

فصلنامه پژوهشنامه اقتصادی (رویکرد اسلامی- ایرانی)
سال دوازدهم، شماره ۴۲، زمستان ۱۳۹۱، صفحات ۲۰-۱

بررسی عوامل مؤثر بر صادرات خدمات^۱ مطالعه موردی: صادرات خدمات فنی و مهندسی

خالد احمدزاده*، کاظم یآوری**، عباس عصارى*** و بهرام سحابی****

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۱/۲۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۵/۲۲

تجارت خدمات طی چند دهه اخیر، به ویژه در کشورهای در حال توسعه دارای روندی رو به رشد بوده است. صادرات خدمات علاوه بر توسعه بخش کالایی، باعث اشتغال‌زایی، بهبود تراز تجاری و رشد اقتصادی کشورها می‌شود. این نوشتار با رویکرد تحلیلی و توصیفی درصدد است عملکرد و عوامل مؤثر بر کل صادرات خدمات و همچنین زیربخش خدمات فنی و مهندسی را به‌طور خاص در کشورهای منتخب عضو سازمان همکاری اسلامی به روش داده‌های تابلویی مورد ارزیابی قرار دهد.

نتایج حاصل از برآورد شاخص‌های عملکرد صادرات و مزیت نسبی خدمات فنی و مهندسی نشان می‌دهد که جایگاه ایران در بین کشورهای مورد مطالعه طی دوره ۲۰۱۰-۱۹۹۴، ارتقا یافته است. همچنین تأثیرگذاری متغیرهای تولید سرانه، نرخ ارز مؤثر واقعی، ورود سرمایه‌های خارجی، زیرساخت‌های ارتباطی و عضویت کشورهای یادشده در بلوک‌های تجاری ECO و D8، روی کل صادرات خدمات و همچنین خدمات فنی و مهندسی در مجموعه کشورهای منتخب، مثبت و معنادار

۱- این مقاله مستخرج از رساله دکترای دانشگاه تربیت مدرس است. لازم می‌دانیم از راهنمایی‌های ارزنده استاد گروه اقتصاد دانشگاه کاسل آلمان Prof. Dr.Knerr.B و جناب آقای دکتر احمد معین تقوی در مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی تشکر و قدردانی کنیم.

* دانشجوی دکترای اقتصاد و پژوهشگر مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، پست الکترونیکی:

kh.ahmadzadeh@modares.ac.ir

** دانشیار گروه اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس، پست الکترونیکی: kyavari@gmail.com

*** استادیار گروه اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس، پست الکترونیکی: assari_a@modares.ac.ir

**** استادیار گروه اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس، پست الکترونیکی: sahabi_b@modares.ac.ir

است. بنابراین، ضرورت برنامه‌ریزی برای توسعه بیشتر این حوزه از صادرات، باید مد نظر نهادهای دولتی و بخش خصوصی قرار گیرد.

طبقه‌بندی JEL: F13, F14, L84.

کلیدواژه‌ها: صادرات خدمات (فنی و مهندسی)، شاخص عملکرد صادرات، شاخص مزیت نسبی آشکار شده، داده‌های تابلویی، کشورهای عضو OIC.

۱- مقدمه

طی چند دهه اخیر سهم فزاینده تجارت خدمات، به‌ویژه در بین کشورهای درحال توسعه، نشان‌دهنده اهمیت روزافزون مبادلات بین‌المللی در این حوزه، در کنار تجارت بخش کالایی است. این بخش به علت تأثیرگذاری بر فرآیند تولید، اشتغال و توسعه اقتصادی برای بسیاری از کشورها در مقایسه با سایر بخش‌ها مانند کشاورزی و صنعت از اهمیتی خاص برخوردار است. براساس آمار و اطلاعات آنکتاد^۱ (UNCTAD)، صادرات خدمات در جهان از ۳۹۱ میلیارد دلار در سال ۱۹۸۰ به ۳۷۶۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۰ افزایش یافته است. طی دوره یادشده نه تنها صادرات خدمات بیش از ۹/۵ برابر شده، بلکه سهم آن از کل صادرات جهان نیز از ۱۶/۲ درصد به ۱۹/۸ درصد افزایش یافته است. همچنین با استناد به آمارهای بانک جهانی^۲ در سال ۲۰۱۰ سهم ارزش افزوده بخش خدمات از تولید ناخالص داخلی جهان برابر با ۷۱ درصد بوده است. این در حالی بوده که در این سال، سهم بخش صنعت ۲۶ درصد و سهم بخش کشاورزی تنها ۳ درصد تولید ناخالص داخلی جهان را تشکیل داده است.

در این راستا، صادرات خدمات فنی و مهندسی، به‌عنوان یکی از زیربخش‌های خدمات، علاوه بر آنکه می‌تواند به‌طور مستقیم بخشی از نیازهای ارزی کشور را برآورده کند، به‌طور غیرمستقیم نیز می‌تواند از طریق توسعه صادرات کالایی به بهبود وضعیت درآمدهای ارزی کشور در راستای بهبود تراز تجاری، اشتغال‌زایی مولد و پایدار و رشد اقتصادی کمک کند. از سوی دیگر، به نظر می‌رسد یکی از عوامل مهم در تعامل سازنده با اقتصاد بین‌الملل، به توانایی ایران در صدور خدمات، به‌ویژه خدمات فنی و مهندسی به بازارهای جهانی و منطقه بستگی دارد. بنابراین،

1- United Nations Conference on Trade and Development

2- World Bank

۳ بررسی عوامل مؤثر بر صادرات خدمات

شناسایی بازارهای منطقه با عنایت به عملکرد صادرات و مزیت‌های نسبی بخش صادرات خدمات فنی و مهندسی، به همراه عوامل مؤثر در توسعه صادرات این بخش می‌تواند چشم‌انداز روشن‌تری را برای توسعه سیاست‌های تجاری با شرکای تجاری به دنبال داشته باشد. در این مطالعه نیز کشورهای عضو سازمان همکاری اسلامی^۱ (OIC)، به‌عنوان شرکای تجاری عمده ایران در حوزه صادرات خدمات فنی و مهندسی مد نظر قرار گرفته‌اند.

در این مقاله نخست مبانی نظری و سوابق مطالعاتی موضوع بررسی می‌شود. در ادامه، روند صادرات خدمات فنی و مهندسی، عملکرد صادرات و مزیت نسبی آن مطالعه و برآورد می‌شود. عوامل مؤثر بر صادرات خدمات و خدمات فنی و مهندسی در بین کشورهای منتخب، بخش بعدی تحقیق است. نتیجه‌گیری به همراه توصیه‌های سیاستی قسمت پایانی مقاله را دربر می‌گیرد.

۲- مبانی نظری پژوهش

مطالعه سیر اجمالی نظریه‌های مربوط به اقتصاد بین‌الملل بر روابط اقتصادی بین کشورها و وابستگی متقابل حاصل از این روابط در راستای رفاه اقتصادی بنا نهاده شده است. نظریه محض تجارت به اساس تجارت و منافع حاصل از آن می‌پردازد و نظریه سیاست بازرگانی نیز به دلایل مربوط به موانع جریان آزاد تجارت اعم از کالاها و خدمات و نتایج حاصل از آن توجه دارد. با توجه به ویژگی‌های خدمات اعم از غیرملموس و غیرقابل انتقال بودن، تأکید بیشتر نظریات مطرح شده در حوزه تجارت بین‌الملل، به حوزه کالایی معطوف بوده است، در صورتی که این نظریات در مورد تجارت خدمات نیز صدق می‌کند و نمود عینی دارد. نظریه‌های مزیت مطلق اسمیت^۲ (۱۷۷۶)، مزیت نسبی ریکاردو^۳ (۱۸۱۷)، فراوانی منابع هکشر اوهلین^۴ (۱۹۳۰)، هزینه فرصت هابرلر^۵ (۱۹۳۳) و... در عرصه بین‌الملل بر جریان تجاری کالاها و خدمات بین کشورها دلالت دارد که از زوایای مختلف به این مقوله پرداخته شده است.

تأسیس سازمان‌های بین‌المللی و ظهور نهادهای بزرگ اقتصادی پس از جنگ دوم جهانی، مانند صندوق بین‌المللی پول (IMF)^۶ و موافقت‌نامه عمومی تعرفه و تجارت (GATT)^۱، در

-
- 1- Organisation of Islamic Cooperation
 - 2- Smith's Absolute Advantage
 - 3- Ricardo's Comparative Advantage
 - 4- Heckscher-Ohlin Theory of Factor Endowment
 - 5- The Opportunity Cost Theory of Haberler
 - 6- International Monetary Fund

راستای بازسازی اقتصاد کشورهای اروپایی و ارتقای سطح زندگی کشورهای توسعه‌نیافته، باعث ایجاد هم‌گرایی‌های اقتصادی در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی برای توسعه تجارت شد. با گسترش توافق‌ها و مذاکرات گات و سازمان جهانی تجارت و کاهش شدید تعرفه‌ها و موانع غیرتعرفه‌ای، گسترش درخور تأملی در رقابت اغلب بخش‌ها، در راستای رشد فناوری و حرکت آزادانه سرمایه پدیدار شد. در سطح جهانی، موافقت‌نامه عمومی تجارت خدمات (GATS)^۱، دربردارنده اصول و قواعدی چندجانبه برای تجارت خدمات با هدف آزادسازی تدریجی و به‌عنوان ابزاری برای رشد اقتصادی و توسعه کشورها است. در بخش اول موافقت‌نامه، عرضه و تجارت خدمات به چهار شیوه تبیین شده است. شیوه عبور از مرز^۲، دربرگیرنده خدماتی است که انتقال آنها از مرزها به صورت فیزیکی صورت نمی‌گیرد، بلکه از طریق شبکه‌های مخابراتی و به‌عنوان خدمات واسطه‌ای مطرح است. همچنین خدماتی مانند گردشگری که در داخل مرزهای یک کشور به مصرف‌کنندگان کشورهای دیگر ارائه می‌شود، بیان‌کننده شیوه مصرف در خارج^۳ است. شیوه سوم حضور تجاری^۴ است و دلالت بر خدماتی دارد که از طرف یک سازمان تجاری یا مالی به کشور دیگر منتقل می‌شود و به‌طور معمول این نوع خدمات همراه با سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی صورت می‌گیرد. خدمات بانکداری و بیمه از این نوع هستند. حضور (جابه‌جایی) اشخاص حقیقی^۵ شیوه چهارم عرضه خدمات است که توسط اتباع یک کشور در داخل کشورهای دیگر صورت می‌گیرد؛ مانند اجرای پروژه‌های ساختمانی، خدمات مهندسی و حفر چاه‌های نفتی.

از آنجا که تجارت خدمات روزبه‌روز در فرآیند تجارت جهانی کالا آمیخته می‌شود، در بیشتر موارد، نقش مکمل را برای این بخش ایفا می‌کند. نورداس^۷ معتقد است، بیشتر بخش‌های خدمات در تولید، توزیع و بازاریابی کالا نقش ایفا می‌کنند. خدمات بازرگانی، نهاده‌های مستقیم برای فرآیندهای کالایی فراهم می‌سازند. بخش‌های خدمات حمل‌ونقل، لجستیک و تدارکات و تجارت عمده‌فروشی و خرده‌فروشی، جریان محصولات بین مراحل مختلف تولید و از تولید به

1- General Agreement on Tariffs and Trade

2- General Agreement on Trade in Services

3- Cross Border Supply

4- Consumption Abroad

5- Commercial Presence

6- Presence of Natural Persons

7- Nordas, March 2010, PP. 496-506.

بررسی عوامل مؤثر بر صادرات خدمات ۵

مصرف کنندگان نهایی را در داخل و دیگر کشورها تسهیل می‌کنند، اما از آنجا که تجارت خدمات به سادگی تجارت کالا نیست و این امر با ملاحظات و اهداف سیاسی کشورها ارتباط نزدیک دارد، مقررات داخلی و بین‌المللی مربوط به فعالیت‌های خدماتی بسیار فراتر از مقررات مربوط به تجارت کالا است.^۱

اهداف و اصول گات با رویکرد آزادسازی تجاری و برداشتن موانع آن به توسعه و شکل‌گیری استراتژی‌های توسعه صادرات و برجسته‌تر شدن مفاهیم رقابت‌مندی و ایجاد فضای رقابتی برای تجارت انجامید. در این راستا، نظریه‌ها و مدل‌هایی برای توجیه و تفسیر رقابت‌مندی و عوامل مؤثر بر توسعه صادرات ارائه شده است. بلابالاسا^۲ معتقد است، تولید و متغیرهای تبیین‌کننده رقابت در سطح بین‌الملل، مانند نرخ ارز، از اجزای اصلی در استخراج تابع صادرات است. پل گروگمن^۳ (۱۹۹۱)، معتقد است که اگر چه تجارت بر مبنای مزیت نسبی استوار است، اما مسائلی جغرافیایی و حذف فاصله، هزینه‌های حمل‌ونقل را کاهش می‌دهد و از این رو، همسایگان در چنین مناطقی در طیف گسترده‌ای با یکدیگر به دادوستد می‌پردازند و در نتیجه، انحراف تجاری، اندک خواهد بود. در بین نظریه‌های جدید بین‌الملل، مدل الماس پورتر^۴ (۱۹۹۱)، دارای اهمیت است. پورتر در نظریه مزیت رقابتی ملل^۵ اعتقاد دارد که یک کشور می‌تواند بنگاه‌ها و مؤسسه‌های تابع خود را در محیط تجارت بین‌الملل تحت تأثیر چهار عامل شرایط تقاضا، صنایع پشتیبان و مرتبط، عوامل تولید و استراتژی ساختار و رقابت بنگاه‌ها، حمایت کند. این عوامل اگر در یک کشور از قوت کافی برخوردار باشند، بنگاه‌های اقتصادی و شرکت‌های صادراتی توان رقابت بالایی را در صحنه تجارت بین‌الملل خواهند داشت. پورتر همچنین تأثیر دو عامل اقدام‌های دولت و رویدادهای اتفاقی را دارای اهمیت می‌داند. بنگاه‌ها در کشوری که سریع‌ترین امکان برای توسعه تخصص‌گرایی را در کسب دانایی و مهارت به آنها اعطا و آنها را به سوی گسترش مزیت‌های خود هدایت کند، به مزیت رقابتی دست می‌یابند.^۶

۱- کمالی اردکانی و نصیری، ۱۳۸۳.

2- Bella Balassa, 1990.

3- Krugman, 1991.

4- Porter's National Diamond

5- National Competitive Advantage Theory

6- Porter, 2003.

در این مدل، مناسب بودن عوامل تولید یا الگوهای عامل آفرینی، فراتر از عوامل سنتی شامل نیروی کار، سرمایه و زمین است و پنج عامل منابع انسانی، منابع طبیعی، منابع دانش، منابع سرمایه‌ای و زیرساخت‌ها را دربر می‌گیرد. بنابراین، آنچه مشهود است، مؤلفه‌های اصلی ارتقای رقابت‌مندی کشورها در سطح بین‌الملل برای تبیین عوامل مؤثر در روند تجارت، تلفیقی از بنیان‌های خرد و زمینه‌های کلان است.

۳- سوابق مطالعاتی موضوع

در این بخش از مطالعه، برخی از یافته‌های تحقیقاتی مرتبط در حوزه صادرات خدمات در داخل و خارج کشور مورد بررسی قرار می‌گیرد.

نتایج تجربی مطالعه مشیریان در مؤسسه مالی استرالیا^۱ (۲۰۰۷)، بیان می‌کند که تشابه زیادی بین عوامل تعیین‌کننده تجارت خدمات با تجارت کالاها وجود دارد. رقابت‌پذیری قیمت^۲ مانند تجارت در بخش کالایی به‌عنوان یکی از عوامل تعیین‌کننده جریان تجاری در بخش خدمات حمل‌ونقل و گردشگری است.

آرنولد و همکاران^۳ (۲۰۰۷)، در بانک جهانی به آزمون انجام برخی از سیاست‌گذاری‌های دولتی مانند وجود رابطه بین اصلاحات بخش خدمات، تولیدات صنعتی و میل به صادرات پرداختند. با بررسی تأثیر چنین سیاست‌هایی، وجود رابطه مثبت و قوی بین اصلاحات دولت هند در بخش حمل‌ونقل، ارتباطات و بانکداری با بهره‌وری بنگاه‌ها تأیید می‌شود.

نتایج مطالعه سامو و همکاران^۴ (۲۰۰۸)، در کشور مالزی نشان می‌دهد که در بلندمدت جهت‌گیری به صورت یک‌طرفه از سمت سرمایه‌گذاری خارجی^۵ (FDI) به سوی صادرات است، اما در کوتاه‌مدت وجود رابطه علیت بین دو متغیر یادشده، تأیید نشده است.

یافته‌های روستم‌جی^۶ (۲۰۰۸)، در خصوص هم‌اندیشی برای تجارت خدمات فنی و مهندسی کشور آفریقای جنوبی حاکی از آن است که زیرساخت‌ها و توسعه آن برای سرمایه‌گذاری در این کشور از جاذبه‌های کشور مزبور برای رونق صادرات خدمات ساخت و مهندسی است.

1- Moshirian, 2007, PP. 239 – 252.

2- Price Competitiveness

3- Arnold et al

4- Samsu et al

5- Foreign Direct Investment

6- Rustomjee

بررسی عوامل مؤثر بر صادرات خدمات ۷

یافته‌های کیتنسی^۱ (۲۰۱۰) که برای بخش خدمات کشور ترکیه انجام شد، حاکی از آن است که تأثیرگذاری نرخ ارز نسبت به سطح درآمد با عنایت به کشش این دو متغیر در تابع تقاضای تجارت بیشتر است.

مطالعات ماتائو^۲ (۲۰۰۰)، لی و مشیریان^۳ (۲۰۰۴)، همیلتون (۲۰۰۷)، سیوم^۴ (۲۰۰۷) و کریستین و فرانکوئیس^۵ (۲۰۱۰)، از دیگر پژوهش‌هایی است که به شیوه‌های مختلف به صادرات خدمات و دیگر زیر بخش‌های آن در خارج از کشور پرداخته‌اند.

نتایج مطالعه صادقی فروشانی (۱۳۸۵)، نشان می‌دهد، به‌رغم این موضوع که صادرات خدمات فنی و مهندسی در مدل الماس پورتر، شرایط قابل قبولی را از حیث شرایط چهارگانه مدل پورتر داراست، اما عوامل دیگر کلان کشوری از جمله گستردگی بخش دولت و بهره‌وری پایین، موجب شکوفان نشدن رقابت‌پذیری این صنعت و در نهایت، سهم اندک آن در جهان شده است.

نتایج حاصل از مطالعه حسینی (۱۳۸۷)، در راستای رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی به کشورهای CIS، حاکی از آن است که نقش دولت در برقراری تعامل بین‌المللی و به‌عنوان تأمین‌کننده زیرساخت‌های سیاسی در برقراری روابط دو یا چندجانبه در دیپلماسی تجاری، اولویت اول را دارد. بقیه شاخص‌ها، مانند تسهیل در تأمین مالی پروژه‌ها، ماشین‌آلات پیشرفته و... در اولویت‌های بعدی قرار دارند.

عسگری و همکاران (۱۳۸۷)، در مطالعه تأثیر آزادسازی تجارت خدمات مالی بر رشد اقتصادی ایران نشان می‌دهند که تأثیر آزادسازی خدمات بر رشد اقتصادی مثبت است. البته این مطالعه با اشاره به سهم ۰/۱۲ درصدی ایران از تجارت خدمات مالی، جایگاه ایران را نامناسب ارزیابی می‌کند.

احمدزاده (۱۳۸۸)، زمینه‌های توسعه تجارت خدمات فنی و مهندسی بین کشورهای اسلامی را در راستای سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور بررسی کرده است. بررسی ظرفیت‌ها و عملکرد این حوزه در مجموعه کشورهای یادشده، از اهداف این مطالعه بوده است.

1- Ketenci, PP.267-297.

2- Matto, 2000, PP. 351-368.

3- Li and Moshirian, 2004, PP.249-260.

4- Seyoum, 2007, PP. 376-388.

5- Christen and Francois

۸ فصلنامه پژوهشنامه اقتصادی (رویکرد اسلامی- ایرانی) سال دوازدهم شماره ۴۷

مطالعات علی عرب‌مازار یزدی (۱۳۷۷)، توفیقی^۱ (۱۳۸۱)، شاکری^۲ (۱۳۸۳)، شکوه‌سادات^۳ (۱۳۸۱)، سعادت (۱۳۸۵)، شهرآیینی و آفازاده (۱۳۸۶) و راستی (۱۳۸۸)، از دیگر پژوهش‌هایی است که به شیوه‌های مختلف به صادرات خدمات و دیگر زیر بخش‌های آن در داخل کشور پرداخته‌اند.

۴- صادرات خدمات فنی و مهندسی ایران در بازار کشورهای عضو OIC

با استناد به آمارهای منتشرشده از سوی سازمان توسعه تجارت ایران^۴ و محاسبات انجام گرفته در این تحقیق، حجم صادرات خدمات فنی و مهندسی ایران پس از سال ۱۳۸۱ با روندی صعودی روبه‌رو بوده و از ۲۵۷ میلیون دلار در این سال با متوسط نرخ رشد ۴۰ درصد به حدود ۳/۲ میلیارد دلار در سال ۱۳۸۸ رسیده است. آمار مربوط به حجم صادرات خدمات فنی و مهندسی به تفکیک مناطق جهان از سال ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۹، نشان می‌دهد که بین کشورهای هدف، آسیای میانه، ۳۶ درصد؛ خاورمیانه، ۲۸ درصد؛ آمریکا، ۱۶ درصد؛ آفریقا، ۱۲ درصد و اروپا و سایر مناطق، ۸ درصد از حجم صادرات خدمات فنی و مهندسی را به خود اختصاص داده‌اند. طی دوره ۱۳۸۹-۱۳۸۰، صادرات خدمات فنی و مهندسی شرکت‌های ایرانی به کشورهای عضو OIC منطقه معادل ۱۰/۳۴ میلیارد دلار بوده که ۶۹ درصد از میزان کل صادرات این حوزه است. سهم کشورهای عضو OIC از میزان قراردادهای منعقد شده طی دوره یادشده از ۵۹ تا ۸۳ درصد متغیر است. در بین کشورهای مزبور، صادرات خدمات به عراق، سوریه، امارات و برخی کشورهای آسیای میانه در صدر قرار دارد.

۵- مزیت نسبی و عملکرد صادرات خدمات فنی و مهندسی کشورهای مورد مطالعه

در این بخش از تحقیق به منظور شناسایی عملکرد رقبای بازار صادرات خدمات فنی و مهندسی ایران در بین کشورهای مورد مطالعه از دو شاخص کاربردی شامل شاخص مزیت نسبی آشکار شده^۵ (RCA) و شاخص عملکرد صادرات (EPI)^۱ استفاده شده است.

۱- توفیقی، ۱۳۸۱، صص ۷۳-۴۹.

۲- شاکری، ۱۳۸۳، صص ۵۰-۲۳.

۳- شکوه‌سادات، ۱۳۸۱، صص ۱۶۴-۱۴۳.

4- <http://fa.tpo.ir/documents>

5- Revealed Comparative Advantage

بررسی عوامل مؤثر بر صادرات خدمات ۹

شاخص مزیت نسبی از نسبت صادرات یک بخش خدماتی خاص از یک کشور در کل صادرات آن کشور به سهم صادرات آن بخش خدماتی در کل صادرات جهانی به دست می‌آید. به عبارت دیگر، چنانچه در کشوری سهم صادرات یکی از بخش‌های خدماتی بیشتر از سهم صادرات همان بخش خدماتی در کل صادرات جهان باشد، شاخص مزیت نسبی آشکار شده بزرگ‌تر از یک است^۲. رابطه زیر تبیین‌کننده این موضوع است:

$$RCA_i^k = \frac{X_i^k / X_{ii}^k}{X_w^k / X_{iw}^k} = \frac{X_i^k / X_w^k}{X_{ii}^k / X_{iw}^k}$$

متغیرهای شاخص (RCA_i^k) عبارت‌اند از: ارزش صادرات خدمات کشور به i جهان در بخش k (X_i^k) ، کل ارزش صادرات خدمات کشور i به جهان (X_{ii}^k) ، ارزش صادرات جهانی خدمات در بخش k (X_w^k) ، کل ارزش صادرات جهانی خدمات (X_{iw}^k) . یادآوری می‌شود، در بین کشورهای مورد مطالعه که دارای آمارهایی هرچند پراکنده هستند، متوسط دو دوره (۲۰۰۲-۱۹۹۴) و (۲۰۱۰-۲۰۰۳) برای محاسبه شاخص‌ها در نظر گرفته شده است.

براساس نتایج حاصل از محاسبه شاخص RCA در جدول شماره ۱، ۵۴ درصد کشورها (از بین ۲۲ کشور) دارای مزیت نسبی کمتر از یک هستند و این موضوع به آن مفهوم است که کمتر از ظرفیت صادراتی خود نسبت به متوسط جهانی، صادرات خدمات فنی و مهندسی داشته‌اند. در دوره دوم، میزان RCA برای ۵۶ درصد کشورها (از بین ۳۰ کشور) بیشتر از یک بوده و تبیین‌کننده رقابت‌پذیر بودن شرکت‌های صادرکننده است. مزیت نسبی صادرات ایران در هر دو دوره بیشتر از یک بوده است و به‌نوعی روند رو به رشد صادرات این بخش از خدمات را در دهه اخیر تأیید می‌کند و بر وجود ظرفیت صادراتی دلالت دارد.

جدول ۱- نتایج شاخص RCA صادرات خدمات فنی و مهندسی کشورهای مورد مطالعه

میزان شاخص (۱۹۹۴-۲۰۰۲)	کشورها	میزان شاخص (۲۰۰۳-۲۰۱۰)	کشورها
RCA < 1	مصر، بنین، سنگال، کامرون، ساحل عاج، تاجیکستان، تونس، قزاقستان، بورکینافاسو، نیجر، بنگلادش و مالی	RCA < 1	ساحل عاج، توگو، لبنان، مراکش، سوریه، مالی، آلبانی، بورکینافاسو، پاکستان، بنگلادش، کامرون، بنین و قزاقستان
1 < RCA < 3	مالزی، قرقیزستان، موزامبیک و آذربایجان	1 < RCA < 3	فلسطین، سنگال، آذربایجان، گامبیا، تونس، نیجر، اندونزی، موزامبیک، تاجیکستان، مصر، مالزی، ترکیه، قرقیزستان و سودان
RCA > 3	ترکیه، ایران، توگو، گینه، فلسطین و سودان	RCA > 3	ایران، گینه و الجزایر

مأخذ: محاسبات تحقیق.

شاخص عملکرد که مورد تأیید و استفاده در آنکتاد است، انعکاس دهنده دو مجموعه از عوامل مزیت دارایی و مالکیت^۱ و عوامل مکانی و محلی^۲ بوده که میزان صادرات خدمات فنی و مهندسی شرکت‌ها را در یک کشور مفروض تعیین می‌کند. این شاخص به صورت نسبتی از سهم صادرات خدمات فنی و مهندسی^۳ (ETS) یک کشور از ETS جهان به سهم آن کشور از GDP به GDP دنیا در رابطه زیر تبیین شده است:

$$EPI_i = \frac{\frac{ETS_i}{GDP_i}}{\frac{ETS_w}{GDP_w}}$$

متغیرهای شاخص شامل شاخص عملکرد ETS کشور نام (EPI_i)، صادرات ETS کشور نام (ETS_i) به جهان، صادرات ETS جهان (ETS_w)، تولید ناخالص داخلی در کشور نام (GDP_i) و تولید ناخالص داخلی دنیا (GDP_w) است.

-
- 1- Ownership Advantage
 - 2- Location Factors
 - 3- Engineering and Technical Services

بررسی عوامل مؤثر بر صادرات خدمات ۱۱

براساس برآوردهای انجام شده در دوره اول، متوسط صادرات خدمات فنی و مهندسی کشورهای ترکیه، مالزی، ایران، مصر و تونس در صدر کشورهای عضو OIC قرار دارد. طی دوره دوم، کشورهای ترکیه، ایران، مالزی، مصر، اندونزی و الجزایر دارای بیشترین میزان صادرات خدمات یادشده به جهان هستند. همچنین براساس نتایج حاصل از برآورد شاخص EPI، عملکرد ۴۵ درصد کشورها (از بین ۲۲ کشور) کمتر از یک است، یعنی کمتر از اندازه اقتصادی خود در سطح جهان، صادرات خدمات فنی و مهندسی داشته‌اند. در دوره دوم، میزان EPI برای ۵۳ درصد کشورها (از بین ۳۰ کشور) بیشتر از یک بوده و تبیین‌کننده بهبود در عملکرد صادرات آنها است. عملکرد صادراتی ایران در دوره دوم نسبت به دوره اول افزایش یافته است. از سوی دیگر، ایران هم‌ردیف کشورهایمانند مصر بوده که تغییر قابل تأملی در عملکرد خود طی دو دوره داشته است (جدول شماره ۲).

جدول ۲- نتایج شاخص عملکرد صادرات خدمات فنی و مهندسی (EPI) در کشورها

کشورها	میزان شاخص (۲۰۰۳-۲۰۱۰)	کشورها	میزان شاخص (۱۹۹۴-۲۰۰۲)
نیجر، ساحل عاج، توگو، مراکش، سوریه، مالی، بوركینافاسو، پاکستان، اندونزی، بنگلادش، سودان، کامرون، بنین و قزاقستان	EPI < 1	مالی، مصر، کامرون، ساحل عاج، تاجیکستان، سودان، قزاقستان، بوركینافاسو، نیجر و بنگلادش	EPI < 1
آلبانی، موزامبیک، آذربایجان، الجزایر و تاجیکستان	1 < EPI < 3	فلسطین، گینه، قرقیزستان، موزامبیک، سنگال، ایران، تونس، آذربایجان و بنین	1 < EPI < 3
مالزی، ایران، مصر، لبنان، گامبیا، تونس، گینه، سنگال، قرقیزستان، ترکیه و فلسطین	EPI > 3	ترکیه، مالزی و توگو	EPI > 3

مأخذ: محاسبات تحقیق.

۶- روش‌شناسی و برآورد مدل تحقیق

روش برآورد مدل در مطالعه حاضر براساس داده‌های تابلویی^۱ بوده و این روش ترکیبی از اطلاعات سری زمانی^۲ و داده‌های مقطعی^۱ است. از مزایای استفاده از این نوع داده‌ها، می‌توان به

1- Panel Data

2- Time Series

افزایش حجم نمونه، کاهش هم‌خطی، افزایش کارایی، کاهش تورش تخمین، محدود شدن ناهمسانی واریانس و امکان‌پذیری تفکیک آثار اقتصادی و... اشاره کرد.^۲ در مدل‌های پانل، بعضی از متغیرها بین واحدهای مقطعی یا طی زمان تغییر می‌کنند. برای لحاظ این تفاوت‌ها از دو الگوی اثرهای ثابت^۳ (FEM) و تصادفی^۴ (REM) استفاده می‌شود. در الگوی اثرهای ثابت، فرض بر آن است که تفاوت بین مقاطع می‌تواند در جمله ثابت ظاهر شود. در الگوی اثرات تصادفی، فرض می‌شود که تفاوت بین مقاطع می‌تواند در جمله اختلال ظاهر شود. در ابتدا لازم است در خصوص استفاده از پانل برای مطالعه حاضر، آزمون مربوط انجام شود. به عبارت دیگر، در صورتی که کشورها همگن باشند، می‌توان به سادگی از روش حداقل مربعات معمولی^۵ (OLS) استفاده کرد. آماره آزمون برای آزمون فرضیه به صورت زیر است:

$$F = \frac{(RSS_R - RSS_{UR}) / (N - 1)}{(RSS_{UR}) / (NT - N - K)}$$

در رابطه یادشده، RSSR نشان‌دهنده مجموع مجذورات پسماندهای مقید^۶ و RSSUR میان‌کننده مجموع مجذورات پسماندهای غیرمقید^۷ است.

آماره هاسمن^۸ برای گزینش هر یک از دو روش اثرهای تصادفی و ثابت بنا شده است، به طوری که با پذیرش فرضیه صفر، کارایی روش اثرهای تصادفی تأیید می‌شود و برعکس. محاسبه این آماره به صورت توزیع χ^2 با درجه آزادی k ، در روابط زیر بیان شده است:

$$\chi^2(k) = (b - \hat{\beta}) \sum^{-1} (b - \hat{\beta})$$

$$Var(a, \beta') = Var(b) - Var(\beta') = \sum$$

در این رابطه، b ضرایب برآورد روش اثرهای ثابت و β' برآورد حاصل از روش اثرهای تصادفی است.

-
- 1- Cross Section
 - 2- B. H. Baltagi, 2008
 - 3- Fixed Effect Model
 - 4- Random Effect Model
 - 5- Ordinary Least Squares
 - 6- Restrict Residual Sum Squares
 - 7- Unrestricted Residual Sum Square
 - 8 - Hausman Test

بررسی عوامل مؤثر بر صادرات خدمات ۱۳

در این تحقیق، با عنایت به پایه‌های نظری و پیشینه مطالعاتی در پژوهش‌های دیگر، می‌توان مدل مورد استفاده با رویکرد پانل - دیتا را به صورت زیر ارایه کرد:

$$XERV_{it} = \beta_i + \beta_1 GPC_{it} + \beta_2 ERE_{it} + \beta_3 FDIG_{it} + \beta_4 MOBIL_{it} + \beta_5 Dum_{it} + \beta_6 \varepsilon_{it}$$

متغیرهای مدل شامل سهم صادرات خدمات از GDP در کشورهای مورد مطالعه ($XSERV_{it}$)، تولید ناخالص داخلی سرانه (GDP_{it})، نرخ مؤثر واقعی ارز (ERE_{it})، نسبت میزان ورود سرمایه‌گذاری خارجی به GDP ($FDIG_{it}$)، مشترکان تلفن ثابت و موبایل به‌ازای هر ۱۰۰ نفر ($MOBIL_{it}$)، متغیر موهومی بیان‌کننده وجود یا نبود عضویت در بلوک‌های تجاری منطقه D8 و ECO، (DUM_{it})، اجزای اختلال مدل (ε_{it}). یادآوری می‌شود که همه اجزای مدل یادشده برای زیربخش خدمات فنی و مهندسی ($XEING_{it}$) نیز آزمون و ارزیابی شده است. همچنین اطلاعات و داده‌های مورد نیاز برای این پژوهش از طریق منابع کتابخانه‌ای، پایگاه‌های اطلاع‌رسانی بانک جهانی، سازمان جهانی تجارت و آنکتاد تهیه شده است.

۷- بررسی یافته‌های تحقیق

پیش از برآورد مدل، لازم است مانایی متغیرهای مورد استفاده در مدل سنجش شود. برای این منظور از شش روش مطرح در آزمون‌های ریشه واحد، استفاده می‌شود. این روش‌ها عبارت‌اند از: آزمون لوین، لین و چو^۱ (LLC)، آزمون ایم، پسران و شین^۲ (IPS)، آزمون‌های فیشر - ADF و فیشر - PP، آزمون برایتونگ^۳ و آزمون هدری^۴. در جدول شماره ۳، نتایج مربوط به آزمون‌های ریشه واحد آورده شده است. براساس یافته‌ها همه متغیرهای مورد آزمون در حالت سطح پایا هستند و فرضیه صفر مبنی بر وجود ریشه واحد رد می‌شود.

-
- 1- Levin, Lin and Chu
 - 2- Im, Pesaran and Shin W-stat
 - 3- Breitung T-stat
 - 4- Hadri

جدول ۳- نتایج مربوط به آزمون ریشه واحد متغیرهای مدل

متغیرها	حالت دارای عرض از مبدأ و بدون روند	دارای عرض از مبدأ و روند	نوع آزمون
XSERV	-	-۳/۴۷ (۰/۰۰۰۳)	LLC
XEING	-	-۲/۷۷ (۰/۰۰۰۳)	IPS
GDPC	-	-۱/۹۶ (۰/۰۲۴)	IPS
ERE	-۲/۱۳ (۰/۰۱۶)	-	Breitung t-stat
FDIG	-	۸/۰۷ (۰/۰۰۰)	LLC
MOBIL	۲۳۵ (۰/۰۰۱)	-	ADF
DEIGHT	-	-۳/۰ (۰/۰۱)	Breitung t-stat
DECO	-	-۲/۷۱ (۰/۰۰۰۳)	Breitung t-stat

* ارقام داخل پرانتز معرف P-Value هستند.

به منظور انتخاب بین مدل داده‌های تلفیقی^۱ و داده‌های تابلویی و همچنین مدل با اثرهای ثابت و تصادفی با استفاده از آزمون‌های لیمر^۲ و هاسمن، فرضیه‌های مورد نظر آزمون شده است. در مدل‌های مورد آزمون، فرضیه (H_0) مبنی بر یکسان بودن عرض از مبدأها در مقابل فرضیه مخالف (H_1) رد شد. بنابراین، روش داده‌های تابلویی برای برآورد مدل‌ها انتخاب شد. همچنین آماره آزمون هاسمن برای این مدل‌ها معنادار و برابر ۵۴/۲ و ۴۷/۳ است که دلالت بر لزوم استفاده از الگوی اثرهای ثابت دارد؛ به عبارت دیگر، فرضیه (H_0) مبنی بر استقلال اثر واحدهای مقطعی از متغیرهای مستقل رد می‌شود.

در این مطالعه، عوامل تأثیرگذار شناسایی شده در دو بخش به تفکیک روی صادرات کل خدمات و صادرات خدمات فنی و مهندسی در کشورهای منتخب عضو OIC، در قالب الگوهای تصریح شده، برآورد و بررسی شده است.^۳ به علاوه با توجه به اینکه استفاده از داده‌های تابلویی به طور معمول باعث بروز مشکل واریانس ناهمسانی^۴ از ناحیه داده‌های مقطعی می‌شود، بنابراین،

1- Pooling Data

2- Limmer

۳- در این مطالعه برای برآورد کل صادرات خدمات، دوره ۲۰۱۰-۱۹۸۰ و ۳۷ کشور و همچنین برای صادرات خدمات فنی و مهندسی، دوره ۲۰۱۰-۱۹۹۴ و ۲۶ کشور در نظر گرفته شده است. همچنین انتخاب کشورها براساس همگونی در ساختار اقتصادی و تجاری براساس طبقه‌بندی بانک جهانی و محدودیت آمار و داده بوده است.

4- Homoscedasticity

بررسی عوامل مؤثر بر صادرات خدمات ۱۵

استفاده از رگرسیون حداقل مربعات معمولی ناکارا است و در نتیجه، در این مطالعه، تخمین‌های کارا از طریق حداقل مربعات تعمیم‌یافته^۱ (GLS) انجام می‌پذیرد تا واریانس جزء اخلاص تابع همسان شود.

یافته‌های حاصل از برآورد مدل اول نشان می‌دهد که تأثیر تولید ناخالص داخلی سرانه روی کل صادرات خدمات مثبت و معنادار است. این موضوع به آن مفهوم است که داشتن ظرفیت تولید و عرضه بیشتر به افزایش صادرات خدمات در کشورهای یادشده، منجر شده است. از سوی دیگر، اندازه ضریب این متغیر در مقایسه با دیگر متغیرهای مدل بزرگ‌تر است و بر اهمیت توسعه و رشد اقتصادی کشورها برای توسعه صادرات خدمات دلالت دارد. در مدل دوم مربوط به صادرات خدمات فنی و مهندسی نیز اثر مثبت و معنادار تولید ناخالص داخلی سرانه تأیید می‌شود.

تأثیرگذاری نرخ ارز مؤثر واقعی در هر دو مدل روی صادرات کل خدمات و نیز خدمات فنی و مهندسی مثبت و معنادار است. افزایش این نرخ که به نوعی یکی از عوامل مهم رقابت‌پذیری بین‌المللی محسوب می‌شود، به افزایش صادرات خدمات منجر شده است. به عبارت دیگر، شرکت‌های صادرکننده خدمات در سطوح بالاتر نرخ ارز، به عرضه بیشتر صادرات خدمات تمایل خواهند داشت. مثبت بودن ضرایب متغیرهای GDP سرانه و نرخ ارز در معادله صادرات از نظر تئوریک (نظری) نیز قابل تأیید است.

متغیر مربوط به استفاده‌کنندگان از تلفن همراه و تلفن ثابت که معرف زیرساخت‌های ارتباطی در بین کشورهای منتخب بوده، در هر دو مدل مثبت و معنادار برآورد شده است. این به آن معناست که هر اندازه زیرساخت‌ها بهبود یابد و تعداد بیشتری از افراد از دسترسی به آن بهره‌مند شوند، در نتیجه، میزان صادرات کل خدمات و همچنین خدمات فنی و مهندسی افزایش خواهد یافت.

به‌علاوه اثرگذاری متغیر سهم سرمایه‌گذاری خارجی از GDP روی صادرات کل خدمات و صادرات فنی و مهندسی، مثبت برآورد شده است. به بیان دیگر، سیاست‌های تشویق و جذب سرمایه‌های خارجی در پروژه‌های فنی و مهندسی می‌تواند تأثیر درخور تأملی در افزایش صادرات آن بخش از خدمات و همچنین کل صادرات خدمات داشته باشد.

ضرایب متغیرهای موهومی مربوط به عضویت کشورهای منتخب در بلوک‌های تجاری منطقه‌ای از قبیل ECO و D8 معنادار هستند. این نوع سیاست تجاری از جانب کشورهای منطقه،

1- Generalized Least Squares

افزایش کل صادرات خدمات و خدمات فنی و مهندسی را به همراه داشته است. میزان آماره ضریب تعیین (R^2) در مدل اول و دوم به ترتیب برابر ۰/۸۴ و ۰/۸۱ است و بر قدرت توضیح‌دهندگی متغیرهای مدل دلالت دارد. نتایج حاصل از برآورد مدل‌های مربوط به صادرات کل خدمات و خدمات فنی و مهندسی در جدول شماره ۴، آمده است.

جدول ۴- نتایج حاصل از برآورد مدل‌های مربوط به صادرات کل خدمات و خدمات فنی و مهندسی

متغیرها	C	GDPC	ERE	FDIG	MOBIL	ECO	D8	R^2
مدل (۱)	-۰/۲۸ (۰/۰۰۰)	۰/۰۰۰۶ (۰/۰۰۰)	۰/۰۰۶ (۰/۰۱)	۰/۰۰۰۶ (۰/۰۲۱)	۰/۰۰۰۲ (۰/۰۰۰)	۰/۰۰۹ (۰/۰۰۴)	۰/۰۰۵ (۰/۰۵۹۰)	۰/۸۴
مدل (۲)	-۰/۱۰ (۰/۰۰۰)	۰/۰۱۱ (۰/۰۰۱)	۰/۰۰۵ (۰/۰۳)	۰/۰۰۰۰۴ (۰/۰۴۵)	۰/۰۰۰۰۲ (۰/۰۰۵)	۰/۰۰۳ (۰/۰۳۵)	۰/۰۰۵ (۰/۰۶۱)	۰/۸۱

۸- نتیجه‌گیری و توصیه‌های سیاستی

رشد درخور تأمل تجارت خدمات طی دهه‌های اخیر در کشورهای مختلف دنیا، مطالعه بیشتر در این حوزه و شناسایی عوامل تأثیرگذار بر آن را ضروری می‌سازد. در این راستا صادرات خدمات فنی و مهندسی به‌عنوان یکی از زیربخش‌های خدمات با ترکیب دانش فنی و به‌کارگیری خدمات سرمایه‌های انسانی، چشم‌انداز خوبی را در راستای ایجاد ارزش‌افزوده بالاتر، اشتغال‌زایی، ارزآوری و توسعه بخش کالایی در کشور ترسیم می‌کند. از سوی دیگر، برای رقابت در عرصه بین‌الملل و انتخاب و گسترش بازارهای هدف، آشنایی با ساختار اقتصادی و تجاری کشورها و شناسایی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تجارت آنها در راستای توسعه روابط اقتصادی به ارتقای رقابت‌پذیری و توانمندی شرکت‌های ایرانی صادرکننده خدمات فنی و مهندسی می‌انجامد.

یافته‌های این نوشتار حاکی از آن است که بین کشورهای هدف برای صادرات خدمات فنی و مهندسی ایران، کشورهای عضو OIC بالاترین سهم را دارا هستند و کشورهای عربی و آسیای میانه در صدر واردکنندگان خدمات فنی و مهندسی شرکت‌های ایرانی قرار دارند.

نتایج حاصل از برآورد شاخص‌های عملکرد صادرات و مزیت نسبی خدمات فنی و مهندسی نشان می‌دهد که جایگاه ایران در بین کشورهای مورد مطالعه طی دوره ۲۰۱۰-۱۹۹۴، ارتقا یافته است. همچنین تأثیرگذاری متغیرهای تولید سرانه، نرخ ارز مؤثر واقعی، ورود سرمایه‌های خارجی و زیرساخت‌های ارتباطی روی کل صادرات خدمات و خدمات فنی و مهندسی در مجموعه

بررسی عوامل مؤثر بر صادرات خدمات ۱۷

کشورهای منتخب، مثبت و معنادار است. به علاوه عضویت این کشورها در بلوک‌های تجاری ECO و D8، روی صادرات خدمات تأثیر مثبت دارد.

بنابراین، در ایران نیز بسترسازی برای صدور خدمات با تقویت و تجهیز زیرساخت‌ها در راستای کاهش هزینه مبادله، اتخاذ سیاست‌گذاری‌های صحیح و برنامه‌ریزی شده برای جذب سرمایه‌های خارجی و افزایش سرمایه‌های داخلی، تعدیل قیمت ارز در جایگاه واقعی خود و ارتقای درآمدهای مولد سرانه، از جمله موارد کلیدی است که باید با جدیت خاص برای تسریع در رشد صادرات خدمات و به‌طور خاص، خدمات فنی و مهندسی مد نظر قرار گیرد. به علاوه حضور فعال ایران در بلوک‌های تجاری منطقه نیز می‌تواند به افزایش بیشتر صادرات خدمات بینجامد. یادآوری می‌شود، آگاهی از عملکرد صادراتی و مزیت نسبی شرکای تجاری پیش از تدوین موافقت‌نامه‌های تجاری در حوزه صادرات، می‌تواند به اتخاذ سیاست‌های تجاری بهتر کمک کند. از سوی دیگر، یافتن بازارهای پایدار برای ارتقای آینده صادرات خدمات به‌طور عام و صادرات فنی و مهندسی از مواردی است که باید در ترکیب بازارهای مقصد صادرات شرکت‌های ایرانی مورد توجه قرار گیرد. در نظر گرفتن ساختارهای اقتصادی، تجاری و سیاسی کنونی بازارهای هدف در بین کشورهای منطقه در مقایسه با سایر بازارها در کشورهای دیگر به رقابت‌پذیر شدن شرکت‌های صادرکننده ایرانی کمک زیادی خواهد کرد. در این راستا، ارتقای آگاهی و ایجاد روابط تجاری سازنده با کشورهای دارای بازارهای پایدار و باثبات با تعامل دوسویه نهادهای دولتی و اجرایی با انجمن‌ها و شرکت‌های صادرکننده خدمات فنی و مهندسی میسر است. این رویکرد مدیریتی می‌تواند صادرات دیگر بخش‌های خدمات مانند حمل‌ونقل، گردشگری و مسافرت، بهداشت و درمان، آموزش و... را نیز تقویت کند.

منابع

الف - فارسی

- احمدزاده، خالد (۱۳۸۸)، زمینه‌های توسعه تجارت خدمات فنی و مهندسی در بین کشورهای اسلامی در راستای سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
- اشرف‌زاده، سیدحمیدرضا و نادر مهرگان (۱۳۸۷)، اقتصادسنجی پانل دیتا، مؤسسه تحقیقات تعاون دانشگاه تهران، چاپ اول.
- توفیقی، حمید (۱۳۸۱)، تأثیر صادرات بر رشد اقتصادی ایران با تأکید بر صادرات خدمات فنی و مهندسی، پژوهشنامه اقتصادی، شماره سوم.
- حسن‌پور، یوسف (۱۳۸۷)، شناسایی پتانسیل‌های ارتقای روابط تجاری ایران با کشورهای اسلامی، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
- حسینی، سیدمحمدرضا (۱۳۸۷)، شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی به کشورهای CIS، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی.
- راستی، محمد (۱۳۸۸)، تجارت خدمات مالی در کشورهای عضو اپک، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
- سعادت، فهیمه (۱۳۸۵)، شناسایی موانع و مشکلات و طراحی راهکارهای بازاریابی خدمات فنی و مهندسی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه تربیت مدرس.
- شاکری، عباس (۱۳۸۳)، عوامل تعیین‌کننده صادرات غیرنفتی ایران، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی ایران، شماره ۲۱
- شکوه‌سادات، سیدعلی‌اکبر (۱۳۸۱)، آزادسازی خدمات در کشورهای در حال توسعه، پژوهشنامه اقتصادی، شماره دوم.
- شهرآیینی، آرش و مجید آقازاده (۱۳۸۶)، شناخت روش‌های نوین تأمین مالی صادرات خدمات فنی و مهندسی، مجموعه مقالات برگزیده سیزدهمین همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی کشور، اتاق بازرگانی صنایع و معادن تبریز.
- صادقی‌فروشانی، محمدرضا (۱۳۸۵)، شناسایی عوامل مؤثر در مزیت رقابتی صادرات خدمات فنی و مهندسی کشور، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، شرکت چاپ و نشر بازرگانی.

بررسی عوامل مؤثر بر صادرات خدمات ۱۹

عرب‌مازار یزدی، علی (۱۳۷۷)، صادرات خدمات فنی و مهندسی ایران؛ تجربیات گذشته، راهبردهای آینده، مجله برنامه و بودجه، سال سوم، شماره ۳.

عسگری، منصور و همکاران (۱۳۸۷)، آزادسازی مالی و رشد اقتصادی؛ روند جهانی و تجربه ایران، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، شرکت چاپ و نشر بازرگانی.

مرکز تجارت بین‌الملل (۱۳۸۳)، تجارت خدمات در سازمان جهانی تجارت، ترجمه و تألیف: کمالی اردکانی و میترا نصیری، تهران، نمایندگی تام‌الاجتیار تجاری جمهوری اسلامی ایران، شرکت چاپ و نشر بازرگانی.

ب- انگلیسی و پایگاه‌های اطلاع‌رسانی

- Arnold, M. and et al (2007), Services reform and manufacturing performance: Evidence from India, Washington. DC, The World Bank, Mimeo.
- Baltagi, B. H (2008), Econometric Analysis of Panel Data, 4rd Edition, New York, USA: John Wiley & Sons Inc.
- Christen, E. and Francois, J (2010), Modes of Delivery in Services, Economics working papers, Vol. 11, Johannes Kepler University Linz, Austria.
- Ketenci, N. U (2010), Trade in services: The elasticity approach for the case study of Turkey, International Trade Journal, Vol.24, No.3.
- Krugman, P (1991), Increasing Returns and Economic Geography, Journal of Political Economy, No. 99.
- Li, D. and Moshirian, F (2004), International investment in insurance services in the US, Journal of multinational financial management, No.14.
- Matto, A (2000), Financial services and the WTO: Liberalization Commitments of the Developing and Transition Economies, The World Economy.
- Porter, M (2003), Global Competitiveness Report, Oxford University Press: WEF.
- Moshirian, F (2007) Determinants of International Trade Flows in Travel and Passenger Services, Journal of Economic Record, Vol.69, No.3.
- Mukherjee, A (2001) Trade in construction and consultancy services: India and the GATS, Working Paper, Indian Council for Research on International Economic Relations.
- Nordas, H. K (2010), Trade in goods and services: Two sides of the same coin?, Journal of Economic Modelling, Vol. 27, No. 2.
- Rustomjee, z (2008), Engineering Services Trade: the Case of South Africa, Sixth Services Experts Meeting Domestic Regulation and Trade in Professional Services, OECD and World Bank.

Samsu, H. and et al (2008), Causal links between foreign direct investment and exports: Evidence from Malaysia, International Journal of Business and Management, Vol. 3, No. 12.

Seyoum, B (2007), Revealed Comparative Advantage and Competitiveness in Services: A Study with Special Emphasis on Developing Countries, Journal of Economic Studies, Vol. 34, No.5.

<http://data.worldbank.org>.

<http://fa.tpo.ir/documents>.

<http://unctadstat.unctad.org/TableViewer>.

<http://www.carsicm.ir/icmroot/public/Statistics.htm>.

<http://www.sesric.org/databases-index>.

http://www.wto.org/english/res_e/statis._e



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی