

مدیریت ورزشی - بهار ۱۳۹۹
دوره ۱۲، شماره ۱، ص: ۱۶۰ - ۱۳۹
تاریخ دریافت: ۹۷ / ۰۷ / ۰۳
تاریخ پذیرش: ۹۷ / ۱۱ / ۲۱

تأثیر صادرات کالاهای ورزشی بر رشد اقتصادی ایران و برخی کشورهای در حال توسعه

عبدالحسین ابراهیمی^۱ - امین خطیبی*^۲ - عبدالرحمن مهدی پور^۳ - سیدحسین مرعشیان^۴
۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران
۲. استادیار مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران
۳. دانشیار مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

چکیده

امروزه روابط تجاری هر کشور در سطح بین‌الملل، می‌تواند بر رشد اقتصادی آن کشور تأثیر داشته باشد. از این رو پژوهش حاضر به بررسی تأثیر صادرات کالاهای ورزشی بر رشد اقتصادی ایران و برخی کشورهای در حال توسعه منتخب می‌پردازد. این تحقیق، کاربردی و به لحاظ روش جمع‌آوری آمار و اطلاعات، از نوع تحقیقات اسنادی است. داده‌های مربوط به صادرات کالاهای ورزشی و شاخص‌های رشد اقتصادی ایران و ۸ کشور در حال توسعه منتخب در طی سال‌های ۲۰۱۶-۱۹۹۷ با استفاده از داده‌های بانک جهانی و مرکز تجارت بین‌الملل براساس طبقه‌بندی HS پنج گروه کفش، پوشاک، انواع توپ، قایق‌های تفریحی-ورزشی و کالاهای متفرقه استخراج شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش‌های اقتصادسنجی و پانل دیتا و آزمون‌های هم‌جمعی، لیمر، هاسمن، اثرات تصادفی، علیت گرنجری از نرم‌افزار Eviews استفاده شده است. نتایج نشان داد که شاخص‌های اشتغال، مخارج دولت، صادرات محصولات ورزشی، باز بودن اقتصاد، سرمایه‌انسانی و تحقیق و توسعه دارای ضریب مثبت و شاخص‌های نرخ تورم و نرخ ارز دارای ضریب منفی بر رشد اقتصادی هستند. به‌طور کلی و با توجه به یافته‌های پژوهش رشد صادرات محصولات ورزشی موجب رشد اقتصادی ایران و برخی کشورهای در حال توسعه می‌شود. بنابراین به‌منظور افزایش ارزش افزوده در بخش صنعت ورزش به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی در بیشتر کشورهای دنیا، باید توسعه صادرات کالاهای با کیفیت ورزشی در اولویت برنامه‌های دولت قرار گیرد.

واژه‌های کلیدی

رشد اقتصادی، صادرات، صنعت ورزش، کشورهای در حال توسعه، نرخ ارز.

مقدمه

امروزه از مهم‌ترین مشکلات کشورهای در حال توسعه و جهان سوم، تک‌محصولی بودن و وابستگی اقتصاد آنها به صدور مواد خام و اولیه است که پیامدهای منفی و ناگواری را در ساختار اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و حتی فرهنگی آنها در پی داشته است. به دلیل اینکه بخش عمده‌ای از درآمدهای ارزی کشورهای در حال توسعه و جهان سوم، منحصراً از طریق صدور یک یا چند قلم مواد خام و اولیه به دست می‌آید، این قبیل کشورها در برابر ناملایمات و فشارهای خارجی، ساختاری بسیار ضعیف و شکننده‌ای دارند. بدیهی است در چنین وضعیتی، هرگونه نوسان غیرعادی در قیمت کالا یا کالاهای محدود تشکیل‌دهنده منابع اصلی درآمد این کشورها، آثار پدیده‌های نامطلوبی بر کل ساختار اقتصادی آنها بر جای خواهد گذاشت (۱). از طرف دیگر، رشد و توسعه اقتصادی از اهداف مهم اقتصادی هر کشور به‌شمار می‌آید، زیرا برای افزایش رفاه افراد هر کشور، باید شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی بهبود یابند و این مهم جز در سایه رشد و توسعه اقتصادی کشورها میسر نیست (۲). به اعتقاد متخصصان مسائل اقتصادی، از چند دهه پیش اتکا به درآمدهای حاصل از صدور نفت خام، مانع از آن شده است که مسئولان برای ایجاد تنوع در منابع درآمد ارزی و توسعه صادرات کشور چاره‌ای اساسی بیندیشند (۳). از این رو با توجه به وضعیت کنونی اقتصاد ایران و نامگذاری شعار سال به نام سال حمایت از کالای ایرانی، از مهم‌ترین مسائل سیاسی و اقتصادی که مسئولان کشور باید در نظر بگیرند، توسعه صادرات کالاهای غیرنفتی، از جمله کالاهای پرطرفدار ورزشی است. بنابراین آگاهی از سیاست تشویقی اعمال‌شده در جهان و همچنین بررسی لوائح و قوانین به‌منظور تشویق و افزایش توسعه صادرات در داخل کشور، امری ضروری است. رشد صادرات برای دولت‌ها به‌منزله کلید بازآفرینی اقتصاد است. رشد صادرات موجب افزایش درآمد و اشتغال می‌شود و با فراهم آوردن شرایط استفاده از صرفه‌های مقیاس، بهره‌گیری از فناوری‌های پیشرفته، امکان تخصیص بهینه منابع و افزایش رقابت در تولید محصولات می‌تواند موجب افزایش بهره‌وری کل عوامل تولید و رسیدن به رشد اقتصادی بالاتر شود (۱). از طرفی امروزه رابطه میان صادرات و رشد اقتصادی یکی از موضوعات مهم ادبیات توسعه قلمداد می‌شود و روابط اقتصادی و تجاری بین مناطق و کشورها در رشد اقتصادی و سطح رفاه آنها بسیار مؤثر است. در صورت شکل‌گیری روابط تجاری، امکان به‌کارگیری بهینه عوامل تولید و ظرفیت‌های موجود در بخش‌های مختلف اقتصاد یک کشور فراهم می‌شود و در اثر آن با ارتقای بهره‌وری کل عوامل تولید، سطح تولید ناخالص داخلی افزایش می‌یابد (۴). از این رو صادرات می‌تواند نقش مهمی در پویایی و رشد اقتصادی کشورها داشته باشد. اغلب کشورها برای افزایش رشد اقتصادی به دنبال توسعه

تجارت با سایر کشورها و تولید کالا براساس مزیت نسبی‌اند. در فرایند فعلی جهانی شدن، گسترش تجارت خارجی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است، به‌گونه‌ای که در سال‌های اخیر، تجارت بین‌الملل به‌نحو گسترده‌ای در دستور کار تمام کشورها قرار گرفته است. صادرات کشور به افزایش توان رقابتی و کارایی تولیدکنندگان داخلی منجر می‌شود که در اثر آن اقتصاد یک کشور با رشد مثبت مواجه می‌شود (۵). امروزه صنعت ورزش بخش مهمی از اقتصاد کشورهای دنیاست و می‌تواند از مهم‌ترین پایگاه‌های اساسی توسعه اقتصادی و پیشرفت اجتماعی باشد و نقش مهیج و مهمی در اقتصاد ورزش و حتی رشد اقتصاد ملی داشته باشد (۶). صنعت ورزش ظهور اقتصاد مدرن در قالب یک اقتصاد جدید صنعتی مبتنی بر نوآوری و فناوری برتر است (۷). در صنعت ورزش و اقتصاد ورزشی، صادرات کالاهای ورزشی، از مهم‌ترین بخش‌های این صنعت است که در افزایش رشد اقتصادی کشورها نقش ویژه‌ای دارد. یکی دیگر از مهم‌ترین فواید اقتصادی مستقیم ورزش، تأثیر این صنعت بر مبادلات خارجی کشورهاست که موجب شده سهم این صنعت از تجارت جهانی به ۲/۵ درصد برسد. هرچند واردات و صادرات کالاهای ورزشی سهم ناچیز ۰/۰۲ تا ۰/۰۴ درصد از تولید ناخالص داخلی (GDP) کشورها را به خود اختصاص می‌دهد (۸). ورزش به‌دلیل تولید محصولات ورزشی، نقش مهمی به‌عنوان یک جزء کلیدی در توسعه اقتصادی دارد و با تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم، عامل مؤثری در پیشرفت اقتصاد جامعه و بخش پول‌ساز اقتصاد قرن بیست‌ویکم به‌شمار می‌آید. به‌طوری‌که اندازه تخمینی کل صنعت ورزش آمریکا در سال ۲۰۱۴، برابر با ۴۸۵ میلیارد دلار بوده است، درحالی‌که اندازه تخمینی صنعت ورزش جهان ۱/۵ تریلیون دلار آمریکا در همان سال بوده است (۹). یکی دیگر از مهم‌ترین فواید اقتصادی مستقیم ورزش، تأثیر این صنعت بر مبادلات خارجی کشورهاست که موجب شده سهم این صنعت از تجارت جهانی به ۲/۵ درصد برسد. هرچند واردات و صادرات کالاهای ورزشی سهم ناچیز ۰/۰۲ تا ۰/۰۴ درصد از تولید ناخالص داخلی (GDP) کشورها را به خود اختصاص می‌دهد (۸). از این‌رو توسعه صادرات محصولات ورزشی، بخش شایان توجهی از اهداف و سیاست‌های اقتصادی کشورها را تشکیل می‌دهد و اغلب دولتمردان و سیاستمداران اقتصادی کشورها، تمایل زیادی به اجرای سیاست‌های مناسب در تجاری‌سازی جهت افزایش صادرات محصولات ورزشی دارند. بنابراین امروزه تولید و تجارت لوازم ورزشی امروزه، جزء لاینفک اقتصاد کشورها به‌شمار می‌رود و از سوی دیگر این امر به‌عنوان یکی از سیاست‌های سازمان‌های مرتبط با ورزش در کشورها شناخته می‌شود. از این‌رو، اقتصاد به‌عنوان عامل محرک یکپارچه تغییر در جهان، احتمالاً صنعت ورزش را به سمت رویکردی تجارت‌گونه برای تولید و ارائه خدمات ورزشی می‌کشاند. از مهم‌ترین فواید اقتصادی مستقیم

ورزش، تأثیر این صنعت بر مبادلات خارجی کشورهاست (۱۰). براساس گزارش انجمن ملی لوازم ورزشی (NSGA) خرید تجهیزات ورزشی در سال ۲۰۱۱ نسبت به سال ۲۰۰۹، ۵ درصد افزایش داشته و از ۲۴/۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۹ به ۷۲/۹ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶ رسیده است. اهمیت میزان تولید و رشد اقتصادی در هر جامعه، دستیابی به تولید بیشتر و نرخ رشد بالاتر، همواره دغدغه دولت‌ها و ملت‌ها بوده است. از این رو، یکی از مهم‌ترین اهداف اقتصاد کلان که مورد تأکید تمامی دولت‌ها و برنامه‌ریزان اقتصادی در کشورهای جهان است، دستیابی به نرخ رشد اقتصادی مداوم و پایدار است (۶). میزان تولید ناخالص داخلی، درآمد سرانه و نرخ رشد اقتصادی، از مهم‌ترین شاخص‌های عملکردی اقتصاد کلان است. در حالی که میزان تولید و درآمد سرانه، بیانگر میزان متوسط رفاه اقتصادی افراد جامعه است، نرخ رشد اقتصادی، سرعت افزایش یا کاهش تولید ناخالص داخلی و به تبع آن سرعت بهبود یا کاهش سطح رفاه و برخورداری مردم را نشان می‌دهد. به علاوه شاخص‌هایی چون بیکاری و فقر نیز اغلب تحت تأثیر تولید و رشد اقتصادی قرار دارند، به نحوی که رشد اقتصادی بالاتر، در بلندمدت به کاهش نرخ بیکاری و سطح فقر می‌انجامد (۱۱). از طرفی تجارت خارجی نیز ارتباط مستقیمی با متغیرهای کلان اقتصادی مانند نرخ ارز، تورم داخلی و رشد اقتصادی دارد. با این حال، چگونگی تجارت و تنوع کالایی و بازار، از جمله عوامل مؤثر بر این بخش از اقتصاد کلان کشور است (۷).

به دلیل موقعیت جغرافیایی خاص ایران و واقع شدن در مسیر شرق به غرب، و ارتباط با دریا از شمال و جنوب، یکی از بهترین موقعیت‌های استراتژیک را به خصوص برای صادرات کالاهای ورزشی پدید آورده است. همچنین بررسی مطالعات گذشته نشان می‌دهد که در راستای موضوع پژوهش، تحقیقاتی در خارج و داخل کشور درباره متغیرهای مؤثر بر صادرات کالاهای ورزشی و تأثیرشان بر رشد اقتصادی انجام گرفته است. در خارج از کشور، نتایج تحقیق آمیرا و کریستینا^۱ (۲۰۱۷) نشان داد که رعایت الزامات زیست‌محیطی محصولات ورزشی علاوه بر ارتقای شاخص‌های توسعه پایدار، موجب افزایش صادرات می‌شود و می‌تواند سودآوری و رشد اقتصادی نیز به دنبال داشته باشد (۶). بنابراین بین صادرات و مسائل زیست‌محیطی رابطه بلندمدت وجود دارد. در همین زمینه نتایج تحقیق مالیک^۲ (۲۰۱۷) نشان داد که توسعه صادرات محصولاتی که مبتنی بر نوآوری و تحقیق و توسعه صادراتی هستند، شتاب بیشتری

-
1. National Sporting Goods
 2. Amira and Christina
 3. Malik

می‌گیرد. ایجاد دانش صادراتی مؤثر به‌منظور رقابت کارآمدتر و توسعه و تولید محصولات جدید بسیار مؤثر است. بنابراین استفاده از فناوری، تحقیق و توسعه در تولید و صادرات، موجب افزایش قدرت رقابت‌پذیری و افزایش سهم در بازار جهانی و افزایش رشد اقتصادی می‌شود (۷). همچنین نتایج تحقیق زفر^۱ و همکاران (۲۰۱۷) نشان داد که درآمد صادرات سالانه کالاهای ورزشی پاکستان به میزان ۳۳۸ میلیون دلار بوده و ۲۰۰۰۰۰ نیروی کار به‌طور مستقیم در ارتباط با صنعت صادرات کالاهای ورزشی مشغول به کار بوده‌اند. از این‌رو صنعت صادرات کالاهای ورزشی یک نقش حیاتی در تجارت بین‌المللی این کشور ایفا می‌کند (۱۲). نتایج تحقیق گراکا^۲ و همکاران (۲۰۱۷) نشان داد که نوآوری فناورانه در توسعه اقتصادی و افزایش صادرات نقش مهمی دارد. میزان صادرات فناوری‌های پیشرفته نیز از شاخص‌های مهم توسعه اقتصادی کشورهاست. از این‌رو سطح محصولات ورزشی با فناوری بالا عامل تعیین‌کننده سطح توسعه اقتصادی و اجتماعی یک کشور و نوع نقش آن کشور در اقتصاد جهانی است (۱۳). در این زمینه کیوندیو^۳ (۲۰۱۳) رابطه بین صادرات و رشد اقتصادی در نیجریه را بررسی کرد. نتایج نشان داد که رابطه معناداری بین صادرات و رشد اقتصادی وجود دارد. در ضمن برای افزایش چندبرابری رشد پیشنهاد می‌کنند که دولت می‌بایست برای سرمایه‌گذاری بیشتر در بخش صادرات، ترویج تنوع کالاهای صادراتی و ارائه زیرساخت‌های مناسب برای حمایت و انگیزه بیشتر صادرات تلاش کند (۱۴).

در داخل کشور نیز نتایج تحقیق سرلاب و عسکریان (۱۳۹۶) نشان داد که رشد صادرات کالاهای ورزشی در سطح اطمینان ۹۹ درصد علت گرنجری رشد صادرات غیرنفتی (غیر از ورزش) و رشد صادرات غیرنفتی نیز در سطح اطمینان ۹۵ درصد علت گرنجری رشد صادرات کالاهای ورزشی است. همچنین دیگر یافته تحقیق نشان داد که رابطه علیت بین متغیرهای رشد صادرات کالاهای ورزشی و رشد صادرات غیرنفتی (غیر از ورزش) متقابل است. بنابراین به‌طور کلی می‌توان گفت متغیر رشد صادرات کالاهای ورزشی و رشد صادرات غیرنفتی (غیر از ورزش) بر یکدیگر تأثیر گذارند (۹). همچنین نتایج تحقیق اکبری و همکاران (۱۳۹۶) نشان داد که متغیرهای اندازه بنگاه، بهره‌وری نیروی کار و سرمایه انسانی تأثیر مثبت و معناداری بر میزان صادرات بنگاه‌ها دارند. نتایج حاصل از محاسبه اثرات مستقیم، اثرات غیرمستقیم و اثرات کل نشان می‌دهد که اثر مستقیم و غیرمستقیم بهره‌وری نیروی کار، سرمایه انسانی و اندازه بنگاه

1 . Zafar
2 . Graca
3 . Kundu

بر صادرات هر استان و استان‌های همسایه مثبت و معنادار است (۱۵). در این زمینه نتایج تحقیق عسکریان و همکاران (۱۳۹۵) نشان می‌دهد که ایران در صادرات هیچ‌کدام از کالاهای ورزشی از مزیت نسبی و قدرت رقابتی برخوردار نیست. بررسی روند صادرات کالاهای ورزشی نشان می‌دهد که میزان صادرات کفش، پوشاک و سایر تجهیزات ورزشی افزایش یافته است، ولی میزان صادرات توپ، قایق و تردمیل کاهش یافته است. ترکیب فعالیت‌های صادراتی و ساختار کشور طی این دهه، در گروه کالاهای کفش، تردمیل و سایر تجهیزات مطلوب و مناسب صادرات این بخش‌ها بوده است. اما ساختار مربوط به کالاهای توپ، پوشاک و قایق به ضرر این بخش‌ها بوده است (۱۰). نتایج تحقیق محمدکاظمی و همکاران (۱۳۹۵) نشان داد که عوامل تعیین‌کننده در عملکرد صادراتی صنعت پوشاک و تجهیزات ورزشی به ترتیب اولویت اثرگذاری عبارت‌اند از: ۱. عوامل محیطی؛ ۲. تعهد صادراتی مدیران؛ ۳. راهبردی بازاریابی مدیران؛ ۴. مشوق‌های صادراتی؛ ۵. ویژگی‌های عینی شرکت (۱۶). همچنین نتایج تحقیق علیزاده پهلوانی و همکاران (۱۳۹۳) نشان داد که ۵۹ درصد کشورهای واردکننده کالای ورزشی به ایران شامل چین (۳۶ درصد)، امارات متحده عربی (۲۱ درصد) و ترکیه (۷ درصد) بودند. در مقابل صادرات کالاهای ورزشی ایران به کشورهای صادرشده براساس ارزش ریالی شامل عراق (۷۰ درصد)، ترکمنستان (۸ درصد) و افغانستان (۷ درصد) بود. در نهایت یافته‌های پایانی تحقیق نشان داد بین واردات و صادرات کالاهای ورزشی برحسب ارزش ریالی در سال ۱۳۹۳ رابطه معناداری وجود ندارد (۱۷).

براساس نتایج تحقیقات مشابه، بیشتر کشورهای توسعه‌یافته از تمام ظرفیت‌های خود برای بهبود صادرات کالاهای ورزشی و افزایش رشد اقتصادی استفاده می‌کنند، اما بررسی‌ها نشان می‌دهد که ایران با وجود برخورداری از پتانسیل‌های بالای صادراتی، سهم کمی از بازارهای بین‌المللی را در اختیار دارد، اگرچه از زمان تدوین برنامه سوم توسعه، عملکرد صنعت صادرات کالاهای ورزشی ایران روند صعودی به خود گرفته است، اما هنوز فاصله زیادی با شرایط مطلوب وجود دارد. صادرات کالاهای ورزشی ایران نسبت به کشورهای توسعه‌یافته و کشورهای همتراز به میزان قابل تأملی پایین‌تر است. براساس آمار سایت جهانی، کشور ایران تا سال ۲۰۱۶، ۳۲ میلیون و ۸۹۰ هزار دلار صادرات داشته که در مقابل صادرات جهان رقم چشمگیری نیست. بنابراین سهم ایران بسیار کمتر از استاندارد جهانی آن است. از طرفی تولیدات کشور، یارای رقابت با کالاهای مشابه خارجی را ندارد. از این رو وجود سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های مناسب در خصوص ارتقای شاخص‌ها و عوامل تأثیرگذار بر عملکرد صنعت صادرات کالاهای ورزشی و بهبود رشد اقتصادی امری ضروری به نظر می‌رسد. در همین زمینه، هدف از این پژوهش بررسی تأثیر

صادرات کالاهای ورزشی بر رشد اقتصادی ایران و برخی کشورهای در حال توسعه است تا در نهایت به کمک این پژوهش‌ها، بنگاه‌ها و تولیدی‌هایی که در این صنعت در حال فعالیت هستند، بتوانند موقعیت و شرایطی را که در آن هستند، درک کنند و در جهت توسعه صادرات کالاهای ورزشی و رقابت با سایر کشورهای دنیا و در نهایت افزایش رشد اقتصادی گام بردارند. از این رو محقق برای توسعه عملکرد صنعت صادرات کالاهای ورزشی کشور در جهت بهبود رشد اقتصادی به دنبال بررسی تأثیر برخی شاخص‌های مهم از جمله نرخ ارز واقعی، نرخ تورم، نرخ اشتغال، باز بودن اقتصاد، عامل سرمایه انسانی و تحقیق و توسعه بر رشد اقتصادی است. دستیابی به این شناخت، به مدیران و سیاستگذاران حوزه صادرات و تجارت کالاهای ورزشی کمک می‌کند تا با تحلیل عوامل اثرگذار بر صادرات کالاهای ورزشی هوشمندانه‌تر عمل کنند. بدین ترتیب مسئله اصلی پژوهش این است که آیا صادرات کالاهای ورزشی بر رشد اقتصادی ایران و برخی کشورهای در حال توسعه تأثیر می‌گذارد؟

روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق، کاربردی و از نوع توصیفی-تحلیلی است. آمارهای مورد استفاده در این تحقیق، آمارهای سری زمانی و پنل منتشره توسط بانک جهانی، سازمان بین‌المللی توسعه تجارت، گمرک جمهوری اسلامی ایران طی دوره زمانی ۲۰ ساله (۱۹۹۷ تا ۲۰۱۶) است. جامعه آماری پژوهش ۹ کشور منتخب در حال توسعه که شاخص توسعه انسانی نزدیک به هم دارند و دارای صادرات کالاهای ورزشی‌اند. همچنین داده‌های آماری صادرات کالاهای ورزشی این نه کشور در مقایسه با برخی کشورهای در حال توسعه دیگر، به‌طور کامل از سال ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۶ در سایت بانک جهانی و سازمان بین‌المللی توسعه تجارت قابل رؤیت و در دسترس است. به دلیل حجم کوچک جامعه ۹ کشور نیز به‌عنوان نمونه انتخاب خواهد شد. روش اقتصادسنجی دیگر روش مورد استفاده خواهد بود، بدین صورت که داده‌ها و شاخص‌های مربوط به صادرات کالاهای ورزشی ایران به‌صورت داده‌های سری زمانی برای ایران و به‌صورت پنل برای برخی کشورهای در حال توسعه در طی سال‌های ۲۰۱۶-۱۹۹۷ از سایت بانک جهانی و سازمان بین‌المللی تجارت استخراج می‌شود و پس از پردازش به‌وسیله نرم‌افزار اکسل، با استفاده از روش‌های اقتصادسنجی تجزیه و تحلیل خواهند شد. مبادلات بین‌المللی ورزشی ایران براساس طبقه‌بندی HS، به پنج گروه مانند کفش، پوشاک،

انواع توپ، قایق‌های تفریحی- ورزشی و کالاهای متفرقه تقسیم شد. داده‌های سری زمانی و پنل مقادیر یک متغیر را در نقاط متوالی در زمان اندازه‌گیری می‌کند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش‌های اقتصادسنجی و پانل دیتا از آزمون‌های هم‌جمعی، اثر تصادفی (RE) از آزمون‌های لیمر (چاو) و آزمون هاسمن، آزمون کائو، آزمون پدرونی^۵ و آزمون فیشر^۶ استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار آماری Eviews9 برای بررسی رابطه بین متغیرهای مورد بررسی و همچنین همبستگی آنها استفاده شد.

معرفی مدل

مدل مورد استفاده برای بررسی تأثیر صادرات محصولات ورزشی بر رشد اقتصادی ایران و برخی کشورهای در حال توسعه به صورت زیر است:

$$RGDP_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 INF_{it} + \alpha_2 EM_{it} + \alpha_3 EX_{it} + \alpha_4 G_{it} + \alpha_5 ES_{it} + \alpha_6 OPEN_{it} + \alpha_7 HC_{it} + \alpha_8 RD_{it} + \varepsilon_{it}$$

که در آن:

RGDP: رشد اقتصادی (رشد تولید سرانه واقعی)، INF: نرخ تورم، EM: اشتغال، EX: نرخ ارز واقعی، RG: مخارج کل دولت، ES: صادرات محصولات ورزشی، OPEN: باز بودن اقتصاد (مجموع ارزش صادرات و واردات به تولید ناخالص داخلی)، HC: سرمایه انسانی، RD: هزینه تحقیق و توسعه، α_0 : عرض از مبدأ، ε_t = جمله خطا، اندیس i: تعداد کشورها و اندیس t: دوره زمانی مورد مطالعه است.

برای مدل مذکور از مدل‌های انیانوو^۷ (۲۰۱۴) و یایا کیو^۸ (۲۰۱۷) استفاده شده است (۱۸، ۱۹).

کشورهای مورد مطالعه شامل ایران، هند، عمان، روسیه، ترکیه، تایلند، مالزی، اندونزی و پاکستان است.

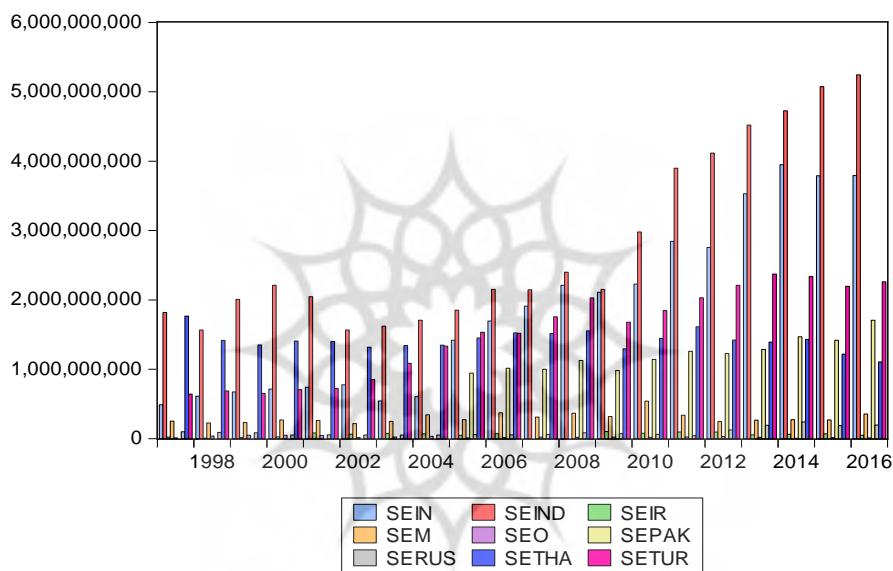
نرخ رشد اقتصادی از تفاضل تولید سرانه واقعی در دو دوره تقسیم بر مقدار آن در دوره اول به دست می‌آید.

1. Random Effects
2. Chow test
3. Hausman test
4. Kao
5. Perdoni
6. Fisher
7. Anyanwu
8. Yaya keho

نتایج

روند صادرات کالاهای ورزشی ایران در مقایسه با کشورهای منتخب

نمودار ۱ روند صادرات کالاهای ورزشی تعدادی از کشورهای منتخب را در سال‌های گوناگون مربوط به بازه زمانی ۲۰۱۶-۱۹۹۷، نشان می‌دهد. روند عمومی صادرات کالاهای ورزشی کشورهای منتخب طی بازه انتخابی مورد بررسی، با نوسانات زیادی روبه‌رو بوده است. بیشترین حجم صادرات کالاهای ورزشی در کشورهای منتخب به ترتیب متعلق به کشورهای اندونزی، هند، ترکیه، تایلند، پاکستان، مالزی، روسیه، ایران و عمان است.



شکل ۱. میزان صادرات کالاهای ورزشی ایران و کشورهای منتخب

آزمون هم‌خطی^۱

لازم است پیش از برآورد مدل، به بررسی هم‌خطی متغیرها پرداخته شود. اگر متغیرها دچار هم‌خطی شدید باشند، ایویوز محاسبه تخمین رگرسیون دچار مشکل خواهد شد و در صورت وجود هم‌خطی کامل، تخمین حداقل مربعات امکان‌پذیر نیست. یکی از روش‌های موجود به منظور شناسایی هم‌خطی، استفاده از ضرایب همبستگی است. به صورتی که وجود ضرایب بزرگ همبستگی بین متغیرهای توضیحی بیانگر

1. Multicollinearity

وجود هم‌خطی است. بررسی وضعیت هم‌خطی متغیرهای توضیحی معادله برآورد شده در جدول ۱ گزارش شده است. نتایج حاکی از این است که میان این متغیرها، هم‌خطی از نوع شدید وجود ندارد.

جدول ۱. نتایج آزمون هم‌خطی متغیرها

تحقیق و توسعه	سرمایه انسانی	باز بودن اقتصاد	صادرات کالاهای ورزشی	رشد اقتصادی	اشتغال	نرخ ارز	نرخ تورم
۰/۱۴	-۰/۳۳	۰/۲۳	-۰/۱۲	۰/۲۲	۰/۱۵	-۰/۱۱	۱
-۰/۲۳	-۰/۲۶	۰/۱۷	۰/۱۲	-۰/۱۷	۰/۱۸	۱	-۰/۱۱
-۰/۳۹	-۰/۳۳	۰/۲۲	-۰/۱۹	-۰/۲۰	۱	۰/۱۸	۰/۱۵
۰/۲۸	۰/۳۴	-۰/۳۲	-۰/۱۸	۱	-۰/۲۰	-۰/۱۷	۰/۲۲
-۰/۳۰	۰/۱۵	-۰/۱۰	۱	-۰/۱۸	-۰/۱۹	۰/۱۲	-۰/۱۲
-۰/۳۹	-۰/۲۰	۱	-۰/۱۰	-۰/۳۲	۰/۲۲	۰/۱۷	۰/۲۳
۰/۲۴	۱	-۰/۲۰	۰/۱۵	۰/۳۴	-۰/۳۳	-۰/۲۶	-۰/۳۳
۱	۰/۲۴	-۰/۳۹	-۰/۳۰	۰/۲۸	-۰/۳۹	-۰/۲۳	-۰/۱۴

آزمون ریشه واحد^۱

پیش از برآورد هر رگرسیون به منظور اطمینان از رگرسیون غیرکاذب و در پی آن نتایج نامطمئن، لازم است که چگونگی پایایی متغیرها را آزمون کنیم. بدین منظور از آزمون برتوگ استفاده شده که در آن وقفه‌های بهینه توسط معیار شوارتز-بیزین تعیین می‌شود و فرضیه صفر، در این آزمون وجود ریشه واحد است.

1. unit-root
2. Breitung
3. Schwarz's Bayesian Criterion

جدول ۲. نتایج آزمون ریشه واحد متغیرها در سطح با عرض از مبدأ و روند

نام متغیر	آماره محاسباتی	احتمال	نتیجه
رشد اقتصادی	۲/۰۴	۰/۹۷۹	ناپایا
نرخ تورم	-۱/۵۶	۰/۰۵۸	پایا
اشتغال	۱/۵۳	۰/۰۶۲	پایا
نرخ ارز واقعی	۱/۲۹	۰/۹۰۲	ناپایا
مخارج دولت	۲/۹۸	۰/۹۹۸	ناپایا
صادرات محصولات ورزشی	-۳/۷۳	۰/۰۰۰	پایا
باز بودن اقتصاد	۰/۷۲۷	۰/۷۶۶	ناپایا
سرمایه انسانی	۰/۲۵۶	۰/۳۹۸	ناپایا
هزینه تحقیق و توسعه	-۲/۴۶	۰/۹۹۳	ناپایا

مأخذ: یافته‌های تحقیق

نتیجه آزمون ریشه واحد در جدول آمده و همان‌طور که مشخص است، متغیرهای نرخ تورم، اشتغال و صادرات محصولات ورزشی در سطح و روند پایا شده است و دیگر متغیرها با یک بار تفاضل‌گیری پایا شده‌اند.

جدول ۳. نتایج آزمون ریشه واحد تفاضل اول متغیرها در سطح با عرض از مبدأ و روند

نام متغیر	آماره محاسباتی	احتمال	نتیجه
رشد اقتصادی	-۲/۴۳	۰/۰۰۷	پایا
نرخ ارز واقعی	-۵/۴۳	۰/۰۰۰	پایا
مخارج دولت	-۴/۶۲	۰/۰۰۰	پایا
باز بودن اقتصاد	-۱/۳۷	۰/۰۸۴	پایا
سرمایه انسانی	-۲/۶۰	۰/۰۰۴	پایا
هزینه تحقیق و توسعه	-۲/۶۳	۰/۰۰۴	پایا

مأخذ: یافته‌های تحقیق

مطابق با نتایج با تفاضل مرتبه اول متغیرها، فرض صفر رد شده است و متغیرها در سطح یک درصد معنی دارند. به این ترتیب، تمامی متغیرهای مربوط دارای ریشه واحد بوده و در نتیجه پایا از مرتبه اول، I(1) هستند.

براساس نتایج، می‌توان استدلال کرد که همه متغیرها به‌جز متغیرهای نرخ تورم، اشتغال و صادرات محصولات ورزشی، با یک‌بار تفاضل‌گیری پایا شده‌اند. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از این آزمون، به‌دلیل عدم پایایی بعضی از متغیرها در سطح و روند، از آزمون‌های هم‌جمعی استفاده شده است، زیرا در حالت عدم پایایی متغیرها، تنها در صورت وجود رابطه هم‌جمعی میان متغیرها می‌توان به نتایج اعتماد کرد.

نتایج آزمون هم‌جمعی

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از این آزمون، به‌دلیل عدم پایایی متغیرها در سطح و روند، از آزمون‌های هم‌جمعی استفاده شده است، زیرا در حالت عدم پایایی متغیرها، وجود اثرات تصادفی تنها در صورت وجود رابطه هم‌جمعی میان متغیرها می‌توان به نتایج اعتماد کرد. برای بررسی وجود هم‌جمعی آزمون‌های مختلفی از جمله آزمون کائو^۱، آزمون پدرونی^۲ و آزمون فیشر^۳ وجود دارد. بنابراین در این پژوهش برای اثبات کاذب نبودن رگرسیون، آزمون هم‌جمعی کائو را انجام می‌دهیم، زیرا انجام آزمون پدرونی به‌دلیل زیاد بودن تعداد متغیرهای مدل امکان‌پذیر نیست. نتایج آزمون در جدول ۴ آورده شده است.

جدول ۴. نتایج آزمون هم‌جمعی

احتمال	آماره t	آزمون هم‌جمعی کائو
کمتر از ۰/۰۵	۳/۴۴۲	مقادیر

مأخذ: یافته‌های تحقیق

نتایج آزمون کائو وجود هم‌جمعی را تأیید می‌کند و نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل مورد بررسی با متغیر وابسته هم‌جمع بوده و روابط بلندمدت تعادلی میان رشد اقتصادی و متغیرهای مستقل مدل برقرار است. پس از بررسی پایایی متغیرها و پیش از تخمین مدل باید اطمینان حاصل شود که رابطه رگرسیونی در نمونه مورد بررسی دارای عرض از مبدأهای ناهمگن و شیب همگن است یا اینکه فرضیه عرض از مبدأهای مشترک و شیب مشترک در بین مقاطع پذیرفته می‌شود. اگر داده‌ها به‌صورت تلفیقی^۴ در مدل قرار گیرند، برای تمام مقاطع عرض از مبدأ و شیب یکسانی در نظر گرفته می‌شود. در این حالت اثر مقاطع در نظر گرفته نشده است. بدین‌منظور آزمون F لیمر استفاده می‌شود.

1. Kao
2. Perdoni
3. Fisher
4. Pooling Data

نتایج آزمون F- لیمر (چاو)

اولین آزمون تشخیصی در داده‌های مقطع عرضی سری زمانی، آزمون F لیمر است. به کمک این آزمون مشخص می‌شود، همه کشورهای یک عرض از مبدأ دارند یا اینکه هر کشور یک عرض از مبدأ جدا دارد. به عبارت دیگر، ابتدا باید مشخص کنیم که رابطه رگرسیونی در نمونه مورد بررسی دارای عرض از مبدأهای ناهمگن و شیب همگن است، یا اینکه فرضیه عرض از مبدأهای مشترک و شیب مشترک در بین مقاطع (مدل داده‌های تلفیقی) پذیرفته می‌شود. بدین منظور از آزمون F لیمر استفاده می‌شود. براساس این آزمون ابتدا مدل را به صورت نامقید و در حالت کلی با عرض از مبدأهای مشترک و شیب‌های مشترک برآورد کرده و مقدار پسماندهای رگرسیون را محاسبه می‌کنیم، سپس مدل را به صورت مقید و با عرض از مبدأهای ناهمگن در بین مقاطع و شیب‌های مشترک تخمین می‌زنیم و مقادیر پسماند مقید را به دست می‌آوریم. در صورتی که مقدار F محاسبه شده از F جدول با درجات آزادی مشخص شده بزرگ‌تر باشد، فرضیه H_0 مبنی بر همگنی مقاطع و عرض از مبدأهای یکسان رد می‌شود و می‌بایستی عرض از مبدأهای مختلفی را در برآورد لحاظ کرد. در نتیجه می‌توان از روش پانل برای برآورد استفاده کرد ولی در صورتی که فرضیه H_0 پذیرفته شود، به معنی یکسان بودن شیب‌ها برای مقاطع مختلف است و قابلیت ترکیب شدن داده‌ها و استفاده از مدل از داده‌های تلفیقی مورد تأیید آماری قرار می‌گیرد. در این آزمون با توجه به آماره F برای تمامی مدل‌های مورد بررسی، روش داده‌های تابلویی مورد پذیرش قرار گرفته، زیرا در مدل مورد نظر این احتمال صفر است.

عرض از مبدأ در تمام مقاطع برابرند (داده‌های تلفیقی): H_0

عرض از مبدأ در تمام مقاطع برابر نیستند (داده‌های تابلویی): H_1

جدول ۵. نتایج آزمون F لیمر در سطح ۵ درصد

F لیمر محاسباتی	احتمال	نتیجه
۰/۹۴۷	۰/۵۴۵	فرضیه H_0 مبنی بر تلفیقی بودن داده‌ها رد می‌شود.

مأخذ: یافته‌های تحقیق

از آنجا که F لیمر محاسباتی از آماره F جدول در سطح یک درصد (۲/۵۱) کوچک تر است، فرضیه صفر پذیرفته می شود. بنابراین در مطالعه ما همه کشورهای دارای یک عرض از مبدأ هستند.

نتایج آزمون هاسمن

در اینجا برای انتخاب بین الگوی داده های تابلویی با اثر تصادفی و الگوی داده های تابلویی با اثر ثابت از آزمون هاسمن استفاده شده است.

جدول ۶. نتایج آزمون هاسمن به کمک آماره χ^2 محاسباتی در سطح ۵ درصد

نتیجه	احتمال	آماره χ^2 محاسباتی
فرضیه H_0 مبنی بر استفاده از روش اثرات تصادفی پذیرفته	۰/۶۹۹	۵/۵۲۷

مأخذ: یافته های تحقیق

آزمون هاسمن و میزان احتمال پذیرفته شدن فرض صفر در جدول ۶ آورده شده است. مقدار آماره χ^2 به دست آمده برای مدل برابر ۵/۵۲۷ با درجه آزادی ۸، است. با مقایسه این آماره با آماره به دست آمده از جدول در سطح معناداری یک درصد که برابر با ۲۰/۰۹ است، می توان نتیجه گرفت که روش مناسب جهت برآورد الگو روش اثرات تصادفی است، چراکه نمی توان فرض صفر را رد کرد. از این رو براساس نتایج به دست آمده جهت برآورد مدل روش اثرات تصادفی استفاده می کنیم. پس از مشخص شدن روش مناسب جهت برآورد پارامترها در قسمت گذشته در این قسمت به بیان نتایج حاصل از برآورد الگو برای رشد اقتصادی پرداخته می شود. نتیجه عدم معناداری دو آزمون قبلی چیست؟

تخمین به روش اثرات تصادفی

پس از مشخص شدن روش مناسب برآورد پارامترها، نتایج حاصل از برآورد مدل برای رشد اقتصادی بررسی می شود. براساس آزمون هاسمن، از روش اثرات تصادفی برای برآورد مدل استفاده شده است. نتایج در جدول ۷ ارائه شده است. براساس نتایج به دست آمده از برآورد مدل، کلیه متغیرها در سطح ۵ و ۱۰ درصد معنادار بوده و همه ضرایب دارای علامت و میزان قابل قبول هستند و عرض از مبدأ در سطح ۱۰ درصد معنادار است. آماره F نیز نشان می دهد فرضیه صفر بودن تمامی ضرایب، در سطح ۵ درصد رد شده و کل مدل معنادار است.

جدول ۷. نتایج حاصل از برآورد مدل به روش اثرات تصادفی

متغیر	ضریب	t آماره	احتمال
عرض از مبدأ	۳۲/۰۹	۱/۸۸	۰/۰۶۹
نرخ تورم	-۰/۷۲	-۲/۳۷	۰/۰۳۲
اشتغال	۱/۵۶	۸/۰۶	۰/۰۰۰
نرخ ارز واقعی	-۰/۰۸	-۳/۳۲	۰/۰۰۵
مخارج دولت	۰/۰۳۴	۹/۰۷	۰/۰۰۰
صادرات محصولات ورزشی	۰/۰۳۵	۴/۵۷	۰/۰۰۰
باز بودن اقتصاد	۰/۲۸	۴/۸۴	۰/۰۰۰
سرمایه انسانی	۰/۰۴۱	۱/۹۶	۰/۰۵۹
هزینه تحقیق و توسعه	۰/۰۲۵	۲/۱۴	۰/۰۴۰
R^2		۰/۹۱	
\bar{R}^2		۰/۸۹	
آماره F جدول		۴۳/۷۳۱۱۲(۰/۰۰۰)	
D.W		۱/۷۹	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

نتایج جدول ۶ در ارتباط با آماره t بیانگر این مطلب است که ضریب متغیر مستقل در سطح ۱ درصد معنادار است. همه ضرایب به دست آمده دارای علامت و میزان قابل قبول هستند. متغیر مربوط به نرخ تورم دارای ضریب منفی است، بدین معنا که افزایش نرخ تورم موجب کاهش رشد اقتصادی می‌شود. به عبارت دیگر، ۱ درصد افزایش در نرخ تورم، رشد اقتصادی را به اندازه ۰/۷۲ درصد کاهش می‌دهد. متغیر مربوط به میزان اشتغال دارای ضریب مثبت است، بدین معنا که افزایش اشتغال موجب افزایش رشد اقتصادی می‌شود. به عبارت دیگر، ۱ درصد افزایش در اشتغال، رشد اقتصادی را به اندازه ۱/۵۶ درصد افزایش می‌دهد. متغیر مربوط به نرخ ارز دارای ضریب منفی است، بدین معنی که افزایش نرخ ارز موجب کاهش رشد اقتصادی می‌شود. به عبارت دیگر، ۱ درصد افزایش در نرخ ارز، رشد اقتصادی را به اندازه ۰/۰۸ درصد کاهش می‌دهد.

متغیر مربوط به مخارج دولت دارای ضریب مثبت است، بدین معنا که افزایش مخارج دولت سبب افزایش رشد اقتصادی می‌شود. به عبارت دیگر، ۱ درصد افزایش در مخارج دولت، رشد اقتصادی را به اندازه ۰/۰۳۴ درصد افزایش می‌دهد.

متغیر مربوط به صادرات محصولات ورزشی دارای ضریب مثبت است، بدین معنا که افزایش صادرات محصولات ورزشی موجب افزایش رشد اقتصادی می‌شود.

متغیر مربوط به باز بودن اقتصاد دارای ضریب مثبت است، بدین معنا که افزایش باز بودن اقتصاد سبب افزایش رشد اقتصادی می‌شود. به عبارت دیگر، ۱ درصد افزایش در باز بودن اقتصاد، رشد اقتصادی را به اندازه ۰/۲۸ درصد افزایش می‌دهد.

متغیر مربوط به سرمایه انسانی دارای ضریب مثبت است، بدین معنا که افزایش سرمایه انسانی موجب افزایش رشد اقتصادی می‌شود. به عبارت دیگر، یک درصد افزایش در سرمایه انسانی، رشد اقتصادی را به اندازه ۰/۰۴۱ درصد افزایش می‌دهد.

متغیر مربوط به هزینه تحقیق و توسعه دارای ضریب مثبت است، بدین معنا که افزایش هزینه تحقیق و توسعه سبب افزایش رشد اقتصادی می‌شود. به عبارت دیگر، ۱ درصد افزایش در هزینه تحقیق و توسعه، رشد اقتصادی را به اندازه ۰/۰۲۵ درصد افزایش می‌دهد.

بحث و نتیجه‌گیری

گسترش مناسبات و روابط اقتصادی-تجاری به منظور معرفی کالاها و برندهای داخلی به مصرف‌کنندگان خارجی از طریق کانال افزایش فعالیت‌های صادراتی، از مهم‌ترین سیاست‌ها و اهداف تصمیم‌گیران اقتصادی در کشورهای پیشرفته و توسعه‌یافته جهان محسوب می‌شود. هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر صادرات کالاهای ورزشی بر رشد اقتصادی ایران و برخی کشورهای در حال توسعه بود. براساس نتایج به‌دست‌آمده در خصوص رابطه بین متغیرها و ضریب مربوط، متغیر مربوط به نرخ تورم دارای ضریب منفی است، بدین معنا که افزایش نرخ تورم سبب کاهش رشد اقتصادی می‌شود. به عبارت دیگر، ۱ درصد افزایش در نرخ تورم، رشد اقتصادی را به اندازه ۰/۷۲ درصد کاهش می‌دهد. تورم بالا ممکن است به درک اشتباه از سطح قیمت‌های نسبی، منحرف کردن علائم و نشانه‌های قیمتی منجر شود؛ بنابراین برنامه‌های سرمایه‌گذاری را ناکارآمد می‌کند. این امر موجب می‌شود که کارگزاران اقتصادی نتوانند به‌طور کارا عمل

کنند و سطح بهره‌وری و رشد اقتصادی پایین می‌آید. این یافته از پژوهش با نتایج دی ویتا و کیاو^۱ (۲۰۱۴) همخوان است. بنابراین تورم نیز از دیگر عوامل مهم و تأثیرگذار بر صادرات و رشد اقتصادی است که در صورت افزایش می‌تواند موجب از بین رفتن انگیزه‌های سرمایه‌گذاری، عدم تخصیص بهینه منابع و در نهایت تولید داخلی کالاهای ورزشی را تحت تأثیر قرار دهد (۲۰).

متغیر مربوط به میزان اشتغال دارای ضریب مثبت است، بدین معنا که افزایش اشتغال سبب افزایش رشد اقتصادی می‌شود. به عبارت دیگر، ۱ درصد افزایش در اشتغال، رشد اقتصادی را به اندازه ۱/۵۶ درصد افزایش می‌دهد. متغیر مربوط به نرخ ارز دارای ضریب منفی است، بدین معنا که افزایش نرخ ارز موجب کاهش رشد اقتصادی می‌شود. به عبارت دیگر ۱ درصد افزایش در نرخ ارز، رشد اقتصادی را به اندازه ۰/۰۸ درصد کاهش می‌دهد. این یافته از پژوهش با نتایج الایونگبو^۲ و همکاران (۲۰۱۱)، آریز^۳ (۱۹۹۵) همخوان است (۲۲،۲۱). متغیر نرخ ارز از مهم‌ترین ابزارهای سیاسی و حاکمیتی دولت‌ها محسوب می‌شود که می‌تواند تأثیر شایان توجهی بر صادرات کالاهای ورزشی و رشد اقتصادی ورزشی هر کشور داشته باشد. بنابراین نرخ ارز می‌تواند بر تقاضای کالاهای ورزشی تأثیر بگذارد، زیرا کاهش ارزش پول یک کشور سبب ارزان‌تر شدن پول یک کشور در خارج از کشور می‌شود و در نهایت به کاهش جریان تجارت کالاهای ورزشی منجر می‌شود. بنابراین، نرخ ارز واقعی پایین‌تر با سطوح بالاتر رشد اقتصادی همراه است، زیرا این امر موجب کاهش واردات و افزایش صادرات می‌شود و در نتیجه از این طریق موجب افزایش رشد اقتصادی خواهد شد. متغیر مربوط به مخارج دولت دارای ضریب مثبت است، بدین معنا که افزایش مخارج دولت موجب افزایش رشد اقتصادی می‌شود. به عبارت دیگر، ۱ درصد افزایش در مخارج دولت، رشد اقتصادی را به اندازه ۰/۳۴ درصد افزایش می‌دهد. با این حال، انتظار می‌رود که دولت با ایجاد زیرساخت‌های لازم و ارائه مطلوب و کارآمد خدمات پایه به رشد اقتصادی کمک کند. متغیر مربوط به صادرات محصولات ورزشی دارای ضریب مثبت است، بدین معنا که افزایش صادرات محصولات ورزشی موجب افزایش رشد اقتصادی می‌شود. به عبارت دیگر، ۱ درصد افزایش در صادرات محصولات ورزشی، رشد اقتصادی را به اندازه ۰/۳۵ درصد افزایش می‌دهد. گسترش صادرات موجب دسترسی به بازارهای خارجی، افزایش تولید و دستیابی به رشد مستمر اقتصادی می‌شود. متغیر مربوط به باز بودن اقتصاد دارای ضریب مثبت است، بدین معنی

1. De Vita & Kyaw
2. Olayungbo
3. Arize

که افزایش باز بودن اقتصاد سبب افزایش رشد اقتصادی می‌شود. به عبارت دیگر، ۱ درصد افزایش در باز بودن اقتصاد، رشد اقتصادی را به اندازه ۰/۲۸ درصد افزایش می‌دهد. بنابراین، اقتصاد بازتر، دارای رشد اقتصادی بالاتر است. باز بودن اقتصاد موجب ایجاد فضای رقابتی برای صنایع داخلی از طریق توسعه تکنیک‌های تولید جدید یا بهره‌گیری کارا از عوامل تولید می‌شود. همچنین باز بودن اقتصاد موجب انتخاب وسیع‌تری در مورد کیفیت بالای نهاده‌های واسطه‌ای با قیمت‌های پایین‌تر برای فعالیت‌های اقتصادی می‌شود که این امر به بهبود رشد اقتصادی منجر می‌شود. متغیر مربوط به سرمایه انسانی دارای ضریب مثبت است، بدین معنا که افزایش سرمایه انسانی موجب افزایش رشد اقتصادی می‌شود. به عبارت دیگر، ۱ درصد افزایش در سرمایه انسانی، رشد اقتصادی را به اندازه ۰/۴۱ درصد افزایش می‌دهد. این یافته با نتایج غلامی و همکاران (۱۳۹۶)، نه‌اوندیان و افقهی (۱۳۹۳) و بن حبیب و اسپیکل^۱ (۱۹۹۴) همخوان است (۲۳، ۲۴، ۲۵). بنابراین اگر افراد تحصیل‌کرده (سرمایه انسانی) مهارت و دانش بیشتری را دارا می‌باشند و از آنجا که توسعه اقتصادی و افزایش رشد اقتصادی به پیشرفت در دانش فنی و علمی نیاز دارد، احتمالاً توسعه و افزایش رشد اقتصادی به انباشت سرمایه انسانی بستگی خواهد داشت. متغیر مربوط به هزینه تحقیق و توسعه دارای ضریب مثبت است، بدین معنی که افزایش هزینه تحقیق و توسعه موجب افزایش رشد اقتصادی می‌شود. به عبارت دیگر، ۱ درصد افزایش در هزینه تحقیق و توسعه، رشد اقتصادی را به اندازه ۰/۲۵ درصد افزایش می‌دهد. این نتیجه از تحقیق با یافته‌های بی و لی^۲ (۲۰۱۷) و مالیک (۲۰۱۷) همخوان است (۲۶، ۲۷). فعالیت‌های تحقیق و توسعه داخلی موجب تولید کالاها و خدمات قابل تجارت و استفاده مؤثرتر از منابع موجود و جذب فناوری پیشرفته خارجی می‌شود. این عامل نه تنها به خلق فناوری برای ساخت کالاهای جدید منجر می‌شود، بلکه راه‌های جدیدی برای به کارگیری مؤلفه‌های تولید یا مواد اولیه نوظهور ایجاد می‌کند. عامل هزینه تحقیق و توسعه و پیشرفت فناوری موجب کاهش هزینه‌ها، افزایش رشد اقتصادی و رشد صادرات می‌شود.

دیگر یافته پژوهش نشان داد که رابطه معناداری بین صادرات محصولات ورزشی و رشد اقتصادی وجود دارد. رشد صادرات محصولات ورزشی موجب افزایش ظرفیت تولید، برخورداری از صرفه‌های اقتصادی، افزایش بهره‌وری و تخصیص کارا تر منابع و در نهایت رشد بالاتر در بخش غیرصادراتی می‌شود. همچنین رشد بخش صنعت ورزش در نتیجه افزایش صادرات محصولات ورزشی، افزایش بهره‌وری در

1. Benhabib and Spiegel
2. BY, Lee

بخش تولید کالاهای صادراتی است، زیرا با افزایش صادرات، نگاه‌ها به‌منظور افزایش کیفیت کالاهای تولیدی خود سعی در اصلاح مدیریت، بهبود فناوری، کاهش هزینه‌ها و استفاده از واحدهای با مقیاس وسیع اقتصادی به‌دلیل برخورداری از بازار گسترده‌تر خارجی می‌کنند، بدین‌ترتیب تخصیص منابع به بهترین نحو انجام خواهد پذیرفت و کارایی و در پی آن رشد اقتصادی بخش صنعت ورزش و رشد کل اقتصاد، افزایش خواهد یافت. این نتیجه از تحقیق با نتایج تحقیق مالیک (۲۰۱۷)، یایاکیو (۲۰۱۷)، اینانوو (۲۰۱۴) و شجاعت (۲۰۱۲) همخوانی دارد (۲۷، ۱۸، ۱۹، ۷). از این‌رو نظر به نتایج حاصله توصیه می‌شود که سیاست‌های برون‌نگر معطوف به صادرات کالاهای ورزشی در پیش گرفته شود. سیاست‌های ذکر شده با افزایش بهره‌وری، به تخصیص بهینه‌تر منابع خواهد منجر شد و استراتژی توسعه صادرات محصولات ورزشی نمونه‌ای از سیاست‌هایی است که یکی از آثار آن افزایش بهره‌وری در بخش‌های تولیدی و استفاده مناسب از منابع موجود در جامعه است و تأثیرات مثبت آن علاوه بر بخش صنعت ورزش معطوف به کل اقتصاد نیز است. در حال حاضر صنعت ورزش ما به‌علت عدم تجهیز به فناوری روز و عقب‌افتادگی از رقبای خود در خارج، نمی‌تواند در بازارهای خارجی حضور مناسبی داشته باشد. از حیث پیچیدگی ساختار اقتصادی، اگرچه بخش صنعت باید وزنه اصلی تنوع‌سازی در اقتصاد باشد، محصولات تولیدشده در بخش صنعت ورزش کشور نشان از سادگی و توسعه‌نیافتگی آن دارد. در واقع محصولاتی که به تجمیع دانش و فناوری بیشتری برای تولید نیاز دارند، چندان در صنایع ایران به چشم نمی‌خورند. صنعت نیاز به فناوری دارد و فناوری هم مقوله‌ای نیست که بتوان از نو شروع کرد و به ظرفیت‌ها و قابلیت‌هایی رسید که توانایی رقابت با دیگر کشورها را به‌دست آورد. بلکه ابتدا باید بتوان مسیری را برای انتقال فناوری به کشور پیدا کرد و پس از آن با کاردانی و مهارت و دانش نیروی انسانی و نیز حمایت از ابداعات و اختراعات موجبات توسعه و پیشرفت آن را فراهم آورد، به‌نحوی که دستیابی به مزیت رقابتی در بازار جهانی امکان‌پذیر شود. به‌طور کلی می‌توان گفت که به‌منظور افزایش رشد اقتصادی در بخش صنعت ورزش و صنعت صادرات کالاهای ورزشی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی در بیشتر کشورهای دنیا، باید توسعه صادرات کالاهای پرترفدار ورزشی در اولویت برنامه‌های دولت قرار گیرد، زیرا توسعه صادرات در این بخش به تقویت مبادلات خارجی منجر شده و سبب افزایش تولید داخلی می‌شود. از طرف دیگر، توسعه صادرات کالاهای ورزشی با ایجاد تخصص در تولید کالاهای صادراتی، موجب رشد تولید و افزایش بهره‌وری و در نهایت افزایش رشد اقتصادی خواهد شد. همچنین افزایش صادرات کالاهای ورزشی تا حدی ارزش مورد نیاز کشورهای در حال توسعه را فراهم می‌کند، در نتیجه می‌توان با استفاده از این ارز، منابع مورد نیاز

برای واردات کالاهای سرمایه‌ای در بخش ورزش فراهم شده و شرایط برای رشد بیشتر کالاهای ورزشی مهیا می‌شود. در این زمینه پیشنهاد می‌شود برای افزایش رشد بخش صنعت صادرات کالاهای ورزشی، سیاست‌ها و برنامه‌هایی در حمایت از تولیدکنندگان داخلی مانند سیاست تشویق صادرات، اختصاص تسهیلات و یارانه، تخصیص ارز دولتی برای واردات مواد اولیه مورد نیاز تولیدکنندگان داخلی کالاهای ورزشی، معافیت تولیدی‌ها و شرکت‌های ورزشی از تعرفه و مالیات‌های سنگین واردات ماشین‌آلات مدرن و انتقال و استفاده از فناوری‌های برتر سایر کشورهای دنیا جهت دستیابی به مزیت رقابتی اجرا شود. بدیهی است تلاش برای عضویت در سازمان تجارت جهانی و تعامل با سایر کشورهای پیشرو در خصوص صادرات کالاهای ورزشی و ارتباط و تعامل با شرکت‌های چندملیتی در عرصه تولید کالاهای ورزشی، نیز می‌تواند بر عملکرد صنعت صادرات کالاهای ورزشی و رشد اقتصادی کشور اثرگذار باشد.

یادآور می‌شود آنچه تاکنون در خصوص محصولات و کالاهای ورزشی انجام گرفته است، بیشتر در زمینه ارائه ارقام صادرات و واردات کالاهای ورزشی بوده و تا الآن در مورد تأثیر صادرات کالاهای ورزشی بر رشد اقتصادی پژوهشی صورت نگرفته است، از این لحاظ پژوهش حاضر بکر است و نتایج این پژوهش نشان داد افزایش صادرات محصولات ورزشی در ایران و برخی کشورهای در حال توسعه می‌تواند بر رشد اقتصادی تأثیرگذار باشد. در نهایت رشد صادرات محصولات ورزشی موجب ارتقای ظرفیت تولید و صرفه‌های اقتصادی خواهد شد.

منابع و مأخذ

1. Costa C, Lages LF, Hortinha P. The bright and dark side of CSR in export markets: Its impact on innovation and performance. *International Business Review*. 2015;24(5):749-57
2. Rahmani T, Motamedi S. The Effect of Foreign Direct Investment on Capital Formation, Labor Productivity, and Economic Growth in Developing Countries. *Journal of Economic Growth and Development Research*. 2017;8(30):117-32. (In Persian)
3. Salmani B, Abdi H. "The effects of domestic research and development and technology on the export of food and beverage industry in Iran." *Journal of Applied Economic Studies of Iran*. 2014; 10(1): 106-83. (in Persian)
4. Ghasemlou K, Asadzadeh A, Zolghadr H. Investigating the relationship between the growth of industrial goods exports and economic growth in the provinces of the country. *Dynamic data panel approach*. *Journal of Regional Planning*. 2016; 6(24):15-26. (In Persian)
5. Makki SS, Somwaru A. Impact of foreign direct investment and trade on economic growth: Evidence from developing countries. *American Journal of Agricultural Economics*. 2004;86(3):795-801

6. Khattak A, Stringer C. Environmental Upgrading in Pakistan's Sporting Goods Industry in Global Value Chains: A Question of Progress? *Business & Economic Review*. 2017;9(1):43-64.
7. Malik TH. Varieties of capitalism, innovation performance and the transformation of science into exported products: A panel analysis. *Technological Forecasting and Social Change*. 2017;118:324-33.
8. Rajaei Y, Hosseini SS. Use of Internet in University Sport Marketing in Iran. *World Applied Sciences Journal*. 2011;12(4):503-8
9. Sarlab R, Askariyan F. Investigating the causality relationship between the growth of exports of sports goods and the growth of non-oil exports of Iran. *Sport Management Journal*. 2017;6(2): 215-26. (In Persian).
10. Askarian F, Asgharpour H, R. S. Investigating of comparative Advantage of Irsns exports of sport Goods. *Journal of Sport Management Studies*. 2016;8(35): 67-82. (In Persian)
11. Karimi Patanlar S, Nadi Y, Zubiri H. "Government size and unemployment in the Iranian economy." *Journal of Economic Growth and Development Research*. 2015; 5(18): 64-51. (in Persian)
12. Zafar F, Nawaz I, Aqib M, Shahzad N, Yasir M. Contribution of Sports Goods Industry towards Economic Growth of Pakistan. *Advances in Social Sciences Research Journal*. 2017;4(13): 70-75.
13. Silva GM, Gomes PJ, Lages LF. Does importer involvement contribute to product innovation? The role of export market factors and intra-firm coordination. *Industrial Marketing Management*. 2017.
14. Kundu A. Bi-directional relationships between exports and growth: A panel data approach. *Journal of Economics and Development Studies*. 2013;1(1): 10-23.
15. Akbari A, Pour Abadollah M, Mohammadzadeh P, Rezaei S. "Spatial analysis of factors influencing the export of food and beverage industries." *Journal of Applied Economics Theory*. 2017; 1 (1): 218-197. (in Persian)
16. Mohammad Kazemi R, Solati A, Kiani E. "Prioritizing factors affecting the export performance of sports equipment exporters. *Journal of Business Management Outlook*. 2016;25(1): 141-59. (in Persian).
17. Alizadeh P, Azadeh K, Avazpour K, Avazpour A, Alizadeh Pahlavani H. Comparison of import and export of Iranian sports goods in 2014 to implement resistance economy. *International Management Conference, Economics and Industrial Engineering, Tehran, Institute of Managers of Idea Capital, Vieira Capital*. 2015. (In Persian)
18. Anyanwu C. Factors Affecting Economic Growth in Africa: Are There any Lessons from China?. *African Development Review*, 2014; 26(3): 468-493.
19. Yaya K. The exports and economic growth nexus in cotedivoire: evidence from a multivariate time series analysis. *Asian Journal of Economic Modelling*, 2017; 5(2): 135-146.
20. De Vita G. The long run impact of exchange rate regimes on international tourism flows. *Journal of Tourism Management*. 2014; 45(1): 226-233.

21. Olayungbo D, Yinusa O, Akinlo A. Effects of Exchange Rate Volatility on Trade in Some Selected Sub-Saharan African Countries; *Modern Economy*, 2011; 2(1): 538-545.
22. Arize A. The effect of exchange rate volatility on US export, an empirical investigation; *Journal of Southern Economic*, 1995; 62(1): 34-43.
23. Gholami A, Zare A, Ghalavand A, Shirali R. Investigating the Factors Affecting the Formation of Small and Medium Enterprises in the Sports Industry of the Country. *Journal of Applied Research in Sport Management*, 2017; 6(22): 66-57. (Persian)
24. Nahavandian M, Afghahi B. Factors Influencing the Export of High-Tech Services in the Islamic Republic of Iran. *Economic Research Journal*, 2014; 14(4): 56-23. (Persian)
25. Benhabib J, Spiegel M. The role of human capital in economic development evidence from aggregate cross-country data. *Journal of Monetary Economics*, 1994; 34(2): 143-73.
26. Aw BY, Lee Y. Demand, costs and product scope in the export market“. *European Economic Review*, 2017; 100(1): 28-49
27. Abbas S. Causality between exports and economic growth: Investigating suitable trade policy for Pakistan. *Eurasian Journal of Business and Economics*. 2012(5): 91-8.

