

عنوان مقاله:

بررسی انتقال قیمت و اثر آن بر حاشیه بازاریابی گوشت مرغ استان مازندران

محل انتشار:

همایش بین المللی مدیریت (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

بیبا زنجانی آبدانسی - کارشناس ارشد اقتصاد کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری

سیدمجتبی مجاوریان - دانشیار گروه اقتصاد کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری

فاطمه زنجانی - کارشناس اقتصاد کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری

خلاصه مقاله:

هدف از این مطالعه بررسی و تحلیل رفتار قیمتی تولیدکنندگان و مصرف کنندگان در بازار گوشت مرغ استان مازندران می باشد. بدین منظور قیمت های ماهانه گوشت مرغ در مرغداری ها و خرده فروشی ها، مقدار تولید گوشت مرغ، هزینه بازاریابی از سال 1386 تا 1392 مورد استفاده قرار گرفت. تجزیه وتحلیل رابطه قیمت در طول زنجیره تولیدکننده به مصرف کننده، ابزاری رایج برای اندازه گیری درجه کارایی و رقابت پذیر بودن بازارهای مختلف در دهه اخیر بوده است. از شیوه هم انباشتگی یوهانسن-یوسلیوس و علیت گرنجری برای آزمون وجود رابطه بین دو شاخص و تعیین جهت علیت استفاده شده است. نتایج نشان داد علیت یکطرفه از قیمت های خرده فروشان به قیمت های مرغداران وجود دارد. در دوره مورد بررسی وجود یک رفتار قیمتی نامتقارن در کوتاه مدت و بلند مدت تصدیق می شود. حاشیه بازاریابی مقدار ثابتی نبوده و تعداد زیاد واسطه ها ساختار بازار را غیر رقابتی کرده است. با توجه به نقش تعیین کننده واسطه ها در انتقال قیمت و افزایش حاشیه بازار، مطالعات بیشتر در زمینه ایجاد یکپارچگی و وحدت میان واحد های تولیدی، عوامل بازاریابی و مصرف کنندگان و سیاست های حمایتی دولت در این بازار و مقایسه هزینه ها و منافع آن به منظور کاهش دلالت و نوسانات حاشیه بازاریابی مورد نیاز است.

کلمات کلیدی:

انتقال قیمت، حاشیه بازار، رابطه علیت، یوهانسن-یوسلیوس، گوشت مرغ، مازندران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/344283>

