

عنوان مقاله:

تأثیر عوامل ساختاری و رفتاری بازار و بهره‌وری سرمایه بر صادرات محصولات غذایی و آشامیدنی ایران، رهیافت داده‌های تابلویی غیرپویا

محل انتشار:

فصلنامه تحقیقات مدل‌سازی اقتصادی، دوره 5، شماره 19 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

نویسندگان:

علی دهقانی - استادیار اقتصاد دانشکده صنایع و مدیریت دانشگاه شاهرود،

مجید عامری - مربی دانشکده صنایع و مدیریت دانشگاه شاهرود

خلاصه مقاله:

در سال‌های اخیر، توجه به صادرات غیر نفتی محصولات غذایی و آشامیدنی مورد توجه پژوهشگران اقتصادی ایران بوده است. در این بین هدف اصلی این مقاله بررسی اثر درجه تمرکز به عنوان یک متغیر ساختاری بازار، هزینه‌های تحقیق و توسعه و هزینه‌های تبلیغاتی به عنوان متغیرهای رفتاری بازار، بر صادرات محصولات غذایی و آشامیدنی ایران، به عنوان یک متغیر عملکردی بازار است. برای این منظور از داده‌های مربوط به کارگاه‌های صنعتی با پرسنل ده نفر و بالاتر فعال در صنایع تولید مواد غذایی و آشامیدنی کشور در سال‌های 1386-1379 استفاده شده است. همچنین مدل اقتصادسنجی با استفاده از تکنیک داده‌های تابلویی غیر پویا تخمین زده شده است. نتایج این مطالعه حاکی از اثر مستقیم درجه تمرکز، هزینه‌های تحقیق و توسعه و هزینه‌های تبلیغات بر صادرات محصولات غذایی و آشامیدنی ایران است که در این بین اثر هزینه‌های تحقیق و توسعه بر صادرات محصولات غذایی و آشامیدنی قابل توجه است. حمایت دولت از فعالیت‌های تحقیقی در صنایع غذایی و آشامیدنی، به منظور حمایت از صادرات غیر نفتی و به خصوص صادرات محصولات غذایی و آشامیدنی، مهم‌ترین توصیه سیاستی این مطالعه است. همچنین، تسهیل و تشویق تولیدکنندگان به شرکت در نمایشگاه‌ها و بازارهای بین‌المللی فروش کالا و خدمات می‌تواند به افزایش صادرات این محصولات کمک کند.

کلمات کلیدی:

درجه ت‌مرکز، هزینه‌های تحقیق و توسعه، هزینه‌های تبلیغات، صادرات، تکنیک داده‌های تابلویی غیر پویا

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/790400>

