

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ



دانشگاه آزاد اسلامی
واحد مرودشت

دانشکده کشاورزی- گروه اقتصاد کشاورزی
پایان نامه برای اخذ درجه کارشناسی ارشد M.Sc.
گرایش اقتصاد کشاورزی

عنوان:

بررسی الگوی انتقال قیمت در بازار گوشت مرغ در ایران

استاد راهنما:

دکتر نعمت اله موسوی

استاد مشاور:

دکتر فرزانه طاهری

نگارش:

ندا صدقی

پاییز ۹۱

چکیده

حاشیه بازار یابی و نحوه انتقال قیمت میان زنجیره های بازار یابی همواره مورد توجه بوده است. به دلیل اهمیت گوشت مرغ در تامین نیاز غذایی خانوار و شمار قابل توجه تولید کنندگان این فرآورده در کشور و تأثیر آن از دیدگاه سیاست گذاران و برنامه ریزان بخش کشاورزی، هدف این پژوهش، بررسی الگوی انتقال قیمت در بازار گوشت مرغ ایران است. برای این منظور از داده های ماهانه قیمت خرده فروشی و عمده فروشی در دوره فروردین ۱۳۸۰ تا اردیبهشت ۱۳۹۱ استفاده گردید. بر اساس آزمون های ریشه واحد مشخص گردید که داده های قیمت خرده فروشی و عمده فروشی گوشت مرغ نا ایستا و تفاضل مرتبه اول آنها ایستا است بنابراین از مدل تصحیح خطا جهت بررسی وجود تقارن یا عدم تقارن استفاده شد. آزمون علیت انگل-گرنجر که برای نشان دادن رابطه علی میان قیمت خرده فروشی و عمده فروشی استفاده گردید، نشان داد که برای دو سطح عمده فروشی و خرده فروشی رابطه علی دو طرفه بین بازارها وجود دارد و قیمت ها در هر دو بازار از یکدیگر اثر می پذیرند. نتایج الگوی آستانه ای گشتاوری بر وجود انتقال قیمت متقارن تأکید دارد و همچنین نتایج حاصل از آزمون والد برای آزمون کردن انتقال قیمت حاکی از آن است که انتقال قیمت در کوتاه مدت و بلند مدت متقارن است.

واژه های کلیدی: تقارن، انتقال قیمت ، گوشت مرغ ، ایران.

تقدیر و تشکر

خداوندا مرا از حیث همین بس که پروردگاری چون تو دارم و از حیث فخر همین بس که بنده تو هستم ، خدایا تو همان گونه ای که من دوست می دارم . پس موفقم کن به همان گونه بودنی که تو دوست می داری .

بدین وسیله به پاس زحمت و ارشادهای استاد ارجمندم آقای **دکتر نعمت اله موسوی** به عنوان استاد راهنما و خانم **دکتر فرزانه طاهری** به عنوان استاد مشاور و **دکتر زکریا فرج زاده** که مرا در انجام پایان نامه یاری نمودند کمال تشکر و قدردانی را دارم .

همچنین لازم است که مراتب تشکر خویش را نسبت به خانواده ابراز و از زحمات بی دریغ و خالصانه ایشان قدردانی نمایم .

تقدیم به :

آنان که ناتوان شدند تا ما به توانایی
برسیم ...

موهایشان سفید شد تا ما روسفید شویم ...
و عاشقانه سوختند تا گرمابخش وجود ما و
روشن گر راهمان باشند ...

پدر مهربانم

مادر دلسوزم

عنوان

صفحه

| | |
|---------------------------------------|----|
| چکیده | ۳ |
| فصل اول (کلیات پژوهش) | ۸ |
| مقدمه | ۹ |
| اهداف پژوهش | ۱۸ |
| فرضیات پژوهش | ۱۸ |
| فصل دوم (مروری بر مطالعات) | ۱۹ |
| مطالعات مربوط به انتقال قیمت | ۲۰ |
| فصل سوم (تئوری و روش تحقیق) | ۲۷ |
| مقدمه | ۲۸ |
| مفهوم انتقال قیمت | ۲۸ |
| انواع انتقال قیمت | ۳۲ |
| انواع عدم تقارن | ۳۲ |
| انواع APT بر اساس تحلیل همجمعی | ۳۷ |
| روش های سنجش انتقال قیمت | ۴۳ |
| آزمون تقارن انتقال قیمت | ۴۵ |
| آزمون ریشه واحد برای پایایی | ۵۰ |
| آزمون دیکی فولر | ۵۱ |
| آزمون دیکی فولر تعمیم یافته | ۵۴ |
| الگوی تصحیح خطا | ۵۵ |
| آزمون علیت انگل گرنجر | ۵۷ |
| داده ها | ۶۰ |
| فصل چهارم (نتایج و بحث) | ۶۱ |
| مقدمه | ۶۲ |
| آزمون ریشه واحد جهت تعیین ایستایی | ۶۲ |

| | |
|----------|---|
| ۶۳..... | آزمون علیت گرنجر جهت بررسی رابطه علی |
| ۶۵ | تخمین رابطه بلند مدت جهت تعیین همگرایی..... |
| ۶۶..... | آزمون همجعی (انگل گرنجر، آستانه ای، آستانه ای گشتاوری) |
| ۶۹..... | آزمون تصحیح خطا..... |
| ۷۲ | فصل پنجم (خلاصه، نتیجه گیری، پیشنهادات) |
| ۷۳ | پیشنهادات..... |
| ۷۶ | فهرست منابع..... |

کلیات پژوهش

مقدمه

امروزه تقسیم بندی های گوناگونی در زمینه تامین سطح توسعه یافتگی کشورها بیان می شود و با استفاده از پارامتر های متفاوتی که وجود دارد کشور ها را به گروه های توسعه یافته، کمتر توسعه، در حال توسعه، جهان سوم و غیره تقسیم می کنند (تودارو، ۱۳۸۶). کشور ایران در زمره کشور های در حال توسعه جای دارد و سعی غالب سیاست مداران و اقتصاد دانان بر این است که با تحلیل وضع موجود و ارائه راهکار های مناسب، مسیر را جهت تحقق توسعه یافتگی هموار کنند. یکی از پارامتر های اساسی جهت تحقق توسعه یافتگی، حصول نرخ رشد تولید ملی متعادل و پایدار در بازه ۴ تا ۶ درصد می باشد و در صورتی که این نرخ رشد به طور مستمر برای سالیان متمادی بدست آید می توان کشور را در زمره کشور های توسعه یافته دانست. نکته مهم در جریان تحقق نرخ رشد مورد نظر توجه به بخش های تامین کننده این رشد می باشد.

به طور کلی فعالیت های اقتصادی به سه بخش صنعت، کشاورزی و خدمات قابل تقسیم است و هر بخش در جریان تولید ملی نقش اثر گذار را ایفا می کند و ویژگی های منحصر به فردی نسبت به سایر بخش ها دارد. از مهمترین ویژگی که در بخش کشاورزی نهفته است مسئله ثبات و پایداری در فرایند های تولیدی می باشد. بخش کشاورزی دارای پتانسیل قابل توجهی در میزان و نرخ رشد تولید می باشد اما نکته مهمتر آن است که چنانچه فعالیت های انجام شده در این بخش ضمن در نظر گرفتن و رعایت اصول پایداری در بهره برداری باشد، می توان به این بخش به عنوان یک منبع پایدار و همیشگی در تولید امید داشت.

یکی از ویژگی های محصولات کشاورزی نوسانات مداوم قیمت آنهاست که در اثر تغییرات فصلی (به دلیل تغییرات شرایط جوی)، تغییرات سیکلی (به دلیل وقفه بین تصمیم گیری برای تولید تا تولید توسط تولید کنندگان)، تغییرات روند (به دلیل شرایط اقلیمی، تغییرات فناوری، جمعیت تقاضا کننده و تغییر سلیقه) و تغییرات غیر قابل پیش بینی (بحران های طبیعی و انسانی) ایجاد می شود (ابونوری و مجاوریان، ۱۳۸۱). به همین دلیل، کشاورزی فعالیتی همراه با ریسک و خطر است، بنابراین همواره لزوم به کارگیری ابزاری دقیق و موثر برای حمایت و تأمین امنیت اقتصادی جمعیت فعال در این بخش و در نتیجه افزایش قیمت تولید و بالا بردن سطح زندگی تولیدکنندگان و همچنین تأمین امنیت غذایی و حمایت از مصرف کنندگان احساس می شود. از طرفی این بخش تامین کننده مواد غذایی افراد جامعه می باشد (قره باغیان، م ۱۳۸۱).

در تحلیل راهکار های تحقق نرخ رشد مطلوب یکی از مسائل پر اهمیت تعیین و تحلیل هزینه خانوار ها می باشد و در این مطالعات هزینه خانوار های شهری اهمیت فراوانی دارد، چرا که هر چه هزینه ما کمتر باشد منجر به کاهش هزینه های تولید و در نهایت ایجاد مزیت نسبی در فرآیند تولید می شود (Hayashi, 1995). مطالعات نشان می دهد که در کشورهای جهان سوم و در حال توسعه غذا سهم قابل توجهی از سبد خرید خانوار ها را به خود اختصاص میدهد. بنابراین تولیدات کشاورزی نه تنها می تواند به عنوان یک عامل محرک در جریان رشد تولید ملی به حساب آید، بلکه با تامین مواد غذایی مورد نیاز افراد جامعه در سطوح قیمتی مناسب می تواند به رشد سایر بخش ها نیز کمک کند. تاکنون مسائلی که مطرح شد بیان

کننده ضرورت توجه به بخش کشاورزی و تاثیر آن بر سایر بخش ها می باشد اما نکته مهم، بررسی راهکار هایی جهت کنترل نحوه اثر گذاری این بخش و شناسایی راه هایی است که بتواند اثرات متقابل بخش کشاورزی با سایر بخش ها را به گونه ای تنظیم کند که در نهایت منجر به ارتقاء سطح رفاه جامعه شود. همانطور که اشاره شد تولیدات بخش کشاورزی می تواند به نوعی منجر به کاهش هزینه های خانوار شهری گردد.

برای کاهش هزینه ها دو راهکار وجود دارد که یکی میزان مصرف و دیگری کاهش قیمت کالاهای مصرفی می باشد. کاهش میزان مصرف از طریق اعمال برنامه های فرهنگی و ارتقاء سطح دانش جامعه قابل حصول می باشد که از حوصله بحث خارج است. در این پژوهش تمرکز اصلی بر قیمت می باشد. در واقع سعی شده تا با بررسی قیمت و ویژگی های آن دلایل افزایش و کاهش قیمت را در بازار های مختلف بررسی کنیم و سعی در بدست آوردن الگویی مناسب جهت توجیه انتقال قیمت داریم. از آنجا که قیمت به عنوان مکانیزم اصلی ارتباط بازار های مختلف و همچنین سطوح مختلف بازار در نظر گرفته می شود، جهت شناخت و ارزیابی سطح پیشرفت و کارایی بازار می توان به دو معیار تجزیه و تحلیل حرکت قیمت در سطوح مختلف بازار اعم از تولید کننده، عمده فروش و خرده فروش (انتقال عمودی قیمت) و حرکت قیمت بین مناطق مختلف در سطوح یکسان بازار (انتقال افقی قیمت) اشاره کرد. همچنین قیمت ها، مهمترین عامل تعیین کننده سطح درآمد کشاورزان، مبادله کنندگان و صادر کنندگان کالای کشاورزی و سطح رفاه اقتصادی مصرف کنندگان هستند. افزون بر این، ارتباط بین قیمت ها در سطوح تولید کننده و مصرف کننده، شاخصی از کارایی بازار و در نتیجه رفاه تولید

کنندگان و مصرف کنندگان به دست می دهد که از دیدگاه سیاست گذاری نیز با اهمیت است. به همین دلیل تجزیه و تحلیل قیمت کالاهای کشاورزی هم از نظر اقتصادی و هم از نظر سیاسی دارای اهمیت است. در این خصوص، بسیاری از اقتصاددانان کشاورزی به فرآیند انتقال قیمت در ساختار بازارهای مرتبط و از مزرعه به خرده فروشی توجه نشان داده اند (حسینی و نیکوکار، ۱۳۸۵؛ حسینی و دور اندیش، ۱۳۸۵؛ برارسن و کاواس، ۱۹۸۵ و فرایگون و همکاران، ۱۹۹۹). مطالعه روابط قیمتی در سطوح تولید کننده، عمده فروشی و خرده فروشی ابزاری رایج برای اندازه گیری رقابت پذیر بودن بازارهای مختلف در دهه اخیر بوده است. نحوه انتقال قیمت در سطوح مختلف بازار، چگونگی فعالیت نیروهای تأثیرگذار در بازار را نمایان می کند (فاضلی و مقدسی، ۱۳۸۶). در اقتصاد نئوکلاسیک قیمت نقش کلیدی بر عهده دارد. قیمت منجر به اتخاذ تصمیم در مورد تخصیص منابع و ترکیب محصول از سوی کارگزاران اقتصادی شده و انتقال قیمت منجر به ادغام عمودی وافقی بازارها می گردد. بنابراین اقتصاددانانی که فرآیندهای بازار را مطالعه می کنند علاقمند هستند که فرآیند های انتقال قیمت را بدانند (حسینی و همکاران، ۱۳۸۵). از جمله این فرآیندهای مورد علاقه، فرآیند موسوم به عدم تقارن است. به این معنی که انتقال قیمت، بسته به اینکه قیمت ها در حال افزایش باشد یا کاهش متفاوت است. در یک مطالعه گسترده که توسط پلتزمن (۲۰۰۰) بر روی ۲۸۲ محصول از گروه های مختلف از جمله ۱۲۰ محصول غذایی و کشاورزی صورت گرفت مشخص گردید که انتقال نامتقارن قیمت بیشتر یک قانون است تا استثناء. وجود انتقال در بازار حاکی از انتقال کامل افزایش یا کاهش در قیمت سر مزرعه به خرده فروشی

است. انتقال نا متقارن^۱ یعنی افزایش یا کاهش قیمت‌ها در مزرعه به طور کامل به خرده فروشی و در نتیجه به مصرف کننده منتقل نشود. انتقال قیمت^۲ نامتقارن سود ایجاد شده ناشی از افزایش قیمت را به جای تولید کنندگان نصیب واسطه ها میکند و منجر به افزایش حاشیه بازار و قیمت‌های خرده فروشی و در نتیجه فشار بیشتر به مصرف کنندگان میشود (Meyer & V.cramon-Taubadel,2004) .

مطالعات نشان می دهد که در خصوص اغلب قریب به اتفاق محصولات کشاورزی، کالاها از سر مزرعه تا محل مصرف، بازارها و مراکز فروش، مراحل متفاوتی را طی می کنند و در هر مرحله بسته به فرآیندی که اتفاق می افتد منجر به افزایش قیمت محصول نسبت به زمان پیش از فراوری می شود. این تغییرات و افزایش قیمت ها گاهی به صورت منطقی و قانع کننده ای می باشد و تنها در برگیرنده هزینه هایی است که در جریان فرایند سازی صرف می شود اما در پاره ای از مواقع مشاهده می شود که تغییرات قیمت به طور نامتقارن بر هزینه های انجام شده افزایش می یابد و از طرف دیگر انتظار می رود زمانی که قیمت محصولات در مزرعه کاهش یا افزایش می یابد، این تغییر قیمت به مصرف کننده به طور متقارن انتقال یابد (سلطانی و همکاران ۱۳۸۷). تصمیمات تولید کننده در زمینه بازاریابی بر اساس اطلاعات قیمتی بازار گرفته می شود و در صورت عدم وجود بازارهای پیوسته و یا پیوستگی ضعیف بازارها، اطلاعات قیمتی نادرستی به تولیدکننده منتقل می شود و ناکارایی انتقال محصول در بازار را به دنبال دارد (Goodwin & Scheroeder,1991). از طرف دیگر، گسترش و تداوم قحطی با پیوستگی بازار ارتباط

¹ . A Symmetric transmission

² . Price transmission

نزدیکی دارد. در واقع، طول دوره قحطی و کمبود محلی به وجود یا عدم وجود بازارهای پیوسته بستگی دارد (Ravallion, 1986). در نهایت آگاهی از درجه پیوستگی بازار منتج به طراحی سیاست های موفق ایجاد ثبات قیمت در بازارهای محصولات کشاورزی می شود (Fackler & Goodwin, 2001). انتقال قیمت به دو دلیل ممکن است موضوع مجزایی برای کالاها مانند گوشت مرغ باشد. نخست وجود بازارهای تحریف شده و سیاست های مداخله ای و برنامه ریزی نشده دولت که برای اهداف خاص مانند حمایت از مصرف کنندگان اعمال می شود. دوم اینکه قیمت گوشت مرغ تحت تأثیر نرخ تورم، شوک های قیمتی "خوراک دانه ای"³ طیور و تغییر سیاست های کشاورزی می باشد (Rezitis, 2003; Bostaki & sadeghi, 2002). بنابراین انتظار می رود که قیمت آن در سطوح مختلف و همین طور حاشیه های بازاریابی دارای نوسانات شدید و نا منظم باشند و برای بررسی رفتار آنها نیاز به الگوهای اقتصادسنجی خاصی باشد.

چنانچه در اقتصاد، بخش خدمات و بازار یابی به صورت کارا عمل کنند، می توانند موجبات انتقال قیمت متقارن را سبب شوند اما هر چه در قسمت بازار یابی ضعف وجود داشته باشد و افراد منفعت طلب به دنبال کسب سود های کاذب باشند، در نهایت منجر به انتقال نا متقارن قیمت می شوند و این امر در حالی اتفاق می افتد که انتقال قیمت باعث تأثیر گذاری بر رفاه تولید کننده و رفاه مصرف کننده می شود. با توجه به بیان اهمیت بخش کشاورزی و ضرورت توجه به قیمت ها و تحلیل انتقال آن، در این جا سعی شده تا با بررسی روند تغییرات قیمت محصولات منتخب در سطح تولید، قیمت عمده فروشی و قیمت خرده

³. Feed grains

فروشی، نحوه انتقال قیمت و وجود یا عدم وجود تقارن در قیمت بازار های مختلف مورد سنجش قرار گیرد.

قسمت اعظمی از سبد خانوار ها در بر گیرنده مواد غذایی می باشد که اغلب این مواد یا به طور مستقیم یا به طور غیر مستقیم از بخش کشاورزی تامین می گردد. در سبد غذایی هر خانوار ترکیبات مختلفی وجود دارد که شواهد حاکی از آن است که بخش قابل توجهی از این مواد شامل مواد پروتئینی می باشد. از منابع اصلی تأمین پروتئین می توان به گوشت قرمز (گاو و گوسفند)، گوشت سفید (مرغ و ماهی)، سویا و... اشاره کرد. در میان اقلام فوق الذکر مرغ دارای اهمیت فراوانی است چرا که علاوه بر اهمیت آن از لحاظ مناسب بودن جهت قرار گیری در یک جیره غذایی بالانس، از لحاظ اقتصادی نیز بسیار پر اهمیت است و با توجه به تغییرات متناوبی که در طول سال به خود می بیند به عنوان محصول منتخب جهت بررسی انتقال قیمت، در این تحقیق در نظر گرفته شد. تولید گوشت مرغ در ایران به صورت صنعتی از اواسط دهه ۱۳۴۰ عمومیت یافت. بر اساس آمار وزارت جهاد کشاورزی تولید گوشت مرغ در ایران از ۴۲۰ هزار تن در سال ۱۳۷۰ به ۱۳۶۰ هزار تن در سال ۱۳۸۵ افزایش یافته است. بر اساس آمار ارائه شده توسط USDA تولید گوشت مرغ در ایران در سال ۲۰۰۷، ۱۱۵۳ هزار تن می باشد. سهم ایران از تولید جهانی گوشت در سال ۲۰۰۷، ۱/۷ درصد می باشد. سرانه مصرف گوشت مرغ در نقاط شهری از ۱۱/۹ کیلوگرم در سال ۱۳۸۰ به ۱۷/۴ کیلوگرم در سال ۱۳۸۵ افزایش یافته است. همچنین سرانه مصرف گوشت مرغ در نقاط روستایی از ۹/۶ کیلوگرم در سال ۱۳۸۰ به ۱۶/۶ کیلوگرم در سال ۱۳۸۵ افزایش یافته است. بر اساس آمار ارائه شده توسط وزارت جهاد کشاورزی مصرف سرانه گوشت مرغ در ایران در

سال ۱۳۸۵، ۱۹/۳ کیلوگرم می باشد. مصرف سرانه گوشت مرغ در جهان در سال ۲۰۰۶ در حدود ۱۲/۹ کیلوگرم بوده است. بنابراین مصرف سرانه گوشت مرغ در ایران بیشتر از میانگین جهانی است (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۸۵).

کشورهای آمریکا، چین و برزیل عمده ترین تولید کنندگان این محصول می باشند. ضمن آنکه این سه کشور پایین ترین هزینه تولید گوشت مرغ را به خود اختصاص داده اند. کشورهای برزیل و آمریکا عمده ترین صادر کنندگان مرغ در جهان می باشند و این دو کشور بیش از ۷۶ درصد از صادرات مرغ در جهان را به خود اختصاص داده اند. روسیه، ژاپن، عربستان سعودی و مکزیک بزرگترین وارد کنندگان گوشت مرغ در جهان هستند. قابل توجه است که ۴۰ درصد از واردات مرغ در جهان توسط این کشورها صورت می گیرد. هزینه تمام شده گوشت مرغ در کشورهای مختلف با توجه به تکنولوژی تولید، شرایط اقلیمی، هزینه دان و مدیریت تولید متفاوت است. در بین کشورهای عمده تولید کننده، برزیل، چین و آمریکا به دلیل دسترسی ارزان به دان مرغ و برخورداری از تکنولوژی بالا از هزینه پایین تر تولید و به تبع آن قیمت تمام شده پایین تری برخوردار می باشند. بررسی اقلام هزینه تولید گوشت مرغ در ایران بیانگر آن است که هزینه خوراک دان بیشترین میزان هزینه های تولید (۷۰ درصد) و پس از آن هزینه خرید جوجه یک روزه (۱۶ درصد) را به خود اختصاص می دهند. افزایش قیمت دان یکی از دلایل افزایش هزینه تولید و در نتیجه افزایش قیمت گوشت مرغ است. همچنین بخش اعظم دان مرغ (ذرت، کنجاله سویا و پودر ماهی) از طریق واردات تأمین می شود. هر گونه اختلال در واردات یا افزایش قیمت جهانی این نهاده ها، قیمت گوشت مرغ را به شدت تحت تأثیر قرار می دهند.

با توجه به وارداتی بودن قسمت اعظم خوراک دان مرغ و همچنین بالا بودن هزینه تولید گوشت مرغ در ایران و در نتیجه بالا بودن قیمت تمام شده گوشت مرغ، در حال حاضر امکان صادرات مرغ به کشورهای دیگر وجود ندارد. یکی از دلایل عدم استفاده کامل از ظرفیت های ایجاد شده، توسعه مزارع پرورش مرغ گوشتی در مناطقی از کشور است که به لحاظ آب و هوایی در ماه هایی از سال پرورش طیور به دلیل گرما و سرمای بسیار زیاد مقرون به صرفه نیست، لذا باید از توسعه این صنعت در مناطق فاقد آب و هوایی مناسب جلوگیری شود (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۸۵)

در سال ۱۳۹۰، از تعداد ۱۷۱۹۲ مرغداری با فعالیت پرورش مرغ گوشتی در کشور تعداد ۱۳۸۷۸ واحد مرغداری فعال و ۳۳۱۴ واحد مرغداری غیر فعال برآورد شده است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰). تعداد مرغداری های گوشتی کشور بیش از ۱۷۲۰۰ واحد با ظرفیت حدود ۲۲۵ میلیون قطعه (حدود ۹۰۰ میلیون قطعه در سال) است. تعداد کشتارگاه های صنعتی طیور کشور ۱۷۷ کشتارگاه با ظرفیت اسمی ۳۸۰ هزار قطعه در هر ساعت (حدود ۹۱۲ میلیون قطعه در سال) می باشند (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۶). حدود ۹۰ درصد مرغداری ها و ۷۵/۸ درصد از کشتارگاه ها تحت مالکیت بخش خصوصی قرار دارند (معاونت امور دام وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۸۳). همچنین گوشت مرغ، ۲۲/۵ درصد از نیازهای پروتئینی سرانه کشور را تأمین می کند و صنعت گوشت مرغ ایران با تولیدی بالغ بر ۱۴۰۰ هزار تن و تولید سرانه ۱۷/۴ کیلوگرم در بیش از ۱۵۰۰۰ واحد فعال در سال های اخیر، تولید سرانه ای برابر با مصرف سرانه دارد (معاونت امور دام وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۸۵). مصرف سرانه گوشت مرغ در سال ۱۳۸۷ به بیش از ۱۸ کیلو گرم رسیده است (پایگاه اطلاع رسانی

الکترونیکی شرکت سهامی پشتیبانی امور دام کشور،
۱۳۸۸).

اهداف تحقیق

۱. تحلیل الگوی انتقال قیمت گوشت مرغ ایران در فاصله بازار سرمزرعه تا خرده فروشی
۲. بررسی تقارن یا عدم تقارن قیمت گوشت مرغ در ایران
۳. بررسی جهت علیت خرده فروشی و عمده فروشی

فرضیات تحقیق

۱. الگوی انتقال قیمت گوشت مرغ در میان بازارها نا متقارن است.
۲. انتقال قیمت در کوتاه مدت نا متقارن و در بلندمدت متقارن است.
۳. جهت علیت از مرغداری به خرده فروشی می باشد.

فصل دوم :

مروری بر مطالعات

مطالعات مربوط به انتقال قیمت

کوترومانیدس و همکاران (۲۰۰۸)^۴ در مطالعه خود به بررسی انتقال قیمت نا متقارن بین قیمت تولیدکننده و مصرف کننده در بخش چوب و نقش واردات آنها در یونان پرداختند و از تحلیل انباشتگی یوهانسون و دو مدل پویا (مدل تصحیح خطا و مدل خاص هنری (GETS)) استفاده کردند و نتایج حاصل از آزمون علیت گرنجر و مدل GETS وجود انتقال قیمت نامتقارن را در بازار چوب نشان داد. آنها نقش واردات را در تعیین قیمت های تولیدکننده بسیار حیاتی دانستند که بوسیله آزمون علیت گرنجر و تکنیک هم انباشتگی نیز تأیید شد.

ایل و وان کرامون (۲۰۰۸)^۵ در مطالعه ای دو مدل اقتصادسنجی بردار تصحیح خطای آستانه ای و بردار تصحیح خطای مارکوف - سوئیچینگ رامقایسه کردند. نتایج نشان داد هر مدل برای یک نوع مشخص از انتقال قیمت غیر خطی مناسب است و آزمون توضیح مونت کارلو برای بررسی کارایی تکنیک های تخمین دو مدل با داده های مشابه انجام شد. نتایج نشان داد هر دو مدل برای بررسی انتقال قیمت هنگامیکه خصوصیات با تئوری های اقتصادی مطابق است، مناسب است. این مقایسه بیشتر در مدل تصحیح خطای آستانه ای کاربرد دارد.

فرزانه طاهری و همکاران (۱۳۸۹) به بررسی ساختار بازار و انتقال قیمت در بازار جهانی ذرت با روش خود توضیح آستانه ای پرداختند. یافته های حاصل از آزمون انتقال قیمت برای دوره ۱۳۵۳-۱۳۸۴ نشان داد که انتقال قیمت از بازار جهانی به بازار داخلی در بلندمدت متقارن و

⁴. Koutroumanidis & Zafeiriou & Arabatzis

⁵. Ihle & Von Cramon-Taubadel