

نقش عوامل اقتصاد کلان بر صادرات غیرنفتی ایران به ترکیه

صفرفضلی^۱

الهام صادقیان^۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۳/۳۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۳/۰۹

چکیده

توسعه صادرات غیرنفتی به عنوان مهم‌ترین استراتژی در جهت رهایی از وابستگی اقتصاد کشور به صادرات نفت محسوب می‌شود. در این راستا توجه به مقوله بازاریابی بین‌الملل که تحت تاثیر متغیرهای سطح بازار و متغیرهای اقتصاد کلان است، ضرورت دارد. در کشورهای در حال توسعه همچون ایران که در شرایط گذار هستند، اهمیت متغیرهای اقتصاد کلان در بازارهای بین‌الملل به مراتب مهم‌تر از متغیرهای سطح بازار است. از این رو در این مطالعه نقش متغیرهای اقتصاد کلان بر صادرات غیرنفتی ایران به بازار کشور ترکیه بر اساس روش *ARDL* طی دوره زمانی ۱۹۸۰-۲۰۱۲ بررسی شده است. نتایج حاصل از مطالعه نشان داد که در کوتاه مدت متغیرهای نرخ ارز موثر واقعی در ابتدا تاثیر منفی و با یکسال وقفه تاثیر مثبت بر صادرات غیرنفتی ایران به ترکیه دارد. همچنین بالا بودن رشد سطح عمومی قیمت‌ها در ترکیه نسبت به ایران و درآمد سرانه ترکیه در کوتاه مدت اثر مثبتی بر صادرات غیرنفتی ایران دارد، اما باز بودن تجاری ترکیه بدلیل پایین بودن قدرت رقابت‌پذیری کالاهای صادراتی ایران تاثیر منفی بر صادرات غیرنفتی ایران به ترکیه دارد. اما در بلندمدت تنها درآمد سرانه کشور ترکیه و باز بودن تجاری آن بر صادرات غیرنفتی ایران به آن تاثیر معنی‌داری دارد.

کلمات کلیدی: بازاریابی بین‌الملل، صادرات غیرنفتی، ترکیه، ایران، متغیرهای کلان اقتصادی

طبقه بندی *F1:JEL*

^۱ - استادیار دانشگاه بین‌المللی امام خمینی قزوین (نویسنده مسئول) Email: fazli@soc.ikiu.ac.ir

Email: elhamsadeghian09@gmail.com

^۲ - مربی دانشگاه سما کرمانشاه

مقدمه

بررسی روند سری‌های زمانی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران طی سال‌های مختلف نشان می‌دهد که حدود ۸۰ تا ۹۰ درصد درآمد صادرات کشور و ۴۰ تا ۵۰ درصد بودجه سالیانه دولت از محل صادرات نفت تامین می‌شود، همچنین بخش نفت به تنهایی ۲۰ درصد از کل تولید ناخالص داخلی کشور را شامل می‌شود. بر همین اساس، اقتصاد ایران همواره به لحاظ کسب درآمدهای ارزی به تولید و صادرات نفت وابسته بوده است. مشکلات ناشی از اقتصاد تک محصولی و اتکای بیش از حد به درآمدهای نفتی در طی سالیان متمادی، منجر شده است توجه صاحب‌نظران، پژوهشگران و برنامه‌ریزان اقتصادی کشور به سیاست جایگزینی صادرات غیر نفتی جهت تأمین ارز مورد نیاز کشور و ارائه راهکارهای لازم برای توسعه آن معطوف گردد و در برنامه‌های توسعه اقتصادی اجتماعی جمهوری اسلامی ایران نیز به این مسئله تأکید و اهمیت فراوانی داده شود.

در هر بازاری هدف صادراتی، صادرکنندگان درصددند با دستیابی به اطلاعات کافی و شناخت بازار و ساختار آن و تعیین درجه رقابت بین رقبای، سیاست‌های قیمتی و غیرقیمتی خود را طوری تدوین و طراحی کنند تا بتوانند منافع خود را حداکثر نمایند (خداداد کاشی و شهیکی تاش، ۱۳۸۴). از سوی دیگر ممکن است، کشوری در تولید و صدور کالایی از مزیت نسبی برخوردار باشد اما به علت نداشتن شناخت از بازارهای صادراتی و ناآگاهی از قوانین حاکم بر آن بازارها، از صدور کالا به آن بازارها ناتوان شود (خاکسار آستانه و همکاران، ۱۳۸۷). صادرات هر کشوری به بازار هدف صادراتی تحت تاثیر متغیرهایی است که در حیطه بازاریابی بین‌الملل بررسی می‌شوند. این متغیرها در وهله اول به متغیرهای اقتصاد کلان تاثیرگذار بر امر تجارت بین دو کشور مربوط هستند که به عنوان متغیرهای کلان محدود کننده، تسهیل کننده و محرک تجارت بین دو کشور تلقی می‌شوند. متغیرهای مذکور عموماً حاصل سیاست‌های ارزی، تجاری و شرایط اقتصاد داخلی کشورهای هدف صادراتی، کشور صادرکننده و کشورهای رقیب است. در وهله دوم متغیرها در سطح حوزه بازار مطرح هستند که بیشتر حاصل عملکرد و تعامل سیاست‌های بازاریابی بنگاه‌های اقتصادی است نه حاصل شرایط و سیاست‌های اقتصادی کشورهای تابعه. در کشورهای در حال توسعه همچون ایران به دلیل نوسان متغیرهای اقتصاد کلان اثرگذار بر فرآیند صادرات همچون نرخ ارز و سطح عمومی قیمت‌ها نسبت به مقادیر آنها در کشورهای هدف صادراتی، به نظر می‌رسد نقش این متغیرها در تغییرات سهم بازاری ایران در کشورهای هدف صادراتی به مراتب مهم‌تر از عملکرد خود بنگاه‌های صادراتی در بازار هدف باشند. بر همین اساس مطالعه حاضر نقش عوامل کلان اقتصادی در بازاریابی بین‌الملل را محور اصلی قرار داده و در این راستا به صورت موردی،

نقش عوامل مذکور در صادرات غیرنفتی ایران به ترکیه را طی دوره زمانی ۱۹۸۰-۲۰۱۲، به روش رگرسیون خودتوضیحی با وقفه های گسترده (ARDL)^۱ بررسی می کند. در ادامه در بخش دوم مقاله مبانی نظری و مطالعات تجربی بررسی می شوند، در بخش سوم روش رگرسیونی خودتوضیحی با وقفه های گسترده تشریح می شود. در بخش چهارم مدل تحقیق ارائه می شود. در بخش پنجم مدل برآورد و نتایج تحلیل می شوند. در بخش آخر نیز نتیجه گیری صورت می گیرد.

مبانی نظری و مروری بر پیشینه پژوهش

سیر تجارت در دنیا، کشورهای با اقتصاد بسته را به سیستم های باز اقتصادی به صورت پویا، تغییر داده است. در این راستا می توان از نظریه اسمیت^۲ در سال ۱۷۷۶ یاد کرد که کشورها تشویق به تولید و صادرات کالاهایی می شدند که در آن مزیت مطلق داشته باشند. پس از اسمیت، ریکاردو^۳ نظریه مزیت نسبی را مطرح نمود که به نظریه هزینه نسبی نیز معروف است. در این نظریه ریکاردو اثبات نمود، هر کشوری که در تولید یک کالا یا خدمت مزیت نسبی داشته باشد، اگرچه مزیت مطلوب نداشته باشد، موفق خواهد بود و عایدی و سود آن به تمام کشورهایی که با آن به مبادله می پردازند، تعلق خواهد گرفت. هشکر و اوهیلن نظریه وفور عوامل تولید^۴ را مطرح نمودند و اقتصاددانان دیگری مانند جانسون، جونز، لنکستر، استایلر، ساموئلسن^۵ آن را کامل نمودند. بنابر این نظریه، هر کشور کالاهایی را صادر خواهد کرد که برای تولید آنها از منابع پروفور خود نسبتاً به مقدار زیاد استفاده کرده است و کالاهایی را واردت خواهد کرد که عوامل تولید آنها در کشور کمیاب هستند. در ادامه توسعه نظریه های تجارت، هاربلر^۶ نظریه تقسیم کار ناقص را مطرح کرد و عقیده داشت که تقسیم کار بین الملل و تجارت بین المللی، به هر کشوری که وارد اقتصاد جهانی شود توانایی های لازم را می بخشد تا قادر به تخصص در تولید کالاهایی باشد که تولید و صدور آنها به نحو بهتر و ارزان تر امکان پذیر است. در نظر وی تقسیم کار بین المللی و تجارت جهانی از جمله عوامل اساسی فراهم آوری بهزیستی اقتصادی و افزایش درآمد ملی است. هاربلر معتقد است هر آنچه برای سطح زندگی و درآمدهای یک کشور مناسب باشد، طبعاً برای

^۱ - Autoregressive Distributed Lag method (ARDL)

^۲ - Smith

^۳ - Smith

^۴ - H-O Therom

^۵ - Johnson, Jones, Lancaster, stolper, samuelson

^۶ - harbeler

جریان توسعه اقتصادی نیز مفید خواهد بود. (تقوی و نعمتی‌زاده، ۱۳۸۳).

هم‌راستا با توسعه نظریات تجارت بین‌الملل، سیاست‌ها و استراتژی تجاری مختلفی نیز توسط کشورها به شکل گسترده مورد استفاده قرار گرفت. هدف عمده این سیاست‌ها در مورد صادرات کالاها فراهم آوردن بسترهای لازم برای رشد و توسعه صادرات در بازارهای بین‌المللی بود. مجموعه این سیاست‌ها در ادبیات بازاریابی بین‌المللی در سطح کلان به عنوان استراتژی توسعه صادرات شناخته می‌شود. از جمله اقدامات قابل تصور در مورد اجرای این استراتژی می‌توان به برنامه‌های تشویق صادرات اشاره کرد.

برنامه‌های تشویق صادرات از جمله سیاست‌های عمومی است که بدنبال بهبود در صادرات کالاها در سطوح بنگاه‌ها، صنایع و سطح ملی صورت می‌گیرد. (روت^۱، ۱۹۷۱) البته این سیاست‌ها جزء استراتژی‌های توسعه اقتصادی نیز محسوب می‌شوند که در حال حاضر در کشورهای در حال توسعه به شدت مورد استفاده قرار می‌گیرند. (سرینقوس و روزن^۲، ۱۹۹۰) از طرف دیگر دسترسی به بازارهای جهانی و صادرات کالا به این بازارها، یکی از اهداف اساسی اکثر بنگاه‌های تولیدی در تمام کشورهای دنیا می‌باشد. به هر حال دسترسی و موفقیت در بازارهای صادراتی آنچنان ساده نیز نبوده و این به دلیل طبیعت چندگانه محیط خارج از کشور به دلایل مختلف می‌باشد. (سامی و والترز^۳، ۱۹۹۰) در تحقیقات صورت گرفته به طور کلی عوامل متعددی در موفقیت صادرات کشورها عنوان شده (چتی و هامیلتون^۴، ۱۹۹۳)، که به‌طور خلاصه می‌توان این عوامل را در ۵ طبقه به صورت زیر خلاصه نمود:

الف - خصوصیات مدیریتی، تجربی و رفتاری تصمیم‌گیران واحدهای تولیدی و تصمیم‌گیران در سطح ملی.

ب - خصوصیات مربوط به عملکرد، منابع و اهداف سازمان صادرکننده.

ج - عوامل اقتصاد کلان محیط درونی که واحدهای تولیدی در آنها فعالیت کرده و محیط خارج از کشور.

د - تعریف، انتخاب و تجزیه بازارهای بین‌المللی.

ه - متغیرهای بازاریابی شامل قیمت گذاری، توزیع و استراتژی‌های توسعه صادرات هولزموور و کسپر^۵ (۱۹۹۱) متغیرهای اثرگذار بر عملکرد صادرات را به ۳ دسته طبقه‌بندی

¹ - Root

² - Seringhaves & Rossen

³ - Samiee & Walters

⁴ - Chetty & Hamilton

⁵ - Holzmuller & Kasper

نموده‌اند. گروه اول شامل متغیرهای مربوط به عوامل مدیریتی، ساختاری و محیطی بوده که بصورت غیر مستقیم بر عملکرد صادرات اثرگذار می‌باشند. دسته دوم شامل متغیرهایی است که نشان‌دهنده استراتژی‌های بازاریابی صادرات واحدهای تولیدی می‌باشند. از جمله متغیرهای معرفی شده در این مطالعه در این زمینه را می‌توان به برنامه‌های بازاریابی و هدف‌گذاری موجود اشاره نمود. این متغیرها بصورت مستقیم بر صادرات اثرگذار هستند. استراتژی‌های توسعه صادرات نیز جزء این دسته از متغیرها بررسی شده‌اند. و دسته سوم متغیرها شامل اندازه‌گیری‌های اقتصادی و غیراقتصادی از عملکرد صادرات واحدهای تولیدی می‌باشند. نتایج این مطالعه نشان‌دهنده اثر معنی‌دار متغیرهای معرفی شده بر صادرات می‌باشد.

در برخی از مطالعات نیز به بررسی نقش هر کدام از گروه‌های مطرح شده در بالا به تفکیک بر صادرات پرداخته شده است. بطور مثال گرِنلی^۱ (۱۹۸۶) و میلروکارینال^۲ (۱۹۹۴) به نقش عوامل بازاریابی صادراتی بر عملکرد صادرات پرداخته‌اند. بیلکی^۳ (۱۹۷۸) در مطالعه خود ۵ مرحله متفاوت را برای توسعه صادرات و فرآیند جهانی شدن صادرات مطرح نموده است. در اولین مرحله واحدهای تولیدی تمایل به صادرات داشته اما کمبود امکانات باعث می‌شود که این مهم صورت نگیرد. در مرحله دوم با ایجاد امکانات، امکان صادرات برای واحدهای تولیدی صورت می‌گیرد. در مرحله سوم واحدهای تولیدی بصورت تجربی کالاهای خود را به کشورهای همجوار صادر می‌کنند. در مرحله چهارم صادرات این کشورها به دلیل تغییرات در شرایط محیط داخلی و بیرون همچون تغییر در نرخ ارز، تعرفه‌ها، درآمد خارجیان و ... تغییر پیدا کرده اما همچنان صادرات به کشورهای همجوار صورت می‌گیرد. در مرحله پنجم که آخرین مرحله نیز می‌باشد، نتایج و تجربیات موجود به همراه همکاری‌های صورت گرفته از جانب دولت و ... باعث بسط و گسترش صادرات به کشورهای دیگر خواهد شد. در این مرحله نیازمند شناساندن کالاهای تولید شده به جهانیان بوده که این خود نیازمند بازاریابی دقیق و کافی می‌باشد.

جوهانشون و والِن^۴ (۱۹۷۷)، بیلکی (۱۹۷۸)، در مطالعات خود رفتار صادراتی واحدهای تولیدی را مورد بررسی قرار داده‌اند. نتیجه‌ای که از این مطالعات استخراج شده آن است که توسعه صادرات یک فرآیند یادگیری را بدنبال دارد. به دنبال فعالیت واحدهای تولیدی و جهانی شدن فعالیت‌های آنان، مسائل متعددی روبروی آنها قرار خواهد گرفت. در این حالت واحدهای تولیدی

1- Greenly

2- Miller & Cardinal

3- Bilkey

4- Johanson & Vahlne

بدنبال کمک‌های مناسب دولتی جهت فائق آمدن بر این مشکلات خواهند بود. بیکی در مطالعه خود دلایل اصلی عدم ورود واحدهای تولیدی به بازارهای جهانی را به صورت زیر خلاصه می‌کند.

الف - عدم وجود اطلاعات دقیق در رابطه با بازارهای جهانی و ارتباط با آنها.

ب - پیچیدگی فرآیند صادرات.

ج - ریسک وعدم اطمینان بدلیل ورود به بازارهای جدید.

د - پایین بودن کیفیت کالاهای تولیدی وعدم رقابت با بازارهای جهانی.

و - پیشنهاد می‌کند که عمده این مشکلات را می‌توان از طریق استراتژی‌های مناسب صادرات حل نمود. به‌طور مثال وی تشکیل نمایشگاه‌های بین‌المللی را برای دادن اطلاعات درمورد بازارهای جهانی فرآیند صادرات و پایین آوردن ریسک ورود به بازارهای جدید توصیه می‌کند. در یک دید کلی دیگر بر اساس مطالب فوق و سایر مطالعات مرتبط می‌توان متغیرهای تاثیر گذار بر صادرات به را به دو قسم متغیرهای کلان اقتصادی و متغیرهای عملکردی سطح بنگاهی تقسیم‌بندی کرد. متغیرهای کلان اقتصادی حاصل شرایط و سیاست‌های اقتصادی کشورهای صادرکننده، واردکننده و کشورهای رقیب است که به صورت برون‌زا عملکرد بنگاه‌های صادراتی را متاثر می‌کنند. اما متغیرهای عملکردی سطح بنگاه حاصل سازکارها و سیاست‌های تحقیقاتی، تولیدی و بازاریابی خود بنگاه‌هاست و به صورت درون‌زا در تعیین میزان سهم بازاری بنگاه در بازار صادراتی کشور هدف نقش دارد. در کشورهای در حال توسعه همچون ایران به دلیل شرایط گذار و پرنوسان اقتصادی آنها و همچنین عدم تعادل و ثبات در سیاست‌گذاری‌های مرتبط با امر تجارت، حضور بنگاه‌های صادراتی آن در بازارهای هدف بیشتر از متغیرهای کلان اقتصادی تاثیر می‌پذیرند. اما از آنجا که شرایط اقتصادی و سیاست‌گذاری‌های اقتصادی از ثبات نسبی برخوردار هستند، نقش متغیرهای کلان که شامل عوامل قیمتی و غیر قیمتی می‌شوند در تعیین سهم بنگاه‌های آنها از بازار صادراتی کاهش یافته و این سهم بیشتر حاصل عملکرد خود بنگاه‌هاست. به همین دلیل در مطالعه حاضر که با محوریت صادرات غیر نفتی ایران به کشور ترکیه است، بر اثرات متغیرهای اقتصاد کلان اکتفا شده است. در ادامه به برخی از مطالعات مرتبط خارجی و داخلی اشاره می‌شود.

کوکی^۱ (۲۰۱۴) یک مدل تعادل عمومی پویای بین دو کشوری را برای بررسی ارتباط بین نرخ ارز واقعی و صادرات توسعه داده است. در این مدل قیمت‌ها به صورت چسبنده در نظر گرفته

^۱ - Cooke

شده‌اند. در این تحقیق نشان داده شده است که نرخ ارز از طریق شاخص قیمت‌های مصرفی بر صادرات اثر می‌گذارد.

رودریگویزپوز و همکاران^۱ (۲۰۱۳) به تاثیر متغیرهای سطح بنگاهی و اقتصاد کلان بر صادرات بنگاه‌ها در کشور اندونزی با تاکید بر شرایط جغرافیایی بنگاه‌ها طی دوره‌ی زمانی ۱۹۹۰-۲۰۰۵ پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه نشان داد که هم عوامل درونی و هم بیرونی مهم هستند. آنها نشان دادند که شرایط استانی که بنگاه‌ها در آن مستقر هستند و همچنین بنگاه‌هایی که در همسایگی این استان‌ها قرار دارند، تعیین‌کننده صادرات بنگاه‌هاست. به عبارت بهتر اثرات سرریز از بنگاه‌های واقع در استان‌ها به بنگاه‌های حومه وجود دارد. به عبارتی اثرات تراکم، آموزش، زیرساخت‌های حمل و نقل نقش برجسته‌ای را در گرایش‌ها بنگاه‌ها به صادرات و همچنین اثرات سرریز ایفا می‌کنند.

محمدی لیمائی و همکاران^۲ (۲۰۱۱) به بررسی واردات و صادرات چوب در ایران و تعیین ارتباط آن با متغیرهای اصلی اقتصاد کلان مانند جمعیت، تولید ناخالص داخلی (GDP)، قیمت جهانی نفت و میزان تولید چوب داخلی پرداخته‌اند. در این راستا آنها از تجزیه و تحلیل رگرسیون چند متغیره (MRA) استفاده کرده‌اند. نتایج نشان داد که ارتباط معنی داری با سطح معنی داری ۵ درصد بین واردات چوب به عنوان یک متغیر وابسته و جمعیت، GDP و میزان تولید چوب داخلی به عنوان متغیر مستقل وجود دارد. همچنین ارتباط معنی داری بین صادرات چوب و جمعیت، تولید ناخالص داخلی، میزان تولید چوب داخلی و قیمت جهانی نفت وجود دارد.

واگنر^۳ (۲۰۰۷)، به بررسی رابطه میان صادرات و بهره‌وری در ۳۴ کشور (که شامل کشورهای پیشرفته صنعتی مانند ایالات متحده، انگلستان، کانادا و آلمان؛ همچنین کشورهای آمریکای لاتین مانند کلمبیا و مکزیک و کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه یافته مانند استونی و سلوونی و کشورهای آفریقایی) طی سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۰۶ پرداخته‌اند. نتایج حاصل از تحقیق بر بالا بودن سطح بهره‌وری شرکت‌هایی که مبادلات بین‌المللی دارند، نسبت به شرکت‌هایی که بازار داخل را به عنوان هدف انتخاب می‌نمایند و همچنین موفق تر بودن مؤسسات دارای بهره‌وری بالاتر در بازارهای جهانی تأکید دارد.

گرینوی و لندر^۴ (۲۰۰۴) از اطلاعات مربوط به ۱۱۲۲۵ موسسه بازرگانی انگلستان استفاده‌ها این

1- Rodríguez-Pose et al.

2- MohammadiLimaie et al.

3- Wagner

4- Greenaway & Kneller

مؤسسات را در بازه زمانی ۲۰۰۲ به دو دسته صادرکننده و غیرصادرکننده تقسیم کرده‌اند و پس از تحلیل تطبیقی اطلاعات نتیجه گرفته‌اند که یکی از عوامل مهم موفقیت در بازارهای جهانی افزایش بهره‌وری است.

اسما و همکاران (۱۳۹۲)، به تاثیر نااطمینانی نرخ ارز بر صادرات غیرنفتی ایران پرداخته‌اند. در این مطالعه، شاخص نااطمینانی نرخ ارز با استفاده از الگوی واریانس ناهمسانی شرطی اتورگرسیو تعمیم یافته (GARCH) برآورد شد. آن‌گاه برای برآورد رابطه بین نااطمینانی نرخ ارز و صادرات غیرنفتی برای دوره زمانی ۱۳۸۹-۱۳۵۹، مدل‌های اقتصادسنجی تصحیح خطای برداری (VECM) و رهیافتخودرگرسیون برداری (VAR) به کار گرفته شد. نتایج این پژوهش نشان داد که نااطمینانی نرخ ارز در کوتاه مدت با ضریب ۱/۰۶ در بلندمدت با ضریب ۷/۲۹ تاثیر منفی و معنی داری بر صادرات غیرنفتی دارد. بنابراین گسترش عدم اطمینان نرخ ارز با ایجاد بستر نامناسب برای صادرات موجب خروج صادرکنندگان از بخش‌های صادراتی و کاهش صادرات غیر نفتی می‌شود.

دژپسند و همکاران (۱۳۹۰) به بررسی عوامل موثر بر صادرات غیرنفتی با تاکید بر عوامل غیرقیمتی پرداخته‌اند. در این مطالعه صادرات غیرنفتی تابعی از متغیرهای نرخ ارز حقیقی، بهره‌وری کل عوامل تولید، تولید ناخالص داخلی و درجه باز بودن اقتصاد در نظر گرفته شده است و از روش ARDL به منظور برآورد مدل و بررسی اثر تغییرات هر یک از این عوامل بر صادرات غیرنفتی در طی سال‌های ۸۶-۱۳۵۳ استفاده شده است. نتایج حاصل نشان می‌دهد که صادرات غیرنفتی به طور اساسی به وضعیت متغیرهای غیرقیمتی وابسته بوده و این تاثیر قابل ملاحظه و تعیین کننده است، به طوری که نتایج حاصل از برآوردها حکایت از تاثیر مثبت بهره‌وری، درجه باز بودن اقتصاد و تولید ناخالص داخلی بر صادرات غیرنفتی دارد، البته با توجه به وجود مشکلات مبنایی که در بخش تولید و صادرات کشور وجود دارد و با عنایت به نتایج برآورد شده، نرخ ارز تاثیر معنی داری بر صادرات غیرنفتی ندارد.

ناظمی (۱۳۸۸)، اثر متغیرهای کلان اقتصادی بر صادرات غیر نفتی را بررسی کرده‌اند. این مطالعه تلاش کرده است پس از تحلیل نظری اهمیت و جایگاه صادرات غیر نفتی کشور، با استفاده از روش حداقل مربعات معمولی ارتباط متغیرهای کلان اقتصادی همانند تورم، نرخ ارز و تولید ناخالص داخلی را با صادرات غیر نفتی مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد. داده‌های آماری مورد استفاده در این تحقیق مربوط به بعد از انقلاب می‌باشد. این مطالعه نشان می‌دهد که الف- یک ارتباط مثبت بین نرخ ارز و تولید ناخالص داخلی با صادرات غیر نفتی و ب- یکارتباط معکوس بین نرخ تورم و صادرات غیر نفتی در اینفاصله‌ها مانو وجود دارد. طبق یافته‌های این تحقیق

سیاست‌گذاران اقتصادی می‌توانند از طریق کاهش نرخ تورم و افزایش تولید ناخالص داخلی و نرخ ارز قدم‌های سازنده‌ای را در جهت توسعه صادرات غیرنفتی کشور بردارند.

احسانی و همکاران (۱۳۸۸) بی‌ثباتی نرخ ارز موزون واقعی بر صادرات غیرنفتی ایران طی سال‌های ۱۳۳۸-۸۳ را بررسی کرده‌اند. برای کمی کردن بی‌ثباتی نرخ ارز از دو شاخص انحراف معیار شرطی و انحراف معیار میانگین متحرک استفاده شده است. روش اقتصادسنجی مورد استفاده تکنیک جوهانسون - جوسیلیوس و روش خود بازگشت با وقفه‌های توزیعی گسترده (ARDL) می‌باشد. بر اساس یافته‌های تحقیق، اثر مثبت نرخ ارز و اثر منفی بی‌ثباتی آن بر صادرات غیرنفتی مورد تایید قرار گرفته است.

دژسند و کرمی (۱۳۸۷)، به بررسی اثر تجارت الکترونیکی بر صادرات غیرنفتی می‌پردازد. وی در این مطالعه دو گروه از کشورها را مورد بررسی قرار می‌دهد. گروه اول شامل آمریکا، کانادا، فرانسه، کره جنوبی، مالزی، سنگاپور، چین، دانمارک و هند بوده و گروه دوم شامل کشورهای ایران، پاکستان، اسپانیا، ایتالیا، یونان و لهستان می‌باشد. داده‌های مورد بررسی در این پژوهش مربوط به دوره ۲۰۰۰-۲۰۰۶ و از روش داده‌های تابلویی استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد که تجارت الکترونیک بر الگوی تجاری کشورهای مورد بررسی تأثیرگذار است و با افزایش ضریب نفوذ اینترنت و هزینه‌های صرف شده روی تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات، حجم صادرات این کشورها به طور معناداری افزایش می‌یابد.

تقوی و نعمتی‌زاده (۱۳۸۳) نیز اثر متغیرهای کلان اقتصادی بر صادرات غیرنفتی در اقتصاد ایران را بررسی کرده است. این تحقیق در پی تعیین اثر متغیرهای کلان اقتصادی، همانند نرخ ارز، نرخ تورم، تولید ناخالص داخلی واقعی بر صادرات غیرنفتی طی سال‌های ۱۳۵۰ تا ۱۳۸۰ و همچنین پیش‌بینی این روند تا ده سال آینده بود. در این پژوهش از روش VAR نامفید در اقتصادسنجی استفاده گردیده است. نتایج داد طی سال‌های ۱۳۵۰ تا ۱۳۸۰ تولید ناخالص داخلی و نرخ ارز بر صادرات غیرنفتی اثر مستقیم داشته است و نرخ تورم بر صادرات غیرنفتی تقریباً بی‌اثر بوده است. همچنین در نتایج پیش‌بینی سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۳۹۱ مشاهده می‌گردد که در بلندمدت تولید ناخالص داخلی بر صادرات غیرنفتی تأثیر نداشته و در این زمینه شبیه‌سازی نیز ارائه گردیده است. از مطالعات دیگر می‌توان به عباس شاکری (۱۳۸۳)، سجادی (۱۳۷۹)، پاکدامن (۱۳۷۷)، هادیان (۱۳۷۷) و شرزه‌ای (۱۳۷۵) اشاره کرد. تفاوت مطالعه‌ی حاضر با مطالعات مذکور در بازه زمانی و همچنین مطالعه موردی بازار صادراتی غیرنفتی ایران در کشور ترکیه است.

متدولوژی تحقیق

در صورتی که متغیرهای سری زمانی مانا نباشند، صرفاً زمانی مدل‌های اقتصادسنجی از اعتبار کافی برخوردار خواهند بود که سری‌های زمانی مذکور هم انباشته باشند. مفهوم هم‌انباشتگی آن است که وقتی دو یا سه سری زمانی بر اساس مبانی نظری با یکدیگر ارتباط داده می‌شوند تا یک رابطه بلندمدت تفاضلی را شکل دهند، هرچند خود این سری‌های زمانی دارای روندی تصادفی (ناپایا) باشند اما در طول زمان یکدیگر را دنبال می‌کنند، به گونه‌ای که تفاضل آنها با ثبات (پایا) است (نوفرستی، ۱۳۷۸). به منظور بررسی وجود هم‌انباشتگی (روابط بلندمدت) می‌توان از روش انگل-گرنجر استفاده کرد که در رگرسیون‌های بیش از دو متغیره، به دلیل نقاط ضعفی که دارد، توصیه نمی‌شود. از روش‌های دیگر می‌توان به روش حداکثر درست‌نمایی جوهانسون-جوسیلیوس و مدل‌های تصحیح خطا اشاره کرد که به علت محدودیت‌های موجود در این روش‌ها، رهیافت‌های مناسب‌تری برای تحلیل روابط بلندمدت و کوتاه مدت بین متغیرها پیشنهاد شده است که در این میان می‌توان به رهیافت ARDL اشاره کرد (پسران و پسران، ۱۹۹۷).

مزیت به‌کارگیری روش ARDL این است که صرف نظر از اینکه متغیرهای تحقیق در سطح مانا باشند یا با یکبار تفاضلگیری مانا شوند، می‌توان رابطه‌ی هم‌انباشتگی (بلندمدت) بین متغیرها را بررسی و بدست آورد. یک مدل $ARDL(p, q_1, q_2, \dots, q_k)$ را می‌توان به‌صورت زیر نوشت:

$$\alpha(L, p)Y_t = \sum_{i=1}^k \beta_i(L, q_i)X_{it} + \delta W_t + \varepsilon_t \quad (1)$$

$$\alpha(L, p) = 1 - \alpha_1 L - \alpha_2 L^2 - \dots - \alpha_p L^p$$

$$\beta_i(L, q_i) = 1 - \beta_{i1} L - \beta_{i2} L^2 - \dots - \beta_{iq} L^q$$

که در آن؛ L عملگر وقفه؛ W_t برداری از متغیرهای قطعی (غیرتصادفی) نظیر عرض از مبدأ، متغیر ورنده، متغیرهای مجازی و یا متغیرهای برونزا با وقفه‌های ثابت، p وقفه‌های به‌کار گرفته شده برای متغیر وابسته و q_i وقفه‌های به‌کار گرفته شده برای متغیرهای مستقل است.

تعداد وقفه‌های بهینه برای هر یک از متغیرهای توضیحی را می‌توان با کمک یکی از ضوابط آکائیک^۲ (AIC)، شوارتز-بیزین^۳ (SBC)، حنان-کوئین^۴ (HQC) و یا ضریب تعیین تعدیل

¹-Pesaran and Pesaran

²- Akaike Criter

³- Schwarz Criter

⁴- Hannan-Quinn Criter

شده^۱ تعیین کرد. معمولاً در نمونه‌های کمتر از ۱۰۰، از معیار شوارتز-بیزین استفاده می‌شود، تا درجه آزادی زیادی از بین نرود. این معیار در تعیین وقفه‌ها صرفه جویی می‌نماید و در نتیجه، تخمین از درجه آزادی بیشتر بر خوردار خواهد بود. (پسران و شین^۲، ۱۹۹۶)

تخمین‌های روش ARDL، به دلیل اجتناب از مشکلاتی همچون خودهمبستگی و درون‌زایی، کارا هستند. همچنین با انجام این روش می‌توان تحلیل‌های اقتصادی را در دوره‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت انجام داد (قلی‌زاده و کمیاب، ۱۳۸۷). به همین دلیل در مطالعه حاضر مدل فوق را به کار برده و برای انجام تخمین مذکور از نرم‌افزار مایکروفیت^۳ استفاده می‌شود. این نرم‌افزار معادله را برای تمام حالات و برای کلیه ترکیبات ممکن مقادیر، یعنی به تعداد $(m+1)^{k+1}$ بار (m حداکثر تعداد وقفه و k تعداد متغیرهای توضیحی است) برآورد می‌کند. (اعظم‌زاده شورکیوخلیلیان، ۱۳۸۹)

گام دوم در تخمین مدل ARDL بررسی وجود رابطه بلندمدت است. برای آن که الگوی پویای خود بازگشت با وقفه‌های توزیعی به سمت تعادل بلندمدت گرایش داشته باشد، باید مجموع ضرایب با وقفه (p تعداد وقفه) متغیر وابسته در الگوی پویای برآوردی کوچک‌تر از یک باشد. بنابراین برای آزمون وجود هم‌انباشتگی در الگوی خود بازگشت وقفه‌ی توزیعی، آزمون فرضیه زیر لازم است:

$$H_0 = \sum_{i=1}^p \alpha_i - 1 \geq 0 \quad (2)$$

$$H_1 = \sum_{i=1}^p \alpha_i - 1 < 0$$

کمیت آماره t مورد نیاز برای انجام آزمون فوق به صورت زیر محاسبه می‌شود:

$$t = \frac{\sum_{i=1}^p \alpha_i - 1}{\sum_{i=1}^p S.E_{\alpha_i}} \quad (3)$$

که در آن $S.E_{\alpha_i}$ انحراف معیار متغیر وابسته در وقفه i ام است. مقدار آماره t محاسباتی فوق با کمیت بحرانی بنرجی، دولادو و مستر^۴ (۱۹۹۳)، مقایسه می‌شود. چنانچه مقدار آماره t به دست آمده بزرگ‌تر از مقدار بحرانی باشد، فرضیه H_0 (عدم وجود هم‌انباشتگی) رد شده و وجود رابطه تعادلی بلندمدت تایید می‌شود. پس با رد فرضیه H_0 ، می‌توان به بررسی رابطه‌ی بلندمدت بین متغیرهای الگو پرداخت (ابونوری و خانعلی‌پور، ۱۳۸۸).

در صورتی که متغیرهای مدل با هم هم‌انباشته باشند، این امکان وجود دارد که در کوتاه مدت

1- R-Bar Squared

2- Pesaran and Shin

3- Microfit 4.1

4- Banerjee, Dolado and Mestre

عدم تعادلی بین آنها موجود باشد. بنابراین، می توان جمله خطا را به عنوان «خطای تعادل»^۱ به حساب آورد. این خطا برای پیوند دادن رفتار کوتاه مدت متغیر وابسته با مقدار تعادلی بلندمدت آن مورد استفاده قرار می گیرد. بدین منظور، می توان از مدل تصحیح خطا (ECM)^۲ استفاده نمود. مقدار عددی جزء تصحیح خطا نشانگر این است که چه میزان از انحراف و عدم تعادل متغیر وابسته در یک دوره، در دوره بعد اصلاح می شود. هرچه این مقدار بزرگتر باشد، سرعت تعدیل و بازگشت به مسیر بلندمدت تعادلی بیشتر خواهد بود (صادقی شاهدانی و همکاران، ۱۳۸۸).

مدل تحقیق

با توجه اینکه مدل تحقیق حاضر با استفاده از روش ARDL برآورد می شود لذا مدل پویای تحقیق به صورت زیر خواهد بود:

$$\begin{aligned} \exp ir_t = & \beta_0 + \sum_{i=1}^p \alpha_i \exp ir_{t-i} + \sum_{i=0}^{q1} \beta_{1i} \text{exc hir}_{t-i} \\ & + \sum_{i=0}^{q2} \beta_{2i} \text{pgdptur}_{t-i} + \sum_{i=0}^{q3} \beta_{3i} \text{inf } r_{t-i} \\ & + \sum_{i=0}^{q4} \beta_{4i} \text{opentu } r_{t-i} + \varepsilon_t \end{aligned} \quad (4)$$

در صورت وجود همجمعی؛ رابطه بلندمدت تحقیق نیز به صورت زیر خواهد بود:

$$\exp ir_t = \beta_0 + \beta_1 \text{exc hir}_t + \beta_2 \text{pgdptur}_t + \beta_3 \text{inf } tr_t + \beta_4 \text{open}_t + \varepsilon_t \quad (5)$$

در صورت وجود رابطه بلندمدت مدل تصحیح خطای تحقیق نیز به صورت زیر است:

$$\begin{aligned} \Delta \exp ir_t = & \sum_{i=1}^p \alpha_i \Delta \exp ir_{t-i} + \sum_{i=0}^{q1} \beta_{1i} \Delta \text{pgdptur}_{t-i} + \sum_{i=0}^{q2} \beta_{2i} \text{inf } r_{t-i} \\ & + \sum_{i=0}^{q3} \beta_{3i} \Delta \text{LOPEN}_{t-i} + \text{ECM}_{t-1} + \varepsilon_t \end{aligned} \quad (6)$$

که در آن $\exp ir_t$: لگاریتم صادرات غیر نفتی ایران به کشور ترکیه در زمان t ، exchir_t ؛ لگاریتم طبیعی نرخ ارز موثر واقعی ایران در سال t ، pgdpi_t ؛ لگاریتم طبیعی درآمد سرانه کشور ترکیه در سال t ، inftr_t ؛ لگاریتم طبیعی نسبت سطح عمومی قیمت ها در ترکیه نسبت به ایران در سال t ، لگاریتم طبیعی درصد نسبت حجم تجارت به تولید ناخالص داخلی (شاخص باز بودن تجاری) کشور ترکیه برای سال t و ε_t پسماند مدل است.

¹- Equilibrium Error

²- Error Correction Mechanism (Model)

برآورد مدل و یافته‌های پژوهش

قبل از برآورد مدل لازم است ریشه واحد متغیرهای تحقیق مورد آزمون قرار گیرد. در این تحقیق برای این منظور از آزمون دیکی- فولر تعمیم یافته استفاده شده است. نتایج در جدول (۱) ارائه شده است. بر اساس جدول (۱) تمامی متغیرهای تحقیق در سطح نامانا بوده و با یکبار تفاضل‌گیری مانا می‌شوند. برای برآورد مدل تحقیق به روش ARDL، نرم افزار مایکروفت با تعیین حداکثر ۳ وقفه و مطابق معیار شوآرز- بیزین تنظیم شد. بر اساس این معیار مدل پویای بهینه بر اساس وقفه‌های $ARDL(1,1,0,1,1)$ تعیین شد، نتایج حاصل در جدول (۲) گزارش شده است. بر اساس ارزش مطلق مقدار آماره آزمون وجود هم‌انباشتگی بنرجی، دولادو و مستر (۱۹۹۳) در این مدل برابر با $۴/۸۵۲$ می‌باشد که از مقدار بحرانی بیشتر است. در نتیجه می‌توان بیان کرد که رابطه هم‌انباشتگی (بلندمدت) بین متغیرها وجود دارد. نتایج برآورد رابطه هم‌انباشتگی نیز در جدول (۲) گزارش شده است.

جدول ۱: نتایج حاصل از آزمون ریشه واحد دیکی-فولر تعمیم یافته (ADF)

متغیر	آماره محاسباتی	مقادیر بحرانی در سطح احتمال			نتیجه
		۱ درصد	۵ درصد	۱۰ درصد	
$exp\ ir_t$	-۰/۶۲۶	-۳/۶۵۳	-۲/۹۵۷	-۲/۶۱۷	نامانا در سطح
$exc\ hir_t$	-۰/۶۱۲	-۲/۶۴۱	-۱/۱۹۵	-۱/۶۱۰	نامانا در سطح
$Pgdptur_t$	۳/۴۳۴	-۲/۶۴۱	-۱/۱۹۵	-۱/۶۱۰	نامانا در سطح
$inf\ tr_t$	-۱/۳۷۴	-۲/۶۴۱	-۱/۱۹۵	-۱/۶۱۰	نامانا در سطح
$opentu\ r_t$	-۱/۳۷۴	-۲/۶۴۱	-۱/۱۹۵	-۱/۶۱۰	نامانا در سطح
$\Delta exp\ ir_t$	-۵/۵۵۰	-۳/۶۶۱	-۲/۹۶۰	-۲/۶۱۹	مانا با تفاضل‌گیری
$\Delta exc\ hir_t$	-۳/۵۴۱	-۲/۶۴۱	-۱/۹۵۲	-۱/۶۱۰	مانا با تفاضل‌گیری
$\Delta pgdptur_t$	-۴/۶۳۵	-۲/۶۴۱	-۱/۹۵۲	-۱/۶۱۰	مانا با تفاضل‌گیری
$\Delta inf\ tr_t$	-۲/۱۴۳	-۲/۶۴۱	-۱/۹۵۲	-۱/۶۱۰	مانا با تفاضل‌گیری
$\Delta opentu\ r_t$	-۴/۶۱۹	-۲/۶۴۱	-۱/۹۵۲	-۱/۶۱۰	مانا با تفاضل‌گیری

منبع: یافته‌های تحقیق

بر اساس نتایج حاصل از برآورد مدل پویا در جدول (۲)، با افزایش یک درصدی در صادرات محصولات غیر نفتی در یکسال معین به ترکیه انتظار بر این است که به میزان $۰/۴۰۸$ درصد صادرات غیر نفتی سال بعدی با افزایش مواجه شود. افزایش نرخ ارز موثر واقعی ایران در همان

سال تاثیر منفی بر صادرات غیر نفتی دارد به طوری که با افزایش یک درصدی نرخ مذکور میزان صادرات غیر نفتی ایران به کشور ترکیه در همان سال به میزان $0/676$ درصد کاهش می‌یابد. این مسئله به وابستگی صادرات غیر نفتی ایران به واردات کالاهای سرمایه‌ای و واسطه‌ای مربوط می‌شود. چراکه افزایش تولید پروسه‌ای زمان‌بر است و ضمن آن‌که همزمان با افزایش نرخ ارز قیمت کالاها و نهاده‌های وارداتی افزایش می‌یابد و همین امر تولید صادراتی کشور را در ابتدا محدود می‌کند. البته بعد از یکسال، صادرات غیر نفتی به ترکیه به تغییرات نرخ ارز موثر واقعی واکنش نشان می‌دهد به طوری که به ازای یک درصد افزایش در نرخ ارز میزان صادرات غیر نفتی ایران به ترکیه با یکسال وقفه به میزان $0/860$ درصد افزایش می‌یابد. افزایش درآمد سرانه ترکیه بدون وقفه‌ی زمانی منجر به افزایش واردات آن از ایران می‌شود. به اصطلاح تقاضای کشور ترکیه برای واردات محصولات غیر نفتی از ایران افزایش می‌یابد. به طوری که بر اساس نتایج برآورد با افزایش یک درصدی در درآمد سرانه کشور ترکیه میزان واردات آن از کشور ایران به میزان $2/467$ درصد افزایش پیدا می‌کند. افزایش سطح عمومی قیمت‌ها در ترکیه نسبت به ایران در ابتدا منجر به کاهش صادرات ایران به این کشور می‌شود که می‌توان دلیل این امر را به این امر نسبت داد که در این حالت لیر ترکیه در مقایسه با ریال ایران تضعیف می‌شود؛ همین امر به مفهوم افزایش قیمت کالاهای وارداتی به ترکیه است، لذا طبیعی است که تقاضا برای کالاهای صادراتی ایران در ترکیه کاهش یابد اما بعد از یکسال روند معکوس می‌شود؛ چراکه صادرکنندگان ایرانی فرصت کافی برای افزایش تولید و بهره‌مندی از قیمت‌های بالاتر محصولات در ترکیه برخوردار بوده‌اند. بر اساس نتایج برآورد به ازای یک درصد رشد بیشتر سطح عمومی قیمت‌ها در ترکیه نسبت به ایران، میزان صادرات غیر نفتی ایران به ترکیه در ابتدا به میزان $1/683$ درصد کاهش و با یک سال وقفه به میزان $1/717$ درصد افزایش می‌یابد. اما شاخص بازبودن تجاری ترکیه با یکسال وقفه تاثیر معنی‌داری بر روی میزان صادرات غیر نفتی ایران به ترکیه خواهد داشت و این تاثیرگذاری در جهت معکوس می‌باشد. به طوری که با افزایش یک درصدی در نسبت تجارت به تولید ناخالص داخلی ترکیه بعد از یکسال به میزان $1/386$ درصد از صادرات غیر نفتی ایران به این کشور کاسته خواهد شد. این امر را می‌توان چنین تفسیر کرد که با باز بودن تجاری بیشتر کشور ترکیه ورود سایر کشورها به بازارهای آن با سهولت بیشتری رخ می‌دهد و محصولات صادراتی ایران با محصولات صادراتی کشورهای رقیب توان رقابت ندارد و لذا به مرور ایران سهم بازاری خود را از دست می‌دهد. این در حالی است که با افزایش باز بودن تجاری سهولت و کاهش هزینه‌ها در امر تجارت با کشور ترکیه رخ می‌دهد.

در جدول (۲) نتایج حاصل از آماره‌های نیکویی برازش حاکی از معنی‌داری کل رگرسیون و همچنین آزمون‌های فروض کلاسیک نیز حاکی از صادق بودن کلیه فروض کلاسیک در مورد مدل پویای برآوردی است. همچنین بر اساس ضرایب مدل بلند مدت فقط متغیرهای درآمد سرانه ترکیه و باز بودن تجاری ترکیه است که بر میزان صادرات غیر نفتی ایران به کشور ترکیه تاثیر معنی‌داری دارد به طوری‌که با افزایش یک درصدی در درآمد سرانه ترکیه و باز بودن تجاری آن میزان صادرات غیر نفتی ایران به بازارهای ترکیه به ترتیب به میزان $4/168$ درصد افزایش و به میزان $2/698$ درصد کاهش خواهد یافت. این ضرایب ضرورت برنامه‌ریزی در جهت افزایش قدرت رقابت‌پذیری صنایع صادراتی کشور ایران به کشور ترکیه را بیش از پیش الزام می‌بخشد. اما بر اساس نتایج حاصل از برآورد مدل تصحیح خطا (جدول (۳)) حدود $59/2$ درصد از انحراف و عدم تعادل متغیر صادرات غیر نفتی ایران به ترکیه در یک دوره، در دوره بعد اصلاح می‌شود.

جدول ۲: نتایج برآورد مدل پویا (ARDL(1,1,0,1,1)) و مدل بلند مدت

مدل	مدل پویا (ARDL)		رابطه هم انباشتگی (بلندمدت)		
	ضریب	انحراف معیار	متغیر	ضریب	انحراف معیار
exp ir _{t-1}	۰/۴۰۸*	۰/۱۲۲	exc hir _t	۰/۳۱۰	۰/۳۱۳
exp ir _t	-۰/۶۷۶**	۰/۳۰۵	Pgdptur _t	۴/۱۶۸*	۱/۳۹۲
exch ir _{t-1}	۰/۸۶۰**	۰/۳۱۲	inf tr _t	۰/۰۵۸	۰/۱۶۰
Pgdptur _t	**۲/۴۶۷	۱/۰۰۱	opentu r _t	-۲/۶۹۸*	۰/۹۴۲
inf tr _t	** -۱/۶۸۳	۰/۶۴۸	inpt _t	-۵/۴۰۷	۵/۵۹۵
opentu r _{t-1}	**۱/۷۱۷	۰/۶۳۰	آزمون فروض کلاسیک مدل پویا		
opentu r _t	-۰/۲۱۰	۰/۷۲۵			
opentu r _{t-1}	** -۱/۳۸۶	۰/۵۸۶	آزمون	آماره خی دو	سطح معنی داری
inpt _t	-۳/۲۰۰	-۳/۴۸۸	خود همبستگی	۲/۳۲۴	۰/۱۲۷
R ²	۰/۹۲۱		فرم تابع	۰/۰۰۵	۰/۹۴۳
\bar{R}^2	۰/۸۹۳		نرمالیتی	۱/۳۷۴	۰/۵۰۳
F	**۳۳/۴۸۵		ناهمسانی واریانس	۰/۱۴۱	۰/۷۰۸

*، ** و *** به ترتیب معنی‌داری را در سطح احتمال یک، پنج و ده درصد را نشان می‌دهند.

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول ۳: نتایج برآورد مدل تصحیح خطا

متغیر	$\Delta \text{exp ir}_t$	$\Delta \text{exc hir}_t$	$\Delta \text{pgdptur}_t$	$\Delta \text{inf tr}_t$	$\Delta \text{opentu r}_t$	ECM_{t-1}
ضریب	-۰/۶۷۶**	۲/۴۶۷**	-۱/۶۸۳**	-۰/۲۱۰	-۳/۲۰۰	-۰/۵۹۲*
انحراف معیار	۰/۳۰۵	۱/۰۰۱	۰/۶۴۸	۰/۷۲۵	-۳/۴۸۸	۰/۱۲۲
آماره های خوبی برازش			R^2	\bar{R}_2	F	
مقادیر آماره ها			۰/۶۵۵	۵۳۵	*۸/۷۲۷	

*, **, و *** به ترتیب معنی داری را در سطح احتمال یک، پنج و ده درصد را نشان می دهند.

منبع: یافته های تحقیق

بحث و نتیجه گیری

بر اساس نظریه های تجارت بین المللی، کشورهای در حال توسعه به دلیل برخورداری از مزیت های نسبی و فراوانی نهاده ها و منابع اولیه تولید، از تخصص های اولیه اقتصادی برخوردار هستند. در این رابطه اقتصاددانان توسعه، تخصص گرایی بین المللی را به دلیل وابستگی شدید اقتصاد به کالاهای صادراتی مورد انتقاد قرار می دهند. ایشان، معتقدند که تخصص گرایی بین المللی در کالا برای یک کشور منجر به وابستگی شدید اقتصاد آن کشور به درآمدهای صادراتی آن کالا می شود. و به دلیل غیرقابل پیش بینی بودن قیمت کالاهای صادراتی، نوسانات شدید آن منجر به نوسان و بی ثباتی درآمدهای صادراتی گردیده؛ این امر اثر منفی (و گاهی اوقات اثر مثبت) بر کل اقتصاد خواهد گذاشت. تغییرپذیری و نوسانات قیمت به طور عمده در بی ثباتی درآمد ملی و رشد اقتصادی متبلور می شود (ابریشمی و محسنی، ۱۳۸۱). از سوی دیگر در اقتصاد مدرن درجه توسعه یافتگی یک کشور رابطه مستقیمی با حجم روابط تجاری بین المللی آن کشور دارد. بنابراین توسعه صادرات و تحصیل منابع ارزی در سرلوحه اهداف سیاست گذاران اقتصادی کشورها قرار دارد. با استفاده از صادرات، کشورها می توانند الف- از طریق تحریک تولید داخلی نرخ تولید و اشتغال را افزایش داده و ب- منابع ارزی لازم را جهت افزایش واردات و مصرف داخلی که باعث افزایش رفاه اقتصادی می گردد، تامین کنند. افزایش صادرات اصلی ترین سیاست اقتصادی دولت ایران در چند دهه اخیر بوده است. به منظور رهایی از اقتصاد تک محصولی، توسعه صادرات غیر نفتی برای دولت ایران یک ضرورت انکار ناپذیر است (ناظمی، ۱۳۸۸). این مساله ضرورت توجه به متغیرهای کلان اقتصادی مرتبط با بازاریابی بین المللی را الزام می بخشد، تا بنگاه های صادراتی از بسترها و محرک های مناسبی در سطح کلان برای توسعه صادرات کالاهای تولید خویش برخوردار باشند. با توجه به اهمیت این مساله مطالعه حاضر نقش عوامل کلان اقتصادی در صادرات

غیرنفتیایرانبه ترکیه را طی دوره زمانی ۱۹۸۰-۲۰۱۲، به روش رگرسیون خودتوضیحی با وقفه های گسترده (ARDL)^۱ بررسی کرد.

نتایج نشان داد در کوتاه مدت، افزایش یک درصدی در صادرات محصولات غیر نفتی به ترکیه منجر به افزایش خود این متغیر به میزان ۰/۴۰۸ درصد در سال آتی خواهد شد. افزایش یک درصدی نرخ ارز موثر واقعی ایران در همان سال تاثیر منفی بر صادرات غیر نفتی دارد (۰/۶۷۶ - درصد). اما با یک سال وقفه این اثر مثبت و ۰/۸۶۰ درصد افزایش می یابد. این موضوع تا حدودی با وابستگی صادرات غیر نفتی ایران به واردات کالاهای سرمایه ای و واسطه ای مربوط است. با افزایش یک درصدی در درآمد سرانه کشور ترکیه میزان واردات آن از کشور ایران به میزان ۲/۴۶۷ درصد افزایش پیدا می کند. همچنین با یک درصد رشد بیشتر سطح عمومی قیمت ها در ترکیه نسبت به ایران، میزان صادرات غیر نفتی ایران به ترکیه در ابتدا به میزان ۱/۶۸۳ درصد کاهش و با یک سال وقفه به میزان ۱/۷۱۷ درصد افزایش می یابد. این امر حاکی از تضعیف بیشتر پول ملی ترکیه در مقایسه با پول ملی ایران است و لذا در ابتدا به دلیل افزایش قیمت کالاهای وارداتی به ترکیه، تقاضا برای کالاهای صادراتی ایران در ترکیه کاهش یابد، اما بعد از یکسال بنگاه های صادراتی ایران به منظور بهره مندی از قیمت های بالاتر محصولات در ترکیه میزان صادرات خود به کشور ترکیه را افزایش می دهند. بر اساس نتایج با افزایش یک درصدی در نسبت تجارت به تولید ناخالص داخلی ترکیه بعد از یکسال به میزان ۱/۳۸۶ درصد از صادرات غیر نفتی ایران به این کشور کاسته می شود. این امر به دلیل پایین بودن قدرت رقابت پذیری بنگاه های صادراتی کشور ایران در مقایسه با بنگاه های صادراتی کشورهای رقیب در بازار کالاهای غیر نفتی در کشور ترکیه است. اما در بلند مدت صرفاً متغیرهای درآمد سرانه ترکیه و باز بودن تجاری ترکیه در میزان صادرات کالاهای غیر نفتی ایران به بازارهای آن نقش تعیین کننده ای دارد. به طوری که با افزایش یک درصدی در درآمد سرانه و باز بودن تجاری ترکیه میزان صادرات غیر نفتی ایران به بازارهای ترکیه به ترتیب به میزان ۴/۱۶۸ درصد افزایش و به میزان ۲/۶۹۸ درصد کاهش خواهد یافت.

با توجه به نتایج مذکور در صورتی که سیاست گذاران و برنامه ریزان اقتصادی در کشور ایران بتوانند نرخ رشد سطح عمومی قیمت ها در کشور را نسبت به کشور ترکیه در سطح پایین نگه دارند و همچنین از میزان وابستگی صادرات غیر نفتی به واردات کالاهای واسطه ای و سرمایه ای را کاهش دهند می توان انتظار داشت با افزایش نرخ ارز موثر واقعی نیز بتوان افزایش صادرات غیر نفتی به کشور ترکیه را بیشتر در جهت مثبت آن متاثر کرد. به هر حال در بلندمدت تنها با افزایش

^۱ - Autoregressive Distributed Lag method (ARDL)

ویژگی رقابت‌پذیری کالاهای تولیدی و صادراتی است که کشور ایران می‌تواند در ترکیه سهم بازاری خود را حفظ و ارتقاء دهد. در این راستا توجه جدی دولت و بنگاه‌های صادراتی در جهت افزایش نوآوری‌ها، بهره‌مندی از تکنولوژی‌های بالاتر و افزایش صرفه به مقیاس تولید و در یک کلمه افزایش کیفیت و نوآوری و کاهش بهای تمام شده کالاهای صادراتی ضرورت دارد.

منابع

- ابریشمی، حمید و رضا محسنی، (۱۳۸۱)، "نوسانات صادرات غیر نفتی و رشد اقتصادی"، *پژوهش‌های اقتصادی ایران*، دوره ۴، شماره ۱۳، صص: ۱-۳۲.
- احسانی، محمدعلی، امیر خانعلی‌پور و جعفر عباسی، (۱۳۸۸)، "اثر بی‌ثباتی نرخ ارز بر صادرات غیرنفتی در ایران"، *پژوهشنامه اقتصاد کلان (پژوهشنامه علوم اقتصادی)*، دوره ۹، شماره ۱ (پیاپی ۳۲)، صص: ۱۳-۳۴.
- اعظم‌زاده شورکی، مهدی و صادق خلیلیان، (۱۳۸۹)، "بررسی اثر سیاست‌های پولی بر قیمت غذا در ایران"، *نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی (علوم و صنایع کشاورزی)*، شماره ۲ (پیاپی ۲۴) صص: ۱۷۷-۱۸۴.
- پاکدامن، رضا، (۱۳۷۷)، "عوامل حقوقی بازدارنده و محدودکننده صادرات ایران، در مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، مجموعه مقالات اولین همایش سیاست‌های بازرگانی و تجارت بین‌الملل. تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- تقوی، مهدی و سینا نعمتی‌زاده، (۱۳۸۳)، "اثر متغیرهای کلان اقتصادی بر صادرات غیرنفتی در اقتصاد ایران"، *پژوهشنامه اقتصادی*، دوره ۴، شماره ۳ (پیاپی ۱۴)، صص: ۷۱-۹۶.
- حسینی، سید شمس‌الدین و مریم ملک محمدی، (۱۳۸۶)، "سنجش مزیت نسبی و رقابتی صنعت چرم ایران در بازار جهانی"، *پژوهش‌های بازرگانی*، دوره ۱۱، شماره ۴۴، صص: ۲۳۵-۲۶۵.
- خاکسار آستانه، حمیده، محمد مظهري و ناصر شاه‌نوشی، (۱۳۸۷)، "تعیین مزیت نسبی و شناسایی بازارهای هدف فرش دستباف ایران"، *فصلنامه علمی پژوهشی انجمن علمی فرش ایران*، شماره ۱۱، صص: ۱۱۳-۱۲۳.
- خداداد کاشی، فرهاد و محمدنبی شهیکی تاش، (۱۳۸۴)، "سنجش درجه رقابت در بازارهای کشاورزی و سنتی"، *فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد کشاورزی*، سال سیزدهم، شماره ۵۱، صص: ۱۳۵-۱۶۴.
- دژپسند، فرهاد و مریم کرمی، (۱۳۸۸)، "بررسی اثر تجارت الکترونیکی بر صادرات غیر

- نفتی"، فصلنامه علوم اقتصادی، دوره ۲، شماره ۸، صص: ۲۹-۵۳.
- دژپسند، فرهاد، میثم امیری و بنیامین ساوه، (۱۳۹۰)، "بررسی عوامل موثر بر صادرات غیرنفتی با تاکید بر عوامل غیرقیمتی"، نشریه علوم اقتصادی، دوره ۵، شماره ۱۵، صص: ۹-۲۹.
 - راسخی، سعید، میلاد شهرازی و محمدرضا عبدالهی، (۱۳۹۱)، "اثر نامتقارن نرخ ارز و نوسان آن بر صادرات غیرنفتی ایران: پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، دوره ۲، شماره ۷، صص: ۱۴۹-۱۶۷.
 - شاکری، عباس. (۱۳۸۳)، "عوامل تعیین کننده صادرات غیرنفتی"، پژوهش‌های اقتصادی ایران، سال ششم، شماره ۲۱، صص: ۲۳-۵۰.
 - صادقی، شاهدانی، مهدی کامران ندری و وهاب قلیچ، (۱۳۸۸)، "اثرات نقش حاکمیتی و تصدی‌گری دولت در اقتصاد بر توزیع درآمد به روش ARDL: مطالعه‌ی موردی ایران"، فصلنامه اقتصاد مقاداری (بررسی‌های اقتصادی سابق)، شماره ۶ (پیاپی ۴)، صص: ۷۳-۱۰۰.
 - کوچک زاده، اسما وسید عبدالمجید جلالی اسفندآبادی، (۱۳۹۲)، "اثر نااطمینانی نرخ ارز بر صادرات غیرنفتی ایران"، تحقیقات اقتصاد کشاورزی، دوره ۵، شماره ۳ (پیاپی ۱۹)، صص: ۱۲۳-۱۳۷.
 - ناظمی، فرزاد. (۱۳۸۸)، "بررسی اثر متغیرهای کلان اقتصادی بر صادرات غیر نفتی، مدیریت صنعتی" دوره ۴، شماره ۱۰، صص: ۱۰۵-۱۱۷.
 - نوفرستی، محمد. ریشه واحد و هم جمعی در اقتصاد سنجی تهران: مؤسسه خدمات فرهنگی رسا، ۱۳۸۰.
 - هوشمند، محمود، محمد دانش نیا، زهرا عبدالهی و زهره اسکندری پور، (۱۳۸۹)، "عوامل موثر بر صادرات غیر نفتی ایران، دانش و توسعه، دوره ۱۷، شماره ویژه نامه، صص: ۱۲۶-۱۴۵.
- Banerjee, A., Juan, J. D, John, W. G, and Hendry, D. (1993), *Co-Integration, Error-Correction and the Econometric Analysis of Non-Stationary Data*, *Advanced Texts in Econometrics*, Oxford, UK: Oxford University Press.
 - Bilkey, W. (1978), "An Attempted Integration of the Literature of the Export Behavior of Firms", *Journal of International Business Study*, Vol. 2, Pp 33-46.
 - Chetty, S.K, Hamilton, R.T., (1993), "Firm- Level Determinants of Export Performance: A Meta-Analysis", *International Marketing Review*, Vol. 10(3), Pp 20-34.
 - Cooke, D. (2014), Monetary Shocks, Exchange Rates, and the Extensive Margin of Exports, *Journal of International Money and Finance*, Volume 41, Pp 128-145.
 - Greenaway, D. and Kneller, R. (2004), Exporting, Productivity and

- Agglomeration: A Difference in Difference Analysis of Matched Firms, University of Nottingham, GEP Research Paper 03/45.
- Hatemi, J.A., (2001), "Productivity Performance and Export Performance: A Time-Series Perspective", *Eastern Economic Journal*, Vol. 27, No. 2, Pp: 149-164.
 - Holzmuller, H.H, Kasper, H., (1991), "On the Theory of Export Performance: and Organizational Determinants of Exports of Export Trade Activities Observed in Small and Medium- Sized Firms", *Management International Review*, Vol. 31, Pp 45- 70.
 - Johanson, J., Vahlne, J.E., (1977), "The Internationalization Process of the Firm: A Model of the Knowledge Development and Increasing Foreign Commitments", *Journal of International Business Study*, Vol. 3, Pp 23-32.
 - Khan, M. (1974), "Import and Export Demand in Developing Countries", I.M.F., Staff Papers, Vol. 11, No 3.
 - Miller. C. C, Cardinal, L.B., (1994), Strategic Planning and Firm Performance: A Synthesis of More Than Two Decades of Research. *Academic Management Journal*, Vol. 37(6), Pp 1649- 65.
 - Mohammadi Limaieia, S, Heybatiana, R., Heshmatol Vaezinb, S.M., Torkmana, J., (2011), "Wood Import and Export and Its Relation to Major Macroeconomics Variables in Iran", *Forest Policy and Economics*, Vol. 13, Issue 4, Pp. 303–307.
 - Pesaran, M. H. and Et Al., (2001), "Bounds Testing Approaches To the Analysis of Level Relationships", *Journal of Applied Econometrics*, Vol.16, Pp: 289-326.
 - Pesaran, M. H. and Smith R., (1998), "Structural Analysis of Co-Integration Vars", *Journal of Economic Surveys*, Vol. 12, Pp: 471-505.
 - Pesaran, M.H. and Pesaran. B., (1997), *Working With Microfit4.0: Interactive Econometric Analysis*, Oxford: Oxford University Press.
 - Pesaran, M.H., and Shin. Y., (1996), Co-Integration and Speed of Convergence To Equilibrium", *Journal of Econometrics*, Vol.71, Pp: 43-117
 - Rodríguez-Pose, A., (2013), Do Institutions Matter For Regional Development?, *Regional Studies*, Vol.47 (7), Pp: 1034-1047. ISSN 0034-3404.
 - Root, F.R. (1971), "The Element of Export Promotion", *International Trade Forum*, Vol. 5, Pp 118-21.
 - Samiee, S, Walters, P (1990), Rectifying Strategic Gaps in Export Management, *Journal of Global Marketing*, Vol 4(1), Pp:7-37.
 - Wagner, J. (2007), "Export and Productivity: A Survey of the Evidence from Firm Level Data", *The World Economy*, Vol. 30, No. 1, Pp: 60-89.