

## عنوان مقاله:

مطالعه رفتار مصرف کنندگان برنج با استفاده از اصل تعمیمی ترجیحات آشکار شده

## محل انتشار:

ششمین کنفرانس اقتصاد کشاورزی ایران (سال: 1388)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

حمید توانا - کارشناس ارشد اقتصاد کشاورزی

مسعود همایونی فر - استادیار، عضو هیات علمی دانشگاه زابل

## خلاصه مقاله:

نقطه آغاز نظریه رفتار مصرف کننده در تمامی نوشته های اقتصادی، عقلایی عمل کردن مصرف کننده است. مدل نئوکلاسیک رفتار مصرف کننده، فرض می کند که رفتار انتخابی مصرف کننده، حاصل از حداکثر سازی مطلوبیت به شرط محدودیت بودجه است. بر اساس آنچه که در ادبیات علم اقتصاد وجود دارد تنها یک روش برای بررسی صحت فرض رفتار عقلایی وجود دارد و آن آزمون ترجیح آشکار شده است. روش ترجیحات آشکار شده، ناپارامتری است و فرضیات را بدون در نظر گرفتن شکل خاصی برای تابع، آزمون می کند. به همین دلیل، ترجیحات آشکار شده نسبت به روشهای پارامتری، کاملاً برتری دارد. داده های مورد استفاده در این تحقیق عبارت است از قیمت و مقدار مصرفی ماهانه ارقام مختلف برنج که از فروشگاههای رفاه کل کشور و به مدت 4 سال 82-85 جمع آوری شده است. نتایج آزمون، حاکی از وجود 8 تناقض بود که با بررسی شاخص تعمیمی افریت نیز برطرف نشد، ولی روند رشد نرخ تورم، رشد قیمت های برنج و رشد درآمد سالانه خانوار شهری، نشان داد که همراه با افزایش رفاه، خانوار به سمت مصرف برنج های مرغوب تر و گران تر گرایش پیدا کرده اند. آزمون اصل تعمیمی ترجیحات آشکار شده نیز، این مطلب را تأیید کرد. لذا، در کل دوره، یک تابع مطلوبیت مقعر، پیوسته، یکنواخت و اشباع ناپذیری که بتواند داده ها را بصورت عقلایی تعبیر کند، وجود ندارد، ولی در مورد ارقام مرغوب برنج، چنین تابع مطلوبیتی را می توان یافت. لذا، می توان با تخمین تابع تقاضا برای این گروه از برنج ها، در زمینه بازاریابی داخلی و خارجی به صورت بهینه اقدام کرد.

## کلمات کلیدی:

اصل تعمیم یافته ترجیحات آشکار شده، تابع مطلوبیت نئوکلاسیک، تئوری افریت، شاخص تعمیم یافته افریت، برنج

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/87246>

