

تحلیل و بررسی ساختار بازار واردات مبلمان چوبی اتاق خواب در ایران

بهروز نیسیانی^۱، مجید عزیزی^۲، بهنام غلامپور^۳، هادی غلامیان^{۴*} و نعمت‌الله محبی^۵

۱- دانشجوی دکترای گروه علوم و صنایع چوب و کاغذ، دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه تهران، کرج، ایران

۲- استاد، گروه علوم و صنایع چوب و کاغذ، دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه تهران، کرج، ایران

۳- دانشجوی دکترای گروه علوم و صنایع چوب و کاغذ، دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه تهران، کرج، ایران

۴- نویسنده مسئول، استادیار، گروه علوم و صنایع چوب و کاغذ، دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه تهران، کرج، ایران،

پست الکترونیک: hadi_gholamiyan@ut.ac.ir

۵- دانش‌آموخته دکترای گروه علوم و صنایع چوب و کاغذ، دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه تهران، کرج، ایران

تاریخ پذیرش: دی ۱۴۰۰

تاریخ دریافت: مهر ۱۴۰۰

چکیده

یکی از مهمترین اهداف اقتصادی هر دولت یا نظام اقتصادی، حفظ وضعیت رقابتی در هر بازار است. رقابت در بازار در نهایت موجب بهبود رفاه مصرف‌کنندگان و عملکرد اقتصادی می‌شود. تجزیه و تحلیل بازار برای تصمیم‌گیری‌های مناسب توسط نهادهای مرتبط مستلزم شناخت ساختار آن است. برای قضاوت در مورد میزان رقابت و انحصار در هر بازار، اساساً از مفهوم تمرکز استفاده می‌شود. برای اندازه‌گیری میزان تمرکز بازار شاخص‌های مختلفی وجود دارد. این مطالعه با هدف ارزیابی میزان تمرکز بازار واردات مبلمان اتاق خواب ایران و نشان دادن تغییرات آن برای بازه زمانی سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۷ انجام شد. در این راستا، شاخص‌های نسبت تمرکز، هر فیندال - هیرشمن، هال - تایدمن، جامع تمرکز صنعتی و هانا-کی محاسبه گردید. بر اساس نتایج شاخص هر فیندال - هیرشمن، بازار واردات مبلمان اتاق خواب در این دوره غیررقابتی و از نوع انحصار بنگاه مسلط و در سال ۱۳۹۶ ساختار بازار از نوع انحصار چندجانبه سخت بوده است. بر اساس شاخص هال - تایدمن، ساختار بازار از نوع انحصار چندجانبه بود. مقادیر شاخص جامع تمرکز صنعتی نشان‌دهنده بازار انحصار چندجانبه می‌باشد. افزایش مقادیر شاخص هانا - کای از سال ۱۳۸۸ تا سال ۱۳۹۷ نشان‌دهنده کاهش انحصار بازار است. به‌طور کلی، نتایج به‌دست‌آمده حکایت از وجود انحصار چندجانبه در این بازار دارد. وضعیت این انحصار با توجه به شرایط اقتصادی - سیاسی کشور در دوره مذکور نوسان داشته است.

واژه‌های کلیدی: ساختار بازار، درجه تمرکز، انحصار، رقابت، مبلمان اتاق خواب.

مقدمه

توسط سیاست‌گذاران و مسئولان، نیازمند شناخت ساختار آن است. ساختار بازار از جمله مضامینی است که در هنگام بررسی درجه سودآوری صنایع و همچنین برآورد هزینه‌های اجتماعی در تحلیل اقتصاد خرد و صنعتی مورد

محیطی که بنگاه‌ها در آن فعالیت می‌کنند بازار نام دارد. تجزیه و تحلیل هر بازاری (اعم از بازار تولید داخل یا بازار صادرات و واردات) برای اخذ تصمیمات مناسب

خود استفاده کنند (Abou Nouri & Gholami, 2008). در اقتصاد کاربردی، برای اندازه‌گیری نوع ساختار بازار از شاخص‌های کمی متعددی مانند شاخص‌های معکوس تعداد بنگاه‌ها، تبعیض قیمتی، شاخص لرنر، شاخص بین (Bain Index)، نسبت تمرکز بنگاه‌های برتر (Concentration ratio) (نسبت تمرکز k بنگاه‌ها)، شاخص هرfindhal-هیرشمن (Herfindhal-Hirschman)، هانا - کای (Hannah and Kay)، هال - تایدمن، ضریب جینی، شاخص جامع تمرکز صنعتی، لگاریتم اندازه بنگاه‌ها و غیره استفاده می‌شود (Esmaeili pour Masoole, 2015). در بسیاری از کشورهای جهان، هر ساله میزان تمرکز در صنایع مختلف اندازه‌گیری می‌شود، در ایران نیز در دو دهه اخیر میزان تمرکز در برخی صنایع برآورد شده است. در این زمینه می‌توان به تحقیقات Gorji و Sadatian (۲۰۰۰)، Bakhshi (۲۰۰۳)، Abou Nouri و Gholami (۲۰۰۸)، Sayadi (۲۰۰۸) و همکاران (۲۰۰۸)، Esmaeili pour Masoole (۲۰۱۵)، Memarnezhad و همکاران (۲۰۱۰) و Shahiki Tash و Kazemzadeh (۲۰۱۳) در صنایع مختلف اشاره کرد. صنعت مبلمان چوبی، از جمله مهمترین صنایع وابسته به صنعت چوب است. این صنعت در بسیاری از کشورهای جهان و از جمله ایران از رونق خوبی برخوردار است (Maleki Galandouz & Tajdini, 2020). در سالیان اخیر تمایل به استفاده از مصنوعات چوبی (به‌ویژه مبلمان منزل و اداری) به‌صورت کاملاً مشهود در داخل کشور شدت بیشتری یافته است. این موضوع سبب افزایش میزان واردات صنعت مبلمان چوبی به ایران شده است. برای نمونه، ارزش واردات از ۲۵ میلیون دلار در سال ۲۰۰۱ به بیش از ۴۱۶ میلیون دلار در سال ۲۰۰۸ افزایش یافته است. این در حالی است که در طی این مدت (۲۰۰۸-۲۰۰۱) صادرات محصولات صنعت مبلمان از ۵/۳ میلیون دلار به ۶/۵ میلیون دلار افزایش یافته است؛ بنابراین نسبت واردات به صادرات از حدود ۵ در سال ۲۰۰۱ به بیش از ۶۳ در سال ۲۰۰۸ رسیده است

توجه قرار می‌گیرد (Shahiki Tash, 2012). ساختار بازار معرف جنبه‌ها و خصوصیات گوناگونی است که از برجسته‌ترین آنها می‌توان به درجه تمرکز، تمایز محصولات، شرایط ورود اشاره کرد. چون در بسیاری از موارد اندازه‌گیری موانع ورود و صرفه‌های مقیاس مشکل و غیرممکن است. محققان معمولاً برای شناسایی ساختار بازار از شاخص‌های درجه تمرکز بازار استفاده می‌کنند (Abou Nouri & Gholami, 2008). ساده‌ترین و عملی‌ترین راه برای قضاوت در مورد رقابت و انحصار در بازارها، توجه به اندازه تمرکز است. تمرکز چگونگی و نحوه تقسیم بازار بین بنگاه‌های مختلف است. میزان تمرکز هر بازار، به تعداد بنگاه‌ها و چگونگی توزیع بازار بین بنگاه‌ها بستگی دارد. البته هرچه بازار ناعادلانه‌تر بین بنگاه‌های موجود توزیع شود، میزان تمرکز بیشتر و هرچه تعداد بنگاه‌ها بیشتر باشد، درجه تمرکز کمتر خواهد بود. وجود رقابت خالص در یک بازار نشان‌دهنده کارآیی حداکثری است، در حالی که وجود انحصار با ناکارآمدی و بروز هزینه‌های اجتماعی شناخته می‌شود. انحصارگر در چنین بازاری توانایی تحمیل قیمت‌های مدنظر خود را بدون از دست دادن سهم مهمی از بازار و در راستای حداکثرسازی سود خود دارد (Esmaeili pour Masoole, 2015). آگاهی از درجه تمرکز در یک کشور یا یک بازار خاص، به چند دلیل مهم است. تمرکز بیشتر با قدرت انحصاری بالاتر ارتباط داده می‌شود. کشوری با سطح تمرکز بالا در بازارهای مختلف می‌تواند از ناهنجاری‌های اقتصادی محدودکننده رشد، زیان ببیند. همچنین، سطح بالای تمرکز می‌تواند منجر به نوسانهای اقتصادی بزرگتر شود. در واقع شوک‌های کلی به وسیله شوک در بنگاه‌های منفرد آغاز می‌شود و زمانی که تمرکز بالا است این اثر بیشتر می‌شود. از سوی دیگر، تمرکز فعالیت‌های اقتصادی در یک کشور یا بازار منجر به اختلال‌های سیاسی بالقوه می‌شود. افراد یا بخش‌هایی که فعالیت‌های اقتصادی متمرکز را کنترل می‌کنند، ممکن است قدرت سیاسی عظیمی را بکار برده و از آن برای منافع

داشت. شاخص نسبت تمرکز ۸ بنگاهی نسبتاً بالا باقی ماند. شاخص هرفیندال-هیرشمن، هال-تایدمن، شاخص آنتروپی تایل و شاخص جامع تمرکز صنعتی مؤید تمرکز بالا در بازار جهانی تولید تخته فیبر دانسیته متوسط بود. Coelho Junior و همکاران (۲۰۱۸) با محاسبه شاخص تمرکز، شاخص هرفیندال-هیرشمن، شاخص هال-تایدمن، شاخص آنتروپی تایل، شاخص جامع تمرکز صنعتی و شاخص جینی به تجزیه و تحلیل روند تکامل و درجه تمرکز صادرات جهانی خمیر کاغذ از سال ۱۹۶۱ تا سال ۲۰۱۴ پرداختند. بر اساس نتایج، روند افزایشی در صادرات خمیر به دلیل افزایش تقاضای نشأت گرفته از رشد جمعیت و افزایش سرانه مصرف در طول دوره مورد بررسی بود. بر اساس نتایج، شاخص هرفیندال-هیرشمن، شاخص هال-تایدمن، شاخص آنتروپی تایل و شاخص جامع تمرکز صنعتی نشان‌دهنده تمرکز در بازار صادرات خمیر بود. با وجود افزایش تعداد کشورهای صادرکننده، کاهش معناداری در نابرابری صادرات جهانی خمیر مشاهده نشد. Poor Partovi و همکاران (۲۰۰۹) به مقایسه تطبیقی انحصار و تمرکز در بیش از ۱۳۰ صنعت کشور پرداختند و نتیجه گرفتند که ساختار بازار انواع فرآورده‌های لیگنوسلولزی شامل تولید مبلمان و مصنوعات طبقه‌بندی نشده، تولید ورق‌های روکش شده و تخته، تولید مصنوعات نجاری و طبقه‌بندی شده، تولید خمیر کاغذ، کاغذ و مقوا و تولید جعبه و کارتن در دوره مورد بررسی به ترتیب از نوع انحصار تقریباً سست خصوصی، نسبتاً انحصاری، تقریباً انحصاری سست، نسبتاً انحصاری و تقریباً رقابتی بوده است. این محققان مهمترین دلیل شکل‌گیری انحصار در کشور، چه در بخش عمومی و چه در بخش خصوصی را ایجاد موانع ورود از طریق قوانین، آیین‌نامه‌ها و مقررات معرفی کردند. بررسی سوابق تحقیق داخلی نشان می‌دهد که عمده مطالعات انجام شده در زمینه ساختار بازار و درجه تمرکز در زمینه بازارهای تولیدی داخلی است و در زمینه تعیین ساختار بازار واردات انواع محصولات، از جمله بازار واردات مبلمان

(Tajdini et al., 2013). مطالعات تمرکز در بازار بین‌المللی در بخش جنگل توسط Noce و همکاران (۲۰۰۷) در زمینه تخته لایه، در زمینه تخته خرده چوب توسط Noce و همکاران (۲۰۰۸)، در زمینه محصولات جنگلی توسط Coelho Junior و همکاران (۲۰۱۳)، در زمینه واردات خمیر آمریکای جنوبی توسط Soares و همکاران (۲۰۱۴) و در زمینه بازار جهانی پالت‌های چوبی توسط Schettini و همکاران (۲۰۱۶) انجام شده است. Akhtari و همکاران (۲۰۲۰) با مطالعه و تحلیل بازار واردات تخته خرده چوب ایران به این نتیجه رسیدند که بازار واردات این کالا از نوع انحصاری بوده و در این وضعیت بازار، کشورهای صادرکننده می‌توانند بر سر قیمت و میزان صادرات با یکدیگر تبانی کنند. Soares و همکاران (۲۰۱۸) در مطالعه‌ای به بررسی بازار خمیر چوب برای تجزیه و تحلیل رقابت در بازار جهانی خمیر کاغذ در زمینه تمرکز و نابرابری (Inequality) در طول دوره سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۴ پرداختند. بر اساس نتایج شاخص هرفیندال-هیرشمن (برای تعیین تمرکز بازار) مقدار این شاخص از ۰/۰۹۱۸ تا ۰/۱۳۲۷ بود که نشان‌دهنده تمرکز پایین در بازار و افزایش مشارکت کشورها در طول این دوره است. همچنین طبق مقادیر محاسبه شده شاخص جینی (Gini Index) (۰/۸۸۷۴) تا (۰/۹۳۴۹) کشورهای ایالات متحده آمریکا، کانادا، برزیل، سوئد و شیلی به عنوان کشورهای برتر در بازار جهانی بودند. Sousa selvatti و همکاران (۲۰۱۸) با محاسبه شاخص تمرکز، شاخص هرفیندال-هیرشمن، شاخص هال-تایدمن، شاخص آنتروپی تایل (Theil Entropy Index)، شاخص جامع تمرکز صنعتی و شاخص جینی، مطالعه‌ای در زمینه تولید جهانی تخته فیبر دانسیته متوسط و درجه تمرکز آن طی سال‌های ۱۹۹۵ و ۲۰۱۶ انجام دادند. بر اساس نتایج، تولید جهانی تخته فیبر دانسیته متوسط از سال ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۶ به میزان ۱۲/۸۱ درصد در سال به ۹۹ میلیون مترمکعب رسید. شاخص نسبت تمرکز ۴ بنگاهی حکایت از تمرکز بالا از سال ۲۰۰۹

مواد و روش‌ها

گردآوری اطلاعات واردات مبلمان اتاق خواب

در جدول ۱ کد تعرفه گمرکی انواع مبلمان ارائه شده است. انواع مبلمان چوبی مورد استفاده در اتاق خواب با کد تعرفه‌ای ۹۴۰۳۵۰ شامل محصولاتی از قبیل تخت خواب، پاف، میز آرایش، آینه و کمد می‌باشد.

تحقیقات خاصی نشده است (Poor Partovi *et al.*, 2009). با توجه به اهمیت موضوع، در این مطالعه با بررسی میزان تمرکز و تحلیل ساختار بازار واردات مبلمان اتاق خواب به ایران طی دوره ده‌ساله (۱۳۸۷ لغایت ۱۳۹۸)، تصویری روشن از درجه رقابت و انحصار در این بازار ارائه خواهد شد.

جدول ۱- کد تعرفه گمرکی انواع مبلمان

Table 1. Code customs tariff types of furniture

نوع محصول Product type	کد تعرفه گمرکی Code customs tariff
مبلمان چوبی اتاق خواب Wood furniture bedroom	940350
نشیمن‌های دارای اسکلت چوبی Living rooms with wood structures	94016100
مبلمان چوبی مورد استفاده در دفاتر کار Wood furniture Used in employment offices	94033000
سایر نشیمن‌ها (حصیر، بید سبیدی یا مواد مشابه) Other living rooms (Mat, basket willow or similar material)	94015900
سایر مبلمان Other furniture	940360

منبع: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران (آمار صادرات و واردات)

Reference: Iran Chamber of Commerce, Industries, Mines and Agriculture (Export and import statistics)

شد. برای اندازه‌گیری تمرکز، با توجه به اندازه تمرکز، نوع بازار واردات مبلمان اتاق خواب اعم از شکل انحصاری، رقابتی، انحصار چندجانبه و غیره شناسایی و روند تغییرات آن طی دوره زمانی ۱۳۸۷-۱۳۹۸ بررسی شد.

جدول ۲ اطلاعات واردات مبلمان اتاق خواب ایران (بر اساس مبدأ و میزان واردات) را از سال ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۷ نشان می‌دهد. پس از جمع‌آوری مقادیر واردات مبلمان اتاق خواب، میزان تمرکز این بازار از طریق شاخص‌های مختلف محاسبه

جدول ۲- واردات مبلمان اتاق خواب ایران طی سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۷ (تن)

Table 2. Import of Iran bedroom furniture during the years 1388 to 1397 (ton)

	1388	1389	1390	1391	1392	1393	1394	1395	1396	1397
ترکیه Turkey	4401789	436125	4807808	9852	50821	3551199	377424 2	660260	3139	85397
چین China	1369395	1652563	19955555	9133	64209	106896	57470	79953	463	15059
تایوان Taiwan	44805	9055	1691	-	-	-	72	-	-	-
ایتالیا Italy	33225	15181	52352	150	439.5	51408	17597	27587	323	25468
آلمان Germany	16396	59567	49589	1350	-	12842.9	214	8171	240	850
اندونزی Indonesia	7100	22167	50967	4910	12565	1840	340	320	-	-
امارات Emirates	5754	751273	455927	4370	11433	76586.6	50926	13248	550	18059
تایلند Thailand	2573	18571	9800	-	800	-	414	-	-	900
اسپانیا Spain	1877	4038	1895	69121	13806	131	1790	411	-	1410
سوریه Syria	1760	1210	3820	-	-	-	-	-	-	-
کره جنوبی South Korea	1400	-	-	580	200	-	-	-	3457	-
مالزی Malaysia	258	7109	-	-	480	-	-	7332	3950	950
هند India	120	10885	8746	2732	-	1630	304	-	108	-
رئونیون Reunion	8615	-	-	-	-	-	-	-	-	-
هنگ کنگ Hong Kong	-	385	580	-	-	-	-	-	-	550
اتریش Austria	-	3490	4100	-	-	-	-	-	-	1248
ویتنام Vietnam	-	-	11510	-	-	-	376	-	-	-
پاکستان Pakistan	-	-	8820	-	-	-	-	1506	-	-

لهستان Poland	-	-	5644	-	-	250	-	-	-	900
فیلیپین Philippines	-	-	4289	-	-	430	-	-	-	-
کانادا Canada	-	-	2211	-	-	-	-	-	-	2322
هلند Netherlands	-	-	-	12600	-	-	-	-	۹۰	-
گرجستان Georgia	-	-	-	8925	-	-	-	-	-	-
آمریکا America	-	-	-	520	-	-	-	-	1448	9425
بلغارستان Bulgaria	-	-	-	-	350	-	-	1093	-	-
سوئیس Switzerland	-	-	-	-	-	8940	3057	-	-	-
مجارستان Hungary	-	-	-	-	-	-	3080	-	-	-
نروژ Norway	-	-	-	-	-	-	689	-	-	-
فرانسه France	-	-	-	-	-	-	480	-	-	1190
کویت Kuwait	-	-	-	-	-	-	-	497	-	-
لبنان Lebanon	-	-	-	-	-	-	-	-	5330	-
آذربایجان Azerbaijan	-	-	-	-	-	-	-	-	3425	-
کنیا Kenya	-	-	-	-	-	-	-	-	420	-
رومانی Romania	-	-	-	-	-	-	-	-	400	-
سوئد Sweden	-	-	-	-	-	-	-	-	-	750
مجموع Total	5896581	6893029	7491225	124243	155104	616156	514252	800378	23343	164530

منبع: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران

محاسبه شاخص‌ها

شاخص نسبت تمرکز بازار (CR) Concentration Ratio

این شاخص سهم متعلق به بنگاه‌های بزرگ در بازار را نشان می‌دهد. دامنه تغییرات نسبت تمرکز CR بین ۰-۱۰۰ در نوسان است. اگر نسبت تمرکز ۴ بنگاه بیش از ۶۰ درصد باشد، بیانگر یک بازار کاملاً متمرکز و تحت تسلط چند بنگاه است که به حالت انحصار چند جانبه درآمده است. هر قدر درجه تمرکز افزایش یافته و به ۱۰۰ نزدیک‌تر شود، بازار به انحصار کامل نزدیک می‌شود و هر قدر درجه تمرکز کاهش یابد، بازار به رقابت کامل نزدیک‌تر است. نسبت‌های کمتر از ۴۰ درصد را می‌توان جزء بازار رقابتی به حساب آورد (Abbasi & Nazari, 2017). این شاخص توسط رابطه ۱

محاسبه می‌شود.

$$CR_k = \sum_{i=1}^n \frac{X_i}{X} = \sum_{i=1}^n S_i \quad (1)$$

S_i: سهم بنگاه آ_iX_i: متغیر مورد نظر (تولید، فروش، ارزش افزوده، دارایی و

اشتغال) بنگاه‌های برتر بازار

X: اندازه کل متغیر مورد نظر در بازار

n: تعداد بنگاه‌های برتر

CR_k: شاخص نسبت تمرکز (سهم n بنگاه از بازار که به صورت

درصد بیان می‌شود)

جدول ۳- درجه تمرکز صنایع کارخانه‌ای برحسب شاخص نسبت تمرکز (Esmaili pour Masoole, 2015)

Table 3. The degree of concentration of factory industries in based on concentration ratio index

درجه تمرکز Concentration Degree	سهم ۸ بنگاه اول Share of the first 8 firms	سهم ۴ بنگاه اول Share of the first 4 firms
بسیار بالا Very high	۹۰ درصد و بیشتر 90 percent and more	۷۵ درصد و بیشتر 75 percent and more
بالا Hjgh	۸۵ تا ۹۰ درصد 85 to 90 percent	۶۵ تا ۷۵ درصد 65 to 75 percent
نسبتاً بالا Rather High	۷۰ تا ۸۵ درصد 70 to 85 percent	۵۰ تا ۶۵ درصد 50 to 65 percent
نسبتاً پایین Relatively low	۴۵ تا ۷۰ درصد 45 to 70 percent	۳۵ تا ۵۰ درصد 35 to 50 percent

شاخص هر فیندال - هیرشمن

در این شاخص، به تمامی نقاط روی منحنی تولید یا واردات توجه می‌شود و در واقع، از اطلاعات همه بنگاه‌ها و صادرکنندگان برای بررسی ساختار بازار استفاده می‌شود (Shahiki Tash & Kazemzadeh, 2013). این شاخص از طریق رابطه ۲ محاسبه می‌شود.

S_i²: مربع سهم بازار بنگاه آ_iX_i: متغیر مورد نظر بنگاه‌های برتر بازار

X: اندازه کل متغیر مورد نظر در بازار

n: تعداد کل بنگاه‌های موجود در بازار

اگر تعداد بی‌شماری بنگاه کوچک با اندازه‌های نسبی یکسان در بازار باشند، شاخص هر فیندال بسیار کوچک و نزدیک به صفر خواهد بود که حکایت از بازار رقابت کامل دارد؛ اگر تعداد کمی بنگاه با اندازه‌های نسبی نابرابر در بازار وجود داشته باشند، شاخص هر فیندال نزدیک به یک خواهد بود که نشان‌دهنده بازار

$$HHI = \sum_{i=1}^n s_i^2 \quad (2)$$

$$HHI = \sum_{i=1}^n \left(\frac{x_i}{X}\right)^2$$

انحصار کامل است (Sayadi *et al.*, 2008).

جدول ۴- ساختار بازارها و ویژگی‌های آنها از نظر تعداد و اندازه‌ی بنگاه‌ها (Esmaeili pour Masoole, 2015)

Table 4. The structure of markets and their features in terms of number and size of firms (Esmaeili pour Masoole, 2015)

ویژگی اصلی بازار The main feature of the market	شاخص هرfindahl (HI) Herfindahl index	نسبت‌های تمرکز (Ci) درصد Concentration ratios (Ci) percent	شرح Description
بیش از ۵۰ بنگاه رقیب، بدون آنکه سهمی از بازار را در اختیار داشته باشند. More than 50 competing firms, without having a market share.	$HI \rightarrow 0$	$C_1 \rightarrow 0$	رقابت کامل Complete competition
تعداد بنگاه‌های رقیب مؤثر زیاد؛ هیچ‌کدام بیش از ۱۰ درصد بازار را در انحصار ندارند. High number of effective firms, none of them monopolize more than 10% of the market.	$15 < 1/ HI \leq 30$	$10C_1 <$	رقابت انحصاری A monopoly competition
۴ بنگاه، حداکثر ۴۰ درصد بازار را در انحصار دارند. 4 firms have a monopoly maximum of 40% of the market.	$10 < 1/ HI \leq 15$	$40 C_4 <$	انحصار چند جانبه باز Open oligopoly
۴ بنگاه، دست کم ۴۰ درصد و حداکثر ۶۰ درصد بازار را در انحصار دارند. 4 firms have a monopoly of at least 40% and a maximum of 60% of the market.	$6 < 1/ HI \leq 10$	$40 \leq C_4 \leq 60$	انحصار چند جانبه oligopoly
۴ بنگاه، دست کم ۶۰ درصد بازار را در انحصار دارند. 4 firms have a monopoly of at least 60% of the market.	$3 < 1/ HI \leq 6$	$60C_4 >$	انحصار چند جانبه بسته Close oligopoly
یک بنگاه به تنهایی بیش از ۵۰ درصد بازار را در انحصار خود دارد. One firm alone has monopoly more than 50% of the market.	$1 < 1/ HI \leq 3$	$50 C_1 \geq$	بنگاه مسلط Dominant firm
یک بنگاه کل بازار را در انحصار دارد. One firm monopolizes the entire market.	$HI \rightarrow 1$	$100C_1 \rightarrow$	انحصار کامل Complete monopoly

شاخص هال - تایدمن (Hall-Tiedemann index)

شاخص هال - تایدمن یک شاخص تمرکز یافته است و تعداد بنگاه بیانگر شرایط ورود به بازار است و لحاظ کردن آن در محاسبه شاخص تمرکز ضروریست. برای تأمین تضمین تأکید بر مقدار مطلق بنگاه‌ها، سهم هر بنگاه برابر رتبه آن در نظر گرفته می‌شود و بزرگ‌ترین بنگاه وزن $i=1$ را به خود اختصاص می‌دهد. دامنه تغییرات شاخص هال - تایدمن بین صفر (به ازای بنگاه‌های متعدد، با اندازه برابر و رقابتی) و یک (زمانی که بنگاه به صورت انحصاری در بازار فعالیت می‌کند) قرار می‌گیرد. اگر این شاخص بین این دو عدد باشد بازار از نوع انحصار چند جانبه می‌باشد (Sayadi et al., 2008). این شاخص از طریق رابطه ۳ محاسبه می‌گردد.

$$HTI = \frac{1}{(2 \sum_{i=1}^n i s_i - 1)} \quad (3)$$

S_i : سهم بنگاه i ام

n : تعداد بنگاه‌های موجود در بازار

i : رتبه بنگاه در صنعت از لحاظ سهم

شاخص جامع تمرکز صنعتی

(CCI) (Comprehensive concentration index)

این شاخص از بحث پیرامون تمرکز یا پراکندگی بنگاه‌ها در صنایع مختلف به دست می‌آید. از طریق این شاخص امکان محاسبه پراکندگی نسبی سهم بازاری هر بنگاه و اندازه مطلق آن به طور همزمان پدید آمد. دامنه این شاخص بین صفر و یک قرار دارد و در صورتی که این شاخص به سمت صفر میل کند می‌توان گفت در بازار شرایط رقابت کامل حکم فرما است و عدد یک نشان‌دهنده انحصار کامل در بازار است. شاخص مذکور از رابطه ۵ بدست می‌آید.

$$CCI = S_1 + \sum_{i=2}^n S_i^2 (1 + (1 - S_i)) \quad (5)$$

S_i^2 : مربع سهم بازار بنگاه i ام

S_i : سهم نسبی بزرگ‌ترین بنگاه

n : تعداد کل بنگاه‌های موجود در صنعت یا بازار

شاخص هانا-کای (Hannah Kay Index)

در این شاخص، توان سهم بازار با نماد آلفا مشخص شده و مقدار آن نیز بنا بر نظر محقق تعیین می‌گردد. این شاخص از رابطه ۴ محاسبه می‌گردد (Akhtari et al., 2020). هر چقدر مقدار α بالاتر باشد، این شاخص بیشتر تحت تأثیر بنگاه‌های بزرگ‌تر در بازار قرار می‌گیرد و بعکس. در این بررسی مقادیر این پارامتر 0.06 ، $1/5$ و 2 در نظر گرفته شده است.

(۴)

$$HKI = \sum_{i=1}^n (S_i^\alpha) \quad \text{if } \alpha > 0, \alpha \neq 0$$

S_i : سهم بازاری بنگاه i ام

n : تعداد کل بنگاه‌های موجود در بازار

نتایج

نتایج حاصل از محاسبه میزان تمرکز بازار واردات مبلمان اتاق خواب ایران به تفکیک روش‌های مختلف به شرط زیر می‌باشد.

شاخص نسبت تمرکز بازار چهار بنگاهی

بر اساس نتایج (جدول ۵)، نسبت تمرکز در دوره مذکور به استثنای سال ۱۳۹۶ «بسیار بالا» است که حکایت از وجود انحصار در این بازار دارد. میانگین شاخص نسبت تمرکز چهار کشور عمده صادرکننده به ایران برای دوره ده‌ساله مورد مطالعه به میزان ۹۶/۱۹ درصد از کل واردات مبلمان اتاق خواب به ایران می‌باشد که نشان‌دهنده این است که بازار مبلمان اتاق خواب ایران در این دوره ۱۰ ساله به بازار انحصار کامل نزدیک شده است. همچنین، با توجه به مقادیر نسبت تمرکز چهار بنگاهی، بازار واردات مبلمان اتاق خواب در دوره مذکور به استثنای سال ۱۳۹۲ و ۱۳۹۶، از نوع انحصار بنگاه مسلط بوده است. در این بازار یک بنگاه به تنهایی بیش از ۵۰

و این روند ادامه یافت. در طی سال‌های ۸۸ تا ۹۰ واردات مبلمان از کشور ترکیه سهم بالایی را به خود اختصاص داده بود، اما از سال ۹۱ تا ۹۷ میزان واردات از ترکیه به شدت کاهش یافته است. بر اساس نتایج، واردات ایران از کشور ترکیه، چین، امارات و ایتالیا به دلیل افزایش نرخ ارز در سال ۹۲ به بعد کاهش یافته است. از این رو، به غیر از عوامل تولید اعم از مواد اولیه، تجهیزات، ماشین‌آلات و نیروی انسانی عوامل دیگری مانند فعالیت‌های سیاسی و تصمیمات دولت‌ها منجر به کاهش میزان واردات مبلمان شده است. در سال‌های ۹۶ و ۹۷ میزان واردات مبلمان اتاق خواب از ترکیه به ایران به شدت کاهش یافته است. تغییر شرکای تجاری ایران و ورود کشورهای لبنان، مالزی، آذربایجان و کره جنوبی به این بازار به‌ویژه در سال ۹۶ را می‌توان دلیلی بر تمایل بازار به سمت رقابت دانست. در نهایت نتایج حکایت از آن دارد که طی دوره مورد مطالعه ترکیه، چین، امارات و ایتالیا از مهمترین شرکای تجاری ایران در بازار واردات مبلمان اتاق خواب بودند و با اینکه امارات متحده عربی از تولیدکنندگان عمده مبلمان اتاق خواب نیست، اما این کشور بیشتر به‌عنوان واسطه نقش مؤثری در بازار صادرات مبلمان اتاق خواب به ایران داشته است. این کشورها قدرت بیشتری برای تعیین قیمت دارند و به راحتی بر سر قیمت و مقدار صادرات با یکدیگر همکاری و ائتلاف می‌کنند که نتیجه تبانی و همکاری آنها می‌تواند فروش محصولات با قیمت بالاتر به ایران باشد.

شاخص نسبت تمرکز بازار ۸ بنگاهی

بر اساس نتایج (جدول ۶)، نسبت تمرکز در دوره مذکور بسیار بالا است که حکایت از وجود انحصار در این بازار دارد. همچنین، با توجه به مقادیر نسبت تمرکز چهار بنگاهی، بازار واردات مبلمان اتاق خواب در دوره مذکور از نوع انحصار بنگاه مسلط بوده است.

درصد بازار را در اختیار خود دارد و به تنهایی می‌تواند بر قیمت محصول اثر بگذارد. در این بازار، تقاضا برای محصولات بی‌کشش است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود ترکیه به استثنای سال‌های ۱۳۹۱، ۱۳۹۲ و ۱۳۹۶ کشور عمده صادرکننده محصول به ایران بوده است. در سال ۱۳۹۱ کشور اسپانیا جایگزین ترکیه شده و این کشور با در اختیار گرفتن بیش از ۵۰ درصد بازار، به بنگاه مسلط در بازار تبدیل شده است. در سال ۱۳۹۲ و ۱۳۹۶، انحصار چند جانبه سخت بر این بازار مسلط بوده است. در شرایط فعلی چهار بنگاه بیش از ۵۰ درصد کل بازار را در اختیار دارند و به دلیل اینکه بازار در دست تعداد محدودی بنگاه (صادرکننده) متمرکز است، تبانی و همکاری بر سر قیمت و مقدار صادرات محصول و همچنین بروز رفتار غیررقابتی امکان‌پذیر است (Sayadi et al., 2008). هرچند با توجه به سهم پایین واردات این محصول در مصرف داخلی، این موضوع چشمگیر نخواهد بود. با توجه به نتایج، بیشترین میزان تمرکز بازار در سال ۱۳۸۸ و کمترین آن مربوط به سال ۱۳۹۶ بوده است. در سال ۱۳۹۶، نوسان‌های نرخ ارز و مسائل سیاسی باعث شکست انحصار ترکیه و تغییر شرکای تجاری ایران از ترکیه، چین، ایتالیا و امارات به لبنان، مالزی، کره جنوبی و جمهوری آذربایجان شده است. در بعضی سال‌ها درجه تمرکز به ۱۰۰ نزدیک شده است که این موضوع نشان می‌دهد این بازار به انحصار کامل نزدیک شده است. نتایج همچنین حکایت از آن دارد که در بیشتر سال‌های این دوره، کشورهای ترکیه، چین، ایتالیا و امارات متحده عربی بیشترین صادرات را به ایران داشته‌اند. نکته جالب توجه اینکه امارات خود تولیدکننده مبلمان نیست. با این حال، به دلیل نقش واسطه‌ای خود می‌تواند در تعیین قیمت محصول وارداتی موثر باشد.

وضعیت میزان واردات مبلمان اتاق خواب ایران در این دوره ۱۰ ساله روند کاهشی داشته است. به طوری که کاهش شدید واردات مبلمان اتاق خواب ایران از سال ۹۱ آغاز شد

جدول ۵- مقادیر شاخص تمرکز بازار چهار بنگاهی

Table 5. The values of the market concentration index of four firms.

	1388	1389	1390	1391	1392	1393	1394	1395	1396	1397
ترکیه Turkey	4401789	436125	4807808	9852	50821	3551199	3774242	660260	3139	85397
چین China	1369395	1652563	19955555	9133	64209	106896	57470	79953	463	15059
تایوان Taiwan	44805	9055	1691	-	-	-	72	-	-	-
ایتالیا Italy	33225	15181	52352	150	439.5	51408	17597	27587	323	25468
آلمان Germany	16396	59567	49589	1350	-	12842.9	214	8171	240	850
اندونزی Indonesia	7100	22167	50967	4910	12565	1840	340	320	-	-
امارات Emirates	5754	751273	455927	4370	11433	76586.6	50926	13248	550	18059
تایلند Thailand	2573	18571	9800	-	800	-	414	-	-	900
اسپانیا Spain	1877	4038	1895	69121	13806	131	1790	411	-	1410
سوریه Syria	1760	1210	3820	-	-	-	-	-	-	-
کره جنوبی South Korea	1400	-	-	580	200	-	-	-	3457	-
مالزی	258	7109	-	-	480	-	-	7332	3950	950

	1388	1389	1390	1391	1392	1393	1394	1395	1396	1397
Malaysia										
هند India	120	10885	8746	2732	-	1630	304	-	108	-
رئونیون Reunion	8615	-	-	-	-	-	-	-	-	-
هنگ کنگ Hong Kong	-	385	580	-	-	-	-	-	-	550
اتریش Austria	-	3490	4100	-	-	-	-	-	-	1248
ویتنام Vietnam	-	-	11510	-	-	-	376	-	-	-
پاکستان Pakistan	-	-	8820	-	-	-	-	1506	-	-
لهستان Poland	-	-	5644	-	-	250	-	-	-	900
فیلیپین Philippines	-	-	4289	-	-	430	-	-	-	-
کانادا Canada	-	-	2211	-	-	-	-	-	-	2322
هلند Netherlands	-	-	-	12600	-	-	-	-	۹۰	-
گرجستان Georgia	-	-	-	8925	-	-	-	-	-	-
آمریکا America	-	-	-	520	-	-	-	-	1448	9425
بلغارستان	-	-	-	-	350	-	-	1093	-	-

	1388	1389	1390	1391	1392	1393	1394	1395	1396	1397
Bulgaria										
سوئیس Switzerland	-	-	-	-	-	8940	3057	-	-	-
مجارستان Hungary	-	-	-	-	-	-	3080	-	-	-
نروژ Norway	-	-	-	-	-	-	689	-	-	-
فرانسه France	-	-	-	-	-	-	480	-	-	1190
كويت Kuwait	-	-	-	-	-	-	-	497	-	-
لبنان Lebanon	-	-	-	-	-	-	-	-	5330	-
آذربايجان Azerbaijan	-	-	-	-	-	-	-	-	3425	-
كينيا Kenya	-	-	-	-	-	-	-	-	420	-
رومانى Romania	-	-	-	-	-	-	-	-	400	-
سوئد Sweden	-	-	-	-	-	-	-	-	-	750
مجموع Total	5896581	6893029	7491225	124243	155104	616156	514252	800378	23343	164530

جدول ۶- مقادیر شاخص تمرکز بازار هشت بنگاهی

Table 6. The values of the market concentration index of eight firms.

سال	1388	1389	1390	1391	1392
	ترکیه Turkey	ترکیه Turkey	ترکیه Turkey	اسپانیا Spain	چین China
	74.7	63.1	64.67	55.82	41.5
	چین China	چین China	چین China	هلند Netherlands	ترکیه Turkey
	23.2	24.1	26.84	10.35	32.5
	تایوان Taiwan	امارات Emirates	امارات Emirates	ترکیه Turkey	اسپانیا Spain
	0.7	10	6.13	7.87	8.9
	ایتالیا Italy	آلمان Germany	ایتالیا Italy	چین China	اندونزی Indonesia
	0.5	0.86	0.7	7.5	8.12
سهام کشورهای برتر (درصد) Share of top countries (Percentage)	آلمان Germany	اندونزی Indonesia	اندونزی Indonesia	گرجستان Georgia	امارات Emirates
	0.2	0.32	0.68	7.23	7.39
	رئونیون Reunion	تایلند Thailand	آلمان Germany	اندونزی Indonesia	تایلند Thailand
	0.1	0.27	0.66	4.03	0.51
	اندونزی Indonesia	ایتالیا Italy	ویتنام Vietnam	امارات Emirates	مالزی Malaysia
	0.12	0.22	0.15	3.6	0.31
	امارات Emirates	هند India	تایلند Thailand	هند India	ایتالیا Italy
	0.1	0.16	0.13	2.24	0.28
جمع کل		98.98	99.96	99.74	99.61

سال	1388	1389	1390	1391	1392					
Total										
نسبت تمرکز Concentration ratio	بسیار بالا Very high	بسیار بالا Very high	بسیار بالا Very high	بسیار بالا Very high	بسیار بالا Very high					
نوع بازار Market type	انحصار بنگاه مسلط Dominant firm oligopoly	انحصار بنگاه مسلط Dominant firm oligopoly	انحصار بنگاه مسلط Dominant firm oligopoly	انحصار بنگاه مسلط Dominant firm oligopoly	انحصار بنگاه مسلط Dominant firm oligopoly					
سال year	1393	1394	1395	1396	1397					
سهام کشورهای برتر (درصد) Share of top countries (Percentage)	ترکیه Turkey	57.7	ترکیه Turkey	73.65	ترکیه Turkey	82.62	لبنان Lebanon	24.5	ترکیه Turkey	53.92
	چین China	17.3 7	چین China	11.21	چین China	10	مالزی Malaysia	18.15	ایتالیا Italy	16.08
	امارات Emirates	122. 44	امارات Emirates	9.93	ایتالیا Italy	3.45	کره جنوبی South Korea	15.88	امارات Emirates	11.4
	ایتالیا Italy	8.35	ایتالیا Italy	3.5	امارات Emirates	1.65	آذربایجان Azerbaijan	15.73	چین China	9.5
	آلمان Germany	2.08	مجارستان Hungary	0.6	آلمان Germany	1.02	ترکیه Turkey	14.42	ایالات متحده United States	5.95
	سوئیس Switzerland	1.45	سوئیس Switzerland	0.6	مالزی Malaysia	0.91	ایالات متحده United States	6.65	کانادا Canada	1.46

سال	1388	1389	1390	1391	1392
	Switzerland	Switzerland	Malaysia	United States	Canada
	اندونزی	اسپانیا	پاکستان	امارات	اسپانیا
	0.3	0.35	0.19	2.52	0.89
	Indonesia	Spain	Pakistan	Emirates	Spain
	هند	نروژ	بلغارستان	چین	اتریش
	0.26	0.13	0.13	2.12	0.78
	India	Norway	Bulgaria	China	Austria
جمع کل Total	99.97	99.97	99.97	99.97	99.98
نسبت تمرکز Concentration ratio	بسیار بالا Very high	بسیار بالا Very high	بسیار بالا Very high	بالا High	بسیار بالا Very high
نوع بازار Market type	انحصار بنگاه مسلط Dominant firm oligopoly	انحصار بنگاه مسلط Dominant firm oligopoly	انحصار بنگاه مسلط Dominant firm oligopoly	انحصار بنگاه مسلط Dominant firm oligopoly	انحصار بنگاه مسلط Dominant firm oligopoly

مقابل، بیشترین میزان انحصار (۰/۹۵) بازار در سال ۱۳۹۵ مشاهده می‌شود. در این سال بازار واردات مبلمان به انحصار کامل نزدیک شده است. از آنجایی که شاخص هال تایدمن به بنگاه‌های کوچک‌تر حساسیت بیشتری نشان می‌دهد، می‌توان گفت کاهش میزان این شاخص در سال ۱۳۹۶ به دلیل کاهش سهم صادرکنندگان بزرگ از بازار و همچنین افزایش سهم صادرکنندگان است. از سوی دیگر افزایش میزان این شاخص در سال ۱۳۹۵ به دلیل افزایش صادرکنندگان بزرگ بازار (ترکیه) و کاهش سهم صادرکنندگان کوچک می‌باشد.

بر اساس مقادیر شاخص جامع تمرکز صنعتی، مقدار این شاخص بین ۰/۴ و ۰/۸۵ در نوسان بوده است که نشان‌دهنده بازار انحصار چند جانبه می‌باشد. در مقایسه با شاخص هرفیندال-هیرشمن، شاخص جامع تمرکز صنعتی از حساسیت بیشتری نسبت به تغییرات سهم بازاری بنگاه‌های کوچک‌تر (صادرکننده‌ها) برخوردار است، بنابراین این شاخص درجه انحصار را بیشتر از شاخص هرفیندال-هیرشمن نشان می‌دهد.

شاخص هانا - کای (Hannah-kay index)

جدول ۸ نتایج محاسبه شاخص هانا - کای را نشان می‌دهد. در این شاخص زمانی که انحصار کامل بر بازار حاکم باشد میزان شاخص یک و زمانی که رقابت کامل باشد، میزان آن برابر n (تعداد بنگاه یا کشور صادرکننده) خواهد شد. در این مطالعه از مقادیر آلفای ۰/۶، ۱/۵ و ۲/۵ استفاده شد. مقادیر شاخص هانا - کای در آلفای ۰/۶ نشان می‌دهد که میزان انحصار بازار واردات از سال ۱۳۸۸ از ۲/۶۱ به ۷/۰۱ در سال ۱۳۹۷ رسیده است که نشان از کاهش انحصار بازار دارد. البته، همین الگوی کاهش انحصار در مقادیر آلفای ۱/۵ و ۲/۵ نیز مشاهده می‌شود، با این تفاوت که از شدت شاخص کاسته شده است؛ بنابراین شدت انحصار در مقادیر بالاتر آلفا افزایش یافته است. علت آن این است که هرگاه مقدار آلفا کاهش یافته و به سمت صفر میل کند، مقدار شاخص هانا - کای برابر با تعداد بنگاه‌های موجود در بازار خواهد بود، به عبارتی شاخص تحت تأثیر بنگاه‌های کوچک‌تر قرار خواهد گرفت. از سویی هرگاه آلفا افزایش یافته و به سمت بی‌نهایت میل کند، آنگاه مقدار این شاخص به سمت

نتایج محاسبه شاخص هرفیندال - هیرشمن، هال - تایدمن و جامع تمرکز صنعتی

جدول ۷ مقادیر شاخص‌های هرفیندال - هیرشمن، هال - تایدمن و جامع تمرکز صنعتی را طی دوره مزبور نشان می‌دهد. بر اساس نتایج شاخص هرفیندال - هیرشمن، بازار واردات مبلمان اتاق خواب در این دوره غیررقابتی و از نوع «انحصار بنگاه مسلط» بوده است، به استثنای سال ۱۳۹۶ که ساختار بازار از نوع انحصار چندجانبه سخت بوده است. به‌طورکلی روند کاهشی شاخص هرفیندال - هیرشمن از ۶۱۱۲/۹۶ در سال ۱۳۸۸ به ۲۹۸۷/۰۶ در سال ۱۳۹۲ رسیده است و حکایت از کاهش قدرت انحصاری صادرکنندگان اصلی مبلمان اتاق خواب به ایران به دلیل ورود رقبای جدید به بازار دارد. پس از آن از سال ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۵ شاخص مذکور روندی افزایشی داشته است و این موضوع نشانه افزایش دوباره قدرت انحصاری صادرکنندگان طی این سه سال بوده است. در سال‌های ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ نیز دوباره از قدرت انحصاری صادرکنندگان کاسته شده است. از مهمترین دلایل شکسته شدن انحصار ترکیه و کاهش شدت انحصار در سال ۱۳۹۶ می‌توان به کاهش ۹۶/۵ درصدی واردات از ترکیه و همزمان ورود کشورهای جدید به این بازار از جمله لبنان، مالزی، آذربایجان و کره جنوبی اشاره کرد. باوجود کاهش قدرت انحصاری صادرکنندگان در پایان دوره نسبت به ابتدای دوره، ساختار بازار بر اساس شاخص هرفیندال - هیرشمن همچنان غیررقابتی است.

بر اساس شاخص هال - تایدمن و با توجه به میانگین ده ساله این شاخص (۰/۵۸) می‌توان گفت HTI بین ۱ و $1/n$ قرار داشته و ساختار بازار از نوع انحصار چند جانبه است. کمترین میزان انحصار (۰/۲۵) در سال ۱۳۹۶ مشاهده می‌شود که دلیل اصلی آن کاهش ۹۶ درصدی واردات از ترکیه به‌عنوان بزرگ‌ترین صادرکننده مبلمان اتاق خواب به ایران می‌باشد. همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد از دلایل این موضوع می‌توان به تأثیر نو سانه‌های نرخ ارز در پی تهدید و تحریم آمریکا و متعاقباً مشکلات بانکی پس از آن اشاره کرد. عدم امکان ارتباطات مالی و بانکی و دیگر عوامل سیاسی منجر به تغییر ساختار بازار و صادرکنندگان عمده شده است (Akhtari et al., 2020). در

سهم بازاری بزرگ‌ترین بنگاه‌ها (کشورهای عمده صادرکننده مانند ترکیه، چین، ایتالیا) همگرا می‌شود.

جدول ۷- مقادیر شاخص‌های هرfindahl، هال - تایدمن و جامع تمرکز صنعتی

Table 5. The values of Herfindahl, Hall-Tiedman and Comprehensive Concentration Industrial indices.

نوع بازار Market type	CCI	نوع بازار Market type	HTI	—	نوع بازار Market type	HHI	سال Year
انحصار چند جانبه Oligopoly	0.84	انحصار چند جانبه Oligopoly	0.57		انحصار بنگاه مسلط Dominant firm oligopoly	6612/96	1388
انحصار چند جانبه Oligopoly	0.75	انحصار چند جانبه Oligopoly	0.47		انحصار بنگاه مسلط Dominant firm oligopoly	4867.12	1398
انحصار چند جانبه Oligopoly	0.64	انحصار چند جانبه Oligopoly	0.67		انحصار بنگاه مسلط Dominant firm oligopoly	4633.54	1390
انحصار چند جانبه Oligopoly	0.61	انحصار چند جانبه Oligopoly	0.43		انحصار بنگاه مسلط Dominant firm oligopoly	3400.89	1391
انحصار چند جانبه Oligopoly	0.61	انحصار چند جانبه Oligopoly	0.54		انحصار بنگاه مسلط Dominant firm oligopoly	2978.06	1392
انحصار چند جانبه Oligopoly	0.67	انحصار چند جانبه Oligopoly	0.5		انحصار بنگاه مسلط Dominant firm oligopoly	3854.96	1393
انحصار چند جانبه Oligopoly	0.77	انحصار چند جانبه Oligopoly	0.78		انحصار بنگاه مسلط Dominant firm oligopoly	5622.56	1394
انحصار چند جانبه Oligopoly	0.85	انحصار چند جانبه Oligopoly	0.98		انحصار بنگاه مسلط Dominant firm oligopoly	6921.53	1395
انحصار چند جانبه Oligopoly	0.4	انحصار چند جانبه Oligopoly	0.25		انحصار چندجانبه سخت Hard oligopoly	1480.61	1396
انحصار چند جانبه Oligopoly	0.61	انحصار چند جانبه Oligopoly	0.57		انحصار بنگاه مسلط Dominant firm oligopoly	3175.85	1397
	0.68		0.58			4105.75	میانگین دوره Average period

جدول ۸-مقادیر شاخص هانا - کای

Tabale 8. Hannah-kay index values

$\alpha=2.5$	$\alpha=1.5$	$\alpha=0.6$	سال Year
1.58	1.74	2.61	1388
2.03	2.36	3.71	1389
1.96	2.29	3.93	1390
2.63	3.69	6.62	1391
3.22	3.69	5.04	1392
2.37	2.97	4.95	1393
1.66	2.04	3.76	1394
1.37	1.6	2.99	1395
6.4	7.3	9.58	1396
2.8	3.84	7.01	1397
2.6	3.15	4.98	میانگین Average

بحث

اساس شاخص جامع تمرکز صنعتی، بازار تحت انحصار چند جانبه می‌باشد. بر اساس شاخص هاناکی، در این دوره ساختار بازار واردات مبلمان اتاق خواب به صورت انحصار چند جانبه بوده و کشورهای صادرکننده به راحتی بر سر قیمت و مقدار صادرات با یکدیگر همکاری و ائتلاف می‌کنند. انحصاری بودن رفتار قیمتی در بازارهای جهانی باعث می‌شود صادرکنندگان با در اختیار داشتن ابزار تعیین و تحمیل قیمت کشورهای واردکننده را به لحاظ اقتصادی وابسته کرده و تحت کنترل خود در بیاورند. سیاست دولت‌ها، نوسانهای قیمت ارز و محدودیت‌های تبادلات مالی و بانکی تأثیر بارزی در بازار انحصار چند جانبه مبلمان اتاق ایران داشته است و دولت می‌تواند با تصویب قوانین و مقررات حمایتی برای ایجاد بازار رقابتی به این صنعت کمک کند.

منابع مورد استفاده

- Abou Nouri, E., and Gholami, N., 2008. Estimation and Comparison of the Concentration Ratio in Iranian Industry Using the Lognormal Model, 111-134. (In Persian).
- Akhtari, M., Arefkhani, M., and Azizi, M., 2020. Determination of Concentration Level and Market Analysis of Iran Particle Board Imports. Iranian Journal of Wood and Paper Industries (In Persian).
- Bakhshi, L.A., 2003. The measurement of concentration in the Iranian cement industry. Journal of Information, 7 (26): 75-96 (In Persian).

در اقتصاد صنعتی مفهوم تمرکز جایگاه ویژه‌ای دارد. تمرکز مقیاسی برای اندازه‌گیری قدرت غلبه چند بنگاه در یک شاخه از فعالیت است. تجزیه و تحلیل تمرکز زمینه مناسبی برای درک بهتر ارتباط عناصر ساختاری و عملکردی بازار است. یکی از معروف‌ترین معیارها در این رابطه، محاسبه شاخص‌های تمرکز در یک صنعت یا بازار خاص است. با توجه به سبک زندگی و رشد جمعیت، مبلمان به یک کالای ضروری تبدیل شده است که نیاز افراد جامعه به مبلمان از منابع و تولیدات داخلی و یا از طریق واردات برطرف می‌گردد و بررسی وضعیت بازار واردات این محصول می‌تواند در موضوع تولید و آینده این صنعت در کشور اطلاعات مفیدی ارائه نماید تا در سازمان‌دهی تصمیمات و سیاست‌های دولت در راستای تنظیم بازار موثر واقع گردد. در این پژوهش، میزان تمرکز «بازار واردات مبلمان اتاق خواب» با استفاده از شاخص‌های نسبت تمرکز، هرفیندال - هیرشمن، هال - تایدمن، جامع تمرکز صنعتی و هانا-کی محاسبه شد. بر اساس میانگین شاخص تمرکز بازار طی این بازه، بازار واردات محصول مورد نظر به انحصار کامل نزدیک شده است. بر اساس شاخص هرفیندال، بازار واردات مبلمان اتاق خواب ایران تحت شرایط انحصار مؤثر و بر اساس میانگین شاخص هال تایدمن، ساختار بازار تحت انحصار چند جانبه قرار داشته است. بر

- Assessment of the Market Structure of Car Industry in Iran. Quarterly journal of fiscal and Economic policies. 1 (3):139-164
- Soares, P.R.C., Oliveira, G.S., da Silva, J.P., Ferrari, L.H., dos Santos, E., Kanieski, M.R. and Sampietro, J.A., 2018. Competitiveness of wood pulp in the international market. Australian Journal of Crop Science, 12(9), pp.1499-1503.
- Selvatti, T.D.S., Borges, L.A.C., Soares, H.C.C., Souza, Á.N.D. and Coelho, L.M., 2019. Global production concentration of medium density fiberboard (MDF) (1995-2016). Revista Árvore, 42.
- Schettini, B. L. S.; Silva, M. L.; Jacovine, L. A. G.; Alves, E. B. B. M.; Villanova, P. H. 2016. Avaliação da concentração do mercado mundial de pellets de madeira e as oportunidades para o Brasil. Enciclopédia Biosfera, v. 13, p. 103-113.
- Soares, P. R. C; Cardoso, M. V.; Almeida, A. N.; Silva, J. C. G. L.; Timofeiczuk Junior, R. and Angelo, H. 2014. Concentração e desigualdade nas importações norte-americanas de celulose. Scientia Forestalis, Piracicaba, v. 42, n. 102, p. 173-179, jun.
- Shahiki Tash, M.N., 2012. An Investigation into the Market Power of Iranian Manufacturing Industries. Journal of Economic Research, (2): 43-64 (In Persian).
- Sayadi, A.R., Hosseini, M.A., and Basiri, M.H., 2008. Analysis of market indices of Aluminium industry in the world and Iran. Economy of Value (Economic Survey), 5 (3): 21-48.
- Tajdini A., Taghadosi A., Pourmousa SH., Jahan Latibari A., Safdari V. and Roohnia M. 2013. Study of The Effective Indices on Wooden Furniture Imports in Iran. Iranian Journal of Wood and Paper Science Research, Volume 28, Number 2 (43); Page(s) 204 - 223.
- Coelho Junior, L. M.; Rezende, J. L. P. and Oliveira, A. D. 2013. Concentração das exportações mundiais de produtos florestais. Ciência Florestal, Santa Maria, v. 23, n. 4, p. 691-701, out.-dez.
- Esmaeili pour Masoole, E., 2015. A review of monopoly, competition and focus on the cement market, 13 (71): 41-47 (In Persian).
- Gorji, I., and Sadatian, S.M., 2000. Evaluation of the Degree of Concentration in Production and Wholesales of the Household Refrigerator Market. 85-112 (In Persian).
- Jalal, Abadi Aa, and Jalili F. Mir., 2007. Monopoly and Concentration on Iran Industry (Case Study of 5 Industries During 1998-2006), 197-232.
- Junior, L.M.C., de Sousa Selvatti, T., Alencar, F.V., Júnior, E.P.S., Borges, L.A.C. and Rezende, J.L.P., 2018. Global concentration of pulp exports. Floresta, 48(4), pp.443-452.
- Memarnezhad, A., S. Hosseini, and Khatab, S., 2010. Evaluation of Structure and Performance of Automobile Industry in Iran, 103-120.
- Maleki, G.M. and Tajdini, A., 2020. Implementation of TOPSIS Algorithm to Prioritize Factors Affecting the Entrepreneurial Intention of Wooden Furniture Products.
- Noce, R.; Silva, M. L.; Souza, A. L.; Silva, O. M.; Mendes, L. M.; Carvalho, R. M. M. A. I. and Valverde, S. R. 2008. Competitividade do Brasil no mercado internacional de aglomerado. Revista Árvore, Viçosa, MG, v. 32, n. 2, p. 245-250, mar./abr.
- Noce, R.; Carvalho, R. M. M. A.; Canto, J. L.; Silva, M. L. and Mendes, L. M. 2007. Medida da desigualdade do mercado internacional de compensado. Cerne, v. 13, n. 1, p. 107-110, jan./mar.
- Poor Partovi, M.T., Danesh Jafari, D., and Jalal Abadi, A., 2009. Comparative comparison of monopoly and centralization in some industries of the country. Journal of Economic Bulletin, 9 (4): 129 - 154.
- Shahiki tash M N, and kazemzadeh E., 2013. The

Analysis and investigation the structure of wooden bedroom furniture import market in Iran

B. Neyciyani¹, M. Azizi², B. Gholampoor³, H. Gholamiyan^{4*} and N. Mohebbi⁵

1-Ph. D Student, Department of Wood and Paper Science & Technology, Faculty of Natural Resources, University of Tehran, Karaj, Iran

2-Professor, Department of wood and paper science and technology, Faculty of natural resources, University of Tehran, Karaj, Iran

3-PhD Student, Department of Wood and Paper Science & Technology, Faculty of Natural Resources, University of Tehran, Karaj, Iran

4*-Corresponding author, Assistant Professor, Department of Wood and Paper Science & Technology, Faculty of Natural Resources, University of Tehran, Karaj, Iran, Email: hadi_gholamiyan@ut.ac.ir

5-Ph. D of Wood and Paper Science and Technology Department, University of Tehran, Karaj, Iran

Received: Oct., 2021

Accepted: Dec., 2021

Abstract

One of the most important economic goals of any state or economic system is to maintain a competitive position in every market. Competition in the market is ultimately improving the well-being of consumers and economic performance. Market analysis in order to resolve appropriate decisions by relevant agencies requires recognition of its structure. In order to judge the extent of competition and monopoly on each market, the concept of concentration is primarily used. Different indicators are used to measure the market concentration. This study was conducted with the aim of assessing the market concentration of Iran bedroom furniture and showing changes for the period from 1388 to 1397. In this regard, indicators of market concentration such as Concentration ratio, Herfindahl-Hirschman, Hall-Tiedman, Comprehensive concentration index and Hana-Kay were calculated. According to the results of the Herfindahl-Hirschman index, the furniture import market in this period is uncompetitive and the kind of monopoly of the firm and in 1396 year the market structure of a multi-lateral monopoly. According to the Hall-Tiedman Index, the market structure was a multi-faceted monopoly. Comprehensive index values of industrial concentration show a multi-sided monopoly market. The increase in the values of the Hana-Kay index has reached from 1388 to 1397, indicating a decline in the monopoly of the market. In general, in this regard, indicators of market concentration such as, Concentration ratio, Herfindahl-Hirschman, Hall-Tiedman, Comprehensive concentration index and Hana-Kay were calculated. The results show the existence of an oligopoly on the market. Monopoly has fluctuated with regards to the countries political-economic conditions in the mentioned period.

Keywords: Market structure, concentration degree, monopoly, competition, bedroom furniture.