

عنوان مقاله:

شکاف میان قیمت و هزینه نهایی در صنایع ایران و کشورهای منتخب

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت صنعتی، دوره 12، شماره 35 (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسندگان:

محمدنبی شهیکی تاش - استادیار دانشکده اقتصاد دانشگاه سیستان و بلوچستان

حدیثه محسنی - کارشناسی ارشد اقتصاد دانشگاه سیستان و بلوچستان

کامران محمودپور - دانشجوی دکتری اقتصاد دانشگاه سیستان و بلوچستان

خلاصه مقاله:

رقابت به عنوان دنیای ایده آل اقتصاددانان شناخته می شود، دنیای که در آن قیمت نزدیک به هزینه نهایی بوده (مارک آپ نزدیک به یک) شدت مانع ورود در بازارها اندک و اطلاعات سیال پذیر است. در این مقاله به بررسی مارک آپ 36 صنعت فعال ایران، در سطح کد سه رقمی ISIC طی دوره 1390 - 1374 در مقایسه با کشورهای منتخب پرداخته شده است. نتایج نشان می دهد که در تمامی صنایع ایران بوده است و همچنین ایران در بین کشورهای امریکا، ژاپن، آلمان، فرانسه، ایتالیا، بریتانیا، کانادا، استرالیا، بلژیک، دانمارک، فنلاند، هلند، نروژ و سوئد در بین 24 صنعت بررسی شده تنها در 9 صنعت دارای مارک آپ کمتر از 1/25 بوده است. همچنین در 11 صنعت دارای مارک آپ بالای 1/30 در بین این کشورها بوده است. مقایسه مارک آپ در صنایع ایران با سایر کشورهای منتخب نشان می دهد در صنایع چاپ و نشر، صنایع پلاستیکی، صنایع معدنی غیرفلزی، صنایع فلزی، ماشین آلات و تجهیزات، آشامیدنی ها، صنایع مس، پالایشگاه های نفت، مواد شیمیایی صنعتی و وسایل نقلیه موتوری دارای بالاترین شکاف بین هزینه نهایی و قیمت بوده است

کلمات کلیدی:

مارک آپ، صنعت، رقابت، هزینه نهایی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/720790>

