

عنوان مقاله:

تحلیل ساختار بازار در صنایع مواد غذایی و آشامیدنی ایران

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی جهش علوم مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

الهام وفائی - استادیار، مرکز پژوهش های توسعه و آینده نگری، سازمان برنامه و بودجه کشور، تهران، ایران

مهدی پندار - استادیار، گروه اقتصاد و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف این مقاله بررسی عوامل رفتاری و عملکردی موثر بر تمرکز در صنایع مواد غذایی و آشامیدنی ایران طی سالهای ۱۳۷۴ - ۱۳۸۶ می باشد. برای این منظور از داده های کارگاه های بزرگ صنعتی در کدهای ۴ رقمی استفاده شده است و مدل تحقیق با بهره گیری از رهیافت داده های تابلویی پویا تخمین زده شده است. برای این منظور از متغیر شدت تبلیغات به عنوان معیاری برای اندازه گیری عامل رفتاری و از متغیر سودآوری به عنوان معیاری برای اندازه گیری عامل عملکردی استفاده شده است. نتایج حاصل از تخمین مدل دلالت بر آن دارد که متغیرهای شدت تبلیغات و سودآوری تاثیر مثبت بر شاخص تمرکز بازار دارند. همچنین، تاثیر متغیرهای شدت صادرات و نرخ فروش بر تمرکز بازار نیز، مثبت می باشد.

کلمات کلیدی:

ساختار بازار، صنایع مواد غذایی و آشامیدنی، داده های تابلویی پویا، ایران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1463781>

