

عنوان مقاله:

شناسایی مکانیزم انتقال قیمت در بازار خرمای ایران (کاربرد مدل گارچ دومتغیره)

محل انتشار:

فصلنامه اقتصاد و توسعه کشاورزی، دوره 30، شماره 1 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

حبیبه شرافتمند - دکترای اقتصاد کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی

علی اکبر باغستانی - دکترای اقتصاد کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی

خلاصه مقاله:

قیمت های بازار، مکانیزم اولیه ای می باشند که سطوح مختلف بازار را به هم پیوند داده و شوک های وارده به هر سطح بازار را به سطح تولید کننده، عمده فروشی و خرده فروشی انتقال می دهد. بررسی چگونگی انتقال قیمت در سطوح مختلف بازار، به گونه ای مرتبط با کارایی نظام بازاریابی بوده و رفاه تولید کنندگان و مصرف کنندگان را متاثر می سازد. مطالعه حاضر چگونگی مکانیزم انتقال قیمت را در بازار خرما طی دوره 1391:4-1361:1 با استفاده از مدل گارچ دو متغیره به روش بردار مشخصه مورد بررسی قرار داد. نتایج آزمون همگرایی جوهانسن حاکی از ارتباط بلند مدت میان شاخص بهای تولید کننده و شاخص بهای مصرف کننده خرما می باشد. نتایج آزمون علیت گرنجر نشان داد که یک رابطه علی یک طرفه از شاخص بهای مصرف کننده به سمت شاخص بهای تولید کننده وجود دارد. نتایج همچنان حاکی از آن است که نرخ تغییر در قیمت های مصرفی به طور جزئی باعث تغییر در قیمت های تولیدی می شود به طوریکه یک واحد افزایش در شاخص قیمت مصرف کننده به میزان کمتر از یک واحد (0/003 واحد) شاخص قیمت تولید کننده را افزایش می دهد به عبارت دیگر انتقال قیمت در بازار خرما به صورت ناقص انجام می گیرد. لذا در راستای سیاست های اصلاح نظام ناقص بازار خرما و ایجاد ثبات درآمد تولید کنندگان، توصیه می شود دولت با اجرای سیاست های تنظیم بازار و حضور به موقع دستگاه مابشر در بازار خرید این محصول در فصل برداشت و انجام اقدامات حمایتی و ساختاری همانند انبارداری و بسته بندی به موقع و مناسب، منجر به انتقال متعادل قیمت و نتیجتاً افزایش رفاه تولید کننده و مصرف کننده گردد.

کلمات کلیدی:

آزمون هگی، انتقال قیمت، بازار ناکارا، BV GARCH

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/664202>

