

عنوان مقاله:

ارزیابی رقابت افقی و عمودی در سنجش ساختار بازار: مطالعه موردی بازار محصولات لبنی در ایران

محل انتشار:

فصلنامه اقتصاد و توسعه کشاورزی، دوره 32، شماره 3 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

زینب شکوهی - استادیار اقتصاد کشاورزی دانشگاه شیراز

امیرحسین چیدری - دانشیار اقتصاد کشاورزی، دانشگاه تهران

مهدی امیری - استادیار آمار، دانشگاه هرموگان

خلاصه مقاله:

در مطالعات ساختار بازار عمدتاً ساختار افقی برای یک محصول مورد ارزیابی قرار می گیرد. در حالیکه رفتار غیررقابتی در بازار لوزوما در ارتباط با رفتار افقی نیست و ساختار افقی تنها بخشی از قدرت بازاری را نشان می دهد. در حقیقت آنچه که به عنوان قدرت بازاری از آن یاد می شود حاصل مجموع رقابت های افقی و عمودی در سطوح مختلف بازار است. بنابراین هدف از این مطالعه بررسی ساختار افقی و عمودی در بازار فراورده های لبنی شامل شیر، ماست و پنیر پاستوریزه با استفاده از شاخص لرنر و الگوی چانه زنی انحصار دو جانبه است. برای این منظور داد های مورد نیاز در دوره زمانی 1370 تا 1391 به کار گرفته شد و نتایج نشان داد که ساختار افقی بازار این سه محصول از حالت رقابتی فاصله داشته و تولیدکنندگان قادر هستند قیمتاین محصولات را بالاتر از هزینه نهایی تولید قرار دهند. همچنین نتایج الگوی چانه زنی نشان دهند قدرت چانه زنی بالاتر فراوری کنندگان در شکلگیری قیمت این محصولات است به نحویکه بطور متوسط تقریباً 70 درصد از منافع ناشی از مباله فرآورده های لبنی متعلق به فرآوری کنندگان و 30 درصد از آن سهم مصرف کنندگان است. در این راستا، تشکیل سازمان های مستقل دولتی و یا غیردولتی در حمایت از مصرف کنندگان و مطالعه راهکارهای مناسب برای عملیاتی کردن قوانین موجود در حمایت از مصرف کنندگان پیشنهاد می شود.

کلمات کلیدی:

الگوی چانه زنی، ساختار افقی و عمودی بازار، شاخص لرنر، لبنیات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1004994>

