

عنوان مقاله: جایگاه فضای «کسب و کار باثبات» در توسعه صادرات پایدار؛ مطالعه صادرکنندگان ایرانی

کیهان تاجدینی^۱ - علی اشرف احمدیان^۲ - علیرضا معطوفی^۳

دریافت: ۱۳۹۲/۹/۱۹

پذیرش: ۱۳۹۳/۵/۶

مقاله برای اصلاح به مدت ۷ روز نزد پدیدآوران بوده است.

چکیده:

توسعه صادرات پایدار از زیرساخت‌های مهم و اثرگذار توسعه اقتصادی بوده و نقش غیرقابل انکاری در زمینه توسعه تولید، سرمایه‌گذاری، اشتغال و در نهایت رفاه اجتماعی بر جای می‌گذارد. از طرفی در دنیای متلاطم و رقابتی امروز، بنگاه‌های صادرکننده برای موفقیت در بازارهای جهانی باید در نبردهای رقابتی بزرگ، قدرت مانور داشته باشند. سیاستگذاران و نهادهای حمایتی حوزه صادرات می‌توانند با انتخاب راهبردهای مناسب در زمینه ایجاد شرایط مساعد برای صادرکنندگان، نقش بسیار مهمی در جهت گسترش بازارهای صادراتی و ارتقای عملکرد صادراتی ایفا کنند. هدف اصلی این پژوهش بررسی جایگاه فضای کسب و کار باثبات در توسعه صادرات پایدار است. ابتدا با مطالعات کتابخانه‌ای استانداردهای محیط فضای کسب و کار پایدار تبیین شده و با استفاده از روش پژوهش توصیفی در شرکت‌های صادرکننده شش استان بزرگ کشور، شاخص‌های ایجاد یک فضای کسب و کار پایدار آزمون و پس از اولویت‌بندی شاخص‌ها، مهم‌ترین چالش‌های صادرات کشور از دیدگاه صادرکنندگان مورد بررسی قرار گرفت. بر مبنای یافته‌های پژوهش مهم‌ترین معیارهای دستیابی به یک فضای کسب و کار مطمئن عبارتند از: ثبات در قوانین و مقررات، حذف بوروکراسی‌های زائد اداری، تعیین متولی واقعی صادرات و تولید کشور، کاهش نهادهای موازی و با وظایف متداخل، حضور مداوم نمایندگان بخش خصوصی و صادرات در مجامع بزرگ تصمیم‌گیری این حوزه. نتایج همچنین نشان می‌دهد، مهم‌ترین چالش‌های حوزه تولید و صادرات در ایران عبارت از عدم تامین مالی مناسب و به‌موقع، بالا بودن نرخ تسهیلات و وثایق درخواستی بانک‌ها، وجود استرس در فضای برنامه‌ریزی تولید و صادرات کشور، مشکلات گمرکی، مشکلات حوزه تامین مواد اولیه، نوسانات نرخ ارز و مشوق‌های صادراتی هستند.

کلیدواژه‌ها: فضای کسب و کار، بنگاه‌های صادرکننده، مقررات‌زدایی، تولید و صادرات، نهادهای حمایتی.

۱. دانشیار و عضو هیات علمی
دانشگاه لوند، سوئیس

۲. کارشناسی ارشد مدیریت
بازرگانی

Aliashrafahmadian@
gmail.com

۳. استادیار و عضو هیات
علمی گروه مدیریت،

واحد گرگان، دانشگاه آزاد
اسلامی (نویسنده مسئول)

Alirezamaetoofi@gmail.
com

جایگاه فضای «کسب‌وکار باثبات» در توسعه صادرات پایدار؛ مطالعه صادرکنندگان ایرانی

مقدمه

بهبود عملکرد بخش صادرات به عنوان یکی از مولفه‌های اصلی موثر بر درآمد ملی در راستای دستیابی به رشد پایدار اقتصادی، کاهش بیکاری و عدالت اجتماعی از جمله پارامترهایی است که مورد توجه سیاستگذاران اقتصادی تمامی کشورها قرار داشته و نقش عمده‌ای را در توازن تراز پرداختها و افزایش ذخایر آنها ایفا می‌کند. اگر در پی توسعه صادرات با ساختاری پویا و پایدار هستیم، می‌باید افزون بر مسائل و مشکلات محیط داخلی مانند مدیریت صادرات، بازاریابی، سبک کردن مقررات دست و پاگیر و تمهیدات برای بازگرداندن ارزش حاصل از صادرات به عوامل مهم‌تری نظیر ایجاد فضای پایدار و آینده‌نگر در سیاست‌های کلان حوزه صادرات و تولید و همچنین بالاتر بردن افق دید صادرکنندگان پرداخته شود، تا منافع بلندمدت را فدای منافع آنی نکنند، به سرمایه‌گذاری‌های اصولی و درازمدت روی آورند و به ویژه به عوامل درون‌بنگاهی موثر بر توسعه صادرات بها دهند.

یکی از مهم‌ترین فاکتورهای موثر بر توسعه صادرات پایدار، ایجاد فضای کسب‌وکار آرام، پایدار و رو به جلو است، به نحوی که هر بنگاه اقتصادی فعال در عرصه بازارهای جهانی، با اطمینان از شرایط محیط داخلی برای آینده برنامه‌ریزی کند، راهبردهای خود را طراحی، تدوین و اجرا کند یا در صورت لزوم در آن تغییر و تحول ایجاد کند، با مشتریان خود در بازارهای خارجی قرارداد منعقد کند، مواد اولیه مورد نیاز برای تولید کالاهای موضوع قراردادهای صادراتی را خریداری کند، برنامه بازاریابی را تنظیم کند و بالاخره با اطمینان وارد بازار شود. با توجه به اهمیت اثرگذاری فضای کسب‌وکار در بحث توسعه صادرات، این پژوهش درصدد است به بررسی نحوه اثرگذاری این متغیر بپردازد و ضمن بررسی مهم‌ترین مسائل این حوزه در ایران، راهگشایی برای پژوهش‌های بعدی باشد. نتایج این پژوهش همچنین می‌تواند برای صادرکنندگان و سیاستگذاران صادرات غیرنفتی کشور مفید باشد.

مبانی نظری پژوهش

تغییرات سریع در اقتصاد بین‌المللی، برنامه‌ریزی برای فعالیت در بازارهای خارجی را به مراتب مشکل‌تر و پیچیده‌تر از گذشته کرده است، به طوری که در سال‌های اخیر رقابت در محیط بازرگانی جهانی شدت یافته و ورود عرضه‌کنندگان جدید به این بازارها را با مشکلات تازه‌ای روبه‌رو ساخته است. از طرفی در عصر حاکمیت فناوری ارتباطات و محیط بازار همراه با رقابت گسترده جهانی، حضور موفق در بازارها به افق فضای آرام، صادرات و تولیدمحور و مشوق فعالیت اقتصادی بستگی دارد.

فضای کسب‌وکار؛ تعریف و اهمیت آن در فرآیند توسعه

به دلیل ماهیت، اثرگذاری و گستردگی، ارائه یک تعریف دقیق از فضای کسب‌وکار دشوار است. در یک تعریف کلی، فضای کسب‌وکار؛ محیطی سیاستی، نهادی و رفتاری است که بازدهی و مخاطرات مرتبط با فعالیت‌های اقتصادی و سرمایه‌گذاری را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در یک تعریف دیگر، فضای کسب‌وکار را محیطی نهادی، سیاستی و تنظیمی معرفی کرده‌اند که فعالان اقتصادی و بنگاه‌ها در چارچوب آن فعالیت می‌کنند.

در یک تعریف دیگر، فضای کسب‌وکار به‌عنوان مجموعه‌ای از نهادها و زیرساخت‌های اجتماعی معرفی شده که فعالیت‌های اقتصادی را مولد و معنادار کرده، به کارآمدی سرمایه‌گذاری و ایجاد انگیزه برای توسعه آن منجر می‌شوند.

عوامل موثر بر بهبود فضای کسب‌وکار

بانک جهانی در سال ۲۰۰۵ در گزارشی از نتایج یک اثر پژوهشی که بر روی ۲۶ هزار بنگاه اقتصادی در ۵۳ کشور دنیا صورت گرفت، مهم‌ترین عوامل محدودکننده فضای کسب‌وکار را به صورت زیر معرفی کرد:

عدم اطمینان نسبت به سیاست‌ها، بی‌ثباتی در سطح اقتصاد کلان، نرخ‌های مالیاتی و مقررات مالیاتی، فساد اقتصادی و سیاسی، هزینه‌های تامین مالی، جرم و جنایت، سطح مهارت‌های نیروی انسانی، نظام قضایی، مقررات کار، امکانات زیربنایی مانند آب، برق، تلفن و حمل و نقل، دستیابی به زمین و ارتباطات از راه دور، تورم و روند آن، نرخ ارز، جرائم خیابانی و جنایات سازمان‌یافته،

اقدامات و رویه‌های ضدرقابتی، کاغذبازی و بوروکراسی‌های اداری، کیفیت خدمات عمومی (نقل از Fernandez & Nieto, 2005).

همچنین سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه در چارچوب سیاستی خود مهم‌ترین عوامل موثر بر بهبود فضای کسب‌وکار را در بازار کشورهای در حال توسعه به شرح زیر معرفی کرده است: سیاست‌های مربوط به سرمایه‌گذاری، توسعه و تسهیل سرمایه‌گذاری، سیاست‌های تجاری، سیاست‌های رقابتی، سیاست‌های مالیاتی، حاکمیت شرکتی، هدایت مسئولانه کسب‌وکار، توسعه منابع انسانی، توسعه زیرساخت‌ها و خدمات مالی، حکمرانی عمومی (نقل از Fernandez & Nieto, 2005).

فضای کسب‌وکار در ایران

اقتصاد ایران، به عنوان یکی از اقتصادهای در حال توسعه، از مشکلات اقتصادی عدیده‌ای رنج می‌برد و با چالش‌های گوناگون مواجه است. نرخ تورم و بیکاری دورقمی، درآمد سرانه پایین، پس‌انداز واقعی منفی، کسری بودجه ساختاری و صادرات اندک کالاها و خدمات، از جمله برخی از مشکلات اقتصادی کشور هستند. از سوی دیگر، اقتصاد ایران با چالش‌های گوناگونی مواجه است که برخی از آنها عبارتند از: ورود به سازمان تجارت جهانی، تحریم‌های اقتصادی، کاهش درآمدهای نفتی، رشد اقتصادی غیررسمی، سطح پایین سرمایه‌گذاری خارجی، افزایش روزافزون جمعیت آماده به کار، تشدید رقابت از جانب کشورهای منطقه، بیکاری گسترده جمعیت تحصیل کرده و مانند آنها. بیشتر صاحب‌نظران اقتصادی کشور، ریشه مشکلات مزبور را در اقتصاد دولتی و سیطره بیش از حد دولت بر فعالیت‌های اقتصادی و راه‌حل تعدیل آنها را نیز در گذار از اقتصاد دولتی به اقتصاد بازار می‌دانند (غنی‌نژاد، ۱۳۸۷؛ نیلی، ۱۳۸۶). در این میان، با ارائه توصیه‌های سیاستی به دولت مبنی بر واگذاری شرکت‌های دولتی به بخش خصوصی، کوشش می‌شود از دامنه مداخله دولت در اقتصاد کاسته شده و بخش خصوصی در کشور تقویت شود. در عین حال، بسیاری از صاحب‌نظران اقتصادی، از جمله Joseph Stiglitz، بر این باورند که صرف راهبرد خصوصی‌سازی برای گذار از اقتصاد دولتی به اقتصاد بازار و تقویت بخش خصوصی کافی نیست. در واقع، لازم است در ابتدا موانع توسعه بخش خصوصی برطرف و رقابت در فضای اقتصاد در هر دو بخش‌های خصوصی و عمومی تقویت شود (خضری، ۱۳۸۹). تنها در این صورت است که می‌توان به دستاوردهای این گذار امیدوار شد. به عبارت دیگر، برای موفقیت‌آمیز بودن گذار از اقتصاد دولتی به اقتصاد بازار لازم است محیط کسب‌وکار بهبود یابد.

تجربه کشورهای مختلف از جمله چین، روسیه و کشورهای اروپای شرقی نیز این اولویت‌بندی

را تایید می‌کند. تجربه این کشورها نشان می‌دهد، گذار از اقتصاد بازار به دو روش ممکن است (میدری و قودجانی، ۱۳۸۷). در روش نخست، که در کشورهای روسیه و بعضاً اروپای شرقی دنبال شد، دارایی‌ها و شرکت‌های دولتی به بخش خصوصی واگذار شد، بدون آنکه رقابت در اقتصاد تقویت و موانع سر راه فعالیت بخش خصوصی برداشته شود. به عبارت دیگر، صرفاً مالکیت دارایی‌ها از بخش دولتی به بخش خصوصی انتقال داده شده و انحصار خصوصی جایگزین انحصار دولتی شد. در عوض، چینی‌ها در ابتدا محیط اقتصادی را رقابتی کردند و موانع فعالیت بخش خصوصی را کاهش دادند. این سیاست، رقابت در اقتصاد چین را افزایش داد و در نتیجه آن، بهره‌وری بخش‌های دولتی، خصوصی و تعاونی افزایش یافت. به این ترتیب، رشد بخش خصوصی به کاهش سهم دولت در اقتصاد انجامید و از این طریق، سهم شرکت‌های دولتی از تولید ناخالص داخلی کاهش یافت (Jefferson & Wenyi, 1994).

بنابراین، در اقتصاد ایران نیز راهبرد بهبود محیط کسب و کار برای گذار از اقتصاد دولتی به اقتصاد بازار اهمیت اساسی دارد. در سایه این راهبرد است که می‌توان به رشد بخش خصوصی واقعی در کشور و رقابتی‌تر شدن محیط کسب و کار و شفاف شدن آن امید بست.

گزارش‌های بانک جهانی و پژوهش‌های گسترده در مورد فضای کسب و کار نشان می‌دهد، عملکرد متغیرهای اقتصادی در کشورهای دارای فضای مناسب کسب و کار بهتر بوده است. به این مفهوم که در کشورهایی که محیط سرمایه‌گذاری و کسب و کار مناسبی دارند فقر، بیکاری، تورم، فساد اقتصادی، اقتصاد غیررسمی و جز اینها کمتر است و مردم از سطح استاندارد زندگی بالاتری برخوردارند (Diankov & Maklish, ۱۳۸۶).

جدول ۱: رتبه ایران در گزارش‌های فضای کسب و کار بانک جهانی

| سال | ۲۰۰۵ | ۲۰۰۶ | ۲۰۰۷ | ۲۰۰۸ | ۲۰۰۹ | ۲۰۱۰ | ۲۰۱۱ | ۲۰۱۲ | ۲۰۱۳ |
|--------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| رتبه | ۱۰۸ | ۱۱۹ | ۱۳۱ | ۱۳۵ | ۱۳۷ | - | - | ۱۴۴ | ۱۴۵ |
| تعداد کشورها | ۱۳۳ | ۱۵۵ | ۱۷۵ | ۱۷۸ | ۱۸۳ | - | - | ۱۸۵ | ۱۸۵ |

Source: Doing Business, (World Bank), 2013

همچنین، بر اساس گزارش‌های بانک جهانی، رتبه ایران در مورد شاخص پشتیبانی تجاری در سال ۲۰۰۹، از میان ۱۵۵ کشور جهان ۱۰۳ بوده است. این شاخص شامل مواردی همچون کارایی فرآیند ترخیص کالا، زیرساخت‌های حمل و نقلی (مانند بندر، راه آهن) فناوری اطلاعات، کفایت و



کیفیت خدمات پشتیبانی، توانایی پیگیری محموله‌ها، بهنگامی و تناسب حمل‌ونقل در رسیدن به مقصد و جز اینها می‌شود.

شاخص‌های بی‌ثباتی و آسیب‌پذیری نیز بیانگر نامساعد بودن فضای کسب‌وکار در کشور است. در مطالعه‌ای که مقادیر بی‌ثباتی اقتصادی را برای ۱۱۹ کشور جهان (با استفاده از داده‌های بانک جهانی و در دوره زمانی ۲۰۰۷-۱۹۶۰) محاسبه کرده، وضعیت نسبتاً بی‌ثباتی را برای اقتصاد ایران (رتبه ثبات ستانده و قیمت به ترتیب برابر ۷۷ و ۷۴) برآورد کرده است (براتی، ۱۳۸۷). مطالعات در مورد شاخص فرار سرمایه نیز بیانگر نامساعد بودن فضای کسب‌وکار در کشور است (نوبخت، لامعی و معنوی، ۱۳۸۷).

حجم بالای مطالبات معوق بانک‌ها (به میزان ۴۸۰ هزار میلیارد ریال) نیز بیانگر محیط نامناسب کسب‌وکار در کشور است. در واقع، هنگامی که به دلیل نامساعد بودن فضای سرمایه‌گذاری، فعالیت‌های اقتصادی کاهش پیدا می‌کند، بنگاه‌ها و فعالان اقتصادی قادر به پرداخت طلب بانک‌ها نخواهند بود. به عبارت دیگر، به دلیل شرایط رکودی حاکم بر کشور که ریشه در فضای نامناسب کسب‌وکار دارد، مطالبات بانک‌ها از فعالان اقتصادی وصول نمی‌شود. علاوه بر پژوهش‌ها و مطالعات داخلی و خارجی، شاخص‌های اقتصادی نظیر سهم اشتغال غیررسمی و اقتصاد زیرزمینی که بعضاً تا ۵۰ درصد کل اقتصاد تخمین زده می‌شود (براتی، ۱۳۸۷)، حجم پایین سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی، نرخ‌های تورم و بیکاری دورقمی، واردات گسترده، سهم اندک درآمدهای مالیاتی از کل تولید ناخالص داخلی (در حدود هفت درصد) و جز اینها، همگی نشان‌دهنده نامناسب بودن محیط کسب‌وکار در کشور هستند.

طی چند سال گذشته، تسهیلات مالی زیادی به فعالان اقتصادی ارائه شده، اما مشکل کم‌رشدی و رکود اقتصادی در کشور حل نشده است. حجم گسترده مطالبات معوقه نیز نشان از آن دارد که مشکل رکود اقتصادی و رشد کم اقتصاد کشور را نمی‌توان تنها با تزریق پول به اقتصاد تعدیل کرد. در واقع، چند سالی است که تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیران کشور به اهمیت بهبود محیط کسب‌وکار برای تعدیل مشکلات اقتصادی کشور و نیز به‌عنوان راهبردی موثر برای گذار از اقتصاد دولتی به اقتصاد بازار واقفانند. به‌عنوان مثال، در مواد ۳۷ و ۴۱ سند برنامه چهارم توسعه، ماده ۷ قانون اصلاح موادی از برنامه چهارم توسعه و نیز قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی، به‌طور صریح و مشخص بر بهبود فضای سرمایه‌گذاری و کسب‌وکار کشور (از طریق اتخاذ سیاست‌ها و اقدامات اجرایی مناسب) تأکید شده است.



مطالعه اهداف، سیاست‌ها و مواد لایحه برنامه پنجم نیز بیانگر اهمیت بهبود فضای کسب و کار در کشور نزد دولت است. در سیاست‌های کلی برنامه پنجم توسعه (به مثابه چارچوب سیاستی لایحه برنامه پنجم) به صراحت بر بهبود فضای کسب و کار کشور تاکید شده است. به عبارت بهتر، بهبود کسب و کار کشور به عنوان راهبردی برای تحقق رشد مستمر و پرشتاب اقتصادی و گسترش عدالت اجتماعی و افزایش استاندارد زندگی مردم قلمداد شده است. اقداماتی همچون ثبات محیط اقتصاد کلان، فراهم آوردن زیرساخت‌های ارتباطی، اطلاعاتی، حقوقی، علمی و فناوری مورد نیاز، کاهش خطرپذیری‌های کلان اقتصادی، ارائه مستمر آمار و اطلاعات شفاف و منظم به جامعه، تقویت و توسعه نظام استاندارد ملی، حمایت از شکل‌گیری بازارهای رقابتی، قطع وابستگی هزینه‌های جاری دولت به درآمدهای نفتی (که در کاهش بی‌ثباتی و آسیب‌پذیری اقتصاد ملی موثر است)، اصلاح نظام اداری و قضایی (در جهت کاهش فساد اداری و افزایش کارایی تدارک خدمات عمومی) و جز اینها، از جمله سیاست‌هایی است که در سیاست‌های کلان ابلاغی برنامه پنجم در راستای بهبود محیط کسب و کار اتخاذ شده‌اند (خضری، ۱۳۸۹).

شاخص‌های فضای کسب و کار در پایگاه Doing Business

تاسیس و راه‌اندازی یک فعالیت (فرآیند ثبت شرکت)

در این شاخص چالش‌های مربوط به آغاز یک فعالیت جدید (فرآیند ثبت شرکت) شامل تعداد مراحل که لازم است یک کارآفرین برای آغاز یک فعالیت طی کند، متوسط زمان لازم برای انجام فرآیند و نسبت هزینه و حداقل سرمایه مورد نیاز برای آغاز فعالیت به سرانه درآمد ناخالص ملی مورد توجه قرار گرفته است. شاخص‌های تاسیس و راه‌اندازی یک فعالیت عبارتند از: تعداد فرآیند، متوسط زمان (روز) مورد نیاز برای آغاز فعالیت جدید، هزینه (درصد به سرانه درآمد ناخالص ملی) و حداقل سرمایه (درصد به سرانه درآمد ناخالص ملی).

از الزامات آغاز رسمی و قانونی یک فعالیت، طی کردن پروسه ثبت قانونی، انتخاب نام، پرداخت عوارض و مالیات‌های موضوعه و سایر مراحل است که به موجب قانون باید برای آغاز به کار رسمی یک فعالیت طی کرد. در ایران هشت مرحله به شرح زیر برای شروع یک کسب و کار جدید، شامل اخذ تمامی مجوزها و پروانه‌ها، تکمیل فرم‌ها و اخذ تاییدیه از دستگاه‌های ذیربط به منظور آغاز فعالیت به صورت قانونی و رسمی طی می‌شود، طی مراحل مزبور حدوداً ۴۱ روز به

طول می‌انجامد. این در حالی است که مراحل موردنظر در استرالیا مجموعاً دو مرحله است که به دو روز صرف زمان نیازمند است. شاخص‌های مزبور در عربستان سعودی به ترتیب هفت مرحله و ۱۶ روز هستند.

فرآیند اخذ گواهی تاسیس و راه اندازی کارگاه در ایران

پس از آنکه یک کارآفرین کسب‌وکار جدید را به ثبت رساند، موظف است مقرراتی را به‌منظور عملیاتی کردن فعالیت، مراعات و طی کند. برای بررسی این فرآیند گزارش‌های Doing Business تنها بر بررسی فرآیندهای عملیات بخش ساختمان اعم از اخذ مجوزها و پروانه‌های لازم، تکمیل فرم‌ها، رعایت دستورالعمل‌های بازرسی، مقررات ایمنی و اقدامات مربوط به انشعابات آب و برق و گاز و... مبتنی است.

جدول ۲: وضعیت شاخص اخذ گواهی تاسیس کارگاه در ایران در سال‌های مختلف

| ۲۰۱۳ | ۲۰۱۲ | ۲۰۱۱ | ۲۰۱۰ | ۲۰۰۹ | ۲۰۰۸ | ۲۰۰۷ | ۲۰۰۶ | فرآیند اخذ پروانه |
|------|------|------|------|------|------|------|------|-----------------------------|
| ۱۶۳ | ۱۶۴ | - | - | - | ۱۶۴ | ۱۵۸ | --- | رتبه در جهان |
| ۱۶ | ۱۶ | ۱۶ | ۱۶ | ۱۸ | ۱۸ | ۱۸ | ۱۸ | تعداد مراحل |
| ۳۲۰ | ۳۲۰ | ۳۲۰ | ۳۲۰ | ۶۶۹ | ۶۶۹ | ۶۶۹ | ۶۶۹ | مدت انجام (روز) |
| ۲۶۲ | ۳۵۶ | ۳۷۵ | ۳۵۹ | ۵۰۵ | ۶۴۲ | ۶۷۲ | ۸۴۲ | هزینه (درصد از درآمد سرانه) |

Source: Doing Business, (World Bank), 2013

به لحاظ تعداد مراحل گفته‌شده کشور دانمارک با طی شش مرحله (در مقایسه با ۱۸ مرحله در ایران)، کشور کره با ۳۴ روز فرآیند انجام (در مقایسه با ۶۷۰ روز در ایران) و کشور امارات با هزینه ۵/۱ درصد از درآمد سرانه در مقایسه با ۴/۶۵۳ نشان از فاصله زیاد ایران از نقاط مطلوب دارد.

شاخص استخدام نیروی کار

مشکلات و سختی‌هایی که کارفرمایان در استخدام یا اخراج کارگران با آن مواجهند در این شاخص مستتر است. دامنه هر شاخص ارقام از صفر تا ۱۰۰ است. رقم بالاتر مبین سختی و غیرمنعطف‌تر بودن مقررات است. شاخص‌های استخدام نیروی کار بر اساس پاسخ‌هایی که به پرسش‌های مطرح‌شده در فرم‌های پرسشنامه داده شده است، تهیه می‌شود. پرسش‌های

مورد نظر بر پایه بررسی میزان آزادی عمل کارگر و کارفرما در تنظیم قرارداد، میزان ساعت کار، کار در ایام تعطیل و کار شبانه، نحوه استخدام و اخراج نیروی کار، هزینه‌های استخدام و اخراج نیروی کار برای کارفرما و پرسش‌هایی از این قبیل تنظیم شده است. ناگفته نماند که به منظور ایجاد همسانی میان شرایط در کشورهای مختلف برخی مفروضات در قبال نیروی کار و محیط کار در نظر گرفته شده است. از جمله این مفروضات می‌تواند واقع شدن شرکت در شهر پرجمعیت، کارگر مرد، تمام‌وقت و با ۲۰ سال سابقه کاری باشد، عضو اتحادیه کارگران نیست مگر آن که عضویت در اتحادیه اجباری باشد، شرکت با مسئولیت محدود و تماماً با مالکیت داخلی است. لازم به توضیح است اعمال محدودیت بر کار شبانه، کار در ایام تعطیل، در جریان قرار گرفتن یک نهاد ثالث به هنگام اخراج نیروی کار نکات منفی تلقی شده و برای محاسبه شاخص امتیاز منفی منظور می‌شود.

جدول ۳: استخدام نیروی کار در ایران

| شاخص | ۲۰۰۶ | ۲۰۰۷ | ۲۰۰۸ |
|---|------|------|------|
| رتبه | --- | ۱۴۳ | ۱۴۱ |
| شاخص چسبندگی استخدام | ۴۰ | ۴۰ | ۴۰ |
| هزینه‌های غیردستمزدی نیروی کار (درصد از حقوق) | ۲۳ | ۲۳ | ۲۳ |
| هزینه‌های اخراج (هفته دستمزد) | ۹۱ | ۹۱ | ۹۱ |

Source: Doing Business, (World Bank), 2013

شاخص چسبندگی استخدام از میانگین سه شاخص دشواری استخدام، میزان ساعات کار و اخراج نیروی کار به دست می‌آید و عددی میان صفر تا ۱۰۰ است و هرچه عدد میانگین کوچک‌تر باشد حاکی از وضعیت بهتر استخدام در کشور است. شاخص سهولت ثبت حقوق مالکیت شامل تعداد مراحل و هزینه‌های مترتب بر ثبت مالکیت است. فرآیند ثبت مالکیت در ایران مطابق جدول زیر صورت می‌پذیرد.

جدول ۴: ثبت حقوق مالکیت

| شماره مرحله | فرآیند | زمان لازم برای انجام فرآیند (روز) | هزینه تکمیل فرآیند (ریال) |
|-------------|--|---|--|
| ۱ | ارائه یک فقره چک در اداره ثبت املاک و مستغلات | ۲ تا ۳ روز (قابلیت همزمانی با مراحل ۲، ۳، ۴، ۵، ۶ و ۷) | ۱۰۰۰ |
| ۲ | اخذ صورت وضعیت مالیات از اداره مالیات | ۲ تا ۷ روز (قابلیت همزمانی با مراحل ۱، ۳، ۴، ۵، ۶ و ۷) | ۵ درصد از ارزش منطقه‌ای ملک |
| ۳ | اخذ گواهی تسویه نسبت به عوارض بازسازی از شهرداری | یک روز (قابلیت همزمانی با مراحل ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶ و ۷) | مقدار نهایی (مارجینال) |
| ۴ | اخذ گواهی تکمیل ساختمان | ۳۰ روز (همزمان با مراحل ۱، ۲ و بدون هزینه ۳، ۴، ۵، ۶ و ۷) | بدون هزینه |
| ۵ | اخذ گواهی بیمه | ۷ تا ۳۰ روز (همزمان با مراحل ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶ و ۷) | بدون هزینه |
| ۶ | اخذ گواهی تامین اجتماعی | ۷ روز (همزمان با مراحل ۱، ۲، ۳، ۴، ۵ و ۷) | بدون هزینه |
| ۷ | پرداخت مالیات انتقال در بانک ملی | یک روز (همزمان با مراحل ۱، ۲، ۳، ۴، ۵ و ۶) | ۵ درصد از ارزش ملک (مالیات انتقال) به علاوه نیم درصد از ارزش ملک (حق تمبر) |
| ۸ | ثبت در دفاتر اسناد رسمی | یک تا ۳ روز | حدوداً ۱۲۶۰۰۰۰ |
| ۹ | ثبت در اداره ثبت املاک و مستغلات | ۳ روز | مبلغ ثبت در حال حاضر در همان مرحله هشتم اخذ می شود |

فرآیند ثبت حقوق مالکیت
 دوره ۲۸ - بهار ۹۴ - شماره ۱ - پیاپی ۹۱

Source: Doing Business, (World Bank), 2013

جدول ۵: ثبت مالکیت در ایران: مقررات انتقال مالکیت در ایران

| ۲۰۱۳ | ۲۰۱۲ | ۲۰۱۱ | ۲۰۱۰ | ۲۰۰۹ | ۲۰۰۸ | ۲۰۰۷ | ۲۰۰۶ | ثبت مالکیت در ایران |
|------|------|------|------|------|------|------|------|--------------------------|
| ۸۳ | ۹۷ | - | - | - | ۱۴۳ | ۱۴۱ | --- | رتبه |
| ۹ | ۹ | ۹ | ۹ | ۹ | ۹ | ۹ | ۹ | تعداد فرآیند |
| ۳۶ | ۳۶ | ۳۶ | ۳۶ | ۳۶ | ۳۶ | ۳۶ | ۳۶ | مدت انجام فرآیند (روز) |
| ۱۰/۶ | ۱۰/۶ | ۱۰/۶ | ۱۰/۶ | ۱۰/۶ | ۱۰/۶ | ۱۰/۶ | ۱۰/۶ | هزینه (درصد از ارزش ملک) |

Source: Doing Business, (World Bank), 2013

جدول ۶: ثبت مالکیت در ایران: مقررات انتقال مالکیت در ایران

| OECD | منطقه MENA | ایران | ثبت مالکیت |
|------|------------|-------|--------------------------|
| ۴/۹ | ۶/۸ | ۹ | تعداد فرآیند |
| ۲۸/۰ | ۴۸/۴ | ۳۶ | مدت انجام فرآیند (روز) |
| ۴/۶ | ۶/۶ | ۱۰/۶ | هزینه (درصد از ارزش ملک) |

Source: Doing Business, (World Bank), 2013

شاخص اخذ اعتبار

این شاخص معیارهای مربوط به آگاهی افراد نسبت به اعتبارات و حقوق قانونی وام‌دهندگان و وام‌گیرندگان را در برمی‌گیرد. شاخص حقوق قانونی در دامنه صفر تا ۱۰ بوده و امتیاز بالاتر مبین آن است که قوانین جهت ارائه تسهیلات به نحو بهتری طراحی شده‌اند. شاخص اطلاعات اعتباری، میزان دسترسی و کیفیت اطلاع بخش‌های عمومی و خصوصی از وام‌ها را نشان می‌دهد. این شاخص میان صفر تا شش بوده و ارقام بالاتر مبین دسترسی بخش‌های عمومی از خصوصی به اطلاعات اعتباری است.

جدول ۷: شاخص اعطای اعتبار

| OECD | منطقه MENA | ایران | شاخص |
|------|------------|-------|----------------------|
| ۶/۴ | ۳/۷ | ۵ | شاخص حقوق قانونی |
| ۴/۸ | ۲/۶ | ۳ | شاخص اطلاعات اعتباری |

Source: Doing Business, (World Bank), 2013

شاخص حمایت از سرمایه‌گذاران

شاخص‌های زیر سه بعد از مصادیق حمایت از سرمایه‌گذاران و در نهایت شاخص میزان حمایت از سرمایه‌گذاران را مورد بررسی قرار می‌دهد: ۱. شفافیت معاملات (گستره شاخص افشا)، ۲. استعداد برای معامله شخصی (گستره شاخص مسئولیت مدیر) و ۳. توان سهامداران برای تضعیف قانونی سوء رفتار مدیران و کارشناسان (شاخص سهولت دادخواست سهامداران).

جدول ۸: شاخص میزان حمایت از سرمایه‌گذاران

| شاخص | ۲۰۰۶ | ۲۰۰۷ | ۲۰۰۸ | ۲۰۰۹ | ۲۰۱۰ | ۲۰۱۱ | ۲۰۱۲ | ۲۰۱۳ |
|-----------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| رتبه | --- | ۱۵۸ | ۱۵۸ | - | - | - | ۱۶۷ | ۱۵۰ |
| شاخص حمایت از سرمایه‌گذاران | ۳/۰ | ۳/۰ | ۳/۰ | - | - | ۴ | ۴ | ۵ |

Source: Doing Business, (World Bank), 2013

شاخص پرداخت مالیات

اطلاعات و شاخص‌های زیر نشان‌دهنده آن است که یک شرکت با اندازه متوسط چه مقادیری را تحت عنوان مالیات در یک سال مالی باید بپردازد. معیارهای مزبور شامل تعداد پرداخت‌هایی است که یک کارفرما باید تحت عنوان مالیات داشته باشد. ساعت صرف‌شده برای انجام امور مالیاتی و درصدی از سود تحت عنوان مالیات پرداخته می‌شود. نظام مالیاتی جمهوری اسلامی با اصلاحات تدریجی روبه‌رو بوده است. لازم به ذکر است کاهش شدید مالیات شرکت‌ها به ۲۵ درصد مهم‌ترین اصلاح انجام‌شده در نظام مالیاتی ایران است. مالیات بر درآمد شرکت‌های داخلی ۱۰ درصد تعیین شده است و مالیات تصاعدی نیز میان ۱۲ تا ۵۴ درصد است. مالیات شرکت‌ها از ۵۴ درصد به کمتر از ۲۵ درصد کاهش یافته است. این بخش شامل شرکت‌های ساختمانی، حمل‌ونقل، شرکت‌های تحقیقاتی و نظارتی است. شرکت‌هایی که در بورس تهران پذیرفته شده‌اند ۱۰ درصد کمتر مالیات می‌پردازند. بالاترین نرخ مالیات بر درآمد در ایران ۵۴ درصد است. در ایران مالیات بر ارزش افزوده وجود ندارد.

شاخص تجارت برون مرزی

جدول ۹: شاخص تجارت برون مرزی

| شاخص | ۲۰۰۶ | ۲۰۰۷ | ۲۰۰۸ | ۲۰۰۹ | ۲۰۱۰ | ۲۰۱۱ | ۲۰۱۲ | ۲۰۱۳ |
|-----------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| رتبه | --- | ۱۲۹ | ۱۳۵ | - | - | - | ۱۳۹ | ۱۴۳ |
| اسناد برای صادرات (تعداد) | ۸ | ۸ | ۸ | ۸ | ۸ | ۸ | ۸ | ۸ |
| زمان برای صادرات (روز) | ۲۶ | ۲۶ | ۲۶ | ۲۶ | ۲۵ | ۲۵ | ۲۵ | ۲۵ |
| هزینه صادرات (دلار/کانتینر) | ۸۶۰ | ۸۶۰ | ۸۶۰ | ۸۶۰ | ۱۰۶۱ | ۱۰۹۰ | ۱۲۷۵ | ۱۴۷۰ |
| اسناد برای واردات (تعداد) | ۸ | ۸ | ۸ | ۸ | ۸ | ۸ | ۸ | ۸ |
| زمان برای واردات (روز) | ۳۹ | ۳۹ | ۳۹ | ۳۹ | ۳۸ | ۳۲ | ۳۲ | ۳۲ |
| هزینه واردات (دلار/کانتینر) | ۱۳۳۰ | ۱۳۳۰ | ۱۳۳۰ | ۱۶۵۰ | ۱۷۰۶ | ۱۷۳۵ | ۱۸۸۵ | ۲۱۰۰ |

Source: Doing Business, (World Bank), 2013

جدول ۱۰: وضعیت کشورهای دارای رتبه نخست در شاخص تجارت فرامرزی

| کشور | صادرات (تعداد) | اسناد برای صادرات (تعداد) | زمان برای صادرات (روز) | هزینه صادرات (دلار/کانتینر) | واردات (تعداد) | اسناد برای واردات (تعداد) | زمان برای واردات (روز) | هزینه واردات (دلار/کانتینر) |
|---------|----------------|---------------------------|------------------------|-----------------------------|----------------|---------------------------|------------------------|-----------------------------|
| کانادا | ۳ | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| چین | --- | --- | --- | ۳۹۰ | --- | --- | --- | --- |
| دانمارک | --- | --- | ۵ | --- | ۳ | --- | --- | --- |
| سنگاپور | --- | --- | --- | --- | --- | --- | ۳ | ۳۶۷ |

Source: Doing Business, (World Bank), 2013

جدول ۱۱: شاخص‌های مورد نظر برای کشورهای منطقه

| کشور | صادرات (تعداد) اسناد برای | زمان برای صادرات (روز) | هزینه صادرات (دلار/کانتینر) | واردات (تعداد) اسناد برای | زمان برای واردات (روز) | هزینه واردات (دلار/کانتینر) |
|------------------|------------------------------|---------------------------|--------------------------------|------------------------------|---------------------------|--------------------------------|
| عراق | ۱۰ | ۱۰۲ | ۳۴۰۰ | ۱۰ | ۱۰۱ | ۳۴۰۰ |
| اردن | ۷ | ۱۹ | ۶۸۰ | ۷ | ۲۲ | ۱۰۶۵ |
| عمان | ۱۰ | ۲۲ | ۶۶۵ | ۱۰ | ۲۶ | ۸۲۴ |
| عربستان سعودی | ۵ | ۱۹ | ۱۰۰۸ | ۵ | ۲۰ | ۷۵۸ |
| امارات | ۷ | ۱۳ | ۴۶۲ | ۸ | ۱۳ | ۴۶۲ |
| یمن | ۶ | ۳۳ | ۱۱۲۹ | ۹ | ۳۱ | ۱۴۷۵ |

Source: Doing Business, (World Bank), 2013

جدول ۱۲: شاخص‌های مورد نظر برای کشورهای منطقه

| شاخص | ایران | منطقه MENE | OECD |
|------------------------------------|-------|------------|-------|
| اسناد برای صادرات (تعداد) | ۸ | ۷/۱ | ۴/۵ |
| زمان برای صادرات (روز) | ۲۶ | ۲۴/۸ | ۹/۸ |
| هزینه صادرات (دلار برای هرکانتینر) | ۸۶۰ | ۹۹/۲۲ | ۹۰۵ |
| اسناد برای واردات (تعداد) | ۱۰ | ۸ | ۵ |
| زمان برای واردات (روز) | ۴۲ | ۲۸/۷ | ۱۰/۴ |
| هزینه واردات (دلار برای هرکانتینر) | ۱۳۳۰ | ۱۱۲/۹ | ۹۸۶/۱ |

Source: Doing Business, (World Bank), 2013

جدول (۱۳) وضعیت فرآیند واردات و صادرات یک محموله استاندارد کالا را در سه کشور ایران، امارات متحده عربی و سنگاپور به نمایش می‌گذارد.

جدول ۱۳: فرآیند صادرات و واردات در سه کشور ایران، امارات متحده عربی و سنگاپور

| سنگاپور (برتر جهانی) | | امارات متحده عربی (برتر منطقه‌ای) | | | ایران | | فرآیند مراحل صادرات |
|-------------------------|----------------------|--------------------------------------|----------------------|-------------------------|----------------------|---|---------------------|
| هزینه زمان (دلار) | مدت زمان (روز) | هزینه زمان (دلار) | مدت زمان (روز) | هزینه زمان (دلار) | مدت زمان (روز) | | |
| ۱۰۵ | ۱ | ۷۵ | ۵ | ۱۰۰ | ۱۲ | اسناد لازم برای صادرات کالا | |
| ۳۱ | ۱ | ۱۰۰ | ۱ | ۱۰۰ | ۲ | کنترل فنی و امور گمرکی | |
| ۱۸۰ | ۱ | ۱۳۷ | ۳ | ۲۱۰ | ۴ | جابه‌جایی و رسیدگی در بنادر و پایانه‌ها | |
| ۱۰۰ | ۲ | ۱۵۰ | ۴ | ۴۵۰ | ۸ | حمل و نقل و رسیدگی درون‌مرزی | |
| ۴۱۶ | ۵ | ۴۶۲ | ۱۳ | ۸۶۰ | ۲۶ | کل | |
| | | | | | | فرآیند مراحل واردات | |
| ۵۶ | ۱ | ۷۵ | ۶ | ۱۰۰ | ۲۶ | اسناد لازم برای واردات کالا | |
| ۳۱ | ۱ | ۱۰۰ | ۱ | ۱۲۰ | ۳ | کنترل فنی و امور گمرکی | |
| ۱۸۰ | ۱ | ۱۳۷ | ۴ | ۲۱۰ | ۵ | جابه‌جایی و رسیدگی در بنادر و پایانه‌ها | |
| ۱۰۰ | ۰ | ۱۵۰ | ۲ | ۹۰۰ | ۸ | حمل و نقل و رسیدگی درون‌مرزی | |
| ۳۶۷ | ۳ | ۴۶۲ | ۱۳ | ۱۳۳۰ | ۴۲ | کل | |

Source: Doing Business, (World Bank), 2013

همان‌گونه که در جدول (۱۳) به خوبی قابل مشاهده است فرآیند واردات و صادرات کالا از مرحله اخذ کارت بازرگانی و ثبت سفارش گرفته تا انجام امور مختلف گمرکی و... بعضاً متضمن انجام مراحل مشابهی برای شناسایی و احراز هویت افراد در سازمان‌های مختلف است. مقوله‌ای که شاید بتوان با اجرای سیستم الکترونیکی یکپارچه احراز هویت افراد در کشور و صدور کارت‌های الکترونیکی معرف سوابق حرفه‌ای، آموزشی، شغلی و... برای آحاد جامعه، به راحتی مراحل عنوان‌شده در کادر فوق و زمان لازم برای انجام مراحل را به حداقل ممکن کاهش داد. پدیده‌ای که در کشورهای پیشرفته صورت گرفته و در حال اجراست.

ختم و انحلال یک فعالیت

زمان و هزینه لازم برای اعلام ورشکستگی را نشان می‌دهد. شاخص موردنظر مبین میزان ضعف قانون ورشکستگی موجود و تنگنایهای اداری مربوط به فرآیند ورشکستگی است.

جدول ۱۴: ختم و انحلال یک فعالیت

| OECD | MENE منطقه | ایران | شاخص |
|------|------------|-------|--------------------------|
| ۱/۳ | ۳/۷ | ۴/۵ | زمان (سال) |
| ۷/۵ | ۱۳/۹ | ۹ | هزینه (درصد از ارزش ملک) |

Source: Doing Business, (World Bank), 2013

الزام آور بودن قراردادهای

این شاخص نشان‌دهنده میزان کارایی قراردادهای در هنگام بروز دعاوی حقوقی میان افراد است. در این شاخص کارایی التزام به قرارداد قابل ردگیری است.

جدول ۱۵: الزام آور بودن قراردادهای

| OECD | MENE | ایران | شاخص |
|-------|-------|-------|--------------------------------|
| ۳۱/۳ | ۴۲/۵ | ۳۹ | تعداد فرآیند (مرحله) |
| ۴۴۳/۳ | ۶۵۹/۳ | ۵۲۰ | زمان لازم برای دادرسی (روز) |
| ۱۷/۷ | ۲۳/۷ | ۱۷ | هزینه (درصد از ارزش مورد دعوی) |

Source: Doing Business, (World Bank), 2013

اهمیت فضای کسبوکار در حوزه پژوهش

نتایج پژوهش‌هایی که در حوزه کسبوکار و نحوه اثرگذاری آن در فرآیند توسعه صادرات، اجرایی شده نشان می‌دهد، ویژگی‌های یک فضای موثر عبارتند از (Bravo et al., 2002; Gallagher & Zarsky, 2004): قوانین و مقررات مشوق تولید و صادرات، آرامش در محیط بازار و وجود ظرفیت برنامه‌ریزی برای آینده بنگاه‌ها، اطمینان از آینده و رو به جلو بودن تصمیمات کلان نهادهای حمایتی، ساختار تامین مالی مشوق تولید و صادرات،

فضای اطلاعاتی شفاف و قابل اتکا، ساختار مالیاتی مشوق فعالیت‌های تولید و صادرات، اهمیت زمان برای فعالان اقتصادی از دیدگاه سیاستگذاران و نهادهای حمایتی و مالی، حضور فعالان اقتصادی در تصمیم‌گیری‌های مربوط به تولید و صادرات، پوشش ریسک‌های سیاسی، تجاری، مالی، ارزی و اقتصادی خارج از مرزهای کشور مادر، کاهش هزینه‌های تامین مالی در بخش تولید و صادرات به طور مداوم، حمایت مالی و اطلاعاتی ویژه از بنگاه‌های کوچک و متوسط جهت تولید و صادرات، کاهش بوروکراسی اداری در زمینه فعالیت‌های اقتصادی از زمان ثبت شرکت تا مرحله انحلال، استفاده بهینه و رو به جلو از فناوری اطلاعات جهت ارائه سرویس‌های دولتی به فعالان اقتصادی، ایجاد ارتباط مناسب میان دانشگاه، صنعت و بازرگانی به طور مداوم، کمک به فعالان اقتصادی جهت اشتغال‌زایی مناسب، کاهش هرگونه استرس (به‌ویژه استرس مالی) در حوزه تولید و صادرات.

یک فضای کسب‌وکار باثبات، پایدار و رو به جلو به گونه‌ای است که اهمیت فعالیت‌های بخش خصوصی در آن به خوبی روشن شده و یک نگرش مبتنی بر حمایت همیشگی و عادلانه در فضای سیاستگذاری آن حاکم است (Brown & Stern, 2002).

علاوه بر آن محیط کسب‌وکار باید آرامش داشته باشد یعنی تولیدکننده، صادرکننده و به‌طور کلی هر فعال اقتصادی بتواند حداقل برای یک سال آینده بنگاه خود برنامه‌ریزی کند، در هر مرحله فرآیند نهاد دولتی و حمایتی مربوطه را بشناسد، برای تامین مالی برنامه خود استرسی نداشته باشد و بداند قراردادهای منعقدشده با طرف‌های خارجی به خوبی اجرایی خواهد شد (Toften, 2005; Voerman, 2002).

سیاست‌های فضای کسب‌وکار باید رو به جلو باشد، یعنی با توجه به شرایط رقابتی محیط بازار امروز، اهمیت زمان را برای فعالان اقتصادی و به ویژه صادرکنندگان در خود گنجانده باشد، هر ساله مدت زمان فرآیندهای اداری برای فعالان اقتصادی کاهش یابد، از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی به‌صورت بهینه بهره‌برداری کند و همواره موازی‌کاری‌های نهادهای دولتی را کاهش دهد (Sharma, 2004; Voerman *et al.*, 2000; Wood & Robertson, 2000). فضای کسب‌وکار پایدار، آرام و رو به جلو منجر به ایجاد محیطی بانشاط برای صادرکنندگان شده و عملکرد صادراتی آنها را ارتقا می‌بخشد (Voerman, 2002; Fernandez & Nieto, 2005). وجود یک فضای کسب‌وکار بر راهبردهای بنگاه‌ها جهت ورود به بازارهای خارجی اثرگذار بوده، قدرت رقابت و مانوردهی آنها در بازار را افزایش می‌دهد و در نتیجه به ارتقای دانش و عملکرد صادراتی منجر می‌شود (Das & Teng, 2001; Gallagher & Ackerman, 2004).

فضای کسب‌وکار نامطمئن، متغیر و گذشته‌نگر یکی از مهم‌ترین دلایل خروج بنگاه‌های صادرکننده کشورهای جهان سوم از بازار است و این امر در موارد بسیاری از جمله ناتوانی در ایفای تعهدات مربوط به قراردادهای و ارائه کالاها و خدمات، با کیفیت و با قیمت برابر با رقبا مشاهده شده است (Daniels, 1993). یکی از دلایل نوسانات عملکرد صادراتی بنگاه‌های اقتصادی ناشی از نگرش سنتی و غیرفرآیندی، ناآرام و ناپایدار فضای کسب‌وکار کشور مادر عنوان شده است (Begley, 1995; Balabanis & Katiskea, 2003).

روش پژوهش

جامعه آماری این پژوهش کلیه شرکت‌های صادرکننده غیردولتی ایرانی هستند که در سال ۱۳۹۰ محصولات خود را به کشورهای خارجی صادر کرده‌اند. با توجه به جامعه آماری، شرکت‌های صادرکننده به‌عنوان سطح تجزیه و تحلیل انتخاب شدند. نمونه‌گیری از شرکت‌های صادرکننده به‌گونه‌ای انجام گرفت که اطمینان حاصل شود نمونه نماینده جامعه است.

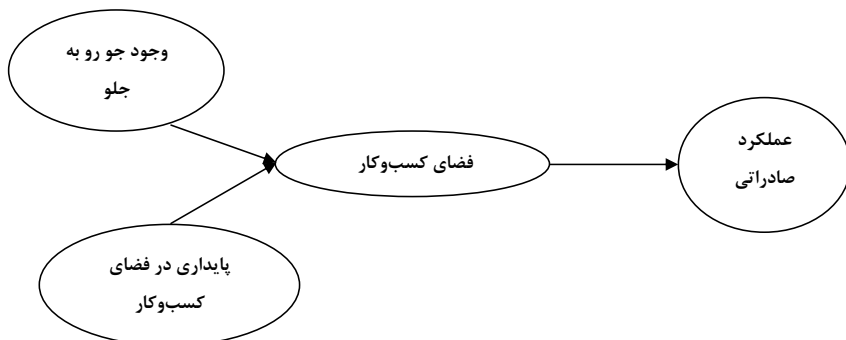
در واقع هر قدر نمونه بتواند نمایندگی جامعه را بهتر ایفا کند، نتایج را با اطمینان می‌توان به جامعه تعمیم داد. با توجه به اطلاعات مرکز توسعه صادرات ایران بیش از ۶۵ درصد شرکت‌های صادراتی ایران در استان‌های تهران، خراسان رضوی، آذربایجان شرقی، فارس و اصفهان هستند، از این رو نمونه آماری پژوهش از میان شرکت‌های واقع در این استان‌ها به صورت تصادفی انتخاب شد. بنابراین روش نمونه‌گیری در این پژوهش تصادفی طبقه‌بندی شده است. به این ترتیب که ابتدا حجم نمونه با استفاده از رابطه کوکران محاسبه شد. سپس بر اساس توزیع جامعه آماری در میان استان‌ها، حجم نمونه به تناسب میان آنها تخصیص داده شد. نمونه آماری پژوهش ۵۳۰ شرکت صادرکننده از استان‌های فوق مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت. پرسش‌های پژوهش عبارتند از: از دیدگاه صادرکنندگان، مهم‌ترین مشکلات فضای کسب‌وکار ایران که باید توسط دولت جدید مورد بررسی قرار گیرند، به ترتیب اولویت کدام است؟

مهم‌ترین دلایل نوسان در عملکرد صادراتی بنگاه‌های صادرکننده ایرانی کدامند؟

فرضیه‌های پژوهش نیز به‌صورت زیر تدوین شد:

بین پایداری در فضای کسب‌وکار و عملکرد صادراتی بنگاه‌ها رابطه وجود دارد.

بین راهبرد جو رو به جلو در فضای کسب‌وکار و عملکرد صادراتی بنگاه‌ها رابطه وجود دارد.



شکل ۱: الگوی مفهومی پژوهش (مطابق با ادبیات پژوهش)

برخی از مهم‌ترین متغیرهای مورد بررسی در پژوهش حاضر در جدول (۱۶) تشریح شده است:

جدول ۱۶: آمار توصیفی متغیرها

| متغیر | معیارها | تعداد | درصد فراوانی |
|--|---------------------------|-------|--------------|
| اندازه شرکت | کوچک | ۲۴۷ | ۴۶/۶ |
| | متوسط | ۱۷۸ | ۳۳/۶ |
| | بزرگ | ۱۰۵ | ۱۹/۸ |
| سال‌های حضور در محل کار | ۱ تا ۳ سال | ۱۵۱ | ۲۸/۵ |
| | ۴ تا ۶ سال | ۱۴۸ | ۲۷/۹ |
| | ۷ تا ۱۰ سال | ۱۲۸ | ۲۴/۲ |
| | بیش از ۱۰ سال | ۱۰۳ | ۱۹/۴ |
| صنعت | مواد غذایی و نوشیدنی‌ها | ۱۲۶ | ۲۳/۸ |
| | فرش و صنایع دستی | ۷۴ | ۱۴ |
| | حیوانات زنده و محصولات آن | ۶۸ | ۱۲/۸ |
| | مواد معدنی | ۱۲۳ | ۲۳/۲ |
| | خودرو | ۶۵ | ۱۲/۳ |
| | سایر | ۷۴ | ۱۴ |
| نوع فعالیت | تولیدی | ۲۸۹ | ۵۴/۵ |
| | بازرگانی | ۱۹۹ | ۳۷/۵ |
| | خدمات فنی مهندسی | ۴۲ | ۸ |
| عملکرد صادراتی (میانگین صادرات سه سال گذشته) | کمتر از یک میلیون دلار | ۲۳۹ | ۴۵ |
| | میان یک تا سه میلیون دلار | ۱۸۹ | ۳۵/۶ |
| | بیشتر از سه میلیون دلار | ۱۰۲ | ۱۹/۴ |

ادامه جدول ۱۶: آمار توصیفی متغیرها

| متغیر | معیارها | تعداد | درصد فراوانی |
|---------------------------|-----------|-------|--------------|
| پایداری در فضای کسب و کار | خیلی کم | ۲۱۴ | ۴۰ |
| | کم | ۱۱۱ | ۲۱ |
| | تا حدودی | ۱۳۰ | ۲۵ |
| | زیاد | ۶۰ | ۱۱ |
| | خیلی زیاد | ۱۵ | ۳ |
| وجود راهبرد جو رو به جلو | خیلی کم | ۲۱۲ | ۴۰ |
| | کم | ۱۱۳ | ۲۱ |
| | تا حدودی | ۱۳۳ | ۲۵/۳ |
| | زیاد | ۵۷ | ۱۰/۷ |
| | خیلی زیاد | ۱۵ | ۳ |

توزیع فراوانی پاسخ بنگاه‌های صادرکننده به پرسش مهم‌ترین مشکلات فضای کسب و کار ایران که باید از سوی دولت جدید مورد بررسی قرار گیرند، به شرح جدول (۱۷) است.

جدول ۱۷: توزیع فراوانی پاسخ‌دهندگان بر حسب مهم‌ترین مشکلات حوزه تولید و صادرات

| جمع | ۱/۰۰ (انتخاب شده) | ۰/۰۰ (انتخاب نشده) | چالش‌های عمده صادرات | |
|-----|-------------------|--------------------|----------------------|--|
| | | | فراوانی | درصد |
| ۵۳۰ | ۵۰۸ | ۲۲ | فراوانی | مشکلات ارزی |
| | | | درصد | ۴ |
| ۵۳۰ | ۵۲۳ | ۷ | فراوانی | تامین مالی |
| | | | درصد | ۱/۳ |
| ۵۳۰ | ۵۲۶ | ۴ | فراوانی | استرس در فضای برنامه‌ریزی تولید و صادرات |
| | | | درصد | ۰/۸ |
| ۵۳۰ | ۴۲۰ | ۱۱۰ | فراوانی | مشکلات گمرکی |
| | | | درصد | ۲۰/۸ |
| ۵۳۰ | ۳۱۰ | ۲۲۰ | فراوانی | تامین مواد اولیه |
| | | | درصد | ۴۱/۵ |
| ۵۳۰ | ۳۷۸ | ۱۵۲ | فراوانی | تحریم‌های غرب |
| | | | درصد | ۲۸/۷ |

ادامه جدول ۱۷: توزیع فراوانی پاسخ‌دهندگان بر حسب مهم‌ترین مشکلات حوزه تولید و صادرات

| جمع | ۱/۰۰ (انتخاب شده) | ۰/۰۰ (انتخاب نشده) | چالش‌های عمده صادرات | |
|------|----------------------|-----------------------|----------------------|------------------|
| | | | فراوانی | نیازهای اطلاعاتی |
| ۵۳۰ | ۳۷۷ | ۱۵۳ | فراوانی | |
| %۱۰۰ | ۷۱/۱ | ۲۸/۹ | درصد | |

همان‌گونه که جدول (۱۷) نشان می‌دهد از دیدگاه صادرکنندگان نمونه آماری، مهم‌ترین مسائل فضای کسب‌وکار در حوزه تولید و صادرات که باید توسط دولت جدید مد نظر قرار گیرند؛ عبارتند از: وجود استرس در فضای برنامه‌ریزی تولید و صادرات، مسائل مربوط به تامین مالی حوزه تولید و صادرات، مسائل مربوط به نوسانات ارزی و بخشنامه‌های مربوط به این حوزه، مسائل مربوط به گمرک، مشکلات ناشی از تحریم‌های غرب و مسائل مربوط به نیازهای اطلاعاتی. در مورد پرسش دوم پژوهش؛ توزیع فراوانی پاسخ‌دهندگان صادرکننده به پرسش؛ دلایل نوسان در عملکرد صادراتی بنگاه‌های صادرکننده ایرانی، به شرح جدول (۱۸) است.

لازم به ذکر است براساس ادبیات پژوهش و همچنین مصاحبه با خبرگان و مدیران بنگاه‌های صادرکننده صنایع مختلف، مهم‌ترین مسائل و مشکلات حوزه تولید و صادرات به شرح جدول (۱۸) مورد بررسی قرار گرفت و در نهایت آزمون شد.

جدول ۱۸: توزیع فراوانی پاسخ‌دهندگان بر حسب مهم‌ترین دلایل نوسان در عملکرد صادراتی بنگاه‌های ایرانی

| جمع | ۱/۰۰ (انتخاب شده) | ۰/۰۰ (انتخاب نشده) | چالش‌های عمده صادرات | |
|------|----------------------|-----------------------|----------------------|---|
| | | | فراوانی | مشکلات ارزی |
| ۵۳۰ | ۵۲۷ | ۳ | فراوانی | |
| %۱۰۰ | ۹۹/۴ | ۰/۶ | درصد | |
| ۵۳۰ | ۵۳۰ | ۰ | فراوانی | تامین مالی |
| %۱۰۰ | ۱۰۰ | ۰ | درصد | |
| ۵۳۰ | ۵۲۳ | ۷ | فراوانی | زمان دریافت تسهیلات، سقف‌های پایین اعتباری و هزینه بالای تامین مالی |
| %۱۰۰ | ۹۸/۷ | ۱/۳ | درصد | |

ادامه جدول ۱۸: توزیع فراوانی پاسخ‌دهندگان بر حسب مهم‌ترین دلایل نوسان در عملکرد صادراتی
بنگاه‌های ایرانی

| جمع | ۱/۰۰ (انتخاب‌شده) | ۰/۰۰ (انتخاب‌نشده) | چالش‌های عمده صادرات | |
|------|----------------------|-----------------------|----------------------|--|
| | | | فراوانی | درصد |
| ۵۳۰ | ۵۲۶ | ۴ | فراوانی | استرس در فضای برنامه‌ریزی تولید و صادرات |
| ٪۱۰۰ | ۹۹/۲ | ۰/۸ | درصد | |
| ۵۳۰ | ۵۲۲ | ۸ | فراوانی | مشوق‌های صادراتی |
| ٪۱۰۰ | ۹۸/۵ | ۱/۵ | درصد | |
| ۵۳۰ | ۳۱۰ | ۲۲۰ | فراوانی | تامین مواد اولیه |
| ٪۱۰۰ | ۵۸/۵ | ۴۱/۵ | درصد | |
| ۵۳۰ | ۳۷۸ | ۱۵۲ | فراوانی | تحریم‌های غرب |
| ٪۱۰۰ | ۷۱/۳ | ۲۸/۷ | درصد | |
| ۵۳۰ | ۵۱۳ | ۱۷ | فراوانی | نهادهای موازی در حوزه تولید و صادرات |
| ٪۱۰۰ | ۹۷/۵ | ۵/۲ | درصد | |
| ۵۳۰ | ۲۳۲ | ۲۹۸ | فراوانی | رقبای جهانی قوی |
| ٪۱۰۰ | ۴۳/۸ | ۵۶/۲ | درصد | |

آزمون فرضیه‌ها

برای آزمون فرضیه‌های پژوهش با توجه به نوع و مقیاس متغیرها، از آزمون همبستگی استفاده شد. نتایج آزمون در جداول (۱۹) و (۲۰) ارائه شده است.

جدول ۱۹: نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن

| آزمون همبستگی | پایداری در فضای کسب‌وکار | عملکرد صادراتی |
|---------------|--------------------------|----------------|
| ضریب همبستگی | ۰/۸۷۹ | |
| سطح معناداری | ۰/۰۰۰ | |
| تعداد | ۵۲۸ | |

بر اساس سطح معناداری آزمون همبستگی اسپیرمن که کمتر از ۰/۰۵ است نتیجه می‌گیریم فرض صفر رد و فرض مقابل تایید می‌شود، و ضریب همبستگی (۰/۸۷۹) نشان‌دهنده رابطه مثبت

و قوی میان پایداری در فضای کسب و کار و عملکرد صادراتی بنگاه‌هاست. بنابراین فرضیه اول پژوهش تایید می‌شود. یعنی از دیدگاه صادرکنندگان ایرانی میان پایداری در فضای کسب و کار و عملکرد صادراتی آینده رابطه معنادار و نسبتاً قوی وجود دارد.

جدول ۲۰: نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن

| | | |
|---------------------|---------------|----------------|
| راهبرد جو رو به جلو | آزمون همبستگی | عملکرد صادراتی |
| ۰/۸۷۹ | ضریب همبستگی | |
| ۰/۰۰۰ | سطح معناداری | |
| ۵۲۸ | تعداد | |

بر اساس سطح معناداری آزمون همبستگی اسپیرمن که کمتر از ۰/۰۵ است نتیجه می‌گیریم فرض صفر رد و فرض مقابل تایید می‌شود. و ضریب همبستگی (۰/۸۷۹) نشان‌دهنده رابطه مثبت و قوی میان وجود راهبرد جو روبه جلو در فضای کسب و کار و عملکرد صادراتی بنگاه‌هاست. بنابراین فرضیه اول پژوهش تایید می‌شود. یعنی از دیدگاه صادرکنندگان ایرانی میان وجود جلو حرکت رو به جلو در فضای کسب و کار و عملکرد صادراتی آینده رابطه معنادار و نسبتاً قوی وجود دارد.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با یک مطالعه میدانی در شش استان بزرگ کشور به بررسی جایگاه فضای کسب و کار باثبات در توسعه صادرات پایدار پرداخت. ابتدا با یک مطالعه کتابخانه‌ای مهم‌ترین شاخص‌های مربوط به حوزه فضای کسب و کار مورد بررسی قرار گرفت. بر اساس گزارش‌های بانک جهانی، فاکتورهای مورد بررسی در این حوزه عبارتند از: تاسیس و راه‌اندازی یک فعالیت (فرآیند ثبت شرکت)، فرآیند اخذ گواهی تاسیس و راه‌اندازی کارگاه، شاخص استخدام نیروی کار، شاخص پرداخت مالیات، شاخص میزان حمایت از سرمایه‌گذاران، شاخص اعطای اعتبار، شاخص تجارت برون‌مرزی، ختم و انحلال یک فعالیت.

همان‌طور که گزارش‌های سالانه بانک جهانی نشان می‌دهد، وضعیت شاخص‌های مذکور در ایران هنوز با استانداردهای یک فضای پایدار و رو به جلو کسب و کار فاصله زیادی دارد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد، از دیدگاه صادرکنندگان ایرانی؛ مهم‌ترین مسائل فضای کسب و کار در

حوزه تولید و صادرات که باید از سوی دولت و سیاستگذاران این حوزه جهت ایجاد فضای پایدار کسب‌وکار مد نظر قرار گیرند عبارتند از: وجود استرس در فضای برنامه‌ریزی تولید و صادرات، مسائل مربوط به تامین مالی حوزه تولید و صادرات، مسائل مربوط به نوسانات ارزی و بخشنامه‌های مربوط به این حوزه، مسائل مربوط به گمرک، مشکلات ناشی از تحریم‌های غرب، مسائل مربوط به نیازهای اطلاعاتی. نتایج پژوهش همچنین نشان می‌دهد مهم‌ترین دلایل نوسان در عملکرد صادراتی بنگاه‌های صادرکننده ایرانی عبارتند از: مشکلات ارزی، تامین مالی، زمان دریافت تسهیلات، سقف‌های پایین اعتباری و هزینه بالای تامین مالی، استرس در فضای برنامه‌ریزی تولید و صادرات، مشوق‌های صادراتی، تامین مواد اولیه، تحریم‌های غرب، نهادهای موازی در حوزه تولید و صادرات و رقبای جهانی قوی.

از نتایج دیگر پژوهش، وجود همبستگی قوی میان پایداری فضای کسب‌وکار و عملکرد صادراتی از دیدگاه صادرکنندگان ایرانی است. به عبارت بهتر وجود یک جو پایدار در محیط کسب‌وکار سبب می‌شود بنگاه صادرکننده استرسی جهت برنامه‌ریزی برای آینده بنگاه خود، راهبردهای ورود به بازارهای خارجی و هدف‌گذاری برای صادرات به بازارهای هدف نداشته باشد و با اطمینان خاطر برنامه‌های مورد نظر خود را طراحی، تدوین و اجرایی کند. یافته دیگر پژوهش حاضر وجود همبستگی قوی میان حاکم بودن جو رو به جلو در فضای کسب‌وکار و عملکرد صادراتی از دیدگاه صادرکنندگان ایرانی است. وجود چنین جوی نشان از درک اهمیت زمان برای فعالان اقتصادی و به‌ویژه صادرکنندگان، کاهش مدت زمان فرآیندهای اداری برای فعالان اقتصادی، استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی به‌صورت بهینه و همواره کاهش موازی‌کاری‌های نهادهای دولتی سیاستگذار در حوزه تولید و صادرات است (Sharma, 2004; Voerman *et al.*, 2000; Wood & Robertson, 2000).

نتیجه کلی پژوهش که با نتایج بیشتر پژوهش‌های این حوزه نیز سازگار است؛ این است که وجود یک فضای کسب‌وکار آرام، پایدار و روبه‌جلو بر راهبردهای بنگاه‌ها جهت ورود به بازارهای خارجی اثرگذار بوده، قدرت رقابت و مانوردهی آنها را در بازار افزایش می‌دهد و در نتیجه به ارتقای دانش و عملکرد صادراتی منجر می‌شود. پیشنهاد کلی پژوهش حاضر به سیاستگذاران حوزه تولید و صادرات، دخالت دادن نمایندگان بخش خصوصی و استفاده از نظرات آنها در تصمیم‌گیری‌های مربوط به این حوزه است. پیشنهاد دیگر به بنگاه‌های صادرکننده در زمینه جهت‌گیری دانش‌محور در زمینه صادرات است که می‌تواند بخش زیادی از مشکلات درون‌بنگاهی این حوزه را حل کند و به پایداری محسوس در عملکرد صادراتی منجر شود. راهکار عملیاتی و کوتاه‌مدت در این زمینه

ایجاد ارتباط قوی، علمی و عملیاتی با دانشگاهیان و متخصصان این فرآیند رقابتی است.

پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آینده

* پژوهش حاضر فضای کسب‌وکار را در یک فضای کلی مورد بررسی قرار داده و عملیاتی کردن مدل در زیر بخش‌های مهم اقتصادی از جمله سیستم بانکی و مالی، بازار سرمایه، پیمانکاران ایرانی فعال در پروژه‌های بین‌المللی، تولید داخلی، واردات مواد اولیه صادرات‌محور و سایر بخش‌ها می‌تواند در تعمیم نتایج به اقتصاد ایران اثرگذار باشد.

* همچنین مطالعه مقایسه‌ای فضای کسب‌وکار ایران و سایر کشورها (کشورهای صنعتی و کشورهای در حال توسعه) می‌تواند در کامل کردن مدل و پر کردن بخشی از شکاف موجود اثرگذار واقع شود.

* با توجه به وضعیت بازارهای جهانی و روند توسعه فضای رقابتی، بررسی جداگانه فضای کسب‌وکار از دیدگاه بنگاه‌های کوچک و متوسط صادرکننده ایرانی می‌تواند به تکمیل و تعمیم نتایج پژوهش حاضر کمک کند.

منابع

الف) فارسی:

- براتی، محمدعلی (۱۳۸۷). بررسی شاخص‌های بی‌ثباتی و آسیب‌پذیری اقتصادی در ایران، یک رویکرد تجربی. مؤسسه تدبیر اقتصاد، تهران.
- خضری، محمد (۱۳۸۹). دورنمای محیط کسب‌وکار در لایحه برنامه پنجم توسعه. فصلنامه مطالعات راهبردی، سال سیزدهم، شماره دوم.
- دیانکوف، سیمون و مکلیش، کارلی (۱۳۸۶). فضای کسب‌وکار در سال ۲۰۰۶. ترجمه جعفر خیرخواهان، دفتر مطالعات اقتصادی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، تهران.
- غنی‌نژاد، موسی (۱۳۸۷). بیماری اقتصاد ایران، تسکین یا درمان، www.rastak.com.
- میدری، احمد و فوجانی، اصلان (۱۳۸۷). سنجش و بهبود فضای کسب‌وکار. ترجمه و تالیف انتشارات جهاد دانشگاهی، تهران.
- نیلی، مسعود (۱۳۸۶). چرا تورم در کشور ما کاهش نمی‌یابد، www.rastak.com.
- نوبخت، محمدباقر؛ لامعی، بهزاد و معنوی، مهران (۱۳۸۷). بررسی ابعاد مختلف تجهیز منابع سرمایه در جهت توسعه اقتصادی کشور. معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد، تهران.

(ب) انگلیسی:

- Balabanis, G. I. & Katsiska, E. S. (2003). Being an Entrepreneurial Exporter does it pay? *International Business Review*, 12(2), pp. 233-252.
- Begley, T. M. (1995). Using Founder Status, Age of Firm and Company Growth Rate as the Basis for Distinguishing Entrepreneurs from Managers of Smaller Businesses. *Journal of Business Venturing*, 10(3), pp. 249-263.
- Bravo, D.; Crespi, G. & Gutiérrez, I. (2002). Desarrollo se Escribe con PYME; El Caso Chileno. Available at <http://www.fundes.org/uploaded/content/publicacione/277614866.pdf>.
- Brown, D. A. & Stern, D. R. (2002). Computational Analysis of Multilateral Trade Liberalization in the Uruguay Round and Doha Development Round. University of Michigan Research Seminar in International Economics. Discussion Paper, No.489.
- Daniels, P. W. (1993). International Trade and Foreign Direct Investment in Services in Service Industries in the World Economy. Oxford, UK; Cambridge, MA: Blackwell.
- Das, T. K. & Teng, B. S. (2001). Strategic Risk Behaviour and its Temporalities: Between Risk Propensity and Decision Context. *Journal of Management Studies*, 38(4), pp. 515-534.
- Gallagher, K. P. & Ackerman, F. (2004). Computable Abstraction: The Case of Environmental Reviews of Trade Agreements. Flawed Foundations of General Equilibrium Theory, Ackerman and Nadal (Eds). London: Rutledge.
- Gallagher, K. P. & Zarsky, I. (2004). Sustainable Industrial Development? The Performance of Mexico's FDI-Led Integration Strategy. Available at <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.132.9874&rep=rep1 &type=pdf>.
- Fernandez, Z. & Nieto, M. T. (2005). International Strategy of Small and Medium Family Business: Some Influential Factors. *Family Business Review*, 18(1), pp. 77-89.
- Jefferson, G. H. & Wenyi, X. U. (1994). Assessing Gains in Efficient Production among China's Industrial Enterprises. *Economic Development and Cultural Change*, 42(3), pp. 579-615.
- Sharma, B. (2004). Marketing Strategy Contextual Factors and Performance: An Investigation of the Relationship. *Marketing International and Planning*, 22(2), pp. 128-143.
- The World Bank Measuring Business Regulations. (2013). <http://www.doingbusiness.org/>.
- Toften, K. (2005). The Influence of Export Information Use on Export Knowledge

- and Performance, *Marketing Intelligence and Planning*, 23(2), pp. 200-219.
- Voerman, J. A. (2002). The Export Performance of European SMEs. CH. 6, pp. 169-201.
- Voerman, J. A.; Wodel, M. & Zwart, P. S. (2000). Export Market Information Behavior of SMEs: The Influence of Firm Characteristics. Paper provided by University of Groningen, Research Institute SOM (Systems, Organizations and Management) in its series Research Report with number 98B27.
- Wood, V. R. & Robertson, K. R. (2000). Evaluating International Markets: The Importance of Information by Industry, by Country of Destination, and by Type of Export Transaction. *International Marketing Review*, 17(1), pp. 34-55.