

عنوان مقاله:

بررسی مزیت نسبی و ساختار بازار صادرات کشمش ایران

محل انتشار:

یازدهمین کنگره علوم باغبانی ایران (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسندگان:

محمد خداوردیزاده - استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه ارومیه، دانشکده ی کشاورزی، گروه اقتصاد

زکيه داودنيا - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه ارومیه، دانشکده ی کشاورزی، گروه اقتصاد

خلاصه مقاله:

بالا بردن توان صادراتی باعث افزایش تولید ناخالص داخلی، اشتغال و بهبود کیفیت کالاهای تولیدی می شود. بخش کشاورزی به لحاظ تامین امنیت غذایی یکی از مهم ترین بخشها در جهان به حساب می آید. بنابراین برای کاهش آسیب پذیری اهداف توسعه ی اقتصادی، گسترش صادرات غیرنفتی از جمله صادرات محصولات کشاورزی؛ باید افزایش یابد. هدف از این تحقیق، تعیین مزیت نسبی و ساختار بازار صادرات کشمش در ایران طی سالهای 2012-2016 میباشد. داده ها و اطلاعات مورد نیاز از سایت فائو به دست آمده است. نتایج نشان داد که ایران در صادرات محصول مذکور طی این سالها دارای مزیت نسبی بوده. همچنین بررسی ساختار بازار در این تحقیق نشان داد بزرگترین کشور هایی که در سال 2012 از ایران کشمش وارد کرده اند کشورهای امارات متحده ی عربی، فدراسیون روسیه، عراق و اوکراین میباشد. شاخص نسبت تمرکز یک الی 4 کشوری در سال 2012 به ترتیب برابر با 0/18، 0/35، 0/46 و 0/54 میباشد. این یعنی با وجود اینکه در سال 2012 ایران به 86 کشور کشمش صادر می کند اما 54 درصد آن را به کشورهای امارات متحده ی عربی، روسیه، عراق و اوکراین صادر شده است.

کلمات کلیدی:

ایران، ساختار بازار، کشمش، مزیت نسبی صادرات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/941244>

