

## بررسی عملکرد صنعت صادرات کالاهای ورزشی ایران و برخی کشورهای در حال توسعه

عبدالحسین ابراهیمی<sup>۱</sup>  
 امین خطیبی<sup>۲</sup>  
 عبدالرحمن مهدی پور<sup>۳</sup>  
 حسین مرعشیان<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۶/۳۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۹/۱۱

امروزه یکی از استراتژی‌های مهم برای رشد تولید ناخالص داخلی، راهبرد توسعه صادرات است. توسعه صادرات کالاهای ورزشی نیز از مباحث مهم اقتصاد ورزشی است. پژوهش حاضر با هدف بررسی عملکرد صنعت صادرات کالاهای ورزشی ایران و برخی کشورهای در حال توسعه انجام شد. این پژوهش، یک پژوهش کاربردی و به لحاظ روش جمع آوری آمار و اطلاعات، از نوع تحقیقات اسنادی است. جامعه آماری پژوهش، ۹ کشور منتخب در حال توسعه هستند که شاخص توسعه انسانی نزدیک به هم دارند. به دلیل حجم کوچک جامعه، ۹ کشور به عنوان نمونه انتخاب شد. داده‌های مربوط به صادرات پنج گروه کالاهای ورزشی (کفش، پوشاک، انواع توپ، قایق‌های تفریحی - ورزشی و کالاهای متفرقه) و برخی شاخص‌های رشد اقتصادی در طی سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۶ از بانک جهانی و مرکز تجارت بین الملل بر اساس طبقه بندی و کدگذاری کالاهای گمرگ استخراج شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها براساس روش‌های اقتصادسنجی و پانل دیتا و

۱. دکترای مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Sam133543@yahoo.com

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

۴. استادیار، مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

استفاده از آزمون‌های علیت گرنجری، آزمون ریشه واحد، آزمون هم‌جمعی و آزمون ساکن پذیری، از نرم افزار Eviews9 استفاده شده است. نتایج نشان داد که بیشترین حجم صادرات کالاهای ورزشی به ترتیب متعلق به کشورهای اندونزی، هند، ترکیه، تایلند، پاکستان، مالزی، روسیه، ایران و عمان است. همچنین رابطه علیت کوتاه مدت دو طرفه‌ای نیز بین رشد صادرات محصولات ورزشی و رشد ناخالص داخلی وجود دارد. به طور کلی و با توجه به یافته‌های پژوهش توسعه صادرات محصولات ورزشی منجر به رشد اقتصادی ایران، افزایش بهره‌وری در بخش‌های تولیدی و استفاده مناسب از منابع موجود در جامعه است.

واژگان کلیدی: صادرات، صنعت ورزش و کالاهای ورزشی



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

## مقدمه

امروزه، اهمیت و نقش صادرات کالاهای غیر نفتی در توسعه پایدار و افزایش ثروت، در آمد ملی و رفاه اجتماعی کشورها بر کسی پوشیده نیست. پر کردن ظرفیت‌های خالی واحدهای تولیدی، حل مشکل اشتغال و کاهش تورم، تنوع بخشیدن به منابع ارزی کشور، جلوگیری از آسیب‌پذیری اقتصاد از ارز حاصل از نفت و ایجاد رفاه نسبی برای جامعه از موارد مهم دیگری است که از طریق افزایش صادرات غیر نفتی میسر می‌گردد. از طرف دیگر، در دنیای امروز که شکاف بین کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه قابل درک است، جنبش عظیمی در بین کشورهای در حال توسعه برای از بین بردن این شکاف اقتصادی به وجود آمده است (اندام و همکاران، ۱۳۸۸). در این کشورها توجه به مقوله رشد و توسعه اقتصادی به سرعت در حال افزایش است. یکی از مهم‌ترین راه‌ها و سیاست‌ها در این کشورها، سیاست باز بودن اقتصاد به عنوان موتور رشد است که در آن افزایش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی می‌تواند باعث بهبود عملکرد صادرات و رشد و توسعه کشورهای در حال توسعه شود (رحمانی و همکاران، ۱۳۹۷).

اقتصاددانان بهبود عملکرد صادرات را به عنوان محور رشد و توسعه اقتصادی معرفی می‌کنند (ایجاز<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۷). کشورهایمانند کره جنوبی، مالزی و ترکیه و هند از استراتژی توسعه و ارتقای عملکرد صادرات برای بالا بردن رشد اقتصادی خود بهره برده و به نتایج رضایت بخشی دست یافته‌اند. بنابراین تجارت خارجی به طور اعم و صادرات محصولات با کیفیت و عملکرد مناسب به طور اخص برای این کشورها اهمیت زیادی دارد. در واقع، از یک طرف به دلیل تأمین بخشی از نیازهای ارزی این کشورها و اثرهای مثبت آن بر رشد و توسعه اقتصادی، از جایگاه ویژه در سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های اقتصادی برخوردار است (مهرآرا و همکاران، ۱۳۹۶)؛ از طرف دیگر، توسعه و ارتقای عملکرد صادرات امکان استفاده از امکانات بازارهای جهانی را برای رشد تولیدات داخلی مهیا می‌نماید و واحدها و بنگاه‌های تولیدی داخلی را قادر می‌سازد تا از محدودیت‌های بازار داخلی‌رهایی یابند. با توسعه میزان تولید به منظور صادرات بیشتر به بازارهای خارجی، علاوه بر افزایش سهم بازار و کسب درآمدهای ارزی، در عرصه تولید نیز فرصت‌های جدید شغلی و ارتقای کیفیت محصول متناسب با استاندارد جهانی افزایش خواهد یافت (آرمن و همکاران، ۱۳۸۷). بنابراین تجارت بین‌المللی ناشی از روابط عرضه و تقاضا برای کالا و خدمات بین کشورهای مختلف جهان به دلیل درآمد مالیاتی و بهبود تراز برقرار می‌گردد (گریگوریان<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴).

در سند چشم‌انداز ایران، صادرات از مهم‌ترین و راهبردی‌ترین مباحث تحقق آرمان‌های توسعه کشور ایران است. بنابراین با توجه به تأکید سند چشم‌انداز و همچنین وضعیت کنونی اقتصاد ایران و نامگذاری شعار سال به نام «سال حمایت از کالای ایرانی»، همچنین وابستگی شدید اقتصاد کشور به درآمدهای نفتی و نوسان‌پذیری اقتصاد کشور از نوسانات بازار نفت، یکی از مهم‌ترین مسائل سیاسی و اقتصادی که مسئولان کشور باید در نظر بگیرند، توسعه و بهبود عملکرد صادرات کالاهای غیر نفتی از جمله کالاهای پرطرفدار ورزشی است. در واقع، امروزه موفقیت صادراتی با عناوین مختلفی از جمله عملکرد صادراتی بیان می‌شود. عملکرد صادراتی برای هر شرکتی که در بازارهای بین‌المللی فعالیت می‌کند، راهنمایی ضروری به حساب می‌آید. عملکرد صادرات، میزان دستیابی به اهداف شرکت در زمانی است که یک محصول به بازار خارجی صادر می‌شود. در

1. Ijaz

2. Grigoryan

تعریف دیگری، عملکرد صادرات، درجه موفقیت اقتصادی برای شرکت صادراتی در بازارهای صادرات بیان شده است (ناوارو و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۶). بررسی‌های مختلف نشان از تأثیر توسعه و بهبود عملکرد صادرات بر رشد اقتصادی کشورها دارد. بهبود عملکرد صادرات این کالاها می‌تواند علاوه بر رشد اقتصادی، دایره ارتباطات را توسعه داده، بازار رقابتی ایجاد کرده و درک پایدارتر و بهتری از بازارهای جهانی و فرهنگ‌های آن‌ها ایجاد کند. هنگامی که شرکتی پارا از محدوده جغرافیای خود فراتر می‌گذارد، دستاوردهای بیشتری برای خود به همراه خواهد داشت (آمیرو و کریستینا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۷). همچنین به دلیل اتکای ایران بر اقتصاد تک محصولی و نجات از فشارها و بحران‌های اقتصادی، لزوم توجه به این بخش از صنعت ورزش کشور که ظرفیت شکوفایی و توسعه آن نیز فراهم است، بیش از پیش مورد نیاز می‌باشد. توسعه عملکرد صنعت صادرات کالاهای ورزشی، برون‌داد مهمی چون توسعه کمی و کیفی مشاغل وابسته به ورزش را به وجود آورده است. برای مثال، رشد مشاغل ورزشی تا سال ۲۰۱۰ در ایالات متحده، به ایجاد ۲۰ میلیون شغل منجر شده است، در حالی که تا سال ۱۹۹۸، تعداد شاغلان ورزش (نه تعداد مشاغل)، ۴/۵ میلیون نفر بود (رحمانی و همکاران، ۱۳۹۷). در حال حاضر در کشورهای پیشرفته، ورزش و تفریحات سالم، یک صنعت بسیار مهم و عامل اثرگذار در رشد و توسعه اقتصاد ملی به شمار می‌رود و از بزرگترین و درآمدزاترین صنایع در قرن بیست و یکم است (ایجاز و همکاران، ۲۰۱۷).

به طور کلی کالاهای ورزشی به ۵ نوع کالای کفش، پوشاک، توپ، قایق و سایر تقسیم می‌شود. در آمار سایت سازمان تجارت جهانی آمده است که در سال ۲۰۱۶ سهم کشور ما از صادرات کفش ورزشی ۲ دهم درصد و پوشاک ورزشی ۹ صدم درصد بوده است (سازمان تجارت جهانی، ۲۰۱۷). کشورهای ژاپن، انگلیس، آلمان و آمریکا بازارهای عمده لوازم ورزشی به شمار می‌روند که آمریکا به تنهایی ۴۰/۶ درصد از سهم این بازار را در اختیار دارد (بانک جهانی، ۲۰۱۸). بنابراین صادرات کالاهای ورزشی، یکی از مهم‌ترین بخش‌های صنعت ورزش است که در افزایش رشد اقتصادی کشورها نقش ویژه‌ای دارد و اغلب دولت‌مردان و سیاست‌مداران اقتصادی کشورها، تمایل زیادی به اجرای سیاست‌های مناسب در تجاری‌سازی جهت افزایش صادرات محصولات ورزشی دارند (عسکریان و همکاران، ۱۳۹۵). در واقع، صادرات کالاهای ورزشی، تقاضای خارجی برای کالاهای داخلی است. معمولاً عوامل زیادی بر عملکرد صادرات بین کشورها اثر می‌گذارد. میزان عملکرد صادرات را به تفاوت در تکنولوژی در بین کشورها و همچنین نوسازی مستمر تکنولوژی‌های موجود و انتقال آن‌ها به دیگر کشورها نسبت می‌دهند (شریدان<sup>۳</sup>، ۲۰۱۴).

بدون شک، توسعه و تکامل عملکرد صنعت صادرات کالاهای ورزشی کشور، نتیجه مدیریت صحیح عوامل داخلی و شاخص‌های صادراتی است. در واقع، میزان موفقیت یک شرکت در امر صادرات را می‌توان با عملکرد صادراتی آن ارزیابی کرد. برای سنجش عملکرد صادراتی، معیارهای مختلفی از جمله میزان فروش و رشد اقتصادی در نظر می‌گیرند (ایجاز و همکاران، ۲۰۱۷). از جمله عواملی که بر بهبود عملکرد صادراتی تأثیر می‌گذارد می‌توان به برخی عوامل و شاخص‌های مهم از جمله: نرخ ارز واقعی، نرخ تورم، نرخ اشتغال، باز بودن اقتصاد، عامل سرمایه انسانی و تحقیق و توسعه اشاره کرد (گریگوریان، ۲۰۱۴). اگر دولت نتواند مدیریت

1. Navarro et al  
2. Amira and Christina  
3. Sheridan

صحیحی بر بازار داخلی و شاخص‌های مربوطه و تنظیم روابط تجاری با سایر کشورها اعمال کند، در بخش تولید و صادرات به خوبی امکان توسعه و رشد وجود ندارد.

بررسی مطالعات گذشته نشان می‌دهد که تاکنون تحقیقات کمی درباره بررسی عملکرد صنعت صادرات کالاها و ورزشی ایران با برخی کشورهای در حال توسعه انجام شده است و آن‌چه در این زمینه انجام شده است، بیشتر آمار و ارقام صادرات کالاها و ورزشی بوده است. از این رو، در راستای موضوع پژوهش در داخل کشور نتایج تحقیق نوروژی و معصوم (۱۳۹۷) نشان داد که بازارگرایی بر قابلیت‌های بازاریابی و قابلیت‌های بازاریابی بر مزیت رقابتی، قابلیت نوآوری و عملکرد صادرات تأثیر دارد. این تحقیق همچنین تأثیر مزیت رقابتی و قابلیت نوآوری بر عملکرد صادرات را تأیید می‌نماید. همچنین، نتایج تحقیق خدادادی و همکاران (۱۳۹۷) نشان داد که داشتن مرز مشترک بین کشورها، اثر مثبتی بر جریان تجارت گروه کالاها و ورزشی دارد، ولی داشتن زبان مشترک و داشتن تفاهم نامه تجاری مشترک، اثری منفی بر جریان تجارت گروه کالاها و ورزشی بر جای می‌گذارد. نتایج تحقیق سرلاب و عسکریان (۱۳۹۶) نشان داد که رشد صادرات کالاها و 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 کالاها و ورزشی است. دیگر یافته تحقیق نشان داد که رابطه علیت بین متغیرهای رشد صادرات کالاها و ورزشی و رشد صادرات غیرنفتی (غیر از ورزش) متقابل است. بنابراین به طور کلی می‌توان گفت متغیر رشد صادرات کالاها و ورزشی و رشد صادرات غیرنفتی (غیر از ورزش) بر یکدیگر تأثیرگذارند. همچنین نتایج تحقیق عسکریان و همکاران (۱۳۹۵) نشان داد که ایران در صادرات هیچ کدام از کالاها و ورزشی از مزیت نسبی و قدرت رقابتی برخوردار نمی‌باشد. بررسی روند صادرات کالاها و ورزشی نشان می‌دهد که میزان صادرات کفش، پوشاک و سایر تجهیزات ورزشی افزایش یافته، ولی میزان صادرات توپ، قایق و تردمیل کاهش پیدا کرده است. ترکیب فعالیت‌های صادراتی و ساختار کشور در طی این دهه، در گروه کالاها و کفش، تردمیل و سایر تجهیزات مطلوب و مناسب صادرات این بخش‌ها بوده، اما ساختار مربوط به کالاها و توپ، پوشاک و قایق به ضرر این بخش‌ها عمل کرده است. در این راستا 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: عوامل محیطی، تعهد صادراتی مدیران، راهبردهای بازاریابی مدیران، مشوق‌های صادراتی، ویژگی‌های عینی شرکت. دیگر نتایج تحقیق شاه‌آبادی و ثمری (۱۳۹۵) نشان داد که نوآوری تأثیر مثبت و معناداری بر صادرات متکی بر فناوری بالا در هر دو گروه از کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته دارد. متغیر حکمرانی و سرمایه انسانی نیز دارای اثری مثبت و معنادار بر صادرات مبتنی بر فناوری برتر است. در همین راستا 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 کالاها و ورزشی ایران به کشورهای صادر شده بر اساس ارزش ریالی - ۷۰ درصد انواع توپ - شامل عراق (۳ درصد)، ترکمنستان (۸ درصد) و افغانستان (۷ درصد) بود. در نهایت، یافته‌های پایانی تحقیق نشان داد بین واردات و صادرات کالاها و ورزشی بر حسب ارزش ریالی در سال ۱۳۹۳ رابطه معنی‌داری وجود ندارد. نتایج تحقیق فارسیجانی و همکاران (۱۳۹۱) نشان داد که بهبود توانمندی بنگاه‌های کوچک و متوسط می‌تواند بر عملکرد صادراتی آن‌ها به کشورهای آسیای

میان‌ه تاثیر مثبت و معناداری داشته باشد. در خارج از کشور نیز نتایج تحقیق ایجاز و همکاران (۲۰۱۷) نشان داد که درآمد صادرات سالانه کالاهای ورزشی پاکستان به میزان ۳۳۸ میلیون دلار بوده و ۲۰۰۰۰۰ نیروی کار به طور مستقیم در ارتباط با صنعت صادرات کالاهای ورزشی مشغول به کار بوده‌اند. از این رو، صنعت صادرات کالاهای ورزشی یک نقش حیاتی در تجارت بین‌المللی این کشور ایفا می‌نماید. در همین راستا نتایج تحقیق تریک و مالیک<sup>۱</sup> (۲۰۱۷) نشان داد که توسعه صادرات محصولات که مبتنی بر نوآوری و تحقیق و توسعه صادراتی هستند، شتاب بیشتری می‌گیرد. ایجاد دانش صادراتی مؤثر به منظور رقابت کارآمدتر و توسعه و تولید محصولات جدید بسیار موثر است. بنابراین استفاده از فناوری، تحقیق و توسعه در تولید و صادرات کالاهای ورزشی، موجب افزایش قدرت رقابت‌پذیری و افزایش سهم در بازار جهانی می‌گردد. اورا<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۵) به بررسی تأثیر ظرفیت‌های نوآوری بر عملکرد صادراتی کسب و کارهای کوچک و متوسط در کشور بزرگ بریل طی سال ۲۰۱۳ پرداختند. نتایج این پژوهش که به روش معادلات ساختاری حداقل مربعات برآورد شده، حاکی از آن است که اثر ایجاد ظرفیت‌های نوآور در کسب و کارهای کوچک و متوسط بر عملکرد صادراتی، مثبت و معنادار است. شریدان<sup>۳</sup> (۲۰۱۴) ارتباط بین صادرات و رشد اقتصادی در بین ۱۱۷ کشور در حال توسعه با تعریف آستانه تغییر صادرات از کالاهای سنتی به صنعتی بررسی کردند. نتایج مطالعه آنها نشان داد که ارتباط بین صادرات و رشد اقتصادی در کشورهای با سطوح سرمایه‌انسانی پایین منفی است. همچنین، ساندو و سیوسانل<sup>۴</sup> (۲۰۱۴) به بررسی تأثیر نوآوری بر صادرات مبتنی بر فناوری برتر در کشورهای عضو اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۲ پرداختند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که بهبود استراتژی رشد نوآوری در تولید کالاها به سطوح بالاتر رقابت‌پذیری منجر می‌گردد.

همان‌طور که در نتایج تحقیقات مشابه نشان داده شد که بیشتر کشورهای توسعه‌یافته از تمام ظرفیت‌های خود برای بهبود عملکرد صادرات کالاهای ورزشی استفاده می‌کنند، اما بررسی‌ها نشان می‌دهد که کشور 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 قابل‌تأملی پایین‌تر است. طبق آمار سایت جهانی، کشور ایران تا سال ۲۰۱۶، ۳۲ میلیون و ۸۹۰ هزار دلار صادرات داشته که در مقابل صادرات جهان رقم قابل‌توجهی نیست و سهم ایران بسیار کمتر از استاندارد جهانی آن می‌باشد. از طرفی تولیدات کشور، یاری‌رسان رقابت با کالاهای مشابه خارجی را ندارد. از این رو، وجود سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های مناسب در زمینه ارتقای شاخص‌ها و عوامل تأثیرگذار بر عملکرد صنعت صادرات کالاهای ورزشی امری ضروری به نظر می‌رسد. با وجود این، برای ورود به عرصه تجارت جهانی کالاهای ورزشی، بررسی عملکرد صنعت صادرات کالاهای ورزشی و شناخت عوامل مؤثر یکی از الزامات می‌باشد. به همین جهت، هدف این پژوهش، بررسی عملکرد صنعت صادرات کالاهای ورزشی ایران و برخی کشورهای در حال توسعه است تا بنگاه‌ها و تولیدی‌هایی که

1. Tariq and Malik  
2. Oura  
3. Sheridan  
4. Sandu and Ciocanel

در این صنعت در حال فعالیت هستند، بتوانند موقعیت و شرایطی که در آن هستند را درک کنند و در جهت توسعه صادرات کالاهای ورزشی و رقابت با سایر کشورهای دنیا گام بردارند. از این رو، محقق برای بهبود عملکرد صنعت صادرات کالاهای ورزشی کشور 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 عملکرد صنعت صادرات کالاهای ورزشی است. دستیابی به این شناخت، به مدیران و سیاستگذاران حوزه صادرات و تجارت کالاهای ورزشی کمک می‌کند تا با تحلیل عوامل اثرگذار بر عملکرد صادرات کالاهای ورزشی هوشمندانه‌تر عمل نمایند. بدین ترتیب مسئله اصلی پژوهش این است که عملکرد صنعت صادرات کالاهای ورزشی ایران را بررسی کند و مشخص نماید آیا صادرات کالاهای ورزشی بر رشد اقتصادی ایران تأثیر می‌گذارد؟

۱۶۵

### روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش، یک پژوهش کاربردی و به لحاظ روش جمع‌آوری آمار و اطلاعات، از نوع تحقیقات اسنادی 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 الی ۲۰۱۶) است. جامعه آماری پژوهش، ۹ کشور منتخب در حال توسعه هستند که شاخص توسعه انسانی نزدیک به هم دارند. به دلیل حجم کوچک جامعه، ۹ کشور نیز به عنوان نمونه انتخاب شد. روش اقتصادسنجی، دیگر روش مورد استفاده بود؛ بدین صورت که داده‌ها و شاخص‌های مربوط به صادرات کالاهای ورزشی ایران به صورت داده‌های سری زمانی برای ایران و به صورت پنل برای برخی کشورهای در حال توسعه در طی سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۶ از سایت بانک جهانی و سازمان بین‌المللی تجارت<sup>۱</sup> استخراج شد و پس از پردازش به وسیله نرم افزار اکسل، با استفاده از روش‌های اقتصادسنجی تجزیه و تحلیل گردید. مبادلات بین‌المللی ورزشی ایران بر اساس طبقه‌بندی سیستم هماهنگ توصیف و کدگذاری کالاهای گمرک، به پنج گروه از قبیل 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 از روش‌های اقتصادسنجی و پانل دیتا از آزمون‌های علیت گرنجری، آزمون ریشه واحد، آزمون هم‌جعی و آزمون ساکن پذیری از نرم افزار Eviews9 برای بررسی رابطه بین متغیرهای رشد صادرات محصولات ورزشی و رشد ناخالص داخلی استفاده شده است.

### یافته‌های پژوهش

داده‌های مربوط به صادرات کالاهای ورزشی از سایت بانک اطلاعات تجاری سازمان ملل متحد استخراج شد. مبادلات بین‌المللی ورزشی ایران بر اساس طبقه‌بندی سیستم هماهنگ توصیف و کدگذاری کالاهای گمرک، به چهار گروه از قبیل کفش، پوشاک، قایق‌های تفریحی - ورزشی و سایر کالاهای ورزشی تقسیم گردید.

جدول ۱: دسته‌بندی کالاهای ورزشی

شرح کالا	گروه کالا	کد کالا
انواع کفش‌های تمرینی، ژیمناستیک، دو و میدانی، اسکی روی برف و غیره	کفش ورزشی	۶۴
ژاکت ورزشی، گرمکن ورزشی و لباس شنا	پوشاک ورزشی	۶۲ و ۶۱
قایق‌های پارویی و کانهوا، قایق‌های تفریحی عمومی و قایق‌های موتوری	قایق‌های تفریحی-ورزشی	۸۹
انواع توپ‌ها، اشیا و ادوات برای تیس، تیر اندازی، ژیمناستیک، بیلارد، تمرینات فیزیکی در هوای آزاد، انواع راکت بدمینتون و تیس و تخته‌های اسکی و شناور	سایر تجهیزات	۹۵

صادرات ورزشی در سال‌های ۲۰۰۹ و ۲۰۱۶ نیز به ترتیب با ۱۰۰ و ۴۹ میلیارد ریال، ۰/۴۶ درصد و ۰/۱۴ درصد کل صادرات غیرنفتی است که ۰/۳۲ درصد کاهش رشد داشته است. میزان صادرات ورزشی کشور در سال ۲۰۱۶ نسبت به سال ۲۰۰۹، ۰/۳۲ درصد رشد منفی را نشان می‌دهد. بیشترین میزان صادرات کالاهای ورزشی در سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۶ مربوط به کفش ورزشی و کمترین آن مربوط به قایق‌های ورزشی است. جدول ۲ نشان‌دهنده اطلاعات مربوط به صادرات کالاهای ورزشی و مقایسه آنها در طی سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۶ می‌باشد.

جدول ۲: صادرات سالانه کالاهای ورزشی

سال	کل صادرات غیرنفتی (میلیون دلار)	صادرات کالاهای ورزشی (دلار)	سهم (درصد)
۲۰۰۹	۲۱۸۹۱/۴۶	۱۰۰۷۵۳۰۲۸	۰/۴۶
۲۰۱۰	۲۶۵۵۰/۸۳	۷۹۲۰۳۴۹۴	۰/۲۹
۲۰۱۱	۳۳۸۱۸/۶۴	۹۴۵۲۸۰۲۳	۰/۲۷
۲۰۱۲	۳۲۵۶۷/۲۴	۹۴۸۰۷۵۱۵	۰/۲۹
۲۰۱۳	۳۱۵۵۲	۵۵۰۱۴۲۶۵	۰/۱۷
۲۰۱۴	۳۶۵۵۵/۲	۶۴۵۷۶۱۷۶	۰/۱۷
۲۰۱۵	۳۵۶۰۹/۲۷	۶۹۹۹۸۳۱۸	۰/۱۹۶
۲۰۱۶	۳۴۵۳۱/۲۷	۴۹۴۷۸۴۷۱	۰/۱۴

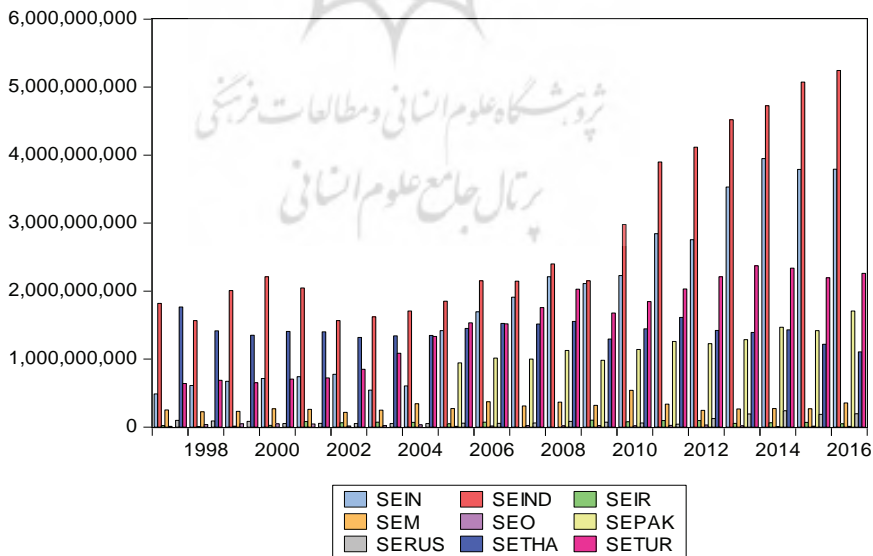


جدول ۳: صادرات کالاهای ورزشی

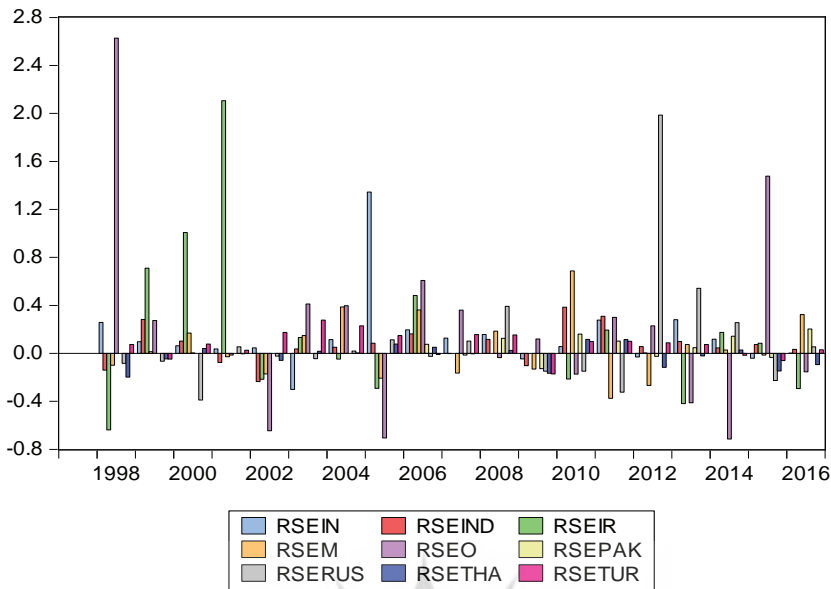
کالاها	۲۰۱۵		۲۰۱۶	
	صادرات	سهم	صادرات	سهم
کفش ورزشی	۶۹۴۳۸۱۳۷	۰/۱۹	۴۸۲۵۵۲۴۲	۰/۱۳۹
پوشاک ورزشی	۸۱۸۹۸	۰/۰۰۰۲	۴۴۴۴۷۰	۰/۰۰۱
قایق های تفریحی-ورزشی	۸۰۶۴۱	۰/۰۰۰۲	۷۵۴۰۱	۰/۰۰۰۲
سایر تجهیزات ورزشی	۳۹۷۶۴۲	۰/۰۰۱	۷۰۳۳۵۸	۰/۰۰۲
کل کالاهای ورزشی	۶۹۹۹۸۳۱۸	۰/۱۹۶	۴۹۴۷۸۴۷۱	۰/۱۴

## روند صادرات کالاهای ورزشی ایران در مقایسه با کشورهای منتخب

شکل ۱ روند صادرات کالاهای ورزشی تعدادی از کشورهای منتخب را در سال های گوناگون مربوط به بازه زمانی ۱۹۹۷-۲۰۱۶ را نشان می دهد. روند عمومی صادرات کالاهای ورزشی کشورهای منتخب طی بازه انتخابی مورد بررسی، با نوسانات زیادی روبه رو 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 ۲ نشان می دهد که بیشترین نرخ رشد صادرات کالاهای ورزشی کشور هند در سال ۲۰۰۵، کشور ایران در سال ۲۰۰۱، کشور اندونزی و مالزی و تایلند در سال ۲۰۱۰، کشور روسیه در سال ۲۰۱۲، کشور ترکیه در سال ۲۰۰۳، کشور عمان در سال ۲۰۱۵ و کشور پاکستان در سال ۲۰۱۶ می باشد.



شکل ۱: میزان صادرات کالاهای ورزشی ایران و کشورهای منتخب



شکل ۲: رشد صادرات کالاهای ورزشی ایران و کشورهای منتخب

در جدول ۴ و ۵ آمار و ارقام شاخص‌های تأثیر گذار بر رشد اقتصادی صادرات محصولات ورزشی کشور ایران و کشور اندونزی به عنوان کشور پیشرو در صادرات محصولات ورزشی بیان شده است. نتایج نشان می‌دهد که بیشترین نرخ رشد صادرات کالاهای ورزشی کشور ایران در سال ۲۰۰۱ و کشور اندونزی در سال ۲۰۱۰ بوده است.

جدول ۴: آمار و ارقام شاخص های تأثیرگذار بر رشد اقتصادی صادرات محصولات ورزشی ایران

Rd (تحقیق و توسعه)	Hc (سرمایه انسانی)	Open (باز بودن اقتصاد)	Es (صادرات محصولات ورزشی)	RG (مخارج کل دولت)	Em (اشتغال)	Ex (نرخ ارز واقعی)	Inf (نرخ تورم)	Gdp (رشد اقتصادی)	سال
..	۵۹/۱۱	۳۱/۰	۲۱۲۱۴۳۲۵	۱۵E+۱۰/۴	۵/۵	۲/۱۳۷	۳/۱۷	۰۸/۴۴۷۵	۱۹۹۷
..	۷/۱۵	۳۱/۰	۷۶۸۲۵۴۶	۳۲E+۱۰/۴	۵/۴	۸/۱۶۹	۹/۱۷	۹/۴۴۸۳	۱۹۹۸
..	۴۱/۱۴	۳/۰	۱۳۱۳۸۱۹۲	۰۷E+۱۰/۴	۳/۵	۲/۲۰۶	۱/۲۰	۲۰/۴۴۹۱	۱۹۹۹
..	۲۹/۱۷	۳۱/۰	۲۶۳۶۰۰۲۹	۵۳E+۱۰/۴	۱/۵	۹/۲۴۴	۵/۱۴	۸۷/۴۶۷۶	۲۰۰۰
۵/۰	۵۴/۲۰	۲۸/۰	۸۱۹۰۲۲۵۸	۶۵E+۱۰/۴	۷/۵	۵/۲۷۸	۳/۱۱	۹۱/۴۷۱۹	۲۰۰۱
۵/۰	۰۱/۲۵	۲۷/۰	۶۴۱۷۰۵۴۸	۷۸E+۱۰/۴	۵/۵	۶/۱۰۵	۳/۱۴	۶۷/۵۰۳۴	۲۰۰۲
۶/۰	۵۹/۳۲	۲۸/۰	۶۷E+۱۱/۲	۹۶E+۱۰/۴	۳/۵	۲۶/۶۶	۵/۱۶	۷۱/۵۴۰۳	۲۰۰۳
۵/۰	۳۷/۳۷	۲۷/۰	۸۳E+۱۳/۶	۳۸E+۱۰/۵	۷/۵	۹۳/۶۵	۸/۱۴	۹۱/۵۵۷۲	۲۰۰۴
۶/۰	۲۳/۴۵	۲۷/۰	۴۹E+۱۶/۳	۵۹E+۱۰/۵	۸/۵	۴۲/۶۸	۴/۱۳	۹۶/۵۶۸۴	۲۰۰۵
۶/۰	۵۴/۵۲	۲۷/۰	۷۲۶۴۶۱۴۶	۸۷E+۱۰/۵	۶/۵	۷۷/۷۱	۹/۱۱	۶۴/۵۹۰۱	۲۰۰۶
..	۷۸/۵۳	۲۵/۰	۹۴۸۰۷۵۱۵	۴۸E+۱۰/۵	۵/۵	۲۶/۷۵	۲/۱۷	۷۹/۶۳۱۱	۲۰۰۷
۷/۰	۸۲/۵۲	۲۴/۰	۶۱E+۱۲/۱	۴۹E+۱۰/۵	۹/۴	۵۵/۸۵	۵/۲۵	۸۸/۶۲۵۶	۲۰۰۸
۳/۰	۷/۴۲	۲۴/۰	۲۴E+۱۴/۸	۴۴E+۱۰/۵	۸/۴	۰۳/۹۷	۵/۱۳	۶۹/۶۲۴۷	۲۰۰۹
۳/۰	۳۱/۴۱	۲۴/۰	۲۲E+۱۷/۴	۲۶E+۱۰/۵	۱/۴	۱۰۰	۱/۱۰	۹۳/۶۵۳۱	۲۰۱۰
..	۳۴/۴۱	۲۳/۰	۹۴۵۲۸۰۲۳	۰۷E+۱۰/۵	۴/۴	۳/۱۰۹	۶/۲۰	۶۷/۶۶۲۲	۲۰۱۱
۳/۰	۹۵/۳۴	۱۸/۰	۹۴۸۰۷۵۱۵	۸۳E+۱۰/۴	۵	۲/۱۲۳	۴/۲۷	۵۲/۶۰۵۲	۲۰۱۲
..	۹۹/۳۷	۱۸/۰	۲۳E+۱۲/۱	۸۷E+۱۰/۴	۱/۴	۴/۱۲۲	۳/۳۹	۱۸/۵۹۶۴	۲۰۱۳
..	۲۵/۴۲	۱۸/۰	۲۶E+۱۵/۱	۰۸E+۱۰/۵	۷/۳	۹۲	۲/۱۷	۱/۶۱۶۱	۲۰۱۴
..	۵۹/۵۰	۲۱/۰	۲۳E+۱۷/۳	۳۳E+۱۰/۵	۸/۳	۹/۱۰۳	۷/۱۳	۶۰۰۷	۲۰۱۵
..		۲۶/۰	۱۶۸۱۳۷۶۳	۵۲E+۱۰/۵	۶/۳	۶/۱۰۶	۵۶/۸	۹۱/۶۷۳۳	۲۰۱۶

جدول ۵: آمار و ارقام شاخص‌های تأثیرگذار بر رشد اقتصادی صادرات محصولات ورزشی کشور اندونزی

Rd	Hc	Open	Es	RG	Em	Ex	Inf	Gdp	سال
(تحقیق و توسعه)	(سرمایه انسانی)	(باز بودن اقتصاد)	(صادرات محصولات ورزشی)	(مخارج کل دولت)	(اشتغال)	(نرخ ارز واقعی)	(نرخ تورم)	(رشد اقتصادی)	
..	۶۷/۱۸	۳۵E-۱۱/۵	۱۸۱۹۰۲۷۸۷۹	۴۶E+۱۰/۳	۱۳/۳	..	۲۲/۶	۳۴/۲۴۳۳	۱۹۹۷
..	۴/۱۹	۴۷E-۱۱/۹	۱۵۶۴۹۶۴۴۶۷	۹۳E+۱۰/۲	۳۴/۳	..	۳۸/۵۸	۲۳/۲۰۸۴	۱۹۹۸
..	۷۸/۲۲	۹۶E-۱۱/۵	۲۰۰۷۳۴۸۰۴۶	۹۵E+۱۰/۲	۰۶/۳	..	۴۸/۲۰	۵۵/۲۰۷۱	۱۹۹۹
۰۶/۰	۱/۲۴	۳۱E-۱۱/۶	۲۲۱۱۲۱۸۱۸۲	۱۴E+۱۰/۳	۹۵/۲	..	۷۲/۳	۳۸/۲۱۴۳	۲۰۰۰
۰۴/۰	۴۵/۲۴	۱۵E-۱۱/۶	۲۰۴۴۴۴۴۶۴۷	۳۸E+۱۰/۳	۰۷/۳	..	۵/۱۱	۷۶/۲۱۹۰	۲۰۰۱
..	۴/۲۴	۰۵E-۱۱/۵	۱۵۶۴۸۱۶۵۷۵	۸۲E+۱۰/۳	۰۱/۳	..	۸۷/۱۱	۷۴/۲۲۵۷	۲۰۰۲
..	۷۱/۲۵	۲۲E-۱۱/۴	۶۳۷۸۳۰۹۲۹۳۱	۲۰E+۱۰/۴	۸۵/۲	..	۵۸/۶	۰۹/۲۳۳۳	۲۰۰۳
..	۹۹/۲۶	۷۹E-۱۱/۴	۷۱E+۱۳/۱	۳۷E+۱۰/۴	۱۳/۳	..	۲۴/۶	۸۳/۲۴۱۶	۲۰۰۴
..	۴۸/۳۱	۹۲E-۱۱/۴	۶۱E+۱۵/۸	۶۶E+۱۰/۴	۹۹/۲	..	۴۵/۱۰	۵/۲۵۱۹	۲۰۰۵
..	۵۲/۳۴	۹۹E-۱۱/۳	۲۱۵۱۱۴۸۹۶۶	۱۱E+۱۰/۵	۹۴/۲	..	۱/۱۳	۹۶/۲۶۲۱	۲۰۰۶
..	۷۳/۴۰	۷۲E-۱۱/۳	۲۱۴۷۰۰۰۴۱۷	۳۱E+۱۰/۵	۸۹/۲	..	۴/۶	۶۱/۲۷۵۰	۲۰۰۷
..	۲/۴۳	۹۷E-۱۱/۳	۰۲E+۱۱/۴	۸۶E+۱۰/۵	۷۳/۲	..	۷۷/۹	۸۸/۲۸۷۶	۲۰۰۸
۰۸/۰	۰۳/۴۵	۸۲E-۱۱/۲	۰۶E+۱۴/۲	۷۸E+۱۰/۶	۸۹/۲	..	۸۱/۴	۰۴/۲۹۷۰	۲۰۰۹
..	۸/۴۰	۹۷E-۱۱/۲	۰۵E+۱۷/۱	۸۰E+۱۰/۶	۹۲/۲	..	۱۳/۵	۴۸/۳۱۱۳	۲۰۱۰
..	۲۱/۴۲	۹۸E-۱۱/۲	۳۸۹۹۱۴۳۲۹۹	۱۸E+۱۰/۷	۳۵/۳	..	۳۵/۵	۷۴/۳۲۶۲	۲۰۱۱
..	۷۷/۴۸	۹۴E-۱۱/۲	۴۱۱۵۱۲۲۲۹۴	۵۰E+۱۰/۷	۵۳/۳	..	۲۷/۴	۳۵/۳۴۱۵	۲۰۱۲
۰۸/۰	۸۶/۵۲	۷۵E-۱۱/۲	۰۲E+۱۱/۳	۰۱E+۱۰/۸	۵۱/۳	..	۴۱/۶	۱/۳۵۶۰	۲۰۱۳
..	۲۶/۵۶	۵۹E-۱۱/۲	۵۸E+۱۴/۱	۱۰E+۱۰/۸	۵۹/۳	..	۳۹/۶	۹۴/۳۶۹۲	۲۰۱۴
..	//	۱۰E-۱۱/۲	۰۸E+۱۶/۸	۵۳E+۱۰/۸	۵۵/۳	..	۳۶/۶	۵۴/۳۸۲۷	۲۰۱۵
..	۲۶/۶۰	۷۶E-۱۱/۱	۱۷۶۹۵۸۵۳۹۸	۵۲E+۱۰/۸	۵۳/۳	..	۵۲/۳	۰۵/۳۹۷۴	۲۰۱۶

به منظور بررسی رابطه علیت گرنجری و تصحیح خطا از مدل‌های زیر استفاده می‌گردد:

$$\Delta res_t = \eta_0 + \sum_{k=1} \alpha_0 \Delta res_{t-k} + \sum_{k=1} \beta_0 \Delta rgdp_{t-k} + \omega_0 ECT_{t-1} + \varepsilon_t$$

$$\Delta rgdp_t = \eta_0 + \sum_{k=1} \alpha_0 \Delta rgdp_{t-k} + \sum_{k=1} \beta_0 \Delta res_{t-k} + \omega_0 ECT_{t-1} + \varepsilon_t$$

متغیرهای مدل عبارت اند از:

rgdp: رشد اقتصادی (رشد تولید ناخالص داخلی واقعی سرانه)

res: رشد صادرات محصولات ورزشی

قبل از برآورد مدل لازم است ابتدا نسبت به ساکن پذیر بودن و ساکن ناپذیر بودن سری های زمانی مورد استفاده در مدل با استفاده از روش دیکی - فولر تعمیم یافته اطمینان حاصل شود. آزمون ریشه واحد دیکی - فولر تعمیم یافته:

$$\Delta x_t = \beta t + \alpha + \delta x_{t-1} + \sum_{i=1}^p \theta \Delta x_{t-i} + \varepsilon_t$$

که در آن  $\Delta$  عملکرد تفاضل اول و  $\varepsilon_t$  جمله اختلال است. در این حالت نیز فرضیه صفر، داشتن ریشه واحد برای متغیر سری زمانی xt است. به عبارت دیگر، فرضیه  $H_0: \delta = 0$  بوده که معادل  $H_0: p=1$  است. تعیین تعداد وقفه ها معمولاً به طور تجربی به دست می آید. یک روش برای تعیین تعداد وقفه ها استفاده از آماره دوربین - واتسون (D.W) است. همچنین، می توان از آماره t برای تعیین تعداد وقفه ها استفاده کرد. در آزمون ریشه واحد دیکی - فولر تعمیم یافته نیز از آماره t مربوطه که دیکی فولر با T نشان می دهند، همراه با جدول مقادیر بحرانی مک کینون استفاده می کنیم. مادامی که قدر مطلق T بزرگتر از نقطه بحرانی مربوطه باشد، آن گاه می توان فرضیه عدم وجود ریشه واحد را رد کرد؛ اما اکنون که شکل مدل به صورت رابطه است، پیدا کردن ریشه واحد برای ساکن پذیری تفاضل مرتبه اول سری کافی نیست، چرا که اگر ضریب (t) غیر صفر باشد، تفاضل مرتبه اول xt به زمان بستگی دارد و لذا تفاضل سری فوق غیر ساکن نخواهد بود. پس باید فرضیه همزمان صفر بودن ضرایب t و xt-1 را مورد آزمون قرار دهیم. قاعدتاً این فرضیه با آماره F صورت می گیرد و از جدول دیگری که دیکی - فولر تهیه کرده اند و آماره مربوطه را با  $\phi_2$  نشان می دهند که کوچک تر از مقدار بحرانی می باشد. بنابراین نمی توان فرضیه  $H_0$  مبنی بر ساکن بودن تفاضل مرتبه اول را رد کرد. اگر فرض کنیم مدل به شکل رابطه زیر باشد:

$$\Delta xt = \alpha + \rho xt-1 + \beta t + ut$$

که در آن  $\beta = 0$  و  $\beta \neq 0$  باشد، در آن صورت متغیر سری زمانی xt ساکن خواهد بود و باید روند خطی قطعی را حفظ کرد تا سری حاصله ساکن باشد - در غیر این صورت استفاده از روند در یک رگرسیون منجر به خطای تصریح مدل می شود که تخمین و آزمون را غیر معتبر می سازد.

### آزمون ریشه واحد<sup>۱</sup>

آزمون ریشه واحد، یکی از معمول‌ترین آزمون‌هایی است که برای تشخیص ساکن پذیری یک فرایند سری زمانی مورد استفاده قرار می‌گیرد. برای این منظور از آزمون دیکی - فولر تعمیم یافته برای کلیه متغیرها طی دوره ۱۹۹۷-۲۰۱۶ به صورت فصلی استفاده شده است که فرضیه صفر  $H_0: |\rho| = 1$  (وجود ریشه واحد)، در مقابل فرضیه  $H_A: |\rho| < 1$  (عدم وجود ریشه واحد)، آزمون می‌شود. یک سری زمانی وقتی ساکن است که میانگین، واریانس، کوارینانس و در نتیجه ضریب همبستگی آن در طول زمان ثابت باقی بماند و مهم نباشد که در چه مقطعی از زمان این شاخص‌ها را محاسبه کنیم. اگر قدر مطلق آماره دیکی - فولر تعمیم یافته محاسباتی از مقدار بحرانی جدول بزرگ‌تر باشد، فرضیه صفر رد شده و متغیر ساکن است - در غیر این صورت متغیر در سطح غیر ساکن است و باید آزمون ساکن‌پذیری روی تفاضل مرتبه اول متغیر صورت گیرد. جداول ۶ و ۷ نتایج حاصل از آزمون ساکن‌پذیری متغیرها را با استفاده از روش دیکی - فولر تعمیم یافته نشان می‌دهد. نتایج آزمون بر روی متغیرهای مدل در سطح و در حالت با عرض از مبدأ و روند، در جدول ۶ آمده است.

جدول ۶: نتایج آزمون ساکن‌پذیری متغیرها در سطح و با عرض از مبدأ

نام متغیر	آماره آزمون	نتیجه آزمون
رشد اقتصادی	-۰/۹۳۳	غیر ساکن
رشد صادرات محصولات ورزشی	-۴/۵۲	ساکن
مقدار بحرانی در سطح ۵ درصد ۳/۰۴-		

برای متغیر رشد اقتصادی، قدر مطلق کمیت آماره آزمون برابر ۰/۹۳۳- می‌باشد. از آنجا که قدر مطلق کمیت بحرانی برابر ۳/۰۴- است که بیشتر از آماره آزمون محاسبه شده است، فرضیه فرضیه صفر وجود ریشه واحد یا غیر ساکن بودن متغیر رشد اقتصادی در سطح ۵ درصد را نمی‌توان رد کرد. پس نتیجه می‌گیریم که رشد اقتصادی متغیری غیر ساکن است. متغیر رشد صادرات محصولات ورزشی قدر مطلق کمیت آماره آزمون برابر ۴/۵۲- می‌باشد. از آنجا که قدر مطلق کمیت بحرانی برابر ۳/۰۴- است که کمتر از آماره آزمون محاسبه شده است، فرضیه صفر وجود ریشه واحد یا غیر ساکن بودن متغیر رشد صادرات محصولات ورزشی در سطح ۵ درصد را می‌توان رد کرد. جدول ۷ نشان می‌دهد متغیری که در سطح ساکن نبوده، با تفاضل گیری مرتبه اول از این متغیر ساکن شد.

جدول ۷: نتایج آزمون ساکن‌پذیری متغیرها در تفاضل مرتبه اول و با عرض از مبدأ

نام متغیر	آماره آزمون	نتیجه آزمون
رشد اقتصادی	-۳/۴۱	ساکن
مقدار بحرانی در سطح ۵ درصد ۳/۰۴-		

## آزمون علیت گرنجری کوتاه مدت و بلندمدت با استفاده از مدل تصحیح خطا

گرنجری بیان می‌کند که در صورت وجود یک رابطه هم‌جمعیتی بین دو متغیر، علیت به مفهوم گرنجری حداقل در یک جهت (یک طرفه یا دوطرفه) بین آن‌ها وجود خواهد داشت. به هر حال اگرچه آزمون هم‌جمعیتی می‌تواند وجود یا عدم وجود رابطه علیت گرنجری بین متغیرها را معین کند، اما نمی‌تواند جهت رابطه علیت را مشخص کند. اگر دو متغیر  $X_t$  و  $Y_t$  هم‌جمعیتی باشند، همواره یک الگوی تصحیح خطای برداری بین آن‌ها وجود خواهد داشت. در نتیجه می‌توان برای بررسی رابطه علیت گرنجری بین متغیرها از یک مدل تصحیح خطای برداری استفاده کرد. این الگو که رفتار کوتاه مدت و بلندمدت دو متغیر را به هم مربوط می‌سازد، به صورت زیر بیان می‌شود:

$$\Delta Y_t = \alpha + \sum_{i=1}^m \beta_i \Delta Y_{t-i} + \sum_{i=1}^n \gamma_i \Delta X_{t-i} + \lambda \varepsilon_{t-i} + v_t$$

به هر حال جزء تصحیح خطا  $(\lambda \varepsilon_{t-i})$  در مدل تصحیح خطای یک مسیر اضافی برای بررسی رابطه علیت گرنجری به روی ما می‌گشاید؛ چیزی که در آزمون‌های علیت گرنجری نادیده گرفته شده است. اگر متغیرهای مورد بررسی مثلاً ساکن از درجه یک و هم‌جمع نیز باشند، استفاده از یک مدل خود توضیح برداری بر روی تفاضل اول متغیرها به جای استفاده از یک مدل تصحیح خطای برداری برای بررسی رابطه علیت گرنجری بین متغیرها، به علت حذف جزء تصحیح خطا واریانس، معادله رگرسیون را افزایش می‌دهد و بنابراین، آماره والد مورد نظر اریب خواهد داشت. این مسئله باعث قضاوت‌های نادرست در مورد جهت رابطه علیت می‌شود. علاوه بر تعیین جهت رابطه علیت گرنجری بین متغیرها مدل تصحیح خطای برداری ما را قادر می‌سازد که بین علیت گرنجری کوتاه مدت و بلندمدت تفاوت قائل شویم. معنی دار نبودن  $\lambda$  می‌تواند نشان‌دهنده آن باشد که رابطه علیت گرنجری در بلندمدت بین متغیرهای توضیحی نسبت به متغیر وابسته وجود ندارد، یا اینکه متغیر وابسته یک متغیر برون‌زای ضعیف است. معنی دار نبودن مجموع وقفه‌های هرکدام از متغیرهای توضیحی می‌تواند نشان‌دهنده آن باشد که در کوتاه مدت، رابطه علیت گرنجری بین هرکدام از متغیرهای توضیحی نسبت به متغیر وابسته وجود ندارد.

به منظور بررسی جهت رابطه علیت بلندمدت و کوتاه مدت میان این متغیرها از الگوی تصحیح خطای برداری استفاده می‌شود. در این معادلات ECTt-1 باقیمانده‌های حاصل از تخمین روابط بلندمدت برای هر بخش است و ضریب آن علیت بلندمدت را اندازه‌گیری می‌کنند. برای بررسی جهت علیت از آزمون والد استفاده می‌کنیم. نتایج آزمون علیت کوتاه مدت، بلندمدت و هر دو آزمون به طور مشترک میان متغیرهای رشد اقتصادی و رشد صادرات محصولات ورزشی در جدول ۸ مشاهده می‌شود.

جدول ۸: نتایج آزمون علیت گرنجری VECM

متغیر وابسته	علیت کوتاه مدت		علیت بلندمدت
	$\Delta rgdp_{t-1}$	$\Delta \ddot{u}_{t-1}$	$\ddot{u}_{t-1}$
$\Delta rgdp_t$	-	۵/۶۱ (۰/۰۲۳)	-۰/۲۴ (۰/۰۰۳)
$\Delta \ddot{u}_t$	۳/۶۸ (۰/۰۶۳)	-	-۰/۳۱ (۰/۰۲۳)

در جدول ۸ نتایج آزمون علیت بلندمدت و کوتاه مدت گزارش شده است. طبق نتایج این جدول ضریب جمله تصحیح خطا در سطح ۵ درصد معنی دار بوده است و علیت بلندمدت دو طرفه بین رشد صادرات محصولات ورزشی و رشد اقتصادی تأیید می‌گردد.

### بحث و نتیجه‌گیری

امروزه دستیابی به رشد و توسعه ناخالص داخلی به دلیل تأثیر مستقیم بر رفاه اجتماعی، یکی از اهداف مهم کلان اقتصادی هر کشور محسوب می‌گردد. رشد اقتصادی در تمامی بخش‌های صادراتی و به خصوص صادرات کالاهای ورزشی، ظرفیت‌های تولیدی را طی زمان افزایش می‌دهد و منجر به ایجاد فرصت‌های بیشتر و بهتر برای شکوفایی اقتصاد ورزشی و ورود به عرصه‌های تازه و نو می‌گردد. هدف این پژوهش، بررسی عملکرد صنعت صادرات کالاهای ورزشی ایران و برخی کشورهای در حال توسعه بود. برای مثال، وضعیت دو کشور اندونزی و هند با عملکرد تقریباً مشابه صادرات کالاهای ورزشی نشان‌دهنده موفقیت چشمگیر اندونزی در زمینه افزایش صادرات کالاهای ورزشی طی سال‌های اخیر به ویژه دست‌یابی به رقم ۵ میلیارد دلار صادرات کالاهای ورزشی در سال ۲۰۱۶ است و کشور هند در زمینه صادرات کالاهای ورزشی طی سال‌های اخیر به رقم ۴ میلیارد دلار صادرات کالاهای ورزشی در سال ۲۰۱۶ رسیده است. حجم صادرات کالاهای ورزشی دو کشور هند و اندونزی در سال ۲۰۰۹ تقریباً مشابه بوده و از سال ۲۰۱۰-۲۰۱۶ رقم صادرات کالاهای ورزشی کشور اندونزی از کشور هند بالاتر بوده، ولی از سال ۲۰۱۲ به بعد نرخ رشد صادرات کالاهای ورزشی کشور هند افزایش یافته است؛ به طوری که رقم صادرات کالاهای ورزشی هند در سال ۲۰۱۶ حدود ۴ میلیارد دلار رسید. صادرات ورزشی کشور مالزی در سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۶ نیز به ترتیب با ۵۳۹ و ۳۵۶ میلیون دلار است که ۰/۶۶ درصد رشد منفی داشته است. بیشترین میزان صادرات کالاهای ورزشی در سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۶ مربوط به کفش ورزشی و کمترین آن مربوط به قایق‌های تفریحی-ورزشی است. صادرات ورزشی کشور ایران در سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۶ نیز به ترتیب با ۱۰۰ و ۴۹ میلیون دلار، ۰/۶۲ درصد رشد منفی داشته است. بیشترین میزان صادرات کالاهای ورزشی در سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۶ مربوط به کفش ورزشی و کمترین آن مربوط به قایق‌های ورزشی است. صادرات ورزشی کشور ترکیه در سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۶ نیز به ترتیب با ۱/۸ و ۲/۲ میلیارد دلار است که ۰/۸۱ درصد رشد داشته است. بیشترین میزان صادرات کالاهای ورزشی در سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۶ مربوط به پوشاک ورزشی و کمترین آن مربوط به تجهیزات ورزشی است.



شکاف بین رقم صادرات کالاهای ورزشی ایران و ترکیه در سال ۱۹۹۷ حدود ۶۱۸ میلیون دلار به نفع کشور ترکیه بود که به مرور زمان به دلیل عدم رشد معنادار صادرات کالاهای ورزشی ایران و در مقابل رشد قابل توجه صادرات کالاهای ورزشی ترکیه، شکاف موجود به مرور افزایش یافته‌است؛ چنان که این شکاف در سال ۲۰۱۶ نزدیک به ۲/۲ میلیارد دلار شده است. رشد صادرات کالاهای ورزشی در طی دوره ۲۰۱۰-۲۰۱۶ به ترتیب در کشورهای روسیه، اندونزی، مالزی، پاکستان، ترکیه، عمان، ایران، مالزی و تایلند می‌باشد. در سال ۲۰۱۶، صادرات کالاهای ورزشی کشور عمان ۰/۲۱ برابر، صادرات کالاهای ورزشی روسیه ۳/۹ برابر، صادرات کالاهای ورزشی مالزی ۷/۱ برابر، صادرات کالاهای ورزشی تایلند ۲۲/۳ برابر، صادرات کالاهای ورزشی پاکستان ۳۴/۴ برابر، صادرات کالاهای ورزشی ترکیه ۴۵/۷ برابر، صادرات کالاهای ورزشی هند ۷۶/۶ برابر و صادرات کالاهای ورزشی اندونزی ۱۰۵/۹ برابر صادرات کالاهای ورزشی ایران بوده است. نتایج تحقیق نشان داد که برخی شاخص‌های مهم اقتصاد سنجی از جمله نرخ ارز، شاخص باز بودن اقتصاد، نرخ مخارج دولت و شاخص تورم بر عملکرد صادرات کالاهای ورزشی و رشد ناخالص داخلی تأثیرگذارند. اصولاً اقتصاددانان کلاسیک و نئوکلاسیک بر این باورند که افزایش درجه باز بودن تجاری، موتور محرکه رشد و توسعه اقتصادی است و این مهم منجر به تشویق کشورهای جهان در افزایش همگرایی اقتصادشان از طریق افزایش صادرات می‌گردد. این یافته پژوهش با نتایج خدادادی و همکاران (۱۳۹۷)، غلامی و همکاران (۱۳۹۶)، نهندیان و افقهی (۱۳۹۳) و دی ویتا و کیاو<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) همخوان است. شاخص‌های نرخ ارز، باز بودن اقتصاد، نرخ مخارج دولت از مهمترین ابزارهای سیاسی و حاکمیتی دولت‌ها محسوب می‌شود که هر کدام از این عوامل می‌تواند تأثیر قابل 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 باعث ارزان تر شدن پول یک کشور در خارج از کشور می‌شود و متعاقباً منجر به افزایش جریان تجارت کالاها می‌شود. از طرف دیگر، تورم نیز از دیگر عوامل مهم و تأثیرگذار بر صادرات است که در صورت افزایش می‌تواند موجب از بین رفتن انگیزه‌های سرمایه‌گذاری و عدم تخصیص بهینه منابع گردد و در نهایت تولید داخلی کالاهای ورزشی را تحت تأثیر قرار دهد.

یافته دیگر تحقیق نشان داد که نهادهای تحقیق و پژوهش می‌توانند بر عملکرد صادرات کالاهای ورزشی تأثیرگذار باشند. توسعه صادرات در هر کشور به عوامل زیادی بستگی دارد که زیربنای همه آن‌ها به میزان پژوهش و تحقیقات در زمینه توسعه صادرات وابسته است. از عمده‌ترین فوائد انجام تحقیق و پژوهش پیرامون توسعه صادرات می‌توان به افزایش کیفیت محصول، ایجاد بازارهای صادراتی جدید، حذف مراحل مازاد و کاهش قیمت تمام شده کالا اشاره کرد. این نتیجه از تحقیق با یافته‌های بی و لی<sup>۲</sup> (۲۰۱۷)، تریک و مالیک (۲۰۱۷)، زرنندی و همکاران (۱۳۹۵) و نهندیان و افقهی (۱۳۹۳) همخوانی دارد. بنابراین وجود پارک‌های فناوری و مراکز رشد و برخورداری آنها از قوانین و مقررات خاص حمایتی در زمینه صادرات کالاهای ورزشی، همچنین تخصیص اعتبارات دولتی متناسب تحقیق و توسعه صادرات کالاهای ورزشی در کشور می‌تواند بر توسعه صادرات کالاهای ورزشی تأثیر بگذارد. از این رو، شرکت‌ها و نهادهای تحقیق و پژوهش، عمده‌ترین عامل رشد اقتصادی و پیشرفت تکنولوژیک در کشورها بوده‌اند. دیگر یافته پژوهش نشان داد که سرمایه

1. De Vita &amp; Kyaw

2. BY, Lee

انسانی به عنوان یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار بر عملکرد صادرات کالاهای ورزشی به شمار می‌آید؛ یعنی سرمایه‌گذاری پایدار در منابع انسانی در بخش‌های مرتبط با صادرات کالاهای ورزشی و دسترسی به مجموعه نیروی انسانی آموزش دیده و با تجربه در بخش‌های تولید کالاهای ورزشی دانش بنیان می‌تواند بر صادرات کالاهای ورزشی تأثیرگذار باشد. این یافته از پژوهش با نتایج جلائی و همکاران (۱۳۹۷)، غلامی و همکاران (۱۳۹۶)، ناهوندیان و افقهی (۱۳۹۳) و بن حبیب و اسپیکل<sup>۱</sup> (۱۹۹۴) همخوان است. بنابراین وجود انعطاف در تعیین دستمزد، ساعات کار و روابط کارفرما و پیمانکار، وجود ارتباط بین دستمزد و بهره‌وری نیروی کار بر بهره‌وری سرمایه انسانی و در نهایت بهره‌وری سرمایه انسانی بر توسعه صادرات کالاهای ورزشی تأثیرگذار خواهد بود.

مطابق نتایج به دست آمده، رشد صادرات کالاهای ورزشی، تأثیر مثبت و معناداری بر رشد تولید ناخالص داخلی کشور ایران دارد. این نتیجه از پژوهش با نتایج زفر و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۷)، سیلوا و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۷)، بی و لی (۲۰۱۷)، تریک و مالیک (۲۰۱۷) و ساندو و سیوسانل (۲۰۱۴) همخوان است. رشد صادرات محصولات ورزشی موجب بالا رفتن ظرفیت تولید، برخورداری از صرفه‌های اقتصادی، افزایش بهره‌وری و تخصیص کارا تر منابع و در نهایت رشد بالاتر در بخش غیر صادراتی می‌گردد. با توجه به چالش‌ها و مشکلات موجود در این بخش، سرمایه‌گذاران تمایلی به سرمایه‌گذاری در صنعت کالاهای ورزشی ندارند. با توجه به این شرایط، بخش‌های تولیدی ایران در شرایط مساعدی قرار ندارند و بدیهی است که سرمایه‌گذاران که به دنبال فضای امن و پرسود برای سرمایه‌گذاری می‌گردند، با مشاهده مشکلات موجود، فضا را برای سرمایه‌گذاری در بخش‌های تولیدی و مولد مناسب نمی‌دانند و سرمایه‌های خود را به بخش‌های پرسود و اغلب نامولد انتقال می‌دهند.

از نظر منابع مالی مورد نیاز از طریق اعطای وام و اعتبارات در جهت تامین سرمایه در گردش و نیز تشکیل سرمایه ثابت، برخی ارزیابی‌ها حکایت از آن دارد که بخش صنعت ورزش در مقایسه با دیگر بخش‌های اقتصاد کشور همبستگی بالاتری با اعتبارات دارد؛ به طوری که کاهش اعتبارات در بخش صنعت به نسبت شدیدتری به کاهش رشد صنعتی و رکود در فعالیت‌های صنعتی می‌انجامد. لذا می‌توان نتیجه گرفت که در اقتصاد بانک محور ایران، بخش صنعت تا چه اندازه به وام و اعتبارات بانکی وابسته است - اعتباراتی که تقریباً به مثابه یارانه دولتی برای سر پا نگه داشتن صنعت عمل کرده است. از این رو، به نظر می‌رسد برخی روندهای حاکم بر فضای سیاست‌گذاری کشور نیز در جهت جلوگیری از رشد و رونق صنعتی عمل نموده است. سال‌ها سیاست‌گذاری نادرست در بخش پولی و بانکی موجب شده است که صرف دریافت اعتبار از نظام بانکی ضامن سودآوری در برخی فعالیت‌های صنعتی باشد، بدون آنکه به خلاقیت خاصی از سوی وام‌گیرنده نیاز باشد. تولیدات ورزشی به این دلیل با نوسانات نرخ ارز همگام می‌شود که نهاده‌های اولیه و حتی کالاهای واسطه‌ای غالب محصولات بخش صنعت وارداتی است. لذا تولیدات ورزشی نه تنها با تغییر در میزان اعطای وام و اعتبارات و یارانه‌های مستقیم و غیرمستقیم دولتی، بلکه با اعمال یک سیاست پولی که نرخ ارز را تحت تأثیر قرار دهد یا کاهش قیمت نفت و درآمدهای نفتی که در منابع ارزی و نرخ ارز اثر می‌گذارد، دچار نوسان

1. Benhabib and Spiegel  
2. Zafar et al  
3. Silva et al

می شود. باید در نظر داشت که کاهش قیمت نفت و درآمدهای حاصل از صادرات آن، از یک سو با کاهش درآمدهای دولت و کاهش اعتبارات و از سوی دیگر، از طریق اثرگذاری بر نرخ ارز و بالا رفتن هزینه‌های تولید به نوسانات تولیدات ورزشی دامن می‌زند تا جایی که تغییرات شدید نرخ ارز در مدت زمان کوتاهی می‌تواند بسیاری از بنگاه‌های صنعتی را در معرض خطر ورشکستگی قرار دهد. دولت ایران هیچ‌گونه یارانه‌ای را برای صنعت کالاهای ورزشی ارائه نمی‌دهد که به موجب آن این بخش در مواجهه با چالش‌های بزرگی از رقابت بین‌المللی، قرار دارد.

به طور کلی می‌توان گفت که به منظور افزایش ارزش افزوده در بخش صنعت ورزش و صنعت صادرات کالاهای ورزشی به عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی در بیشتر کشورهای دنیا، باید توسعه صادرات کالاهای پرطرفدار و با کیفیت ورزشی در اولویت برنامه‌های دولت قرار گیرد، زیرا که توسعه صادرات در این بخش منجر به تقویت مبادلات خارجی و در نتیجه افزایش تولید داخلی می‌گردد. از طرف دیگر، توسعه صادرات کالاهای ورزشی با ایجاد تخصص در تولید کالاهای صادراتی، باعث رشد تولید و افزایش بهره‌وری خواهد شد. همچنین، افزایش صادرات کالاهای ورزشی تا حدی ارز 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 و رشد بیشتر کالاهای ورزشی فراهم کرد. در این راستا پیشنهاد می‌شود برای افزایش رشد بخش صنعت صادرات کالاهای ورزشی، سیاست‌ها و برنامه‌هایی در حمایت از تولیدکنندگان داخلی نظیر سیاست تشویق صادرات کالاهای ورزشی اجرا گردد. همچنین تلاش برای عضویت در سازمان تجارت جهانی و تعامل با سایر کشورهای پیشرو در زمینه صادرات کالاهای ورزشی و ارتباط و تعامل با شرکت‌های چند ملیتی در عرصه تولید کالاهای ورزشی می‌تواند بر عملکرد صنعت صادرات کالاهای ورزشی اثرگذار باشد.

یادآور می‌گردد آن چه تاکنون پیرامون محصولات و کالاهای ورزشی انجام گرفته است، بیشتر در زمینه ارائه ارقام صادرات و واردات کالاهای ورزشی بوده و تا الان در مورد عملکرد صنعت صادرات کالاهای ورزشی و تأثیر آن بر رشد ناخالص داخلی پژوهشی صورت نگرفته است. از این لحاظ پژوهش حاضر تلاش بکری است که نتایج آن نشان داد افزایش صادرات محصولات ورزشی در ایران و برخی کشورهای در حال توسعه می‌تواند بر رشد ناخالص داخلی تأثیرگذار باشد. در نهایت، رشد صادرات محصولات ورزشی موجب ارتقای ظرفیت تولید، صرفه‌های اقتصادی، فرصت‌های جدید شغلی و ارتقای کیفیت محصول متناسب با استاندارد جهانی خواهد شد.

## منابع

- آرمین، سیدعزیز؛ تبعه ایزدی، امین و حسین پور، فاطمه. (۱۳۸۷). «مثلث توسعه مالی، رشد اقتصادی و تجارت خارجی در ایران». فصلنامه اقتصاد مقداری (بررسی های اقتصادی سابق). ۱۰۷-۱۳۵: (۳)۵.
- اندام، رضا؛ همتی نژاد، مهرعلی؛ حمیدی، مهرزاد؛ رضانی نژاد، رحیم و کاظم نژاد، انوشیروان. (۱۳۸۸). «بررسی انگیزه های داوطلبی در ورزش». فصلنامه المپیک. ۱۱۶-۱۰۴: (۱)۳.
- جلائی، سید عبدالحمید؛ بخشنده، حسین؛ اسماعیلی، محسن و رسولی، سید مهدی. (۱۳۹۷). «نقش منابع انسانی در رشد اقتصادی صنعت ورزش ایران». نشریه مطالعات مدیریت ورزشی. ۶۷-۸۸: (۴۸)۱۰.
- خدادادی، محمد رسول؛ سرلاب، محمد و معصوم زاده، سارا. (۱۳۹۷). «اثر رژیم های ارزی بر جریان تجارت گروه کالاهای ورزشی در کشورهای خاورمیانه: رهیافت اقتصادسنجی فضایی». نشریه مطالعات مدیریت ورزشی. ۱۷-۳۶: (۴۸)۱۰.
- رحمانی، تیمور و معتمدی، سیما. (۱۳۹۷). «تأثیر سرمایه گذاری مستقیم خارجی بر تشکیل سرمایه، بهره وری نیروی کار و رشد اقتصادی کشورهای در حال توسعه». فصلنامه پژوهش های رشد و توسعه اقتصادی. ۱۱۷-۱۳۲: (۳۰)۸.
- سرلاب، رقیه و عسکریان، فریبا. (۱۳۹۶). «بررسی رابطه علیت بین رشد صادرات کالاهای ورزشی و رشد صادرات غیر نفتی ایران». نشریه مدیریت ورزشی. ۲۱۵-۲۲۶: (۲)۶.
- شاه آبادی، ابوالفضل و ثمری، هانیه. (۱۳۹۶). «عوامل موثر بر صادرات مبتنی بر فناوری برتر با استفاده از روش سیستم معادلات همزمان». فصلنامه تحقیقات مدل سازی اقتصادی. ۸۵-۱۲۲: (۲۷)۷.
- عسکریان، فریبا؛ اصغرپور، حسین و سرلاب، رقیه. (۱۳۹۵). «بررسی مزیت نسبی صادرات کالاهای ورزشی ایران». نشریه مطالعات مدیریت ورزشی. ۶۷-۸۲: (۱)۳۵.
- عزیزاده پهلوانی، آزاده؛ عوض پور، کرامت؛ عوض پور، علی و علیزادوانی، حامد. (۱۳۹۴). «بررسی مقایسه واردات و صادرات کالاهای ورزشی ایران در سال ۱۳۹۳ جهت اعمال اقتصاد مقاومتی». کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد و مهندسی صنایع. تهران، موسسه مدیران ایده پرداز پایتخت ویرا.
- غلامی، علی نقی؛ زارع، علیرضا؛ قلاوند، اکبر و شیرالی، رضوان. (۱۳۹۶). «بررسی عوامل مؤثر بر شکل گیری بنگاه های کوچک و متوسط در صنعت ورزش کشور». نشریه پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۵۷-۶۶: (۲۲)۶.
- فارسیجانی، حسن؛ قره چه، منیژه؛ امین بیدختی، علی اکبر و نیک سرشت، فرامرز. (۱۳۹۱). «تبیین مدل توانمندسازی راهبردی صادرات شرکت های کوچک و متوسط». فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی. ۳: (۱۱)۵۷-۶۶.
- محمد کاظمی، رضا؛ صولتی، ابوالفضل و کیانی، الهه. (۱۳۹۵). «اولویت بندی عوامل مؤثر بر عملکرد صادراتی بنگاه های صادرکننده تجهیزات ورزشی». نشریه چشم انداز مدیریت بازرگانی. ۱۴۱-۱۵۹: (۱)۲۵.
- مهرآرا، محسن؛ سیجانی، سمانه و رضازاده، عباس. (۱۳۹۶). «عوامل تعیین کننده صادرات با تکنولوژی بالا در کشورهای در حال توسعه مبتنی بر رویکرد متوسط گیری مدل بیزی». فصلنامه مطالعات اقتصادی کاربردی ایران. ۲۳-۴۷: (۲۴)۶.

- نوروزی، نگار و معصوم، محمد. (۱۳۹۷). «طراحی مدل عوامل مؤثر بر عملکرد صادرات شرکت های تولید کننده تجهیزات ورزشی». نشریه مطالعات مدیریت ورزشی. ۱۰ (۴۹): ۱۹-۲۰.
- نهاوندیان، محمد و افقهی، بابک. (۱۳۹۳). «عوامل مؤثر در توسعه صادرات خدمات با فناوری بالا در جمهوری اسلامی ایران». فصلنامه پژوهش های اقتصادی. ۴(۱): ۵۶-۲۳.
- Amira. K. Christina. S. (2017). “**Environmental Upgrading in Pakistan’s Sporting Goods Industry in Global Value Chains: A Question of Progress**”. Journal Business & Economic Review, 9(1): 43-64.
- Aw BY, Lee Y. (2017). “**Demand, costs and product scope in the export market**”. European Economic Review, 100(1): 28-49.
- Benhabib, J., & Spiegel, M. M. (1994). “**The role of human capital in economic development evidence from aggregate cross-country data**”. Journal of Monetary Economics, 34(2): 143-73.
- De Vita, G. (2014). “**The long run impact of exchange rate regimes on international tourism flows**”. Journal of Tourism Management, 45(1): 226-233.
- Grigoryan, K. (2014). “**Study of the Peculiarities of Export Developments in EU Member Countries and in Armenia**”. Romanlan journal of european affairs, 12(3): 2-20.
- Ijaz. N. Muhammad. A. Nabeel. S. Muhammad. Y. Fareeha. Z. (2017). “**Contribution of Sports Goods Industry towards Economic Growth of Pakistan**”. Advances in Social Sciences Research Journal, 4(13): 70-75.
- Malik TH. (2017). “**Varieties of capitalism, innovation performance and the transformation of science into exported products: A panel analysis**”. Technological Forecasting and Social Change, 118(1): 324-33.
- Navarro, A. Arenas, J. & Rondan, F. (2014). “**External environment and the moderating role of export market orientation**”. Journal of Business Research, 67(5): 740-745.
- Oura MM, Zilber SN, Lopes EL. (2016). “**Innovation capacity, international experience and export performance of SMEs in Brazil**”. International Business Review, 25(4):921-32.
- Sandu S, Ciocanel B. (2014). “**Impact of R&D and Innovation on High-tech Export**”. Procedia Economics and Finance, 15(1): 80-90.
- Sharma, A. and Dharmendra, D. (1994). “**Casual Analyses between Export and Economic Groeth in developing Countries**”. Journal of Applied Economics, 26(1): 1145-1157.
- Sheridan, B.J. (2014). “**Manufacturing export and growth: When is a developing country ready to transition from primary exports to manufacturing exports**”. Journal of Macroeconomics, 42(1): 1-13.
- Silva GM, Gomes PJ, Lages LF. (2017). “**Does importer involvement contribute to product innovation? The role of export market factors and intra-firm coordination**”. Industrial

Marketing Management, 7(1): 117-126.

- Tariq H. Malik (2017). “**Varieties of capitalism, innovation performance and the transformation of science into exported products: A panel analysis**”. Journal Technological Forecasting & Social Change, 118(1): 324–333.
- Zafar F, Nawaz I, Aqib M, Shahzad N, Yasir M (2017). “**Contribution of Sports Goods Industry towards Economic Growth of Pakistan**”. Advances in Social Sciences Research Journal, 4(13): 1-19.

