

عنوان مقاله:

مزیت رقابتی در صنعت پتروشیمی ایران طی دوره زمانی ۱۳۸۱-۸۵

محل انتشار:

فصلنامه تحقیقات اقتصادی، دوره 43، شماره 3 (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

نویسندگان:

سعید راسخی - استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران

المیرا ذبیحی لهرمی - دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد دانشگاه مازندران

خلاصه مقاله:

در حال حاضر، رقابت پذیری بین المللی تولیدات از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این راستا، مقاله حاضر تلاش دارد تا با توجه به اهمیت و جایگاه صنعت پتروشیمی در تولید و صادرات ایران، مزیت گروه کالاهای این صنعت را طی دوره زمانی ۱۳۸۱-۱۳۸۵، مورد بررسی و اندازه‌گیری قرار دهد. برای این منظور، از شاخص مزیت نسبی آشکار شده (شاخص مرسوم) و شاخص‌های سهم ثابت بازار و شاخص پلان تجاری (شاخص‌های جدید)، استفاده شده است. بر اساس نتایج به دست آمده، علی‌رغم وجود مزیت نسبی ایران در بیش‌تر کالاهای صادراتی پتروشیمی، نرخ رشد شاخص مزیت نسبی آشکار شده اکثر گروه کالاهای پتروشیمی دارای نوسان است. همچنین بر اساس شاخص سهم ثابت بازار، عملکرد رقابتی گروه کالاهای پتروشیمی ایران در بازارهای هدف، معمولاً منفی برآورد شده است. سرانجام بر اساس شاخص پلان تجاری، هیچ‌کدام از گروه کالاهای پتروشیمی در کل دوره زمانی مورد بررسی قادر به کسب یا حفظ موقعیت رقابتی نشده‌اند. بدین ترتیب، مزیت رقابتی گروه محصولات پتروشیمی طی دوره مورد بررسی دارای روند مشخص و پایدار نیست. با توجه به عوامل موثر بر مزیت رقابتی همچون تکنولوژی، کیفیت و نوآوری، توصیه می‌شود نوآوری، فعالیت‌های تحقیق و توسعه، انتقال کارای تکنولوژی و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی مورد توجه جدی قرارگیرد. طبقه‌بندی JEL: F۱۲، F۱۴، F۱۷، L۱۰

کلمات کلیدی:

شاخص پلان تجاری (TM)، شاخص سهم ثابت بازار (CMS)، شاخص مزیت نسبی آشکار شده (RCA)، صنعت پتروشیمی، مزیت رقابتی، ایران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1309647>

