



مطالعه نحوه انتقال قیمت عمده‌فروشی تا خرده‌فروشی در بازار محصولات کشاورزی (مطالعه موردی گردو و بادام)

فاطمه آفایی محمد آقاپورصباقی

چکیده

نحوه انتقال قیمت در بازار محصولات کشاورزی از جمله عوامل تاثیرگذار بر سودآوری تولیدکنندگان می‌باشد. در مطالعه حاضر به بررسی نحوه انتقال قیمت در بازار دو محصول باغی گردو و بادام پرداخته شده است. برای این منظور از قیمت‌های ماهانه عمده‌فروشی و خرده‌فروشی این دو محصول طی سالهای ۱۳۸۴ الی ۱۳۹۱ استفاده شده است. نتایج حاصل از الگوی تصحیح خطا، نشان می‌دهد که نحوه انتقال قیمت برای این دو محصول متقارن است و افزایش قیمت عمده‌فروشی عامل افزایش قیمت خرده‌فروش در طی این سال‌ها شده است. بررسی کشش‌های انتقال قیمت نیز نشان می‌دهد که کشش‌های انتقال قیمت افزایش قیمت بیشتر از کشش انتقال کاهش قیمت می‌باشد این امر نشان می‌دهد که تولیدکنندگان گردو و بادام می‌توانند با استفاده از قدرت بازاری خود جهت انتقال بیشتر در جهت افزایش قیمت در جهت جلوگیری از افزایش حاشیه بازاریابی استفاده کنند.

کلمات کلیدی: الگوی تصحیح خطا، انتقال قیمت، قیمت عمده‌فروشی، قیمت خرده‌فروشی.



مقدمه

تامین امنیت غذایی مهمترین عامل در ایجاد جامعه‌ای رو به رشد محسوب می‌شود، در همین راستا عامل مهمی که رفاه تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان و عوامل بازاریابی را تحت تاثیر قرار می‌دهد، اثرپذیری قیمت در سطح یک بازار نسبت به تغییرات قیمت در سطح دیگر بازار (چگونگی انتقال قیمت) آن کالا است. به همین دلیل است که بررسی انتقال قیمت در بازار کالاهای کشاورزی، مورد توجه بسیاری از اقتصاددانان قرار گرفته است (حسینی، سلامی و نیکوکار، ۱۳۸۷). در ادبیات بازاریابی، حاشیه بازاریابی عبارت است از تفاوت قیمت در سه سطح سرمزرعه، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی یک کالا اهمیت حاشیه بازاریابی زمانی بیشتر مشخص می‌شود که اثر افزایش یا کاهش قیمت تولیدکننده بر قیمت مصرف‌کننده متقارن نباشد، به‌ویژه در مرحله فرآوری کالاهای کشاورزی. به طور معمول بازار به شکل رقابتی عمل نمی‌کند و تولیدکنندگان (فرآوری‌کنندگان) از قدرت بازاری خود برای کسب سود بیشتر استفاده می‌کنند به عبارت بهتر می‌توان گفت که افزایش یا کاهش قیمت در سطح عمده‌فروشی به طور کامل به خرده‌فروشی و در نتیجه مصرف‌کنندگان منتقل نمی‌شود (تامک و رایبسون، ۲۰۰۳). در انتقال نامتقارن قیمت، سود ایجاد شده ناشی از افزایش قیمت به جای تولیدکنندگان نصیب دلالت می‌شود که منجر به افزایش حاشیه بازار و قیمت خرده‌فروشی و در نتیجه فشار بیشتر به مصرف‌کنندگان می‌شود (کریمی، ۱۳۸۹). وجود تقارن در بازار حاکی از انتقال کامل افزایش یا کاهش در قیمت عمده‌فروشی به خرده‌فروشی است. در زمان وجود دو سطح مختلف از بازار، کشش انتقال قیمت محاسبه می‌شود. این کشش انتقال قیمت عبارت است از تغییر در سطح قیمت خرده‌فروشی به ازاء تغییرات یک درصدی در قیمت عمده‌فروشی (چاواس و مهتا، ۲۰۰۹). با توجه به اهمیت این موضوع، مطالعات داخلی و خارجی بسیاری، در جهت نحوه انتقال قیمت در بازار محصولات کشاورزی انجام شده است قهرمانزاده و فلسفیان (۱۳۹۰) نوسان قیمت در بازار گوشت گوساله استان تهران را مورد مطالعه قراردادند، نتایج بدست آمده حاکی از این است که نوسانات قیمت عمده‌فروشی گوشت گوساله زنده بیش از نوسانات قیمتی بازارهای نهاده‌های تولیدی و خرده‌فروشی تحت تاثیر سایر بازارها قرار دارد. از طرف دیگر نوسانات قیمت عمده‌فروشی گوشت گوساله حساسیت بیشتری نسبت به نوسانات قیمت خرده‌فروشی گوشت گوساله در مقایسه با نوسانات قیمت نهاده‌های خوراکی دارد. حسینی و همکاران (۱۳۸۹) که به بررسی الگوی انتقال قیمت در صنعت گوشت گاو ایران پرداختند، نشان دادند که انتقال قیمت در تمام سطوح بازار گوشت گاو ایران در بلندمدت متقارن و در کوتاه‌مدت از گاو‌داری تا کشتارگاه نامتقارن است. کشش انتقال قیمت نشان می‌دهد که افزایش قیمت گاو زنده در گاو‌داری به شدت بیشتری به سطح خرده‌فروشی منتقل می‌شوند در حالی که کاهش قیمت به کندی به سطوح بالاتر بازار انتقال می‌یابند کریمی (۱۳۸۹) به مطالعه عدم تقارن قیمت گوجه فرنگی، پیاز و در استان فارس پرداخت. نتایج بدست آمده از مطالعه وی نشان دهنده عدم تقارن منفی قیمت محصول گوجه فرنگی در دو سطح خرده‌فروشی و عمده‌فروشی



است که منفی بودن عدم تقارن بیان کننده‌ی این است که واکنش خرده فروشی نسبت به افزایش قیمت در سطح عمده‌فروشی بیش از کاهش قیمت در سطح عمده‌فروشی است. نتایج برای محصول پیاز حاکی از آن است که بین دو سطح خرده‌فروشی و عمده‌فروشی بازار این محصول ارتباط وجود دارد، ودلیلی بر عدم تقارن وجود ندارد. حسینی و سرایی (۱۳۸۸) در مطالعه‌ای که به بررسی انتقال قیمت در بازار قزل آلای پرورشی در استان فارس پرداختند، نشان دادند که رابطه‌ی یک سو به‌ای از قیمت سرمرزعه به سمت قیمت‌های خرده‌فروشی وجود دارد همچنین نتایج بدست آمده از برآورد الگوی انتقال قیمت، نامتقارن بودن قیمت را در کوتاه‌مدت نشان داد. بکاس و فرتو^۱ (۲۰۰۶) انتقال قیمت در بازارهای گوشت گاو و گوشت خوک مجارستان را بررسی و نشان دادند که بازار گوشت گاو در کوتاه‌مدت و بلندمدت متقارن است در حالی که بازار گوشت خوک در کوتاه‌مدت نامتقارن می‌باشد و عمده‌فروش و خرده‌فروش ممکن است با تغییرات قیمتی، سود بدست بیاورند. با توجه به آن چه که مطرح گردید، هدف از این تحقیق بررسی نحوه انتقال قیمت دو محصول بادام و گردو در دو سطح عمده‌فروشی و خرده‌فروشی می‌باشد. این دو محصول بالغ بر ۲۰۰ هزار هکتار از اراضی باغی کشور را به خود اختصاص داده‌اند. ایران در تولید این دو محصول با کشورهای همچون امریکا، فرانسه و اسپانیا در سطح جهانی در رقابت می‌باشد، از جمله مشکلات در بازار این دو محصول وجود واسطه‌گران (دلالان) و افزایش قیمت ناشی از وجود این افراد در چرخه تولید و مصرف این محصولات می‌باشد.

مواد و روش تحقیق

در مطالعات اخیر از روش‌های متعددی برای بررسی نحوه انتقال قیمت در سطوح مختلف بازار استفاده شده‌است که از جمله می‌توان به روش هوک و الگوی تصحیح خطا اشاره نمود. چون از داده‌های سری زمانی استفاده شده است ابتدا ایستائی متغیرها از طریق آزمون ریشه واحد و آماره دیکی فولر بررسی می‌شود و چنانچه متغیرهای سری زمانی ایستا باشند از مدل هوک استفاده می‌شود. چنانچه متغیرها نایستا باشند ابتدا از طریق آزمون یوهانسون ارتباط بلندمدت بین متغیرها در سطوح مختلف بازار بررسی می‌شود و در صورت همگرا بودن از مدل تصحیح خطا برای تحلیل الگوی انتقال قیمت استفاده می‌شود.

مدل هوک^۲ در سال (۱۹۹۷) به صورت زیر پیشنهاد شد:

$$pr_t - pr_0 = a_0 + a_1 \sum_{t=0}^{m1} \Delta pf + \epsilon_{-i} + a_2 \sum_{t=0}^{m2} \Delta pf - \epsilon_{-i} + e1 \quad (1)$$

- Pr : لگاریتم قیمت خرده‌فروشی
- Pf : لگاریتم قیمت سرمرزعه
- ΔPf^+ : افزایش در قیمت‌های سرمرزعه
- ΔPf^- : کاهش در قیمت‌های سرمرزعه
- M1, M2 : طول وقفه‌ها

¹ . Bakues & fertto

² . Houk



- ضرایب a_1, a_2 به ترتیب تاثیر افزایش و کاهش قیمت‌های مزرعه روی قیمت‌های خرده فروشی می‌باشند.

اما گرنجر و لی^۳ در سال ۱۹۸۹ مدل تصحیح خطا را به صورت زیر پیشنهاد کردند:

$$\Delta p_{rt} = B_0 + B_1 \Delta p_{ft} + B_2^+ \sum CT_{t-1}^+ + B_2^- ECT_{t-1}^- + \sum_{i=1}^{p1} B_i \Delta p_{rt-1} t \quad (2)$$

$$pr_t = pr_0 = a_0 t + a_1 \sum_{i=0}^{M1} \Delta pf_{t-i}^+ + a_2 \sum_{i=0}^{m2} \Delta pf_{t-i}^- + e_1 \quad (3)$$

$ECT_{t-1} = p_{rt-1} - p_{ft-1} - a_0 - a_1 p_{ft-1} - 1$ و pr_t در رگرسیون فوق تغییر در قیمت خرده‌فروشی به تغییر در قیمت عمده‌فروشی زمان t و قیمت عمده‌فروشی دوره‌های قبل ارتباط می‌یابد:

پذیرش فرضیه صفر ($H_0: B_2^+ = B_2^-$) بیانگر تقارن انتقال قیمت و عدم‌پذیرش آن نشان دهنده عدم تقارن انتقال قیمت می‌باشد. در این مطالعه به بررسی علیت بین بازار خرده‌فروشی و عمده‌فروشی پرداخته شده است، که در نهایت تاثیر این دو بازار را در سطوح مختلف نشان می‌دهد. به عبارت دیگر از طریق آزمون علیت می‌توان تشخیص داد که کدام بازار تعیین‌کننده و تاثیرگذار بر قیمت و تغییرات آن در بازارهای دیگر است. برای این منظور از آزمون علیت گرنجر استفاده شده است.

نتایج و بحث

همان‌طور که اشاره شد در مطالعه حاضر از داده‌های ماهانه قیمت عمده‌فروشی و قیمت خرده‌فروشی ۱۳۸۴ الی ۱۳۹۱ برای محصولات گردو و بادام استفاده شده است، لازم به ذکر است که اطلاعات از جهاد کشاورزی گرفته شد و کلیه مراحل اقتصادسنجی از نرم افزار Eviews استفاده شده است.

در ابتدا از آزمون علیت گرنجر جهت علیت استفاده شده، اما با توجه به حساس بودن این آزمون به تعداد وقفه با استفاده از آزمون شوارتز تعداد وقفه بهینه برای این آزمون برابر ۲ تعیین شده است. نتایج جدول (۱) نشان می‌دهد فرضیه عدم علیت عامل عمده‌فروشی قیمت گردو و بادام رد شده است و این نشان می‌دهد علیت از سمت قیمت عمده‌فروشی به سمت قیمت خرده‌فروشی برای هر دو این محصولات وجود دارد.

³. Geranjer & Li



جدول ۱- نتایج آزمون علیت گرنجر دو متغیر گردو و بادام

وضعیت فرضیه	سطح احتمال	آماره F	متغیر
قبول فرضیه	۰/۰۰۰۰۰۰	۴۷/۴۳	تغییر قیمت خرده فروشی گردو عامل قیمت عمده فروشی نیست
رد فرضیه	۰/۹۱	۰/۰۱	تغیر قیمت عمده فروشی گردو عامل قیمت خرده فروشی نیست
قبول فرضیه	۰/۰۰۰۰۰۰	۲/۸۴	تغییر قیمت خرده فروشی بادام عامل قیمت عمده فروشی نیست
رد فرضیه	۰/۹۱	۳۲/۸	تغیر قیمت عمده فروشی گردو عامل قیمت خرده فروشی نیست

بررسی نحوه انتقال قیمت در محصول گردو

در ادامه به منظور تعیین تقارن یا عدم تقارن انتقال قیمت در مورد محصول گردو مراحل زیرانجام شده است. ابتدا به منظور انتخاب مدل برای بررسی تقارن (مدل هوک یا ECM) لازم است که پایایی متغیرهای قیمت عمده-فروشی و خرده‌فروشی مورد بررسی قرار بگیرد.

جدول ۲- نتایج ایستایی گردو حاصل از آزمون دیکی-فولر

وضعیت ایستایی	مقدار بحرانی	آماره t	متغیر
عدم ایستایی	-۳/۵	-۱/۶۵	قیمت خرده‌فروشی گردو
ایستایی	-۳/۵	-۹/۷۳	قیمت خرده‌فروشی گردو در تفاضل یک
عدم ایستایی	-۳/۵	-۲/۲۴	قیمت عمده‌فروشی گردو
ایستایی	-۳/۵	-۱۷/۵۶	قیمت عمده‌فروشی گردو در تفاضل یک

همانگونه که نتایج فوق نشان می‌دهد متغیرهای عمده‌فروشی و خرده‌فروشی گردو در سطح پایه ایستا نیستند. آماره تفاضل مرتبه یک ایستا می‌باشند. لذا با در نظر گرفتن این موضوع استفاده از الگوی ECM بر الگوی



هوک ارجحیت دارد. اما به منظور استفاده از این الگو لازم است تا همگرایی این دو متغیر مورد آزمون قرار بگیرد. برای بررسی این موضوع از بررسی ایستایی اجزاء اخلال الگوی رگرسیونی زیر استفاده شده است.

$$rwal = 41684.4 + 0.766wwal$$

(7.44) (14.85)

مقدار آمار حاصله برای اجزاء اخلال این الگو در سطح برابر با ۳/۹۱- حاصل شده است که بیش از مقدار بحرانی ۳/۵- می باشد و بیانگر ایستایی اجزاء اخلال مذکور و نشانه‌ای از همگرایی متغیرهای مورد بررسی می باشد بنابراین استفاده از الگوی Ecm جایز می باشد.

جدول ۳- نتایج انتقال قیمت متغیر گردو حاصل از الگوی ECM

متغیر	ضریب	انحراف معیار	آماره t	کشش	کشش بلند
عرض از مبداء	۱/۷	۱/۱۲	۱/۱	کوتاه مدت	مدت
افزایش در قیمت عمده فروشی	۰/۱۹	۰/۰۸	۲/۳۵	۲/۲۱	۲/۱۷
کاهش در قیمت عمده فروشی	-۱/۰۳	۰/۱	۱۰/۱۶	-۱/۰۴	-۱/۱۴
تفاضل افزایش در قیمت عمده فروشی	۰/۰۲	۰/۰۳	۰/۵۵	۰/۱۸	-
تفاضل اول در کاهش قیمت عمده فروشی	-۰/۲	۰/۰۷	-۲/۸۳	-۰/۳	-
افزایش در اجزاء اخلال	۱/۰۴	۰/۰۹	۱۰/۸۸	-	-
کاهش در اجزاء اخلال	-۰/۱۳	۰/۰۸	-۱/۴۷	-	-
		$R^2 = ۰/۶۴$	$AIC = ۲۰/۶۲$		
					$Sc = ۲۰/۷۹$
					$R^2 = ۰/۶۲$

لازم است که اشاره شود به منظور انتخاب وقفه‌های بهینه در الگوی فوق از معیارهایی چون معنی داری ضرایب مدل و همچنین معیارهای آکایک و شوارتز استفاده شده است. استفاده از آزمون دوربین واتسون حاکی از عدم وجود این مشکل در مدل بوده است. در جدول فوق برای افزایش قیمت عمده فروشی ضریب ۰/۱۹ حاصل شده است که نشان می دهد یک واحد افزایش در قیمت عمده فروشی می تواند منجر به افزایش ۰/۱۹ واحدی در قیمت خرده فروشی و کاهش ۰/۱۸ واحدی در حاشیه بازاریابی می شود. این افزایش سالانه ۱/۰۴ واحد تعدیل می شود. همچنین یک واحد کاهش در قیمت سرمرزعه باعث کاهش ۱/۰۳ واحدی در قیمت خرده فروشی خواهد شد. این کاهش در حاشیه بازاریابی سالانه به میزان ۰/۱۳ واحد تعدیل می شود. ضرایب منفی برای اجزاء اخلال نشان می دهد که قیمت های خرده فروشی در سال های بعد به قیمت تعادلی نزدیک می شوند به عبارت دیگر هرگونه انحراف مثبت از رابطه تعادلی (که بر اثر تغییرات قیمت سرمرزعه ایجاد شده است) به میزان ۱/۰۴- درصد سالانه از انحرافات جبران می شود. اما در مورد تغییرات منفی در انحراف از رابطه تعادلی می توان گفت که هر ساله ۰/۱۳ درصد از یک واحد از این تغییر از بین می رود. البته این رابطه از لحاظ آماری معنی دار نمی-



باشد. این امر نشان می‌دهد که انحرافات منفی از حالت تعادلی در بلندمدت نمی‌توان حذف شود و به حالت تعادلی برگردد. کشش‌های انتقال نشان می‌دهد به ازاء افزایش یک درصدی در قیمت عمده‌فروشی گردد و قیمت خرده‌فروشی ۲/۲۱ درصد در دوره جاری و ۰/۱۸ درصد در دوره بعد افزایش می‌یابد. همچنین در مجموع قیمت خرده‌فروشی در بلندمدت به میزان ۲/۱۷ افزایش می‌یابد. همچنین به ازاء یک درصد رشد منفی قیمت عمده-فروشی قیمت‌ها در این دوره ۱/۰۴- درصد و در دوره بعد ۰/۳- کاهش خواهد یافت. این کاهش در بلندمدت در حدود ۱/۱۴- درصد خواهد بود.

نتایج آزمون والد ECT، انتقال متقارن قیمت را در کوتاه و بلندمدت نشان می‌دهد:

جدول (۴). نتایج آزمون تقارن متغیر گردو

متغیر	آماره F	F بحرانی	نتیجه آزمون
آزمون تقارن در سرعت انتقال قیمت در کوتاه‌مدت	۸۴/۷۷	۸۸/۶	پذیرفته می‌شود
آزمون تقارن در سرعت انتقال قیمت در بلندمدت	۶۷/۱۴	۶۸/۱۲	پذیرفته می‌شود

بررسی نحوه انتقال قیمت محصول بادام

به منظور انتخاب مدل برای بررسی تقارن با استفاده از آزمون دیکی فولر ایستایی متغیرها مورد بررسی قرار گرفته‌است.

جدول ۲- نتایج ایستایی بادام حاصل از آزمون دیکی - فولر

متغیر	آماره t	مقدار بحرانی	وضعیت ایستایی
قیمت خرده‌فروشی بادام	۳/۲	-۳/۵	عدم ایستایی
قیمت خرده‌فروشی بادام در تفاضل یک	-۹/۹۴	-۳/۵	ایستایی
قیمت عمده‌فروشی بادام	۱/۶	-۳/۵	عدم ایستایی
قیمت عمده‌فروشی بادام در تفاضل یک	-۱۰/۰۶	-۳/۵	ایستایی

در جدول فوق مشاهده می‌شود که متغیرهای عمده‌فروشی و خرده‌فروشی بادام در سطح پایه ایستا نیستند و در سطح تفاضل مرتبه اول ایستا می‌شوند. لذا استفاده از الگوی Ecm بر الگوی هوک ارجحیت دارد. در جهت بررسی همگرایی متغیرها از بررسی ایستایی اجزاء اخلاص الگوی رگرسیونی زیر استفاده شده است.

$$rwal = 36722/17 + 0.742wwal$$



(4/709) (9/18)

جدول ۳- نتایج انتقال قیمت متغیر بادام حاصل از الگوی ECM

متغیر	ضریب	انحراف معیار	آماره t	کشش کوتاه	کشش بلند
عرض از مبدا	۱/۷	۱/۱۲	۱/۱	مدت	مدت
افزایش در قیمت عمده فروشی	۱/۷	۰/۴	۳/۵	۱/۷۵	۱/۶۵
کاهش در قیمت عمده فروشی	۱/۵	۰/۵	۲/۸۹	-۲/۲۵	-۲/۴۵
تفاضل افزایش در قیمت عمده فروشی	۰/۰۲	۰/۰۳	۰/۵۵	۰/۱۸	-
تفاضل اول در کاهش قیمت عمده فروشی	۱/۴	۰/۴	-۲/۹۴	-۱/۵	-
افزایش در اجزاء اخلاص	۰/۸۳	۰/۱	-۴/۵۷	-	-
کاهش در اجزاء اخلاص	۰/۰۱	۰/۱	۰/۱۱	-	-
		$R^2=۰/۶۱$	$Sc=۲۱/۶۹$		
			$R^2=۰/۵۹$		
			AIC		

همانند الگوی قبلی از معیارهای آکاییک و شوارتز به منظور انتخاب وقفه‌های بهینه استفاده شده است. در جدول فوق برای افزایش قیمت عمده‌فروشی ضریب ۱/۷ حاصل شده است که نشان می‌دهد یک واحد افزایش در قیمت عمده‌فروشی می‌تواند منجر به افزایش ۱/۷ واحدی در قیمت خرده‌فروشی و کاهش ۰/۸۱ واحدی در حاشیه بازاریابی می‌شود. این افزایش سالانه ۰/۸۳ واحد تعدیل می‌شود. همچنین یک واحد کاهش در قیمت سرمرعه باعث کاهش ۱/۵ واحدی در قیمت خرده‌فروشی خواهد شد. این کاهش در حاشیه بازاریابی سالانه به میزان ۰/۰۱ واحد تعدیل می‌شود. ضرایب منفی برای اجزاء اخلاص نشان می‌دهد که قیمت‌های خرده‌فروشی در سال‌های بعد به قیمت تعادلی نزدیک می‌شوند به عبارت دیگر هرگونه انحراف مثبت از رابطه تعادلی (که بر اثر تغییرات قیمت سرمرعه ایجاد شده است) به میزان ۰/۸۳ درصد سالانه از انحرافات جبران می‌شود. اما در مورد تغییرات منفی در انحراف از رابطه تعادلی می‌توان گفت که هر ساله ۰/۰۱ درصد از یک واحد از این تغییر از بین می‌رود. در مورد محصول بادام نیز نتایج آزمون والد انتقال مقارن قیمت در بلندمدت و کوتاه مدت را نشان می‌دهد.

جدول ۴- نتایج آزمون تقارن متغیر گردو

متغیر	آماره F	F بحرانی	نتیجه آزمون
آزمون تقارن در سرعت انتقال قیمت در کوتاه مدت	۰/۳۶	۰/۳۶	پذیرفته می‌شود
آزمون تقارن در سرعت انتقال قیمت در بلند مدت	۸/۴۵	۸/۴۵	پذیرفته می‌شود



کشش‌های انتقال نشان می‌دهد به ازاء افزایش یک درصدی در قیمت عمده‌فروشی بادام قیمت خرده‌فروشی ۱/۷۵ درصد در دوره جاری و ۱۸ درصد در دوره بعد افزایش می‌یابد. همچنین در مجموع قیمت خرده‌فروشی در بلندمدت به میزان ۱/۶۵ افزایش می‌یابد. همچنین به ازاء یک درصد رشد منفی قیمت عمده‌فروشی قیمت‌ها در این دوره ۲/۲۵- درصد و در دوره بعد ۱/۵- کاهش خواهد یافت. این کاهش در بلندمدت در حدود ۲/۴۵- درصد خواهد بود.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

آزمون علیت گرنجر برای دو محصول گردو و بادام نشان می‌دهد که رابطه یک طرفه از سمت قیمت‌های عمده‌فروشی به سمت قیمت‌های خرده‌فروشی وجود دارد. این امر این واقعیت را نشان می‌دهد که خرده‌فروشان شوک‌های قیمتی تولیدکنندگان را تعدیل می‌کنند در حالی که آثار تغییرات قیمت خرده‌فروشی صرفاً محدود به قیمت‌های خرده‌فروشی می‌شود. برآورد الگوی انتقال قیمت برای بادام و گردو نشان می‌دهد که قیمت در سطح خرده‌فروشی بیشتر متأثر از افزایش و کاهش قیمت عمده‌فروشی، کاهش در قیمت عمده‌فروشی با یک وقفه و اثر غیرکاهش‌ی اجزاء اخلاص می‌باشد. همچنین نتایج حاکی از انتقال قیمت کامل در بلندمدت و کوتاه مدت می‌باشد. یعنی اثر افزایش و کاهش قیمت عمده‌فروشی در کوتاه‌مدت و بلندمدت به صورت یکسان به قیمت خرده‌فروشی انتقال می‌یابد. بررسی کشش‌های انتقال قیمت نشان می‌دهد که کشش‌های انتقال قیمت افزایش قیمت بیشتر از کشش انتقال کاهش قیمت می‌باشد این امر نشان می‌دهد که باغداران بادام و گردو می‌توانند با استفاده از قدرت بازاری خود انتقال بیشتر افزایش قیمت نسبت به کاهش قیمت استفاده کنند. همچنین در هنگام افزایش قیمت به دلیل سرعت بیشتر این انتقال از کاهش حاشیه بازاریابی جلوگیری می‌کنند اما در هنگام کاهش قیمت حاشیه بازاریابی افزایش می‌یابد و از این طریق سود بیشتری حاصل می‌شود. با توجه به تعداد زیاد تولیدکنندگان این دو محصول در کشور و پراکندگی آنها در مقابل واسطه‌ها ایجاد نهاده‌های موثر مانند تعاونی‌های تولید و بازاریابی در سطح تولیدکنندگان یا استفاده از نهاده‌های اطلاع‌رسانی بازار که بتواند قیمت نهاده‌ها، هزینه‌های تولید را در اختیار آنها قرار دهند می‌تواند در توانمندسازی تولیدکنندگان موثر واقع شود.



منابع:

- ۱- حسینی، صفدر. دوراندیش، آرش و نیکوکار، افسانه (۱۳۸۹) «الگو انتقال قیمت در صنعت گوشت گاو ایران». نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، (جلد ۲۴)، شماره ۱، ص ۳۲-۲۳.
- ۲- حسینی، صفدر. نیکوکار، افسانه. سلامی، حیدر (۱۳۸۷) «الگوی انتقال قیمت در ساختار بازار گوشت ایران». مجله اقتصاد کشاورزی. (جلد ۲)، شماره ۱، ص ۲۱-۱.
- ۳- حسینی، صفدر و سرایی شاد، زینب (۱۳۸۸) «انتقال قیمت در بازار قزل آلاهی پرورشی در استان فارس». مجله تحقیقات اقتصاد کشاورزی. (جلد ۱)، شماره ۴.
- ۴- فلسفیان، آزاده و قهرمانزاده، محمد (۱۳۹۰) «بررسی نوسانات قیمت در بازار گوشت گوساله استان تهران». نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی. (جلد ۲۶)، شماره ۱، ص ۴۰-۳۱.
- ۵- کرمی، آیت اله (۱۳۸۹) «عدم تقارن قیمت گوجه فرنگی، پیاز و سیب زمینی در استان فارس». مجله اقتصاد کشاورزی. (جلد ۴)، شماره ۳. صص ۱۸۳-۱۷۱.
6. Bakucs L.Z. and ferto I. (2006) "transmission: n the HungarianVege table sector". Studies Agricultural Economics. 160:23-40
7. Houk, j.P. (1997) " An approach to specifying and estimating nonreversible function". American Journal of Agricultural Economics, 59,21-30.
8. mahta ,A&chavos.j.p (2009) "respondins to the coffe crisis : what can we from dynamics",journal of development economic 82-311.
9. Tomk w.G. & robinsonK.L (2003) "agriculture product prices". Cornell university press,Newyourk.