

کاربرد منطق فازی در تعیین ساختار بازار زیربخش‌های صنعتی ایران

محسن پورعبادالهان کویچ^{۱*}، پویان کیانی^۲

۱. دانشیار دانشگاه تبریز، mohsen_p51@hotmail.com

۲. دانشجوی دکتری اقتصاد صنعتی دانشگاه تبریز، kiani.pu@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۸/۲۹، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۷/۱۴

چکیده

ساختار بازار یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های هر صنعت برای تحلیل وضعیت آن به‌شمار می‌رود. برای بررسی ساختار بازار شاخص‌های مختلفی همچون تمرکز، صرفه‌های مقیاس، ورود بنگاه‌ها، و تفاوت کالا وجود دارد. اما، اغلب مطالعات انجام‌شده در این زمینه از یکی از این شاخص‌ها (معمولاً تمرکز) به منظور تعیین ساختار بازار استفاده می‌کنند. در این مطالعه، با استفاده از روش‌شناسی منطق فازی، یک شاخص جامع ساختار بازار از ترکیب سه متغیر تمرکز، صرفه‌های مقیاس و تعداد ورود بنگاه‌ها به صنعت ساخته می‌شود و با استفاده از آن به بررسی ساختار بازار زیربخش‌های صنعتی ایران در سطح گدهای چهاررقمی ISIC در سال ۱۳۸۶ پرداخته می‌شود. نتایج حاکی از پایین بودن میزان شاخص جامع محاسبه‌شده برای تعیین ساختار بازار در اکثر زیربخش‌های صنعتی ایران است؛ به طوری که ۶۳ صنعت دارای شاخص ساختار بازار کمتر از ۰/۲۲ هستند؛ عمده دلیل آن کم بودن صرفه‌های مقیاس در صنایع مذکور است. همچنین، رتبه‌بندی زیربخش‌های صنعتی مذکور، بر اساس میزان رقابتی بودن، نشان می‌دهد که صنایع تولید آجر با شاخص ساختار بازار ۰/۰۳۷ به عنوان رقابتی‌ترین صنعت و صنایع تولید جواهرات و کالاهای وابسته با شاخص ساختار بازار ۰/۷۸۱ انحصاری‌ترین صنعت است.

طبقه‌بندی *JEL*: L21, C02, L11

واژگان کلیدی: ایران، تعداد ورود بنگاه‌ها، تمرکز، زیربخش‌های صنعتی، ساختار بازار، شاخص جامع، صرفه‌های مقیاس، منطق فازی.

مقدمه

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های هر صنعت، که برای تحلیل وضعیت آن به کار می‌رود، ساختار بازار آن صنعت است. شناخت مشخصات عمده سازمان بازار را «ساختار بازار» می‌نامند. ساختار بازار در واقع آن دسته از خصوصیات سازمانی بازار است که با شناسایی آن‌ها می‌توان ماهیت قیمت‌گذاری و رقابت در بازار را مشخص کرد. از برجسته‌ترین جنبه‌ها و خصوصیات سازمانی بازار می‌توان به تمرکز، صرفه‌های مقیاس، ورود بنگاه‌ها، و تفاوت کالا اشاره کرد (خداداد کاشی، ۱۳۸۹). برای شناسایی و اندازه‌گیری رقابت یا میزان انحصار در بازارهای اقتصادی معمولاً به مجموعه‌ای از شاخص‌های ساختاری توجه می‌شود. تمرکز یکی از جنبه‌ها و ابعاد مهم ساختار بازار است که نشان می‌دهد بازار مزبور تا چه اندازه به رقابت نزدیک یا از آن دور است. تمرکز بیانگر نحوه توزیع بازار بین بنگاه‌های مختلف و معرف دو جنبه - تعداد بنگاه‌ها و نابرابری در توزیع سهم بازاری بنگاه‌ها - است (خداداد کاشی و جعفری لیلاب، ۱۳۹۱). در مباحث اقتصاد صنعتی، صرفه‌های ناشی از مقیاس نیز عاملی برون‌زا شناخته می‌شود که می‌تواند ساختار بازار را متأثر سازد. اگر با افزایش تولید کاهش هزینه متوسط در سطح وسیعی از تولید ادامه یابد، می‌توان انتظار داشت که بازار در تسلط یک یا چند بنگاه بوده و به صورت انحصاری اداره می‌شود (شهیکی تاش و نصیری اقدام، ۱۳۹۰). میزان ورود بنگاه‌های تازه‌وارد به یک صنعت نیز از جمله عوامل تعیین‌کننده ساختار بازار است. همچنین، بامول در نظریه بازارهای منازعه‌ای خود بیان می‌کند که ماهیت هر بازار به شرایط ورود به آن بستگی دارد. بازارهایی که ورود به آن‌ها آسان است به رقابت‌گرایی بیشتری دارند. صرف نظر از اینکه تمرکز بازار بالا یا پایین باشد، صرفه‌های مقیاس کم یا زیاد باشد و تعداد بنگاه‌ها کم یا زیاد باشد، عملکرد بازار در صورتی رقابتی خواهد بود که مانع اساسی برای ورود بنگاه‌های بالقوه وجود نداشته باشد (خداداد کاشی، ۱۳۸۹).

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، برای تعیین ساختار بازار شاخص‌های متعددی وجود دارد که ترکیب آن‌ها مشخص‌کننده ساختار بازار است؛ این در حالی است که مطالعات قبلی موجود در این زمینه صرفاً از یکی از این شاخص‌ها (معمولاً تمرکز) به منظور تعیین ساختار بازار استفاده کرده‌اند و به نظر می‌رسد مطالعه‌ای که بیشتر شاخص‌های تشکیل‌دهنده ساختار بازار را به صورت هم‌زمان در نظر گرفته باشد وجود ندارد. تعیین

ساختار یک بازار به وسیله هر یک از این شاخص‌ها ممکن است به نتایج متفاوتی منجر شود. بنابراین، تعیین ساختار بازار موضوعی است که در تعریف آن نوعی ابهام، عدم اطمینان و پیچیدگی وجود دارد. از همین روی، به منظور ساختن شاخصی ترکیبی برای تعیین ساختار بازار می‌توان از منطق فازی، که روشی کارآمد در چنین مواردی است، استفاده کرد. بنابراین، هدف مطالعه حاضر ساختن یک شاخص ترکیبی از سه متغیر تمرکز، صرفه‌های مقیاس و میزان ورود بنگاه‌ها به صنعت با استفاده از منطق فازی است که به وسیله آن ساختار بازار زیربخش‌های صنعتی ایران در سطح گدهای چهاررقمی ISIC در سال ۱۳۸۶ بررسی می‌شود.

سازمان‌دهی این مطالعه بدین ترتیب است: پس از مقدمه حاضر، در بخش دوم به مبانی نظری تحقیق و در بخش سوم به پیشینه تجربی تحقیق پرداخته می‌شود. بخش چهارم تحقیق شامل مدل‌سازی و ارائه یافته‌های تحقیق است. و بخش پنجم به جمع‌بندی و نتیجه‌گیری می‌پردازد.

مبانی نظری

با عنایت به وفور مباحث نظری مرتبط با ساختار بازار موجود در مطالعات قبلی، در بخش مبانی نظری این مطالعه صرفاً مباحث مرتبط با نظریه فازی ارائه می‌شود. رویکرد نظریه فازی با در نظر گرفتن ابهام و عدم اطمینان، به جای حذف و نادیده گرفتن آن، با ترویج منطق چندارزشی به جای منطق دوارزشی، امکان بررسی دقیق‌تر مسائل را فراهم می‌کند. در منطق کلاسیک، اطلاعات یا کاملاً درست یا کاملاً غلطاند و کنترل اطلاعات ناقص و غیر دقیق میسر نیست. در حالی که همین اطلاعات حاوی داده‌هایی است که به ما این توانایی را می‌دهد که پاسخ مناسب‌تری برای مسائل بیابیم. در منطق کلاسیک، اگر یک عنصر به مجموعه‌ای تعلق نداشته باشد، با عدد صفر نشان داده می‌شود و اگر به آن مجموعه تعلق داشته باشد، با عدد یک نشان داده می‌شود. اما، در منطق فازی تعلق به مجموعه مزبور در بازه بسته ۰ و ۱ قرار می‌گیرد. بنابراین، می‌توان گفت که منطق فازی همان بسط منطق کلاسیک است (زاده^۱، ۱۹۹۲).

کایو^۱ و همکاران (۲۰۰۹) بر این باورند که هسته روش منطق فازی مبتنی بر سه مفهوم پایه است:

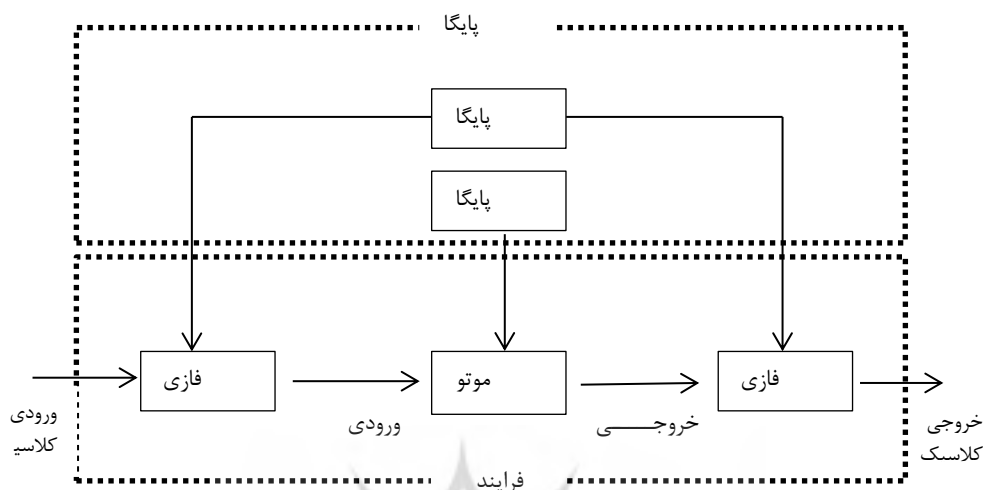
۱. مجموعه فازی: برخلاف مجموعه‌های کلاسیک، یک مجموعه فازی محدوده‌های نرم و انعطاف‌پذیری دارد؛ به طوری که عناصر مجموعه فازی می‌توانند تا حدی در داخل مجموعه باشند. توابع عضویت به منظور انتقال تدریجی از مناطقی که کاملاً خارج از مجموعه قرار دارند به مناطقی که کاملاً درون آن مجموعه قرار دارند به کار می‌روند.

۲. متغیرهای زبانی: متغیرهایی هستند که از لحاظ کمی و کیفی به وسیله یک مجموعه فازی توصیف می‌شوند. یک مجموعه فازی می‌تواند، مانند مجموعه‌های متداول، مقدار یک متغیر را توصیف کند.

۳. قواعد فازی «اگر- آنگاه»: این قواعد یک فرمول منطقی یا یک برنامه‌ریزی کاربردی است که بر یک مفهوم منطق دوازده‌گانه دلالت دارد. ویژگی اصلی کاربرد قواعد فازی «اگر-آنگاه» توانایی آن‌ها برای اجرای استنباط تحت شرایط تطبیق جزئی است که در آن یک درجه‌ای برای داده‌های ورودی مطابق با شرایط هر قاعده محاسبه می‌شود. این درجه سازگاری با نتیجه قاعده ترکیب می‌شود تا یک نتیجه‌گیری از استنتاج توسط قاعده فازی ساخته شود.

منطق فازی یکی از شاخه‌های نظریه فازی است که برای اجرای آن روش‌های گوناگونی وجود دارد، از آن جمله می‌توان به سیستم استنتاج فازی^۲ (FIS) به عنوان یک روش مشهور اشاره کرد. سیستم‌های استنتاج فازی با عناوینی همچون سیستم‌های فازی مبتنی بر قاعده، سیستم‌های خبره فازی^۳ (FES)، مدل‌های فازی^۴ (FM)، حافظه‌های شرکت‌پذیر فازی^۵ (FAM) و کنترل‌کننده‌های فازی نیز شناخته می‌شوند (جانگ^۶ و همکاران، ۱۹۹۷). شکل ۱ فرایند یک سیستم استنتاج فازی را نشان می‌دهد.

-
1. Qiao
 2. Fuzzy Inference System
 3. Fuzzy Expert Systems
 4. Fuzzy Models
 5. Fuzzy Associative Memories
 6. Jang



شکل ۱. سیستم استنتاج فازی (FIS)

منبع: شاپیرو (۲۰۰۴)

همان طور که در این شکل مشاهده می‌شود، یک سیستم استنتاج فازی دارای دو بخش است: پایگاه دانش و مرحله فرایند. پایگاه دانش تابع عضویت‌ها و قواعد را برای مرحله فرایند فراهم می‌کند. در مرحله فرایند، متغیرهای ورودی سیستم، که به صورت اعداد کلاسیک‌اند، از یک مرحله فازی‌سازی عبور می‌کنند و به متغیرهای زبانی به عنوان ورودی فازی برای موتور استنتاج تبدیل می‌شوند. ورودی فازی با استفاده از قواعد در موتور استنتاج به خروجی فازی تبدیل می‌شود. این نتایج به صورت زبانی‌اند و برای اینکه خروجی سیستم به صورت اعداد کلاسیک باشد، باید مرحله نافازی‌سازی^۱ نیز انجام شود (شاپیرو^۲، ۲۰۰۴). انواع مختلفی از استنتاج‌های فازی وجود دارد که از معروف‌ترین آن‌ها می‌توان به سیستم استدلال سوگنو^۳ (۱۹۸۵) و سیستم استدلال ممدانی^۴ (۱۹۷۷) اشاره کرد. در این مطالعه از سیستم استدلال ممدانی استفاده شده است.

1. defuzzy
2. Shapiro
3. Sugeno
4. Mamdani

منطق فازی به منظور اعمال استدلال تقریبی از الگوریتمی خاص استفاده می‌کند. در الگوریتم مزبور، فرض می‌شود که x_1, x_2, \dots, x_n یک بردار از ویژگی‌هایی است که هر پدیده یا حالت را توضیح می‌دهد و y_1, y_2, \dots, y_m یک بردار از خروجی‌های سیستم است. در چنین شرایطی می‌توان قواعد را به صورت معادله ۱ تعریف کرد:

$$R^r: \text{IF } x_1 \text{ is } A_1^r \text{ AND } x_2 \text{ is } A_2^r \text{ AND } \dots \text{ AND } x_n \text{ is } A_n^r, \\ \text{THEN } y_1 \text{ is } B_1^r, y_2 \text{ is } B_2^r, \dots, y_m \text{ is } B_m^r \quad (1)$$

جایی که $x = (x_1, x_2, \dots, x_n)$ ، $y = (y_1, y_2, \dots, y_m)$ بوده و $A^r = (A_1^r, A_2^r, \dots, A_n^r)$ ، $B^r = (B_1^r, B_2^r, \dots, B_m^r)$ نشان‌دهنده مجموعه فازی است (استویچیک، ۲۰۱۲).

اهمیت بسیار زیاد منطق فازی در امکان استفاده از آن برای مدل‌سازی سیستم‌های پیچیده است که در آن تعیین همبستگی موجود بین متغیرهای مدل بسیار سخت است.

متغیرهای ورودی در یک سیستم فازی «متغیرهای زبانی» نامیده می‌شوند و همه خروجی‌ها در یک وضعیت پیوسته‌اند. برای همه نتایج ممکن مجموع متغیرهای خروجی یک سطح دقیق تعلق تعیین می‌شود. اگر U مجموعه‌ای از عناصری که با x نشان داده می‌شوند باشد، آنگاه مجموعه فازی \tilde{A} در U به صورت زوج مرتب (معادله ۲) تعریف می‌شود:

$$\tilde{A} = \{x, \tilde{A}(x) \mid x \in U\} \quad (2)$$

$\tilde{A}(x)$ تابع عضویت یا تابع ویژگی A نامیده می‌شود که میزان درجه تعلق یا عضویت x را به مجموعه فازی A نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، $\tilde{A}: U \rightarrow M$ بدین مفهوم است که تابع عضویت $\tilde{A}(x)$ مجموعه U را به فضای تابع عضویت M مرتبط می‌کند. فضای تابع عضویت M بازه بسته صفر و یک است. هر چه مقدار $\tilde{A}(x)$ به یک نزدیک‌تر باشد، درجه تعلق عنصر x به مجموعه فازی A بیشتر است و برابر صفر بودن $\mu_{\tilde{A}}(x)$ به مفهوم آن است که عنصر x به مجموعه فازی A تعلق ندارد (استویچیک، ۲۰۱۲).

بعد از تعیین توابع عضویت و ایجاد پایگاه قواعد، در مرحله بعد خروجی‌های مدل باید نافازی شوند. نافازی کردن فرایندی است که نتایج منطق فازی را (که از

مجموعه‌های فازی و درجه عضویت‌های مختلف حاصل شده است) به حالت کمی تبدیل می‌کند. بهترین روش برای نافازی کردن روش مرکز ثقل^۱ (COG) است. این روش مرکز ثقل ناحیه زیر تابع عضویت را محاسبه می‌کند. خروجی نافازی شده x^* که از روش COG حاصل می‌شود از طریق رابطه ۳ به دست می‌آید (ونلیکویچ و کره^۲، ۱۹۹۹):

$$x^* = \frac{\sum_{i=x_{\min}}^{x_{\max}} x_i \cdot (x_i)}{\sum_{i=x_{\min}}^{x_{\max}} (x_i)} \quad (3)$$

روش منطق فازی در هر زمینه‌ای که در اندازه‌گیری متغیر مورد بررسی ابهام وجود داشته باشد یا دسترسی به اطلاعات آن متغیر میسر نباشد کاربرد دارد. مثلاً، در خصوص کاربرد روش منطق فازی می‌توان به مواردی همچون اندازه قاجاق کالا و اقتصاد سایه، حجم پول کثیف، و اقتصاد رفاه اشاره کرد. همان گونه که پیش‌تر نیز ذکر شد، ساختار بازار متأثر از متغیرهای مختلفی است که تعیین ساختار بازار را با نوعی ابهام مواجه می‌کند. بدین ترتیب، روش منطق فازی می‌تواند در تعیین ساختار بازار نیز به کار برده شود. همان گونه که در پی خواهد آمد، در مطالعات تجربی مربوط به تعیین ساختار بازار از این روش تاکنون استفاده نشده است.

پیشینه تجربی تحقیق

در مطالعات تجربی صورت گرفته از شاخص‌های مختلفی برای تعیین ساختار بازار استفاده شده است. جدول ۱ خلاصه‌ای از مطالعات خارجی و داخلی انجام شده در زمینه سنجش درجه رقابت و انحصار بازارهای مختلف را نشان می‌دهد. هر یک از این مطالعات از متغیرهای تعیین کننده ساختار بازار جداگانه استفاده کرده‌اند و به نظر می‌رسد مطالعه‌ای که شاخص‌های تشکیل دهنده ساختار بازار را به صورت هم‌زمان و ترکیبی در نظر بگیرد وجود ندارد. در حالی که، همان گونه که پیش‌تر نیز ذکر شد، ساختار بازار به وسیله مجموعه‌ای از شاخص‌های مختلف، همچون تمرکز، صرفه‌های مقیاس، ورود بنگاه‌ها، و تفاوت کالا، تعیین می‌شود. از این رو، در مطالعه حاضر تلاش شده برای اولین بار،

1. Center of Gravity
2. Van Leek wijck & Kerre

با استفاده از منطق فازی، شاخصی ترکیبی از متغیرهای تمرکز، صرفه‌های مقیاس و میزان ورود بنگاه‌ها به صنعت به منظور تعیین ساختار بازار زیربخش‌های صنعتی ایران ارائه شود.

جدول ۱. مطالعات انجام‌شده دربارهٔ سنجش درجهٔ رقابت و انحصار بازار

نام محقق	بازار مورد بررسی	شاخص‌های مورد استفاده	نتیجهٔ تحقیق
فیدرک و زالونتای ^۱ (۲۰۰۹)	بخش صنعت آفریقای جنوبی	ضریب جینی و روزن بلوث	با افزایش تمرکز اشتغال کاهش می‌یابد. همچنین، افزایش نابرابر سهم بازار موجب بالارفتن میزان سرمایه‌گذاری می‌شود.
هرازدیل و زانگ ^۲ (۲۰۱۲)	کدهای طبقه‌بندی استاندارد صنعتی ^۳ (SIC) و طبقه‌بندی استاندارد صنعتی جهانی ^۴ (GICS)	هرفیندال-هیرشمن، نسبت تمرکز چهار بنگاه برتر و منحنی لورنز	معیارهای مبتنی بر GICS کارایی بالاتری از معیارهای مبتنی بر SIC دارند.
سیس ^۵ (۲۰۰۹)	صنعت کشتیرانی آلفالینر ^۶	هرفیندال-هیرشمن، نسبت تمرکز چهار بنگاه برتر و منحنی لورنز	در برخی از خطوط دریایی انحصار ضعیف و در بقیه انحصار قوی وجود دارد.
پلاج و کومه ^۷	بخش صنعت آلبانی	هرفیندال-هیرشمن، نسبت تمرکز چهار بنگاه برتر و ضریب جینی	صنایع مورد مطالعه از تمرکز پایینی برخوردارند.
ابونوری و سامانی‌پور (۱۳۸۱)	۲۴ صنعت ایران	توزیع‌های نمایی، لگنرمال و پارتو	بیشتر صنایع کشور ساختار انحصاری دارند.
خداداد کاشی و دهقانی (۱۳۸۴)	زیربخش‌های صنعتی ایران در سطح کدهای چهاررقمی ISIC	نسبت تمرکز H_k بنگاه برتر و هر فیندال-هیرشمن	ساختار انحصار مؤثر بر اکثر صنایع کشور حاکم است.
حسینی و پرمه (۱۳۸۳)	فروش دستباف	نسبت تمرکز H_k بنگاه برتر و هر فیندال-هیرشمن	ساختار بازار صادراتی فروش انحصار چندجانبه است.
جلال آبادی و همکاران (۱۳۸۶)	پتروشیمی، خودرو، فولاد، شیشه و قند و شکر	هر فیندال-هیرشمن	این صنایع تمرکز بالایی در سال ۱۳۷۹ دارند، اما با گذشت زمان درجهٔ انحصاری آن‌ها کاهش می‌یابد.

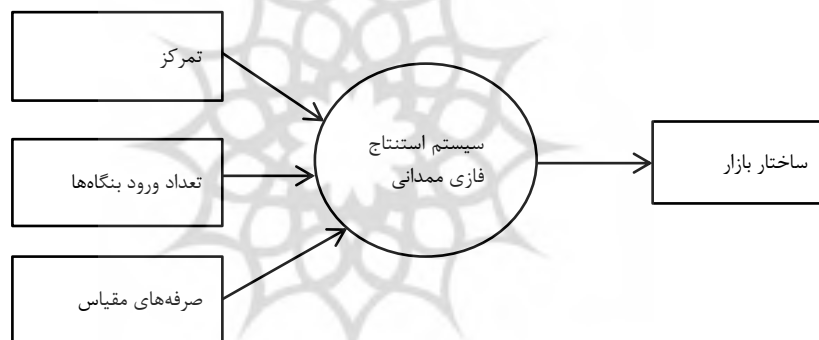
1. Fedderke & Szalontai
2. Hrazdil & Zhang
3. Standard Industry Classification
4. Global Industry Classification Standard
5. Sys
6. Alphaliner
7. Pulaj & Kume

ادامهٔ جدول ۱. مطالعات انجام‌شده دربارهٔ سنجش درجهٔ رقابت و انحصار بازار

نام محقق	بازار مورد بررسی	شاخص‌های مورد استفاده	نتیجهٔ تحقیق
ابونوری و غلامی (۱۳۸۷)	صنایع مختلف ایران	نسبت تمرکز پنج بنگاه برتر	صنایع کشور از نظر ساختاری در چهار بخش انحصار کامل، انحصار چندجانبه، رقابت انحصاری و رقابت کامل تقسیم می‌شوند.
پورپرتوی و همکاران (۱۳۸۸)	زیربخش‌های صنعتی ایران در سطح کدهای چهاررقمی ISIC	نسبت تمرکز k بنگاه برتر و هرفیندال-هیرشمن	در بخش‌های عمومی و خصوصی صنایع ایران تمرکز قابل توجهی وجود دارد.
شهیکی تاش و نصیری اقدم (۱۳۹۰)	بازار کولر آبی ایران	نسبت تمرکز k بنگاه برتر، هرفیندال-هیرشمن، شدت موانع ورود و صرفه‌های مقیاس	میزان رقابت بین بنگاه‌های این صنعت اندک و شدت موانع ورود در این صنعت بسیار بالاست و ساختار انحصار چندجانبهٔ محکم (الیگوپولی محکم) حاکم است.
شهیکی تاش و کاظم‌زاده (۱۳۹۲)	بازار خودروی سواری ایران	نسبت تمرکز k بنگاه برتر، هرفیندال-هیرشمن، هال-تایدمن، جامع تمرکز صنعتی، انتروپی و هانا-کی	تمرکز بالایی در صنعت خودروی ایران وجود دارد.
خداداد کاشی و جعفری لیلاب (۱۳۹۱)	صنعت بانکداری ایران	نسبت تمرکز k بنگاه برتر، هرفیندال-هیرشمن و موانع ورود	اندازهٔ متغیرهایی همچون تمرکز بازار و موانع ورود در جهت رقابتی شدن بازار تغییر کرده است.
شهیکی تاش (۱۳۹۲)	زیربخش‌های صنعتی ایران در سطح کدهای چهاررقمی ISIC	نسبت تمرکز k بنگاه برتر، هرفیندال-هیرشمن و لرنر	در بیشتر صنایعی که شاخص لرنر بیشتری دارند شدت تمرکز نیز بالاست.
پورعبادالهیان کویچ و همکاران (۱۳۹۲)	صنعت سیمان ایران	نسبت تمرکز k بنگاه برتر، هرفیندال-هیرشمن، روزن بلوث، هانا-کی، انتروپی، منحنی تمرکز، ضریب جینی، منحنی لورنز و واریانس لگاریتم اندازهٔ بنگاه‌ها	با وجود افزایش نابرابری در صنعت سیمان، افزایش تعداد بنگاه‌ها باعث شده است تا میزان تمرکز و قدرت انحصاری در بازار کاهش یابد.
شهیکی تاش و همکاران (۲۰۱۳)	زیربخش‌های صنعتی ایران در سطح کدهای دو و چهاررقمی ISIC	هرفیندال-هیرشمن، شدت موانع ورود و صرفه‌های مقیاس (در این مطالعه با ترکیب این شاخص‌ها با استفاده از روش تاپسیس فازی، به رتبه‌بندی زیربخش‌های صنعتی ایران پرداخته شده است.)	انحصاری‌ترین صنایع به ترتیب عبارت‌اند از: تولید وسایل بازی و اسباب بازی، تولید ماشین‌آلات برای ساخت منسوجات و البسه و چرم، تولید کیف و چمدان و محصولات مشابه و زین و یراق

مدل سازی

در این مطالعه از اطلاعات و آمار کارگاه‌های صنعتی ده نفر کارکن و بیشتر^۱ ایران در سال ۱۳۸۶ استفاده شده است. کارگاه‌های صنعتی بر حسب نوع فعالیت در قالب طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی فعالیت‌های اقتصادی^۲ (ISIC) تقسیم‌بندی شده‌اند. با استفاده از اطلاعات مزبور، نخست شاخص تمرکز هرفیندال - هیرشمن برای زیربخش‌های صنعتی ایران در سطح گدهای چهاررقمی ISIC محاسبه می‌شود. سپس، حداقل مقیاس کارا به عنوان شاخص بیانگر صرفه‌های مقیاس برای هر یک از زیربخش‌های صنعتی برآورد می‌شود. سپس، تعداد ورود بنگاه‌ها به زیربخش‌های صنعتی نیز به عنوان یکی دیگر از متغیرهای مهم در تعیین ساختار بازار در نظر گرفته می‌شود. در نهایت، سیستم استنتاج فازی ممدانی برای محاسبه ساختار بازار به صورت شکل ۲ در نظر گرفته می‌شود:



شکل ۲. سیستم استنتاج فازی (FIS) برای ساختار بازار

بعد از انتخاب متغیرهای تعیین‌کننده ساختار بازار به عنوان متغیرهای ورودی سیستم استنتاج فازی، باید امر فازی‌سازی متغیرهای ورودی و خروجی سیستم با تعریف توابع عضویت‌های مناسب برای هر متغیر صورت پذیرد.

۱. کارگاه صنعتی ده نفر کارکن و بیشتر کارگاهی است که متوسط تعداد کارکنانش در سال‌های مورد بررسی ده نفر و بیشتر بوده است. علت انتخاب کارگاه‌های ده نفر کارکن و بیشتر آن است که این کارگاه‌ها بخش اعظم کارگاه‌های صنعتی در ایران را تشکیل می‌دهند و همچنین دارای آمار و اطلاعات منسجم سری زمانی‌اند.

2. International Standard Industrial Classification

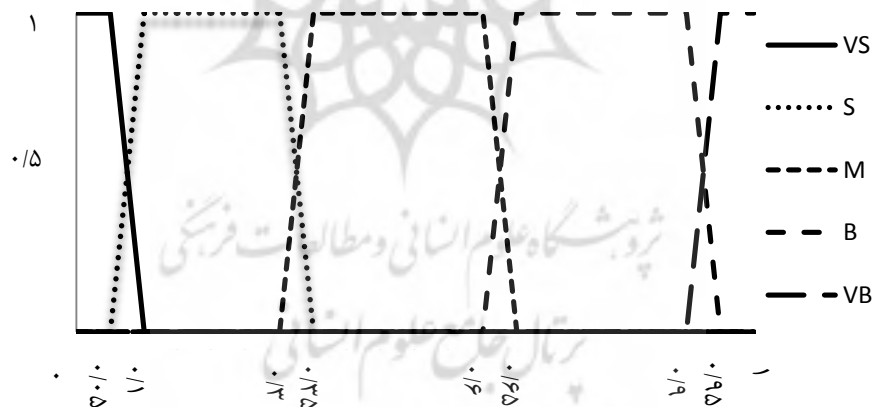
تابع عضویت فازی

تابع عضویت مقدار فازی بودن یک مجموعه را مشخص می‌کند. در واقع، به تابعی که میزان درجه عضویت اِلمان‌های مختلف را به یک مجموعه نشان دهد «تابع عضویت» می‌گویند. برای ایجاد مجموعه‌های فازی و تابع عضویت آن‌ها، باید به زمینه و دامنه کاربردی آن‌ها توجه کرد. یک مجموعه فازی با تعریف یک تابع عضویت مناسب برای آن تکمیل می‌شود. تعریف یک تابع عضویت مناسب بسیار مهم است، زیرا اگر تابع عضویت برای مجموعه مناسب نباشد، کلیه تحلیل‌ها و بررسی‌های بعد از آن دچار انحراف می‌شود (شوندی، ۱۳۸۵).

در مطالعه حاضر، تعریف تابع عضویت متغیرهای خروجی و ورودی سیستم استنتاج

فازی به صورت زیر صورت می‌پذیرد:

برای تعریف تابع عضویت متغیر شاخص جامع ساختار بازار^۱ (STR) به عنوان خروجی فازی، پنج حالت خیلی بزرگ (VB)، بزرگ (B)، متوسط (M)، کوچک (S) و خیلی کوچک (VS) در نظر گرفته شده است. شکل ۳ تابع عضویت مجموعه فازی را برای متغیر شاخص جامع ساختار بازار نشان می‌دهد.



شکل ۳. تابع عضویت متغیر شاخص جامع ساختار بازار (STR)

منبع: یافته‌های تحقیق

همان طور که مشاهده می‌شود، حالات بیان‌شده برای شاخص جامع ساختار بازار حداقل صفر و حداکثر یک است. هر چه مقدار به‌دست‌آمده برای شاخص جامع ساختار بازار به یک نزدیک‌تر شود بازار انحصاری‌تر و هر چه مقدار شاخص مزبور به صفر نزدیک‌تر شود بازار رقابتی‌تر است.

تمرکز یکی از اصلی‌ترین متغیرهای تعیین‌کننده ساختار بازار است. شاخص‌های مختلفی برای محاسبه تمرکز وجود دارد. با توجه به هدف این مطالعه، از شاخص هرfindahl-هیرشمن برای محاسبه تمرکز در صنایع ایران استفاده شده است. شاخص هرfindahl-هیرشمن (HHI)^۱ اطلاعات مربوط به همه بنگاه‌های هر صنعت را در نظر گرفته و از مجموع توان دوم سهم بازاری همه بنگاه‌های آن صنعت به صورت معادله ۴ به‌دست می‌آید:

$$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2 = \sum_{i=1}^n \left(\frac{X_i}{X} \right)^2 \quad (4)$$

که در آن X کل ارزش تولیدات زیربخش صنعتی، X_i ارزش تولیدات بنگاه i ام، S_i سهم بازاری بنگاه i ام و n تعداد کل بنگاه‌های موجود در زیربخش صنعتی مذکور است. اگر سهم بازاری بنگاه‌ها در عدد ۱۰۰ ضرب شود، مقدار عددی شاخص تمرکز بین صفر و ۱۰۰۰۰ خواهد بود. هر چقدر مقدار این شاخص به صفر نزدیک‌تر شود بازار رقابتی‌تر می‌شود و با نزدیک‌تر شدن شاخص مذکور به ۱۰۰۰۰ بازار انحصاری‌تر خواهد بود. در این مطالعه برای تعریف تابع عضویت شاخص تمرکز از طبقه‌بندی که کمیسیون فدرال تجارت آمریکا^۲ (TFC) برای بازار انجام داده استفاده شده است. این کمیسیون با ادغام شرکت‌هایی که شاخص HHI صنعت آن‌ها کمتر از ۱۰۰۰ باشد موافقت می‌کند و درخواست ادغام شرکت‌هایی را که شاخص HHI صنعت آن‌ها بیش از ۱۰۰۰ و کمتر از ۱۸۰۰ باشد بررسی می‌کند، اما از ادغام شرکت‌هایی که شاخص HHI صنعت آن‌ها بیش از ۱۸۰۰ باشد، به دلیل تمرکز بالا، جلوگیری می‌کند. بر همین اساس، برای تعریف تابع عضویت متغیر شاخص تمرکز HHI، سه حالت زیاد (H)، متوسط (M) و کم

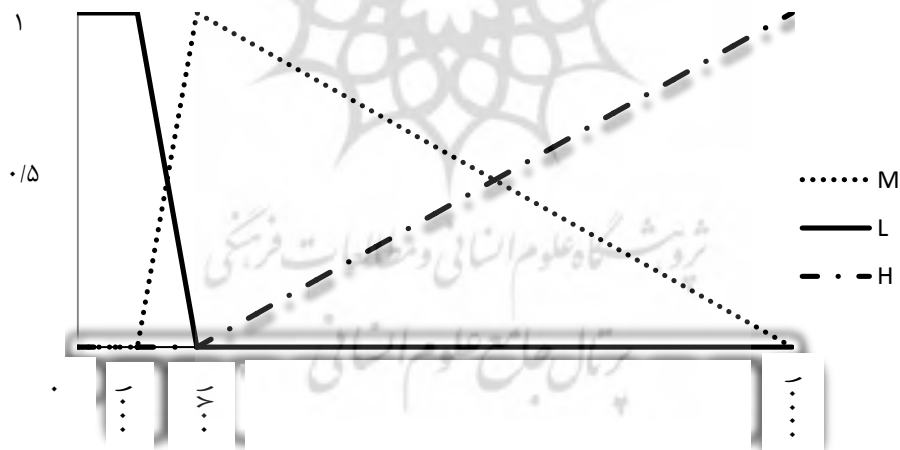
1. Herfindahl-Hirschman Index
2. Trade Federal Commission

(L) در نظر گرفته شده است. بنابراین، تابع عضویت شاخص HHI برای سه بازه کم، متوسط و زیاد به صورت رابطه‌های ۵، ۶ و ۷ تعریف شده است. شکل ۴. تابع عضویت مجموعه فازی را برای متغیر شاخص تمرکز HHI نشان می‌دهد.

$$HHI_L(x) = \begin{cases} 1 & x < 1000 \\ (1800 - x)/800 & 1000 \leq x < 1800 \\ 0 & x \geq 1800 \end{cases} \quad (5)$$

$$HHI_M(x) = \begin{cases} 0 & x < 1000 \\ (x - 1000)/800 & 1000 \leq x < 1800 \\ (10000 - x)/8200 & 1800 \leq x < 10000 \\ 0 & x \geq 10000 \end{cases} \quad (6)$$

$$HHI_H(x) = \begin{cases} 0 & x < 1800 \\ (x - 1800)/8200 & 1800 \leq x < 10000 \\ 1 & x \geq 10000 \end{cases} \quad (7)$$



شکل ۴. تابع عضویت متغیر شاخص هرفیندال - هیرشمن (HHI)

منبع: یافته‌های تحقیق

از دیگر متغیرهای تعیین‌کننده ساختار بازار می‌توان به صرفه‌های مقیاس اشاره کرد. نظریه صرفه‌های مقیاس بر این امر دلالت دارد که با افزایش مقیاس تولید هزینه متوسط کاهش می‌یابد. این کاهش تا سطح معینی از تولید، که به مقیاس تولید بهینه یا حداقل مقیاس کار^۱ (MES) موسوم است، ادامه می‌یابد. وقتی صرفه‌های مقیاس در یک صنعت زیاد باشد، به مفهوم آن است که MES در سطوح بالای تولیدی اتفاق می‌افتد. بنابراین، برای برآورد صرفه‌های مقیاس معمولاً از شاخص حداقل مقیاس کارا استفاده می‌شود. برای اندازه‌گیری حداقل مقیاس کارا روش‌های گوناگونی پیشنهاد شده است؛ از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به روش ویلسون و کومانور^۲ اشاره کرد. در این روش حداقل مقیاس کارا از متوسط تولید ۵۰ درصد بزرگ‌ترین تولیدکنندگان به صورت رابطه ۸ به دست می‌آید:

$$MSN = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{\frac{n}{2}} \quad (8)$$

با توجه به اینکه صرفه‌های مقیاس به صورت مطلق امکان مقایسه زیربخش‌های صنعتی مختلف را نمی‌دهد، بهتر است که از صرفه‌های مقیاس به صورت نسبی استفاده شود. بدین منظور، مقدار MES بر اندازه کل بازار تقسیم می‌شود و به صورت رابطه ۹ به دست می‌آید:

$$RMES = \frac{MES}{X} \quad (9)$$

در این حالت، عدد به دست آمده برای صرفه‌های مقیاس نسبی مقداری بین صفر و یک خواهد داشت. شاخص صرفه‌های مقیاس نسبی نیز در سه بازه زیاد (H)، متوسط (M) و کم (L) دسته‌بندی شده است. تابع عضویت صرفه‌های مقیاس به صورت رابطه‌های ۱۰، ۱۱ و ۱۲ تعریف می‌شود.

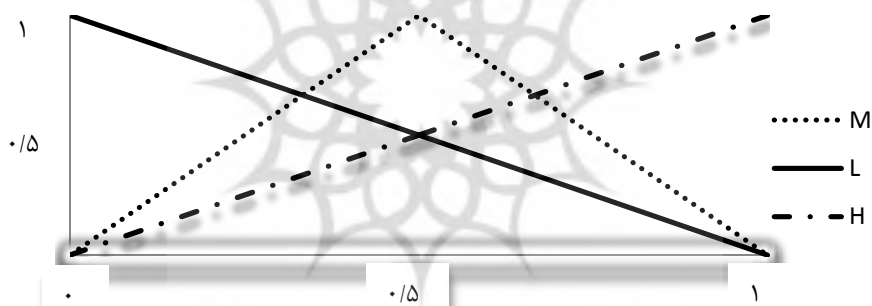
1. Minimum Efficient Scale
2. Wilson & Comanor

$$ES_L(x) = \begin{cases} 1-x & 0 \leq x \leq 1 \\ 0 & \text{otherwise} \end{cases} \quad (10)$$

$$ES_M(x) = \begin{cases} x/0.5 & 0 \leq x \leq 0.5 \\ (1-x)/0.5 & 0.5 \leq x \leq 1 \\ 0 & \text{otherwise} \end{cases} \quad (11)$$

$$\mu_{ES_H}(x) = \begin{cases} x & 0 \leq x \leq 1 \\ 1-x & \text{otherwise} \end{cases} \quad (12)$$

شکل ۵ تابع عضویت مجموعه فازی را برای متغیر صرفه‌های مقیاس نسبی نشان می‌دهد.



شکل ۵. تابع عضویت متغیر صرفه‌های مقیاس نسبی (RMES)

منبع: یافته‌های تحقیق

میزان ورود بنگاه‌های تازه‌وارد به صنعت یکی دیگر از متغیرهای تعیین‌کننده ساختار بازار است. با افزایش تعداد ورود بنگاه‌ها به یک صنعت، رقابت در بازار آن افزایش می‌یابد و در مقابل، صنعتی که ورود به آن کم باشد بازار آن انحصاری‌تر خواهد بود. با در نظر گرفتن تعداد بنگاه‌های تازه‌وارد^۱ (EN) به زیربخش‌های صنعتی مختلف، برای

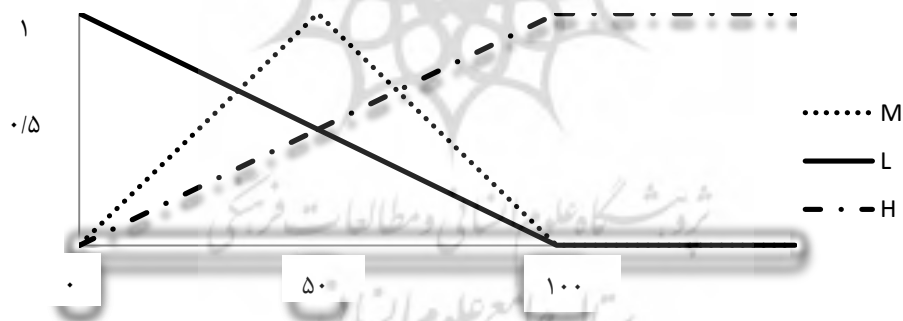
تعریف تابع عضویت متغیر تعداد ورود بنگاه‌ها، سه حالت زیاد (H)، متوسط (M) و کم (L) در نظر گرفته شده است. توابع عضویت ورود به بازار به صورت رابطه‌های ۱۳، ۱۴ و ۱۵ تعریف شده است.

شکل ۶ تابع عضویت مجموعه فازی را برای متغیر تعداد ورود بنگاه‌ها نشان می‌دهد.

$$EN_L(x) = \begin{cases} 1 & x = 0 \\ (100 - x)/100 & 0 < x < 100 \\ 0 & x = 100 \end{cases} \quad (13)$$

$$EN_M(x) = \begin{cases} 0 & x = 0 \\ x/50 & 0 < x < 50 \\ (100 - x)/50 & 50 < x < 100 \\ 0 & x = 100 \end{cases} \quad (14)$$

$$EN_H(x) = \begin{cases} 0 & x = 0 \\ x/100 & 0 < x < 100 \\ 1 & x = 100 \end{cases} \quad (15)$$



شکل ۶. تابع عضویت متغیر تعداد ورود بنگاه‌ها (EN)

منبع: یافته‌های تحقیق

مرحله بعد تعیین قواعد بنیانی است. در این مرحله، بر اساس ادبیات موجود در اقتصاد صنعتی، پایگاه قواعد فازی به منظور تصمیم‌گیری در مورد ساختار بازار ساخته می‌شود.

پایگاه قواعد فازی

قواعد فازی ترکیب سطوح ویژه همراهی سه متغیر شاخص هرفیندال - هریشمن، صرفه‌های مقیاس نسبی و تعداد ورود بنگاه‌ها برای محاسبه شاخص جامع ساختار بازار را نشان می‌دهد. با عنایت به وجود سه وضعیت برای هر یک از سه شاخص مذکور، می‌توان در مجموع به میزان $3^3=27$ حالت قواعد فازی برای ساختار بازار در نظر گرفت؛ جدول ۱ چند نمونه از این قواعد را نشان می‌دهد. تفسیر این جدول با ملاک‌های تصمیم‌گیری «اگر-آنگاه» صورت می‌پذیرد. مثلاً، در قاعده ۱ گفته می‌شود که اگر شاخص هرفیندال - هریشمن کم، صرفه‌های مقیاس کم و تعداد ورود بنگاه‌ها زیاد باشد، آنگاه انتظار داریم که ساختار بازار خیلی کوچک باشد؛ بدین مفهوم که ساختار بازار مذکور به رقابت کامل نزدیک‌تر است.

جدول ۱. قواعد فازی

قاعده	تعداد ورود	صرفه‌های مقیاس	هرفیندال - هریشمن	ساختار بازار
۱	زیاد	کم	کم	خیلی کوچک
۲	زیاد	متوسط	کم	خیلی کوچک
۳	زیاد	زیاد	کم	کوچک
۴	متوسط	کم	کم	خیلی کوچک
.
.
.
۲۴	متوسط	زیاد	زیاد	خیلی بزرگ
۲۵	کم	کم	زیاد	بزرگ
۲۶	کم	متوسط	زیاد	خیلی بزرگ
۲۷	کم	زیاد	زیاد	خیلی بزرگ

منبع: یافته‌های تحقیق

برآورد مدل

بعد از تعیین قواعد فازی، سیستم استنتاج فازی برای ساختار بازار (مورد اشاره در شکل ۲) به کمک نرم‌افزار فازی تک^۱ شبیه‌سازی شد و شاخص جامع ساختار بازار برای زیربخش‌های صنعتی مختلف حاصل شد. نتایج برآورد شاخص جامع ساختار بازار به همراه اطلاعات مربوط به شاخص هرفیندال - هریشمن، شاخص صرفه‌های مقیاس نسبی و تعداد ورود بنگاه‌ها برای برخی از ۱۳۱ زیربخش صنعتی در سطح گدهای چهاررقمی ISIC در جدول پیوست آمده است.^۲ مطابق این جدول، بر اساس شاخص جامع ساختار بازار، صنایع تولید آجر و تولید محصولات پلاستیکی به‌جز چرم در رتبه‌های اول و دوم قرار دارند. این در حالی است که اگر برای بررسی ساختار بازار فقط از شاخص هرفیندال - هریشمن استفاده شود، صنعت تولید آجر در رتبه اول و صنعت بریدن و شکل دادن و تکمیل سنگ در رتبه دوم قرار می‌گیرد. درباره شاخص صرفه‌های مقیاس نسبی نیز باید گفت که هرچند رتبه‌های اول و دوم مثل شاخص جامع ساختار بازار است، در مورد اولویت‌های بعدی این رتبه‌بندی صنایع به هم می‌خورد. همچنین، اگر معیار بررسی ساختار بازار صرفاً تعداد ورود بنگاه‌ها باشد، صنعت تولید محصولات پلاستیکی به‌جز چرم در رتبه اول و صنعت تولید آجر در رتبه دوم قرار می‌گیرد. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که هر یک از شاخص‌های هرفیندال - هریشمن، صرفه‌های مقیاس نسبی و تعداد ورود بنگاه‌ها ترتیب متفاوتی برای میزان رقابتی بودن صنایع در نظر می‌گیرند، زیرا هر یک از آن‌ها فقط بخشی از ویژگی بازار را در نظر می‌گیرند. این در حالی است که شاخص جامع ساختار بازار همه این ویژگی‌ها را به صورت یک‌جا در نظر می‌گیرد. بنابراین، این شاخص کامل‌تر است و رتبه‌بندی که از میزان رقابتی بودن صنایع انجام می‌دهد قابل اعتمادتر خواهد بود.

به منظور بررسی بهتر موضوع، توزیع پراکندگی ساختار بازار زیربخش‌های صنعتی ایران بر اساس هر یک از شاخص‌های هرفیندال - هریشمن (HHI)، صرفه‌های مقیاس نسبی (RMES)، تعداد ورود بنگاه‌ها (EN) و شاخص جامع ساختار بازار (STR) در

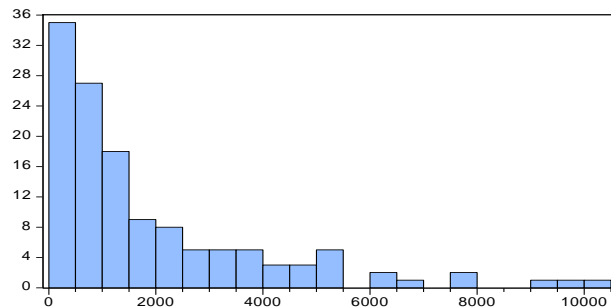
1. fuzzy tech

۲. محاسبات شاخص‌های مذکور برای زیربخش‌هایی صورت پذیرفته که اطلاعات کامل در مورد آن‌ها وجود داشته است.

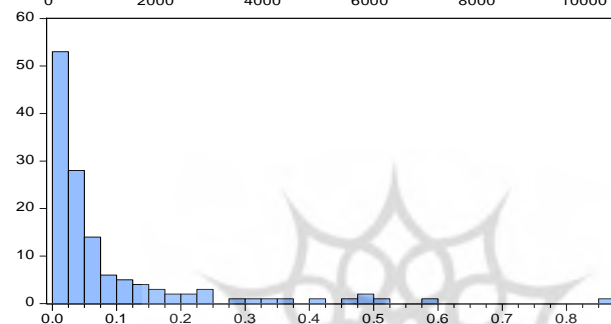
شکل ۷ آمده است. مطابق شکل مزبور، بر اساس شاخص هرفیندال - هیرشمن، چولگی تمرکز زیربخش‌های صنعتی به سمت راست است؛ بدین مفهوم که تمرکز در بیشتر زیربخش‌های صنعتی ایران پایین است. این بدان معنی است که بیشتر زیربخش‌های صنعتی ایران به ساختار بازار رقابتی نزدیک‌ترند. از لحاظ شاخص صرفه‌های مقیاس نسبی نیز وضعیتی مشابه و با شدت بیشتر برقرار است. این در حالی است که بر اساس شاخص تعداد ورود بنگاه‌ها وضعیتی برعکس حاکم است؛ بدین مفهوم که در اغلب زیربخش‌های صنعتی میزان ورود بنگاه‌های تازه‌وارد در سطوح پایینی قرار دارد. این بدان معنی است که، بر اساس شاخص مذکور، بیشتر زیربخش‌های صنعتی ایران از وضعیت ساختار بازار رقابتی دورند. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که استفاده از هر یک از این شاخص‌ها به تنهایی نتایج متفاوتی درباره وضعیت ساختار بازار زیربخش‌های صنعتی ایران به دست می‌دهد. اما، همان گونه که پیش‌تر نیز ذکر شد، ساختار بازار به وسیله مجموعه‌ای از شاخص‌های مذکور تعیین می‌شود. از این رو، بهتر است که از شاخص جامع ساختار بازار استفاده شود. بر اساس این شاخص، می‌توان توزیع متعادل تری نسبت به شاخص‌های مذکور در ساختار بازار زیربخش‌های صنعتی ایران در شکل ۷ مشاهده کرد؛ به نظر می‌رسد این نتایج بیشتر قابل اعتمادند.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

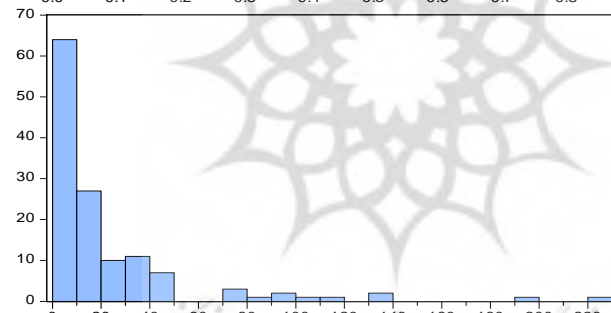
شناسایی ساختار بازار در صنایع مختلف کشور امر مهمی در تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌های صنعتی است. مطالعاتی که تا کنون در این زمینه انجام شده‌اند هر یک صرفاً یکی از شاخص‌های تعیین‌کننده ساختار بازار (معمولاً تمرکز) را در نظر گرفته‌اند؛ در حالی که هر یک از این شاخص‌ها فقط بخشی از ساختار بازار را توضیح می‌دهند و باید از ترکیب شاخص‌های مختلف ساختار بازار استفاده شود. در این مطالعه، برای تعیین ساختار بازار، با استفاده از منطق فازی، شاخصی ترکیبی از سه شاخص تمرکز هرفیندال - هیرشمن، صرفه‌های مقیاس نسبی و تعداد ورود بنگاه‌ها ساخته شد که شاخص جامع ساختار بازار نام گرفت و به وسیله آن ساختار بازار ۱۳۱ زیربخش صنعتی ایران در سطح کدهای چهاررقمی ISIC در سال ۱۳۸۶ بررسی شد. بر اساس یافته‌های تحقیق، تعیین



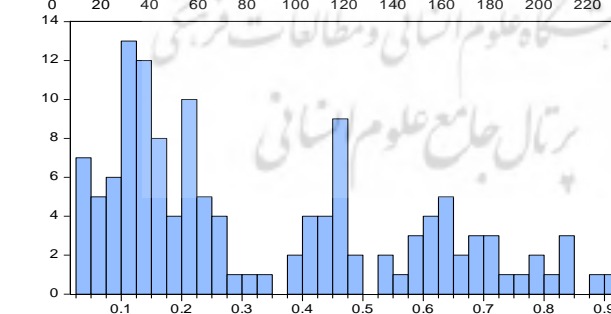
Series: HHI	
Sample 1 131	
Observations 131	
Mean	1896.221
Median	1051.000
Maximum	10000.00
Minimum	33.00000
Std. Dev.	2089.964
Skewness	1.805073
Kurtosis	6.140129
Jarque-Bera	124.9607
Probability	0.000000



Series: RMES	
Sample 1 131	
Observations 131	
Mean	0.085586
Median	0.032000
Maximum	0.855800
Minimum	0.002500
Std. Dev.	0.134378
Skewness	2.942225
Kurtosis	13.03346
Jarque-Bera	738.4963
Probability	0.000000



Series: EN	
Sample 1 131	
Observations 131	
Mean	22.36641
Median	10.00000
Maximum	229.0000
Minimum	0.000000
Std. Dev.	35.49436
Skewness	3.229853
Kurtosis	15.46363
Jarque-Bera	1075.673
Probability	0.000000



Series: STR	
Sample 1 131	
Observations 131	
Mean	0.332808
Median	0.228940
Maximum	0.906600
Minimum	0.025400
Std. Dev.	0.244799
Skewness	0.643924
Kurtosis	2.139348
Jarque-Bera	13.09603
Probability	0.001433

شکل ۷. توزیع پراکندگی شاخص‌های مختلف ساختار بازار

ساختار بازار به وسیله هر یک از شاخص‌های فوق به تنهایی به نتایج متفاوتی در خصوص نزدیکی یا دوری از ساختار بازار رقابتی برای بیشتر زیربخش‌های مختلف صنعتی ایران منجر شده است. این در حالی است که بر اساس شاخص جامع ساختار بازار توزیع متعادل تری در ساختار بازار زیربخش‌های صنعتی ایران حاصل شده است. با عنایت به این مسئله که شاخص جامع ساختار بازار ویژگی‌های مختلفی از ساختار بازار را مد نظر قرار می‌دهد، توصیه می‌شود که از این شاخص برای بررسی ساختار بازار صنایع مختلف استفاده شود. همچنین، با توجه به اینکه شاخص صرفه‌های مقیاس برای اکثر زیربخش‌های صنعتی ایران پایین است و دلیل این امر را می‌توان کوچک بودن اقتصاد ایران دانست، پیشنهاد می‌شود شرایطی فراهم شود که صنایع ایران به راحتی تولیدات خود را به بازارهای خارجی صادر کنند تا از صرفه‌های مقیاس برخوردار شوند. همچنین، پیشنهاد می‌شود که در مطالعات آینده دیگر متغیرهای مؤثر بر ساختار بازار مانند تمایز کالا را نیز وارد مدل کرد تا شاخصی کامل‌تر برای ساختار بازار زیربخش‌های صنعتی ایران حاصل شود.

منابع

۱. پورعبادالهیان کویچ، محسن، محمدزاده، پرویز، فلاحی، فیروز و حکمتی فرید، صمد (۱۳۹۲). بررسی شاخص‌های مختلف تمرکز در صنعت سیمان کشور، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی کاربردی، ۱، ۷۱ - ۸۸.
۲. خداداد کاشی، فرهاد (۱۳۸۹). اقتصاد صنعتی (نظریه و کاربرد)، چ ۲، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
۳. خداداد کاشی، فرهاد و دهقانی، علی (۱۳۸۴). تبلیغات و تمرکز در بازارهای صنعتی ایران. فصلنامه مطالعات اقتصاد و مدیریت، ۲۷، ۳۲ - ۵۱.
۴. خداداد کاشی، فرهاد و شهیکی تاش، محمدنبی (۱۳۸۴). درجه رقابت در بازار جهانی محصولات منتخب کشاورزی، اقتصاد کشاورزی، ۱۳، ۱۳۵ - ۱۶۴.

۵. خداداد کاشی، فرهاد و جعفری لیلاب، پری (۱۳۹۱). بررسی ساختار بازار در صنعت بانکداری ایران (۱۳۸۰ - ۱۳۸۵)، بررسی‌های بازرگانی، ۵۲، ۳۴ - ۴۰.
۶. جلال‌آبادی، اسداله و میرجلالی، فاطمه (۱۳۸۶). انحصار و تمرکز در صنایع ایران: مطالعه موردی برخی از صنایع ۱۳۷۹ - ۱۳۸۴، جستارهای اقتصادی، ۴، ۱۷۹ - ۲۳۲.
۷. ابونوری، اسماعیل و غلامی، نجمه (۱۳۸۷). برآورد و مقایسه نسبت تمرکز در صنایع ایران با استفاده از الگوی لگنرمال، بررسی‌های اقتصادی، ۵، ۱۱۱ - ۱۳۴.
۸. ابونوری، اسمعیل و سامانی‌پور، حسن (۱۳۸۱). برآورد پارامتریکی نسبت تمرکز صنایع در ایران، پژوهشنامه بازرگانی، ۶، ۹۱ - ۱۲۸.
۹. حسینی، میرعبدالله و پرمه، زورار (۱۳۸۳). ساختار بازار جهانی فرش دستباف، پژوهشنامه بازرگانی، ۸، ۸۵ - ۱۱۷.
۱۰. شوندی، حسن (۱۳۸۵). نظریه مجموعه‌های فازی و کاربرد آن در مهندسی صنایع و مدیریت، تهران: گسترش علوم پایه.
۱۱. شهیکی تاش، محمدنبی (۱۳۹۲). سنجش قدرت بازاری صنایع کارخانه‌ای ایران، مجله تحقیقات اقتصادی، ۴۸، ۴۳ - ۶۴.
۱۲. شهیکی تاش، محمدنبی و کاظم‌زاده، عماد (۱۳۹۲). ساختار بازار خودروی سواری در ایران، فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی، ۱، ۱۳۹ - ۱۶۴.
۱۳. شهیکی تاش، محمدنبی و نصیری اقدم، علی (۱۳۹۰). تمرکز، شدت مانع ورود و صرفه‌های مقیاس در صنعت کولر آبی ایران و هزینه رفاهی ناشی از ساختار انحصار مؤثر، فصلنامه اقتصاد مقداری، ۸، ۷۳ - ۹۸.
۱۴. پورپرتوی، میرطاهر، دانش جعفری، داود و جلال‌آبادی، اسداله (۱۳۸۸). مقایسه تطبیقی انحصار و تمرکز در برخی از صنایع کشور، پژوهشنامه اقتصادی، ۹، ۱۲۹ - ۱۵۴.

15. Fedderke, J. & Szalontai, G. (2009). Industry Concentration in South African Manufacturing Industry: Trends and Consequences, *Economic Modeling*, 26, 241-250.

16. Gordan, S. (2012). Using Fuzzy Logic for Evaluating the Level of Countries' (Regions') Economic Development, *Panoeconomicus*, 3, 293-310.
17. Hrazdil, K. & Zhang, R. (2012). The Importance of Industry Classification in Estimating Concentration Ratios, *Economics Letters*, 114, 224-227.
18. Jang, J.S.R., Sun, C.-T. & Mizutani, E. (1997). *Neuro-Fuzzy and Soft Computing: A Computational Approach to Learning and Machine Intelligence*, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
19. Pulaj, E. & Kume, V. (2013). Measuring Market Concentration of Construction Industry: Vlora Region Evidence, *European Scientific Journal*, 9, 121-136.
20. Qiao, Y., Keren, N. & Mannan, S.M. (2009). Utilization of Accident Databases and Fuzzy Sets to Estimate Frequency of HazMat Transport Accidents, *Journal of Hazardous Materials*, 167, 374-382.
21. Shahiki Tash, M.N., Nasrabadi, H. & Barghandan, K. (2013). Ranking Iran's Monopolistic Industry Based on Fuzzy TOPSIS Method, *Iranian Journal of Economic Studies*, 2, 103-122.
22. Shapiro, A.F. (2004). Fuzzy Logic in Insurance, *Mathematics and Economics*, 35, 399-424.
23. Sys, C. (2009). Is the Container Liner Shipping Industry an Oligopoly?, *Transport Policy*, 16, 259-270.
24. Van Leek, W. & Kerre, E.E. (1999). Defuzzification: Criteria and Classification, *Fuzzy Sets and Systems*, 108, 159-178.
25. Zadeh, L.A. (1992). Foreword of the Proceedings of the Second International Conference on Fuzzy Logic and Neural Networks, Iizuka, Japan, 13-14.

جدول ۱ پ. ساختار بازار زیربخش های صنعتی ایران پیوست

شاخص جامع	تعداد و زون	شاخص صرفه های	شاخص هر قیدال -	شاخص هر بخش صنعتی	کد چهار رقمی	رتبه
ساختار بازار	بنگاه ها	مقیاس نسبی	هر ششم	نام فعالیت (زیربخش صنعتی)	ISIC	
۰.۰۳۷۷	۱۹۲	۰.۰۰۲۵	۳۳	تولید آجر	۳۶۹۷	۱
۰.۰۳۷۸	۳۳۹	۰.۰۰۲۶	۱۱۳	تولید محصولات پلاستیکی به جز کفش	۲۵۲۰	۲
۰.۰۳۸۳	۱۳۰	۰.۰۰۲۵	۱۹۳	تولید قطعات و ملحقات برای وسایل نقلیه موتوری و موتور آن ها	۳۴۲۰	۳
۰.۰۳۸۷	۱۳۵	۰.۰۰۴۲	۶۱	بریدن و شکل دادن و تکمیل سنگ	۲۶۹۶	۴
۰.۰۳۸۸	۱۱۷	۰.۰۰۴۵	۱۰۳	تولید محصولات ساختمانی از بتن و سیمان و گچ	۲۶۹۵	۵
۰.۰۳۹۱	۱۰۷	۰.۰۰۴۹	۳۳۹	تولید سایر محصولات فلزی غیر فلزی نشده	۲۸۹۹	۶
۰.۰۷۵۹	۹۳	۰.۰۰۲۵	۸۳	آماده سازی و رسیدگی اوراق مسووج - چاپ مسووجات	۱۷۱۱	۷
۰.۱۲	۸۰	۰.۰۰۴۵	۸۴	تولید سایر محصولات کانی غیر فلزی طبیعی نشده در جای دیگر	۲۶۹۹	۸
۰.۱۳۷	۷۳	۰.۰۰۷۱	۳۳۳	عمل آوری و حفاظت میوه ها و سبزی ها از قساد به جز پوسته و خرما	۱۵۱۹	۹
۰.۱۳۷	۷۳	۰.۰۰۸۴	۲۶۵	تولید قرش ماشینی و مویک	۱۷۲۶	۱۰
۰.۱۴۳	۷۰	۰.۰۰۷۰	۴۶۹	تولید سایر محصولات غذایی طبیعی نشده	۱۵۴۸	۱۱
۰.۱۵	۴۸	۰.۰۰۷۷	۵۶۳	تولید نان شیرینی و بیسکویت و کیک	۱۵۴۶	۱۲
۰.۱۵	۴۹	۰.۰۰۹۶	۷۹۵	تولید میلمان	۳۶۱۰	۱۳
۰.۱۵۲	۴۹	۰.۰۱۳۷	۴۸۴	تولید سایر محصولات طبیعی نشده	۳۶۹۹	۱۴
۰.۱۵۵	۴۵	۰.۰۰۹۹	۸۱۷	تولید مواد شیمیایی اساسی به جز کود و ترکیبات ازت	۲۶۱۱	۱۵
۰.۱۶۱	۳۹	۰.۰۰۷۴	۲۲۶	تولید قرآورد های لینی	۱۵۲۰	۱۶
۰.۱۶۳	۳۹	۰.۰۱۱۳	۳۲۷	تولید چرم و کتان و سایر وسایل دستبندی کافتی و مقوایی	۲۱۰۳	۱۷
۰.۱۶۴	۳۶	۰.۰۰۶۷	۴۷۰	آماده سازی و رنگ کردن غلات و حبوبات	۱۵۳۱	۱۸
۰.۱۶۴	۳۸	۰.۰۱۲۰	۲۴۷	تولید انواع رنگ و روغن جلا و پوشش های مشابه و پتله	۲۴۲۲	۱۹
۰.۱۶۵	۳۹	۰.۰۱۶۸	۴۴۱	تولید کفش	۱۹۲۰	۲۰
۰.۱۶۵	۳۷	۰.۰۰۹۶	۳۶۹	تولید وسایل خانگی طبیعی نشده در جای دیگر	۲۹۳۰	۲۱
۰.۱۷۱	۳۳	۰.۰۱۴۲	۵۶۷	تولید پوشاک به استثنای پوشاک از پوست خزدار	۱۸۱۰	۲۲

ادامه جدول ۱ پ. ساختار بازار زیربخش‌های صنعتی ایران

شاخص جامع ساختار بازار	شاخص صرفه‌های تعداد ورود	شاخص هرفیدال - هوشمن	مقیاس نسبی	شاخص صرفه‌های	شاخص هرفیدال - هوشمن	نام فعالیت (زیربخش صنعتی)	کد چهاررقمی ISIC	رتبه
۰/۱۷۲	۲۲	۶۲۰	۰/۰۱۲۲	۲۲	۶۲۰	ریخته‌گری آهن و فولاد	۲۷۳۱	۲۲
۰/۱۷۴	۲۹	۲۰۳	۰/۰۰۹۹	۲۹	۲۰۳	گستر دام و طیور	۱۵۱۵	۲۴
۰/۱۷۵	۳۰	۵۸۲	۰/۰۱۴۵	۳۰	۵۸۲	تولید سایر ماشین‌آلات با کاربرد عام	۲۹۱۹	۲۵
۰/۱۷۷	۲۸	۶۸۱	۰/۰۱۳۹	۲۸	۶۸۱	تولید صنایع و مواد پاک‌کننده و لوازم بهداشت و نظافت و نظرها و لوازم آرایش	۲۴۲۴	۲۶
۰/۱۷۸	۲۰	۵۲۲	۰/۰۲۱۷	۲۰	۵۲۲	دیباچی و تکمیل چرم	۱۹۱۱	۲۷
۰/۱۸۱	۲۴	۵۴۳	۰/۰۱۲۹	۲۴	۵۴۳	تولید دستگاه‌های توزیع و کنترل ترموی برق	۳۱۲۱	۲۸
۰/۱۸۲	۲۴	۲۷۸	۰/۰۱۵۰	۲۴	۲۷۸	تولید پنبه و کبریتور و قیر و سیلاب	۲۹۱۲	۲۹
۰/۱۸۳	۲۲	۲۹۶	۰/۰۱۲۴	۲۲	۲۹۶	تولید سیمان و آهک و گچ	۲۶۹۴	۳۰
۰/۱۸۳	۲۴	۳۱۶	۰/۰۱۶۶	۲۴	۳۱۶	تولید انواع موتورسکلت	۳۵۹۱	۳۱
۰/۱۸۶	۱۸	۳۶۳	۰/۰۰۶۵	۱۸	۳۶۳	عمل‌آوری و حفاظت گوشت و فرآورده‌های گوشتی از فساد	۱۵۱۶	۳۲
۰/۱۸۷	۲۰	۲۱۴	۰/۰۱۶۷	۲۰	۲۱۴	تولیدی	۱۵۴۵	۳۳
۰/۱۸۸	۲۱	۵۴۸	۰/۰۲۲۴	۲۱	۵۴۸	تولید ماشین‌ابزارها	۲۹۲۲	۳۴
۰/۱۸۹	۱۶	۲۴۱	۰/۰۱۲۴	۱۶	۲۴۱	تولید دارو و مواد شیمیایی مورد استفاده در پزشکی	۲۴۲۲	۳۵
۰/۱۸۹	۱۹	۴۲۴	۰/۰۲۱۱	۱۹	۴۲۴	تولید سایر محصولات لاستیکی به‌جز کفش	۲۵۱۹	۳۶
۰/۱۸۹	۱۷	۶۶۴	۰/۰۱۵۶	۱۷	۶۶۴	تولید مخازن و لوله‌ها و ظروف فلزی مشابه	۲۸۱۲	۳۷
۰/۱۹۱	۱۸	۴۷۸	۰/۰۲۱۵	۱۸	۴۷۸	تولید سایر کالاهای کاغذی و مقوایی	۲۱۰۹	۳۸
۰/۱۹۱	۱۹	۵۱۵	۰/۰۲۲۴	۱۹	۵۱۵	تولید سایر محصولات شیمیایی طبیعی‌بندی‌شده	۲۴۲۹	۳۹
۰/۱۹۲	۱۶	۲۸۹	۰/۰۱۷۹	۱۶	۲۸۹	تولید خوراک دام و حیوانات	۱۵۳۲	۴۰
۰/۱۹۲	۱۷	۴۷۷	۰/۰۱۹۵	۱۷	۴۷۷	تولید تجهیزات پزشکی و جراحی و وسایل ارتقوبی	۳۱۱۱	۴۱
۰/۱۹۵	۱۳	۵۲۹	۰/۰۱۷۴	۱۳	۵۲۹	تولید سیم و کابل عایق‌بندی‌شده	۳۱۳۰	۴۲

ادامه جدول ۱ پ. ساختار بازار زیربخش های صنعتی ایران

شاخص جملع ساختار بازار	تعداد ورود بنگاهها	شاخص صرفه های مقیاس نسبی	شاخص هرفیندال - هرشمن	نام فعالیت (زیربخش صنعتی)	کد چهار رقمی ISIC	رتبه
۰/۱۹۶	۱۵	۰/۰۲۷۱	۳۹۰	عمل آوری و حفاظت ملعی و فرآورده های ملعی و سایر حیوانات دریایی از فساد	۱۵۱۲	۴۳
۰/۱۹۷	۱۱	۰/۰۱۸۹	۲۵۸	تولید سایر محصولات گلی و سرامیکی غیر نسوز ساختمانی	۲۶۹۸	۴۴
۰/۱۹۸	۹۱	۰/۰۰۶۸	۱۳۲۲	تولید محصولات فلزی ساختمانی	۲۸۱۱	۴۵
۰/۱۹۹	۱۳	۰/۰۲۶۹	۶۶۹	تولید کالاهای نساجی ساخته شده به روش های پوداک	۱۷۳۱	۴۶
۰/۱۹۹	۳۱	۰/۰۱۵۳	۱۰۵۱	تولید فرآورده های نفتی تصفیه شده	۲۳۳۰	۴۷
۰/۱۹۹	۱۲	۰/۰۲۵۴	۴۰۵	تولید کالاهای سرامیکی غیر نسوز غیر ساختمانی	۲۶۹۱	۴۸
۰/۲	۱۳	۰/۰۳۳۰	۹۳۰	تولید سایر ماشین آلات با کاربرد خاص	۲۹۲۹	۴۹
۰/۲۰۳	۴۰	۰/۰۱۱۳	۱۰۸۲	عمل آوری و روکش کردن فلزات و فعالیت های مبتنی بر ماشین های سنگین عمومی	۲۸۹۲	۵۰
۰/۲۰۲	۱۰	۰/۰۴۹۸	۴۰۹	تولید آلات برنده و ابزار دستی و برقی آلات عمومی	۲۸۹۳	۵۱
۰/۲۰۴	۹	۰/۰۳۳۳	۶۲۸	تولید شیشه جام	۲۶۱۱	۵۲
۰/۲۰۴	۶	۰/۰۲۵۲	۵۰۳	تولید ماشین آلات عمل آوری مواد غذایی و نوشیدنی و تنباکو	۲۹۲۵	۵۳
۰/۲۰۵	۵	۰/۰۲۶۸	۳۵۷	تولید قند و شکر	۱۵۴۳	۵۴
۰/۲۰۶	۶	۰/۰۳۱۱	۵۲۶	تولید نوشابه های غیر الکلی مجازدار	۱۵۵۵	۵۵
۰/۲۰۶	۷	۰/۰۳۴۸	۹۳۴	تولید محصولات شیشه ای به جز شیشه جام	۲۶۱۲	۵۶
۰/۲۰۶	۷	۰/۰۳۴۹	۷۵۹	تولید فلزات گرانبها و سایر محصولات اساسی به جز آهن و فولاد و مس و آلومینیوم	۳۲۳۳	۵۷
۰/۲۰۶	۴	۰/۰۲۸۱	۴۴۴	تولید تجهیزات بالابرنده و جابه جاکنده	۲۹۱۵	۵۸
۰/۲۰۸	۸	۰/۰۴۳۳	۶۰۳	تولید مصنوعات بجزری و قفسه و در و پنجره سازی چوبی ساختمانی	۲۰۳۲	۵۹
۰/۲۰۹	۵	۰/۰۳۷۳	۶۲۰	پاک کردن و درجه بندی و بسته بندی خرما	۱۵۱۷	۶۰
۰/۲۱۴	۲	۰/۰۴۶۴	۸۶۱	انتشار روزنامه و مجله و نشریات ادواری	۳۳۱۲	۶۱

ادامه جدول ۱. پ. ساختار بازار زیربخش‌های صنعتی ایران

شاخص جامع ساختار بازار	تعداد ورود بنگاهها	شاخص صرفه‌های مقیاس نسبی	شاخص هر فینال - هریشن	نام فعالیت (زیربخش صنعتی)	کد چهاررقمی ISIC	رتبه
۰.۲۱۴	۴۵	۰.۰۰۹۵	۱۱۱۶	تولید محصولات اولیه آهن و فولاد	۲۷۱۰	۶۲
۰.۲۱۵	۷	۰.۰۶۰۴	۸۸۱	کش‌بافی و ترکیب‌بافی و قلاب‌بافی	۱۷۳۱	۶۳
۰.۲۱۵	۵	۰.۰۵۵۸	۶۴۹	تولید ماشین‌آلات اداری و حسابگر و محاسباتی	۳۰۰۰	۶۴
۰.۲۱۶	۳	۰.۰۵۴۳	۹۸۰	تولید ابزارها و وسایل ویژه اندازه‌گیری، کنترل و آزمایش و فرآیندهای تولید ورق‌های روکش‌شده و تخته چدانی و مطلق و تئویان و سایر انواع پابل و تخته	۳۳۱۲	۶۵
۰.۲۱۷	۹	۰.۰۳۲۶	۱۰۳۰	تولید ورق‌های روکش‌شده و تخته چدانی و مطلق و تئویان و سایر انواع پابل و تخته	۲۰۲۱	۶۶
۰.۲۲۲	۷	۰.۰۷۷۳	۹۰۱	تولید و تعمیر انواع قابین و سایر شناورها به‌جز کشتی	۳۵۱۲	۶۷
۰.۲۲۳	۷	۰.۰۳۶۲	۱۰۳۹	تولید لامپ‌های الکتریکی و تجهیزات روشنایی	۳۱۵۰	۶۸
۰.۲۲۶	۹	۰.۰۳۵۲	۱۰۵۱	تولید روغن و چربی حیوانی و نباتی خوراکی	۱۵۱۴	۶۹
۰.۲۵۶	۴	۰.۰۵۶۹	۱۱۰۰	تولید لامپ‌های الکتریکی و سایر اجزای الکتریکی	۳۲۱۰	۷۰
۰.۲۷۹	۱۱	۰.۰۲۴۷	۱۲۰۹	تولید آب‌نبات و شکلات و نقل و کاکائو و آدامس	۱۵۴۳	۷۱
۰.۲۹۵	۱۲	۰.۰۵۵۲	۱۲۴۱	تولید دوغ گازدار و آب معدنی	۱۵۵۶	۷۲
۰.۳۱۷	۹	۰.۰۱۲۵	۱۲۲۴	تولید رشته و ماکارونی و ورمیشل و محصولات آردی مشابه	۱۵۴۴	۷۳
۰.۳۲۳	۱۵	۰.۰۲۵۷	۱۲۵۸	تولید قالی و قالیچه دستباف	۱۷۲۴	۷۴
۰.۳۴۶	۵	۰.۰۶۰۵	۱۲۶۵	تولید نشانه و فرآورده‌های نشانه‌های تکمیل منسوجات	۱۵۳۲	۷۵
۰.۳۴۶	۱۳	۰.۰۲۶۳	۱۴۲۴	تولید منسوجات	۱۷۱۲	۷۶
۰.۳۶	۳	۰.۰۷۰۶	۱۲۹۴	تولید لاستیک رزینی و تئوی و روکش کردن مجدد و بازسازی لاستیک‌های رزینی	۲۵۱۱	۷۷
۰.۳۷۵	۱	۰.۱۴۳۴	۱۳۸۵	چوب‌لبافی	۱۷۳۲	۷۸
۰.۳۸۸	۴	۰.۱۴۹۲	۱۴۴۶	تولید ظروف و محافظ‌های چوبی	۲۰۲۲	۷۹
۰.۳۹۶	۰	۰/۱۱۹۱	۱۴۶۷	تولید سایر محصولات چوبی و تولید کالا از چوب پنبه و نی و مواد حصیری	۲۰۲۹	۸۰
۰.۴۰۷	۵	۰/۰۵۱۹	۱۵۷۱	تولید باتاقان و دنده و دیگر ترانسپل	۲۹۱۳	۸۱

ادامه جدول ۱ پ. ساختار بازار زیربخش های صنعتی ایران

شاخص جامع ساختار بازار	تعداد ورود بنگاهها	شاخص صرفه های مقیاس نسبی	شاخص هرفینال - هریمن	نام فعالیت (زیربخش صنعتی)	کد چهاررقمی ISIC	رتبه
۰.۴۰۹	۴	۰.۰۷۴۱	۱۵۵۸	تولید سمع دفع آفات و سایر فرآورده های شیمیایی مورد استفاده در کشاورزی	۲۴۲۱	۸۲
۰.۴۱	۲۸	۰.۰۱۹۲	۱۸۰۴	چاپ	۲۲۲۱	۸۳
۰.۴۲۳	۱	۰.۰۷۱۳	۱۵۹۳	تولید اجاق و کوره و مشعل های کوره	۲۹۱۴	۸۴
۰.۴۲۳	۱	۰.۰۸۰۹	۱۶۱۸	تولید گیرنده های تلویزیونی و رایبند دستگاه های ضبط یا بخش صوت و ویدئو و کالاهای ولسته	۳۳۳۰	۸۵
۰.۴۳۴	۰	۰.۰۶۹۱	۱۶۲۸	تولید محصولات سرامیکی نسوز - عایق حرارت	۲۶۹۲	۸۶
۰.۴۴۴	۱۶	۰.۰۲۴۰	۱۹۵۹	تولید محصولات لاسی آلومینیومی	۲۷۲۲	۸۷
۰.۴۵۶	۱۰	۰.۰۳۱۱	۱۸۴۵	تولید خمیر کاغذ و کاغذ و مقوا	۲۱۰۱	۸۸
۰.۴۵۸	۱۴	۰.۰۲۱۶	۲۱۸۱	تولید مواد پلاستیکی به تکل اولیه و ساخت لاستیک مصنوعی	۲۴۱۳	۸۹
۰.۴۶	۱۴	۰.۰۲۷۲	۲۰۹۷	تولید موتورهای برق و ژنراتور و ترانسفورماتور	۳۱۱۰	۹۰
۰.۴۶۵	۹	۰.۰۶۱۵	۱۹۲۱	چکش کاری و برش کاری و یک کاری غنکی فراتر و متالورژی گرما	۲۸۹۱	۹۱
۰.۴۷۳	۸	۰.۰۵۸۲	۲۱۲۵	تولید وسایل تهیه موتور	۳۴۱۰	۹۲
۰.۴۸۷	۳	۰.۰۷۸۶	۲۲۲۹	انتشار کتاب و روزنامه و کتاب های موسیقی و سایر نشریات	۲۲۱۱	۹۳
۰.۴۸۹	۱۲	۰.۰۴۸۰	۲۸۲۷	ریخته گیری فراتر غیر آهنی	۲۷۳۳	۹۴
۰.۴۹۹	۳	۰.۰۹۲۲	۲۲۳۸	تولید سایر مشروبات طعم بندی شده	۱۷۴۹	۹۵
۰.۵۱۲	۱۲	۰.۰۹۸۸	۲۱۶۷	تولید ماشین آلات معدن و استخراج و ساختن	۲۹۲۴	۹۶
۰.۵۱۳	۲	۰.۱۷۴۴	۲۰۱۹	تولید لاک لایبک از مواد تخمیر شده	۱۵۵۱	۹۷
۰.۵۱۶	۱۴	۰.۰۳۲۸	۲۶۳۶	بازت صایعک و خرده های غیر فلزی	۳۷۲۰	۹۸
۰.۵۱۷	۱	۰.۰۳۴۹	۳۷۷۴	تولید ماشین آلات کشاورزی و جنگل داری	۲۹۲۱	۹۹
۰.۵۱۸	۲	۰.۱۲۷۴	۲۱۳۰	تولید کیف و چمدان و محصولات مشابه و زین و برلی	۱۹۱۲	۱۰۰
۰.۵۲۱	۰	۰.۰۲۱۶۹	۲۱۶۹	پاک کردن و درجه بندی و ستاندنی بسته	۱۵۱۸	۱۰۱
	۰		۲۴۴۳	تولید لیغ دیو پر خزه و صندلی	۳۵۹۲	۱۰۲

ادامه جدول ۱ پ. ساختار بازار زیربخش‌های صنعتی ایران

شاخص جامع ساختار بازار	تعداد ورود بنگاه‌ها	شاخص صرف‌های مقیاس نسبی	شاخص هرفیندال - هرشمین	نام فعالیت (زیربخش صنعتی)	کد چهاررقمی ISIC	رتبه
۰.۵۲۲	۱۰	۰.۰۲۶۸	۲۶۶۷	تولید کید شیمیایی و ترکیبات آرت	۲۴۱۲	۱۰۳
۰.۵۲۱	۴۴	۰.۰۳۳۲	۶۵۶۶	فعالیت‌های خدماتی مربوط به چاپ	۲۲۲۲	۱۰۴
۰.۵۲۳	۱	۰.۲۷۷۹	۲۷۴۸	تولید طناب و ریسمان و نخ قند و توری	۱۷۲۲	۱۰۵
۰.۵۲۷	۶	۰.۱۱۹۱	۲۶۳۷	اره‌کشی و زنده‌کاری چوب	۲۰۱۰	۱۰۶
۰.۵۲۷	۱	۰.۱۶۱۹	۳۱۴۴	تولید ابزارها و تیل‌ها و باتری‌های اولیه	۳۱۴۰	۱۰۷
۰.۵۴۱	۵	۰.۱۰۸۶	۳۷۰۶	تولید فرستنده‌های تلویزیونی و رادیویی و دستگاه‌های مخصوص سیستم‌های ارتباطی و تلگرافی	۳۲۲۰	۱۰۸
۰.۵۴۱	۰	۰.۲۲۸۵	۲۰۵۹	تولید ساعت‌های مجسمی و انواع دیگر ساعت	۳۳۲۰	۱۰۹
۰.۵۴۲	۲۱	۰.۰۲۶۹	۵۱۹۴	جای‌سازی	۱۵۴۷	۱۱۰
۰.۵۵	۰	۰.۱۲۹۲	۲۴۷۱	تولید ایلیف مصنوعی	۲۴۲۰	۱۱۱
۰.۵۵۵	۲	۰.۰۳۹۴	۳۹۹۸	تولید سایر تجهیزات الکتریکی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر	۳۱۹۰	۱۱۲
۰.۵۶۲	۳	۰.۲۰۴۹	۳۷۰۲	تولید فرآورده‌های کوره کک	۲۲۱۰	۱۱۳
۰.۵۶۴	۱	۰.۰۹۶۰	۴۰۵۰	تولید ماشین‌آلات برای ساخت مسوجات و ایسه و چرم	۲۹۲۶	۱۱۴
۰.۵۶۷	۳	۰.۱۲۴۱	۴۰۱۹	تولید و تعمیر انواع کشتی	۲۵۱۱	۱۱۵
۰.۵۶۷	۱	۰.۲۰۰۲	۲۴۲۰	تولید کالاهای ورزشی	۲۶۹۲	۱۱۶
۰.۵۷۹	۴	۰.۱۰۹۴	۴۷۲۸	تولید موتور و توربین به‌جز موتورهای هواپیما و وسایل نقلیه و موتورهای دوچرخه و سه‌چرخه	۲۹۱۱	۱۱۷
۰.۵۹۳	۵	۰.۰۹۹۲	۵۲۶۶	تولید محصولات آسبی مسی	۲۷۲۱	۱۱۸
۰.۵۹۹	۳	۰.۰۶۳۸	۴۹۸۴	تولید بدنه اتاق‌سازی برای وسایل نقلیه موتوری و ساخت تریلر و نیم تریلر	۳۴۲۰	۱۱۹
۰.۶۰۴	۰	۰.۲۷۴۲	۴۴۲۱	تولید وسایل بازی و اسباب‌بازی	۲۶۹۴	۱۲۰
۰.۶۱۶	۲	۰.۲۷۸۶	۴۶۲۶	تولید گلیم و زلیو و جاجیم دستباف	۱۷۲۵	۱۲۱

ادامه جدول ۱ پ. ساختار بازار زیربخش های صنعتی ایران

شاخص جمع ساختار بازار	تعداد ورود بنگاهها	شاخص صرفه های مقیاس نسبی	شاخص مرفندال - هوشمن	نام فعالیت (زیربخش صنعتی)	کد چهار رقمی ISIC	رتبه
۰۶۱۷	۲	۰۲۳۲۸	۵۴۶۷	تولید سایر وسایل حمل و نقل	۲۵۹۹	۱۲۲
۰۶۳۳	۲	۰۱۶۰۸	۶۰۲۳	تولید ابزارهای ایمنی و تجهیزات مکانیکی	۳۳۳۰	۱۳۳
۰۶۳۸	۱	۰۵۰۰۰	۵۰۷۶	سایر ابزارآلات	۳۳۱۹	۱۲۴
۰۶۵۲	۰	۰۱۳۴۳	۶۶۲۸	تولید و تعمیر تجهیزات راه آهن	۳۵۲۰	۱۲۵
۰۶۵۳	۱	۰۵۸۶۶	۵۱۵۰	تولید تجهیزات کنترل عملیات صنعتی	۳۳۱۳	۱۲۶
۰۷۰۲	۰	۰۶۳۶۷	۱۶۶۳	تولید ماشین آلات متاوری - دیوید فلزات	۳۹۳۳	۱۳۷
۰۷۲۸	۲	۰۳۳۰۷	۹۰۲۹	تولید ملات و معدنی سازی	۱۵۵۳	۱۲۸
۰۷۵۲	۰	۰۸۵۵۸	۷۵۳۳	تولید محصولات از توتون و تنباکو سیگار	۱۶۰۰	۱۳۹
۰۷۸	۱	۰۴۷۷۴	۹۶۶۶	تولید وسایل نقلیه هوایی و فضایی	۳۵۲۰	۱۴۰
۰۷۸۱	۱	۰۱۸۲۹	۱۰۰۰۰	تولید تجهیزات و کالاهای وابسته	۳۶۹۱	۱۳۱

منبع: یافته های تحقیق