

مقاله پژوهشی

تأثیر فضای کسب‌وکار بر سهم بازار کشورهای منتخب از صادرات غیرنفتی جهان

پذیرش: ۱۴۰۰/۰۱/۳۰

دریافت: ۱۳۹۹/۹/۲۳

بهناز خوش‌طینت^۱، نویسنده مسئول
 ابوالفضل شاه‌آبادی^۲، محمدرضا خوبی اسکویی^۳

چکیده

تابلویی و به روش گشتاورهای تعمیم‌یافته برآورد گردید. نتایج نشان داد، تأثیر تعداد مجوزهای صادرات، متوسط زمان صادرات و متوسط هزینه صادرات به‌عنوان شاخص‌های جایگزین فضای کسب‌وکار بر سهم بازار صادرات غیرنفتی کشورهای منتخب منفی و معنی‌دار است. به این معنا که با کاهش تعداد مجوزهای صادرات، متوسط زمان صادرات و متوسط هزینه صادرات، بر سهم بازار کشورهای منتخب از صادرات غیرنفتی جهان افزوده شده است. همچنین، تأثیر متغیرهای کنترلی تولید سرانه، نرخ ارز واقعی و درجه باز بودن اقتصاد بر سهم بازار صادرات غیرنفتی کشورهای منتخب مثبت و معنی‌دار است.

توسعه صادرات غیرنفتی در گرو رشد بخش خصوصی و رشد بخش خصوصی در گرو واگذاری دارایی‌ها و شرکت‌های دولتی به بخش خصوصی (خصوصی‌سازی) و رفع موانع فعالیت بخش خصوصی (بهبود فضای کسب‌وکار) است. لکن، شواهد تجربی نشان داده خصوصی‌سازی بدون بهبود فضای کسب‌وکار به نتیجه نمی‌رسد. از این‌رو، اقتصاددانان بر ارجحیت بهبود فضای کسب‌وکار نسبت به خصوصی‌سازی تأکید دارند. در همین راستا، تحقیق حاضر سعی نمود تأثیر فضای کسب‌وکار بر سهم بازار کشورهای منتخب صادرکننده نفت از صادرات غیرنفتی جهان را طی دوره ۲۰۰۸-۲۰۱۹ بررسی نماید. به همین منظور، مدل تحقیق با استفاده از داده‌های

طبقه‌بندی JEL: F14، M21، C33

سهم بازار / صادرات غیرنفتی / فضای کسب‌وکار / داده‌های تابلویی

b.khoshtinat@buiniau.ac.ir

۱. گروه مدیریت، واحد بوئین زهرا، دانشگاه آزاد اسلامی، بوئین زهرا، ایران

a.shahabadi@alzahra.ac.ir

۲. استاد گروه اقتصاد دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهرا، تهران، ایران

khoei_r@yahoo.com

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت، واحد الکترونیک، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۱. مقدمه: طرح مسأله

از آنجا که قیمت و تقاضای نفت به صورت برونزا در بازارهای جهانی تعیین می‌شود. بروز هرگونه نوسان و بی‌ثباتی در این دو متغیر می‌تواند از طریق بودجه دولت به اقتصاد کشورهای صادرکننده نفت منتقل شده و آن را دچار دوره‌های رکود و تورم شدید کند و آثار پر دامنه‌ای را بر ساختار اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و حتی فرهنگی این کشورها برجای گذارد (محنت فر و خاکپور، ۱۳۸۴). همچنین، درآمدهای نفتی در کشورهای با اقتصاد تک محصولی و متکی به صادرات نفت، از کانال‌هایی مانند تغییر فرهنگ کار، تغییر سیاست‌ها، تغییر نوع تولید، ایجاد وابستگی به بخش استخراج منابع، افزایش نرخ ارز و افزایش واردات بر رشد اقتصادی در بلندمدت تأثیر منفی می‌گذارد. مضافاً، این درآمدها در کشورهای با کیفیت نهادی ضعیف و عدم حاکمیت قانون، از کانال تقویت جایگاه دولت در اقتصاد به ایجاد فرصت‌های رانت‌جویانه در بین فعالان اقتصادی و بخش دولتی منجر شده و فساد و بی‌عدالتی را گسترش می‌دهد. در نهایت این که تولید نفت دارای عوارض زیست محیطی است و علاوه بر آن، در زمره انرژی‌های تجدیدناپذیر قرار دارد که تولید و صادرات بی‌رویه آن سبب محرومیت نسل‌های آتی از این موهبت خدادادی می‌گردد (آهنگری و همکاران، ۱۳۹۴). بنابراین، برنامه‌ریزی جهت تولید و صادرات کالاهای جدید، متنوع، با ارزش افزوده بالا و نیز ابداع شیوه‌های نوین برای تولید کالاهای سنتی می‌تواند به کسب مزیت نسبی کشورهای صادرکننده نفت در بازارهای جهانی کمک نماید و با ایجاد موقعیت انحصاری برای آنها، از اثرات مخرب وابستگی به تولید و صادرات نفت بر اقتصاد جلوگیری کند و نسل‌های بیشتری را از این موهبت برخوردار گرداند. بر این اساس، توسعه صادرات غیرنفتی یکی از مهم‌ترین راهبردهای پیش روی کشورهای نفتی جهت نیل به توسعه متوازن به شمار می‌رود (شاه‌آبادی و ثمری، ۱۳۹۵).

از سویی دیگر تدوین استراتژی صادرات یک امر ضروری برای ورود به بازارهای بین‌المللی محسوب می‌شود و به همین منظور شرکت‌ها باید در اجرا و پیاده‌سازی استراتژی صادرات محور خود، دقت نظر بسیاری داشته باشند تا بتوانند در بازارهای بین‌المللی نیز مزیت رقابتی پایدار کسب نمایند. که خود در گرو سیاست‌های استراتژیک ثبات اقتصاد کلان، کیفیت زیرساخت‌های کشور، کیفیت دستگاه‌های اجرایی، نظام وضع قوانین و مقررات، هزینه دسترسی به اطلاعات و آمار، بخش حمل و نقل کارآمد و آمادگی فرهنگی جامعه برای تولید کالاهای باکیفیت مناسب برای صادرات است که از مجموعه این عوامل تحت عنوان فضای کسب‌وکار یاد می‌شود (بتی و همکاران، ۲۰۲۰) و علی‌رغم تأثیر به‌سزایی که بر عملکرد بخش خصوصی به‌عنوان پیشران توسعه صادرات غیر نفتی دارد، مدیریت آنها خارج از اراده و کنترل بخش خصوصی است. (UNIDO, 2008) حال، با توجه به این که شواهد تجربی نشان می‌دهد فضای کسب‌وکار در کشورهای در حال توسعه صادرکننده نفت چندان مساعد نیست، می‌توان فرض کرد که این مسأله یکی از دلایل توسعه نیافتگی صادرات غیرنفتی در کشورهای یاد شده است.

در این راستا، تحقیق حاضر سعی نموده تأثیر فضای کسب‌وکار بر سهم بازار کشورهای منتخب در حال توسعه صادرکننده نفت از صادرات غیرنفتی جهان را طی دوره ۲۰۱۹-۲۰۰۸ بررسی نماید. شایان ذکر است در انتخاب کشورها دو عامل مد نظر بوده است. نخست آن که بیش از ۵۰ درصد از صادرات آنها را نفت تشکیل داده و دیگری، سهولت دسترسی به داده‌های آماری مورد نیاز بوده است. در ادامه، مطالعه حاضر چنین ساماندهی شده که در ابتدا پیرامون صادرات غیرنفتی و اهمیت آن سخن به میان آمده است. سپس، مفهوم فضای کسب‌وکار تعریف گشته و سازوکار تأثیر آن بر سهم بازار صادرات غیرنفتی تبیین شده است. و در ادامه، پیشینه مطالعات تجربی مرتبط با

موضوع، مرور و جنبه نوآوری تحقیق بیان گشته و پس از آن مدل تحقیق ارائه، متغیرهای لحاظ شده در آن معرفی و در نهایت برآورد شده است. در پایان، نتایج به دست آمده مورد بحث و بررسی قرار گرفته و بر اساس جمع بندی انجام شده، توصیه های سیاستی پیشنهاد شده است.

۲. ادبیات موضوع

اتخاذ راهبرد توسعه صادرات در برخی از کشورهای در حال توسعه - خاصه کشورهای جنوب شرق آسیا، اهمیت صادرات را به عنوان یک منبع تأمین ارز و موتور محرکه رشد اقتصادی بیش از پیش نمایان ساخته است. صادرات با تأثیر مطلوب بر کارایی و تخصیص منابع، افزایش صرفه های ناشی از مقیاس، ایجاد تغییرات فناورانه، ایجاد اشتغال و افزایش بهره وری کل عوامل موجب تسریع در روند رشد و توسعه اقتصادی می شود (منیر، ۲۰۱۸) و (جلیلی، ۱۳۹۲). در اثر توسعه صادرات، تشکیلات تجاری و اقتصادی کشورها به کشف های جدیدی در مدیریت، فناوری و شیوه های تولید نائل آمده و حتی فرصت های نادیده قبلی به منبع رشد اقتصادی تبدیل می شود (آذربایجانی و همکاران، ۱۳۹۰). البته، دستاوردهای بزرگ ناشی از توسعه صادرات در کشورهای جنوب شرق آسیا را به تنوع کالاهای صادراتی و صادرات مبتنی بر فناوری های برتر و با ارزش افزوده بالای آنها نسبت می دهند (نسیر و همکاران، ۲۰۱۶). در نقطه مقابل، کشورهای در حال توسعه صادرکننده نفت، موسوم به کشورهای نفتی قرار دارند که بیش از ۵۰ درصد صادرات آنها را نفت و مشتقات نفتی تشکیل می دهد و به علت درآمدهای فراوان ناشی از صادرات نفت و تزریق بی رویه ارز حاصل از آن به اقتصاد، نرخ ارز به صورت تصنعی و در مبلغی کمتر از نرخ تعادلی تعیین می شود که از مجرای کاهش قدرت رقابت پذیری تولیدات داخلی در بازارهای جهانی به کاهش صادرات غیرنفتی انجامیده است. همچنین، نوسان زیاد در قیمت و تقاضای

نفت موجب ایجاد ناطمینانی در درآمدهای ارزی دولت شده و مخارج دولت را با عدم قطعیت مواجه نموده که سیاست گذاری و برنامه ریزی دولت جهت دستیابی به رشد اقتصادی را مشکل نموده است. از دیگر کانال های تأثیر منفی درآمدهای نفتی بر اقتصاد کشورهای در حال توسعه صادرکننده نفت، عدم توجه به امر آموزش و توسعه منابع انسانی است. زیرا، درآمدهای آتی حاصل از صادرات نفت مرئی تر از درآمدهای آتی حاصل از سرمایه گذاری در آموزش و توسعه منابع انسانی است (رحیم، ۲۰۱۶) و (آهنگری و همکاران، ۱۳۹۴).

بنابراین، متنوع سازی صادرات و توسعه صادرات کالاها و خدمات با ارزش افزوده بالا و مبتنی بر فناوری های برتر از ضرورت های عام در کشورهای در حال توسعه و از ضرورت های خاص در کشورهای در حال توسعه صادرکننده نفت جهت نیل به رشد و توسعه مستمر و باثبات است که حتی می تواند موضع آنها در صادرات نفتی را نیز استحکام بخشد. زیرا، صادرات نفتی دیگر تنها مجرای کسب درآمدهای ارزی آنها نیست که ملزم باشند به منظور حفظ مشتریان به کلیه خواسته های آنها تن دهند.

از سوی دیگر، عوامل متعددی بر حیات، بقا و عملکرد بنگاه ها تأثیر دارد که مدیریت و کنترل برخی از آنها در حیطه اختیارات صاحبان و مدیران بنگاه ها و مدیریت و کنترل برخی از آنها خارج از اختیارات و اراده صاحبان و مدیران بنگاه ها قرار دارد. در اقتصاد، از عوامل خارج از حیطه صاحبان و مدیران بنگاه ها نظیر ثبات اقتصاد کلان، کیفیت دستگاه های حاکمیتی، ثبات قوانین و مقررات، کیفیت زیرساخت ها، هزینه و امکان دسترسی به آمار و ... تحت عنوان «فضای کسب و کار» یاد می شود (میدری و قودجانی، ۱۳۸۷). طرح این مفهوم نیز به دهه ۱۹۹۰ میلادی برمی گردد که دسوتو، اقتصاددان پرویی با انتشار دو کتاب «راه دیگر» و «راز سرمایه» از بهبود فضای کسب و کار به عنوان پیش شرط لازم برای راه اندازی کسب و کارهای حتی کوچک

یاد کرد (سیف، ۱۳۸۹). از آن پس، بهبود فضای کسب و کار مورد توجه ویژه کشورها و سازمان‌های بین‌المللی قرار گرفت و در برنامه‌ریزی‌های خرد و کلان اقتصادی کشورهای مختلف از اهمیت ویژه‌ای برخوردار گردید. زیرا، بر اساس مطالعات بانک جهانی، برای راه‌اندازی یک کسب و کار هر چند کوچک، ابتدا باید بر اساس نیاز بازار در مورد نوع محصول تولیدی تصمیم‌گیری شود. سپس، نسبت به تأمین سرمایه اولیه اقدام گردد. همچنین، کسب و کار برای شروع فعالیت باید در دفاتر رسمی ثبت شود. پس از آن نیروی کار باید استخدام گردد. هنگامی که مقدمات فراهم شد و شرکت تولید خود را آغاز کرد، باید برای اخذ استانداردها و کسب مجوز عرضه محصول به بازار تلاش کند. پس از ورود به بازار و کسب سود باید مالیات و عوارض پرداخت کند. ممکن است شرکت برای صادرات کالای خود نیز برنامه‌ریزی کرده باشد، در این صورت فرایندهای دیگری به فعالیت شرکت افزوده می‌شود. به این ترتیب، هر کسب و کار از زمان شکل‌گیری تا انحلال کامل چرخه‌ای را طی می‌کند و بر اساس قوانین و مقررات موجود، در هر مرحله برای شروع و تداوم فعالیت خود متحمل هزینه‌های گوناگون و صرف زمان می‌شود. بدیهی است هر چه طی این مراحل زمان بر، پیچیده و پرهزینه‌تر باشد، انگیزه اشخاص حقیقی و حقوقی برای شروع و گسترش فعالیت‌های اقتصادی کمتر می‌گردد.

به طور مشخص، در بحث توسعه صادرات غیرنفتی، بهبود فضای کسب و کار با رفع موانع حقوقی، نهادی و مقرراتی گرایش به فعالیت اقتصادی در بخش رسمی را افزایش می‌دهد. در نتیجه، زمینه برای انجام سرمایه‌گذاری‌های بزرگ و گسترش مقیاس فعالیت‌های اقتصادی فراهم شده و با افزایش مقیاس بنگاه‌ها، شرایط تولید انبوه و افزایش صرفه‌های ناشی از مقیاس میسر می‌گردد. متعاقباً، تولید بیشتر با هزینه کمتر به کسب مزیت اکتسابی در بازارهای بین‌المللی منجر شده و سهم بازار صادرات غیرنفتی

افزایش می‌یابد. اما، چنانچه فضای کسب و کار نامناسب باشد، تمایل به فعالیت در بخش غیررسمی افزایش می‌یابد. از آنجا که در بخش غیررسمی نیز امکان انجام سرمایه‌گذاری‌های بزرگ و گسترش فعالیت‌های اقتصادی وجود ندارد، مقیاس بنگاه‌ها کوچک خواهد ماند و به شرایط تولید انبوه و صرفه‌های ناشی از مقیاس نخواهد رسید. در نتیجه، تولید کمتر و گران‌تر سبب کاهش رقابت‌پذیری محصولات داخلی در بازارهای جهانی شده و سهم بازار صادرات غیرنفتی کاهش می‌یابد (داوری، ۱۳۹۲).

همچنین، حمایت نظام حقوقی از مالکیت صادرکنندگان بر درآمدهای ارزی خویش به توسعه صادرات غیرنفتی کمک می‌کند. اجرای دقیق و عادلانه قوانین با ایجاد امنیت در بخش خصوصی، بستر لازم برای برنامه‌ریزی بلندمدت با هدف کسب مزیت اکتسابی در بازارهای جهانی را فراهم و صادرات غیرنفتی را توسعه می‌دهد (ژانگ و یانگ، ۲۰۱۶). بهبود قوانین بازار کار نیز فرایند تعدیل نیروی انسانی مازاد و غیرماهر و جذب نیروی انسانی متخصص را برای بنگاه‌ها تسهیل و از مجرای رشد بهره‌وری نیروی کار به کاهش هزینه‌های تولید، رشد کیفی محصول و افزایش رقابت‌پذیری تولیدات در بازارهای جهانی منجر شده و صادرات غیرنفتی را گسترش می‌دهد (کو و همکاران، ۲۰۰۹). کاهش هزینه و زمان لازم برای پرداخت مالیات و همچنین کاهش هزینه‌های تولیدی و مبادلاتی با کاهش بهای تمام شده تولیدات داخلی و افزایش قدرت رقابت‌پذیری آنها در بازارهای جهانی زمینه رشد صادرات غیرنفتی را فراهم می‌کند. مشخصاً، کاهش تعداد مجوزها، زمان و هزینه صرف شده برای صادرات به معنای سهولت در فرایند صادرات با هزینه کمتر است و موجب می‌شود انگیزه تولید باکیفیت به قصد عرضه در بازارهای جهانی تقویت شده و به توسعه صادرات غیرنفتی کمک نماید (زورکوسیا، ۲۰۱۷). در نهایت، بهبود فضای کسب و کار می‌تواند فرایند جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی معجز به علم و فناوری روز را شتاب بخشیده و رشد

صادرات غیرنفتی را به ارمغان آورد (شاه‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۴).

بنابراین، می‌توان چنین جمع‌بندی کرد بهبود فضای کسب‌وکار از دو کانال مستقیم و غیرمستقیم می‌تواند صادرات غیرنفتی را تحت تأثیر قرار دهد. نخست به صورت مستقیم و با ایجاد ساختار باثبات اقتصادی، تقلیل نااطمینانی عمومی و توسعه فضای رقابتی، سطح فناوری و بهره‌وری کل عوامل تولید را ارتقاء داده و توسعه صادرات غیرنفتی و متنوع‌سازی آن را محتمل‌تر می‌کند (دلارو کری، ۲۰۰۲). دیگر آن که به صورت غیر مستقیم به ارتقاء توان اقتصادی کشور میزبان برای جذب سرمایه خارجی با رویکرد توسعه صادرات کمک نموده و توسعه صادرات غیرنفتی را محقق می‌سازد (درگاهی، ۱۳۸۵) و (هلپمن، ۲۰۰۳).

۳. پیشینه پژوهش

حساین و ازمی در سال ۲۰۲۱، در تحقیقی با عنوان "تأثیر گرایش کارآفرینی بر عملکرد صادرات صنعت پوشاک" نشان دادند نوآوری و داشتن محیطی پویا به‌طور مثبت و قابل توجهی بر عملکرد صادرات تأثیر می‌گذارد. این در حالی است که بعد ریسک‌پذیری بر عملکرد صادرات تأثیر ندارد (حسین و عظمی، ۲۰۲۱).

کانتراور و همکارانش (۲۰۲۰)، در تحقیقی با عنوان "مقررات کشور و فضای کسب‌وکار چگونه بر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI) تأثیر می‌گذارد؟"، به این نتیجه رسیدند کشورها با اجرای قرارداد قوی‌تر و مقررات تجارت بین‌المللی کارآمدتر، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی را بیشتر جذب می‌کنند (کانتراور و همکاران، ۲۰۲۰).

رسیسا و همکارانش (۲۰۱۹)، در تحقیقی با عنوان "نوآوری و عملکرد صادرات شرکت‌ها در اقتصادهای درحال‌گذار: ارتباط فضای کسب‌وکار و مرحله انتقال"، تأثیر نوآوری محصول و فرایند را بر عملکرد صادرات شرکت‌ها، در اقتصادهای در حال‌گذار، بررسی کرده‌اند. برخلاف

سایر مطالعات که تمرکزشان بر رفتار صادرات بنگاه‌های اقتصادی، در اقتصادهای پیشرفته و فضای کسب‌وکار پایدار و مطلوب، است، این تحقیق ارتباط محیط کسب‌وکار و مرحله‌گذار عملکرد صادرات شرکت‌ها را مورد بررسی قرار می‌دهد. در این تحقیق از داده‌های نظرسنجی مرتبط با عملکرد صادرات و محیط کسب‌وکار در سطح شرکت، که توسط بانک اروپایی بازسازی و توسعه، در سال‌های ۲۰۰۲، ۲۰۰۵ و ۲۰۰۸، انتشار یافته، استفاده شده است. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که با اصلاحات‌گذار، تأثیر نوآوری بر عملکرد صادرات افزایش می‌یابد. همچنین بی‌ثباتی اقتصاد کلان به‌عنوان یک عامل تعدیل‌کننده عملکرد صادرات، عمل می‌کند و می‌تواند به‌عنوان مکانیزم تغییر ریسک، شرایط را برای صادرات بیشتر شرکت‌ها فراهم می‌آورد. در واقع این تحقیق ثابت کرده است تأثیر عوامل مختلف محیطی بر عملکرد صادرات، در مراحل‌گذار، متفاوت است.

توما و میریکا (۲۰۱۸)، در مقاله‌ای با عنوان "استفاده از داده‌های آماری برای درک بهتر محیط کسب‌وکار (مطالعه موردی: صادرات و واردات در سطح شهرستان)"، نشان دادند داده‌های آماری با تجمیع کم و درصد تکرار بالا، ابزاری مهم برای تصمیم‌گیرندگان تجاری محسوب می‌شود. در این راستا آنان داده‌های ماهانه صادرات و واردات، که توسط موسسه ملی آمار رومانی منتشر شده بود را مورد بررسی قرار دادند. با اینکه این داده‌ها ظاهراً اطلاعات مربوط به هر فصل را نشان می‌دهند ولی به دلیل هزینه‌بر بودن جمع‌آوری داده‌ها، به صورت فصلی و منظم ارائه نمی‌گردند. بنابراین در این مقاله محققان، با هدف کمک به تصمیم‌گیرندگان تجاری، یک روش ساده و بدون هزینه را برای تنظیم فصلی این داده‌ها، ارائه داده‌اند.

آکانبی و همکارانش (۲۰۱۷)، تأثیر نوسانات نرخ ارز بر صادرات غیرنفتی نیجریه را طی دوره ۲۰۱۴-۲۰۱۶ بررسی کرده‌اند. نتایج تحقیق آنان حاکی از آن است که تأثیر

نوسانات نرخ ارز بر عملکرد صادرات غیرنفتی نیجریه منفی و معنی دار است. آنها نتیجه‌گیری نموده‌اند که ایجاد فضای مساعد برای تولید و صادرات نیازمند اتخاذ مجموعه‌ای از سیاست‌ها توسط دولت است که نرخ ارز را ثابت بخشد و آن را واقعی نماید.

عبدالله و همکارانش (۲۰۱۷)، عوامل اقتصادی مؤثر بر صادرات غیرنفتی سودان را طی دوره ۲۰۱۲-۱۹۹۰ بررسی کرده‌اند. نتایج نشان داد تولید ناخالص داخلی واقعی، نرخ ارز و باز بودن تجاری بر صادرات غیرنفتی سودان تأثیر مثبت دارد. در این بین، تولید ناخالص داخلی واقعی مهم‌ترین تعیین‌کننده صادرات غیرنفتی معرفی شد.

علیمی (۲۰۱۷)، اثر جهانی شدن بر صادرات غیرنفتی نیجریه را طی دوره ۲۰۱۴-۱۹۷۰ بررسی کرده است. نتایج نشان داد، جهانی شدن بر صادرات غیرنفتی نیجریه تأثیر مثبت دارد. البته، این تأثیر یک پدیده بلندمدت است. همچنین، تأثیر سرمایه‌گذاری داخلی و نرخ ارز بر صادرات غیرنفتی نیجریه مثبت و معنی دار و تأثیر تولید ناخالص داخلی و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر صادرات غیرنفتی نیجریه منفی و معنی دار است.

شارما و همکاران (۲۰۱۶)، با استفاده از داده‌های تابلویی به بررسی نقش میانجی نوآوری محصول در تأثیر هزینه‌های تحقیق و توسعه بر افزایش سهم بازار در ۱۳۵۶ برند غذایی پرداخته‌اند. نتایج نشان داد، هزینه‌های تحقیق و توسعه در شرکت‌های چند ملیتی بیشتر از شرکت‌های کوچک و متوسط بر بهبود نوآوری محصول و سهم بازار آنها تأثیر دارد.

باربوسا و همکاران (۲۰۱۶)، با استفاده از مدل رگرسیون خطی، منابع، ظرفیت‌ها و ابعاد نهادی مؤثر بر عملکرد صادراتی شرکت‌های بخش داروسازی کلمبیا را بررسی کرده‌اند. یافته‌های این تحقیق نشان داد، هزینه‌های عرضه، تدارکات، تبلیغات و عوامل نهادی در بهبود صادرات بخش داروسازی کلمبیا نقش قابل توجهی ایفا می‌کنند.

اپایرا (۲۰۱۶)، عوامل مؤثر بر عملکرد صادراتی تانزانیا را

طی سال‌های ۱۹۶۶ تا ۲۰۱۵ بررسی کرده است. نتایج نشان داد تولید ناخالص واقعی باعث بهبود عملکرد صادراتی می‌شود. اما، بی‌ثباتی اقتصاد کلان بر عملکرد صادراتی تأثیر منفی دارد. زیرا، افزایش تورم باعث گران‌تر شدن صادرات و کاهش عملکرد صادراتی می‌شود.

باربوسا (۲۰۱۵)، عوامل مؤثر بر عملکرد صادراتی ۳۱۹ شرکت صادراتی کلمبیا را بررسی کرده است. نتایج نشان داد، مدیریت زنجیره تأمین (لجستیک) محلی نسبت به عواملی مانند زیرساخت‌های حمل و نقل، زیرساخت‌های فناوری، توانایی پیگیری و ردیابی حمل و نقل و تحویل به موقع کالا، تأثیر بیشتری بر عملکرد صادراتی شرکت‌های کلمبیا دارد. زیرا، سیستم قیمت‌گذاری را بهبود بخشیده و هزینه‌های صادرات را کاهش می‌دهد.

از مطالعات داخلی مرتبط با موضوع نیز می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

شاه‌آبادی و همکاران (۱۳۹۹)، به بررسی تأثیر فضای کسب‌وکار بر سرمایه‌گذاری کشورهای منتخب منطقه منا پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد شاخص‌های شروع کسب‌وکار، حمایت از سرمایه‌گذاران خرد، سهولت پرداخت مالیات و تجارت فرامرزی اثر مثبت و معنی‌داری بر سرمایه‌گذاری داشته‌اند، در حالی که ضرایب تخمینی شاخص‌های شرایط و مقررات اخذ مجوز، دسترسی به برق، ثبت مالکیت، اخذ اعتبارات، اجرای قراردادهای ورشکستگی و پرداخت دیون از نظر آماری بی‌معنا بوده است. همچنین متغیرهای کنترلی درآمد سرانه، توسعه مالی و واردات اثر مثبت و معنادار و همچنین متغیر نرخ سود بانکی اثری منفی و معنی‌دار بر سرمایه‌گذاری کشورهای منتخب مورد مطالعه داشته‌اند.

نتایج تحقیقات باشکوه‌آجیرلو و بیگی‌فیروزی (۱۳۹۹)، حاکی از آن است قابلیت‌های بازاریابی، تجربه صادراتی و کارایی توزیع، بر عملکرد صادرات تأثیر مثبت دارند. همچنین قابلیت‌های بازاریابی و تجربه صادراتی به ترتیب بر کارایی

توزیع تأثیر مثبت و منفی دارند. از سوی دیگر کارایی توزیع در ارتباط میان قابلیت‌های بازاریابی و عملکرد صادراتی نقش متغیر میانجی دارد. ولی در ارتباط بین تجربه صادراتی و عملکرد صادراتی از نقش واسطه‌ای برخوردار نیست.

تاری و عبدولی (۱۳۹۹)، نشان دادند جهت‌گیری راهبردی و بازاریابی صادرات به صورت مستقیم و غیرمستقیم از طریق قابلیت پویای مدیریت دانش، بر عملکرد صادرات تأثیر دارند.

برقی اسکویی و همکاران (۱۳۹۷)، تأثیر بهبود فضای کسب و کار بر تجارت خارجی را در میان شرکای عمده تجاری ایران، مورد بررسی قرار دادند. و نشان دادند شاخص‌های "شروع کسب و کار، اخذ مجوزهای ساختمانی، تجارت برون مرزی، اجرای قرارداد و سهولت اجرای ورشکستگی"، تأثیر مثبت و معنی‌داری بر صادرات دارند. در عین حال همین شاخص‌ها البته به غیر از شاخص اخذ مجوزهای ساختمانی، بر واردات نیز تأثیر مثبت و معنی‌دار دارند.

رفیعی و همکاران (۱۳۹۶)، عوامل مؤثر بر سهم ایران از بازار جهانی صادرات پسته را مورد بررسی قرار دادند. آنان نشان دادند تأثیر متغیرهای "نسبت قیمت داخلی به قیمت جهانی پسته" و "نرخ ارز واقعی"، بر سهم ایران از بازار جهانی صادرات پسته، مثبت و معنی‌دار است. اما، متغیرهای نوسانات تولید پسته ایران، متغیر مجازی خشکسالی و صادرات پسته آمریکا بر سهم ایران از بازار جهانی، تأثیر منفی دارد.

اعتمادی (۱۳۹۵)، در مطالعه‌ای با عنوان "بررسی و تعیین عوامل مؤثر بر موفقیت صادرات شرکت‌های صنایع غذایی ایران به آسیای میانه و ارائه راهکارهای مناسب جهت افزایش سهم بازار" به این نتیجه رسیده است که وضعیت محیط بازار هدف بر موفقیت صادرات تأثیر ندارد. اما، شاخص‌های محیط داخلی، مانند بسته‌بندی، فعالیت‌های تشویقی و ترغیبی بر میزان موفقیت صادرات تأثیر دارد.

شاه‌آبادی و همکاران (۱۳۹۴)، تأثیر بهبود فضای کسب و کار بر توسعه صادرات ایران و ۲۰ کشور منتخب را طی دوره ۲۰۱۲-۲۰۰۶ بررسی کرده‌اند. نتایج نشان داده است بهبود فضای کسب و کار، انباشت سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و نرخ ارز حقیقی بر توسعه صادرات کشورهای منتخب تأثیر مستقیم دارد.

حکمتی فرید و همکاران (۱۳۹۴)، عوامل مؤثر بر سهم بازار صنایع ایران طی دوره ۱۳۹۰-۱۳۸۳ را بررسی کرده‌اند. نتایج تحقیق آنان نشان داد تأثیر سرمایه‌انسانی، درجه تمرکز و سرمایه‌گذاری فیزیکی بر سهم بازار صنایع ایران، مثبت و معنی‌دار و تأثیر هزینه‌های تحقیق و توسعه و تبلیغات بر سهم بازار صنایع ایران تأثیر منفی دارد.

دهقانی (۱۳۹۳)، به بررسی عوامل مؤثر بر سهم بازار صنایع بزرگ مواد غذایی و آشامیدنی ایران طی سال‌های ۱۳۷۹-۱۳۹۰ پرداخته است. او برای این منظور از داده‌های کارگاه‌های بزرگ صنعتی با ۵۰ نفر کارکن و بیشتر فعال در حوزه تولید مواد غذایی و آشامیدنی استفاده نمود و مدل تحقیق را با استفاده از رهیافت داده‌های تابلویی تخمین زد. نتایج نشان داد، کشش سهم بازار بنگاه‌های بزرگ تولیدی مواد غذایی و آشامیدنی ایران نسبت به متغیر سودآوری، بیش از سایر متغیرهای توضیحی است. هرچند، تأثیر هزینه‌های تبلیغات، هزینه‌های تحقیق و توسعه و درجه تمرکز بازار نیز بر سهم بازار صنایع یاد شده مثبت و معنی‌دار است.

مولایی و دهقانی (۱۳۹۰)، تأثیر هزینه‌های تحقیق و توسعه را بر سهم بازار بخش صنعت ایران طی سال‌های ۱۳۸۶-۱۳۷۴ بررسی کرده‌اند. و نتیجه گرفتند میان هزینه‌های تحقیق و توسعه و سهم بازار بخش صنعت ایران ارتباط مستقیم و غیر خطی وجود دارد.

نتایج حاصل از بررسی مطالعات و تحقیقات داخلی پیشین نشان می‌دهد، بررسی تأثیر شاخص‌های مختلف و خاصه متغیرهای قیمتی بر سهم بازار یک کشور یا سهم

بازار یک صنعت خاص از صادرات جهانی سابقه دارد. اما، بررسی تأثیر شاخص نهادی فضای کسب و کار بر سهم بازار صادرات غیرنفتی در سطح کلان (کشوری) لااقل در مطالعات داخلی مسبق به سابقه نیست.

۴. روش‌شناسی تحقیق و ارائه مدل

این تحقیق از نظر هدف کاربردی است. زیرا، به قصد کاربرد نتایج در جهت افزایش سهم بازار کشورهای منتخب از صادرات غیرنفتی انجام شده است. از نظر نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی است. زیرا، ارتباط بین متغیرها را با استفاده از آمارهای ثانویه و بدون مداخله و دست‌کاری در آنها بررسی کرده است. از نظر اجرایی نیز از تحلیل رگرسیون چند متغیره (بدنه اصلی مطالعات اقتصادسنجی) برای بررسی تأثیر این متغیرها بر سهم بازار صادرات غیرنفتی استفاده نموده است. مدل اقتصادسنجی تحقیق از نوع داده‌های تابلویی است که به علت مزایای فراوان نسبت به داده‌های مقطعی و سری زمانی، استفاده از آن به طور فزاینده‌ای در تحقیقات اقتصادی افزایش یافته است (بالتگی، ۲۰۰۵). البته، داده‌های تابلویی خود شامل دو نوع ایستا و پویا است که مدل این تحقیق با الهام از مطالعات زادا و همکارانش (۲۰۱۱) و شاه‌آبادی و همکارانش (۱۳۹۶) از نوع تابلویی پویا انتخاب شده که وقفه متغیر وابسته (سهم بازار صادرات غیرنفتی) به صورت متغیر توضیحی در طرف راست معادله ظاهر و این به درک بهتر محقق از روابط بین متغیرها کمک می‌کند (آرلانو، ۱۹۹۱). زیرا، بسیاری از روابط اقتصادی به طور طبیعی پویا هستند. به طور مشخص، عملکرد سهم بازار صادرات غیرنفتی یک کشور در دوره جاری قابل انتقال و گسترش به دوره بعد است و که به معنای پویایی فرایند صادرات غیرنفتی در طول زمان است. با این توضیحات، بیان ریاضی مدل تحقیق به صورت زیر است:

$$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4 \beta_5 \beta_6 \beta_7$$

این مدل به شکل لگاریتمی برای کشور i در زمان t برآورد می‌شود. در رابطه بالا، (NOE (Non Oil Exports) سهم بازار صادرات غیرنفتی کشورهای منتخب و متغیر وابسته تحقیق است که از نسبت صادرات غیرنفتی هر یک از کشورهای منتخب به کل صادرات غیرنفتی جهان به عنوان جایگزین آن استفاده شده است. استفاده از سهم بازار صادرات غیرنفتی به جای رقم مطلق صادرات غیرنفتی به این دلیل است که تغییر در ارقام صادرات می‌تواند از تغییر در اندازه بازار یا شرایط اقتصادی حاکم بر بازار ناشی شود و لزوماً حاصل عملکرد صادراتی کشورها نیست. اما، افزایش سهم بازار حاصل نفوذ بیشتر در بازار و افزایش قدرت مذاکره با مشتریان و رقبا به منظور سودآوری بیشتر است که می‌تواند رشد اقتصادی را مخصوصاً در شرایط رکودی تحریک نماید.

متغیر وابسته باوقفه (سهم صادرات غیرنفتی هر کشور از کل صادرات غیرنفتی جهان با یک دوره تأخیر) و β اثرات ثابت کشوری (عرض از مبداهای ویژه هر مقطع) است. همچنین از زیرشاخص‌های سهولت کسب و کار مانند DE (Documents to Export (number))، تعداد مجوزهای صادرات، TE (Time to Export) زمان صادرات و CE (Cost to Export (US\$ per container)) هزینه صادرات منتشره توسط بانک جهانی ذیل شاخص‌های سهولت کسب و کار به عنوان جایگزین فضای کسب و کار، استفاده شده است.

علامت انتظاری هر سه متغیر فوق، با توجه سازوکار بیان شده در بخش ادبیات موضوع درباره تأثیرگذاری آنها بر سهم بازار صادرات غیرنفتی کشورهای منتخب منفی است. به این معنا که با افزایش تعداد مجوزها، زمان صادرات و هزینه صادرات انتظار می‌رود سهم بازار کشورهای منتخب از صادرات غیرنفتی کاسته شود.

اما، ارائه یک مدل مناسب که بتواند تغییر در رفتار متغیر وابسته (در اینجا سهم بازار کشورهای منتخب از صادرات غیرنفتی جهان) را به نحو حداکثری توضیح دهد، مستلزم لحاظ سایر عوامل مؤثر بر صادرات غیرنفتی است که در این

تحقیق از آنها تحت عنوان متغیرهای کنترل یاد می‌شود. این متغیرها با توجه به مبانی نظری صادرات به دو دسته متغیرهای اقتصاد کلان و متغیرهای عملکردی سطح بنگاه تقسیم می‌شود. متغیرهای اقتصاد کلان از شرایط و سیاست‌های اقتصادی کشورهای صادرکننده، واردکننده و رقبا نشأت گرفته و عملکرد صادراتی بنگاه‌ها را به صورت برون‌زا متأثر می‌کند. این متغیرها خود شامل دو دسته متغیرهای قیمتی (نرخ ارز، سیاست‌های ارزی، سیاست‌های پولی و تورم و...) و متغیرهای غیرقیمتی (نهادها، زیرساخت‌ها، سیستم ابداع و نوآوری، درجه بازبودن اقتصاد، قدرت رقابت‌پذیری و...) هستند. متغیرهای عملکردی سطح بنگاه نیز حاصل سیاست‌های تحقیقاتی، تولیدی و بازاریابی بنگاه‌ها است و صادرات آنها را به صورت درون‌زا متأثر می‌سازد. از آنجا که تحقیق حاضر، بر سهم کل صادرات غیرنفتی کشورهای منتخب تمرکز دارد، استفاده از متغیرهای عملکردی سطح بنگاه بلاموضوع می‌گردد. مضافاً، در کشورهای درحال توسعه صادرکننده نفت به دلیل شرایط پرنوسان اقتصادی و عدم تعادل در سیاست‌گذاری‌های تجاری، حضور بنگاه‌های صادراتی در بازارهای هدف بیشتر از متغیرهای اقتصاد کلان تأثیر می‌پذیرد و متغیرهای عملکردی سطح بنگاه کمتر مؤثر هستند. بنابراین، متغیرهای کنترل منظور شده در مدل شامل دو متغیر قیمتی درآمد سرانه و نرخ ارز واقعی و یک متغیر غیرقیمتی درجه باز بودن اقتصاد است که به شرح ذیل انتخاب شده‌اند:

GDPP، نماد تولید سرانه است که به پیروی از کرومیتیت

مدل تحقیق منظور شده و می‌تواند بر سهم بازار صادرات غیرنفتی تأثیر مثبت یا منفی داشته باشد. زیرا، افزایش نرخ ارز واقعی، با فرض وجود رقابت کامل، سبب تضعیف ارزش پول ملی، کاهش قیمت محصولات داخلی در بازارهای جهانی و رشد صادرات غیرنفتی می‌شود. اما، در صورت عدم پذیرش فرض رقابت کامل، این سازوکار مختل می‌شود. چون در بازارهای رقابت ناقص و با فرض وجود حاشیه سود، تغییرات نرخ ارز می‌تواند در حاشیه سود جذب و بر حجم صادرات و رقابت‌پذیری محصولات صادراتی بی‌تأثیر شود. مضافاً، اگر بخش عمده نهاده‌های تولید از طریق واردات تأمین شود، افزایش نرخ ارز سبب افزایش بهای تمام شده تولیدات داخلی و کاهش صادرات می‌گردد.

OPEN، نماد درجه باز بودن اقتصاد است که به پیروی از آسانگا و نواچوکو (۲۰۱۷) در مدل تحقیق منظور شده و به صورت حاصل جمع واردات و صادرات تقسیم بر تولید ناخالص داخلی تعریف می‌شود. علامت انتظاری این متغیر مثبت است. زیرا، افزایش درجه باز بودن اقتصاد به معنای تسهیل فرایند تجارت خارجی، شناخت بیشتر از سلیق مصرف‌کنندگان خارجی و نیاز مشتریان در بازارهای جهانی و آشنایی با استراتژی‌های رقابتی در این بازارها است که می‌تواند صادرات غیرنفتی را رونق بخشد.

شایان ذکر است، داده‌های سهم بازار صادرات غیرنفتی، درآمد سرانه، نرخ ارز واقعی و درجه باز بودن اقتصاد از پایگاه داده‌های بانک جهانی و داده‌های فضای کسب‌وکار از شاخص سهولت جهانی کسب‌وکار استخراج شده است.

۵. برآورد مدل

از آنجا که استفاده از روش‌های معمول اقتصادسنجی بر فرض ایستایی متغیرها استوار است و استفاده از داده‌های نایستا سبب می‌شود تا آزمون‌های t ، F و استنتاج آماری معتبر نباشد. به منظور پرهیز از تشکیل رگرسیون کاذب،

منظور شده و انتظار می‌رود بر سهم بازار صادرات غیرنفتی تأثیر مثبت داشته باشد. زیرا، افزایش سطح تولید سرانه سبب می‌شود تا مازاد آن از طریق صادرات به بازارهای بین‌المللی راه پیدا کند و به این صورت صادرات غیرنفتی افزایش می‌یابد. RER، نماد نرخ ارز واقعی است که به پیروی از آکانبی و همکاران (۲۰۱۷) و حسن‌اف (۲۰۱۳) در

جدول ۲- نتایج آزمون هم‌جمعی کائو

cointegration Kao	
t-statistic	-۴/۸۶
value_p	[۰/۰۰]

منبع: یافته‌های پژوهش

بعد از این مرحله، با توجه به این که داده‌های تابلویی حاصل ترکیب داده‌های کشورهای مختلف (مقاطع) در طول زمان (سری زمانی) است. باید پیش از برآورد مدل مشخص شود که آیا عرض از مبدأ مدل برای مقاطع مختلف یکسان است یا خیر؟ در صورتی که هیچ‌کدام از اثرات مقطعی یا زمانی مقاطع تفاوت معنی‌داری با یکدیگر نداشته باشند (دارای عرض از مبدأ واحد باشند)، تمامی داده‌ها قابل ترکیب بوده و این نوع مدل را رگرسیون ترکیبی نامند. در غیر این صورت استفاده از روش داده‌های تابلویی ضرورت دارد. در این تحقیق قابلیت ترکیب داده‌های از طریق آزمون F بررسی شد و احتمال برآوردی آماره F کمتر از ۰/۰۵ بود که به معنای رد فرضیه صفر (مساوی بودن عرض از مبدأ همه کشورها) است. به عبارتی، قابلیت تخمین مدل به صورت داده‌های تابلویی تأیید شد.

در نهایت، مدل تحقیق با استفاده از الگوی داده‌های تابلویی پویا برآورد شد. با این توضیح که در مدل داده‌های تابلویی پویا به واسطه اضافه شدن متغیر وابسته باوقفه، امکان استفاده از روش‌های تخمین معمولی مانند حداقل مربعات معمولی، حداقل مربعات متغیر مجازی و حداقل مربعات تعمیم‌یافته وجود ندارد. زیرا، جزء اخلاص با متغیر وابسته باوقفه همبستگی پیدا نموده و نتایج تخمین دچار تورش می‌شود. بنابراین، از روش گشتاورهای تعمیم‌یافته برای برآورد مدل استفاده شد که ضمن رفع مشکل همبستگی متغیر مستقل با جزء اخلاص، درون‌زایی متغیرها و ناهمسانی واریانس مدل را نیز رفع می‌کند. این تخمین‌زن در هر دو حالت اثرات ثابت و تصادفی کارایی دارد و به آزمون هاسمن نیاز ندارد. زیرا، در مدل داده‌های تابلویی پویا بین جز اخلاص

باید ایستایی متغیرها مورد بررسی قرار گیرد. هرچند، در این تحقیق طول دوره زمانی مورد مطالعه کمتر از ۲۰ سال است و انجام آزمون ایستایی الزامی نیست. با این حال، ایستایی متغیرها با استفاده از روش لوین، لین و چو بررسی شد و نتایج به شرح جدول (۱) نشان داد، کلیه متغیرها در سطح نایستا بوده و با یک مرتبه تفاضل‌گیری ایستا می‌شوند. در نتیجه، می‌توانند در تحلیل‌های هم‌انباشتگی وارد شوند.

جدول ۱- آزمون ایستایی متغیرها

متغیر	سطح		تفاضل مرتبه اول		نتیجه
	مقدار بحرانی (۰/۰۵)	احتمال پذیرش صفر	مقدار بحرانی (۰/۰۵)	احتمال پذیرش صفر	
LNOE	-۱/۲۳	۰/۳۷	-۴/۱۳	۰/۰۰	I(1)
LDE	-۲/۴۵	۰/۰۸	-۷/۹۶	۰/۰۰	I(1)
LTE	-۱/۸۱	۰/۱۸	-۵/۴۴	۰/۰۰	I(1)
LCE	-۲/۳۲	۰/۱۳	-۷/۳۳	۰/۰۰	I(1)
LGDPP	-۱/۲۸	۰/۴۵	-۴/۹۱	۰/۰۰	I(1)
LRER	-۱/۴۷	۰/۳۹	-۵/۴۸	۰/۰۰	I(1)
LOPEN	-۱/۵۳	۰/۳۷	-۴/۶۳	۰/۰۰	I(1)

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به این که متغیرها از نوع $I(1)$ هستند، باید وجود رابطه تعادلی بلندمدت بین متغیرهای توضیحی و متغیر وابسته مورد آزمون قرار بگیرد. زیرا، در داده‌های تابلویی در صورت وجود همجمعی میان متغیرها نیازی به ایستا کردن داده‌ها نیست. به عبارتی، در شرایطی می‌توان به نتایج اعتماد کرد که متغیرها همجمع باشند. برای بررسی وجود همجمعی در داده‌های تابلویی آزمون‌های متعددی وجود دارد که در این تحقیق از آزمون کائو استفاده شده است. نتایج این آزمون به شرح جدول (۲) نشان داد، متغیرهای توضیحی با متغیر وابسته همجمع هستند و بین آنها رابطه بلندمدت تعادلی وجود دارد. در نتیجه، احتمال تشکیل رگرسیون کاذب وجود ندارد.

متغیر وابسته: سهم بازار صادرات غیرنفتی			
متغیرهای توضیحی ↓	ضریب	آماره t	سطح احتمال خطا
LGDP	۰/۲۷*	۴/۳۷	۰/۰۰۱
LRER	۰/۰۳***	۲/۲۱	۰/۰۸۳
LOPEN	۰/۱۶**	۳/۱۹	۰/۰۳۶
cons	۰/۳۰*	۴/۷۶	۰/۰۰۰
Sargan Test Statistic		۶/۰۱۹	
AR(1)		۰/۰۰۰	
AR(2)		۰/۸۲۲	
R2		۰/۷۴۸	
A.R2		۰/۷۰۶	
Number of obs		۱۱۰	
Number of groups		۱۱	

منبع: یافته‌های پژوهش - نشانه‌های *، ** و *** به ترتیب سطوح معنی داری ۱٪، ۵٪ و ۱۰٪ را نشان می‌دهند.

۶. نتیجه‌گیری و توصیه‌های سیاستی

این تحقیق، با هدف بررسی تأثیر فضای کسب و کار بر سهم بازار کشورهای در حال توسعه صادرکننده نفت از صادرات غیرنفتی جهان طی دوره ۲۰۱۹ تا ۲۰۰۸ انجام شده است. نتایج نشان داد، کاهش تعداد مجوزها، زمان و هزینه لازم برای صادرات به‌عنوان شاخص‌های جایگزین فضای کسب و کار مرتبط با صادرات موجب افزایش سهم بازار کشورهای منتخب از صادرات غیرنفتی جهان شده است.

ضریب متغیر تعداد مجوزهای صادرات منفی و معنی‌دار است. به این معنا که کاهش تعداد اسناد و مجوزهای صادرات با کاهش میزان مراجعات صادرکنندگان به ارگان‌های دولتی و عدم اتلاف وقت آنان در گیرودار بروکراسی سبب شده تا انگیزه، توان و تمرکز صادرکنندگان برای تولید باکیفیت و قابل رقابت در بازارهای جهانی افزایش یابد که در نهایت به رشد سهم بازار کشورهای منتخب از صادرات غیرنفتی انجامیده است. همچنین، کاهش تعداد

و متغیرهای توضیحی ارتباط وجود دارد (هائیشی، ۲۰۰۰). البته توجه به این نکته ضروری است که در روش گشتاورهای تعمیم‌یافته باید تعداد متغیرهای برش مقطعی () از تعداد زمان و سال‌ها () بیشتر باشد () که در مقاله حاضر این گونه است و تعداد کشورها (۱۱) از تعداد سال‌ها (۱۰) بیشتر است (باند، ۲۰۰۲). همچنین، به منظور اطمینان از مناسب بودن روش گشتاورهای تعمیم‌یافته، دو آزمون انجام شده است. نخست، آزمون سارگان که برای اثبات شرط اعتبار تشخیص بیش از حد یعنی اعتبار صحت متغیرهای ابزاری است. مقدار بزرگتر از ۵ درصد احتمال آماره سارگان نشان داد عدم همبستگی ابزارها با اجزای اخلاص را نمی‌توان رد کرد و ابزارهای مورد استفاده در تخمین مدل از اعتبار لازم برخوردارند. آزمون همبستگی پسمانده مرتبه اول (۱)

و مرتبه دوم (۲) است که به منظور بررسی اعتبار و صحت متغیرهای ابزاری انجام شده است. زیرا، آرلانو و بوند (۱۹۹۱)، معتقدند در تخمین گشتاورهای تعمیم‌یافته، جملات اخلاص باید دارای همبستگی سریالی مرتبه اول و فاقد همبستگی سریالی مرتبه دوم باشند. نتایج این آزمون نشان داد صحت اعتبار نتایج مدل آزمون شده مورد تأیید است. به علاوه، برای شناخت از میزان همخوانی داده‌های تجربی و مدل مفهومی، نکویی برازش مدل ارزیابی شد و نتایج نشان داد 2 و 2 تعدیل شده نزدیک به ۱ هستند که به معنای نکویی مدل برازش شده است. هرچند، علامت متغیرهای مستقل نیز از تطبیق نتایج تخمین با مبانی نظری حکایت دارد.

جدول ۳- نتایج تخمین مدل به روش گشتاورهای تعمیم‌یافته

متغیر وابسته: سهم بازار صادرات غیرنفتی			
متغیرهای توضیحی ↓	ضریب	آماره t	سطح احتمال خطا
L NOE (-1)	۰/۳۲*	۵/۲۳	۰/۰۰۰
LDE	-۰/۱۴**	۳/۰۵	۰/۰۳۸
LTE	-۰/۱۷**	۳/۶۱	۰/۰۳۳
LCE	-۰/۰۷**	۲/۹۳	۰/۰۴۹

مجوزها به معنای کاهش تعداد ارگان‌های دولتی دخیل در فرایند صادرات بوده که انگیزه و ابتکار بخش خصوصی برای برنامه‌ریزی و تولید کالاهای مطابق با سلیق مشتریان خارجی را افزایش داده است.

ضریب متغیر زمان صادرات نیز منفی و معنی‌دار است. به این معنا که کاهش زمان صادرات به تسهیل و تسریع جریان صادرات کمک نموده و در نهایت به رشد سهم بازار کشورهای منتخب از صادرات غیرنفتی انجامیده است. مخصوصاً، کاهش زمان صادرات در صادرات کالاهای فاسد شدنی و با فروش فصلی بسیار تعیین‌کننده است.

همچنین، ضریب متغیر هزینه صادرات منفی و معنی‌دار است که با مبانی نظری علم اقتصاد نیز سازگار است. زیرا، کاهش هزینه صادرات موجب افزایش تقاضای صادرات و در نهایت رشد سهم بازار کشورهای منتخب از صادرات غیرنفتی جهان شده است.

ضمناً، تأثیر منفی شاخص‌های تعداد مجوزهای صادرات، زمان صادرات و هزینه صادرات یا همان اثر مثبت بهبود فضای کسب‌وکار بر سهم بازار کشورهای منتخب از صادرات غیرنفتی با نتیجه مطالعات زورکویوف و همکاران (۲۰۱۷) و شاه‌آبادی و همکاران (۱۳۹۴) همخوانی دارد.

ضریب متغیر تولید سرانه بر سهم بازار کشورهای منتخب از صادرات غیرنفتی جهان مثبت و معنی‌دار است که با نتیجه مطالعات کرومیت و همکاران (۲۰۱۷) و مجید و احمد (۲۰۰۶) همخوانی دارد. زیرا، افزایش تولید سرانه با اشباع بازار داخلی و سرریز آن به بازارهای خارجی به افزایش سهم بازار کشورهای منتخب از صادرات غیرنفتی جهان منجر شده است.

ضریب متغیر نرخ ارز واقعی بر سهم بازار کشورهای منتخب از صادرات غیرنفتی جهان مثبت و معنی‌دار است که با نتیجه مطالعات آکانبی و همکاران (۲۰۱۷) و حسن‌اف (۲۰۱۳) همخوانی دارد. زیرا، افزایش نرخ ارز با کاهش بهای تولیدات داخلی در بازارهای جهانی و افزایش رقابت‌پذیری

آنها به رشد صادرات غیرنفتی منجر شده است.

ضریب متغیر درجه باز بودن اقتصاد بر سهم بازار کشورهای منتخب از صادرات غیرنفتی جهان مثبت و معنی‌دار است که با نتیجه مطالعه نواچوکو (۲۰۱۷) همخوانی دارد. زیرا، باز شدن اقتصاد با ایجاد دسترسی آسان به نهاده‌های وارداتی و آشنایی با خواسته‌ها و سلیق مشتریان خارجی، امکان تولید باکیفیت‌تر، با قیمت مناسب‌تر و مطابق با نیازهای مشتریان خارجی را فراهم نموده و سبب رشد صادرات غیرنفتی شده است.

ضریب متغیر سهم بازار صادرات غیرنفتی باوقفه بر سهم بازار کشورهای منتخب از صادرات غیرنفتی جهان مثبت و معنی‌دار است که با مبانی نظری نیز سازگار است. زیرا، سهم بازار صادرات غیرنفتی هر دوره از شرایط دوره قبل تأثیر مثبت می‌پذیرد.

با توجه به نتایج مطروحه و با هدف افزایش سهم بازار کشورهای منتخب از صادرات غیرنفتی جهان، پیشنهاد می‌گردد:

- ارگان‌های غیرتخصصی و نامرتب با صادرات از فرایند صدور مجوز صادرات حذف تا تعداد اسناد لازم برای صادرات کاهش یابد. همچنین پیشنهاد می‌شود این کشورها، از شاخص توانمندسازی تجاری در اتخاذ یا اصلاح استراتژی‌های توسعه صادرات بهره‌جویند و با استفاده از این شاخص اقدامات "تسهیل‌کننده تجاری" خود را اندازه‌گیری نمایند و بر اساس نتایج حاصله از این اندازه‌گیری به ساده‌سازی و هماهنگ‌سازی رویه‌های تجارت بین‌المللی خود بپردازند. باید توجه داشت مجموعه عوامل مربوط به تسهیل‌کننده‌های تجاری، در چهار زیرشاخص اصلی «دسترسی به بازار»، «ترتیب اداری در مرزها»، «زیرساخت» و «محیط عملیاتی» طبقه‌بندی شده‌اند که این کشورها می‌توانند با توانمند کردن آنان موجبات توسعه اقتصاد و تجارت خود را فراهم آورند.

- با توجه به تأثیر متغیر نرخ ارز بر صادرات، کشورهای منتخب از صادرات غیرنفتی جهان، می‌توانند هر سال با اجازه افزایش نرخ ارز، از این متغیر جهت سیاست‌گذاری صادرات استفاده نمایند و صادرات خود از طریق این کانال که در اختیار سیاست‌گذاران داخلی است، توسعه دهند.

- کشورهای منتخب از صادرات غیرنفتی جهان، برای ایفاء نقش رقابت‌پذیر، لازم است مزیت‌ها و بهره‌وری محصولات صادراتی خود را با اعمال تغییرات لازم در الگوهای مناسب تولید، بهبود فناوری‌های تولید، ارتقاء کانال‌های بازاریابی و دیگر راه‌کارهای تکمیلی افزایش دهند تا از منافع واقعی آزادسازی تجاری بهره‌مند شوند. از سوی دیگر با توجه به آنکه در کشورهای منتخب از صادرات غیرنفتی جهان رابطه علیت یک طرفه از درجه بازبودن تجاری به رشد اقتصادی وجود دارد و با توجه به آنکه آزادسازی تجاری رشد اقتصادی را تحریک می‌کند و می‌تواند نتیجه برنامه‌ریزی‌های سیاست‌گذاران را تحت تأثیر قرار دهد، پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاران اقتصادی هنگام برنامه‌ریزی برای رشد اقتصادی کشورشان، مسأله تجارت خارجی را مورد توجه جدی قرار دهند.

منابع

اعتمادی، گلناز. (۱۳۹۵). «بررسی و تعیین عوامل مؤثر بر موفقیت صادرات شرکت‌های صنایع غذایی ایران به آسیای میانه و ارائه راه‌کارهای مناسب جهت افزایش سهم بازار». دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف‌آباد، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی.

آذربایجانی، کریم؛ مولود راکی و همایون رنجبر. (۱۳۹۰). «تأثیر متنوع‌سازی صادرات بر بهره‌وری کل عوامل تولید و رشد اقتصادی (رویکرد داده‌های تابلویی در کشورهای گروه دی هشت)». فصلنامه پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، سال اول، شماره ۳، صص ۲۰۱-۱۶۵.

آهنگری، عبدالمجید؛ محمد رضایی و یلدا جوکار. (۱۳۹۴). «بررسی تاریخی نقش نفت در اقتصاد ایران با تأکید بر بیماری هلندی (درس‌هایی برای آینده)». چهارمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی

پیشرفت، «پیشرفت ایران، گذشته، حال و آینده»، مرکز الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، ۱۳۹۴/۰۲/۳۰.

باشکوه‌اجیلو، محمد و الله یار بیگی فیروزی. (۱۳۹۹). «تأثیر قابلیت‌های بازاریابی تجارت الکترونیکی و تجربه صادراتی بر عملکرد صادراتی: نقش میانجی کارایی توزیع». تحقیقات بازاریابی نوین، مقالات آماده برای انتشار.

تاری، غفار و مریم عبدلی. (۱۳۹۹). «اثر بازاریابی صادرات و جهت‌گیری راهبردی بر عملکرد صادراتی از طریق قابلیت پویای مدیریت دانش». مدیریت بازاریابی، ۱۵(۴۹)، ۸۵-۱۰۴.

جلیلی، زهرا. (۱۳۹۲). «بررسی رابطه بین صادرات غیرنفتی، سرمایه‌گذاری خارجی و رشد اقتصادی در کشورهای منطقه منا». فصلنامه پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، سال چهارم، شماره ۱۳، صص ۲۹-۴۲.

حکمتی فرید، صمد؛ محسن پورعبادالهان کوچی؛ علی دهقانی و مجید فشاری. (۱۳۹۴). «بررسی عوامل مؤثر بر سهم بازار صنایع ایران (رهیافت داده‌های تابلویی پویا)». اولین همایش ملی اقتصاد صنعتی ایران، تبریز، دانشگاه تبریز، ۵ و ۶ اسفندماه ۱۳۹۴.

داوری، علی. (۱۳۹۲). «آسیب‌شناسی شاخص رقابت‌پذیری جهانی (GCI) و محیط کسب‌وکار: مقایسه تطبیقی نتایج شاخص GCI و دیدگاه کارشناسان وزارتخانه‌های منتخب». مجموعه مقالات همایش بهبود فضای کسب‌وکار در ایران، تهران، معاونت امور اقتصادی وزارت امور اقتصادی و دارایی.

درگاهی، حسن. (۱۳۸۵). «عوامل مؤثر بر توسعه سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی: درس‌هایی برای اقتصاد ایران». فصلنامه علمی پژوهشی شریف، شماره ۳۶، صص ۷۳-۵۷.

دهقانی، علی. (۱۳۹۳). «بررسی عوامل مؤثر بر سهم بازار، مطالعه موردی صنایع بزرگ مواد غذایی و آشامیدنی ایران». پژوهش‌های اقتصاد و توسعه کشاورزی، جلد ۲۸، شماره ۳، صص ۲۷۱-۲۶۰.

رفیعی، حامد؛ مجید محمدی؛ عمران طاهری ریکنده و صابر کلهری. (۱۳۹۶). «برآورد عوامل مؤثر بر سهم صادرات پسته ایران در بازارهای جهانی با تأکید بر نوسان‌های تولید داخلی». فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، دوره ۲۵، شماره ۹۸، صص ۴۱-۱۹.

سیف، ولی‌اله. (۱۳۹۰). «فضای کسب‌وکار». فصلنامه تازه‌های اقتصاد، سال نهم، شماره ۱۳۲، صص ۶۳-۵۹.

برقی‌اسگویی، محمد مهدی و سمیه ولی‌زاده. (۱۳۹۷). «تأثیر بهبود فضای کسب‌وکار بر تجارت خارجی: مطالعه موردی شرکای عمده تجاری ایران». نشریه مدیریت کسب‌وکارهای بین‌المللی، ۱(۳)، ۱۲۵-۱۴۴.

- openness in the effect of ICT on governance. African Governance and Development Institute (AGDI), Working Paper, WP/17/050.
- Balogun, E. D. (2007). Exchange rate policy and export performance of WAMZ countries. MPRA_paper_6233.pdf.
- Baltagi, B. H. (2005). Econometric analysis of panel data. John Wiley & Sons Inc, 3rd Edition, New York, USA.
- Barbosa, D. M. E., Ayala, H. A. & Sandoval, A. A. (2016). "The Colombian pharmaceutical industry: Factors affecting export". *European Journal of Management and Business Economics*, 25(2): 39-46.
- Betti, N., & Sarens, G. (2020). "Understanding the internal audit function in a digitalised business environment". *Journal of Accounting & Organizational Change*, 4(12): 120-141.
- Blundell, R. & Bond, S. (2000). GMM estimation with persistent panel data: An application to production functions. *Econometric Reviews*, 19(3): 321-340.
- Coe, D. T., Helpman, E., & Hoffmaister, A. W. (2009). International R&D spillovers and institutions. *European Economic Review*, 53(7): 423-451.
- Contractor, F. J., Dangol, R., Nuruzzaman, N., & Raghunath, S. (2020). How do country regulations and business environment impact foreign direct investment (FDI) inflows? *International Business Review*, 29(2): 101-140.
- Dollar, D., & Kraay, A. (2002). Institutions, trade and growth. *The World Bank Economic Review*, 29(6): 221-246.
- Epaphra, M. (2016). "Determinants of export performance in Tanzania". *Journal of Economics Library*, 3(3): 470-487.
- Hasanov, F. & Samadova, I. (2013). The impact of real effective exchange rate on the non-oil export: The case of Azerbaijan. MPRA Working Paper, 29556.
- Hayashi, F. (2000). *Econometrics*. Princeton University Press, Princeton.
- Helpman, E., Melitz, M., & Yeaple, S. (2003). Export versus FDI. Working Paper 9439, Available At: <http://www.nber.org/papers/w9439>.
- Hossain, K., & Azmi, I. (2021). The effect of entrepreneurial orientation on the export performance of apparel industry. *Uncertain Supply Chain Management*, 9(1): 11-20.
- شاه‌آبادی، ابوالفضل؛ محمدکاظم نظیری و امیر جمشیدی. (۱۳۹۹). «تأثیر فضای کسب‌وکار بر سرمایه‌گذاری کشورهای منتخب منطقه منا». *نشریه مدیریت کسب‌وکارهای بین‌المللی*، ۳(۲)، ۶۱-۸۰.
- شاه‌آبادی، ابوالفضل و هانیه ثمری. (۱۳۹۶). «عوامل مؤثر بر صادرات مبتنی بر فناوری برتر با استفاده از روش سیستم معادلات همزمان». *فصلنامه تحقیقات مدل‌سازی اقتصادی*، سال هفتم، شماره ۲۷، صص ۱۲۲-۸۵.
- شاه‌آبادی، ابوالفضل؛ اسحاق ترکاشوند و هانیه ثمری. (۱۳۹۶). «وفور منابع طبیعی و صادرات غیرنفتی: رهیافت GMM». *فصلنامه مطالعات و سیاست‌های اقتصادی*، دوره ۱۳، شماره ۱، صص ۸۰-۵۵.
- محنت‌فر، یوسف و حسین خاکپور. (۱۳۹۳). «ارزیابی میزان صادرات غیرنفتی و اثر آن بر رشد اقتصادی در ایران: یک تحلیل تجربی (۱۳۸۳-۱۳۵۵)». *مجله اقتصادی*، دوره ۵، شماره‌های ۵۱ و ۵۲، صص ۱۱۲-۹۱.
- مولایی، محمدعلی و علی دهقانی. (۱۳۹۰). «ارزیابی تأثیر هزینه‌های تحقیق و توسعه بر سهم بازار در بخش صنعت ایران (رویکرد غیر خطی LSTAR)». *فصلنامه پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی*، سال اول، شماره ۴، صص ۷۳-۵۵.
- میدری، احمد و اصلان قودجانی. (۱۳۸۷). «سنجش و بهبود محیط کسب‌وکار. سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی واحد تهران»، چاپ اول.
- Abd alla, O. A. Y., Awad, G. M., Mohamed, A. A. A. & Abdaldaim, M. E. E. (2015). "Some economics determinants of non-oil exports in Sudan: An empirical investigation (1990-2012)". *Journal of Business Studies Quarterly*, 7(1): 125-150.
- Akanbi, S. B., Alagbe, H. A., Yusuf, H. A. & Oluwaseyi, M. H. (2017). "Exchange rate volatility and non-oil exports in Nigeria: An empirical investigation". *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 5(2): 5-15.
- Alimi, O. Y. (2017). Globalization and non-oil export performance in Nigeria: a bound cointegration approach. *Euro Economica*, 2(36): 44-54.
- Arellano, M. & Bond, S. (1991). Some tests of specification for panel data: Monte Carlo evidence and an application to employment equations. *Review of Economic Studies* No 97: 58-277.
- Arellano, M. & Bover, O. (1995). "Another look at the instrumental-variable estimation of error-components models". *Journal of Econometrics*, 68(1): 29-51.
- Asongu, S. A. & Nwachukwu, J. C. (2017). The Role of

- Sharma, P., Davcik, N. S. & Pillai, K. G. (2016). "Product innovation as a mediator in the impact of R&D expenditure and brand equity on marketing performance". *Journal of Business Research*, 10.1016/j.jbusres.2016.03.074 Sherrington.
- Toma, I. E., & Mirica, A. (2018). Using Statistical Data to Better Understand Business Environment-Case Study on Export and Import Data at County Level. *Romanian Statistical Review*, 5(2): 47-57.
- United Nations Industrial Development Organization. (2008). *Creating an enabling environment for private sector development in sub-Saharan Africa*. Vienna, p.5 www.unido.org.
- Yaffee, R. (2003). *A primer for panel data analysis*. Social Sciences, Statistics and Mapping, New York University, 10.
- Zada, N., Muhammad, M. & Bahadar, K. (2011). Determinants of exports of Pakistan: A country-wise disaggregated analysis. *The Pakistan Development Review*, 50(4): 715-732.
- Zhang, H. & Yang, X. (2016). "Intellectual property rights protection and export quality". *International Journal of Development*, 15(2): 168-180.
- Zorkociova, O., Petrikova, H. & Skodova, L. (2017). Evaluation of selected aspects of the business environment of the republic of Macedonia and foreign trade relations with the Slovak republic. *Studia commercialia Bratislavensia*, 10(37): 98-110.
- Kromtit, M. J., Kanadi, Ch., Ndangra, D. P. & Lado, S. (2017). "Contribution of non oil exports to economic growth in Nigeria (1985-2015)". *International Journal of Economics and Finance*, 9(4): 253-261.
- Majeed, M. T. & Ahmad, E. (2006). Determinants of exports in developing countries. *The Pakistan Development Review*, 45(4): 1265-1276.
- Munir, K. & Javed, Z. (2018). "Export composition and economic growth: evidence from South Asian countries". *South Asian Journal of Business Studies*, 7(2): 225-240.
- Nasir, Sh. & Calirajan, k. (2016). Modern services export performances among emerging and developed Asian economies. *ADB Working Paper Series on Regional Economic Integration*, 143: 1-33.
- Nguyen, V. C., & Do, T. T. (2020). "Impact of exchange rate shocks, inward FDI and import on export performance: a cointegration analysis". *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7(4): 163-171.
- Raheem, I. (2016). Analysis of the effects of oil and non-oil export on economic growth in Nigeria. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01401103>.
- Reçica, F., Hashi, I., Jackson, I., & Krasniqi, B. A. (2019). "Innovation and the export performance of firms in transition economies: The relevance of the business environment and the stage of transition". *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 38(4): 476-506.

