الگوی تجربی واکنش عرضه نسبت به هزینه‌های مبادله (مطالعه موردنی: تولید کننده برنج)

سید صدر حسینی، محمد قربانی، محمد خالدی و ابراهیم حسن‌پور

(تاریخ دریافت: ۱۳۸۷/۱۱/۲۷; تاریخ پذیرش: ۱۳۸۸/۰۵/۱۰)

چکیده

در این مقاله آثار هزینه‌های مبادله بر واکنش عرضه تولید کننده برنج مورد بررسی قرار گرفته است. رفتار تولید کننده برنج به گونه‌ای است که برعکس از آن پایه‌گذاری نموده‌اند. تولید کننده برنج تا حدی متفاوتی نسبت به تولید برنج داشته باشد. اطلاعاتی که کاربر را در تحقیق از یک نمونه ۲۰۰ تولید کننده برنج استان مازندران در سال ۱۳۸۷ به دست آمده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که هزینه‌های مبادله هم از طریق تأثیر برگذاری مشتریان در درآمدهای تولید برنج، تغییرات این هزینه‌ها از طریق تأثیر گذاری بر مشتریان بر اثر بردهای تولید کننده برنج اثر گذاری است. پیشنهاد می‌شود که از سیاست‌های کاهش هزینه‌های مبادله به عنوان فکری برای سیاست‌های حمایت می‌تواند بر واکنش عرضه استفاده شود.

واژه‌های کلیدی: هزینه‌های مبادله، تا حدی، واکنش عرضه، آستانه عرضه، برنج

مقدمه

برآورد الگوسازی تجربی واکنش عرضه کشاورزان نسبت به هزینه‌های مبادله در دو دهه گذشته مورد توجه اقتصاددانان کشاورزی قرار داشته است (۱ و ۲). این برآوردها، برای پیش‌بینی آثار سیاست‌گذاری‌ها بر تولید محصولات کشاورزی ضروری می‌باشد. با توجه به پیچیدگی‌های نظری و تجربی وارد نمودن هزینه‌های مبادله در الگوهای اقتصادی رفتار تولید کننده برنج در کشاورزی در حال توسعه مطالعات تجربی کمتری صورت یافته است. دلیل این امر آن است که الگوهای مورد استفاده، ساختاری را که در آن تصمیم‌گیری

1. به ترتیب دانش‌پژوهان و دانشجویان سابق دکتری اقتصاد کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تهران، کرگدان، کلیس، انتخاب‌کننده‌ی کشاورزی، دانشگاه فردوسی مشهد

hosseini_safdar@yahoo.com

* مسئول مکاتبات، پست الکترونیکی:
هیچ‌های ماده، هری‌های انجام مادلات بی‌هیچ‌های
غيریستیم ولی هستند (11). اصولاً در ادبیات هری‌های مادله،
تعیین مشخصات و محدودیت هری‌های مادله وجود ندارد،
اما پژوهشگران این هری‌ها را به دست هری‌های مادله
(Fixed and proportional transaction costs)
تایب و متعییر (policing and forcement costs)
تقسیم نموده‌اند. هری‌های مادله تایب ارتباطی با حجم
نداشته و شامل هری‌های جستجو و کسب اطلاعات
(search and information costs)
هری‌های مذاکره و تضمین‌گیری و
(حوزه‌های پیگیری و)
(بیانیه) اقتصادی (price band)
سوسیالیست‌های مادله متعییر مشأم از مقدار داد و سنت
بوده شامل هری‌های حمل و نقل و اطلاعات ناقص می‌باشد.
هری‌های مادله متعییر موجب نگری مجبول مورد بازخوانی و
دریافتی توسط خریداران و فروشنده‌گان می‌شود. در تجربه این
امرا، یک یک پیشنهاد (پیشنهاد)
ایجاد می‌شود که در آن
خیرد یا فروش محسوس برای بعضی از خوارمان مطلوب
تیست.
یکی از کاربردهای هری‌های مادله متعییر در واکنش عرضه
این است که سیاست‌هایی که اثر متفاوتی بر هری‌های مادله
متغیری فروشنده‌گان و خریداران می‌گذارند، منجر به واکنش
تولیدی متفاوت از این نگره موش‌ها. از کاربردهای
هری‌های مادله تایب در واکنش عرضه نیز می‌توان به این
کاربردهای هری‌های مادله متعییر در واکنش عرضه
می‌توان گفته شد که بازار این راهکاری
انی هری‌ها یا مشترکان زارعی در بازار اشته نمود که موجب
تغییر رفتار آنها از خودکاری به مشترکون با بالعکس می‌شود. در
تیب، در صورت وجود هری‌های مادله تایب، مقدار کسح
قیمتی به‌بینه تعادل خوارمان‌ها که بزار را تکرک در وارد آن
می‌شود و به‌بینه به‌بینه تغییر تولید آنها در هنگام تغییر رفتار
نسبت به بزار متقاوت خواهد یافت، عرضه‌ی یک خوارمان خودکافی
کامل‌ با کسب تایب است، مگر که هری تا تغییر به‌بینه ناشد
که را بر عهده خریداری یا فروشنده وارد بزار کند. بنابراین، در
صورت عدم توجه به کسب تایب‌هایی عرضه خوارمان‌ها خودکافی
واکنش قیمتی عرضه کمتر از حد واقعی برآورده خواهد شد.

240
تیجه گرفته که پایین بودن سطح تخصص در یک فعالیت به دلیل بودن بیمار هزینه‌های مبادله می‌باشد.

کی و همکاران (۶) اکتش عرضه زارعین‌گذاری مکرریکی را با در نظر گرفتن هزینه‌های مبادله نتیجه و مصرف‌محاسبه نموده‌اند. آنها نشان داده‌اند که با کاهش مصرف هزینه‌های مبادله نتیجه و فعالیت‌های اقتصادی بیشتر شده است. با یک موشک هزینه‌های مبادله که در یک مرحله گزارش یافته شده است، در اکتش عرضه نتیجه و مصرف‌محاسب نموده‌اند. آنها نشان داده‌اند که با کاهش مصرف هزینه‌های مبادله نتیجه و فعالیت‌های اقتصادی بیشتر شده است.

به یک توجه به اهمیت بایلی برای رفع از اختلالات کشاورزی ایران، حفاظتی بایلی بازاریابی، آن مکان خودرسی آن، محدود بودن کشت آن به مناطق خاصی از کشور و وجود محدودیت‌های متعدد برای این، مطالعه حاضر به بررسی و اکتش عرضه تولید واریانس آن محصول نسبت به هزینه‌های مبادله پرداخته است. در این تحقیق سعی در وضعیت استفاده با چک نمونه ۲۳۶ مشاهده کننده از زراعت شالیکار، آثار هزینه‌های مبادله برمی‌تواند زراعت ارزیابی گردد. در الگوی سیستم استفاده، توصیم به حضور در بازار و میزان تولید به طور همزمان با یک می‌شود. این الگو مکان‌ها که نقش هزینه‌های مبادله نتیجه و متغیر در واکنش عرضه نشان داده است. در قسمت بعدی این الگو تشریح شده است.

مواد و روش‌ها

در تحقیق حاضر، به منظور ارزیابی آثار هزینه‌های مبادله در واکنش عرضه تولید کننده‌های برنج ایران از الگوی کی و همکاران (۶) استفاده‌بینان برای گزارش کاملاً از هزینه‌های مبادله دانش‌پژوهان، به عبارت دیگر، این راهنما می‌تواند به صورت بایلی بررسی فیشی را برای شناسایی سیستم‌های کشاورزی در این کشورها فعالیت آور (۷).

شناخت اثرات واقعی تغییر فرم‌ها بر واکنش زارعین در این الگوی سیستم‌های کشاورزی در این کشورها.
عبارت است چنین تابعی از

\[
Q^S_i = q(p^S_i, z_i)
\]

که در آن \( Q^S_i \) به ترتیب آستانه‌های فروش و خرید و \( p_i \) به عبارت ماهر محصول است. با توجه به مقادیر آستانه‌های خرید و خروج بدون توجه به عبارت ماهر محصول، تابع عرضه خانواده به صورت زیر خواهد بود:

\[
Q^S_i = q(p^m - t^b_i, z_i)
\]

که در آن \( Q^S_i \) به ترتیب آستانه‌های فروش و خرید و \( p_i \) به عبارت ماهر محصول است. با توجه به مقادیر آستانه‌های خرید و خروج بدون توجه به عبارت ماهر محصول، تابع عرضه خانواده به صورت زیر خواهد بود:

\[
Q^S_i = q(p^m - t^b_i, z_i)
\]

که در آن \( Q^S_i \) به ترتیب آستانه‌های فروش و خرید و \( p_i \) به عبارت ماهر محصول است. با توجه به مقادیر آستانه‌های خرید و خروج بدون توجه به عبارت ماهر محصول، تابع عرضه خانواده به صورت زیر خواهد بود:

\[
Q^S_i = q(p^m - t^b_i, z_i)
\]

که در آن \( Q^S_i \) به ترتیب آستانه‌های فروش و خرید و \( p_i \) به عبارت ماهر محصول است. با توجه به مقادیر آستانه‌های خرید و خروج بدون توجه به عبارت ماهر محصول، تابع عرضه خانواده به صورت زیر خواهد بود:

\[
Q^S_i = q(p^m - t^b_i, z_i)
\]

که در آن \( Q^S_i \) به ترتیب آستانه‌های فروش و خرید و \( p_i \) به عبارت ماهر محصول است. با توجه به مقادیر آستانه‌های خرید و خروج بدون توجه به عبارت ماهر محصول، تابع عرضه خانواده به صورت زیر خواهد بود:

\[
Q^S_i = q(p^m - t^b_i, z_i)
\]
کامل این رابطه در مقاله کی و همکاران (7) آمده است.


de(\frac{E}{p^*}) = \theta^2 \left[ \frac{e(E_p^*)}{p^*} \right] + \theta^2 \left[ \frac{e(E_{q^*}^*)}{p^*} \right] + \theta^2 \left[ \frac{e(E_{q^*}^*)}{p^*} \right]

که در آن \(\theta\), \(\theta^2\) و \(\theta^2\) به ترتیب مهم‌ترین انظار یک فروش‌نده، خریدار یک خودکفا از کل تولید محصول می‌باشد. این رابطه‌ای در مورد تغییر قیمت خرید و فروش وجود دارد. اگر \(e(E_{p^*}^*)\) نیز وجود دارد، اگر قیمت‌های خرید و فروش هم‌زمان به یکی نسبت تغییر کند، در آن صورت و استک عرضه مورد انظار با رابطه زیر به دست آورده:

de(E_{p^*}) = e(E_{p^*}^*) + e(E_{q^*}^*)

همان‌گونه که رابطه بالا نشان می‌دهد، اگر یک سیاست حمایت قیمت‌های نسبی برای نماینده، خرید و فروش برجای بگردد، و آنچه تولید مدل‌ها به‌صورت جکشن‌هایی قیمت خرید و فروش‌های مربوط به آن شکل‌زمانی باعث می‌شود که تولید، خریدار و خودکفا زاری به قیمت‌ها ایجاد به صورت تغییر در رفتار نسبت به بازار ظروف می‌کند و در نهایت با توجه به این که زاری خودکفا، خریدار یا خودکفا با فیزیک می‌پندید و را تغییر خواهد داد.

روش براورد و داده‌ها

الگوی‌های ارزش‌شده در پیش چل، از نوع مدل‌های رگرسیون یا مدل‌های با متغیر (Discrete Regression Models) و یا مدل‌های حدود شده (Limited Dependent Variable Models) می‌باشند. (7) در این مدل‌ها چگونگی متغیرهای وابسته از نوع متغیرهای سنگین است که برای این شده می‌باشد: این آنها مدل‌های با متغیر وابسته سنگین شده با بریدن شده اطلاعات می‌گردد. نکته که از مدل‌های اقتصادی مشابه‌تر از مدل‌های سنگین شده می‌باشد که در آن آسان‌تر مقدار ناپیوست و قابل مشاهده (مثلاً با عدد ثابت) می‌باشد. تفاوت الگوی رگرسیون با آسان‌تر سنسور شده تصادفی غیر قابل مشاهده (که در مطالعه‌ها)

	\[ \begin{align*}
q^*_{i} &= \beta_{0} + \beta_{1} x_{i} + \epsilon_{i} \\
q^*_{j} &= \beta_{2} + \beta_{3} y_{j} + \epsilon_{j}
\end{align*} \]

که در آن \(\beta_{0}\) و \(\beta_{1}\) به ترتیب‌ترین خریدار و فروش‌نده به برداشت خودکفا می‌باشد. این انظار به‌طور مبسط به شدت قابل مشاهده و در نهایت با توجه به آن که زاری خودکفا، خریدار یا خودکفا با فیزیک می‌پندید و را تغییر خواهد داد.

توییبی که در مدل‌های اقتصادی مشابه سنسور شده می‌باشد که در آن آسان‌تر مقدار ناپیوست و قابل مشاهده (مثلاً با عدد ثابت) می‌باشد. تفاوت الگوی رگرسیون با آسان‌تر سنسور شده تصادفی غیر قابل مشاهده (که در مطالعه‌ها)
پیام انتخابی (Selectivity model)
جدول 1. متغیرهای استفاده‌شده در اگوهای اقتصادسنجی

<table>
<thead>
<tr>
<th>شرح متغیر</th>
<th>واحد اندازه‌گیری</th>
<th>فروش‌بازار</th>
<th>خرید‌بازار</th>
<th>خودگفتاران</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>عضویت در تشكل‌ها و سازمان‌های کشاورزی</td>
<td>0/1 خیر</td>
<td>0/65</td>
<td>0/75</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>اطلاع از قیمت‌های بازار</td>
<td>0/1 خیر</td>
<td>0/51</td>
<td>0/63</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>وضعیت جاده</td>
<td>0/11</td>
<td>0/19</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>کیلومتر</td>
<td>0/26</td>
<td>0/26</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>اندازه‌گیری اطلاع از تفاوت کیفیت اخبار برخی</td>
<td>0/1 خیر</td>
<td>0/38</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>داشتن وانت</td>
<td>0/14</td>
<td>0/20</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>تحصیلات زراعی</td>
<td>2/96</td>
<td>2/96</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>سن زراع</td>
<td>5/0</td>
<td>5/0</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>شغل اصلی زراعی</td>
<td>0/2</td>
<td>0/2</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>کل زمین کشاورز</td>
<td>0/85</td>
<td>0/85</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>شاخص دارایی‌های کشاورزی</td>
<td>0/81</td>
<td>0/81</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>کشاورزی</td>
<td>0/5</td>
<td>0/5</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>هفته‌زبان</td>
<td>1/93</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>-</td>
<td>3/33</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>برداشت مکانیزه‌ای</td>
<td>0/63</td>
<td>0/63</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>برداشت غیرمکانیزه‌ای</td>
<td>0/39</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>خرید</td>
<td>0/11</td>
<td>0/11</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>سال</td>
<td>4/59</td>
<td>4/59</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>ریال</td>
<td>2/58</td>
<td>2/58</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>تعداد</td>
<td>18/68</td>
<td>18/68</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>تعیین</td>
<td>0/03</td>
<td>0/03</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>تعداد افراد خانوار</td>
<td>5/49</td>
<td>5/49</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

نتایج و بحث

بررسی داده‌های تحلیلی که 60 درصد شاخص‌های در همه مورد مطالعه به عنوان فروش‌بازار و 15 درصد آن‌ها به عنوان خریدار برخی از اطلاعات شرایط بازار و ثبات را در گروه‌های مختلف متغیرهای نمونه و واحدهای مربوط به گروه‌های مختلف تولید کنندگان در جدول 1 بررسی شده است. شش متغیر نخست در جدول 1 به عنوان شاخص‌های اصلی مؤثر بر ۳۰۰۰۰۰ هزینه ماده‌ای و بقیه متغیرها به عنوان عوامل غیرقابل‌توجه مورد بررسی و بررسی تولید و محصولات در اگوهای اقتصادسنجی (تولید و آستانه خرید و فروش) در نظر گرفته شدند.

مرحله اول: تعدادی از شرکات‌های استان مازندران بهطور تصادفی انتخاب گردید. شرکت‌های انتخاب شده برای نمودن ما آماده بود. برای انتخاب و پایداری مورد مطالعه، مرحله دوم: با توجه به این که گروه هدف مورد جهت اجرای انتخاب تولید کنندگان برخی طرح‌های تولید و استاندارد سالانه و تعداد افراد خانوار درآمد استفاده شد.

مرحله سوم: در این مرحله تعدادی از این روستاها را به‌طور تصادفی انتخاب نمودیم.

مرحله چهارم: از روستاهای انتخاب شده تولید کنندگان طرح را به‌طور تصادفی انتخاب نموده و سپس داده‌هایی از طریق طرح پرسشنامه و مصاحبه‌های گزارشی گردید.

در هر گروه گفتار دوم دریافت شده بود که در این‌جا نتایج بدست‌آمده از تحقیق حاضر ارائه شده است.
دیگر، هزینه‌های مبادله متغیر تولید را تحت تأثیر قرار داده و بر آستانه تولید تأثیر ندارد. به این جهت، متغیرهای مؤثر بر هزینه‌های مبادله در تابع تولید به عنوان متغیرهای مؤثر بر هزینه‌های مبادله متغیر و در تابع آستانه تولید به عنوان عوامل مؤثر بر هزینه‌های مبادله تأثیر می‌شوند. با توجه به این که افزایش هزینه‌های مبادله تأثیر منجر به افزایش آستانه تولید فروشنشانگان می‌گردد، مثبت بودن ضرایب مربوط به متغیرهای بادشده به فهمه ارتباط مستقیم آنها به هزینه‌های مبادله تأثیت خردیان است.

افزایش هزینه‌های مبادله متغیر تولید به افزایش قیمت خردیان و در تابع افزایش تولید می‌گردد. در تابع، مثبت بودن ضرایب متغیرهای مربوط به هزینه‌های مبادله متغیر بدنی به فهمه می‌باشد. که متغیر مربوط به هزینه‌های مبادله تأثیر دارد. با توجه به این که خردیان تأثیر بر هزینه‌های مبادله تأثیت خردیان دارد. عکس این حالته در مورد فروشندگان صادق می‌باشد.

پرستی اثر هزینه‌های مبادله بر کنش عرضه برنج

شالیکان، توان عرضه و آستانه عرضه تولیدکننده‌ها عوامل در بررسی تأثیر بازار و وضعیت 

در آستانه خرد، اطلاعاتی از قیمت‌های بارز و وضعیت 

جایه‌ای متغیر بر آستانه تولید خردیان می‌گردد. عوامل این 

نیت‌بندی آن است که آگاهی از قیمت‌های بارز و مناسب بودن 

وضعیت جایه باعث کاهش هزینه‌های مبادله تأثیر برای 

خردیان شده است. مشابه فروشندگان، داشتن وانت در اینجا نیز 

اگر مستقیم و هزینه‌های مبادله تأثیر دارد و ضریب حاصله 

معنی دار نمی‌باشد.

همان‌گونه که در مباحث نظری مشخص شد، اگر متغیرهای 

غیرتیمی مؤثر بر تولید و صرف از قبل قابل پیش‌بینی 

نیست باشند، نشانه‌ای از تفسیر ضرایب متغیرهای به‌دست 

خودرویی می‌شود. نتایج حاصل از برآورد نتایج عرضه برای 

خارج‌وینگ خودکافی نشان می‌دهد که شاخص مکانیکی‌سازی و
جدول 2: نتایج برآورده توابع عرضه و آستانه عرضه برای های خانواده شالیکار

<table>
<thead>
<tr>
<th>متغیرها</th>
<th>عرضه فروشگاه (9)</th>
<th>معادله آستانه خریداران (8)</th>
<th>معادله عرضه خرید (10)</th>
<th>معادله آخرین خریداران (11)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ضریب</td>
<td>آماده</td>
<td>ضریب</td>
<td>آماده</td>
<td>ضریب</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>0/02</strong></td>
<td>0/01</td>
<td>0/04</td>
<td><strong>1/8</strong></td>
<td>0/05</td>
</tr>
<tr>
<td>1/96</td>
<td>0/97</td>
<td>1/98</td>
<td>0/99</td>
<td>1/00</td>
</tr>
<tr>
<td>1/86</td>
<td>0/87</td>
<td>1/88</td>
<td>0/89</td>
<td>1/90</td>
</tr>
<tr>
<td>2/74</td>
<td>2/75</td>
<td>2/76</td>
<td>2/77</td>
<td>2/78</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>0/8</strong></td>
<td>0/9</td>
<td>1/0</td>
<td>1/1</td>
<td>1/2</td>
</tr>
<tr>
<td>0/4</td>
<td>0/5</td>
<td>0/6</td>
<td>0/7</td>
<td>0/8</td>
</tr>
<tr>
<td>0/3</td>
<td>0/4</td>
<td>0/5</td>
<td>0/6</td>
<td>0/7</td>
</tr>
<tr>
<td>0/2</td>
<td>0/3</td>
<td>0/4</td>
<td>0/5</td>
<td>0/6</td>
</tr>
<tr>
<td>0/1</td>
<td>0/2</td>
<td>0/3</td>
<td>0/4</td>
<td>0/5</td>
</tr>
</tbody>
</table>

عوامل مؤثر بر عرضه (يرک)

- تحصیلات زراعی
- سن زراعی
- شغل اصلی
- گروه خاص
- شاخص دارایی های خانوار
- شاخص مکانیسم
- بهره‌گیری از تسهیلات
- درآمد سالنامه خانوار
- تعداد آزاد خانواده
- ضریب ثابت

*لگاریتم تابع راست‌نمایی

**غیره عناصرهای تحقیق (4): علامت سطح معنی‌داری 10/ و پایین‌تر; 0 *** علامت سطح معنی‌داری 1/ و پایین‌تر می‌باشد.

متأسفانه نمودار و تحقیقات مورد نظر در این صفحه قابل مشاهده نمی‌باشد.
جدول 3. نتایج مربوط به برآورد واکنش ضعف به تکثیف اجزای مربوطه

<table>
<thead>
<tr>
<th>شرح</th>
<th>درصد تغییر در قیمت خراب</th>
<th>درصد تغییر در قیمت فروش</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>کشش مورد انتظار فروش‌گذاری از کل تولید</td>
<td>0/61</td>
<td>0/61</td>
</tr>
<tr>
<td>کشش احتمال فروش نسبت به تغییر قیمت</td>
<td>0/36</td>
<td>0/71</td>
</tr>
<tr>
<td>کشش ضررع به شرط خروج‌دادن بودن</td>
<td>1/09</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>کشش مورد انتظار خروج‌دادان از کل تولید</td>
<td>0/10</td>
<td>0/15</td>
</tr>
<tr>
<td>کشش احتمال خروج نسبت به تغییر قیمت</td>
<td>0/072</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>کشش ضررع به شرط خروج‌دادن بودن</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
</tr>
</tbody>
</table>

با استفاده از پارامترهای برآورد شده و با استفاده از روابط مربوط به برآورد کشش ضعف در حقیقت چارک، مدل‌ها اقتام به برآورد کشش ضعف با در نظر گرفتن هژیه‌های ثابت و میانگین دیگر برای استاد است. نتایج این برآوردها در جدول 3 ارائه شده است.

<table>
<thead>
<tr>
<th>شرح</th>
<th>درصد تغییر در قیمت خراب</th>
<th>درصد تغییر در قیمت فروش</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>کشش ضررع نسبت به تغییر یکسان در قیمت خراب و فروش</td>
<td>0/61</td>
<td>0/61</td>
</tr>
</tbody>
</table>

درصدی به تهیه‌الات تأثیر مثبت بر میزان تولید شالیکاران

خودکفا، داشته است، علاوه بر این، تولید خانوادهای خودکفایی که شغل اصلی آنها کشاورزی است، با پایین‌تر می‌باشد. به عبارت دیگر تولید کنندهان خودکفا تناها، به تولید برای مصرف خود بوده و به دلیل وجود هزینه‌های مبادله انگیزهای برای افزایش تولید و حضور در بازار ندارند.

این میزان 61 درصد می‌باشد. این سهم برای خانواده‌های خودکفا و خریدار به ترتیب 29 و 10 درصد می‌باشد. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده در ارتباط با کشش ضررع به وجود هزینه‌های مبادله، یک درصد افزایش در قیمت فروش احتمال آین در کنار خارج از عوامل خروج‌دادن وارد بزار و درصد افزایش و احتمال خریدار با خودکفا بودن تولید‌کننده را به میزان 62/0 درصد کاهش خواهد داد. از طرف دیگر، افزایش یک درصدی قیمت خرید، میانگین احتمال خروج‌دادن، که درصد افزایش و احتمال خریدار بودن خانواده به طور متوسط به میزان 62/6 درصد کاهش خواهد یافت.

این درصد افزایش قیمت فروش نسبت به تولید خروج‌دادن را به طور متوسط به میزان 62/6 درصد افزایش می‌دهد. از سوی دیگر، افزایش یک درصدی قیمت خرید منجر به افزایش تولید مورد انتظار خروج‌دادن از کل تولید بیشترین مقدار بوده و برادر

**میزان تولید شالیکاران**

*دسترسی به تسهیلات تأثیر مثبت بر میزان تولید شالیکاران*
گلی تجاری و اکتشف عرضه نسبت به هزینه‌های ماده‌ای:

خیابان به میزان ۸۰۷۹ درصد می‌گردد. اگر خالص افزایش قیمت فروش، افزایش محصول به میزان ۵۳/۴ درصد می‌باشد. بنابراین، می‌توان تجربه گرفت که افزایش قیمت فروش از طریق منجر به افزایش تولید می‌گردد. (۲) از طریق تولید فروشندگان، محاسبات به دست آمده نشان می‌دهد که اثر خالص افزایش یک درصد، قیمت خرید، افزایش محصول به میزان ۵/۵ درصد می‌باشد. افزایش تولید در تجربه افزایش قیمت خرید، می‌تواند اکتشف به طرف خریدار تولیدریا درصد افزایش‌های خواهد داد.

در اغلب مطالعات مربوط به کشت عرضه بینن در کشور از داده‌های کلان استفاده شده است و در تجربه قیمت به‌کار رفته به‌صورت انتخابی از قیمت انتخابهای جدید ویژه محصولات بینن در ایران نشان می‌دهد که پایین آوردن هزینه‌های محصولات از طریق بهبود زیرساخت‌های جمعیت، کمک بهبود و عرضه بهبودی محصولات شکارچی و همین طور یکپارچگی بین مصرف کننده و افزایش عرضه هم از طریق افزایش مشارکت بازار و هم از طریق افزایش تولید تولیدندگان و برای گروه‌های مشارکت‌کننده در بازار گردده است.

متابع مورد استفاده

۱. حسینی، س. و. خالدی. ۱۳۸۶. ارزیابی هزینه ماده‌ای نامی اعتبارات شاخصی برای کاران استان اصفهان. مجله علوم و صنایع کشاورزی ۳۷، ۴۴۰-۴۴۸.
۲. خالدی، م. ۱۳۸۴. ارزیابی طرح‌های کشاورزی بر رفتار تولیدندگان به شکل کشاورزی. رساله دکتری اقتصاد کشاورزی، دانشگاه کشاورزی، دانشگاه تهران.
۳. نوری، ک. ۱۳۸۳. بررسی عوامل مؤثر بر اکتشف‌های بازار بینن. گزارش نهایی طرح تحقیقاتی، سازمان تحقیقات و آموزش کشاورزی، دفتر بررسی اقتصادی طرح تحقیقاتی، تهران.