

عنوان مقاله:

ارایه مدلی برای تنظیم قیمتی شرکت مخابرات ایران

محل انتشار:

فصلنامه نظریه های کاربردی اقتصاد، دوره 4، شماره 4 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

نویسندگان:

محسن پورعبادالهیان کویچ - دانشیار اقتصاد دانشگاه تبریز

فیروز فلاحی - دانشیار اقتصاد دانشگاه تبریز

تقی زمزم - کارشناس ارشد توسعه اقتصادی و برنامه ریزی دانشگاه تبریز

خلاصه مقاله:

در شرایط انحصاری، انحصارگر به واسطه قدرت بازاری که دارد، چنانچه مصرف کنندگان تمایل به پرداخت بالایی داشته باشند، می تواند قیمت های محصولات خود را افزایش داده و محصولات با کیفیت پایین را به قیمت های بالا به مشتریان عرضه نماید. لذا دخالت یک تنظیم گر برای حفظ منافع مصرف کنندگان ضروری است. با عنایت به وجود ساختار بازار انحصاری در صنعت مخابرات ایران (حتی بعد از واگذاری به بخش خصوصی)، مطالعه حاضر مدل سقف قیمتی را برای تنظیم شرکت مخابرات ایران پیشنهاد می نماید. در واقع، سعی شده است یک تقسیم بندی برای خدمات شرکت مزبور ارایه و سقف قیمتی بر سبدهای خدماتی آن تعیین گردد تا از قدرت انحصاری آن کاسته و قیمت های خدماتش به قیمت های منصفانه که هدف تنظیم قیمتی است، سوق داده شود. تحقیق حاضر به دنبال محاسبات عددی نبوده و هدف پیشنهاد مدل است. تنظیم گر با جایگذاری داده های مربوطه می تواند از مدل بهره گیرد. با این حال، برای درک بهتر نحوه کاربرد مدل مثالی ارایه شده است.

کلمات کلیدی:

تنظیم قیمتی، انحصار طبیعی، رقابت موثر، روش نرخ بازدهی، روش سقف قیمتی، شرکت مخابرات ایران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/804162>

