فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی
سال بیست و یکم، شماره 68، زمستان 1392، صفحات 48- 29

ساختار بازار داخلی و عملکرد صادراتی بنگاه‌های صنعتی ایران

وحید مهربانی
استادیار اقتصاد دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)
vmehrbani@ut.ac.ir

علی طیب‌نیا
دانشیار اقتصاد دانشگاه تهران
taiebnia@ut.ac.ir

اهمیت ویژه صادرات در فرایند صنعتی شدن که در سه دهه اخیر بر آن تأکید شده است موجب شد تا مطالعه پیش‌رو از منظری خاص به آن بپردازد که عبارت است از اثر ساختار بازار بر عملکرد صادراتی صنایع ایران. در این مطالعه که در سطح صنعت انجام شده از تعداد بنگاه‌های رقیب موجود در صنایع به‌عنوان معیاری برای رقابت استفاده شده است. شواهد به‌دست آمده از کارگاه‌های صنعتی دارای 10 نفرکارکن و بیشتر حکایت از این دارد که رقابت اثر مثبت و معناداری بر صادرات دارد، بنابراین سیاست‌های ضدانحصار به رشد صادرات و صنعتی شدن اقتصاد از این جنبه خاص کمک خواهد کرد.

طبقه‌بندی JEL: *L60, L40, L10, F12*.
واژه‌های کلیدی: *ساختار بازار، رقابت، صنعت، صادرات*.

*** تاریخ دریافت: 1392/3/26 تاریخ پذیرش: 1392/7/19**

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-07]

1. مقدمه

بخش قابل توجهی از متون اقتصاد توسعه به بحث در زمینه صنعتی شدن و راه‌های دستیابی به آن اختصاص یافته است. دلیل عمده چنین فراخی بحث در رابطه با صنعتی شدن قابلیت بالای بخش صنعت در ایجاد ارزش‌افزوده است، از این رو افزایش سهم بخش صنعت به بهای کاهش سهم بخش کشاورزی -که از آن به تغییر ساختاری یا صنعتی شدن تعبیر می‌شود- گامی در جهت توسعه اقتصادی قلمداد می‌شود. هر چند پذیرش این مطلب از سوی عده قلیلی از علاقمندان به موضوعات توسعه کمی دشوار به‌نظر می‌رسد، اما اغلب اقتصاددانان توسعه بر این امر تأکید می‌ورزند و بر سر آن اتفاق‌نظر دارند (اینگهام ،1993). به‌تبع این بحث موضوع رویکردهای صنعتی شدن نیز به میان می‌آید که این مقوله دیگر مورد اجماع متخصصان توسعه نیست و پراکندگی آرا در آن بیش از خود ضرورت صنعتی شدن است.

دو راهبرد صنعتی شدن که معادل با سیاست تجاری‌اند در متون اقتصاد توسعه معرفی شده است که تا حدودی بر اساس یک ترتیب زمانی خاص در طول سال‌ها تجربه شده‌اند و عبارتند از جایگزینی واردات و توسعه صادرات (میر، 1378، گریفین، 1384، گیلیس و همکاران، 1385، تودارو، 1387، کروگر، 1983 و 1997 و سرینیواسان و بگواتی، 2001). جایگزینی واردات عمدتاً در آمریکای لاتین به اجرا درآمد، در حالی‌که برخی کشورهای شرق آسیا[1] در استفاده از راهبرد توسعه صادرات سرآمد و پیشگام بودند. پس از آنکه در یک مقطع زمانی پس از جنگ جهانی دوم (دهه‌های 1950 و 1960) تعدادی از کشورها سیاست درون‌نگر جایگزینی واردات را تجربه کردند و به موفقیت کامل و چشمگیری دست نیافتند راهبرد برون‌نگر تشویق صادرات بیش از پیش (از اواخر دهه 1970 به بعد) مورد توجه قرار گرفت.

با آنکه پرداختن به نقاط قوت و ضعف این دو راهبرد موضوع این مقاله نیست، اما پیامد استقرار راهبرد توسعه صادرات اهمیت مطالعه حاضر را روشن می‌سازد. سرینیواسان و بگواتی (2001) چندین دلیل را برای موفق‌آمیز بودن راهبرد توسعه صادرات ذکر می‌کنند از جمله کارایی در تخصیص منابع، کاهش فعالیت‌های سودجویانه غیرمولد و رانت‌جویی، بهبود و رشد سرمایه‌گذاری خارجی و رشد میزان سرمایه‌گذاری.

برخی محققان به شواهدی از اثر مثبت صادرات بر رشد اقتصادی دست یافتند (هادی‌زاده و همکاران، 1390، کمیجانی و حاجی، 1391، بالاسا، 1978، فدر، 1982، دالر، 1992 و یلوا و دیوک، 2013). برخی مطالعات نیز دال بر این مطلبند که گسترش صادرات در مقایسه با جایگزینی واردات اشتغال بیشتری ایجاد می‌کند

1. هفت کشور در آسیا از راهبرد برون‌نگر استفاده کردند: چهار ببر که عبارتند از کره جنوبی، تایوان، هنگ‌کنگ و سنگاپور به همراه سه بچه ببر که اندونزی، مالزی و تایلند هستند.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-07]

(کروگر، 1978 و ستفال، 1978). شواهدی نیز در دست است که نشان می‌دهد توسعه صادرات و جایگزینی واردات به‌ترتیب همبستگی مثبت و منفی با بهره‌وری کل عوامل دارند (نیشیمیزو و رابینسون، 1984).

برنارد و ینسن (1999) نیز دریافتند که رشد اشتغال و احتمال بقا برای بنگاه‌های صادرکننده بیشتر است. لوکر (2007) نیز شواهدی از وجود بهره‌وری بالاتر بنگاه‌های صادراتی در اسلوونی را گزارش کرد. بزازان و محمدی (1387) نیز به این نتیجه رسیدند که رشد بخش صنعت ایران در سال های (1372-1367) تحت تأثیر استراتژی توسعه صادرات بوده است.

با این وصف که از آثار گسترش صادرات به عمل آمد اهمیت صادرات وضرورت توجه ویژه به آن در برنامه‌های توسعه رخ می‌نماید. بنا براین اهمیت صادرات در فرایند صنعتی شدن مقاله پیش‌رو به جنبه خاصی از این موضوع توجه دارد و آن نقش ساختار بازار در تمهید شرایط برای رشد و رونق صادرات صنعتی است. از آنجا که مطالعه‌ای در این رابطه برای ایران مشاهده نگردید، بنابراین در این مقاله تلاش می‌شود تا اثر رقابت بر صادرات در بخش صنعت ایران مورد بررسی قرار گیرد. بر این اساس، محور اصلی این مقاله را آزمون این فرضیه تشکیل می‌دهد که گسترش فضای رقابتی در بخش صنعت ایران صادرات صنایع کشور را رونق می‌بخشد.

به‌منظور تحقق این هدف بخش‌های بعدی مقاله به ترتیب ذیل تدوین می‌یابند. ابتدا در بخش دوم مقاله ادبیات موضوع مورد تحقیق مرور خواهد شد. در بخش سوم، برخی مطالعات مرتبط با بحث به‌طور اجمالی بررسی می‌شود. در بخش چهارم، الگوی مورد استفاده به‌عنوان مبنایی برای مطالعه تجربی موضوع معرفی می‌شود تا نتایج تحقیق در بخش پنجم ارائه و تفسیر شود. نتیجه‌گیری از بحث نیز در بخش ششم مقاله انجام خواهد شد.

2. ادبیات موضوع

نزاع بر سر مفید بودن ساختار رقابتی یا انحصاری برای رفتار صادراتی بنگاه‌ها ریشه در ادبیات کهن اقتصادی دارد. ایده‌ای که محیط رقابتی در درون یک اقتصاد را برای توانمند شدن بنگاه‌ها جهت ورود به بازارهای جهانی و رونق صادرات مناسب می‌داند ریشه در افکار و آرای آدام اسمیت دارد. وی در ثروت ملل خود می‌نویسد: همانطور که قدرت مبادله موجب تقسیم کار می‌شود، همانطور هم وسعت و دامنه این تقسیم کار باید محدود به میزان قدرت مبادله شود یا به سخن دیگر محدود به وسعت بازار گردد. از این عبارت چنین مستفاد می‌شود که ورود به بازارهای بین‌المللی که در آن سطح رقابت بالاتر از رقابت در داخل یک اقتصاد (کشور) است زمینه مناسبی برای تقسیم کار و به بیان بهتر تخصص –که لازمه رشد صادرات است- فراهم می‌سازد.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-07]

بازارهای صادراتی این امکان را فراهم می‌سازد که کارخانه‌ها بیش از یک نوع کالا تولید کنند، از این رو بیشتر از زمانی‌که تنها برای بازار داخلی تولید می‌کردند متخصص شوند. تخصص باعث می‌شود که هر بنگاه برای کارایی تولیدات خود بیشتر یاد گیرد. رقابت در بازار بین‌المللی انگیزه لازم را برای این امر فراهم می‌سازد (گیلیس و همکاران، 1385).

اسمیت در جای دیگری از ثروت ملل عنوان می‌کند که انحصار دشمن بزرگ مدیریت خوب است که نمی‌شود آن را ایجاد نمود، مگر در نتیجه رقابت آزاد. مفهوم این عبارت می‌تواند چنین باشد که با گسترش رقابت شیوه مدیریت یک بنگاه بهبود یافته و کارایی در تخصیص نهاده‌ها افزایش می‌یابد. حال اگر این فرض را موقتاً بپذیریم که بنگاه‌های صادرکننده آنهایی هستند که از کارایی بالاتری نسبت به همتایان غیرصادرکننده خود برخوردارند آنگاه اثر ساختار بازار بر صادرات روشن می‌شود.

بر پایه چنین ادبیاتی بود که حمایت از رقابت و مخالفت با انحصار و تشکیل تراست‌ها گسترش یافت. پورتر (1990) به‌عنوان یکی از نظریه‌پردازان و حامیان این ایده وجود رقبای محلی قوی را قدرتمندترین و آخرین محرک در خلق و تداوم مزیت رقابتی می‌داند. به عقیده وی شرکت‌ها از قرار گرفتن در معرض فشار و مبارزه از سوی بهترین رقبای خود در عرصه جهانی منتفع می‌شوند و از داشتن رقبای داخلی قوی سود می‌برند. رقابت محلی (داخلی) بازخوردهای اطلاعاتی را تسهیل می‌کند و بر رقبا فشار وارد می‌کند، بنابراین فقدان رقیب در اقتصاد داخلی محتملاً منجر به استفاده ناکارامد از منابع می‌شود و انگیزه‌ها را برای درگیرشدن در فعالیت‌های تحقیق و توسعه تضعیف می‌کند(کیم و مریون، 1996).

از آنجا که بازارهای جهانی عرصه‌ای نیستند که بتوان با ناکارایی و توجه اندک به تحقیق و توسعه به آن وارد شد و آن را تسخیر نمود ظاهراً رقابت از این طریق می‌تواند زمینه مناسبی برای رشد صادرات یک اقتصاد به‌ویژه در بخش صنعت باشد.

از میان مجموعه استدلال‌هایی که در حمایت از ساختار رقابتی بازار در رابطه با صادرات ارائه می‌شود می‌توان به این ادعا اشاره نمود که فقدان رقابت مؤثر داخلی در برخی صنایع به افزایش هزینه‌ها، پایین بودن میزان نوآوری و پاسخگو نبودن به ترجیحات مشتریان ختم می‌شود که چنین وضعیتی صنایع را در مقابل نفوذ بنگاه‌های خارجی با بازارهای جهانی آسیب‌پذیر می‌سازد. آدامز و براک (1988) پس از مطالعه بر روی بنگاه‌ها و سیاست‌های رقابت در اروپا و ژاپن اینگونه نتیجه‌گیری نمودند که گرایش به غول‌پیکرسازی[1] شرکت‌ها از طریق ادغام و یکپارچه سازی کلید بهبود و ارتقای کارایی، نوآوری فناورانه و رقابت‌پذیری بین‌المللی نیست. به عبارت دیگر، کاستن از تعداد رقبا

1. Giantism

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-07]

(کاهش رقابت و افزایش انحصار) از طریق ادغام آنها در یکدیگر یک سیاست سازگار با اهداف برون‌نگر و صادراتی نیست، همچنین عنوان شد که در اروپا تشخیص رو به رشد مشاهده می‌شود که کسب‌وکارهای کوچک و متوسط موتورهای اصلی رشد اقتصادی و ایجاد شغل‌اند.

همچنین با توجه به کاراتر بودن بنگاه‌های صادراتی نسبت به بنگاه‌های غیرصادراتی (فدر، 1982) و با توجه به ارتباط مستقیمی که میان کارایی و بهره‌وری برقرار است جنبه‌های دیگری از تأثیر ساختار بازار بر صادرات روشن می‌شود. یکی از این جنبه‌ها مقوله نوآوری است. ادعا می‌شود که آن دسته از بهبودهای بهره‌وری که منجر به کاهش هزینه بنگاه (به‌ازای محصول معین) در یک محیط رقابتی‌تر می‌شوند سود بنگاه را افزایش داده و انگیزه برای هزینه کردن در تحقیق و توسعه توسط بنگاه را افزایش می‌دهد که نتیجه آن نوآوری بیشتر خواهد بود (نیکل، 1996). بر این اساس، ساختار رقابتی با زمینه‌سازی مناسب برای نوآوری و به‌تبع آن بهبود بهره‌وری و کارایی بستر مناسبی برای رشد صادرات مهیا می‌سازد.

نقش انگیزه مدیران در وضعیت عملکرد بنگاه‌ها به‌ویژه در زمینه صادرات بر هیچ‌کس پوشیده نیست. ایده آن است که عایدات به‌دست آمده برای یک مدیر در دوره جاری به سطح تلاش او بستگی ندارد، بلکه در طول زمان است که میزان تلاش مدیر می‌تواند درآمد او را تحت تأثیر قرار دهد. بر این مبنا، در یک فضای رقابتی که در آن تعداد زیادی بنگاه وجود دارد بازار به‌دنبال گزینش بهترین مدیران از لحاظ عملکرد است و به این دلیل مدیران تمایلی به تلاش کم ندارند. حال هر چه تعداد رقبا افزایش یابد یا به عبارت دیگر رقابت در بازار بیشتر شود محتمل است که مدیران به‌منظور ثبت سابقه‌ای موفق درکارنامه عملکردی خود بر میزان تلاش خود بیفزایندکه نتیجه آن به‌صورت کارایی و بهره‌وری بیشتر بنگاه رخ خواهد نمود که بی‌شک عملکرد صادراتی را نیز بهبود می‌بخشد.

نیلباف و استیگلیتز (1983) نشان دادند که رقابت یک ویژگی مهم دارد. رقابت به گسترش طرح‌های جبرانی کمک می‌کند. در جایی‌که پرداخت‌ها مبتنی بر عملکرد نسبی هستند پاداش مدیران در بازارهای رقابتی وابسته به عملکرد نسبی بنگاه (از لحاظ بهره‌وری، کارایی، صادرات و غیره) است. آنها این موضوع را دلیل دیگری بر آن می‌دانند که بازارهای رقابتی بهتر از انحصارها عمل می‌کنند، به‌گونه‌ای که بازارهای انحصاری در مقایسه با بازارهای رقابتی رخوت مدیریتی بیشتری دارند.

در مقابل دیدگاه‌های حامی رقابت، برخی اقتصاددانان نظرات مخالفی را ایراد نمودند که دلالت بر مفید بودن ساختار انحصاری بازار از لحاظ عملکرد اقتصادی از جمله در حوزه صادرات دارد. اعتقاد به رقابت، بازار آزاد و تمرکز زدایی تا اواخر قرن 19 در ایالات متحده رواج داشت، اما از آن زمان به

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-07]

بعد بود که وقتی قانون ضدتراست شرمن[1] در سال 1890 تصویب شد اغلب اقتصاددانان به مخالفت با آن برخاستند (وست، 1988). کلارک در اواخر دهه 1880 نگران بود که قوانین ضدتراست منجر به از دست رفتن منافع حاصل از تراست‌ها یا ائتلاف‌ها شود. در این دیدگاه، ائتلاف بنگاه‌ها و تشکیل انحصار برای ایجاد سرمایه کافی و ایمنی در مقابل چالش‌های دوران رکود لازم می‌نماید. بهترین بیان در این زمینه را می‌توان در گانتن مشاهده نمود. وی اعتقاد داشت که تجمیع سرمایه باعث می‌شود تا تولیدکنندگان کوچک از حوزه کسب و کار خارج نگردند، بلکه در درون یک مجموعه بزرگتر و پیچیده‌تر تولیدی ادغام شوند که این امر آنها را قادر می‌سازد تا ثروت را ارزان‌تر تولید کنند و درآمد بیشتری نیز برای خود کسب کنند (گانتن، 1888).

برخی پژوهشگران و مجریان کسب و کارها اظهار داشتند که سیاست ضدتراست ایالات متحده به رقابت‌پذیری بنگاه‌های این کشور در بازارهای بین‌المللی لطمه زده است. مقررات ضدتراست در آمریکا به‌عنوان مانعی مهم بر سر راه بنگاه‌ها جهت منطقی نمودن تسهیلات تولیدی و همکاری در تحقیق و توسعه به‌شمار می‌رفت (کیم و مریون، 1996). مدافعان این دیدگاه بر واقعیت رقابت جهانی و کارایی بالقوه ناشی از ترکیب و ادغام کسب و کارها تأکید می‌کنند. در این ادبیات، به‌دلیل وجود بازارهای بزرگتر هزینه تحقیق و توسعه، نوآوری محصول جدید، بازاریابی و مواردی از این دست این شرکت‌های بزرگتر هستند که به‌طور موفقیت‌آمیزی رقابت می‌کنند. ترکیب شرکت‌ها (انحصاری شدن بازار) باعث تقویت آنها می‌شود و به شرکت‌ها کمک می‌کند تا در مقابل فشار رقبای خارجی مقاومت کنند. از این رو، عقیده بر آن است که بزرگی (بنگاه) یک پیش‌شرط اساسی برای رقابت‌پذیری جهانی است (آدامز و براک، 1988). در نقطه مقابل، دیدگاه حامیان رقابت بحث‌هایی برگرفته از باورهای شومپیتر قرار دارد که انحصار را فضای مناسبتری برای نوآوری می‌داند. شومپیتر (2003) اعتقاد دارد که رویه‌های انحصاری[2] مناسب هستند، زیرا هزینه کردن در تحقیق را همراه با سرمایه‌گذاری عظیم تسهیل می‌کند.

بر پایه این دیدگاه ادعا می‌شود که بنگاه‌ها در بازارهای تمرکزیافته با سهولت بیشتری می‌توانند منافع حاصل از سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه را به خود اختصاص دهند (لوین و همکاران، 1985). شومپیتر بر این موضوع تأکید می‌کند که تمرکز (بازاری) نااطمینانی را در بازار کاهش می‌دهد و جریان نقد لازم برای وارد شدن به عرصه پرهزینه تحقیق و توسعه را در مقیاسی کارا فراهم می‌سازد. بر اساس این باور انحصارها بیشتر مستعد این هستند تا از مجرای هزینه نمودن در فرایندهای تحقیق و توسعه نوآوری را افزایش دهند، بنابراین از طریق نوآوری بنگاه‌ها را از لحاظ صادراتی توانمندتر سازند.

1. Sherman Antitrust Act
2. Monopolistic Practices

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-07]

حامیان کسب و کارهای بزرگ و بازار انحصاری به برخی استدلال‌های دیگر نیز متوسل می‌شوند. به عقیده آنها، اگر انحصارگر در صنعتی فعالیت کند که در آن صرفه‌های مقیاس قابل توجهی وجود دارد یک تولیدکننده بزرگتر در مقایسه با تعدادی تولیدکننده کوچکتر قادر خواهد بود تا با هزینه متوسط پایین‌تری به تولید بپردازد، بنابراین می‌تواند قیمت پایین‌تری را مطالبه کند، همچنین در دید این عده از صاحبنظران تنها شرکت‌های بزرگ می‌توانند از عهده هزینه‌های هنگفت تحقیق و توسعه که برای توسعه فناوری نوین ضروری است برآیند. بنگاه‌های رقابتی کوچک نمی‌توانند کارکنان فعال در آزمایشگاه و پژوهش را تأمین مالی کنند، در حالی‌که در دنیای امروز وجود این افراد برای تحقیق و توسعه ضروری است (رافین و گروگوری، 1983). این استدلال‌ها از آنجایی اهمیت می‌یابند که قیمت داخلی محصول تولید شده توسط یک بنگاه و عملکرد در حوزه تحقیق و توسعه از عوامل مؤثر بر ورود به بازارهای جهانی و گسترش صادرات است. از این حیث به نظر می‌رسد نشانه‌هایی از مناسب بودن ساختار انحصاری برای عملکرد بهتر صادراتی وجود دارد که در تقابل با ویژگی‌ها و پیامدهای ساختار رقابتی قرار دارد.

بر اساس این باورها، انحصار که از تجمیع بنگاه‌های انفرادی و رقیب حاصل می‌شود این امکان را فراهم می‌سازد که بنگاه بزرگتر انحصاری بتواند از مزایای صرفه‌های مقیاس استفاده نماید. چنین امری معادل تولید با هزینه متوسط کمتر است که خود باعث کاهش قیمت شده و ورود به بازارهای جهانی از طریق صادرات را تسهیل می‌کند. از این رو، صادرات بیشتری در شرایط انحصاری قابل حصول است. علاوه بر اینکه صرفه‌های فنی ناشی از مقیاس می‌تواند قدرت اقتصادی و عملکرد بهتر را برای یک بنگاه به ارمغان آورد به عقیده جو اس. بین[1] که از نظریه‌پردازان ساختار بازار و سازماندهی صنعتی بود موفقیت بنگاه انحصاری می‌تواند ناشی از نوآوری در محصولات جدید و مزیتی باشد که نخستین تولیدکننده در بازار به‌دست می‌آورد (قنادان، 1386). با این ادبیات، جدال میان موافقان و مخالفان رقابت یا انحصار در طول زمان شدت گرفت.

3. شواهد موجود

با آنکه ده‌ها مطالعه در خصوص نقش صادرات در اقتصاد یا عوامل مؤثر بر آن صورت گرفته و تعداد قابل توجهی مقاله نیز در این ارتباط نگاشته شده است، اما در رابطه با ساختار مناسب بازار برای رشد صادرات فراوانی کمتری از مطالعات به چشم می‌خورد که آن نیز عمدتاً توسط محققان خارجی انجام گرفته است.

1. Joe S. Bain

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-07]

کازرونی و فشاری (1387) به مطالعه اثر شاخص‌های رقابتی قیمتی و غیرقیمتی بر صادرات زیربخش‌های صنعتی ایران در دوره (1382-1377) پرداختند. شاخص‌های قیمتی آنها عبارت بود از نرخ تورم، نرخ اسمی ارز، شاخص‌های غیرقیمتی بهره‌وری نیروی کار و مزیت نسبی آشکارشده. با این حال، مطالعه این محققان فاقد ارزیابی ساختار رقابتی بازار بر صادرات بود.

کیم و مریون (1996) به آزمون اثر ساختار بازار داخلی بر تجارت در صنعت آبجوسازی ایالات متحده در دوره (1990-1962) مبادرت نمودند. آنها از نسبت تمرکز به‌عنوان معیاری برای ساختار بازار استفاده نمودند. شواهد به‌دست آمده توسط این محققان نشان می‌داد که افزایش تمرکز (قدرت انحصاری) به کاهش خالص صادرات می‌انجامد.

چیروا (1998) از متغیرهای رایج ساختار بازار و داده‌های 22 زیرمجموعه از بخش صنعت کشور مالاوی در دوره (1988-1984) استفاده نمود تا عملکرد صادراتی را مورد مطالعه قرار دهد. یافته‌های وی نشان داد که رابطه مثبتی میان صادرات و تمرکز صنعتی وجود دارد به این معنا که افزایش قدرت انحصاری صنایع منجر به بهبود عملکرد صادراتی آنها می‌شود.

پودار (2004) به‌دنبال پاسخ به این پرسش بود که عامل سه برابر شدن صادرات هند در دهه 1990 چه بوده است. وی با استفاده از داده‌ها هم در سطح بنگاه و هم صنعت و به‌کارگیری الگوی انتخاب گسسته پویا[1] در مورد تصمیم به صادرات از سوی بنگاه‌ها دریافت که آزادسازی اقتصادی شرایط را برای رقابت بیشتر در بازارهای داخلی هند فراهم آورده است و این امر کارایی و رقابت‌پذیری بنگاه‌های هندی و توان صادراتی آنها را افزایش داده است.

با مرور اجمالی مطالعات صورت‌گرفته ملاحظه می‌شود که تنوعی از نتایج در رابطه با اثر نوع ساختار بازار بر عملکرد صادراتی چه در بخش صنعت و چه بخش‌های دیگر اقتصاد به چشم می‌خورد. با این وجود، به نظر می‌رسد سهم یافته‌هایی که دال بر عملکرد بهتر صادراتی در محیط رقابتی‌اند بیش از شواهد حامی انحصار است. به‌منظور حصول درکی اولیه در این زمینه وضعیت برخی کشورها از لحاظ رقابت‌پذیری و عملکرد صادراتی در جدول (1) ارائه شده است.

1. Dynamic Discrete-Choice Model

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-07]

جدول 1. مقایسه رقابت‌پذیری و عملکرد صادراتی برخی کشورها

کشورها	شاخص رقابت‌پذیری (2010-2011)	صادرات (درصدی از GDP) (2010)
سوئیس	5/63	51/7
سوئد	5/56	49/7
ایالات متحده	5/43	12/7
آلمان	5/39	47
هلند	5/33	78/2
دانمارک	5/32	50/3
نروژ	5/14	41/1
شمال آفریقا	4/17	33/82
آمریکای لاتین و کارائیب	4	23/63
شرق مدیترانه	3/96	35/09
جنوب صحرای آفریقا	3/5	31/3

*تنها برخی کشورهای عضو OECD که در سال 1961 به عضویت این سازمان درآمدند معرفی شدند. داده‌های مربوط به صادرات این کشورها از آمارهای OECD (2013) به‌دست آمده است. اطلاعات صادرات گروه‌های کشورها از بانک جهانی اخذ شده است. اطلاعات وضعیت رقابت‌پذیری از مجمع جهانی اقتصاد (2010) و مجمع جهانی اقتصاد و OECD (2011) اقتباس شده است.
مأخذ: نتایج تحقیق.

در جدول (1) کشورها بر اساس امتیاز شاخص رقابت‌پذیری از بالا به پایین قرار گرفته‌اند. کشورهای سوئیس، سوئد، ایالات متحده، آلمان، هلند، دانمارک و نروژ هفت کشور برتر عضو سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی از لحاظ رقابت‌پذیری‌اند که با کشورهای برخی مناطق جهان مقایسه شده‌اند. درمجموع، به‌نظر می‌رسد با کاهش میزان رقابت‌پذیری از صادرات به‌صورت سهمی از تولید ناخالص داخلی کاسته می‌شود.

4. الگو

وجود ابهام در رابطه میان ساختار بازار و عملکرد صادرات ایجاب می‌کند تا با رجوع به شواهد در مورد آن اظهارنظر نمود. برای این منظور و در راستای آزمون این فرضیه که ساختار رقابتی به رشد صادرات کمک می‌کند الگوی نظری مطالعه تجربی مسئله پیش‌رو ارائه می‌شود.

در متون مختلف اقتصاد کلان فصولی به مبحث تجارت اختصاص یافته است که در قالب آنها به عوامل تعیین‌کننده صادرات پرداخته شده است. برنسون (1989) تابعی برای صادرات معرفی نمود که

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-07]

در آن قیمت‌های داخلی (p) و نرخ ارز[1] (e) به‌صورت منفی بر صادرات (x) اثر می‌گذارند: $x = x(p, e)$. در این الگو اشاره‌ای به سایر عوامل از جمله ساختار بازار وجود ندارد.

ایبل و برنانک (1992) خالص صادرات را تابعی از نرخ ارز در نظر گرفتند، اما سایر عوامل و متغیرها را که اغلب به وضعیت شرکای تجاری ارتباط داشتند در حاشیه بحث خود مورد اشاره قرار دادند.

کرلین و ساسکیس (2006) با تعریف معیار رقابت‌پذیری قیمتی به‌صورت نسبت قیمت کالاهای خارجی برحسب پول داخلی به قیمت کالاهای داخلی آن را به تابع صادرات وارد نمودند. بر اساس این تابع هرچه رقابت‌پذیری یک کشور بیشتر شود به صادرات آن کشور افزوده می‌شود.

تصریح‌های مختلف از تابع صادرات که توسط اقتصاددانان صورت پذیرفته است با اهداف خاص نظری انجام گرفته‌اند و هیچ‌یک از جامعیت برخوردار نبوده‌اند و نمی‌تواند به‌طور کامل توضیح‌دهنده عملکرد صادراتی در دنیای واقعی باشد. از این رو، انجام کار تجربی در این زمینه نیازمند لحاظ نمودن عوامل مختلف در قالب یک تابع است. پیرو این مباحث تلاش می‌شود از تابع صادراتی استفاده شود که دربرگیرنده تصریح‌های مختلف معرفی شده باشد و نوع ساختار بازار داخلی را نیز دربرگیرد.

با الهام گرفتن از نگرش‌های نظری برنسون (1989) و کرلین و ساسکیس (2006) نسبت به تابع صادرات و استفاده از متغیرهای به‌کار رفته در مطالعات تجربی مختلف مرتبط با بحث در رابطه با ایران تابع ذیل معرفی می‌شود:

$$x = x(p, Er, Com, I, Pub, Raw, Edu) \qquad (1)$$

متغیرهای تابع صادرات (1) به‌صورت ذیل معرفی می‌شوند:

x : صادرات

p: سطح قیمت

Er: نرخ ارز

Com: رقابت

I: سرمایه‌گذاری

Pub: برداری شامل دو متغیر مالکیت و مدیریت عمومی

Raw: مواد خام و اولیه

Edu: آموزش

1. نرخ ارز در الگوی برنسون به‌صورت ارزش یک واحد پول ملی در برابر پول خارجی تعریف شده است.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-07]

صادرات که به‌مثابه متغیر وابسته در الگو به‌کار می‌رود به‌صورت نسبت ارزش صادرات به شاخص قیمت صادراتی تعریف می‌شود. این رویه منجر به قیمت‌زدایی از صادرات می‌شود تا صرفاً عملکرد صادراتی صنایع مورد مشاهده قرار گیرد و قیمت‌ها در این امر دخالت نداشته باشند.

سطح قیمت‌های داخلی بی‌شک یکی ازمهم‌ترین عوامل مؤثر بر صادرات است و به این دلیل به جای سطح قیمت‌های داخلی در تصریح برنسون (1989) از شاخص بهای تولیدکننده در تابع صادرات استفاده شده است. انتظار بر آن است که هرچه تورم در کشور بالاتر باشد تقاضای خارجی برای کالاهای داخلی کمتر می‌شود، از این رو اثر قیمت‌های داخلی بر صادرات منفی خواهد بود.

نرخ ارز عامل دیگری است که نمی‌توان آن را در بحث از صادرات نادیده گرفت. در اینجا نرخ ارز[1] به‌صورت ارزش دلار بر حسب ریال در نظر گرفته می‌شود، بنابراین با افزایش آن انگیزه برای صادرات نیز بیشتر خواهد شد. این رابطه مثبت در واقع همان رابطه منفی در تصریح برنسون (1989) است، زیرا تعریف نرخ ارز به‌صورت عکس انجام گرفته است.

رقابت متغیر کلیدی الگوی مورد استفاده در این مطالعه است. یک ویژگی نظریه نئوکلاسیک از رقابت کامل ارائه یک ابزار کمیت‌پذیر برای سنجش شدت رقابت یعنی تعداد بنگاه‌های موجود در بازار است (کلیفتون، 1988). بر اساس با این ادبیات سنتی اقتصادی در اینجا نیز از تعداد بنگاه‌های موجود در صنعت به‌عنوان نماد رقابت استفاده می‌شود. هر چه تعداد بنگاه‌های رقیب در یک صنعت بیشتر باشد فضای بازار نیز رقابتی‌تر خواهد بود، بنابراین نگرشی که در اینجا نسبت به رقابت وجود دارد و مورد استفاده قرار می‌گیرد در تقابل با دیدگاه رابینسون (1934) است که معتقد بود رقابت کامل وابسته به تعداد زیاد بنگاه‌ها نیست و با تعداد کم نیز می‌توان رقابت کامل داشت. با این حال، شاخص‌های دیگری نیز برای سنجش رقابت در ادبیات اقتصادی وجود دارد مانند شاخص هرفیندال که در برخی مطالعات نیز مورد استفاده واقع شده‌اند، اما با تمام اینها تعداد بنگاه‌های رقیب همچنان رایجترین شاخص رقابت در مباحث نظری و مطالعات تجربی است.

از این رو، میزان سرمایه‌گذاری تحقق‌یافته توسط یک بنگاه در هر حوزه و عرصه‌ای که باشد بر عملکرد تولیدی و صادراتی آن بنگاه می‌تواند مؤثر باشد. این عامل نیز در مطالعه تجربی لحاظ خواهد شد. انتظار می‌رود سرمایه‌گذاری اثر مثبتی بر عملکرد صادراتی داشته باشد، زیرا افزایش ظرفیت تولید امکان هدایت محصول بیشتر به سمت بازارهای خارجی را تسهیل می‌کند. سرمایه‌گذاری در این مطالعه معادل تشکیل سرمایه ثابت است.

1. در این تحقیق از نرخ ارز رسمی و ناموزون گزارش شده توسط بانک مرکزی استفاده شده است.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-07]

با توجه به اینکه صادرات بخشی از محصول تولید شده است که از بازار داخلی جدا می‌شود و راهی بازارهای خارجی می‌گردد، به این خاطر نهاده‌ها همانگونه که به رشد مقدار محصول کمک می‌کنند در عملکرد صادراتی نیز نقش ایفا خواهند کرد. از میان نهاده‌ها بنا به امکان احتساب آنها مواد خام و اولیه در تابع صادرات قرار می‌گیرد. به‌منظور قیمت‌زدایی از این متغیر ارزش مواد خام و اولیه بر شاخص قیمت مصنوعات بر حسب مواد اولیه تقسیم می‌شود.

سرمایه انسانی به‌ویژه آموزش عامل مهم دیگری است که در اثرگذاری بر صادرات قابل تصور است. آرنولد (2011) سرمایه انسانی را شامل آموزش، ارتقای مهارت‌ها و هر چیز دیگری می‌داند که مختص انسان بوده و بهره‌وری شخصی را افزایش می‌دهد. یک بنگاه که به تولید کالا و خدمت می‌پردازد در صورتی‌که از نیروی انسانی آموزش‌دیده‌تری استفاده کند بهتر می‌تواند محصول باکیفیت‌تری که قابل رقابت با موارد مشابه خارجی باشد را تولید نماید. با توجه به اینکه آموزش یکی از مهم‌ترین مصادیق سرمایه‌گذاری سرمایه انسانی است معیاری که برای آن در نظر گرفته می‌شود عبارت است از نسبت تعداد افراد باسواد شاغل به کل شاغلین یک بخش صنعتی. نیروی کار باسواد شامل کارگرانی می‌شود که دارای آموزش رسمی از سطوح پایین‌تر از دیپلم تا سطح دکترا هستند.

وضعیت مالکیت و مدیریت بنگاه‌های صنعتی نیز می‌تواند در نحوه عملکرد آنها در بازار داخلی و خارجی مؤثر باشد. در واقع، مبنای این ادعا تفاوت بخش دولتی و خصوصی از لحاظ شیوه تخصیص منابع و کارایی است. مالکیت و مدیریت عمومی از جهت دیگری نیز مهم‌اند. چند بنگاه دولتی به ظاهر مستقل ممکن است فرماندهی و مدیریت واحد داشته باشند وگرچه ظاهراً متعددند، اما به نحو کاملاً انحصاری اداره شده و با یکدیگر رقابت نمی‌کنند. به این منظور، از دو متغیر مالکیت و مدیریت عمومی به‌عنوان عوامل مؤثر بر صادرات استفاده می‌شود. منظور از مالکیت عمومی آن است که تمام یا بیش از 50 درصد سرمایه‌کارگاه صنعتی متعلق به وزارتخانه‌ها، سازمان‌های دولتی، بانک‌ها، نهادهای انقلاب اسلامی، شهرداری‌ها و سایر مؤسسات بخش عمومی باشد. بر این اساس، متغیر مالکیت عمومی به‌صورت نسبت تعداد بنگاه‌های با مالکیت عمومی به کل بنگاه‌های فعال در یک صنعت تعریف می‌شود. منظور از مدیریت عمومی نیز آن است که مدیریت کارگاه توسط وزارتخانه‌ها، سازمان‌های دولتی، بانک‌ها، نهادهای انقلاب اسلامی، شهرداری‌ها و سایر مؤسسات بخش عمومی اعمال گردد صرف‌نظر از اینکه سرمایه کارگاه متعلق به بخش عمومی یا خصوصی باشد. متغیر مدیریت عمومی به‌صورت نسبت تعداد بنگاه‌های دارای مدیریت عمومی به کل بنگاه‌های فعال در یک صنعت تعریف می‌شود.

از سرمایه‌گذاری، مالکیت و مدیریت عمومی، مواد خام و آموزش به‌عنوان دیگر متغیرهای مستقل

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-07]

در الگو استفاده می‌شود که عملکرد صادراتی بخش صنعت را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند. این متغیرها بر اساس کاربردشان در سایر مطالعات تجربی از جمله در مطالعه مهربانی (1391) که به مطالعه پیش‌رو قرابت زیادی دارد مورد استفاده قرار گرفته‌اند. شایان ذکر است که با توجه به متفاوت بودن وضعیت اشتغال و استفاده از نیروی انسانی در صنایع مختلف متغیرهای سرمایه‌گذاری، مالکیت و مدیریت عمومی، مواد اولیه و آموزش به‌صورت سرانه شاغلین در الگو لحاظ می‌شوند.

5. نتایج

ارائه شواهد در زمینه رابطه ساختار بازار و صادرات در ایران به بخش صنعت کشور اختصاص دارد. در این راستا، از یک سو با توجه به تعدد بخش‌های صنعتی و تنوع فعالیت‌ها و از سوی دیگر مزایای بسیار داده‌های تلفیقی اطلاعات مربوط به کارگاه‌های صنعتی دارای 10 نفر کارکن و بیشتر در سال‌های (1386-1382) مورد استفاده قرار می‌گیرد. صنایع بر اساس ویرایش سوم طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی فعالیت‌های اقتصادی در بخش صنعت در نظر گرفته شده‌اند که در قالب 23 زیربخش صنعتی بر اساس کدهای دو رقمی طبقه‌بندی شده‌اند. بنابراین در این مطالعه از 115 مشاهده استفاده می‌شود. این اطلاعات از مرکز آمار ایران دریافت شده‌اند، اما داده‌های مربوط به شاخص‌های قیمت و نرخ ارز از بانک مرکزی اخذ گردیده‌اند.

نتایج برآورد تابع صادرات (1) در حالات مختلف در جدول (2) ارائه شده است. معادلات رگرسیونی با رویکرد اثر ثابت[1] و به روش حداقل مربعات تعمیم‌یافته تخمین زده شده‌اند. دلیل استفاده از رویکرد اثر ثابت آن است که در نمونه مورد استفاده تعداد مقاطع (صنایع 23 گانه) بیش از تعداد سال‌های مورد مشاهده (پنج سال) است که در این حالت نمی‌توان از رویکرد اثر تصادفی استفاده نمود. این برآوردها بر اساس آماره دوربین - واتسون از خودهمبستگی برخوردار نیستند. همچنین آزمون ریشه واحد نشان می‌دهد که بر مبنای آماره t^* لوین، لین و چو در سطح معناداری یک درصد ریشه واحد وجود ندارد، بنابراین نتایج در مجموع قابل اعتماد و تفسیر است.

رگرسیون‌های جدول (2) به گونه‌ای تصریح شده‌اند که متغیرهای توضیحی به‌تدریج اضافه شوند، در حالی که رقابت متغیر موجود در تمام معادلات است. دلیل اتخاذ این رویکرد بررسی اثر رقابت در حالت‌های مختلف و تغییرات احتمالی آن است. نکته حائز اهمیت، مثبت بودن ضریب رقابت و معنادار بودن آن از لحاظ آماری است. ضریب رقابت در رگرسیون (1) در سطح معناداری 5 درصد و در رگرسیون‌های (2) تا (4) در سطح یک درصد معنادار است.

این یافته مطابق با فرضیه است مبنی بر اینکه در صورت رقابتی‌تر شدن ساختار بازار داخلی در بخش صنعت صادرات صنایع افزایش می‌یابد، بنابراین این تحول گامی در جهت صنعتی شدن و توسعه اقتصادی است. چنین یافته‌ای

1. Fixed Effect

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-07]

مهر تأییدی است بر تفوق استدلال‌های مطرح‌شده در حمایت از مناسب بودن فضای رقابتی برای رشد صادرات. کازرونی و فشاری (1387) که اثر شاخص بالاسا برای محاسبه مزیت رقابتی برای کل بخش صنعت ایران را بررسی نمودند به این نتیجه دست یافتند که این شاخص اثر مثبت و معناداری بر صادرات دارد، به گونه‌ای که ضریب آن برابر با 3/52 است. هر چند این ضریب کوچکتر از ضریب به‌دست آمده در این مطالعه است، اما تفاوت بسیار زیادی نیز با آن ندارد، البته شاخص بالاسا و تعداد بنگاه‌های رقیب دو مقوله متفاوت‌اند، بنابراین نمی‌توان انتظار اثر یکسانی از آنها داشت، اما با این حال هر دو مؤید اثر مثبت رقابت بر صادراتند.

جدول 2. برآورد تابع صادرات به روش حداقل مربعات تعمیم‌یافته (GLS)

	رگرسیون‌ها			
متغیرهای مستقل	1	2	3	4
رقابت	1/51	4/41	4/48	4/48
	(2/17)	(4/3)	(4/7)	(4/7)
سطح قیمت داخلی		-0/776	-2/46	-2/46
		(-1/32)	(-5/2)	(-5/2)
نرخ ارز		0/466	0/518	0/518
		(5/1)	(4/2)	(4/2)
سرمایه‌گذاری		37/1	44/83	44/83
		(4/8)	(4/5)	(4/5)
مالکیت عمومی			51191/4	
			(0/13)	
مدیریت عمومی				51049/4
				(0/13)
مواد اولیه			1352/2	1352/3
			(3/19)	(3/19)
آموزش			-2023/6	-2023/6
			(-6/2)	(-6/2)
جزء ثابت	4420/8	-2674/4	-2754/3	-2754/1
	(8/9)	(-2/03)	(-1/92)	(-1/92)
R^2 وزنی	0/924	0/953	0/943	0/943
آماره F	61/6	90/2	67/03	67/03
آماره دوربین - واتسون	1/587	1/877	1/849	1/849

* اعداد داخل پرانتز در ذیل ضرایب آماره t هستند.

مأخذ: نتایج تحقیق.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-07]

ممکن است اثر رقابت به تنهایی و بدون لحاظ متغیرهای دیگر بیانگر واقعیت نباشد و این نتیجه از فقدان سایر عوامل تأثیر پذیرفته باشد. به این منظور، در رگرسیون (2) متغیرهای سطح قیمت داخلی، نرخ ارز و سرمایه‌گذاری به معادله افزوده شده‌اند، در حالی‌که سطح قیمت اثر منفی اما بی‌معنا دارد دو متغیر دیگر اثر مثبت و معنادار بر صادرات را نشان می‌دهند. از آنجا که ممکن است عدم لحاظ سایر عوامل در معادله به ارائه شواهد غیرمعمول منجر شود، بنابراین سه متغیر دیگر به‌ترتیب در رگرسیون‌های (3) و (4) اضافه شده‌اند. تفاوت این دو معادله وجود مالکیت و مدیریت عمومی به‌طور جداگانه در آنهاست. ملاحظه می‌گردد که در این رگرسیون‌ها سطح قیمت اثر منفی و معناداری را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، با افزایش سطح قیمت‌ها در داخل کشور صادرات صنعتی آسیب می‌بینند. نرخ ارز و سرمایه‌گذاری همچنان از اثر مثبت برخوردارند، به این معنا که کاهش ارزش ریال در برابر دلار و افزایش تشکیل سرمایه به رونق صادرات می‌انجامد. به وضوح این نتیجه در خصوص اثر نرخ ارز یا ارزش پول ملی بر خلاف باور برخی اقتصاددانان است که به‌دلیل کشش‌پذیر نبودن عرضه کاهش ارزش پول تأثیر معناداری بر صادرات ندارد. البته این موضوع تا حدودی به ادبیات منحنی جی مربوط است که اشاره به آن دارد که پس از مدتی که تراز تجاری در پی کاهش ارزش پول ملی کاهش یافت (به‌عنوان مثال به‌دلیل افت صادرات و رشد واردات) سپس این روند نزولی عکس شده و حتی تراز تجاری با بهبود صادرات و کاهش واردات به بالاتر از سطح قبلی خود که پیش از کاهش ارزش پول بود صعود می‌کند. در واقع، نتایج به‌دست آمده در این مطالعه تأییدی بر بخش صعودی منحنی جی دارد و نه نزولی بودن آن. البته مطالعات دیگری در رابطه با ایران انجام شده است که وجود منحنی جی را در مورد تمام شرکای تجاری ایران تأیید نمی‌کند و آن مطالعاتی هم که وجود ارتباط این چنینی را می‌پذیرند از جامع بودن نمونه برخوردار نیستند. به‌عنوان مثال، پدرام و همکاران (1390) این رابطه را تنها برای تعداد منتخبی (10 کشور) از کشورهای در حال مبادله با ایران مشاهده کردند، در حالی‌که در مورد ترکیه چنین چیزی رؤیت نگردید. با این همه موضوع تراز تجاری مسئله مورد بحث در این مقاله نیست و اثرپذیری خاص صادرات مدنظر قرار دارد.

در رگرسیون (3) از مالکیت عمومی و در رگرسیون (4) از مدیریت عمومی استفاده شده است. لحاظ این متغیرها به‌طور مجزا به‌دلیل پرهیز از مشکل همخطی است، زیرا بسیار محتمل است که بنگاه‌های دارای مالکیت عمومی از مدیریت عمومی نیز برخوردار باشند. از یافته‌ها پیداست که هر دو متغیر از لحاظ آماری معنادار نیستند، بنابراین نمی‌توان اظهار داشت که عمومی بودن مالکیت و مدیریت بنگاه‌ها و صنایع تأثیری بر عملکرد صادراتی آنها دارد. این در حالی است که مهربانی (1391) اثر منفی

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-07]

مالکیت عمومی بر بهره‌وری صنایع را مشاهده نمود، اما اثر مدیریت عمومی را بی‌معنا یافت، همچنین ملاحظه می‌شود که مواد اولیه به‌کار گرفته شده توسط صنایع قویاً اثر مثبت و معناداری بر میزان صادرات آنها دارد.

اثر سرمایه انسانی (آموزش) که در هر دو رگرسیون‌های (3) و(4) مشاهده می‌شود برخلاف انتظار و پیش‌بینی نظریه سرمایه انسانی است. ملاحظه می‌شود که افزایش نسبت شاغلان آموزش‌دیده به کل شاغلان اثر منفی و معناداری بر صادرات دارد. شاید یک دلیل آن دال بر استخدام بیش از حد کارایی در مورد این گروه از شاغلان در بخش صنعت ایران باشد. طبق ادبیات اقتصاد خرد به‌کارگیری نیروی کار در منطقه سوم تولید تأثیر منفی بر سطح تولید دارد، از این رو انتظار می‌رود جذب بیش از حد نیروی کار باسواد به جای آنکه به رشد محصول و از جمله صادرات منجر شود اثر منفی بر آنها بر جای گذارد و از قوت اثر مثبت سرمایه انسانی بر صادرات بکاهد. این امر می‌تواند یک دلیل احتمالی باشد. البته دلیل احتمالی دیگر وقوع این نتیجه می‌تواند چنین باشد که صادرات در ایران از فناوری بالایی برخوردار نیست، بنابراین عدم انطباق آن با دانش نیروی‌کار باسواد به اثر منفی بر صادرات انجامیده است. با این حال، این موضوع می‌تواند در مطالعه جداگانه‌ای مورد تحقیق قرار گیرد و دلایل بروز چنین نتیجه‌ای بررسی شود.

6. نتیجه‌گیری

مطرح شدن نظریه صنعتی شدن به‌عنوان راهی برای نیل به توسعه اقتصادی و در عین حال نگرش‌های مختلف به فرایند صنعتی شدن اهمیت ویژه‌ای به مطالعه در باب صادرات به‌ویژه در بخش صنعت می‌دهد. از آنجا که دیدگاه‌ها و شواهد جدید حمایت بسیاری از نقش مثبت صادرات در صنعتی شدن می‌کنند شناسایی زمینه مناسب برای تحقق رونق صادرات بیش از پیش ضروری خواهد بود.

از جمله موضوعاتی که می‌تواند در رابطه با عملکرد صادراتی اقتصادها مطرح شود ساختار بازاری است که صنایع در آن به فعالیت می‌پردازند. در این زمینه دو نگرش رقیب وجود دارد که یکی محیط رقابتی را برای رشد صادرات مفید می‌داند، در حالی‌که دیگری به دلایل مختلف ساختار انحصاری را برای عملکرد یک اقتصاد از جمله در حوزه صادرات مناسب می‌بیند. از این رو، بحث بر سر اثر ساختار بازار بر عملکرد صادراتی صنایع ایران موضوع این مقاله را تشکیل داده است.

نتایج حاصل از این مطالعه مؤید آن است که رقابتی‌تر شدن فضای بازار به‌صورت افزایش تعداد بنگاه‌ها در بخش صنعت ایران به رشد صادرات این بخش کمک می‌کند، بنابراین انحصاری شدن بازار به‌عنوان مانعی برای رشد اقتصاد کشور از این منظر خاص عمل می‌کند. این یافته رهنمودهای سیاستی مهمی می‌تواند داشته باشد. با توجه به اینکه عمده انحصارها در اقتصاد ایران توسط دولت به وجود آمده و در عین حال طبق نتایج به‌دست آمده مالکیت و مدیریت عمومی–که نوع دولتی مهم‌ترین شق آن است-

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-07]

اثری بر صادرات ندارد، تلاش برای رها ساختن صنایع از انحصار دولتی و زمینه‌سازی برای ورود فعالان خصوصی متعدد و مستقل از دولت گامی در جهت رشد اقتصادی و نفوذ به بازارهای خارجی خواهد بود. البته این انحصارزدایی نه تنها در رابطه با دولت بلکه در مورد بخش خصوصی نیز صادق است. به عبارت دیگر، به قوانین ضد انحصار مانند قوانین ضدتراست که در برخی کشورها به‌کار گرفته شد نیاز است. در این راستا، اجرای هر چه سریعتر و کاملتر سیاست‌های اصل 44 قانون اساسی کشور از منافعی برای اقتصاد ایران در حوزه صادرات برخوردار خواهد بود.

منابع

اسمیت، آدام (1357)، *ثروت ملل*، ترجمه سیروس ابراهیم‌زاده، تهران: انتشارات پیام.

بانک مرکزی ایران، *سری‌های زمانی اقتصادی*، www.cbi.ir.

بزازان، فاطمه و نفیسه محمدی (1387)، "تعیین جایگاه راهبرد توسعه صادرات در رشد تولید صنعتی ایران (با استفاده از روش داده – ستانده)"، *فصلنامه اقتصاد مقداری*، دوره 5، شماره 4، صص 155-131.

پدرام، مهدی، شیرین‌بخش، شمس‌اله و مریم رحمانی (1390)، "پویایی‌های منحنی J در تجارت خارجی ایران"، *فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی*، سال 19، شماره 60، صص 18-5.

تودارو، مایکل (1387)، *توسعه اقتصادی در جهان سوم*، ترجمه غلامعلی فرجادی، تهران: انتشارات کوهسار.

قنادان، محمود (1386)، *کلیات علم اقتصاد*، تهران: مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.

کازرونی، علیرضا و مجید فشاری (1387)،"تأثیر شاخص‌های رقابتی قیمتی و غیرقیمتی بر صادرات زیر بخش‌های صنعتی ایران (1382-1377)"، *فصلنامه بررسی های اقتصادی*، دوره 5، شماره 1، صص 46-27.

کمیجانی، اکبر و غلامعلی حاجی (1391)، "نقش صادرات در بهره‌وری و رشد اقتصادی: شواهد تجربی از ایران"، *پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی*، سال دوم، شماره 7، صص 34-11.

گریفین، کیت (1384)، *راهبردهای توسعه اقتصادی*، ترجمه حسین راغفر و محمد حسین هاشمی، تهران: نشر نی.

گیلیس، مالکوم و همکاران (1385)، *اقتصاد توسعه*، ترجمه غلامرضا آزاد (ارمکی)، تهران: نشر نی.

مرکز آمار ایران، *نتایج آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی 10نفر کارکن و بیشتر*، سال‌های 1386-1382.

مهربانی، وحید (1391)، "نقش رقابت در تحولات بهره‌وری بخش صنعت"، *فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی*، سال 12، شماره اول، صص 192-171.

میر، جرالد ام. (1378)، *مباحث اساسی اقتصاد توسعه*، ترجمه غلامرضا آزاد (ارمکی)، تهران: نشر نی.

هادی‌زاده، آرش، عباسی، جعفر و شهریار زروکی (1390)، "تحلیلی بر نظریه صادرات منجر به رشد در ایران"، *سیاست‌های اقتصادی* (نامه مفید)، شماره 1 (84)، صص 74-59.

Abel, Andrew B. & Ben S. Bernanke (1992), *Macroeconomics*, New York: Addison-

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-07]

Wesley Publishing Company.
Adams, Walter & James W. Brock (1988), "The Bigness Mystique and the Merger Policy Debate: An International Perspective", *Northwestern Journal of International Law & Business*, Vol. 9, Issue 1, PP. 1-48.
Arnold, Roger A. (2011), *Microeconomics*, South-Western College Publication.
Balassa, Bela (1978), "Exports and Economic Growth: Further Evidence", *Journal of Development Economics*, Vol. 5, Issue 2, PP. 181-189.
Bernard, Andrew B. & J. Bradford Jensen (1999), "Exceptional Exporter Performance: Cause, Effect, or Both?", *Journal of International Economics*, Vol. 47, Issue 1, PP. 1–25.
Branson, William H. (1989), *Macroeconomic Theory and Policy*, 3th Edition, New York: Harper & Row.
Carlin, Wendy & David Soskice (2006), *Macroeconomics: Imperfections, Institutions and Policies*, New York: Oxford University Press.
Chirwa, Ephraim W. (1998), "Market Structure and the Export Performance of Manufacturing Industries in Malawi", Working Paper No. WC/02/98, University of Malawi, Chancellor College, Department of Economics.
Clifton, J. A. (1988), "Competitive Market Processes", In: The New Palgrave*: A Dictionary of Economics*, Vol. 1, Edited by John Eatwell et al., London and Basingstoke: The Macmillan Press Limitted.
Dollar, David (1992), "Outward-Oriented Developing Economies Really Do Grow More Rapidly: Evidence from 95 LDCs (1976-1985)", *Economic Development and Cultural Change*, Vol. 40, No. 3, PP. 523-544.
Feder, Gershon (1982), "On Exports and Economic Growth", *Journal of Development Economics*, Vol. 12, PP. 59-73.
Gunton, George (1888), "The Economic and Social Aspect of Trusts", *Political Science Quarterly*, Vol. 3, No. 3, PP. 385-408.
Ingham, Barbara (1993), "The Meaning of Development: Interactions between New and Old Ideas", *World Development*, Vol. 21, No. 11, PP. 1803-1821.
Kim, Donghwan & Bruce W. Marion (1996), "Measuring Effects of Domestic Market Structure on Trade Performance: An Application of Error Correction Model to the U.S. Beer Industry", Working Paper 113.
Krueger, Anne O. (1978), "Alternative Trade Strategies and Employment in LDCs", *The American Economic Review*, Vol. 68, No. 2, Papers and Proceedings of the Ninetieth Annual Meeting of the American Economic Association, PP. 270-274.
Krueger, Anne O. (1983), "Trade Strategies, Growth and Employment", In: Trade and Employment in Developing Countries, Chapter 3, Edited by: Anne O. Krueger, University of Chicago Press, PP. 30–54.
Krueger, Anne O. (1997), "Trade Policy and Economic Development: How We Learn", *The American Economic Review*, Vol. 87, No. 1, PP. 1-22.
Levin, Richard C., Wesley M. Cohen & David C. Mowery (1985), "R & D Appropriability, Opportunity and Market Structure: New Evidence on Some Schumpeterian Hypotheses", *American Economic Review*, Vol. 75, No. 2, PP. 20-24.
Loecker, Jan De (2007), "Do Exports Generate Higher Productivity? Evidence from Slovenia", *Journal of International Economics*, Vol. 73, PP. 69–98.
Nalebuff, Barry J. & Joseph E. Stiglitz (1983), "Information, Competition and Markets", *American Economic Review*, Vol. 73, Issue 2, PP. 278-283.
Nickell, Stephen J. (1996), "Competition and Corporate Performance", *Journal of Political*

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-07]

Economy, Vol. 104, No. 4, PP. 724-746.
Nishimizu, Mieko & Sherman Robinson (1984), "Trade Policies and Productivity Change in Semi-Industrialized Countries", *Journal of Development Economics*, Vol. 16, PP. 177-206.
OECD (2013), *Country Statistical Profiles: Key Tables*.
Poddar, Tushar (2004), "Domestic Competition Spurs Exports: The Indian Example", International Monetary Fund, WP/04/173.
Porter, Michael E. (1990), "The Competitive Advantage of Nations", *Harvard Business Review*, March-April, PP. 73-91.
Robinson, Joan (1934), "What is Perfect Competition?", *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 49, No. 1, PP. 104-120.
Ruffin, Roy J. & Paul R. Gregory (1983), *Principles of Microeconomics*, Glenview: Scott, Foresman and Company.
Schumpeter, Joseph A. (2003), *Capitalism, Socialism and Democracy*, London and New York: Taylor & Francis e-Library.
Srinivasan, T. N. & Jagdish Bhagwati (2001), "Outward-Orientation and Development: Are Revisionists Right?", In: Trade, Development and Political Economy: Essays in Honour of Anne O. Krueger, Edited by Deepak Lal and Richard H. Snape, New York: Palgrave Macmillan.
West, Edwin G. (1988), "Monopoly", In: The New Palgrave: A Dictionary of Economics, Vol. 3, Edited by John Eatwell et al., London and Basingstoke: The Macmillan Press Limitted.
Westphal, Larry E. (1978), "The Republic of Korea's Experience with Export-Led Industrial Development", *World Development*, Vol. 6, No. 3, PP. 347-382.
World Economic Forum (2010), *The Global Competitiveness Report (2010-2011)*.
World Economic Forum (2011), *The Africa Competitiveness Report 2011*.
World Economic Forum and the OECD (2011), *The Arab World Competitiveness Report (2011-2012)*.
Yelwa, M. & K. O. Diyoke (2013), "An Empirical Investigation of Export-Led Growth amongst Some Selected ECOWAS Countries: An Alternative to FDI?", *European Journal of Management Sciences and Economics*, Vol. 1, No. 1, PP. 30-48.

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-07]

[Downloaded from qjerp.ir on 2026-11-07]