

## جهانی شدن، رقابت پذیری و توسعه‌ی صادرات

### غیر نفتی: بررسی رابطه‌ی علت و معلولی در اقتصاد ایران

دکتر حسین کریمی هسنیجه\*

تاریخ پذیرش: ۸۶/۱/۳۱

تاریخ وصول: ۸۵/۸/۵

چکیده:

جهانی شدن فرایندی سیال از تحولات سیاسی و اقتصادی است که ضمن گسترش ارتباطات، تعاملات فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی را افزایش می‌دهد. جهانی شدن با مشخصه‌های یکپارچگی تجارت، حرکت سریع سرمایه، تسریع در مبادله‌ی فن آوری، پیشرفت‌های فنی و نزدیک نمودن اقتصادهای ملی به اقتصادهای واحد و فراملی، ارائه‌کننده‌ی تعریف جدیدی از روابط، متغیرها و سیاست‌های اقتصادی است. ایجاد فضای رقابتی از مهمترین و اساسی‌ترین عناصر برای ورود به فرایند جهانی شدن است. به عبارتی دیگر، ایجاد بستر رقابتی، توجه به صادرات و حذف موانع موجود و به دنبال آن افزایش قدرت رقابت پذیری از مهمترین شاخص‌های آماده سازی بستر جهانی شدن است. در این تحقیق ضمن بررسی موضوع جهانی شدن و رقابت پذیری و تبیین ارتباط آنها، رابطه‌ی رقابت پذیری و صادرات غیر نفتی کشور آزمون شده است. به این منظور از ابزار اقتصادسنجی و آزمون علیت هایسائو<sup>۱</sup> استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون علیت رقابت پذیری و صادرات غیر نفتی نشان دهنده‌ی عدم وجود رابطه‌ی علت و معلولی در صادرات غیر نفتی کشور است.

طبقه بندی JEL: C01 ، C12 ، F02 F41

واژه‌های کلیدی: جهانی شدن، رقابت پذیری، صادرات غیر نفتی، آزمون علیت هایسائو

---

\* استادیار اقتصاد دانشگاه اصفهان (Hkarimih@econ.ui.ac.ir)

<sup>1</sup> Hsiao Causality Test

## ۱- مقدمه

جهانی شدن به عنوان فرایندی سیال در دهه‌ی ۹۰ میلادی، ضمن گسترش ارتباطات، افزایش دهنده‌ی تعاملات فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی است. جهانی شدن با مشخصه‌های یکپارچه‌گی تجارت، حرکت سرمایه، تسریع در مبادله‌ی فن آوری و پیشرفت‌های فنی و نزدیک نمودن اقتصادهای ملی به اقتصادهای واحد و فراملی، تعریف جدیدی از روابط و متغیرها و سیاست‌های اقتصادی است، به طوری که با این شرایط کشورها تنها با تولید کالا و خدمات برای بازارهای داخلی به رشد و توسعه‌ی مناسب دست نخواهند یافت. تجربه‌ی کشورهای در حال توسعه طی دو دهه‌ی گذشته بیانگر تسریع در رشد اقتصادی با استفاده از سیاست برون‌گرا و توجه به تجارت آزاد است، به گونه‌ای که ایجاد فضای رقابتی، متنوع ساختن صادرات، استفاده از سرمایه گذاری خارجی و سرریزهای تکنولوژی سعی در طی نمودن مسیر رشد دارند.

برای ورود به فرایند جهانی شدن، ایجاد فضای رقابتی، اهمیت زیادی دارد. به عبارتی دیگر، ایجاد بستر رقابتی، توجه به صادرات و حذف موانع موجود و به دنبال آن افزایش قدرت رقابت پذیری از مهمترین شاخص‌های آماده سازی بستر جهانی شدن و ورود به آن است. در این راستا رشد بخش‌های دارای مزیت صادراتی، با جایگزینی بازارهای بین المللی به جای بازارهای داخلی زمینه ساز گسترش روابط جهانی شدن است.

موضوع جهانی شدن و رقابت پذیری، وابستگی علت و معلولی دارند و سیاست برون گرایی تجارت خارجی بر جهانی شدن تاثیر زیادی دارد. در واقع، توسعه‌ی صادرات، رقابت پذیری و جهانی شدن یک زنجیره‌ی به هم پیوسته با رابطه‌ی علت و معلولی بسیار زیاد است. به عبارتی دیگر، رقابت پذیری و داشتن قدرت رقابت بین المللی زمینه ساز ارتباط اقتصادی ملی با فرایند جهانی شدن است. این مساله در قالب موضوع درجه‌ی باز بودن نسبت به تجارت خارجی قرار دارد.

با وجود در اولویت بودن موضوع صادرات و صادرات غیر نفتی در سیاست‌های خارجی کشور و به طور مشخص در استراتژی تجارت خارجی، سیاست برون‌گرایی چندان مورد توجه قرار نگرفته است. موضوع قابل تأمل کمرنگ شدن نقش صادرات غیر نفتی به واسطه‌ی وجود درآمد نفت است. این نکته جایگاه

نامناسب رقابت پذیری بین المللی کشور ایران و چالش‌ها و تهدیدهای بسیاری برای کشور، در پی داشته است.

در این تحقیق ضمن تشریح جهانی شدن، رقابت پذیری و ارتباط آنها و نیز رابطه‌ی رقابت پذیری و صادرات غیر نفتی کشور طی دوره‌ی 82-1348 آزمون می‌شود. در این بررسی ضمن تشریح تغییرات صادرات غیر نفتی طی سال‌های مورد مطالعه، از ابزار اقتصاد سنجی و آزمون علیت هایسائو استفاده می‌شود.

مقاله‌ی حاضر هشت بخش را شامل می‌گردد، بخش دوم به بیان موضوع اختصاص دارد و بخش سوم موضوع جهانی شدن و رقابت پذیری را بیان می‌کند. در بخش چهارم رابطه‌ی جهانی شدن، رقابت پذیری و صادرات تبیین می‌گردد و بخش پنجم به موضوع رقابت پذیری و صادرات غیر نفتی اختصاص یافته و در بخش ششم تحلیل نظری آزمون علیت مطرح می‌شود. بخش هفتم و هشتم به ترتیب به تحلیل نتایج تجربی و نتیجه گیری می‌پردازد.

## 2- بیان موضوع

اولین تحولات جهانی شدن اقتصاد مربوط به اواخر قرن نوزدهم است. اقتصاد آن مقطع نه به وسعت جهانی شدن اواخر قرن بیستم، بلکه با توجه به شرایط خاص آن دوره، جهانی بوده است. از عوامل مؤثر به جهانی شدن در اواخر قرن نوزدهم، افزایش حجم تجارت بوده است، به طوری که سهم صادرات قسمت عمده‌ی حجم تجارت را تشکیل داده است و بسیاری از کشورها، جهش قابل تأمل صادرات را تجربه کرده‌اند. عامل مهم جهش صادرات، سیاست‌های آزادسازی دولت‌ها بوده است. این روند تا دهه‌ی 1970 به کندی و پس از آن با سرعت بیشتری به حرکت ادامه داد تا در دهه‌ی 1990 به اوج خود رسید. در این میان، افزایش حجم تجارت خارجی و سیاست‌های توسعه‌ی صادرات نمونه‌های موفقیت این کشورها بوده است.

مهمترین محور جهانی شدن اقتصاد، افزایش رقابت در سطح جهان است. باگسترش توافق‌ها و مذاکرات گات،<sup>2</sup> سازمان تجارت جهانی و کاهش شدید تعرفه‌ها و موانع غیر تعرفه‌ای، گسترش زیادی در رقابت اغلب بخش‌ها ایجاد شد. بر این اساس، شرکت‌ها و کشورهای مختلف در رویارویی با این رقابت شدید، اقدامات

<sup>2</sup> GATT

گسترده‌ای انجام دادند. رقابت و دسترسی به عوامل تولید ارزان و بازار مصرف جهانی از دلایل افزایش شدید تجارت خارجی، تولید جهانی، رشد تکنولوژی، حرکت آزادانه‌ی سرمایه و سرمایه‌گذاری خارجی است. از طرفی دیگر، کشورها برای حفظ منافع ملی و افزایش توان رقابت جهانی به یکپارچگی‌های اقتصادی، منطقه‌گرایی و همکاری‌های اقتصادی توجه زیادی دارند. جهانی شدن براساس حضور در صحنه‌ی رقابت بین‌المللی، منجر به افزایش رقابت بین‌المللی، همگرایی و جمع‌گرایی اقتصادهای ملی و سوق دادن آنها به تولید جهانی، مصرف جهانی، تجمع سرمایه‌ی بین‌المللی و سرمایه‌گذاری‌های خارجی می‌شود. بر این اساس، رابطه‌ی وابستگی جهانی شدن و رقابت‌پذیری به صورت یک رابطه‌ی علت و معلولی قابل توضیح است.

تجربه‌ی کشورهای مختلف در اواخر قرن بیستم حاکی از مفید بودن سیاست برون‌گرا<sup>۳</sup> و توجه به صادرات برای مقابله با جهانی شدن و حضور در صحنه‌های بین‌المللی و غلبه بر رقابت شدید بین‌المللی است. در دو دهه‌ی اخیر رشد تکنولوژی، ارتباطات و سرمایه‌گذاری خارجی، بر جهانی شدن اقتصاد موثر بوده است. این عوامل، افزایش تجارت خارجی و سهم صادرات را در پی داشته است. در سایه‌ی استراتژی برون‌گرا و توسعه‌ی صادرات، تجارت آزاد به تخصیص بهینه‌ی منابع به تولید کالاهای دارای مزیت می‌انجامد. تقسیم کار بین‌المللی و تخصصی شدن فعالیت‌ها و روی آوردن به صادرات کالاهای صنعتی (و به طور کلی غیر نفتی) از مزایای دیگر سیاست توسعه‌ی صادرات است. تجربه‌ی کشورهای تایوان، کره‌ی جنوبی، هنگ‌کنگ، سنگاپور، مصر، آرژانتین، چین و تحقیقات بالاسا<sup>۴</sup> (1978)، کروگر<sup>۵</sup>، بالدوین<sup>۶</sup>، کرن‌کراس<sup>۷</sup> و مینت<sup>۸</sup> نشان دهنده‌ی رشد و توسعه‌ی اقتصادی و توسعه‌ی صادرات کشورهای در حال توسعه از طریق ادغام اقتصادی آنها در اقتصاد جهانی است (بهکیش، 1380).

بنابراین ارتباط سیاست برون‌گرا و توسعه‌ی صادرات، با موضوع جهانی شدن اقتصاد و وابستگی آن دو قابل تأیید است. علاوه بر آن عنصر رقابت‌پذیری

<sup>3</sup> Strategy of Export Promotion

<sup>4</sup> balassa

<sup>5</sup> Krueger

<sup>6</sup> Baldwin

<sup>7</sup> Cairncros

<sup>8</sup> Myint

بین المللی محور اساسی بحث صادرات است. در مجموع وابستگی مفاهیم جهانی شدن، صادرات و استراتژی برونگرایی و رقابت، به صورت یک رابطه علت و معلولی قابل بیان است. چرا که در صورت تعریف وابستگی دو متغیر به صورت اولی به دومی و دومی به اولی، این روابط به صورت یک رابطه علت و معلولی است (ویتینک،<sup>9</sup> 1988). به عبارت دیگر رابطه جهانی شدن، رقابت پذیری، صادرات می تواند وابستگی علت و معلولی داشته و از اثر متقابل رفت و برگشتی یا دو طرفه برخوردار باشد.

### 3- جهانی شدن و رقابت پذیری

جهانی شدن اقتصاد اثرات متعددی بر اقتصادهای ملی دارد. اولین تأثیر این فرآیند، ایجاد فضای باز اقتصادی و کاهش سیاست های حمایتی است. فضای باز اقتصادی و در پی آن کسب قدرت رقابتی تسهیل کننده دسترسی به بازارهای خارجی و افزایش دهنده کارایی اقتصاد داخلی از طریق افزایش قدرت رقابت پذیری است. همچنین دسترسی به تکنولوژی های برتر، سرمایه بیشتر و حجم سرمایه گذاری بالاتر از دیگر مزایای ایجاد فضای باز اقتصادی است. قبل از تبیین رابطه جهانی شدن و رقابت پذیری ابتدا مفهوم رقابت پذیری توضیح داده می شود.

#### 3-1- رقابت پذیری

فراهم نمودن فضای رقابتی و ارتقای سطح رقابت پذیری ملی، زمینه ساز ورود به فرآیند جهانی شدن است. رقابت پذیری از طریق حاکمیت بازار و شکل گیری فعالیتها بر پایه مزیت نسبی و رقابتی حاصل می شود. هدف از بحث رقابت پذیری و کسب قدرت رقابتی، تسلط بر بازار، توسعه و رشد سودآوری، بهبود کیفیت زندگی است.

در اقتصاد جهانی، رقابت پذیر بودن به معنای امکان به دست آوردن موقعیت مناسب و پایدار در بازارهای بین المللی است. بر اساس تعریف مجمع جهانی اقتصاد،<sup>10</sup> رقابت پذیری، توانایی اقتصاد ملی در پایداری رشد و یا حفظ

<sup>9</sup> Wittink

<sup>10</sup> World Economic Forum (WEF)

استاندارد زندگی (درآمد سرانه) است. از نظر سازمان همکاری اقتصادی و توسعه<sup>11</sup> رقابت پذیری، توانایی یک کشور در تولید کالاها و خدمات برای ارائه در بازارهای بین المللی و به طور همزمان حفظ و ارتقای سطح درآمد شهروندان در بلند مدت است (بهکیش، 1380). از دیدگاه دیگر رقابت پذیری راه یابی کالاها و خدمات تولید شده‌ی داخلی به بازارهای بین المللی است (هیت<sup>12</sup> و همکاران، 1995). از دیدگاه کوهمن<sup>13</sup> رقابت پذیری توانایی یک اقتصاد برای ثابت نگهداشتن سهم خود در بازارهای بین المللی و یا افزایش سهم خود در بازار فعالیت انجام دهنده، است (اسلوپر،<sup>14</sup> 1998). و بالاخره از دیدگاه آنکتاد مفهوم دقیق رقابت پذیری، توانایی کشورها در فروش محصولات تولیدی در بازارهای جهانی است.

در تمامی تعاریف، مفهوم رقابت پذیری، دستیابی به جایگاه مناسب در بازارهای بین المللی برای محصولات تولیدی کشور مورد توجه است. بر اساس مطالعات پورتر (1990)، مجمع اقتصاد جهانی و موسسه‌ی مدیریت توسعه<sup>15</sup> عوامل مؤثر بر رقابت پذیری را بصورت اقتصاد داخلی، دولت، تأمین مالی، ساختارها، مدیریت، تحقیق و نیروی انسانی فهرست بندی نماید (پروکوپنکو،<sup>16</sup> 2000).

با توجه به این تعاریف، استفاده از سیاست درهای باز و افزایش حجم تجارت افزایش قدرت رقابت پذیری را در پی دارد. به عبارت دیگر برای حرکت به سمت فرآیند جهانی شدن اقتصاد و حضور در بازارهای جهانی، ایجاد فضای رقابتی مهمترین اصل است. در نتیجه با توجه به شرایط جدید جهانی، ایجاد فضای رقابتی و افزایش قدرت رقابت پذیری اقتصاد ملی از مهمترین وظایف دولت‌ها است. از این جهت می‌توان متغیر رقابت پذیری را در روابط صادرات در نظر گرفت و از درجه‌ی باز بودن<sup>17</sup> اقتصاد به عنوان متغیر جایگزین (این متغیر را برای اولین بار ریدل (1984) در مطالعات خود بکار برده است) استفاده کرد (کلباسی،<sup>18</sup> 2001).<sup>19</sup>

<sup>11</sup> Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)

<sup>12</sup> Hitt

<sup>13</sup> Kohman

<sup>14</sup> Sloper

<sup>15</sup> Institute for Management Development (IMD)

<sup>16</sup> Prokopenko

<sup>17</sup> Openness

<sup>18</sup> Kalbasi

<sup>19</sup> Proxy

#### 4- جهانی شدن، رقابت پذیری و صادرات

رشد صادرات به شکل انفرادی و افزایش حجم تجارت خارجی به شکل کلی تر از عوامل مؤثر بر جهانی شدن است. با توجه به ویژگی‌های رقابت پذیری و تأثیر آن بر فرآیند جهانی شدن اقتصاد از یک طرف و روی آوردن به استراتژی برون گرایی و توسعه صادرات برای افزایش توان رقابتی از طرف دیگر، رابطه‌ی میان این سه پدیده و متغیر به صورت یک مثلث تجارت خارجی مطرح است. هر کدام از این متغیرها دارای رابطه‌ی علت و معلولی و تأثیرات متقابل و رفت و برگشتی بر یکدیگر می‌باشند. به این دلیل رابطه‌ی جهانی شدن، صادرات و حجم تجارت خارجی بررسی می‌شود.

#### 4-1- جهانی شدن، تجارت خارجی و صادرات

یکی از مهمترین عوامل مؤثر بر اقتصاد جهانی و نزدیکی اقتصادهای ملی، تجارت خارجی و بین المللی است. در دو دهه‌ی اخیر با تسهیل روند جهانی شدن به وسیله‌ی رشد و توسعه‌ی تکنولوژی و ارتباطات، تغییر در ساختار بازارها، کاهش موانع تجاری، جریان آزادتر کالا و خدمات و عوامل تولید نیز مشاهده می‌شود. همچنین ادغام اقتصادی در سطح جهان در دو سطح خرد و کلان صورت گرفته است. در سطح اقتصاد خرد، میزان ادغام از حوزه‌ی فعالیت بنگاه‌ها و شرکت‌ها و در سطح کلان بیشتر از طریق تجارت خارجی صورت گرفته است (پروکوپنکو، 2000).

رشد حجم تجارت خارجی طی دهه‌های گذشته شاخص مناسبی برای تعیین نقش تجارت خارجی در فرآیند جهانی شدن اقتصاد است. در دوره‌ی زمانی 94 - 1985 میزان رشد صادرات جهانی 6/7 درصد و همین نرخ با رشد نسبتاً مناسبی در دوره‌ی زمانی 97-1994 به 8/7 درصد افزایش یافت. آمار تجارت جهانی نشان دهنده‌ی افزایش 18 برابری صادرات کالاها در سال 1999 نسبت به سال 1984 است. به طوری که صادرات کالاهای صنعتی نسبت به 50 سال گذشته 43 برابر افزایش یافته است. از طرف دیگر در سال 1998 بیش از 24 درصد از کالاها و خدمات تولیدی، در خارج از کشورها فروش رفته است؛ در حالی که این رقم در سال 1950 تنها 8 درصد بوده است (بهکیش، 1380).

روند افزایش صادرات کالا و خدمات در سال‌های اخیر نیز از رشد قابل توجهی برخوردار بوده است. همانطور که مشاهده می‌شود طی نیم قرن گذشته تجارت خارجی و جهانی به ویژه صادرات از رشد مطلوبی برخوردار بوده است. در واقع اهمیت و جایگاه تجارت آزاد و افزایش تجارت خارجی برای حضور در عرصه‌ی جهانی و ادغام اقتصادهای ملی آشکار شده است. این مساله در کاهش سیاست‌های حمایتی و روی آوردن بسیاری از کشورها، به ویژه کشورهای در حال توسعه به سیاست‌های برون گرا مشاهده می‌شود. به طوری که در حال حاضر حدود یک سوم از 25 کشور بزرگ حاضر در صحنه‌ی تجارت جهانی، از میان کشورهای در حال توسعه با اختصاص 25 درصد از حجم تجارت جهانی است. البته سهم بعضی از این کشورها در تجارت خارجی بسیار زیاد است. از طرف دیگر تمایل کشورهای مختلف جهان برای ورود به سازمان تجارت جهانی<sup>20</sup> تأییدی بر اهمیت و توسعه‌ی تجارت خارجی و جهانی در عرصه‌ی بین‌المللی و فرآیند جهانی شدن است.

برقراری تجارت آزاد و حذف عوامل مختل کننده‌ی قیمت‌ها، ایجاد کننده‌ی یک فضای رقابتی در جهان و حرکت تولیدات بر پایه‌ی مزیت نسبی است (ولی بیگی، 1384). این مساله سبب تخصصی تر شدن فعالیت‌های تولیدی در کشورها و استفاده‌ی کارتر و بهینه‌تر منابع شده است. بنابراین سیاست تجارت آزاد و روی آوردن به سیاست برون گرا در مقابل سیاست درون گرا قرار گرفته است. به طوری که از طریق ایجاد وابستگی متقابل اقتصادی کشورها، تخصصی شدن تولیدات، تخصیص بهینه‌ی منابع و دسترسی به منابع و کالا و خدمات متعدد و متنوع، فرآیند ادغام اقتصادهای ملی و روند جهانی شدن اقتصاد را تسهیل کرده است.

نکته‌ی بسیار مهم، رابطه‌ی مؤثر تجارت آزاد و رقابت پذیری است. تجارت آزاد و اتخاذ سیاست برون گرایی، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، رکود بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی داخلی شکل گرفته بر اساس عدم مزیت نسبی و رونق و توسعه‌ی تدریجی فعالیت‌های اقتصادی دارای رقابت پذیری بیشتر به واسطه‌ی دارا بودن مزیت نسبی را در پی دارد. این موضوع ضرورت دیگری بر وجود رابطه‌ی علت و معلولی صادرات و رقابت پذیری است.

<sup>20</sup> World Trade Organization (WTO)



## 5- رقابت پذیری و صادرات غیر نفتی کشور

توسعه فرآیند جهانی شدن در دهه‌های اخیر سبب انجام اقدامات گوناگون کشورها در جهت ورود به این فرآیند شده است. در این راستا، چالش‌ها و تهدیدات مختلفی برای کشورها وجود دارد. این چالش‌ها با در نظر گرفتن سیاست‌های مناسب قابل تبدیل به فرصت است. به دلیل وجود این چالش‌ها در کشور، در این تحقیق، موضوع صادرات و رقابت پذیری در دوره‌ی زمانی 82-1348 بررسی شده است.

صادرات کشور همچون پیکره‌ی اصلی اقتصاد، تحت تأثیر نفت، صادرات و درآمد آن قرار دارد. در فرآیند جهانی شدن صادرات غیر نفتی دارای اهمیت زیادی است. به این دلیل در این تحقیق روند صادرات و حجم تجارت خارجی کشور و رابطه‌ی علت و معلولی آن با موضوع رقابت پذیری مورد آزمون قرار گرفته است. ترکیب صادرات غیر نفتی بیشتر شامل محصولات کشاورزی، مصنوعات مسی، صنایع دستی، محصولات شیمیایی و بعضی کالاهای مشتق شده‌ی بخش صنعت است. در دوره‌ی مورد مطالعه‌ی صادرات غیر نفتی دارای نرخ رشد متفاوتی بوده است. تغییرات نرخ رشد صادرات غیر نفتی نشان دهنده‌ی نوسانات زیاد صادرات غیر نفتی کشور است. صادرات غیر نفتی تحت تأثیر درآمدهای نفتی بوده و کمتر از سیاست‌های اقتصادی و تجاری برنامه‌های توسعه متاثر شده است. به عنوان مثال در شش ماهه‌ی اول سال 1379 نسبت به شش ماهه‌ی مشابه سال قبل مجموع صادرات و واردات به ترتیب 5/5 درصد کاهش و 4/9 درصد افزایش داشته است. در حالی که برنامه‌ی سوم توسعه با هدف جهش صادراتی و تلاش برای عضویت در سازمان تجارت جهانی تدوین شده است.<sup>21</sup> از طرف دیگر سهم صادرات صنعتی از کل صادرات کشور از 12/2 درصد در سال 1363 به کمتر از 5 درصد در سال 1376 رسید. در حالی که در کشورهای مشابه مانند ترکیه، مکزیک و اندونزی این رقم به ترتیب 50/5 درصد 83/7 درصد و 47/3 درصد بوده است (امامی خویی، 1377). صادرات کالاهای صنعتی در سال 1370 با رشدی در حدود 212 درصد بیشترین رشد و در مقابل در سال 1359 با کاهشی حدود 89/8 درصد بیشترین کاهش را داشته است. همچنین از نظر وزن و ارزش دلاری، بیشترین نرخ

<sup>21</sup> تقاضای عضویت ایران در سال ۱۹۹۷ به دبیرخانه‌ی سازمان تجارت جهانی داده شد.

رشد صادرات غیر نفتی در سال 1370 به ترتیب 131 و 101/9 درصد و بیشترین کاهش ارزش دلاری صادرات غیر نفتی در کشور در سال 1360 و معادل 47/28 درصد بوده است. بیشترین سهم صادرات غیر نفتی از محصول ناخالص ملی کشور در سال 1373 و برابر 6/63 درصد، کمترین آن در سال 1363 و برابر 0/223 درصد بوده است (نونژاد، 1381).

در مجموع صادرات غیر نفتی کشور بی ثبات، با نوسان متاثر از دریافتی‌های نفتی بوده است. توجه بیشتر به سیاست‌های حمایتی، تعرفه‌ای و سهمیه بندی و عدم توجه به سیاست‌های تشویق صادرات سبب رشد نامناسب روند صادرات غیر نفتی و عدم جهت گیری تولید کالای صادراتی شده است. به عبارت دیگر ضمن در نظر نگرفتن اصل مزیت نسبی، برنامه‌ی مدون و منظمی برای صادرات غیر نفتی در نظر گرفته نشده است.

بین صادرات غیر نفتی و رقابت پذیری کشور، ارتباط گسترده‌ای وجود ندارد. این مساله به صورت عدم دسترسی به بازارهای مناسب هدف قابل تایید است. بررسی روند متغیر رقابت پذیری کشور ایران در سال‌های مورد مطالعه، نشان دهنده‌ی رشد ناموزون این متغیر، نوسانات زیاد و روند تغییرات پر نوسان است. به عبارت دیگر کشور در مسیر صحیح رقابت پذیری قرار نگرفته و درجه‌ی باز بودن اقتصاد، دامنه‌ی تغییرات وسیعی داشته است.

بررسی توام دو متغیر رقابت پذیری و صادرات غیر نفتی، نشان دهنده‌ی روند ناموزون این دو متغیر در دوره‌ی مورد بررسی است. تغییرات این دو متغیر نشان دهنده‌ی روند معکوس بی معنایی است. به طوری که تا قبل از انقلاب و کم بودن صادرات غیر نفتی، رقابت پذیری بالاتر و بر عکس پس از انقلاب این رابطه به شکل معکوس بوده است. یکی از دلایل عمده‌ی این موضوع سیاست درهای باز و واردات گسترده در سال‌های قبل از انقلاب بوده است.

با توجه به بی‌ثباتی در صادرات غیر نفتی و عملکرد ضعیف متغیر رقابت پذیری در استراتژی تجارت خارجی کشور، رابطه‌ی علت و معلولی این دو متغیر در قسمت بعد بررسی شده است.

## 6- تحلیل نظری آزمون علیت

آزمون علیت<sup>22</sup> متغیرهای صادرات غیر نفتی ( $XNO$ ) و رقابت پذیری ( $COM$ ) با استفاده از روش هایسائو انجام شده است. همان طور که توضیح داده شد، داشتن قدرت رقابتی، نشان دهنده افزایش سهم جهانی تجارت است. بر این اساس با بررسی رابطه جهانی شدن، رقابت پذیری و صادرات ورود به فرآیند جهانی شدن اقتصاد قابل آزمون است.

روش آزمون علیت هایسائو نسبت به سایر آزمون های علیت مانند انگل<sup>23</sup> - گرنجر یا یوهانسون - جوسیلیوس<sup>24</sup> دارای مزیت تعیین وقفه های بهینه براساس معیار حداقل خطای پیش بینی نهایی  $FPE$ <sup>25</sup> و برآورد معادلات رگرسیونی براساس وقفه های بهینه محاسباتی است. اما در آزمون های مشابه، پس از تعیین تعداد وقفه های متغیرهای توضیحی در سمت راست معادلات رگرسیون به صورت دلخواه، نتایج بدون توجه به ماهیت و تعداد بهینه وقفه به دست می آید. آزمون علیت هایسائو، با استفاده از داده های سری زمانی برای دو متغیر  $Y_t$  و  $X_t$  به صورت روابط زیر است.

$$Y_t = a + \sum_{j=1}^J S a_j Y_{t-j} + \sum_{i=1}^I b_i X_{t-i} + U_t \quad (1)$$

$$X_t = a_0^c + \sum_{j=1}^J a_j^c Y_{t-j} + \sum_{i=1}^I b_i^c Y_{t-i} + V_t \quad (2)$$

در روابط فوق  $U_t$  و  $V_t$  دارای میانگین صفر و واریانس ثابت و جملات توزیع ناهمبسته هستند. برای آزمون دو فرضیه صفر روابط زیر با کمک آماره  $F$  معمولی، معادلات رگرسیونی (1) و (2) استفاده شده است.

<sup>22</sup> Causality Test

<sup>23</sup> Engle- Granger

<sup>24</sup> Johansen and Juselius

<sup>25</sup> Final Prediction Erpor

$$(a) \quad b_i = 0 \quad , \quad i = 1, 2, \dots, I \quad (3)$$

$$(b) \quad b'_i = 0 \quad , \quad i = 1, 2, \dots, I$$

نتایج آزمون فروض رابطه‌ی (3) به شرح زیر است.

الف) پذیرش هر دو فرضیه‌ی صفر  $b$  و  $a$  نشان دهنده‌ی عدم وجود علیت از  $X$  به  $Y$  یا برعکس است.

ب) پذیرش فرضیه‌ی صفر  $a$  و رد فرضیه‌ی  $b$  نشان دهنده‌ی علیت یک طرفه از  $Y$  به  $X$  است.

ج) رد فرضیه‌ی صفر  $a$  و پذیرش فرضیه‌ی  $b$  نشان دهنده‌ی علیت یک طرفه از  $X$  به  $Y$  است.

د) رد هر دو فرضیه‌ی صفر  $a$  و  $b$  نشان دهنده‌ی وجود یک رابطه‌ی علی بازخورد<sup>26</sup> از  $X$  به  $Y$  است.

آزمون علیت بر اساس رگرسیون‌های روابط (1) و (2) دارای دو اشکال فنی است.

الف) امکان نا ایستایی داده‌های سری زمانی در تجزیه و تحلیل رگرسیون وجود دارد. (با تفاضل گیری این مشکل رفع شدنی است).

ب) با انتخاب تعداد وقفه‌ی رگرسیون‌ها و تاثیر آماره‌ی  $F$  از ساختار وقفه‌ها، انتخاب آزمون‌های متناظر نیز اختیاری خواهند بود.

مطابق نظر هایسائو (1979 و 1981) در این حالت ساختار وقفه‌ی بهینه در معادلات رگرسیون به وسیله‌ی شاخص حداقل خطای پیش بینی نهایی قابل تعیین است.

این روش، ابتدا معادلات رگرسیونی روابط (1) و (2) در نظر گرفته شده است. سپس مقادیر بهینه‌ی  $I$  و  $J$  با محاسبه‌ی خطای پیش بینی نهایی  $Y$  مطابق رابطه‌ی زیر و طی چند مرحله تعیین شده است.

$$FPE_{y_t} (J,I) = \frac{(T+J+I+1)S(Y_t - \hat{Y}_t)^2}{(T-J-I-1) - T} \quad (4)$$

<sup>26</sup> Feedback Causal Relation

در رابطه‌ی فوق،  $T$  تعداد مشاهدات،  $FPE_y(J, I)$  خطای پیش بینی نهایی  $Y$  برای وقفه‌های  $J$  از  $Y$  و وقفه‌های  $I$  از  $X$  و  $S(Y_t - \hat{Y}_t)^2$  مجموع مجذور پسماندها است. برای محاسبه‌ی  $FPE$  مطابق رابطه‌ی (4) ابتدا معادله‌ی رگرسیونی رابطه‌ی (1) با وقفه‌ی  $j=I$  برای متغیر  $Y$  و وقفه‌ی  $i=0$  برای متغیر  $X$  محاسبه می‌شود. سپس یکی یکی مقادیر وقفه‌ی  $J$  اضافه می‌شود. در صورت برابری  $FPE$  محاسبه شده با استفاده از رابطه‌ی (4) و شرط  $I=0$  و  $J$ ، حداقل کننده‌ی  $FPE$  انتخاب می‌شود. در مرحله‌ی بعد با فرض این که  $J^*$ ، تعداد وقفه‌ی بهینه‌ی  $J$  باشد، معادله‌ی رگرسیونی رابطه‌ی (1) را با فرض وقفه‌ی  $J=j^*$  برای  $Y$  و وقفه‌ی  $X$  (مقادیر این وقفه با شروع از  $I=1$  یکی یکی اضافه می‌گردد) برآورده می‌شود. این برآورد تا حداقل قرار گرفتن  $FPE_y$  محاسبه شده با استفاده از رابطه‌ی (4) و وقفه‌ی  $J^*$  برای  $Y$  و وقفه‌ی  $I=I^*$  برای  $X$  انجام می‌شود. در این صورت فرض یاد شده جهت تعیین رابطه‌ی علیت آزمون می‌شود.

به همین ترتیب، ساختار تعیین وقفه‌ی بهینه برای رابطه‌ی (2) نیز انجام می‌شود. در این صورت، معادلات (1) و (2) با در نظر گرفتن وقفه‌های بهینه‌ی  $J^{**}$  و  $I^{**}$  برای رابطه‌ی (2) قابل بازنویسی است. لذا معادلات چنین خواهند بود.

$$Y_t = a_0 + \sum_{j=1}^{J^*} a_j Y_{t-j} + \sum_{i=1}^{I^*} b'_i X_{t-i} + U_t \quad (5)$$

در رابطه‌ی فوق  $I^* = 1, 2, \dots, J^* = 1, 2, \dots$  است.

$$X_t = a'_0 + \sum_{j=1}^{J^{**}} a'_j Y_{t-j} + \sum_{i=1}^{I^{**}} b'_i X_{t-i} + U_t \quad (6)$$

در رابطه‌ی فوق  $I^{**} = 1, 2, \dots, J^{**} = 1, 2, \dots$  است.

بنابراین با توجه به روابط (5) و (6) شرایط پذیرش یا رد فرضیه‌ی صفر (a)

به شرح زیر است.

$$FPE_y(J^*, 0) < FPE_y(J^*, I^*) \quad (a) \text{ پذیرش فرضیه‌ی صفر} \quad (7)$$

$$FPE_y(J^*, 0) > FPE_y(J^*, I^*) \quad (a) \text{ عدم پذیرش فرضیه‌ی صفر} \quad (8)$$

و به طور مشابه برای خطای پیش بینی نهایی حداقل  $X$  شرایط زیر برقرار است.

$$FPE_x(J^{**}, 0) < FPE_x(J^{**}, I^{**}) \quad (a) \text{ پذیرش فرضیه‌ی صفر} \quad (9)$$

$$FPE_x(J^{**}, 0) > FPE_x(J^{**}, I^{**}) \quad (a) \text{ عدم پذیرش فرضیه‌ی صفر} \quad (10)$$

## 7- نتایج تجربی و تحلیل نتایج

با استفاده از آمار و اطلاعات استخراج شده از حسابهای ملی در دوره‌ی زمانی 1348-1382 و کسب اطمینان از آزمون ایستایی<sup>27</sup> (نتایج آزمون، ایستایی داده‌های سری زمانی را تایید کرد) برای متغیرهای موجود، آزمون علیت انجام شده است. در جدول (1) نتایج حاصل از آزمون علیت، براساس معیار خطای پیش بینی هایسائو (مطابق روابط (7) تا (10)) برای تعیین وجود رابطه‌ی علیت بین صادرات غیر نفتی و رقابت پذیری (جهانی شدن) نشان داده شده است. مطابق با نتایج این جدول و برقراری روابط زیر فروض صفر رابطه‌ی (3) پذیرفته می‌شود.

$$FPE_y(j^*, 0) < FPE_y(j^*, i^*) \quad (11)$$

$$FPE_x(j^{**}, 0) < FPE_x(j^{**}, i^{**})$$

به عبارت دیگر بین صادرات غیر نفتی و متغیر رقابت پذیری یا جهانی شدن اقتصاد، رابطه‌ی علت و معلولی وجود ندارد.

جدول 1: آزمون علیت هایسائو بین صادرات غیر نفتی (XNO) و رقابت پذیری (COM)

$FPE(j^*, i^*)$				$FPE(j^{**}, i^{**})$			
تعداد وقفه	$FPE(j)y$	تعداد وقفه	$FPE(l)$	تعداد وقفه	$FPE(j)$	تعداد وقفه	$FPE(i)$
1	0/0749 *	1	0/0767	1	0/0169 *	1	0/0173*
2	0/01831	2	0/0758	2	0/0490	2	0/0200
3	0/2885	3	0/0803	3	0/0829	3	0/0222
4	0/4010	4	0/0805	4	0/1107	4	0/0227
5	0/5219	5	0/0752 *	5	0/1400	5	0/0201
6	0/6144	6	0/0813	6	0/1737	6	0/0191
$Y = LXNO$				$X = LCOM$		$j^{**}=i^{**}=1$ $j^* = 1$ $i^* = 5$	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

در ادامه با استفاده از وقفه‌های بهینه رابطه‌ی علت و معلولی روابط (5) و (6) برآورد شده است. نتایج حاصل از این برآوردها با ساختار وقفه‌های بهینه روش هایسائو در جداول (2) و (3) نشان داده شده است.

<sup>27</sup> Stationary

جدول 2: نتایج تخمین پارامترهای معادله‌ی رگرسیونی شماره‌ی (5)

<i>LXNO</i>	<i>C</i>	<i>LXNO</i> (-۱)	<i>LCOM</i> (-۱)
ضریب	0/62	0/86	-0/37
آماره‌ی <i>t</i>	(1/58)	(13/21)	(-3/20)
	$R^2 = 0/90$	$F = 135/8$	$DW = 1/6$

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول 3: نتایج تخمین پارامترهای معادله‌ی رگرسیونی شماره‌ی (6)

<i>LCOM</i>	<i>C</i>	<i>LCOM</i> (-۱)	<i>LXNO</i> (-۱)
ضریب	0/35	0/93	-0/068
آماره‌ی <i>t</i>	(1/71)	(15/83)	(-1/98)
	$R^2 = 0/90$	$F = 158/98$	$DW = 1/16$

مأخذ: یافته‌های تحقیق

نتایج جداول فوق نشان دهنده‌ی وقفه‌های بهینه‌ی آزمون علیت، به صورت  $J^* = 1$  و  $i^* = 5$  و  $J^{**} = i^{**} = 1$  است. همچنین علامت *S bi* در رابطه‌ی (5) و علامت *S bi'* در رابطه‌ی (6) مشخص کننده‌ی جهت علیت است. نتایج این رابطه نشان دهنده‌ی عدم وجود رابطه‌ی علت و معلولی بین متغیر صادرات غیر نفتی و متغیر رقابت پذیری است.

### 8- نتیجه گیری و پیشنهادها

تحولات اخیر ادغام اقتصادهای ملی در جهت تقویت فرآیند جهانی شدن اقتصاد و توسعه‌ی آن بوده است. بسیاری از کشورهای جهان به ویژه کشورهای در حال توسعه، ضمن فراهم کردن زمینه‌ی همگامی با تجارت خارجی و حرکت در جهت بازارهای بین‌المللی، به دنبال جایگاه هستند. در این راستا توجه به استراتژی برون‌گرا و روی آوردن به صادرات بیشتر به ویژه صادرات صنعتی، مهمترین فعالیت این کشورها برای ورود به فرآیند جهانی است.

در این تحقیق ضمن تبیین رابطه‌ی علت و معلولی و متقابل جهانی شدن، رقابت پذیری و صادرات، رابطه‌ی علت و معلولی مذکور برای کشور طی دوره‌ی 82-1348 بررسی شد. نتایج عدم وجود این رابطه در صادرات غیر نفتی کشور را نشان داد. این موضوع بیشتر به دلیل بی‌ثباتی صادرات غیر نفتی، متأثر بودن

صادرات غیر نفتی از درآمدهای نفتی و صادرات آن، توجه به سیاست‌های حمایتی، تعرفه‌ای و سهمیه‌ای، عدم توجه به مزیت‌های نسبی در کشور و عدم توجه مناسب به سیاست برون‌گرایی و توسعه‌ی صادرات بوده است. در این تحقیق آزمون علیت متغیر جایگزین درجه‌ی باز بودن بجای رقابت‌پذیری به روش هایسائو مورد استفاده قرار گرفت.

مطابق نتایج این تحقیق سیاستگذاران تجارت خارجی باید به سیاست برون‌گرایی و توسعه‌ی صادرات توجه بیشتری داشته باشند. با توسعه‌ی صادرات و توجه به صادرات غیر نفتی، به ویژه صادرات صنعتی متغیر رقابت‌پذیری تقویت می‌شود و در عرصه‌ی بین‌المللی سهمی به کشور اختصاص داده می‌شود. این موضوع راه‌حلی جهت تبدیل چالش‌ها به فرصت‌ها در فرآیند جهانی شدن و حضور در سازمان تجارت جهانی و آزمایشی جهت برقراری رابطه‌ی علت و معلولی دو متغیر اشاره شده است. به عبارت دیگر بر این اساس بستر ورود به پدیده‌ی جهانی شدن اقتصاد قابل آزمون است.



## فهرست منابع:

- امامی خوبی، ارسطو، "صادرات و بخش صنعت در ایران"، مجله اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره 130 - 129، 1377.
- بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، اداره حسابهای اقتصادی، سالهای مختلف.
- بهکیش، محمد مهدی، اقتصاد ایران در بستر جهانی شدن، نشر نی، تهران، 1380.
- سازمان مدیریت و برنامه ریزی، مجموعه اطلاعات سری زمانی آمار حسابهای ملی، پولی و مالی، دفتر اقتصاد کلان، 1382 تا 1348.
- نونژاد، مسعود، "آیا چرخهای اقتصاد ایران، بی نفت می چرخد؟"، مجله اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره 178 - 177، 1381.
- ولی بیگی، حسن، "بررسی عوامل ایجاد کننده مزیت رقابتی در صنایع ایران: مورد مطالعه صنعت قطعه سازی خودرو"، فصلنامه بررسیهای اقتصادی، دوره دوم، شماره دوم، 1384، صص 62-33.
- ویتینک، دیک، کاربرد تحلیل رگرسیون، ترجمه حمید ابریشمی و تیمور محمدی، انتشارات دانشگاه تهران، تهران، 1374.

- Balassa, B., "Export and Economic Growth," *Journal of Development Economic*, Vol. 5, 1978, pp. 181-189.
- Chow, C.y.P., "Causality between Export Growth and Industrial Development: Emprical evidence from NICS," *Journal of Development Economic*, Vol. 26, 1987, pp. 55-63.
- Hitt, M.A., Irland, R.D. and Hosrisson, R.E., *Strategic Management: Competitiveness and Globalization*, St., Paul, West Publishing Company, 1995.
- Hsiao, C., Money and Income, Causality Detection, *Journal of Monetary Economics*, Vol. 7, No. 1, 1981, pp. 85-106.
- Kalbasi, H., "The Gravilty Model and Global Trade Flows," *Poilyc Modeling for European and Global Issues*, Brussels, 2001.
- Prokopenko, J., *Cometition, an Agenda for the 21<sup>st</sup> Century*, International Labour office, Geneva, 2000.
- Sloper, M., "Competitiveness Policy Option: the Technology Regions Connection," *Growth and Change*, Vol. 26, 1998.

## Globalization, Competitive and Nonoil Export Promotion: Analysis of Causality in Iran Economy

Hossein Karimi Hosnijeh(Ph.D)\*

### Abstract:

Globalization, regionalism and economic integration are the basic issues which bring many positive consequences to the world economy. Among all, it would impress foreign transactions, increase the amount of trade flows, increase the moving FDI, accelerate in technology, achieve the competitive capability and improve it, removes the tariff and non-tariff barriers and acquiring the binding conditions for a presence in the world free trade. In order to enter to globalization of economy, making a competitive position is one of the most important issues. In other word make a competitive position and notice to export and delete the nowadays barriers and after it, increasing the competitive capability and competitive advantage is the most important characters of global economy and enter to its space. In this paper, in addition to review the process of globalization, competitive, the relationship of them and their effects on export and Iran's economy, it tests the relationship between competitive and nonoil export of Iran by utilizing the Hsiao Causality Test and its analysis. The results show that there is no causality relationship between competitive and nonoil export of Iran. In other word nonoil export of Iran is affected by oil exports and their revenues and Iran's economy had forgot competitive advantage and policies of

**JEL Classification:** *C01, C12, F02, F41*

**Keywords:** Globalization, competitive, nonoil export, hsiao causality test

---

\* Assistant Professor of economics at Isfahan University, Isfahan, Iran