

رقابت‌پذیری و صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط ایران

منصور عسگری*

استادیار موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

دریافت: ۱۳۹۹/۵/۴ پذیرش: ۱۳۹۹/۵/۲۵

Competitiveness and Export of Small and Medium Enterprises in Iran

Mansor Askari

Ph.D. of Economics, Faculty Member and Assistant Professor of The Institute
for Trade Studies and Research (ITSR), Tehran, Iran

Received: 2020/07/25

Accepted: 2020/08/15

Abstract

The purpose of this study is to analyze the factors affecting exports and the competitiveness of small and medium industries in Iran in order to develop exports. Competitiveness for small and medium-sized enterprises is an important and central issue that serves as a tool to achieve optimal economic growth and sustainable development. This study analyzes the factors affecting the export and competitiveness of these industries and the ranking of their competitiveness in the period 2002-18, using the data of industrial enterprises by three-digit ISIC codes 10 to 149 employees. In this study, four indicators of relative price, unit wage of labor force, the ratio of capital formation to changes in sales and value added of employees of industrial enterprises have been considered as factors affecting changes in competitiveness. In this study, data panel econometric method is used, which shows that the export elasticity of small and medium enterprises to production, labor wage and value added per unit of labor are equal to 0.48, -0.55 and 0.67, respectively. The industries of Processing and preserving of fish, crustaceans and molluscs have the highest export competitiveness and the Manufacture of medical and dental instruments and supplies have the lowest one.

Keywords: Competitiveness, Small and Medium Enterprises, Exports, Iran

JEL Classifications: L6, F12, F14, F61

چکیده

هدف از این مقاله تجزیه و تحلیل عوامل موثر بر صادرات و قدرت رقابت‌پذیری صنایع کوچک و متوسط ایران در راستای توسعه صادرات است. رقابت‌پذیری برای بنگاه‌های کوچک و متوسط یک موضوع مهم و محوری است که به‌عنوان ابزاری برای رسیدن به رشد مطلوب اقتصادی و توسعه پایدار است. این مقاله با استفاده از داده‌های بنگاه‌های صنعتی به تفکیک کدهای ISIC سه رقمی دارای ۱۰ تا ۱۴۹ نفر کارکن به تجزیه و تحلیل عوامل موثر بر صادرات و قدرت رقابت‌پذیری این صنایع و رتبه‌بندی قدرت رقابت‌پذیری آن‌ها در دوره ۹۶-۱۳۸۱ می‌پردازد. در این مطالعه، چهار شاخص قیمت نسبی، دستمزد واحد نیروی کار، نسبت تشکیل سرمایه به تغییرات فروش و ارزش افزوده سرانه شاغلین بنگاه‌های صنعتی به‌عنوان عوامل موثر بر تغییرات رقابت‌پذیری در نظر گرفته شده‌اند. در این مطالعه از روش اقتصادسنجی پانل دیتا استفاده شده که نتایج نشان می‌دهد کشش صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط نسبت به تولید، دستمزد نیروی کار و ارزش افزوده هر واحد نیروی کار به ترتیب برابر است با ۰/۴۸، -۰/۵۵ و ۰/۶۷ است و صنعت فرآوری و نگهداری ماهی، سخت‌پوستان و نرم‌تنان، دارای بالاترین و صنعت ساخت ملزومات و وسایل پزشکی و دندانپزشکی پایین‌ترین رتبه رقابت‌پذیری صادراتی هستند.

واژه‌های کلیدی: رقابت‌پذیری، بنگاه‌های کوچک و متوسط، صادرات، ایران.

طبقه بندی JEL: L6, F12, F14, F61

*Corresponding Author: Mansor Askari

Email: ma.asgari@gmail.com

۱. مقدمه

شناخت فضای اقتصاد جهانی به منظور بدست آوردن موقعیت مناسب در نظام جدید تولید بین‌المللی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. امروزه با گسترش بازارها و اهمیت یافتن رقابت‌پذیری در تجارت بین‌المللی، کشورهای جهان نیازمند درک صحیح از جایگاه نسبی خود در مقایسه با سایر کشورها هستند تا از طریق آن، بتوانند سیاست‌های اقتصادی و به‌ویژه صنعتی خود را منطبق با موقعیت نسبی خود و براساس رویکردهای نوین اقتصاد جهانی، اتخاذ نمایند. شناخت این مسئله به آن‌ها کمک خواهد کرد تا توانمندی‌های خود را در جهت بهبود عملکردشان، ارتقا بخشند. تحولات سریع اقتصاد جهانی و بخش صنعت کشورها بر لزوم شناسایی جهت‌گیری کشورها در رقابت‌پذیری بین‌المللی می‌افزاید. بدلیل گسترش تجارت جهانی، تغییرات سریع در الگوهای مصرف و تقاضا، انقلاب در فناوری اطلاعات و همچنین افزایش در تعداد و کیفیت رقبا داخلی و بین‌المللی در دو دهه اخیر مفهوم رقابت‌پذیری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار گشته است. بنگاه‌های کوچک و متوسط امروزه به عنوان عامل عمده رشد ساختار صنعتی بسیاری از کشورها محسوب می‌شود و این‌گونه صنایع برای بسیاری از کشورهای در حال توسعه که در صدد احیای ساختار اقتصادی خود هستند بسیار حائز اهمیت است. در این کشورها برای سرعت بخشیدن به روند صنعتی شدن، اولویت به رشد صنایع کوچک و متوسط داده می‌شود نه صنایع بزرگ^۱. به‌همین دلیل در حال حاضر اشتیاق و تمایل بی‌سابقه‌ای نسبت به صنایع کوچک در بسیاری از کشورهای جهان وجود دارد. بسیاری از کشورهای جهان حمایت قابل توجهی از صنایع کوچک خود به عمل آورده‌اند و در جهت گسترش و تقویت آن‌ها سیاست‌های اقتصادی متعددی را تدوین کرده‌اند، این مسئله آن‌قدر اهمیت یافته که کمتر کشوری را می‌توان یافت که در آن قانون یا قوانینی در جهت حمایت از صنایع کوچک وجود نداشته باشد.

در سال‌های اخیر، اهمیت و نقش صنایع کوچک و متوسط، در

کشورهای صنعتی و کشورهای در حال توسعه رو به افزایش بوده است. در سه دهه گذشته، با ظهور فناوری‌های جدید در تولید و ارتباطات، تحولاتی در روش‌های تولید، توزیع و ساختار تشکیلاتی بنگاه‌ها پدید آمده است که بر اهمیت واحدهای کوچک و متوسط افزوده است. افزایش رقابت و تمرکز بنگاه‌ها بر فعالیت‌های محوری، گسترش روابط پیمانکاری با تأمین‌کنندگان قطعات و مواد اولیه، و تقویت روابط در زنجیره عرضه شده است. همه این تحولات، لزوم توجه به واحدهای کوچک و متوسط را دوچندان کرده است. همچنین دولت‌ها به منظور تضمین رقابت و جلوگیری از انحصار بنگاه‌های بزرگ، همیشه راهبردها و سیاست‌های ویژه‌ای را برای ارتقاء صنایع کوچک و متوسط و تسهیل ورود بنگاه‌های کارآفرین به عرصه اقتصاد اتخاذ نموده‌اند. اعتقاد بر این است که رقابت‌پذیری صنایع بزرگ به تعامل مناسب با صنایع کوچک و متوسط پویا و نوآور وابسته است که بنگاه‌های کوچک و متوسط می‌توانند بستر مناسبی برای ایجاد صنایع بزرگ رقابت‌پذیر باشند.

صادرات غیرنفتی به‌خصوص کالاهای صنعتی ضمن ایجاد ارزش افزوده بالا، وضعیت اشتغال را بهبود بخشیده و سبب کسب درآمدهای ارزی برای تامین نیازهای وارداتی در کشور می‌شود و میزان تأثیرپذیری کشور از تحولات سیاسی و اقتصادی جهان که بواسطه تکیه بر اقتصاد نفتی بوجود می‌آید را کاهش می‌دهد. صادرات باعث می‌شود تا بنگاه‌های داخلی در سطح گسترده‌ای به عوامل تولید با هزینه کمتر دست یابند. عوامل صادراتی به دلیل تقویت تحرک عوامل تولید، نیروی کار متخصص‌تر و همچنین فن‌آوری برتر بهره‌وری بالاتری داشته باشند، بخش صادرات از طریق منافع جانبی حاصله قادر خواهد بود تا بر بهره‌وری کل عوامل تولید اثر مثبت بگذارد و موجبات افزایش کل تولید اقتصاد را فراهم آورد. در این حال بخش‌های غیرصادراتی نیز بطور غیرمستقیم از طریق استفاده از خدمات مدیریتی، استراتژی بازاریابی، بهبود تکنولوژی و توسعه حمل و نقل و ارتباطات از منافع ناشی از افزایش صادرات بهره می‌برند.

زمانی تحقیق، استفاده از کدهای سه رقمی ISIC دارای ۱۰ تا ۱۴۹ نفر کارکن (بنگاه‌های کوچک و متوسط) بیان عوامل موثر بر قدرت رقابت‌پذیری این بنگاه‌ها به صورت کمی، استفاده از آخرین آمار و اطلاعات در دسترس و قضاوت در خصوص رقابت‌پذیری بنگاه‌ها بر اساس مدل‌های اقتصادسنجی دارای تفاوت‌های است که نسبت به مطالعات گذشته سهمی متفاوت در تولید ادبیات تجربی موضوع مورد نظر مقاله خواهد داشت.

هدف از این مقاله تجزیه و تحلیل عوامل موثر بر صادرات و رقابت‌پذیری بنگاه‌های کوچک و متوسط دارای ۱۰ تا ۱۴۹ نفر کارکن در دوره ۹۶-۱۳۸۱ برحسب طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی فعالیت‌های صنعتی است. این مقاله در بخش‌های بعدی شامل مبانی نظری تحقیق، مروری بر مطالعات انجام شده، الگوی تحقیق، نتایج و یافته‌ها و نتیجه‌گیری و توصیه‌های سیاستی ادامه خواهد یافت.

۲. مبانی نظری پژوهش

بررسی متون مرتبط با رقابت‌پذیری نشان می‌دهد که این واژه از تعریف واحدی برخوردار نیست، اما در تمامی تعریف‌های ارائه شده یک وجه مشترک دیده می‌شود که رقابت‌پذیری قابلیت‌ها و توانمندی‌هایی است که یک بنگاه، صنعت، منطقه، کشور از آن برخوردارند و می‌توانند آن را حفظ کنند تا در صحنه بین‌المللی توانایی حفظ و افزایش سهم خود از بازار را برای یک دوره طولانی داشته باشند^۲، در تعریف دیگری از رقابت‌پذیری می‌توان از دیدگاه سه منبع ایجاد رقابت‌پذیری به آن توجه کرد. بر اساس این دیدگاه سه منبع ایجاد کننده رقابت‌پذیری وجود دارد که شامل فن‌آوری، مدیریت و نیروی انسانی بنگاه است، و رقابت‌پذیری با منشاء نیروی انسانی بسیار پایدارتر از سایر منابع است و کمتر از سوی رقبا می‌تواند مورد تقلید قرار گیرد.

کوهمن^۳ (۱۹۸۴) رقابت‌پذیری را توانایی اقتصاد یک کشور برای ثابت نگه داشتن سهم خود در بازارهای بین‌المللی و یا افزایش سهم خود در بازار هر فعالیتی که انجام می‌دهد تعریف می‌کند به

به‌طور کلی صادرات غیرنفتی منجر به افزایش تخصص و کارایی در بخش‌های تولیدی شده و در نهایت باعث تخصیص مجدد منابع از بخش‌های غیرتجاری و غیرکارآ به بخش‌های تجاری می‌گردد که این پدیده می‌تواند به رشد تولید کمک نماید^۱. افزایش بهره‌وری عوامل تولید، کارایی در تخصیص منابع، پیشرفت تکنولوژی، بهره‌گیری از صرفه‌های ناشی از مقیاس و افزایش تخصص نیروی کار از جمله اثرات جانبی رشد صادرات بر تولید است.

مقوله صادرات به‌خصوص صادرات کالاهای صنعتی، پس از سرمایه‌گذاری دارای بیشترین اثر تولیدی در اقتصاد بوده و پس از سرمایه‌گذاری‌های دولت در زمینه ایجاد اشتغال، از بیشترین اثر اشتغال‌زایی برخوردار است. صادرات سبب می‌شود عرضه ارز از انحصار دولت خارج شده و به‌وسیله طیف وسیع‌تری از عوامل اقتصادی به کشور انتقال یابد که این امر سبب افزایش کارایی در زمینه ایجاد تعادل در بازار ارز خواهد شد و توانمندی اقتصاد کشور را از طریق پیوند با اقتصاد جهانی افزایش می‌دهد. آنچه که امروز به عنوان مهم‌ترین مشکل صادرات غیرنفتی احساس می‌شود، پایین بودن قدرت رقابت‌پذیری در تولید و در نتیجه کیفیت پایین و هزینه‌های بالای محصولات تولید کشور و عدم وجود زیربنای لازم در بخش صادرات است.

موضوع رقابت‌پذیری یکی از مسائل اساسی است که برای ارزیابی آن معیارهای مختلفی وجود دارد شاخص‌های رقابت‌پذیری می‌تواند به سیاست‌گذاران کمک کند تا وضعیت تجارت خارجی کشور را ارزیابی کنند، بعلاوه رقابت‌پذیری یک موضوع مهم و محوری است که از آن به‌عنوان ابزاری برای رسیدن به رشد مطلوب اقتصادی و توسعه پایدار یاد می‌شود. در شرایط کنونی اقتصادی حاکم بر جهان رقابت‌پذیر بودن به معنای امکان دستیابی به موقعیت مناسب و ثبات در بازارهای جهانی است که به اعتقاد اقتصاددانان افزایش رقابت‌پذیری بیشتر از طریق افزایش بهره‌وری و یا کاهش هزینه‌ها صورت می‌گیرد. این مقاله با سایر مطالعات در مواردی چون؛ دوره

1. Francois and Keith
2. Lall (2000)
3. Kohman

نگرش، بنگاه‌های فعال در یک صنعت خاص از نهاده‌های یکسانی استفاده نموده و مجبورند استراتژی‌های یکسانی را نیز بکار گیرند. به عبارت دیگر، ایجاد مزیت رقابتی در این نگرش امکان‌پذیر نیست. زیرا تمام بنگاه‌های فعال در یک صنعت خاص، از فرصت‌های یکسانی برخوردار بوده و در نتیجه استراتژی‌های یکسانی را نیز اتخاذ می‌کنند، و تغییرات جزئی در سطح بنگاه‌ها تنها در کوتاه‌مدت قابل انجام است. لذا موفقیت بنگاه‌ها، نتیجه توانایی آنها در نشان دادن واکنش نسبت به تهدیدها و فرصت‌های موجود در محیط صنعتی است که در آن فعالیت می‌کنند. فرآیندهای تصمیم‌گیری استراتژیک و حصول نتیجه توسط بنگاه‌ها در زمینه سودآوری به شدت تحت تأثیر شرایط بازار خارجی است.

به‌طور خلاصه می‌توان گفت، یک کشور با توجه به ویژگی‌های خاص خود می‌تواند محیطی را فراهم نماید که خلق مزیت رقابتی توسط بنگاه‌های داخلی، تشویق گردد، در نتیجه قادر به تولید و صدور کالاهایی خواهد بود که متضمن رشد مستمر آن کشور باشد. به عبارت دیگر استراتژی ملی که با توجه به شرایط داخلی و محیطی یک کشور تعیین و به‌صورت پویا عمل می‌نماید، عامل رشد و توسعه اقتصادی آن کشور است. هم‌چنین یک کشور ممکن است محیطی را ایجاد کند که نسبت به خلق مزیت رقابتی توسط بنگاه‌های داخلی بازدارنده بوده و به مرور صنایع داخلی آن در رقابت با سایرین دچار افول و اضمحلال شوند. پورتر معتقد است که مزیت‌رقابتی ملل از تأثیر متقابل چهار عامل زیر بر هم حاصل می‌شود.

۱. عوامل درونی

۲. شرایط تقاضای داخلی

۳. صنایع مرتبط و حمایت‌کننده

۴. استراتژی، ساختار و رقابت

به اعتقاد «پورتر»، این عوامل چهارگانه به صورت متقابل بر یکدیگر تأثیر دارند و تغییرات در هر کدام از آنها می‌تواند بر سایر عوامل مؤثر باشد. علاوه بر آن، دو عامل بیرونی دولت و

شرطی که استاندارد زندگی را برای آنها در فرایند رقابت‌پذیری بهبود بخشد و یا دست کم مانع افت این استانداردها شود. موسسه توسعه مدیریت^۱ (IMD) رقابت‌پذیری را به مفهوم توانایی کشور در ایجاد ارزش افزوده و افزایش ثروت جامعه به وسیله مدیریت دارایی‌ها و ایجاد جذابیت‌ها و ... تعریف می‌نماید.

تحولات تجارت بین‌الملل و نظریه‌های آن صحت تقریباً تمامی فروض پایه‌ای نظریه تئوری مزیت نسبی و قضیه وفور عوامل هکشر- اوهلین را زیر سوال برده است. به‌طوری‌که با توجه به تقسیم‌بندی بازارها، تنوع محصولات و فناوری‌های متفاوت، دیگر این تئوری‌ها که به‌ویژه مبتنی بر فروض رقابت کامل هستند، جهت توضیح دلایل موفقیت بنگاه‌ها در تجارت بین‌المللی و کسب بهره‌وری بیشتر به منظور حصول به توسعه اقتصادی کشور، کارآ به نظر نمی‌رسند. از جمله آن‌ها که می‌بایست برای موارد؛

۱. چگونگی امکان تولید کالای مطلوب جهت رقابت در مقیاس

بین‌المللی با استفاده از منابع تولید داخلی،

۲. چرایی استفاده برخی بنگاه‌ها از ابتکارات، خلاقیت‌ها، اختراعات ملی و ...،

۳. چرایی فراهم شدن محیطی مناسب برای بنگاه‌ها در برخی کشورها جهت استفاده سریع‌تر از ابتکارات در مقابل رقبای خارجی، پاسخی قانع‌کننده ارائه دهد، از آن‌جا که تئوری مزیت نسبی با تکیه بر فراوانی عوامل تولید، نمی‌تواند پاسخگوی موارد مذکور باشد، اقتصاددانان سعی در ارائه مدلی جدیدتر نمودند. این مدل که به‌طور اساسی بر ظرفیت ابداع، خلاقیت و ابتکار کشورها و میزان دسترسی آن‌ها به سرمایه‌های نوین تکیه دارد، تئوری مزیت رقابتی ملل نامیده می‌شود. به واقع سابقه‌ای طولانی‌تر بوده و آغاز مطالعات در این زمینه عمدتاً به زمان پیدایش مکتب هاروارد در اواخر دهه ۱۹۵۰ باز می‌گردد.

مکتب هاروارد برای تحلیل مزیت رقابتی، بر مطالعه تأثیر محیط خارجی بر استراتژی یک بنگاه متمرکز بود. طبق این

راهبری یک بنگاه یا صنعت تدوین و اجرا می‌گردد، تأثیری مستقیم بر عملکرد و رقابت‌پذیری آن دارد. پورتر به منظور ایجاد مزیت‌های رقابتی، استراتژی‌های عمومی را پیشنهاد می‌کند. بر اساس این استراتژی‌ها، یک کسب و کار می‌تواند از طریق رهبری در هزینه و مزیت تمایز برای خود مزیت رقابتی ایجاد کرده و موقعیت رقابتی خود را بهبود بخشد. هر یک از این استراتژی‌ها می‌تواند توسط بنگاه اتخاذ گردد البته واضح است که هر یک از این استراتژی‌ها موقعیت رقابتی خاصی را برای بنگاه ایجاد می‌کند.

دولت: دولت به‌عنوان یک نیروی عمده، همواره در رقابت‌پذیری مؤثر است و با مداخله خود در امور مختلف سیاسی، اقتصادی و اجتماعی و اعمال قوانین و مقررات بر رقابت‌پذیری تأثیر مثبت و حتی منفی داشته است. سیاست‌های پولی، مالی و بازرگانی و قوانین مالیاتی، سیاست‌های حمایتی، سیاست‌های اداری و تشکیلاتی، قوانین مربوط به صادرات و واردات، نرخ ارز، حجم پول و نرخ بهره، تورم، هزینه‌های دولت و تصمیم‌گیری‌های دیگر در سطح اقتصاد خرد و کلان، توافق‌های رسمی و غیر رسمی مقامات سیاسی، برقراری یا توسعه روابط سیاسی تجاری و یا قطع روابط اقتصادی تجاری با سایر کشورها از جمله بارزترین عوامل تأثیرگذار بر رقابت‌پذیری بنگاه‌ها، صنایع و کشورها هستند که به طور مستقیم با دولت‌ها در ارتباط هستند. اتفاقات پیش‌بینی نشده و حوادث مسائلی هستند که بر رقابت‌پذیری تأثیر مثبت و یا منفی داشته ولی به‌صورت تصادفی و خارج از کنترل بنگاه‌ها، صنایع و حتی دولت‌ها (البته در مواردی دولت‌ها نقش دارند) رخ می‌دهند. همچنین می‌توان گفت حوادث غیرمترقبه، جنگ، تحریم‌های اقتصادی، شوک‌های نفتی، بحران‌های اقتصادی - سیاسی و یا نوآوری‌های عمیق فناورانه نمونه‌ای از اتفاقات پیش‌بینی نشده‌اند.

۳. رقابت‌پذیری در سطح ملی و بنگاه‌ها

هنگامی که از مزیت رقابتی ملل صحبت می‌شود، باید به این نکته توجه شود که کشورها و بنگاه‌ها به یک روش مشابه با

اتفاقات پیش‌بینی نشده نیز بر این عوامل چهارگانه تأثیر غیرمستقیم دارند و از طریق تأثیر بر آن‌ها می‌توانند در رقابت‌پذیری نیز تأثیر گذار باشند. وی همچنین تأثیر دو عامل اقدامات دولت و رویدادهای شانس و اتفاقی را نیز حائز اهمیت می‌داند، اما برای آنها حالت کمکی قائل است.^۱

در مدل پورتر، عوامل تولید فراتر از عوامل سنتی نیروی کار، سرمایه و زمین است و شامل پنج عامل منابع انسانی، منابع طبیعی، منابع دانش، منابع سرمایه‌ای و زیر ساخت‌ها می‌گردد. منابع مزبور پویا بوده و در نتیجه تغییر می‌کند خلق می‌شود و در آن‌ها تخصص ایجاد می‌گردد. در خلق مزیت، تحقیق و توسعه از اهمیت بسزایی برخوردار بوده و ماندگاری یک کشور در صحنه رقابت جهانی را تعیین می‌کند. شرایط حاکم بر تقاضای داخلی هر کشور برای تولیدات داخلی، می‌تواند در رقابت‌پذیری بین‌المللی مؤثر باشد. میزان توجه به نیازهای خریداران داخلی، اندازه بازار و الگوی رشد آن، شبکه توزیع و غیره همگی به عنوان عوامل زمینه‌ساز برای رقابت‌پذیری یک بنگاه و کشور در بازارهای جهانی محسوب می‌گردند. عرضه‌کنندگان نهاده‌های تولید، می‌توانند در جهت تقویت صنایع و با توجه به نیاز بنگاه‌های پایین دستی، طرح‌های تولیدی خود را طراحی نموده و بنگاه‌های پایین دستی نیز قادر به تغییر طرح‌های مهم خود جهت استفاده از مزیت نوآوری عرضه‌کنندگان نهاده‌های تولید خواهند بود. صنایع مرتبط بطور افقی نیز به‌عنوان یکی از منابع ایجاد مزیت رقابتی هستند، زیرا فعالیت‌ها را در زنجیره ارزش هماهنگ نموده و منجر به تولید محصولاتی همگن می‌شوند.

ساختار بنگاه، استراتژی انتخابی و ماهیت رقابت داخلی صنعت در کشور، تأثیر شگرفی بر موقعیت بنگاه در رقابت بین‌المللی دارد. ساختار بنگاه و استراتژی انتخابی، شرایطی که طبیعت و جوهره رقابت را در سطح کلان اجتماع تحت کنترل دارد و همچنین راه و روشی که بنگاه‌ها و سازمان‌ها تأسیس، سازماندهی و مدیریت می‌شوند بر رقابت‌پذیری تأثیر بسزایی دارند. بنابراین، ساختار و استراتژی‌هایی که برای مدیریت و

مناسب عرضه به سوی مشتری می‌تواند با بررسی توانایی بنگاه در فروش نسبت به هر واحد نیروی کار و سرمایه مورد استفاده، در قیاس با سایرین صورت پذیرد. برای ارزیابی بهره‌وری و رقابت‌پذیری، ضروری است تحقیقات جزئی‌تر در زمینه ساختارهای هزینه، ضرایب تولید، سطوح نسبی ستانده به داده‌ها و بالاخره انحرافات اقتصادی موثر بر آنها انجام شود. در عین حال مطالعه استراتژیهای تامین مواد خام، مطلوبیت کار و سرمایه، دستیابی به فناوریهای نوین، توسعه تولیدات جدید، فعالیت در بازارها، عکس‌العمل شرکا، رقبا و بخش دولتی نیز ضروری است. تحلیل می‌بایست ساختار بازار عوامل و چگونگی تأثیر آن بر دسترسی بنگاه به فناوری و تأثیرات آن بر بهره‌وری عوامل را شامل گردد.

در پایان، ذکر این نکته ضروری است که هر چند ممکن است تشریح رقابت‌پذیری بنگاه‌ها یا صنایع تاحدی آسان باشد، اما اندازه‌گیری آن چندان ساده نیست. به عبارتی، گردآوری تمام ملاحظات مربوط به بررسی رقابت‌پذیری در قالب یک متغیر کمی که بتواند عملکرد بنگاه را در تمام سطوح فعالیتی اندازه‌گیری کند، مشکل است. در بررسی‌های تجربی که تاکنون انجام شده‌است، محققین شاخص‌هایی را جهت برآورد رقابت‌پذیری ارائه داده‌اند که برخی از آنها با بررسی داده‌ها و برخی دیگر با بررسی ستانده‌های بنگاه، در این راستا قدم برداشته‌اند.

۴. شاخص‌های اندازه‌گیری رقابت‌پذیری صادراتی

رقابت‌پذیری وضعیتی است که قابلیت بنگاه را در حفظ و افزایش سهم خود از بازار نشان می‌دهد که این خود متضمن سوددهی بیشتر و توسعه مقیاس تولید است. شاخص‌های متعددی در ارزیابی این قابلیت و توان تولیدی به کارگرفته می‌شوند که نوعاً به منافع حاصل از تولید، سهم از بازارها، سرمایه‌گذاری، بهره‌وری و ساختار تعرفه‌ها بر می‌گردند. اکثر این شاخص‌ها نیازمند داده‌هایی هستند که احتمالاً یا از بررسی‌های در سطح بنگاه حاصل می‌شوند و یا اینکه از طریق مطالعات موردی بدست می‌آیند. در هر حال موارد استفاده آنها

یکدیگر رقابت نمی‌کنند و میان آنها تفاوت‌های اساسی وجود دارد. درجه رقابت‌پذیری یک بنگاه در تراز مالی آن منعکس می‌گردد، به‌صورتی که اگر بنگاه توان پرداخت هزینه‌های کارکنان، فروشندگان و اعطاءکنندگان تسهیلات را داشته باشد، بنگاه رقابت‌پذیر بوده و توان ادامه فعالیت‌های اقتصادی را خواهد داشت؛ در غیر این صورت، بنگاه مجبور به ترک بازار است. در مقابل، کشورها قرار دارند که چنین تعریفی در مورد آنها چندان امکان‌پذیر نمی‌باشد؛ زیرا رقابت هیچ کشوری را از گردونه فعالیت خارج نمی‌کند. اما آنچه که به‌عنوان مفهوم رایج رقابت‌پذیری در سطح کشورها می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد، در واقع توانایی کشورها در تولید کالاهایی است که می‌توانند در بازار بین‌المللی رقابت نمایند. در یک کشور رقابتی، عملکرد مطلوب سیاست‌ها و سازمان‌های اقتصادی، پدیده نرخ بالای رشد اقتصادی در میان مدت را فراهم می‌آورد، البته این امر به ظرفیت بنگاه‌های ملی در دستیابی به سطوح بالای بهره‌وری و افزایش مستمر آن بستگی دارد^۱.

کشورها در هر یک از مراحل توسعه با چالش‌های گوناگونی مواجه‌اند. به‌عنوان مثال یک کشور به شدت فقیر در سطح تحصیلات و بهداشت، نمی‌تواند مبتنی بر اختراعات فنی رقابت نماید. این کشور بایستی جذب سرمایه و استفاده از فناوری سایر کشورها را جهت سرمایه‌گذاری در بهبود بهداشت، تحصیلات و زیرساخت‌ها هدف‌گذاری نماید^۲، هم‌چنین هدف یک کشور سرمایه - محور، بایستی سرعت بخشیدن به ترویج و انتشار فناوری در بخش‌های مختلف اقتصادی برای جذب سرمایه‌گذاران خارجی که دارای فناوری بالا هستند، باشد. البته اصلی‌ترین چالش این کشور، انتقال از فرآیند انتشار فناوری به اختراع و ابتکار آن خواهد بود.

پورتر ارتباط بین بهره‌وری نیروی کار و رقابت‌پذیری را آنجا که به نقش مؤثر سرمایه انسانی در بهبود بهره‌وری اشاره می‌کند، مورد توجه قرار داده است. ارزیابی موفقیت نسبی یک بنگاه در تامین مواد اولیه، سازماندهی نیروی کار، کسب فناوری و هدایت

۱. جانی (۱۳۹۷)

2. Lazonick (2008)

عرضه کننده در مقایسه با رقبا کمتر باشد (با کیفیت تقریباً یکسان) از قدرت فروش بیشتری برخوردار شود. لذا جهت کاهش قیمت صادراتی و یا حداقل رشد کمتر آن در مقایسه با سایر عرضه کنندگان و رقابت‌پذیر نمودن این صنایع باید عوامل موثر بر قیمت تمام شده کالاهای تولید شده توسط صنایع کوچک و متوسط را شناسائی و کنترل کرد. این عوامل موثر را می‌توان نرخ تورم، نرخ بهره، حجم پول، مقررات تنظیمی و کنترلی بازار داخلی، تثبیت سیاست‌های اقتصاد کلان به‌ویژه متغیرهای مرتبط با بخش پولی، کنترل و مهار افزایش قیمت مواد اولیه، کاهش نرخ تعرفه‌های وارداتی (با توجه به این‌که صنایع کوچک و متوسط نیز اغلب به فناوری و مواد اولیه خارجی وابسته هستند)، تغییر نرخ ارز و سایر عواملی که در قیمت صادراتی و قیمت تمام شده محصولات تولید شده بنگاه‌ها موثر است خلاصه کرد. لذا به‌طور خلاصه، کنترل عوامل موثر بر افزایش قیمت تمام شده و قیمت صادراتی یکی از راه‌های رقابت‌پذیر نمودن صنایع کوچک و متوسط است.

دستمزد پرداختی به نیروی کار از انواع هزینه‌های مربوط به فرآیند تولید است، لذا انتظار داریم در صورت ثابت ماندن سایر شرایط با افزایش این نسبت میزان صادرات و قدرت رقابت‌پذیری صنایع کوچک و متوسط کاهش یابد و با توجه به این‌که عمده صنایع کوچک و متوسط کشور از نوع کاربر هستند افزایش هزینه واحد نیروی کار باعث افزایش بیشتر هزینه‌های تولید و در نهایت قیمت تمام شده محصولات خواهد شد که این افزایش قیمت نهایتاً در قیمت‌های صادراتی منعکس می‌گردد که با توجه به مباحث قسمت قبل منجر به کاهش رقابت‌پذیری این صنایع خواهد شد. پس در شرایط ثابت لازمه حفظ رقابت‌پذیری این صنایع کنترل افزایش دستمزدها به طوری که (دستمزد سرانه نیروی کار) در مقایسه با رقبا منجر به افزایش بیشتر قیمت صادراتی نشود.

به دلیل در دسترس نبودن آمار و ارقام مربوط به موجودی سرمایه صنایع کوچک و متوسط و عدم امکان استفاده از نسبت

جهت سیاست‌گذاران که بیشتر تمایل دارند عملکرد صنایع کشورهای مختلف را مورد مقایسه قرار دهند، محدود است. آنچه که سیاست‌گذاران خواهان آن هستند، این است که ابزار تحلیلی ساده‌ای جهت ارزیابی روند تغییرات بازارها را در اختیار داشته و نهایتاً بازارهایی را که نسبت به پیشرفت خود مناسب تشخیص می‌دهند، مشخص کنند. تا این اواخر، رشد بالای صادرات، یک شاخص مناسب جهت تعیین موقعیت رقابتی محسوب می‌گردید ولی با رشد سریع تکنولوژی و تقاضای بازار، این شاخص تحت تأثیر عوامل چندگانه‌ای قرار گرفت که چندان ارتباطی به پویایی بنگاه یا صنعت ندارد^۱. تنها رشد صادرات بدون در نظر گرفتن سایر عوامل برای توجیه یک‌رشد پایدار و نتیجتاً رقابت‌پذیری کفایت نمی‌کند.

شاخص‌های رقابت‌پذیری را می‌توان حداقل در عوامل تنوع در بازارهای صادراتی، تنوع محصول، رشد صادرات، افزایش در سهم از بازارهای جهانی، بهبودی در رتبه صادرات، مزیت نسبی آشکار شده، قیمت‌های نسبی، دستمزد واحد نیروی کار، نسبت تشکیل سرمایه به تغییرات فروش، ارزش افزوده هر واحد نیروی کار و سطح فناوری بررسی نمود^۲ که با توجه به هدف این مقاله و عدم دسترسی به آمار و اطلاعات کامل و مکفی، در این مقاله چهار شاخص قیمت‌های نسبی، دستمزد واحد نیروی کار، نسبت تشکیل سرمایه به تغییرات فروش و ارزش افزوده هر واحد نیروی کار با توجه به عدم دسترسی اطلاعات بویژه در زمینه سطح تکنولوژی صنایع کوچک و متوسط می‌توانند جانشین مناسبی برای قدرت رقابت‌پذیری این صنایع باشد. در ذیل به توجیه هریک از شاخص‌های چهارگانه فوق می‌پردازیم.

با توجه به این‌که بسیاری از ویژگی‌های کالا (نظیر بسته‌بندی، کیفیت و معروفیت مارک) در قیمت آن منعکس است، بررسی قیمت صادراتی محصولات ایرانی و رقبا این امکان را فراهم می‌آورد که توان رقابتی صادرکنندگان ایرانی نسبت به رقبا مورد مقایسه قرار گیرد. یکی از ابزارهای رقابت برای صنایع کوچک و متوسط کاهش قیمت محصولات در قیاس با رقبای خارجی است که این مسئله سبب خواهد شد هر چقدر قیمت یک

۱. عسگری و همکاران (۱۳۸۷)

۲. همان

صادرات و عوامل موثر بر صادرات را در بر می‌گیرد. نقطه مشترک تمامی آن‌ها اهمیت و اثرگذاری صادرات به خصوص صادرات باارزش افزوده بالا در رشد و توسعه پایدار است.

احمدیان و پارسامنش (۱۳۹۵)، در مطالعه‌ای در خصوص بنگاه‌های موفق صادراتی در ابتدا با استفاده از روش کتابخانه‌ای راهبردهای بین‌المللی شدن بنگاه‌ها و همچنین عوامل موثر بر حضور موفق در بازارهای جهانی را تبیین و پس از اولویت‌بندی راهبردها، مهم‌ترین انگیزه‌های مدیران از حضور در بازارهای خارجی را مورد بررسی قرار دادند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد بنگاه‌های تولیدکننده و صادرکننده با استفاده از استراتژی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، اعطای امتیاز و پیمان‌های استراتژیک برای توسعه صادرات استفاده کرده‌اند، همچنین مدیران به دلیل افزایش سود کوتاه‌مدت یا بلندمدت و ارتقای تکنولوژی، برای حضور در بازارهای جهانی سرمایه‌گذاری می‌نمایند در نهایت نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که بین تعهد مدیران به صادرات و نگرش آن‌ها به نحوه حضور در بازارهای جهانی از یک طرف و شاخص‌های عملکرد بین‌المللی رابطه معناداری وجود دارد.

پورعبادالهیان و همتی (۱۳۹۴)، موقعیت مکانی را یکی از شاخص‌های تعیین‌کننده صادرات‌گرا بودن بنگاه معرفی نمودند. در این مطالعه با استفاده از اطلاعات سطح بنگاهی، متغیر تمرکز جغرافیای صنعتی محاسبه شده است و تصمیم صادراتی بنگاه‌های مزبور بر روی متغیر تمرکز جغرافیایی - صنعتی و متغیرهای سطح بنگاه هم‌چون بهره‌وری نیروی کار، اندازه بنگاه و شدت سرمایه انسانی برازش شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که نه تنها متغیرهای سطح بنگاه بر صادرات بنگاه تاثیر مثبت دارد، بلکه موقعیت مکانی نیز نقش تعیین‌کننده‌ای در صادرات آن دارد، بدین مفهوم که وجود بنگاه‌های صادراتی در یک منطقه و یک صنعت خاص، باعث کاهش هزینه ورود به بازارهای خارجی برای سایر بنگاه‌های موجود در آن منطقه و آن صنعت می‌شود.

محمدزاده و سجودی (۱۳۹۰)، در مطالعه‌ای، عوامل موثر بر احتمال صادرات و شدت صادرات بنگاه‌های صنعتی ایران با

سرمایه به محصول به جای آن از پراکسی تغییرات موجودی سرمایه (همان تشکیل سرمایه که اطلاعات آن وجود داشته) و نسبت آن به تغییرات فروش استفاده شود. بر اساس تعریف این متغیر و همچنین وضعیت صنایع کوچک و متوسط ایران انتظار داریم با افزایش نسبت تشکیل سرمایه به تغییرات فروش، میزان تولید و در نهایت میزان صادرات افزایش یابد و با توجه به اینکه تولید به سمت استفاده بیشتر از سرمایه برای توسعه تولید حرکت می‌نماید، در نهایت کیفیت محصول، صادرات و قدرت رقابت‌پذیری افزایش می‌یابد. بدین ترتیب، افزایش سرمایه‌گذاری برای واحدهای نهائی تولید منجر به ارتقاء فنی محصول و در نهایت منجر به افزایش رقابت‌پذیری صادرات خواهد شد. از طرفی چون میزان تشکیل سرمایه (سرمایه‌گذاری) خود تابعی معکوس از نرخ بهره است واضح است که برای رقابت‌پذیر نمودن صنایع کوچک و متوسط نرخ بهره برای این صنایع باید حداکثر در سطح جهانی و یا در سطح رقبا باشد تا افزایش مجدد هزینه‌های تولید از این کانال منجر به کاهش قدرت رقابت‌پذیری این صنایع نگردد.

متغیر دیگر مرتبط با قدرت رقابت‌پذیری ارزش افزوده سرانه نیروی کار است. هرچه این نسبت بزرگ‌تر باشد در واقع میزان بهره‌وری نیروی کار بیشتر است و در نهایت قدرت رقابت‌پذیری نیز بیشتر خواهد بود. به این ترتیب، برای بهبود رقابت‌پذیری بنگاه‌های کوچک و متوسط باید بهره‌وری نیروی کار را افزایش داد تا منجر به تولید بیشتر و یا تولید با هزینه تمام شده کمتر شود. هر بنگاهی که دارای بهره‌وری نیروی کار بیشتر باشد موجب می‌شود هزینه هر واحد تولید کاهش یافته و قیمت تمام شده محصول کاهش یابد و قدرت رقابت در بازار برای این بنگاه افزایش یابد. در ادامه جهت بررسی چگونگی اثر عوامل مذکور بر صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط الگوی صادرات این صنایع را بصورت زیر تصریح می‌کنیم.

۴-۱. مروری بر مطالعات انجام شده

مطالعات زیادی در خصوص توسعه صادرات به‌عنوان موتور رشد اقتصادی کشورها انجام شده است. طیف این مطالعات از اثر صادرات بر رشد توسعه تا تنوع‌صادراتی به‌عنوان راه‌حل افزایش

روند تنوع‌پذیری کل صادرات غیرنفتی تا قبل از اعمال تحریم‌های جدید (سال ۱۳۸۹) کاهش یافته و پس از آن افزایش یافته است. همچنین تنوع‌پذیری صادرات غیرنفتی با وضع تحریم‌های جدید به شدت کاهش یافته است.

بهرامی و حسن‌پور (۱۳۹۶)، افزایش پیچیدگی صادرات غیرنفتی را از شاخص‌های مهم رشد اقتصادی بالا با استفاده از داده‌های تابلویی و سری زمانی سال‌های ۲۰۱۳-۱۹۹۷، تعداد ۷۱ کشور در حال توسعه با سطح درآمد متوسط و برای ایران عوامل موثر بر پیچیدگی صادرات غیرنفتی به روش حداقل مربعات تعمیم‌یافته و معمولی بررسی نمودند. نتایج نشان می‌دهد که میزان پیچیدگی صادرات غیرنفتی ایران به‌طور محسوسی افزایش یافته است و سهم بالایی از این رشد مبتنی بر توسعه صنایع فرآیندی (با فناوری متوسط) و وابسته منابع نفتی و گازی است. علاوه بر این تاثیر متغیرهای سرمایه‌انسانی و واردات بر پیچیدگی صادرات کشورهای در حال توسعه و ایران مورد تایید آماری قرار گرفته است.

۴-۲. الگوی تحقیق

همان‌طور که بیان شد توابع برآورد شده صادرات در کشورهای مختلف، با وجود نقاط مشترک، فرم و اشکال مختلفی دارند. تفاوت‌های مذکور ناشی از روش مطالعه، کالاها و یا گروه فعالیت‌های مورد بررسی و مواردی از این دست است. به همین دلیل عمده مطالعاتی که در این زمینه در ایران انجام شده است کم و بیش مشابه است. بسیاری از مطالعات در خصوص تابع صادرات غیرنفتی در ایران، عوامل تعیین‌کننده تقاضای خارجی (قیمت‌های نسبی و درآمد جهانی) را به‌عنوان تنها عوامل مؤثر بر تقاضای صادرات غیرنفتی معرفی نموده‌اند، این در حالی است که تقاضای صادرات تحت تاثیر عوامل داخلی نیز است. با این وجود شواهد تجربی و نظری وجود دارند که بیان می‌کنند تقاضای داخلی در یک معادله عرضه صادرات می‌باید لحاظ شود، مطالعات انجام شده در این زمینه حاکی از این است که تقاضای داخلی، یک متغیر توضیح دهنده معنی‌دار در تابع عرضه صادرات است.^۱

استفاده از داده‌های مقطعی ۱۳۳۰۱ بنگاه صنعتی پرداختند. در این مطالعه از روش تویبت و هکمن استفاده شده است و نتایج نشان داده‌است که بنگاه‌های با اندازه‌ی بزرگ‌تر، هزینه‌ی واحد نیروی کار پایین‌تر، نسبت موجودی سرمایه‌ی فیزیکی به نیروی کار بیشتر، با احتمال بیشتری به صادرات مبادرت می‌کنند. همچنین فعالیت‌های تحقیق و توسعه در بنگاه تاثیر مثبت و معنی‌دار بر عملکرد صادراتی داشته اما سرمایه انسانی و مالکیت در بخش صنعت ایران بر صادرات رابطه معنی‌داری ندارد.

موسی‌خانی و شهروان‌مهر (۱۳۹۴)، عوامل موثر بر توسعه صادرات در بنگاه‌های کوچک و متوسط صنایع غذایی را مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان می‌دهد که هفت استراتژی، شناخت بازار و بازاریابی، سیاست‌های صادراتی دولت‌ها، نوع و طراحی بسته‌بندی، ساختار صنعت، نقل و انتقالات ارزی، قیمت و رقبا مهمترین استراتژی‌های توسعه صادرات می‌باشند. در ادامه این پژوهش برای هر یک از این شاخص‌ها راهکارهای برای توسعه ارائه شده است.

کمیجانی و حاجی (۱۳۹۱)، نقش صادرات در بهره‌وری و رشد اقتصادی را بررسی نمودند. منابع رشد در دوره ۸۹-۱۳۸۸ برای ایران در قالب دو مدل نیروی کار و سرمایه از صادرات، مخارج دولت، رابطه مبادله، صادرات، آموزش نیروی کار مهار و بهبود مدیریت نیز به عنوان نهاده‌های موثر در فرآیند تولید استفاده شده است و در مدل دوم اقتصاد به دو بخش صادراتی و غیرصادراتی تفکیک شده است و برای دو بخش تابع جداگانه‌ای در نظر گرفته شده است. نتایج هر دو مدل رابطه معنادار و مثبتی بین صادرات و رشد اقتصادی را نشان داده است. نعمت‌الهی و گرشاسبی (۱۳۹۳)، در این مقاله تنوع صادراتی ایران در دوره زمانی ۹۱-۱۳۸۳ و تحولات آن در قبال وضع تحریم‌های بین‌المللی بررسی شده است. در این مطالعه تنوع‌پذیری صادرات غیرنفتی به تفکیک شاخص‌های هرفیندال، هریشمن و تایل محاسبه شده و تغییرات آن در شرایط تحریم‌ها مورد تحلیل قرار گرفته است. نتایج این تحلیل نشان می‌دهد که

1. Arus (1970)

تابعی ساده و لگاریتمی مدل صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط به شرح ذیل است:

$$x_{it} = f(\text{wgdp}_t, \frac{px_t}{pxi_t}, qs_t, \Delta Is_{it}, wl_{it}, vl_{it})$$

$$f_1 > 0, f_2 < 0, f_3 > 0,$$

$$f_4 > 0, f_5 < 0, f_6 > 0$$
(۱)

$$x_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{wgdp}_t + \beta_2 \left(\frac{px}{pxi}\right)_t + \beta_3 qs_{it}$$

$$+ \beta_4 \Delta Is_{it} + \beta_5 wl_{it} + \beta_6 vl_{it} + \varepsilon_{it}$$
(۲)

$i = 1, \dots, 37 \quad t = 1381-96$

متغیرها در این مجموعه معادلات عبارت است از:

x_{it} : میزان صادرات واقعی در بنگاه‌آم در زمان t

wgdp_t : شاخص تولید ناخالص داخلی جهانی

$\left(\frac{px}{pxi}\right)_t$: نسبت شاخص قیمت صادراتی ایران به شاخص

قیمت صادراتی کشورهای صنعتی

ΔIs_{it} : نسبت تشکیل سرمایه به تغییرات فروش در بنگاه‌آم در

زمان t (نسبت سرمایه‌گذاری برای واحدهای اضافی فروش)

wl_{it} : هزینه واحد نیروی کار در بنگاه‌آم در زمان t

vl_{it} : میزان ارزش افزوده سرانه نیروی کار در بنگاه‌آم در زمان t

لازم به ذکر است که کلیه محاسبات بر مبنای قیمت ثابت

سال پایه ۱۳۹۵ (=۱۰۰) انجام شده است و دوره زمانی

مطالعه نیز شامل ۹۶-۱۳۸۱ است.

معادلات (۱) و (۲) نشان دهنده تابع صادرات در کدهای ۳۷

گانه بنگاه‌های صنعتی مورد نظر تحقیق است.

۴-۳. پایه آماری

همه ساله آمار کارگاه‌های صنعتی (بزرگ و کوچک) کشور از

سوی مرکز آمار ایران منتشر می‌شود. در کلی‌ترین سطح،

آمارهای تولید، سرمایه‌گذاری، نیروی کار، جبران خدمات

کارکنان و حقوق و دستمزد، ارزش افزوده، تعداد بنگاه‌ها، نهاده‌ها

و هزینه‌های واسطه و درصد مواد اولیه مصرفی خارجی اعلام

می‌گردد، ولی آمار مربوط به صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط

تنها نکته باقی مانده، در مورد چگونگی اثرگذاری تقاضای داخلی است، بحث متداول آن این است که افزایش در تقاضای داخلی منجر به کاهش صادرات می‌شود. در ایران دولتی بودن بخش مهم اقتصاد، مداخله شدید دولت و کنترل‌های دولتی بر تخصیص منابع سبب کاستی و نقصان شرایط رقابت کامل می‌شود و عرضه و تقاضای داخلی آثار خود را به‌طور کامل در قیمت‌های نسبی منعکس نمی‌کند. بعلاوه، به دلیل ثبات و یا حتی کاهش نرخ واقعی ارز در شرایط افزایش نقدینگی و تورم اقتصاد داخلی که ناشی از اثرات بیماری هلندی فروش و صادرات نفت خام است عملاً جذابیت بازار و تقاضای داخلی همواره رقیب نیرومندی در برابر جذابیت بازار صادراتی است. به این ترتیب، تقاضای داخلی را بعنوان یک متغیر مستقل می‌باید در تابع صادرات لحاظ نمود و از آنجا که صادرات غیرنفتی بعنوان یک فعالیت حاشیه‌ای و پسماند از تقاضای داخلی عمل می‌کند و کالاهای صادراتی بطور مستقیم و غیرمستقیم عمدتاً مصرف داخلی دارند، پس تقاضای داخلی دارای آثار منفی بر صادرات غیرنفتی است. برای متغیر قیمت‌های نسبی از نسبت شاخص قیمت کالاهای صادراتی ایران به شاخص قیمت صادراتی کشورهای صنعتی (px/pxi) استفاده می‌شود که در عین حال منعکس کننده تأثیر نرخ ارز واقعی نیز می‌تواند باشد و انتظار می‌رود که متغیر فوق بدین ترتیب بر صادرات تأثیرگذار که در صورت افزایش قیمت کالاهای صادراتی و ثبات سایر شرایط، تقاضا برای صادرات کاهش یابد.

متغیر شاخص تولید ناخالص داخلی جهانی به عنوان شاخصی برای درآمد جهانی وارد مدل شده است و نشان می‌دهد چنانچه افزایشی در درآمد جهانی صورت گیرد تقاضا برای کالا و خدمات افزایش خواهد یافت.

بنابراین، ۳۷ رابطه تعادلی بلندمدت را برای صادرات صنایع کوچک و متوسط با استفاده از کدهای سه رقمی استاندارد بین‌المللی طبقه‌بندی فعالیت‌های صنعتی در نظر می‌گیریم. لازم به ذکر است کلیه متغیرها در این قسمت بر حسب مقادیر واقعی است و با استفاده از شاخص‌های قیمت بانک مرکزی تعیین شده که به شکل لگاریتمی در مدل بکار می‌روند. به این ترتیب، شکل

پانل دیتا نسبت به مدل‌های با برش‌های مقطعی محض^۹ این است که در این مدل‌ها محقق می‌تواند انعطاف‌پذیری بیشتری در تبیین تفاوت‌های رفتار فردی پدیده‌ها در طول زمان داشته باشد. چارچوب اولیه برای این منظور در معادله ذیل ارائه شده است:

$$y_{it} = \alpha + \beta'X_{it} + \varepsilon_{it} + u_i \quad (3)$$

به طوری که $i = 1, 2, \dots, n$ و $t = 1, 2, \dots, T$ است که n تعداد بنگاه‌ها (مشاهدات مقطعی) و T بیانگر تعداد مشاهدات سری زمانی سالانه است. به غیر از عرض از مبدأ تعداد K متغیر توضیحی در X_{it} وجود دارد. لازم به ذکر است که مدل پانل دیتای فوق از نوع مدل‌های متوازن^{۱۰} است یعنی در هر n صنعت تعداد T مشاهده سالانه وجود دارد. در این معادله α_i نیز اثر انفرادی یا عرض از مبدأ مختص صنعت i است که فرض می‌شود در طول زمان ثابت بماند. در عمل می‌توان تفاوت بین صنایع مختلف (یا i معادله مختلف) را در معادله فوق به سه صورت فرض نمود. اول اینکه α_i را برای کلیه صنایع (برش مقطعی) ثابت فرض نمود (یعنی $\alpha_i = \alpha$). روش دوم این است که α_i برای هر یک از صنایع مورد مطالعه با یکدیگر فرق داشته باشد. رویکرد سوم این است که تفاوت بین صنایع تصادفی بوده و با یک جزء تصادفی مثل u_{it} وارد معادله (۳) شوند، با این تفاوت که این جزء بطور مشخص در یک دور واحد در هر زمان وارد معادله رگرسیونی می‌شود. این سه روش در ادبیات نظری مدل‌های پانل دیتا (Panel Data) به ترتیب به روش‌های اثرات

از سال ۱۳۷۹ به بعد در ایران منتشر می‌شود، لذا با توجه به اهداف این مطالعه آمارهای مربوط به بنگاه‌های کوچک و متوسط (تعداد کارکنان ۱۰-۱۴۹ نفر) بر حسب کدهای استاندارد بین‌المللی طبقه‌بندی فعالیت‌های صنعتی استفاده شده است.^۱ آمار نرخ ارز و شاخص قیمت‌ها از حساب‌های ملی ایران (بانک مرکزی)، آمار GDP جهانی (شاخص)، شاخص قیمت‌های صادرات کشورهای صنعتی از IFS استخراج گردیده است.

اطلاعات آماری مورد استفاده در این بررسی سالیانه بوده و دوره زمانی ۱۳۸۱-۹۶ را شامل می‌شود. اطلاعات آماری به دو قسمت اطلاعات خام و غیر خام تقسیم شده‌اند. اطلاعات خام آماری اطلاعاتی هستند که توسط بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، مرکز آمار ایران و منابع بین‌المللی بطور رسمی منتشر می‌شوند، اطلاعات غیر خام اطلاعاتی هستند که توسط مراکز فوق‌الذکر رسماً منتشر نشده و با استفاده از روش‌های خاصی ساخته می‌شوند. اطلاعات خام این مطالعه عبارتند از: تولید ناخالص داخلی جهانی، شاخص قیمت‌ها، ارزش صادرات و شاخص قیمت‌های خارجی است.

۴-۴. نتایج و یافته‌ها

تلفیق آمارهای سری زمانی^۲ با آمارهای مقطعی^۳ نه تنها اطلاعات سودمندی برای تخمین مدل‌های اقتصادسنجی فراهم می‌آورد بلکه بر مبنای نتایج بدست آمده می‌توان اسب‌تنباط‌های سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی درخور توجهی نیز به عمل آورد. بررسی تفصیلی ادبیات موضوع مربوط به پانل دیتا را می‌توان در مطالعات مادالا^۴ (۱۹۹۳)، هسایو (۱۹۸۶)^۵، دیلمان (۱۹۸۹)^۶، ماتیاس و سیویستر^۷ (۱۹۸۶)، راج و بالتاگ (۱۹۹۲)^۸ و بالتاگ (۱۹۹۵) دنبال کرد. امتیاز مدل‌های

۱. شایان ذکر است جامعه آماری بنگاه‌های کوچک و متوسط بر حسب تعریف و معیارهایی که برای طبقه‌بندی و جدا کردن این بنگاه‌ها از بنگاه‌های بزرگ می‌شود متفاوت است. به‌طور مثال، در آمارگیری‌های صنعتی ایران گاه کارگاه بالای ۵۰ نفر شاغل کارگاه بزرگ صنعتی (بانک مرکزی) خوانده شده‌اند و گاه کارگاه‌های بالاتر از ۱۰ شاغل در این مطالعه با توجه به فراوانی آن در مطالعات سایر کشورها از تعریف فوق استفاده شده که از لحاظ دسترسی آماری نیز امکان‌پذیر بوده است.

1. Time Series Data
2. Cross Sectional Data
3. Maddala (1993)
4. Hsiao (1986)
5. Dielman (1989)
6. Matyas and Sevestre (1986)
7. Raj and Baltagi (1992)
8. Pure Cross - Section
9. Balanced Panel Data Model

cpi شاخص قیمت مصرف کننده (۱۳۹۵=۱۰۰)، pp شاخص قیمت تولید کننده (۱۳۹۵=۱۰۰)، I میزان تشکیل سرمایه بنگاه‌ام، w میزان مزد و حقوق پرداختی به نیروی کار در بنگاه‌ام، L میزان اشتغال در بنگاه‌ام، sel میزان فروش در بنگاه‌ام و val میزان ارزش افزوده در بنگاه‌ام است و ضرائب بصورت اثرات مشترک برآورد می‌شود و نتایج مربوط به رتبه‌بندی رقابت‌پذیری نیز ارائه گردیده‌است.

لازم به ذکر است که طی دوره ۹۶-۱۳۸۱ بعضی از بنگاه‌ها بر حسب کدهای ISIC سه رقمی هیچ گونه صادراتی نداشته و یا ماهیتاً صادراتی نبوده‌اند، لذا در برآورد معادله (۴) فقط از بنگاه‌های دارای صادرات در طی دوره مذکور استفاده شد و بنگاه‌های که ماهیتاً صادراتی نبوده و در طی دوره مذکور صادرات نداشته‌اند از محاسبات حذف شده‌اند. بنگاه‌های دارای صادرات و بکار گرفته شده که بنگاه‌های مورد استفاده در تخمین به شرح زیر است:

۱۰۲- فراوری و نگهداری ماهی، سخت‌پوستان و نرم‌تنان،
 ۱۰۷- تولید سایر فرآورده‌های غذایی، ۱۱۰- تولید انواع آشامیدنی‌ها، ۱۳۱- ریسندگی، بافندگی و تکمیل منسوجات،
 ۱۳۹- تولید سایر منسوجات، ۱۴۱- تولید پوشاک، به جز پوشاک از پوست خردار، ۱۴۳- تولید پوشاک کشیاف و قلاب‌بافی شده، ۱۵۱- دباغی و پرداخت چرم، تولید کیف دستی، زین و یراق، ۱۵۲- تولید کفش و پاپوش، ۱۶۲- تولید فرآورده های چوب، چوب پنبه، حصیر و موادحصیربافی، ۱۷۰- تولید کاغذ و فرآورده های کاغذی،
 ۱۹۲- تولید فرآورده‌های پالایش شده نفت، ۲۰۱- تولید مواد شیمیایی اساسی، کودها و ترکیبات نیتروژن، ۲۰۲- تولید سایر فرآورده های شیمیایی، ۲۰۳- تولید الیاف مصنوعی، ۲۲۱- تولید فرآورده های لاستیکی و پلاستیکی- به جز کفش، ۲۲۲- تولید فرآورده های پلاستیکی- به جز کفش، ۲۳۱- تولید شیشه و فرآورده‌های شیشه‌ای، ۲۳۹-

مشترک^۱، اثرات ثابت^۲ و اثرات تصادفی^۳ مشهور هستند.

در این مطالعه داده‌ها را بصورت یک پانل آماری برای شصت و یک زیر بخش صنعت سازماندهی و به روش تلفیق داده‌ها^۴ پارامترها را برآورد می‌کنیم. بنابراین رویکرد این مطالعه با مطالعات ذکر شده قبلی متفاوت است، برای پانل آماری که از سال ۱۳۸۱ شروع و به سال ۱۳۹۶ ختم می‌شود، نیازی به وارد کردن دلخواهانه یا اجباری متغیرهای مجازی، که کاربرد آنها اغلب محل اعتراض است وجود ندارد، از طرف دیگر میزان رقابت‌پذیری هر صنعت برآورد می‌گردد.

در نهایت رابطه صادرات این مطالعه بر اساس مطالب ذکر شده در قسمت‌های قبل بصورت زیر تصریح گردیده است:

$$\begin{aligned}
 x_{it} &= \beta_0 + \beta_1 Lwgdpt_t + \beta_2 Lp_t + \beta_3 Lqs_{it} \\
 &+ \beta_4 \Delta Is_{it} + \beta_5 Lwl_{it} + \beta_6 Lvl_{it} + \varepsilon_{it} \\
 Lx_{it} &= \text{Log}(100 * \frac{x_{it}}{px_t}), Lwgdpt_t = \text{Log}(wgdpt_t), \\
 Lqs_{it} &= \text{Log}(100 * \frac{qs_{it}}{wpi_t}), Lp_t = \text{Log}(\frac{px}{pxi})_t \quad (4) \\
 \Delta Is_{it} &= (\frac{I}{\Delta Sel})_{it}, Lwl_{it} = \text{Log}(\frac{w}{l})_{it} * (\frac{100}{cpi}), \\
 Lvl_{it} &= \text{Log}(\frac{val}{l})_{it} * (\frac{100}{pp})
 \end{aligned}$$

که L عملگر لگاریتم است، x_{it} میزان صادرات واقعی در بنگاه‌ام در زمان t، $wgdpt_t$ شاخص تولید ناخالص داخلی جهانی،

نسبت $(\frac{px}{pxi})_t$ شاخص قیمت صادراتی ایران به شاخص قیمت صادراتی کشورهای صنعتی، qs_{it} میزان تولید واقعی در بنگاه‌ام در زمان t، ΔIs_{it} نسبت تشکیل سرمایه به تغییرات فروش بنگاه‌ام در زمان t، wl_{it} دستمزد سرانه واحد نیروی کار بنگاه‌ام در زمان t و vl_{it} میزان ارزش افزوده سرانه واحد نیروی کار بنگاه‌ام در زمان t است، wpi_t شاخص قیمت عمده فروشی (۱۳۹۵=۱۰۰)، pxi_t شاخص قیمت صادراتی کشورهای صنعتی (۲۰۰۵=۱۰۰)، px_t شاخص قیمت صادراتی ایران (۱۳۹۵=۱۰۰)،

1. Common Effects
2. Fixed Effects
3. Random Effects
4. Pooling Time Series Cross Section

درصد اطمینان معنی‌دار هستند. بعلاوه از آن‌جای که مدل با عملگر لگاریتمی برآورد شده‌است ضرایب متغیرها معرف کشش پذیری متغیر وابسته است.

کشش صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط نسبت به درآمد جهانی مثبت است بدین معنی که با افزایش درآمد جهانی تقاضای صادرات برای کالاهای بنگاه‌های کوچک و متوسط ایران افزایش می‌یابد، کشش صادرات نسبت به قیمت‌های نسبی منفی است بدین معنی که با افزایش قیمت کالاهای صادراتی ایران نسبت به قیمت کالاهای صادراتی کشورهای صنعتی (سایر کشورها) تقاضا برای صادرات ایران کاهش خواهد یافت، کشش صادرات نسبت به میزان تولید بنگاه‌های کوچک و متوسط مثبت است یعنی این که با فرض ثبات سایر شرایط اگر چنانچه میزان تولید بنگاه‌های کوچک و متوسط ۱۰۰ درصد افزایش یابد میزان صادرات آن‌ها حدود ۴۸ درصد افزایش خواهد یافت، کشش صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط نسبت به دستمزد واحد نیروی کار برابر $-۰/۵۵$ است یعنی اگر این متغیر شاخصی برای قدرت رقابت پذیری این بنگاه‌ها باشد با افزایش دستمزد سرانه نیروی کار میزان صادرات کاهش خواهد یافت، کشش صادرات نیز نسبت به ارزش افزوده سرانه نیروی کار نیز بیان‌کننده این واقعیت است که با افزایش این نسبت صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط نیز افزایش خواهد یافت و میزان کشش برابر $۰/۶۷$ است یعنی با فرض ثبات سایر شرایط افزایش یک درصد در ارزش افزوده یا بهره‌وری سرانه نیروی کار میزان صادرات حدود $۰/۶۷$ درصد افزایش می‌یابد. کشش قیمتی تقاضای صادرات ایران حدوداً بزرگ برآورد شده است. بدین ترتیب قدرت رقابت صادرکنندگان ایرانی در بازارهای خارجی بر سر قیمت، زیاد خواهد بود. کشش قیمتی صادرات برابر است با $-۰/۵۲$ به عبارت دیگر، محدودیت اصلی رشد صادرات از طرف عرضه است یعنی این که کالائی برای صادرات وجود ندارد و یا صادرکنندگان انگیزه کافی برای صادرات ندارند. در این صورت توصیه سیاست‌گذاری این است که محدودیت‌های صادراتی رفع شوند و با پرداخت جوایز صادراتی یا یارانه به صادرکنندگان و از همه مهم‌تر تعدیل نرخ ارز جاذبه صادرات را نسبت به فروش داخلی

با توجه به نتایج جدول ۱. که نشان می‌دهد متغیرهای مورد بررسی همگی دارای ریشه واحد هستند و با یک مرتبه تفاضل‌گیری تبدیل به متغیر ساکن می‌شوند قابلیت کاربرد در الگوی مورد نظر این مقاله را دارند که در ادامه الگوی نتایج برآورد الگوی تحقیق در جدول ۲. ارائه می‌شود.

۷. نتایج تجربی

یافته‌های تجربی حاصل از برآورد الگو در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. برآورد صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط، ۹۶-۱۳۸۱

متغیر توضیحی	ضریب	آماره t
LwgdP	۱/۴۲	۳/۲۵*
Lp	-۰/۵۲	-۳/۱۸*
Lqs	۰/۴۸	۴/۳۹*
Lwl	-۰/۵۵	-۳/۲۶*
Lvl	۰/۶۷	۳/۱۵*
ΔIS	۰/۵۱	۱/۷۵**
R^2		۸۷
D.W		۲/۰۵
دوره زمانی		۱۳۸۱-۹۶
تعداد مقاطع		۳۷
آماره F برآورد اثرات مشترک		۸۶/۰۲ (۰/۰۰)

ماخذ: محاسبات تحقیق

*: در سطح ۹۵ درصد معنی‌دار است

** : در سطح ۹۰ درصد معنی‌دار است

نتایج جدول ۲. نشان می‌دهد بر اساس آماره F برآورد اثرات مشترک $(۰/۰۰)$ $۴۲۸/۴۱$ این مدل قابلیت برآورد بصورت پانل دیتا را دارد و با توجه به نوع برآورد (اثرات ثابت) تفاوت در بین بنگاه‌های مختلف توسط عرض از مبدا‌های متفاوت بهتر قابلیت توجیه دارد لذا باید تمامی تحلیل‌ها براساس مدل اثرات ثابت باشد تا در شرایط فعلی قدرت رقابتی بنگاه‌های صادراتی بنگاه‌ها قابل مقایسه گردد. ضریب R^2 تعدیل شده نشان می‌دهد که حدود ۸۷ درصد از صادرات مستقیم بنگاه‌های کوچک و متوسط توسط متغیرهای مستقل توضیح داده می‌شود، هم‌چنین نتایج نشان می‌دهد که تمامی متغیرها از لحاظ آماری در سطح ۹۰

و چربی‌ها از فساد بالاترین رتبه قدرت رقابت‌پذیری را دارد و صنعت ساخت موتورهای برقی، ژنراتور و ترانسفورماتور کمترین رتبه را در قدرت رقابت‌پذیری دارد و سایر بنگاه‌ها به ترتیب اولویت مرتب شده‌اند.

۸. خلاصه و نتیجه‌گیری

به علت مزایا و قابلیت‌های بسیار زیاد بنگاه‌های کوچک و متوسط و نقش برجسته آن‌ها در اقتصاد کشورها و با عنایت به مسائل و مشکلاتی که این گروه از بنگاه‌ها با آن روبرو هستند، در کشورهای پیشرفته حمایت‌های گوناگونی از این بنگاه‌ها به عمل می‌آید که باعث افزایش رقابت‌پذیری آنان شده به گونه‌ای که در حال حاضر بیشتر کشورهای جهان شاهد افزایش تعداد این گروه بنگاه‌ها است. پیشرفت‌های سریع کشورهایی نظیر کره جنوبی، تایوان، مالزی، هند، ترکیه، اندونزی و کشورهای صنعتی مانند آلمان، ژاپن و آمریکا گواه این مدعا است که بنگاه‌های کوچک و متوسط در این کشورها به عنوان پایه‌های اساسی رشد و توسعه و دستیابی به صنایع مدرن بوده‌اند.

تجارب کشورهای جنوب شرق آسیا نشان می‌دهد که:

۱. نقش بنگاه‌های کوچک و متوسط در کشورهای پیشرفته صنعتی و کشورهای صنعتی شده جنوب شرق آسیا در خور توجه و رو به افزایش است.

۲. سیاست حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسطی که محصول نهایی تولید می‌کنند، موفقیت چشمگیری نداشته است.

۳. جهت‌گیری صادراتی بنگاه‌های کوچک و متوسط موفقیت‌آمیز بوده است.

حرکت در جهت اولویت دادن به فعالیت‌های صنعتی کشور را می‌توان در برنامه‌ریزی‌های توسعه سال‌های اخیر به شکل‌های گوناگون مشاهده کرد. از اواخر سال‌های دهه ۱۳۵۰، عملکرد صنعت دستخوش دگرگونی‌های متعدد شد که از عوامل برونی و درونی گوناگون منشا می‌گرفت. شوک‌های اقتصادی، فرار سرمایه، مهاجرت متخصصان، افزایش عمومی و همه جانبه کنترل دولت بر فعالیت‌های اقتصادی، وضع مقررات و محدودیت‌های گوناگون و تغییر بنیادی در اولویت اختصاص یافته به بنگاه‌ها، دست به دست

افزایش و آنان را برای صادرات بیشتر تشویق نمود. کشش صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط نسبت به متغیر تشکیل سرمایه به تغییرات فروش برابر ۰/۵۲ درصد است که با افزایش ۱۰۰ درصد در این متغیر با فرض ثبات سایر شرایط حدود ۵۱ درصد به میزان صادرات این صنایع افزوده می‌گردد.

به‌طور خلاصه می‌توان گفت که مبحث قیمت‌های نسبی از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است به‌طوری که رمز موفقیت سیاست آزادسازی تجاری برای افزایش صادرات، قدرت رقابت قیمتی صادرکنندگان در بازارهای جهانی است. صادرات در نتیجه رشد اقتصادی کشور واردکننده، یا رقابت صادرکنندگان با رقبای خود بر سر قیمت افزایش می‌یابد. سیاست کاهش قیمت‌های صادراتی برای افزایش صادرات بهتر از رشد درآمد کشورهای واردکننده است زیرا سیاست اول تقاضای صادراتی کشور را افزایش می‌دهد در حالی که سیاست دوم کل تقاضای کشورهای خریدار را افزایش می‌دهد.

در ادامه جهت رتبه‌بندی رقابت‌پذیری صادراتی بنگاه‌های کوچک و متوسط از رتبه‌بندی ضرائب ثابت برآورد اثرات ثابت هر معادله استفاده نموده‌ایم، در این روش بدین گونه عمل می‌شود که ضرائب عرض از مبدا هر معادله را از بزرگ به کوچک مرتب می‌کنیم که ضریب بزرگ‌تر نشان دهنده قدرت رقابت‌پذیری بالاتر و ضریب کوچک‌تر نشان دهنده قدرت رقابت‌پذیری کمتر است، (جدول ۳).

جدول ۳. رتبه‌بندی رقابت‌پذیری صنایع کوچک و متوسط در صادرات

رتبه	کد	عنوان
۱	۱۰۲	فرآوری و نگهداری ماهی، سخت‌پوستان و نرم‌تنان
۲	۱۵۱	دباغی و پرداخت چرم، تولید کیف‌دستی، زین و یراق
۳	۱۹۲	تولید فراورده‌های پالایش شده نفت
...
۳۷	۳۲۵	ساخت ملزومات و وسایل پزشکی و دندانپزشکی

ماخذ: محاسبات تحقیق

نتایج رتبه‌بندی قدرت رقابت‌پذیری بنگاه‌های کوچک و متوسط بر حسب کدهای سه رقمی استاندارد بین‌المللی طبقه‌بندی فعالیت‌های صنعتی نشان می‌دهد که صنعت تولید، عمل آوری و حفاظت گوشت، ماهی، میوه، سبزیجات، روغن‌ها

جهت حصول نتیجه این است که بر افزایش بهره‌وری از طریق اصلاح مدیریت و بهینه‌سازی روش‌های تولید تاکید گردد.

اگرچه لازم است هزینه‌های تولید اعم از هزینه‌های مربوط به سرمایه، هزینه نیروی کار، هزینه مواد اولیه و سایر هزینه‌ها کنترل گردد تا اینکه قیمت‌های تمام شده و صادراتی بیش از قیمت رقبا نگردد ولی در شرایط توری امکان دست یافتن به هدف رقابت‌پذیر نمودن بنگاه‌های کوچک و متوسط با روش کنترل هزینه‌ها کمتر است.

عدم توانایی رقابت کالاهای ساخت ایران در بازارهای جهانی صرفاً بلحاظ گرانی قیمت آنها نیست بلکه کیفیت پایین کالاها (به استثنای برخی اقلام نظیر فرش) عامل مهمی دیگری در پایین بودن قابلیت فروش آنها است زیرا قدرت رقابت‌پذیری را حداقل در دو عامل قیمت و کیفیت می‌توان خلاصه نمود.

بازار مصرف در داخل ایران بسیار وسیع است و بنابر این تولیدکنندگان کالاهای صنعتی لزومی برای تحمل دشواری‌های رقابت در بازارهای خارجی را نمی‌بینند، بویژه اینکه اغلب تولیدکنندگان کالاهای مصرفی در ایران در معرض رقبای خارجی قرار ندارند.

کاهش قیمتی صادرات برابر $0/52$ است، به عبارت دیگر، محدودیت اصلی رشد صادرات از طرف عرضه است یعنی اینکه کالائی برای صادرات وجود ندارد و یا صادرکنندگان انگیزه کافی برای صادرات ندارند. در این صورت توصیه سیاست‌گذاری این است که محدودیت‌های صادراتی رفع شوند و با پرداخت جوایز صادراتی یا یارانه به صادرکنندگان، آنان را به صادرات بیشتر تشویق نمود.

نکته پایانی اینکه مسئله مهم در صادرات امروزه سطح فناوری است که با افزایش درآمد، تقاضا برای کالاهای با فناوری بالاتر بیشتر افزایش می‌یابد به گونه‌ای که می‌توان گفت با افزایش درآمد تقاضا برای کالاهای دارای فناوری پایین به سوی تقاضا برای کالاهای دارای فناوری بالا جابجا می‌شود، با توجه به اینکه عمده کالاهای صادراتی بنگاه‌های کوچک و متوسط ایران دارای سطح فناوری پایین است. لذا می‌توان گفت در شرایط رشد اقتصاد جهانی، عدم تحرک بنگاه‌های کوچک و متوسط به طرف تولید با فناوری بالاتر نتیجه‌ای جز انزوای بیشتر

یکدیگر داد و موقعیت فعالیت‌های صنعتی را در اقتصاد کشور به طور مشهودی تغییر داد.

رابطه مثبت و معنی‌دار بین میزان تولید و شدت صادرات بیانگر فراهم آمدن زمینه‌های توسعه صادرات غیرنفتی ایران از طریق افزایش توانمندی و امکانات صنعت است به طوری که کنش صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط نسبت به تولید این بنگاه‌ها $0/48$ است. هم‌چنین اثر تولیدی نشان می‌دهد که محدودیت اصلی رشد صادرات از طرف عرضه است یعنی اینکه کالائی برای صادرات وجود ندارد و یا صادرکنندگان انگیزه کافی برای صادرات ندارند. در این صورت باید محدودیت‌های صادراتی رفع شده و با تعدیل نرخ ارز واقعی، با پرداخت جوایز صادراتی و یارانه منافع صادرات را نسبت به فروش داخلی بالاتر برد.

کنش صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط نسبت به درآمد جهانی $1/42$ است، به عبارت دیگر چنانچه درآمد و تقاضای جهانی 100 درصد افزایش یابد می‌تواند باعث افزایش صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط کشورمان به میزان 142 درصد شود. کنش صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط نسبت به دستمزد واحد نیروی کار $0/55$ - است یعنی این‌که با افزایش این متغیر صادرات کاهش می‌یابد و با توجه به ماهیت هزینه‌ای این متغیر افزایش آن سبب افزایش کل هزینه تولید و نهایتاً افزایش قیمت تمام شده و کاهش قدرت رقابت‌پذیری می‌گردد.

کنش صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط نسبت به ارزش افزوده هر واحد نیروی کار $0/67$ است یعنی این‌که با افزایش این متغیر صادرات نیز افزایش می‌یابد و با توجه این متغیر ماهیت بهره‌وری نیروی کار را دارد افزایش آن سبب کاهش کل هزینه تولید و نهایتاً کاهش قیمت تمام شده و افزایش قدرت رقابت‌پذیری می‌گردد.

کنش صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط نسبت به متغیر تغییرات تشکیل سرمایه به تغییرات فروش برابر $0/51$ درصد است که با افزایش 100 درصد در این متغیر با فرض ثبات سایر شرایط حدود 52 درصد به میزان صادرات این صنایع افزوده می‌گردد. به طور خلاصه می‌توان گفت برای رقابت‌پذیر نمودن بنگاه‌های کوچک و متوسط روش موثرتر و با اطمینان بیشتر از

بومی فراهم کند که نتیجه چنین فعالیتهایی این است که قابلیت‌های این صنایع در عرصه تجارت جهانی به چالش گذاشته شود و توانمندی‌های آن‌ها تقویت گردد.

۳. تشویق بنگاه‌های کوچک و متوسط به همکاری مشترک با یکدیگر و صنایع بزرگ، عامل اساسی در پوشاندن نقاط ضعف این بنگاه‌ها است. کشورهایی که تجربه خوبی در گسترش واحدهای کوچک و متوسط داشته‌اند، برنامه‌ریزی‌های منسجمی را در به هم پیوستن این واحدها و ایجاد شبکه‌های داخلی و خارجی انجام داده‌اند. بر این اساس، ایجاد شرایطی برای ارتباط بنگاه‌های کوچک و متوسط به بنگاه‌های بزرگتر داخلی و خارجی می‌تواند موثر باشد.

۴. فعالیت بنگاه‌ها به صورت خوشه‌ای، صورت دیگری از ارتباط بنگاه‌های کوچک و متوسط با یکدیگر است. بنابراین حمایت‌های انجام شده از بنگاه‌های کوچک و متوسط باید به گونه‌ای باشد که بنگاه‌هایی که در یک رشته فعالیت می‌کنند، با یکدیگر ارتباط بیشتر و هدایت‌شده‌تری داشته باشند.

۵. توصیه می‌گردد چنانچه بخواهیم سیاست حمایتی هدفمندی را نسبت به بنگاه‌های کوچک و متوسط اعمال نماییم، با عنایت به این که حمایت غیر هدفمند به جهت محدودیت منابع و نیز عدم اثرگذاری مناسب بر انتخاب‌های فعالان اقتصادی نمی‌تواند عملی و موثر باشد، طبعاً باید سیاست مزبور بر بنگاه‌های با بیشترین قدرت رقابت تمرکز یابد، لذا توصیه می‌شود سیاست‌های حمایتی زمان‌مند و مقید به دوره‌های زمانی و مشروط به عملکرد و حصول اهداف تعیین شده در خصوص افزایش رقابت‌پذیری و عملکرد بنگاه‌ها در این شاخص باشد.

۶. با توجه به عامل فناوری و بکارگیری فناوری‌های بالا که می‌تواند مسیر مناسبی برای ارتقای رقابت‌پذیری بنگاه‌های کوچک و متوسط باشد، توصیه می‌گردد ترکیبی از مشوق‌ها به گونه‌ای انتخاب شود که بتواند به ارتقای مستمر و پرشتاب‌تر رقابت‌پذیری در این بنگاه‌ها کمک نماید.

۷. با توجه به آن که آموزش و ارتقای مهارت‌های فنی و حرفه‌ای و تخصصی عاملی در ارتقای رقابت‌پذیری بنگاه‌های کوچک و متوسط است توصیه می‌شود مورد توجه قرار گیرد.

این صنایع در بازارهای جهانی قابل تصور نخواهد بود.

رتبه‌بندی قدرت رقابت‌پذیری بنگاه‌ها نشان می‌دهد که در شرایط ایستای مقایسه‌ای صنعت ساخت موتورهای برقی، ژنراتور و ترانسفورماتور (کد ۳۱۱) دارای پایین‌ترین رتبه بوده است و صنعت تولید، عمل آوری و حفاظت گوشت، ماهی، میوه، سبزیجات، روغن‌ها و چربیها از فساد (کد ۱۵۱) بالاترین رتبه قدرت رقابت‌پذیری را دارند.

این مقاله با سایر مطالعات در مواردی چون؛ دوره زمانی تحقیق، استفاده از کدهای سه رقمی ISIC دارای ۱۰ تا ۱۴۹ نفر کارکن (بنگاه‌های کوچک و متوسط) بیان عوامل موثر بر قدرت رقابت‌پذیری این بنگاه‌ها به صورت کمی، استفاده از آخرین آمار و اطلاعات در دسترس و قضاوت در خصوص رقابت‌پذیری بنگاه‌ها بر اساس مدل‌های اقتصادسنجی دارای تفاوت‌های است که نسبت به مطالعات گذشته سهمی متفاوت در تولید ادبیات تجربی موضوع مورد نظر مقاله خواهد داشت.

۹. توصیه‌های سیاستی

۱. شرایط رقابت‌پذیر نمودن بنگاه‌های کوچک و متوسط دارای ارکان مهم در سطح اقتصادکلان و در سطح خرد (بنگاه) است که برای افزایش قدرت رقابت‌پذیری و رقابت‌پذیر نمودن این بنگاه‌ها موارد ثبات اقتصادی و فضای مناسب رقابت‌پذیری، وجود شرایط و محیط متناسب حقوقی و مقرراتی، وجود نهادهای اجتماعی لازم، ثبات سیاست اقتصادی، وجود زیرساخت فیزیکی لازم، محدود کردن نقش دولت، باز بودن اقتصاد و ورود به بازارهای بین‌المللی و فراهم کردن شرایط و فضای مشارکت بیشتر بخش خصوصی توصیه می‌گردد.

۲. یکی دیگر از اهدافی که به‌عنوان چشم‌انداز بنگاه‌های کوچک و متوسط در نظر گرفته شده است، افزایش صادرات این بنگاه‌ها به بازارهای جهانی است. پیدایش بازارهای منطقه‌ای می‌تواند با اتکاء بر ویژگی‌های خاص جغرافیایی و با استفاده از ظرفیت‌های منحصر به فرد اقلیمی، زمینه را برای عرضه کالاهای ناشناخته یا کمتر شناخته شده و هم‌چنین محصولات

منابع

- احمدیان، علی‌اشرف و پارسامنش، مهرداد (۱۳۹۵). شناسایی عوامل مؤثر بر حضور موفق شرکت‌های صادرکننده ایرانی در بازارهای خارجی. بررسی‌های بازرگانی، شماره ۷۷.
- بهرامی، جاوید و حسن‌پور، یوسف (۱۳۹۶). پیچیدگی صادرات غیرنفتی ایران و عوامل تعیین‌کننده آن در کشورهای در حال توسعه، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۸۲.
- جانی، سیاوش (۱۳۹۷). بررسی تاثیر پذیری عملکرد صنایع از سیاست‌های رقابتی با تاکید بر درجه رقابتی آنها (مطالعه موردی صنایع ایران)، پژوهش‌های اقتصاد صنعتی، دوره ۲، شماره ۵.
- کمیحانی، اکبر و حاجی، غلامعلی (۱۳۹۱). نقش صادرات در بهره‌وری و رشد اقتصادی: شواهد تجربی از ایران، فصلنامه پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، سال دوم، شماره هفتم.
- پورعبادالهیان کویچ، محسن و همتی، مجتبی (۱۳۹۴). سنجش موقعیت مکانی و بررسی تاثیر آن بر تصمیم صادراتی ایران، فصلنامه
- Arus. J. R. (1970). The Short-Run Effects of Domestic Demand Pressure on British Export Performance. IMF Staff Papers, Vol. XVII, PP. 247-275.
- Asian Development Bank, (2004). Industrial Competitiveness The Challenge for Pakistan.
- Francois, J. and Keith H. (2003). Global Simulation Analysis of Industry-Level Trade Policy, Mimeo, The World Bank
- Lall, S. (2000). Comparing National Competitive Performance: an Economic Analysis of the World Economic Forum's Competitiveness Index, Working Paper No. 61, Oxford University.
- Lazonick, W. (2008). Entrepreneurial Ventures and the Developmental State: Lessons from Advanced Economies, UNU-WIDER Discussion Paper No. 2008/01.
- Porter, M. (1998). Clusters and the New Economics of Competition. Harvard Business Review Report No. 22803-AR (2002). Small and Medium-Sized Enterprises in Argentina: A Potential Engine for Economic Growth and employment UNCTAD (2003). Small and Medium-Sized Enterprise Sector to Industrial and Economic Development in the Islamic Republic of Iran. UNIDO (2019). Competitive Industrial Performance Report 2018, Vienna.
- UNIDO, (2019). Industrial Development Report.
- نظریه‌های کاربردی اقتصاد، سال دوم شماره اول.
- مرکز آمار ایران، نتایج آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی دارای ۱۰ نفر کارکن و بیشتر، سال‌های مختلف،
<https://www.amar.org.ir>
- محمدزاده، پرویز و سجودی، سکینه (۱۳۹۰). بررسی عوامل مؤثر بر عملکرد صادراتی بنگاه‌های صنعتی ایران. پژوهشنامه مدیریت اجرایی، دوره ۳ شماره ۶.
- موسی‌خانی، مرتضی و شهروان‌مهر، امیرحسین (۱۳۹۴). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه صادرات در بنگاه‌های کوچک و متوسط صنایع غذایی استان قزوین با رویکرد MADA. مجله مدیریت توسعه و تحول شماره ۲۳.
- نعمت‌الهی، سمیه و گرشاسبی، علی‌رضا (۱۳۹۳). بررسی تغییرات تنوع‌پذیری صادرات غیرنفتی در شرایط تحریم‌های بین‌المللی با تاکید بر دوره ۱۳۹۱-۱۳۸۳، فصلنامه پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، سال چهارم، شماره چهاردهم.