

## بررسی قدرت بازار و کارایی ناشی از تمرکز در بازار فروش

آذر شیخ‌زین‌الدین و محمد بخشوده\*

تاریخ دریافت: 1387/10/9 تاریخ پذیرش: 1388/3/4

### چکیده

گیری قدرت بازار و تعیین ساختار بازار ، همیشه از مباحث بسیار مهم و اساسی در زیرا متفاوت، اعم از رقابتی و غیررقابتی می‌تواند بر میزان تولید و قیمت محصولات مختلف تاثیر به‌سزایی داشته باشد. این تعیین ساختار بازار فروش محصول شده با استفاده از روش سازمان صنعتی تجربی نو (NEIO) گیری قدرت بازار و کارایی هزینه واحدهای کشتار دام استان فارس در این بازار کر . های مورد استفاده در این مقاله عبارت : قیمت لاشه‌ی گوسفند و گاو و گوساله در کشتارگاه، قیمت خ فروشی گوشت گوسفند و گاو و گوساله، شاخص قیمت دست‌مزد، شاخص قیمت انرژی و شاخص حمل . بر اساس نتایج ب آمده، صنعت کشتار دام در بازار فروش محصول فرآوری شده، از قدرت بازاری برخوردار بوده ( بازار برای واحدهای کشتار گوسفند و گاو و گوساله به ترتیب 0/893 0/751 می ) و دلالت بر این دارد که واحدهای فرآوری موجود در این صنعت می‌توانند محصول نهایی را از طریق تبانی با یک‌دیگر، با قیمت بالاتری عرضه کنند. از این رو، توصیه می‌شود تمرکز در این صنعت کاهش یابد.

L13 ,L11 ,D43 ,D21 ,C32 :JEL

کلید : قدرت بازار، کارایی هزینه، تمرکز، مدل NEIO

\* ترتیب دانشجوی اسبق کارشناسی ارشد دانشیار بخش اقتصاد کشاورزی دانشکده کشاورزی دانشگاه شیراز.  
e-mail: bakhshoodeh@gmail.com

به دلیل اعمال نکردن سیاست تنظیم بازار گوشت قرمز و نبود کنترل در بازارهای مصرف از سوی نهادهای دولتی و حتی غیردولتی، نوسان قیمت و در برخی مواقع کمبود این ماده بین بخشی از افزایش قیمت گوشت قرمز به علت رشد قیمت جهانی نهادهای تولید مانند جو رخ داده و بخش دیگری که منجر به افزایش قیمت گوشت قرمز شد، تنظیم اشتباه بازار داخلی است که به سیستم نادرست توزیع برمی . در واقع از این معامله هم تولیدکننده و هم مصرفکننده ضرر می کند. تولیدکننده گوشت تولیدی اش را زیر قیمت تمام شده می فروشد و ضرر می کند و مصرفکننده هم مجبور است گوشت را با قیمت بالایی خریداری کند و در نتیجه متضرر می ( کشاورزی، 1385).

تمرکز<sup>1</sup> یا چگونگی توزیع بازار بین بنگاه‌های مختلف دلالت بر آن دارد که چه میزان از کل تولیدات بازار یک محصول معین در اختیار تعداد معدودی از بنگاه گیری تمرکز در یک بازار و یا یک صنعت معین می‌بایست به تعداد بنگاه نسبی آنها توجه داشته باشیم. های یک صنعت کم صنعت متمرکزتر، و هر چه بازار غیر یک تر بین بنگاه‌ها تقسیم شده باشد تمرکز بیش (دیویس، 1980). تحلیل تمرکز بازار زمینه ارتباط عناصر ساختی و عمل کردی بازار را فراهم می‌آورد و با بررسی بازارها از این دیدگاه تر می‌توان علل بروز رفتارهای رقابتی و یا غیررقابتی را تشخیص داد.

<sup>2</sup> نزد یک یا چند بنگاه برتر را در بسیاری موارد می تمرکز و نکات ظریف و پیچیده دریافت (دیویس، 1980). بنابراین ایجاد تمرکز در صنعت توسط واحدهای تولیدی، می‌تواند منجر به انحراف قیمت محصول تولیدی شود. دیگر می‌توان گفت افزایش تمرکز منجر به ایجاد دو اثر قدرت بازار و کارایی هزینه می .

1-Market Concentration

2 -Market Power

## بررسی قدرت بازار و کارایی ناشی از تمرکز در ...

اقتصاددانان زیادی در زمینه ی ها و معیارهای محاسبه بازارها کوشیده‌اند که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به هیرشمن<sup>1</sup> (1964)، هرفیندال<sup>2</sup> (1950) (1951) (1951)<sup>3</sup> (1967)<sup>4</sup> اشاره کرد. وردهای این اقتصاددانان می‌هایی مانند شاخص نسبت تمرکز  $n$  یا  $n$  کشور، شاخص هرفیندال-هیرشمن<sup>5</sup> کی<sup>6</sup>، شاخص آنتروپی مرتبه<sup>7</sup> شاخص انحراف معیار لگاریتمی اشاره کرد که همگی حاصل تلاش‌های این اشخاص در بسط و توسعه مبانی نظری (خدادادکاشی و شهیکی 1384).

در ایران مطالعات کاربردی قابل توجهی درباره

. برخی از این مطالعات به ارزیابی درجه

بازارهای صادراتی پرداخته (حسینی، 1376؛ حسینی و پرمه، 1383؛ عزیزی، 1383 و شهیکی 1383). مطالعات دیگری بازار داخلی (بخش صنعت کشور) را مورد بررسی (خدادادکاشی، 1380؛ خدادادکاشی و دهقانی، 1384؛ ابونوری و سامانی پور، 1381؛ گرجی و ساداتیان، 1379 و بخشی، 1382). بیش

گیری تمرکز بازار در صنعت از روش نسبت تمرکز و شاخص هرفیندال استفاده شده

. پیش‌های صورت گرفته در زمینه های صنعتی به اقتصاددانان

گیری قدرت بازار در برخی از صنایع و بازارها کمک کرد ( 1985 1986

برسناهان و شمالنسی<sup>8</sup> 1987). های تجربی و اقتصادسنجی ق

رفتاری می‌باشد که با استفاده از این پارامترها می وضعیت رقابت صنعت، بحث

---

1 - Hirshman

2 - Herfindahl

3 - Adelman

4 - Shepherd

5- Herfindal Hirshman Index

6- Hannah-Key

7- Shannon

8 - Bresnahan and Schmalensee

کرد. این روش عنوان روش سازمان صنعتی تجربی نو<sup>1</sup> (NEIO) شناخته شده است که به برآورد مستقیم عمل کرد صنعت در جهت عوامل ساختاری می ( 1951<sup>2</sup> 1980). در این روش تشخیص، هدف برآورد انحراف قیمت از هزینه نهایی بر اساس روابط عرضه و تقاضا و تابع هزینه است ( 1979<sup>3</sup> 1982 1990<sup>4</sup> 1997<sup>5</sup> 1980<sup>6</sup> 1984<sup>7</sup>). انحراف قیمت از هزینه نهایی می زمانی که واحدها با صرفه اقتصادی یا دیگر صرفه جویی های هزینه عمل کنند (پال و موریسون<sup>8</sup> 2001).

(اثرات قیمتی)

کارایی هزینه (اثرات هزینه) روش سازمان صنعتی تجربی نو استفاده شده است. برای این که معادلات حاشیه قیمت-هزینه و تقاضای محصول فرآوری شده و یا اولیه (بسته به نوع معادله حاشیه) ( 1997 1988 1999؛ لیرون - 2001؛ هاتیرلی، 2000 هاتیرلی و همکاران 2006).

در بازار گوشت قرمز ایران، انتقال نامتقارن قیمت بین تولیدکننده ( )

(حسینی و قهرمان 1385). انتقال نامتقارن قیمت نه تنها به این دلیل اهمیت دارد که ممکن است بر شکاف موجود در نظریه های اقتصادی دلالت کند، بلکه وجود آن به عنوان شاهدهی از نارسایی بازار، در اهداف سیاسی نیز مورد توجه است. انتقال نامتقارن قیمت پدیده ای است که از رقابت ناقص ناشی می شود و این امر سبب تحمیل بار هزینه غیرمنصفانه بر دوش مصرف کنندگان می (حسینی و نیکوکار، 1385؛ حسینی و دوراندیش،

1- New Empirical Industrial Organization

2 - Scherer

3 - Appelbaum

4 - Azzam and Pagoulatos

5 - Deadhor and Sheldon

6 - Just and Chern

7 - Lopez

8 - Paul and Morrison

### بررسی قدرت بازار و کارایی ناشی از تمرکز در ...

1385). چنین صنعت کشتار دام و طیور با سهمی بیش از یک درصد از فروش بخش صنایع متمرکز محسوب می (خدادادکاشی، 1377). با توجه به اهمیت غذایی، چنین بالا بودن قیمت آن در بازارهای داخلی کشور نسبت به قیمت جهانی، به دلیل بازار رقابتی و ایجاد تمرکز در این صنعت توسط واحدهای تولیدی لازم است دلایل انحراف قیمتی آن معین (نهادوندیان و خدادادکاشی، 1379). بنابراین با توجه به شرایط یاد شده احتمال آن می رود که کشتارگاه

. از این رو آزمون قدرت بازار در بازار فروش

محصول فرآوری شده ضروری به نظر می زیرا ساختار رقابتی و یا غیررقابتی در هر صنعت می تواند رفتار قیمت گذاری را به میزان زیادی تحت تاثیر قرار دهد. پس این تعیین

این :

- 1- گیری تمرکز واحدهای کشتار دام استان فارس
- 2- گیری قدرت بازار در کشتارگاه
- 3- گیری اثر کارایی هزینه در کشتارگاه
- 4- کارهای مناسب بود وضعیت قیمت گوشت قرمز در استان فارس.

### روش تحقیق

در این قسمت روابط مربوط به مدل مورد بررسی که شامل معادلات تقاضا و حاشیه فروشی ، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در این مطالعه فرض شده که واحدهای تولیدی (کشتار دام) کالای همگن تولید می کنند. چنین فرآوری هر یک از واحدهای تولیدی با نسبت های ثابت بین نهاد ( ) ( ) مشخص می ( ) (1997). این واحدها برای تولید، نیازمند نهاد ( ) (نیروی کار، انر ) می باشد که

، در بازارهای رقابتی خریداری می . اما واحدهای تولیدی در بازار فروش محصول خود قیمت‌پذیر نیستند. هر یک از واحدها سعی در بیشینه‌سازی سود خود دارند، بنابراین تابع سود واحد  $\bar{A}$ م به صورت زیر می :

$$\Pi_i = P(Q).q_i - w.q_i - C(q_i, Z) \quad (1)$$

(1) قیمت خرده‌فروشی گوشت قرمز،  $W$  قیمت خرید دام زنده  $q_i$  تولید

$C_i$  هزینه  $Z$  بردار قیمت نهاده می .  
(2)  $q_i$  می

$$\frac{\partial \Pi_i}{\partial q_i} = P + \left(\frac{\partial P}{\partial Q}\right) \left(\frac{\partial Q}{\partial q_i}\right) q_i - w - c_i(q_i, Z) \quad (2)$$

$$(2) \quad c_i(q_i, Z) \text{ هزینه نهایی فرآوری می}$$

$$(3) \text{ حاصل می} \quad \frac{Q}{P}, \frac{P}{Q}$$

$$P + \frac{\partial P}{\partial Q} \cdot \frac{Q}{Q} \cdot \left(\frac{\partial Q}{\partial q_i}\right) \cdot P - w - c_i(q_i, Z) = 0 \quad (3)$$

(3) می (4) کاهش پیدا کند:

$$P + \left(\frac{q_i}{Q}\right) \cdot \left(\frac{P}{\eta}\right) (1 + \theta_i) - w - c_i(q_i, Z) = 0 \quad (4)$$

$$4 \quad \eta = \frac{\partial Q \cdot P}{\partial P \cdot Q} = \text{کشش قیمتی محصول و } \theta_i = 1 + \left(\frac{\partial \sum_{j \neq i}^N q_j}{q_i}\right) \text{ تغییرات انتظاری}^1$$

$\bar{A}$ م با توجه به تغییر تولید رقبا در پاسخ به تغییر در تولید واحد  $\bar{A}$ م می ، که  $\theta_i$  بین صفر (0) و یک (1) می . (0)

وجود ساختار رقابتی کامل و یک (1) بیانگر ساختار انحصار فروش (1997).

به پیروی از اعظم (1997) شکل تابع هزینه فرآوری، به صورت لئونتیف (1997) هاتیرلی و هم‌کاران، (2006) می :

$$C_i(q_i, Z) = q_i \sum_j \alpha_{ij} (z_i z_j)^{1/2} + q_i^2 \sum_i \beta_i z_i \quad (5)$$

بررسی قدرت بازار و کارایی ناشی از تمرکز در ...

با قرار دادن مشتق اول تابع هزینه  $q_i$  (4)، شرایط بهینه دست می‌آید: ((6))

$$P + \left(\frac{q_i}{Q}\right) \left(\frac{P}{\eta}\right) (1 + \theta_i) - w - \sum_i \sum_j \alpha_{ij} (z_i z_j)^{1/2} - 2q_i \sum_i \beta_i z_i = 0 \quad (6)$$

(6) در سهم هر یک از واحدها  $\left(\frac{q_i}{Q}\right)$  و جمع تمام واحدها به شرایط

بهینه صنعت می‌رسیم:

$$P + \sum \left(\frac{q_i}{Q}\right)^2 \left(\frac{P}{\eta}\right) (1 + \theta_i) - w - \sum_i \sum_j \alpha_{ij} (z_i z_j)^{1/2} - 2 \sum \left(\frac{q_i}{Q}\right)^2 Q \sum_i \beta_i z_i = 0 \quad (7)$$

با تقسیم معادله (7) و مرتب کردن آن، معادله حاشیه قیمت-هزینه

می :

$$\frac{P-w}{P} = -\left(\frac{H}{\eta}\right) (1 + \lambda) + \sum_i \sum_j \left(\frac{\alpha_{ij} (z_i z_j)^{1/2}}{P}\right) + 2HQ \sum_i \left(\frac{\beta_i z_i}{P}\right) \quad (8)$$

در صورتی که معادله (8) را باز کنیم، معادله (9) حاصل می :

$$\begin{aligned} \frac{P-w}{P} = & -\left(\frac{H}{\eta}\right) (1 + \lambda) + \alpha_{11} \left(\frac{z_1}{P}\right) + \alpha_{22} \left(\frac{z_2}{P}\right) + \alpha_{12} \left(\frac{(z_1 z_2)^{1/2}}{P}\right) + \alpha_{33} \left(\frac{z_3}{P}\right) \\ & + \beta_1 (2HQ) \left(\frac{z_1}{P}\right) + \beta_2 (2QH) \left(\frac{z_2}{P}\right) + \beta_3 (2QH) \left(\frac{z_3}{P}\right) \end{aligned} \quad (9)$$

$H = \sum_i \left(\frac{q_i}{Q}\right)^2$ ، بیانگر شاخص هرفیندال می  $\lambda^1$  متوسط وزنی تغییرات حدسی

$$z_3 \quad z_2 \quad z_1 \cdot \quad \text{که به وسیله} \quad \lambda = \frac{\sum_i (q_i^2 \cdot \theta_i)}{\sum_i (q_i)^2} \quad \text{حاصل می}$$

ترتیب شاخص دست و نقل در بخش صنعت است و چون فرض شده بین

نیروی کار و انرژی امکان جانشینی وجود دارد، نیز وارد مدل شده است.

(8) : گیری می‌کند و دو

عبارت آخر هزینه فرآوری نهایی را نشان می . (8) امکان آزمون فرضیه

قیمت‌پذیر بودن واحدهای فرآوری، در بازار محصول فرآوری شده را فراهم می .

$\theta_i = -1$  و بنابراین  $\lambda = -1$  باشد، حاشیه محصول فرآوری شده برابر با هزینه فرآوری نهایی است. در صورتی که این فرضیه رد شود، یعنی صنعت به صورت انحصار ه فعالیت می کند (هاتیرلی و هم کاران، 2006). در صورتی که از معادله (8) نسبت به شاخص هرفیندال مشتق بگیریم، اثر تمرکز روی حاشیه قیمت-هزینه حاصل می .

$$\frac{\partial \left[ \frac{P-w}{P} \right]}{\partial H} = -\left( \frac{1+\lambda}{\eta} \right) + 2Q \sum \beta_i \frac{z_i}{P} \quad (10)$$

(10)، عبارت اول اثر قدرت بازار و عبارت دوم اثر کارایی هزینه ر

می ( 1997؛ هاتیرلی و هم کاران، 2006).

در این مطالعه، تقاضا برای گوشت قرمز را تابعی از قیمت خرده فروشی گوشت ( $P_t$ )

ی یک  $(I)$  فروشی تقاضای گوشت ( $Q_{t-1}$ )

و قیمت کالای جانشین آن ( $P_{rs}$ )

قرمز به صورت زیر حاصل می :

$$\ln Q = \gamma_0 + \eta \ln P_t + \gamma_1 \ln I + \gamma_2 \ln Q_{t-1} + \gamma_3 \ln P_{rs} + \varepsilon_i \quad (11)$$

گیری قدرت بازار و کارایی هزینه در صنعت گوشت قرمز استان

1356-1383

این

مختلفی جمع . شاخص هرفیندال، اطلاعات مربوط به وزن

1383 1356

دام کشتار شده در کشتارگاه

آماري کشتار دام کشتارگاه های کشور (مرکز آمار ایران) .

شاخص هرفیندال به عنوان نماینده ای از میزان تمرکز در واحدهای کشتار

. قیمت دام زنده در دامداری، لاشه در کشتارگاه

و خرده فروشی گوشت گوسفند و گاو و گوساله از سال 1376 1386 از شرکت

پشتیبانی امور دام کل کشور برای استان فارس و از سال 1371 1384 برای کل

های قیمت در دس

1376

کشو



## بررسی قدرت بازار و کارایی ناشی از تمرکز در ...

های قیمتی دام زنده در دامداری، لاشه در کشتارگاه و خرده‌فروشی

آوری شده از بانک مرکزی جمهوری اسلامی

ایران از سال 1356 تا 1385 اطلاعات قیمتی موجود، قیمت

دام زنده در دامداری، لاشه در کشتارگاه و گوشت در قصابی محاسبه شد.

## نتایج و بحث

های مربوطه مشخص شد که جملات پسماند معادله

حاشیه فروشی و معادله بستگی دارند. چنین

نتایج حاصل از آزمون هاسمن نشان می‌دهد که در معادلات حاشیه فروشی و

تقاضای گوشت گوسفند اریب هم‌زمانی وجود ندارد. با توجه به نتایج آزمون هاسمن

معادلات حاشیه فروشی و تقاضای گوشت گوسفند به

(1)، نتایج برآورد معادلات حاشیه فروشی و تقاضای گوشت گوسفند را به

ظاهر نامرتبط نشان می‌دهد.

به منظور بررسی خودهم‌بستگی

(h) می

بنابراین با احتمال 95 بستگی وجود ندارد.

کشش قیمتی تقاضا ( $\eta$ ) -0/0499 می . بنابراین با افزایش قیمت

گوشت گوسفند مقدار تقاضای گوشت گوسفند کاهش می‌یابد. رتی که قیمت این

100 درصد افزایش یابد، مقدار تقاضای آن تنها 4/99 درصد کاهش می‌یابد.

به مقدار کشش قیمتی تقاضا این نتیجه حاصل می‌شود که واکنش کنندگان به تغییرات

قیمت این محصول ناچیز می‌باشد. بنابراین تنها با استفاده از ابزار قیمتی نمی‌

را کنترل کرد. چنین مقدار کشش درآمدی ( $\gamma_1$ ) 0/007 می . مقدار کشش درآمدی

نشان می‌دهد که گوشت گوسفند یک کالای نرمال و ضروری محسوب می‌شود.

## (1). برآورد سیستم معادلات حاشیه فروشی و تقاضای گوشت گوسفند

خطای معیار		خطای معیار		ضریب		حاشیه فروشی
	-0/94	$\lambda$		-0/95	$\lambda$	:
0/077	0/593*	$\alpha_0$	0/378	0/785*	$\alpha_{11}$	
0/253	-0/394*	$\alpha_{11}$	0/348	0/623*	$\alpha_{12}$	
0/708	0/87*	$\alpha_{12}$	0/425	-0/533*	$\alpha_{22}$	
0/322	-0/281	$\alpha_{22}$	0/1645	-0/304*	$\alpha_{33}$	
0/156	0/299*	$\alpha_{33}$	-0/000074	-0/000098*	$\beta_1$	
$3/24 \times 10^{-5}$	$-4/8 \times 10^{-5}$	$\beta_1$	-0/000036	-0/0000367	$\beta_2$	
$4/43 \times 10^{-5}$	$-5$	$\beta_2$	0/000084	0/000076	$\beta_3$	
$5/51 \times 10^{-5}$	$-2/33 \times 10$	$\beta_3$				
	$1/96 \times 10^{-5}$					
	1/62			1/6		دوربین واتسون
	0/37			0/39		$R^2$
1/301		$\gamma_0$				:
0/18	3/52*	$\eta$	2/002	5/774*	$\gamma_0$	
0/0044	-0/345*	$\gamma_1$	0/0078	-0/0499*	$\eta$	
0/142	0/0076*	$\gamma_2$	0/0032	0/007*	$\gamma_1$	
0/731	0/343*	$\gamma_3$	0/104	0/411*	$\gamma_2$	
	0/302		0/012	0/225*	$\gamma_3$	
	2/02			1/61		دوربین واتسون
	0/84			0/61		$R^2$
		0/751			0/893	:
		-0/125			-0/772	اثر کارایی هزینه:
		0/626			0/121	اثر کل:

یافته :

90

معنی\* :

کشش عادات مصرفی ( $\gamma_2$ ) 0/411 می . بنابراین مصرف کننده

ی کند . چنین

تقریب 0/4

تقاضای گوشت گوسفند، قیمت گوشت گاو و گوساله به عنوان کالای

### بررسی قدرت بازار و کارایی ناشی از تمرکز در ...

0/225 جانشین گوشت گوسفند وارد شد. مقدار کشتش متقاطع تقاضا ( $\gamma_3$ )

. علامت مثبت این پارامتر نشان می‌دهد که با افزایش قیمت گوشت

تقاضا برای گوشت گاو و گوساله افزایش می‌یابد. از این رو این دو کالا

جانشین هم محسوب می .

برآورد معادلات حاشیه فروشی و تقاضای گوشت گوسفند و بـ

دست آوردن ضریب شاخص هر فیندال و کشتش قیمتی تقاضای گوشت گوسفند،

مقدار متوسط وزنی تغییرات حدسی واحدها . مقدار متوسط وزنی

تغییرات حدسی واحدها معادل  $-0/95$  می . چون مقدار متوسط وزنی تغییرات

حدسی واحدها ( $\lambda$ ) به یک (1) نزدیک بنابراین واحدهای کشتار گوسفند

انتظار دارند تغییر در میزان تولید محصول نهایی شان، به وسیله واکنش رقبایشان

بر اساس نتایج برآورد سیستم معادلات حاشیه فروشی و تقاضای گوشت

گوسفند، اثر قدرت بازار در واحدهای کشتار گوسفند، در بازار فروش محصول

( )  $0/893$  برآورد شد که از نظر آماری معنی

می . بنابراین نتایج مطالعه اهمیت

گوسفند، در بازار فروش محصول فرآوری شده آشکار می . از این رو واحدهای

کشتار گوسفند در بازار فروش محصول فرآوری شده می‌توانند از این قدرت استفاده

کنند و محصول فرآوری شده را با قیمت بالاتری به خرده عرضه کنند.

بنابراین، واحدهای کشتار گوسفند در تعیین قیمت فروش گوشت گوسفند تاثیرگذار

. اثر کارایی هزینه در این واحدها  $-0/772$  . مقدار اثر کارایی هزینه

منفی بنابراین واحدها جویی در هزینه می .

کارایی هزینه محاسبه شد و مقدار آن معادل

0/121 . این نتیجه حاصل می د که

هزینه‌های ناشی از ایجاد قدرت بازار در اثر وجود تمرکز، بیش‌تر از منافع ایجاد شده

جویی در هزینه . از این رو این واحدها قادر به فر  
 خود با قیمت بالاتری به خرده . افزایش قیمت فروش محصول  
 فرآوری شده باعث تحمیل هزینه به مصرفکنندگان می .  
 متوسط وزنی تغییرات حدسی واحدها و اثر قدرت بازار این نتیجه به دست می آید  
 که هر چند شرایط بازار فروش محصول فرآوری شده به بازار رقابتی نزدیک  
 اما به دلیل وجود قدرت نزد واحدهای کشتار گوسفند، آن  
 خود را با قیمت بالاتری، از طریق تبانی با یکدیگر به بازار عرضه کنند.  
 های مربوطه برای معادلات حاشیه فروشی و معادله  
 . نتایج نشان می دهد که جملات پسماند معادله  
 حاشیه فروشی و معادله بستگی  
 . چنین بعد از انجام آزمون هاسمن نتیجه نشان داد که در این معادلات اریب  
 زمانی وجود ندارد. با توجه به نتایج آزمون هاسمن  
 حاشیه فروشی و تقاضای گوشت گاو و گوساله به طور هم  
 . (1)، نتایج برآورد معادلات  
 حاشیه فروشی و تقاضای گوشت گاو و گوساله را به طور هم  
 ظاهر نامرتبط نشان می .  
 (h )

0/391- می باشد، بنابراین با احتمال 95 بستگی

(1)، کشش قیمتی تقاضا برای گوشت گاو و گوساله (η) 0/345-

. چون قدر مطلق کشش قیمتی تقاضا کم تر از یک (1) می

0/0076

گوساله بی کشش . چنین کشش درآمدی (γ<sub>1</sub>)

می باشد، مقدار کشش درآمدی مثبت و کم تر از یک (1) از این

کالای نرمال و ضروری محسوب می . مقدار کشش عادات مصرفی نشان می دهد که

### بررسی قدرت بازار و کارایی ناشی از تمرکز در ...

کنندگان در زمان تصمیم‌گیری برای خرید گوشت گاو و گوساله، به میزان مصرف این کالا در سال گذشته نیز توجه می‌کنند. و گوساله، قیمت گوشت گوسفند به عنوان کالای جانشین گوشت گاو و گوساله وارد شد. مقدار کشش متقاطع تقاضا (۷۳) 0/302 . علامت مثبت این پارامتر نشان می‌دهد که با افزایش قیمت گوشت گوسفند، تقاضا برای گوشت گاو و گوساله افزایش می‌یابد از این رو این دو کالا جانشین هم محسوب می‌شوند. چنین مقدار متوسط تغییرات حدسی واحدهای کشتار گاو و گوساله -0/94 .

اثر قدرت بازار در این مطالعه برای واحدهای کشتار گاو و گوساله در زمان 0/751 می‌باشد. بنابراین بین مقدار حاشیه و میزان تمرکز رابطه دیگر وجود تمرکز در واحدهای کشتار گاو و گوساله منجر به ایجاد قدرت بازار می‌شود. این واحدها قادر به فروش محصول خود در قیمتی بالاتر به خرده‌فروشان می‌شوند. نتایج مطالعه اهمیت

فرآوری شده آشکار می‌کند. اثر کارایی هزینه در این واحدها معادل 0/125- می‌باشد. بنابراین کاهش تمرکز در این واحدها منجر به صرفه‌جویی در هزینه‌ها و کاهش هزینه‌های تولید می‌شود. میزان اثر خالص (0/626) می‌دهد که هزینه‌های ناشی از ایجاد قدرت بازار در اثر وجود تمرکز، بیش‌تر از منافع ایجاد شده در اثر جویی در هزینه به دیگر واحدهای کشتار گاو و گوساله و بنابراین ایجاد قدرت بازار برای این واحدها در بازار فروش محصول فرآوری شده، منجر به تحمیل هزینه به مصرف‌کنندگان می‌شود.

### نتیجه‌گیری و پیش

تصمیم‌گیری برای تقاضای گوشت قرمز بر اساس قیمت خرده‌فروشی گوشت قرمز، سطح درآمد، قیمت کالای جانشین و عادات مصرفی صورت می‌گیرد. تقاضا با افزایش

رمز افزایش می‌یابد این کالا در سبد کالاهای مصرفی جز کالای ضروری تلقی می‌گردد. افزون بر این، دو کالای گوشت گوسفند و گاو و گوساله جانشین هم محسوب می‌گردند.

نتایج مطالعه در بازار فروش محصول فرآوری شده برای واحدهای کشتار دام نشان می‌دهد که واحدهای کشتار دام

بوده و می‌توانند محصول نهایی را با قیمت بالاتری به خرده‌فروشان عرضه کنند و منجر به افزایش قیمت گوشت گوسفند و گاو و گوساله از طریق تبانی با یکدیگر. در این حالت اثر قدرت بازار بیش‌تر از اثر کارایی هزینه می‌باشد بنابراین اثر کل که از برآیند اثر قدرت بازار و اثر کارایی هزینه به وجود می‌آید مثبت بوده و بیانگر این امر می‌باشد که هزینه‌های ناشی از وجود قدرت بازار بیش از منافع حاصله از وجود کارایی هزینه و این امر منجر به ایجاد هزینه اجتماعی می‌گردد.

با توجه به نتایج این تنها بخشی از افزایش چشم‌گیر قیمت در بازار خرده‌فروشی ناشی از وجود قدرت بازار در واحدهای کشتار دام می‌باشد. از این رو افزایش قیمت گوشت قرمز در بازار متثر از عوامل دیگری نیز می‌باشد که بررسی آنها برای این منظور لازم است به موارد زیر توجه شود:

1- با توجه به این که حدود 40 درصد مردم کشور دچار فقر غذایی و سوء تغذیه (کشاورزی، 1385) هستند، لازم است با حمایت جدی از تولید محصولات دامی و افزایش پیمان و شیر مین غذا، سلامت مردم را که عامل توسعه اقتصادی کشور هستند، فراهم کرد.

2- ها باعث ایجاد مشکلات بسیاری برای دامداران شده است. دولت می‌تواند با تقویت تشکل‌های تولیدی (تشکل‌های صنفی تولیدکنندگان)، وظیفه‌گری را به تولیدکنندگان واقعی بسپارد تا این ترتیب ضمن موازنه همیشگی بازار توسط بخش خصوصی، واسطه‌ها را نیز حذف کند.

### بررسی قدرت بازار و کارایی ناشی از تمرکز در ...

3- صنعتی کردن کشتارگاه افزایش کارایی هزینه و بنابراین کاهش هزینه

تولید که منجر به کاهش قیمت گوشت قرمز می

4- ز ابزارهای قیمتی و غیرقیمتی سعی در کاهش قدرت بازار

واحدهای کشتار دام کنند این صورت منافع سیستم بازار به صورت عادلانه بین

تولیدکننده اولیه و واحدهای فرآوری توزیع

. و سامانی . (1381). برآورد پارامتریکی نسبت تمرکز صنایع در ایران.

بازرگانی 22: 98-128.

بخشی، ل. (1382). گیری تمرکز در صنعت سیمان ایران. بازرگانی 26:

75-96.

حسینی، م. (1376). ساختار بازار جهانی پسته و ضربه‌پذیری بازار پسته ایران.

های بازرگانی، سمینار کرما . 299-449.

حسینی، م. . (1383). ساختار بازار جهانی فرش دستباف. بازرگانی

32: 83-114.

حسینی، ص. . (1385). تعدیل نامتقارن و انتقال قیمت در بازار گوشت قرمز

ایران. اقتصاد کشاورزی و توسعه 53: 1-22.

حسینی، ص. و دوران‌دیش، ا. (1385). الگوی تحلیل رفتار انتقال قیمتی پسته ایران در بازار

جهانی. علوم کشاورزی ایران 37(1): 153-145.

حسینی، ص. و نیکوکار، ا. (1385). بررسی نحوه انتقال قیمت در بازار گوشت مرغ ایران و

اثر آن بر حاشیه . علوم کشاورزی ایران 37(1): 1-9.

خدادادکاشی. . (1377). کرد بازار: نظریه و کاربرد آن در بخش صنعت ایران.

های بازرگانی

خدادادکاشی، ف. (1380). برآورد هزینه اجتماعی انحصار در بخش صنعت ایران.

بازرگانی 21: 83-116.

- خدادادکاشی، ف. و دهقانی. (1384). تبلیغات و تمرکز در بازارهای صنعتی ایران. اقتصاد و مدیریت 27: 25-37.
- خدادادکاشی، ف. و شهیکی. (1384). رقابت در بازارهای جهانی کالاهای منتخب سنتی و کشاورزی. کشاورزی و توسعه 51: 135-164.
- . و شهیکی. (1383). بررسی ساختار بازارهای صنعتی صادراتی کالاهای بازرگانی 63-32.
- عزیزی، م. (1383). بررسی ساختار بازار جهانی زعفران. بازرگانی.
- گرچی، ا. و ساداتیان، م. (1379). بازار یخچال خانگی در ایران. بازرگانی 16: 85-112.
- مرکز آمار ایران، بانک اطلاعاتی مرکز آمار ایران، تهران.
- نهادندیان. و خدادادکاشی. (1379). ارزیابی قدرت و حجم فعالیت های بازرگانی اقتصاد ایران.
- وزارت جهاد کشاورزی. (1385). سایت [www.agri-jahad.org](http://www.agri-jahad.org).
- Adelman, M. (1951). The Measurement of Industrial Concentration. *Review of Economics and Statistics*, 33: 296-305.
- Appelbaum, E. (1979). Testing the Price Taking Behavior. *Journal of Econometrics*, 9: 283-294.
- Azzam, A. M. (1997). Measuring Market Power and Cost Efficiency Effects of Industrial Concentration. *Journal of Industrial Economics*, 45(4): 377-386.
- Azzam, A. M. and Pagoulatos, E. (1990). Testing Oligopolistic and Oligopsonistic Behavior: An Application to the use Meat-Packing Industry". *Journal of Agricultural Economics*, 41: 362-370.
- Bain, J. S. (1951). Relation of Profit Rate to Industry Concentration: American Manufacturing, 1936-40, *Quarterly Journal of Economics*, 65: 293-324.
- Bresnahan, T. F. and Schmalensee, R. (1987). The Empirical Renaissance in Industrial Economics, An Overview. *Journal of Industrial Economics*, 35(84): 371-378.
- Davies, S. W. (1980). Measuring Industrial Concentration: An Alternative Approach. *Review of Economics and Statistics*, 62: 306-309.



- Deadhor, S. Y., and Sheldon, I. M. (1997). Market Power in the World Market for Soymeal Exports. *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 22(1): 78-86.
- Hatirli, S. A. (2000). A Measurement of Market Power and/or Cost Efficiency in the US Frozen and Potato Chips Sub-Sector. Ph. D. Dissertation, *The Ohio State University*, USA.
- Hatirli, S. A., Ozkan, B., Jones<sup>C</sup>, E. and Aktas, A. R. (2006). Application of Measuring Market Power and Cost Efficiency in the Milk Sub-Sector in Turkey Compared to Other European Countries. *Trends in Food Science and Technology*, 17: 367-372.
- Herfindahl, O. C. (1950). Concentration in the US Steel Industry. Ph. D. Thesis, *Columbia University*.
- Hirshman, A. O. (1964). The Paternity of an Index. *American Economic Review*, 54: 761-762.
- Just, R. E. and Chern, W. S. (1980). Tomatoes, Technology and Oligopsony. *The Bell Journal of Economics*, 16: 189-211.
- Liron-Espana, C. (2001). Market Power and Efficiency Impacts of Concentration: Evidence from U.S. Manufacturing. Ph. D. Dissertation, University of Connecticut.
- Lopez, R. E. (1984). Measuring Oligopoly Power and Production Responses of the Canadian Food Processing Industry. *Journal of Agricultural Economics*, 35: 219-230.
- Mello, M. and Brandao, A. (1999). Measuring the Market Power of the Portugues Milk Industry. *International Journal of the Economics of Business*, 6(2): 209-222.
- Paul, C. and Morrison, J. (2001b). Cost Economies: A Driving Force for Consolidation and Concentration. February, Preliminary Draft.
- Porter, R. H. (1985). On the Incidence and Duration of Price Wars. *Journal of Industrial Economics*, 33: 415-425.
- Scherer, F. M. (1980). Industrial Market Structure and Economic Performance (2<sup>nd</sup> ed.). Chicago, IL: Rand McNally.
- Schroeter, J. R. (1988). Estimating the Degree of Market Power in the Beef Packing Industry. *Review of Economics and Statistics*, 70: 158-162.
- Shepherd, W. G. (1967). What Does the Survivor Technique Show about Economics of Scales. *Southern Economic Journal*, 34: 113-122.
- Suslow, V. (1986). Estimating Monopoly Behavior with Competitive Recycling: An Application to Alcoa, *Rand Journal of Economics*, 17: 389-403.