import of cotton. This article also studies the global cotton market structure with indicators Herfindahl-Hirschman, Hannah Kay, first order Shannon entropy and the logarithmic standard deviation. The research findings show that America, Uzbekistan, Australia and India are the leading exporters of cotton lint and China, Turkey, Pakistan and Indonesia are the largest importers of it, in recent decades. Moreover, indexes are calculated for the market structure shown that Market Changed from Monopolistic competition to Oligopoly during 1997-2007. According to the emphasis of Iranian trade policies on developing non-oil exports, the results of this study can give policymakers a wide perspective for making the right business decisions and policies.

Key word: cotton, export and import, global trade structure, index, concentration ratio