

## عنوان مقاله:

شناسایی ارتباطات عناصر بازار در صنایع کارخانه ای ایران

## محل انتشار:

فصلنامه تحقیقات مدل سازی اقتصادی، دوره 3، شماره 12 (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

## نویسندگان:

روح اله شهنازی - استادیار بخش اقتصاد دانشگاه شیراز

محمد سعید ذبیحی دان - دانشجوی دکتری اقتصاد دانشگاه رازی کرمانشاه

## خلاصه مقاله:

در ادبیات اقتصاد صنعتی، عناصر سهگانه بازار مشتمل بر ساختار، رفتار و عملکرد است. تعیین نحوه ارتباط این سه عنصر، از جمله موارد بسیار مهم جهت پیش بینی و سیاست گذاری به شمار می رود. هدف این مقاله، شناسایی ارتباطات ساختار، رفتار و عملکرد در صنایع کارخانه ای ایران است. جهت دستیابی به این هدف، ابتدا اطلاعات و آمار مربوط به ساختار، رفتار و عملکرد صنایع به تفکیک استان های کشور مربوط به کارگاه های صنعتی ده نفر کارکن و بیشتر برای سال 1388 جمع آوری و شاخص های مورد نیاز محاسبه شده است. با توجه به ارتباط این عناصر با یکدیگر، مدلی با سه معادله به صورت سیستم معادلات همزمان طراحی شده و با روش SLS3 برآورد شده است. نتایج بدست آمده در تحقیق نشان می دهد، تبلیغات اثر مثبت و معناداری بر تمرکز دارد. به طوری که با افزایش تبلیغات، تمرکز در صنعت افزایش پیدا می کند. سودآوری اثر مثبت و معناداری بر تبلیغات دارد. همچنین تمرکز دارای اثر مثبت و معنادار بر سودآوری است به طوری که با افزایش تمرکز، سودآوری در صنعت نیز افزایش پیدا می کند. تاثیر تحقیق و توسعه بر سودآوری، منفی و اثر تبلیغات بر سودآوری مثبت و معنادار است.

## کلمات کلیدی:

ساختار بازار، رفتار بازار، عملکرد بازار، صنایع کارخانه ای ایران، سیستم معادلات همزمان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/790341>

