Archive of SID

مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی
دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه تبریز
سال سوم، شماره ۱، بهار ۹۹
ص ۱ – ۱۹

Journal of International Business Administration

بررسی رابطه بین حاکمیت شرکتی و عملکرد صادراتی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران

سیدرضا سید نژادفهیم*[۱]، سارا بهزادی‌نیا[۲]

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۵/۲۴
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۹/۲۳

چکیده

موضوع تضاد منافع بین سهامداران و مدیران و مکانیسم حاکمیت شرکتی به‌عنوان راه‌حل کاستن از هزینه‌های نمایندگی مرتبط با آن، از موضوعات مهمی بوده که به دلیل اثرگذاری آن بر عملکرد شرکت‌ها موردتوجه محققان و متخصصان بسیاری قرار گرفته است. با توجه به اینکه توسعه صادرات و ایجاد منافع مشترک اقتصادی با سایر کشورها توانسته ضمانت‌های لازم برای امنیت شرکت‌ها و کشور را فراهم کند، لذا در این پژوهش به بررسی رابطه بین حاکمیت شرکتی با گرایش صادراتی و عملکرد صادراتی پرداخته شده است و اطلاعات مالی ۱۶۰ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی دوره زمانی ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶، با استفاده از روش آماری در قالب یک پژوهش همبستگی و موردبررسی قرار گرفته است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد رابطه مثبت و معنی‌داری بین دوره تصدی مدیرعامل، روابط سیاسی و تمرکز مالکیت با گرایش صادراتی وجود دارد. همچنین بین استقلال هیئت‌مدیره و تمرکز مالکیت با عملکرد صادراتی رابطه منفی و معناداری وجود دارد. رابطه معنی‌داری بین دوره تصدی مدیرعامل و روابط سیاسی با عملکرد صادراتی یافت نشد.

واژه‌های کلیدی: حاکمیت شرکتی، گرایش صادراتی، عملکرد صادراتی، بورس اوراق بهادار تهران

طبقه‌بندی JEL: G15, G34

[۱]. دکتری حسابداری، دانشکده علوم انسانی، واحد لاهیجان، دانشگاه آزاد اسلامی، لاهیجان، ایران. (نویسنده مسئول: s.rezafahim@liau.ac.ir)
[۲]. کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه غیرانتفاعی قدیر، لنگرود، ایران.

www.SID.ir

Archive of SID

۱. مقدمه

در بسیاری از کشورهای پیشرفته صادرات محور اصلی توسعه بوده و اهمیت بسیاری در حضور آن کشور در بازارهای جهانی دارد. تولیدات داخلی و عرضه آن در بازار رقابت جهانی یکی از عواملی است که می‌تواند کشورها را مستقل کند. اهمیت و ضرورت حضور کالاهای ساخت یک کشور در بازار جهانی و فضای اقتصاد بین‌المللی از مهم‌ترین عوامل توسعه است. نقش صادرات دراین‌بین به‌اندازه‌ای مهم است که بسیاری کارشناسان صادرات را تنها مسیر موفق به توسعه اقتصادی یک کشور در بازار جهانی می‌دانند. اهمیت صادرات غیرنفتی برای کشورهای تک‌محصولی مثل ایران از کسی پوشیده نیست. شرکت‌ها نیز می‌توانند با ورود به بازارهای بین‌المللی ریسک خود را کاهش داده و جهت کاهش موانع ورود به این بازارها، دانش و مهارت‌های خود را افزایش دهند.

امروزه در اهمیت و جایگاه حاکمیت شرکتی برای موفقیت شرکت‌ها تردیدی نیست؛ چراکه این موضوع با توجه به رخدادهای سال‌های اخیر و بحران مالی شرکت‌ها، اهمیتی بیش‌ازپیش یافته است. بررسی علل فروپاشی برخی از شرکت‌های بزرگ که زیان کلانی به‌ویژه برای سهامداران داشته است، مشخص نمود که ناشی از ضعف سیستم حاکمیت شرکتی آنان بوده است (شوروزی و همکاران، ۱۳۹۴). نظام حاکمیت شرکتی با حفظ تعادل میان اهداف اجتماعی، اقتصادی و اهداف فردی و جمعی، به‌موجب ترغیب استفاده کارآمد از منابع و الزام پاسخ‌گویی شرکت‌ها در خصوص ایفای وظیفه مباشرت برای اداره منابع می‌شود. توجه به حاکمیت شرکتی کارا و افزایش کارایی در قراردادهای فی‌مابین ذینفعان به‌منظور تقویت فرهنگ پاسخگویی و ارتقای شفافیت اطلاعات در شرکت‌ها و واحدهای اقتصادی که تمام یا بخشی از سرمایه آن‌ها از طریق مردم تأمین شده است، منجر به تخصیص کارایی منابع و درنهایت رشد و توسعه اقتصادی می‌گردد (عباسی و احمدی، ۱۳۹۶). توسعه صادرات غیرنفتی به دلیل کاهش درآمدهای نفتی و پایان‌پذیر بودن منابع نفتی ازیک‌طرف و افزایش جمعیت کشور از طرفی دیگر، امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر است. صادرات به‌عنوان یکی از شاخص‌های کلیدی موفقیت عملیاتی شرکت محسوب می‌شود. عوامل مؤثر بر عملکرد صادراتی شرکت‌ها به علت جهانی‌شدن بازارها و رقابت رو به افزایش شرکت‌های خارجی مورد توجه محققین قرار گرفته است (رشیدی، ۱۳۹۴). رفتار و عملکرد شرکت در بازارهای صادراتی و همچنین بررسی عوامل اساسی موفقیت آن، یکی از موضوعات مهم در این حیطه محسوب می‌شود. با توجه به مطالعات محدودی که در ایران در این حوزه انجام گرفته است، در این پژوهش به بررسی تأثیر شاخص‌های حاکمیت شرکتی بر عملکرد صادراتی شرکت‌ها پرداخته می‌شود. در ادامه این مقاله، مبانی نظری و پیشینه پژوهش، فرضیه‌ها، روش‌شناسی و یافته‌های پژوهش ارائه گردیده و در پایان نیز نتیجه‌گیری و همچنین پیشنهادها و محدودیت‌های پژوهش ارائه می‌شود.

۲. مبانی نظری

۲-۱. اهمیت توسعه صادرات

www.SID.ir

Archive of SID

نقش صادرات در اقتصاد کشورهای درحال‌توسعه در طیف گسترده‌ای از مطالعات تجربی و نظری بررسی شده است. این موضوع به نظریه‌های کلاسیک اقتصادی آدام اسمیت و دیوید ریکاردو[1] برمی‌گردد که معتقدند تجارت بین‌المللی نقش مهمی در رشد اقتصادی ایفا می‌کند (عباسی و همکاران[2]، ۲۰۱۹).

نظریه‌های رشد مبتنی بر تجارت تأکید می‌کنند که تجارت خارجی از طریق بهبود تخصیص منابع، دسترسی به فناوری و کالاهای واسطه‌ای بهتر، استفاده از صرفه‌جویی‌های ناشی از مقیاس تولید، افزایش رقابت داخلی، ایجاد محیطی مناسب برای ابداعات و ارتقای بهره‌وری عوامل تولید بر رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارد (رضاقلی‌زاده و آقایی، ۱۳۹۶). افزایش صادرات برای تسریع در نرخ رشد اقتصادی که از آن به‌عنوان رشد تولید صادراتی[3] (ELG) نامیده می‌شود، به دلیل مهم بودن اهمیت جریان‌های تجاری بین‌المللی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای سیاست تجارت مورد استفاده قرار گرفته است (ساهو و همکاران[4]، ۲۰۱۹). صادرات به‌عنوان اولین قدم برای بین‌المللی‌سازی در نظر گرفته می‌شود؛ زیرا به تعهد منابع کمتری نیاز دارد، در مقایسه با سایر راهبردهای بین‌المللی ریسک‌های کمتری را شامل می‌شود و انعطاف‌پذیری بیشتری را امکان‌پذیر می‌کند. بااین‌حال، شرکت‌هایی که در زمینه صادرات فعالیت می‌کنند، با موانع مختلفی روبرو هستند که ممکن است بر عملکرد کلی آن‌ها تأثیر منفی بگذارد (لئونیو و همکاران[5]، ۲۰۱۱). موانع صادرات هم با محدودیت منابع داخلی و هم موانع خارجی همراه است؛ بنابراین، امروزه سازمان دائماً از منابع داخلی استفاده می‌کنند و به دنبال منابع خارجی هستند که به آن‌ها امکان می‌دهد موانع صادرات، کاهش خطرات مرتبط با آن و تقویت عملکرد صادرات را برطرف کنند (نام و همکاران[6]، ۲۰۱۸).

مشکلات ناشی از اقتصاد تک‌محصولی و تکیه بر درآمدهای نفتی سبب ایجاد اقتصادی متأثر از عوامل خارجی بالأخص درآمدهای ناپایدار نفتی شده است. با این ویژگی اقتصاد ایران، می‌توان به اهمیت و نقش صادرات غیرنفتی در کشور پی برد. امروزه برقراری روابط تجاری و استفاده از فرصت‌ها در بازارهای خارجی از مقاصد مهم دولت‌ها به شمار می‌آیند که منجر به کسب درآمد ارزی و شکوفایی هر چه بیشتر اقتصاد کشور خواهد شد. نکته مهم آن است که در راه دستیابی به یک اقتصاد سالم و بدون وابستگی به درآمد نفت می‌بایست کلیه راه‌های ممکن جهت توسعه صادرات غیرنفتی را مورد بررسی دقیق و کارشناسانه قرار داد. الگوی توسعه صادرات موجب رشد و شکوفایی اقتصاد در داخل و تأمین نیازهای ارزی کشور است و درآمدهای کشور باید به تولید متکی باشد. با دقت نظر در توجه دولت به صادرات غیرنفتی و برنامه‌ریزی اقتصادی در این زمینه در شرایط اقتصاد مقاومتی و اضافه شدن نیروی جویای کار، می‌توان نتیجه گرفت که توجه به صادرات غیرنفتی و از بین بردن موانع صادرات غیرنفتی در شرایط جدید اقتصادی اجتناب‌ناپذیر است. بدون مطالعه عوامل مؤثر بر صادرات و مشکلات و تنگناهای صادراتی و نیز بدون بررسی مستمر در رابطه با بازارهای صادراتی و امکانات و محدودیت‌های توسعه آن‌ها پیشبرد سیاست توسعه صادرات غیرنفتی

1. Adam Smith and David Ricardo
2. Abbasi et al
3. export-led growth
4. Sahoo et al
5. Leonidou et al
6. Nam et al

www.SID.ir

Archive of SID

غیرممکن خواهد بود (موسی خانی و شهروان مهر، ۱۳۹۴). جدا از اهمیت صادرات برای اقتصاد کشور، این امر برای شرکت‌های تولیدی هم بسیار مهم است. یافتن مشتری و مصرف‌کننده، در آن‌سوی مرزهای داخلی را باید عامل تعیین‌کننده حیات صنعت و بقای آینده آن دانست و این امر حرکتی حساب‌شده را می‌طلبد (احمدی، ۱۳۹۶).

۲-۲. نقش حاکمیت شرکتی بر توسعه صادرات

در اواخر قرن نوزدهم، با گسترش شرکت‌ها و نیاز به مدیران متخصص برای اداره صحیح آن‌ها، مسئله نمایندگی (تفکیک مالکیت از مدیریت) مطرح شد و پس از تفکیک بین مالکیت و مدیریت، ازآنجاکه این دو گروه بیشتر در پی رسیدن به اهداف شخصی خود بودند، این مسئله به‌عنوان یکی از مشکلات اداره بنگاه‌های اقتصادی روزبه‌روز بیشتر مورد توجه قرار گرفت. ازاین‌رو یکی از دغدغه‌های سرمایه‌گذاران، انتخاب شرکتی است که بتواند بهترین عملکرد را برای رسیدن به هدف حداکثر کردن ثروت سهامداران داشته باشد. پس ارزیابی عملکرد شرکت‌ها نیز از دغدغه‌های بزرگ سهامداران و مالکان شرکت‌ها شد. حاکمیت شرکتی که به دنبال مسئله جداسازی مالکیت و مدیریت مورد توجه پژوهشگران قرار گرفت، مجموعه معیارهایی را مطرح می‌کند که با کاهش قدرت مدیران، باعث بهبود عملکرد یک شرکت می‌شود (اسعدی، ۱۳۹۵). در این میان ساختار هیئت‌مدیره و ساختار مالکیت ازجمله عوامل تأثیرگذار حاکمیت شرکتی تلقی می‌شوند (رضایی و محمدزاده، ۱۳۹۷).

باوجود ادبیات در حال رشد در مورد نقش حاکمیت شرکت‌ها در تصمیم‌گیری‌های استراتژیک کسب‌وکار، نحوه تأثیر مدیریت شرکت‌ها بر تصمیمات بین‌المللی بنگاه‌های اقتصادی در حال ظهور کمتر مشخص است (لو و همکاران[1]، ۲۰۰۹). مطالعات پیشین در مورد عملکرد صادراتی بیشتر بر جنبه‌های مختلف مربوط به قابلیت‌های شرکت‌ها، رقابت‌های صنعت و محیط‌های سازمانی متمرکز بودند. محدودیت عمده این پژوهش‌ها این بود که نقش هیئت‌مدیره در تسهیل عملکرد صادراتی را نادیده می‌گرفتند. باوجود نقش هیئت‌مدیره در دستیابی به نتایج کلیدی مانند صادرات، درک ما از رابطه بین هیئت‌مدیره و عملکرد صادراتی نسبتاً مبهم است. بحران مالی آسیا در سال ۱۹۹۸-۱۹۹۷ موجب شد که بسیاری از کشورهای قاره، اصلاحات حاکمیت شرکتی را انجام دهند. این اصلاحات به‌طور کامل از الگوهای غربی حاکمیت شرکتی پیروی نمی‌کنند، به همین علت مطالعات مربوط به حاکمیت شرکتی مانند نقش هیئت‌مدیره، باید توجه ویژه‌ای به شرایط موجود در کشورهای آسیایی داشته باشند. مقامات دولتی نخبه، به منابع مهم مربوط به دولت (شامل اطلاعات مربوط به تغییرات سیاست عمومی، صندوق‌های دولتی، ارتباط با مؤسسات مالی دولتی و غیره) دسترسی دارند. زمانی که مقامات دولتی بازنشسته، برای شرکت‌های خصوصی کار می‌کنند، می‌توانند از ارتباط خود با دولت استفاده کرده و به‌عنوان لابی‌گر کار کنند و از برخورد تبعیض‌آمیز بهره‌مند شوند. این مقامات سابق دولتی می‌توانند با دریافت منابع از سازمان‌های دولتی پیشین خود، از شرکت‌ها حمایت نمایند. چنین منابعی شامل اطلاعات مهمی در ارتباط با تغییر سیاست‌های دولت و همچنین شامل سایر منابع مرتبط با دولت مانند تجارت مالی و تجارت بیمه ناشی از بانک‌ها و مؤسسات دولتی است. در

1. Lu et al

www.SID.ir

Archive of SID

همین راستا با توجه به اینکه دولت مهم‌ترین تأمین‌کننده منابع است، بنابراین شرکت‌ها اغلب در بسیاری از جنبه‌های تجاری تحت تأثیر دولت هستند. بدین ترتیب، یک رابطه خوب با دولت، یکی از مهم‌ترین منابع برای سازمان‌های معاصر است. لذا استخدام یک مقام سابق دولتی به‌عنوان عضو هیئت‌مدیره می‌تواند یک منبع بسیار مهم باشد که به دولت و تجربه سیاسی مرتبط خواهد بود. همچنین هیئت‌مدیره می‌تواند منابع مختلفی را ایجاد کند که به‌وسیله آن بتواند استراتژی بین‌المللی سازی شرکت را تسهیل نماید (نام و همکاران، ۲۰۱۸). مقامات سابق دولتی به‌عنوان واسطه‌هایی عمل می‌کنند که منابع و اطلاعات مربوط به دولت و سیاست‌های آن را در اختیار شرکت‌ها قرار می‌دهند. آن‌ها به‌نوبه خود، به‌طور قابل‌توجهی بر گرایش و عملکرد صادراتی شرکت‌هایشان تأثیر می‌گذارند (چیزما و همکاران[1]، ۲۰۱۵). ریواس[2] (۲۰۱۲) استدلال نمود که تنوع هیئت‌مدیره؛ از طریق بهره‌گیری از دانش، مهارت‌ها و توانایی‌های مختلف مدیران می‌تواند عدم اطمینان مربوط به بین‌المللی شدن را کاهش دهد. با توجه به اینکه یک بین‌المللی سازی موفق، به یک رویکرد چندبعدی برای کاهش هزینه‌ها و پیچیدگی محیطی نیاز دارد، بررسی نقش منافعی که هیئت‌مدیره از طریق دانش، تجربه، مهارت‌ها و شبکه‌های اجتماعی خود به شرکت ارائه می‌دهد اهمیت زیادی دارد (نام و همکاران، ۲۰۱۸). وجود سهامداران عمده نیز می‌تواند میزان نظارت را افزایش داده و عملکرد شرکت را بهبود بخشد. امروزه پراکندگی مالکان در شرکت‌های سهامی باعث شده که رابطه آن‌ها با شرکت را به‌سختی بتوان در قالب مالکیت سنتی تجسم کرد. سهامداران این شرکت‌ها به‌جز استحقاق دریافت بخشی از درآمد و منافع شرکت مطابق با سهم خود، در سایر موارد از حقوق چندانی برخوردار نیستند. این موضوع تعارض بین مالکان و مدیران را نشان می‌دهد و ماحصل این تعارض چیزی جز خدشه‌دار شدن حق مالکیت سهامداران نیست. به‌این‌ترتیب، مشخص می‌شود که سهامداران شرکت‌های سهامی عام آن‌چنان پراکنده شده‌اند که فاقد قدرت و اشتیاق لازم برای اصلاح و محدود کردن سمت و سویی هستند که مدیران این شرکت‌ها در پیش می‌گیرند. بنابراین، منطقی به نظر می‌رسد عملکرد شرکتی که سهامداران عمده آن دارای سهام بیشتری هستند، بهتر از شرکتی باشد که سهامداران عمده آن سهام کمتری در اختیار دارند (عبدالهی و مشایخ، ۱۳۹۰). لذا با توجه به اهمیت صادرات غیرنفتی از یک‌سو برای کشور و از سوی دیگر برای شرکت‌ها و همچنین نقش بسزای شاخص‌های حاکمیت شرکتی بر آن، در این پژوهش به بررسی تأثیر حاکمیت شرکتی بر عملکرد صادراتی شرکت‌ها پرداخته می‌شود.

۳. پیشینه پژوهش

لو و همکاران (۲۰۰۹) به بررسی تأثیر حاکمیت شرکتی بر عملکرد صادراتی شرکت‌ها پرداختند. برای این منظور داده‌های ۲۶۳۷ سال- شرکت چینی در دوره زمانی ۲۰۰۲- ۲۰۰۵ مورد استفاده قرار گرفت. شواهد نشان می‌دهد که در کل حاکمیت شرکتی بر استراتژی‌های صادرات اثر مثبتی دارد؛ به‌طوری‌که بین استقلال هیئت‌مدیره و مالکیت نهادی با عملکرد صادراتی شرکت رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد؛ اما

1. Chizema et al
2. Rivas

www.SID.ir

Archive of SID

رابطه منفی و معنی‌داری بین تمرکز مالکیت با عملکرد صادراتی یافت شد. مالکیت در اقتصادهای نوظهور متمرکزتر از غرب است و این باعث ایجاد یک مشکل جدی در تصمیم‌گیری در زمینه صادرات تبدیل شود.

گیل و بیگر[1] (۲۰۱۳) به بررسی تأثیر حاکمیت شرکتی بر کارایی مدیریت سرمایه در گردش برای نمونه‌ای از ۱۸۰ شرکت تولیدی بورس نیویورک، برای بازده زمانی سه‌ساله (۲۰۰۹ تا ۲۰۱۱) پرداختند. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که دوگانگی پست مدیرعامل، کارایی مدیریت حساب‌های دریافتنی، حساب‌های پرداختنی و تبدیل وجه نقد را بهبود می‌بخشد. اندازه شرکت، دوره تصدی مدیرعامل و بین‌المللی شدن شرکت منجر به بهبود کارایی مدیریت حساب‌های دریافتنی، حساب‌های پرداختنی، چرخه تبدیل وجه نقد و موجودی‌ها می‌شود. همچنین، بین اندازه هیئت‌مدیره و چرخه تبدیل وجه نقد رابطه منفی وجود دارد.

شاهوان[2] (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان تأثیر حاکمیت شرکتی بر عملکرد مالی و بحران مالی در یونان با اشاره به اهمیت کیفیت حاکمیت شرکتی و تأثیر آن بر عملکرد و بحران مالی و عدم وجود مطالعه‌ای جامع که با در نظر گرفتن شاخص‌های مختلف به بررسی تأثیر کیفیت حاکمیت شرکتی بر عملکرد و بحران مالی پرداخته باشد، به‌طور تجربی به بررسی تأثیر کیفیت حاکمیت شرکتی بر عملکرد شرکتی و مخاطرات مالی پرداختند. نمونه مورد بررسی آن‌ها شامل ۸۶ شرکت غیرمالی فعال در بازار نوظهور یونان بود. این شرکت‌ها فعال در صنعت مواد غذایی، ساختمان، کالاها و خدمات صنعتی، درمان، شیمیایی و منابع اساسی بودند. ابعاد حاکمیت شرکتی مورد بررسی آن‌ها شامل ۴ بعد شفافیت و افشا، ترکیب هیئت‌مدیره حقوق سهامداران و ساختار مالکیت بود. آن‌ها برای ارزیابی کیفیت حاکمیت شرکتی از میانگین شاخص‌های مطرح‌شده استفاده کردند. نتایج به‌دست‌آمده نشان دادند که رتبه حاکمیت شرکتی در شرکت‌های یونانی نسبتاً پایین است. همچنین نتایج به‌دست‌آمده رابطه مثبت بین حاکمیت شرکتی و عملکرد مالی را پشتیبانی نکردند. علاوه بر این، نتایج دلالت بر این داشتند که بین کیفیت حاکمیت شرکتی و بحران مالی رابطه منفی و بی‌معنی وجود دارد. نتایج به‌دست‌آمده گویای این مطلب است بودند که ویژگی شرکت‌ها بر عملکرد مالی و بحران مالی شرکت‌های فعال در بازار نوظهور تأثیرگذار است.

بهیان و همکاران[3] (۲۰۱۵) مدل تأثیرگذاری گرایش‌های بین‌المللی را بر عملکرد صادرات تدوین نمودند. نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش نشان می‌دهد گرایش‌های بین‌المللی خارجی تأثیر مثبت و معناداری بر اقدامات اقتصادی و غیراقتصادی مربوط به اندازه‌گیری عملکرد صادراتی دارد. نتایج این تحقیق گواه آن است که استراتژی انطباق طرح محصول با عملکرد صادراتی رابطه مثبت و معناداری دارد؛ رابطه بین استراتژی انطباق طرح محصول با عملکرد برای شرکت‌هایی که سطوح پایین‌تر بازار محوری را دارا می‌باشند، قوی‌تر است. در این تحقیق بین ارزش ویژه برند و کیفیت محصول با متغیر وابسته تحقیق (عملکرد صادراتی) هیچ ارتباط معناداری به دست نیامد.

نام و همکاران (۲۰۱۸) با بررسی تأثیر اعضای هیئت‌مدیره بر روی گرایش و عملکرد صادرات در شرکت‌های کره‌ای طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۷ دریافتند شرکت‌هایی که با مقامات دولتی کار می‌کنند

1. Gill & Biger
2. Shahwan
3. Behyan et al

www.SID.ir

Archive of SID

بیشتر در امر صادرات شرکت دارند. همچنین شرکت‌هایی با کارمندان شرکت‌های چندملیتی کار می‌کنند، تمایل بیشتری به صادرات و عملکرد صادراتی دارند. این یافته‌ها همچنین اهمیت هیئت‌مدیره در مرحله اول بین‌المللی سازی شرکت‌های کره‌ای را برجسته می‌کند و بینش جدیدی در مورد اینکه کدام‌یک از اعضاء هیئت‌مدیره می‌توانند از شرکت سود ببرند را فراهم می‌نماید.

فریل و همکاران[1] (۲۰۱۹) تأثیر سیاست‌های جدید را بر عملکرد صادراتی شرکت‌های کوچک و متوسط آلمان مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان می‌دهد که به‌کارگیری نوآوری جدید در شرکت‌هایی که قبلاً به صادرات مشغول بوده‌اند، منجر به بهبود رفتار صادراتی آن‌ها می‌شود؛ اما در سایر شرکت‌ها تأثیر معنی‌داری ندارد. علت را می‌توان در این امر دانست که اقتصاد آلمان صادرات محور است و هزینه‌های ورود به بازارهای صادراتی [اروپایی] حتی برای شرکت‌های کوچک کم است.

باوراتس و همکاران[2] (۲۰۱۹) به بررسی تأثیر مالکیت خانوادگی بر دامنه صادراتی شرکت‌های کوچک و متوسط بلژیکی پرداختند. شواهد تجربی حاصل از نمونه ۲۴۸ شرکت خانوادگی بلژیکی نشان می‌دهد که حضور یک مدیرعامل خانوادگی بر دامنه صادرات تأثیر منفی می‌گذارد، اما در صورت وجود کیفیت بالای خدمات هیئت‌مدیره، تأثیر مالکیت خانوادگی بر صادرات مثبت می‌شود. این مدارک اهمیت نظارت برای غلبه بر مشکلات مدیریت خانوادگی را نشان می‌دهد.

کیم و تودو[3] (۲۰۱۹) به بررسی تأثیر روابط سیاسی بر میزان صادرات و واردات شرکت‌های تولیدی پوشاک در ویتنام پرداختند. نتایج بیانگر آن است که روابط سیاسی ارتباط معنی‌داری با میزان صادرات ندارد؛ اما در مقابل احتمال واردات مواد و قطعات را افزایش می‌دهد. دلیل آن را هم این است که کالاهای با کیفیت بالاتر شانس بیشتری برای صادرات دارند؛ در مقابل برای واردات چنین شاخصی وجود ندارد.

حسنقلی‌پور و همکاران (۱۳۸۹) با بررسی تأثیر برنامه‌های تشویق صادرات بر عملکرد صادراتی بر روی ۲۶۰ شرکت در زنجیره تأمین صنعت برق و عضو سندیکای صنعت برق ایران دریافتند که آگاهی و استفاده از برنامه‌های تشویقی صادرات در ایران به‌طور مستقیم بر عملکرد صادراتی تأثیر نداشته اما به‌طور غیرمستقیم و از طریق تأثیرگذاری بر استراتژی صادراتی شرکت‌ها بر عملکرد صادراتی تأثیر مثبت و معنادار دارد. بر اساس این نتایج توصیه‌ها و پیشنهادهایی برای افزایش اثربخشی برنامه‌های تشویق صادرات ارائه شده است که می‌توان مورد استفاده سیاست‌گذاران این حوزه قرار گیرد.

حساس یگانه و سلیمی (۱۳۹۰) با بررسی رابطه حاکمیت شرکتی و ارزش ایجاد شده برای سهامداران طی سال‌های ۸۷-۸۱ بر روی ۶۳ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران دریافتند که اولاً در شرکت‌هایی که خلق ارزش داشته‌اند، رابطه بین پاداش هیئت‌مدیره و ارزش ایجاد شده برای سهامداران مستقیم و معنی‌دار است. دوم اینکه در شرکت‌هایی که تخریب ارزش نموده‌اند، رابطه بین میزان تمرکز سهامداران نهادی و ارزش ایجاد شده برای سهامداران مستقیم و معنی‌دار است. سوم اینکه در شرکت‌هایی که تخریب ارزش نموده‌اند رابطه بین نسبت مدیران غیرموظف و پاداش هیئت‌مدیره با ارزش ایجاد شده

1. Freel et al
2. Bauweraerts et al
3. Kim & Todo

www.SID.ir

Archive of SID

برای سهامداران معکوس و معنی‌دار است. چهارم اینکه بین درصد مالکیت سهامداران نهادی و تفکیک وظایف مدیرعامل از رئیس یا نایب‌رئیس هیئت‌مدیره با ارزش ایجاد شده برای سهامداران رابطه معنی‌داری یافت نشد.

محترم قلاتی و همکاران (۱۳۹۷) با بررسی تأثیر بازار گرایی صادرات و انطباق آمیخته بازاریابی بر عملکرد صادراتی در شرکت‌های صادرکننده محصولات غیرنفتی بر روی ۳۱۱ شرکت صادراتی دریافتند که شرکت‌های صادراتی در محیط‌های آشفته و بازارهای رقابتی نزدیک، از جنبه روانی برنامه آمیخته بازاریابی خود را با نیازهای مربوط به بازارهای خارجی بهتر انطباق می‌دهند. بازار گرایی صادرات، تأثیر مثبت و انطباق آمیخته‌ی برنامه‌ی بازاریابی تأثیر منفی بر عملکرد صادراتی شرکت‌ها دارند. ضمن اینکه بازار گرایی رابطه‌ی بین دو متغیر انطباق آمیخته بازاریابی و عملکرد صادراتی را تعدیل کرده و در تصمیم‌گیری‌های استراتژیک شرکت‌های صادراتی، نقش حمایت‌کننده دارد.

لک و همکاران (۱۳۹۷) با بررسی تأثیر حاکمیت شرکتی بر عملکرد شرکت‌های فعال در بورس اوراق بهادار تهران با بررسی بر روی ۸۰ شرکت طی سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۲ دریافتند که ابزارهای راهبری شرکتی با کیفیت بالا در شرکت‌ها باعث کاهش هزینه‌ی سرمایه، افزایش نقدینگی و امکانات مالی بالقوه، تسهیل توانایی غلبه بر بحران و جلوگیری از طرد شدن شرکت‌های با مدیریت مناسب در بازارهای سرمایه می‌شود. رویه‌های راهبری شرکتی مناسب‌تر مورد کشورها موجب پیشگیری از خروج وجوه داخلی، افزایش در سرمایه‌گذاری‌های خارجی، افزایش قدرت رقابتی اقتصاد و بازارهای سرمایه، غلبه بر بحران، تخصیص کاراتر منابع و دستیابی به سطوح بالاتری از پیشرفت و ترقی می‌شود. یافته‌های پژوهش نشان داد بین کیفیت حاکمیت شرکتی و ارزش شرکت رابطه معنی‌داری وجود دارد اما بین کیفیت حاکمیت شرکتی و عملکرد شرکت رابطه معنی‌داری وجود ندارد.

باقرزادگان و همکاران (۱۳۹۸) با بررسی رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و حاکمیت شرکتی با سرمایه‌گذاری در عملیات اصلی شرکت بر اساس اطلاعات ۱۱۹ شرکت به‌صورت مقطعی مورد آزمون قرار گرفتند و سرمایه‌گذاری در عملیات اصلی شرکت از طریق محاسبه همبستگی رشد بین صنعت و شرکت، همچنین کیفیت اطلاعات حسابداری از طریق محاسبه شاخص جامع کیفیت سود که متشکل از ۴ متغیر (کیفیت اقلام تعهدی، پایداری سود، قابلیت پیش‌بینی سود و هموارسازی سود) است، اندازه‌گیری شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد، یک رابطه مثبت و معنی‌دار بین شاخص جامع کیفیت سود و میزان سرمایه‌گذاری در عملیات اصلی شرکت وجود دارد.

۴. فرضیه پژوهش

با توجه به مبانی نظری، فرضیه‌های این پژوهش به شرح زیر است:

فرضیه اصلی (۱): بین شاخص‌های حاکمیت شرکتی و گرایش صادراتی شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه فرعی (۱-۱): بین استقلال هیئت‌مدیره و گرایش صادراتی شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه فرعی (۱-۲): بین دوره تصدی مدیرعامل و گرایش صادراتی شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه فرعی (۱-۳): بین روابط سیاسی و گرایش صادراتی شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

www.SID.ir

Archive of SID

فرضیه فرعی (۱-۴): بین تمرکز مالکیت و گرایش صادراتی شرکت رابطه معناداری وجود دارد

فرضیه اصلی (۲): بین شاخص‌های حاکمیت شرکتی و عملکرد صادراتی شرکت رابطه معناداری وجود دارد.
فرضیه فرعی (۲-۱): بین استقلال هیئت‌مدیره و عملکرد صادراتی شرکت رابطه معناداری وجود دارد.
فرضیه فرعی (۲-۲): بین دوره تصدی مدیرعامل و عملکرد صادراتی شرکت رابطه معناداری وجود دارد.
فرضیه فرعی (۲-۳): بین روابط سیاسی و عملکرد صادراتی شرکت رابطه معناداری وجود دارد.
فرضیه فرعی (۲-۴): بین تمرکز مالکیت و عملکرد صادراتی شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

۵. روش‌شناسی پژوهش

جامعه آماری این پژوهش شامل تمام شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است. از بین شرکت‌های عضو جامعه آماری تعدادی شرکت به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب گردید و در ادامه به جمع‌آوری و آزمون داده‌های این شرکت‌ها طی دوره زمانی ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶ به مدت ۵ سال پرداخته شد. نحوه غربالگری جامعه آماری این پژوهش جهت رسیدن به جامعه در دسترس در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. نمونه آماری

مراحل نمونه‌گیری	تعداد
تعداد کل شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در سال ۹۲	۴۸۳
مؤسسات مالی و واسطه‌گری، سرمایه‌گذاری- بیمه- لیزینگ- هلدینگ	(۱۱۲)
شرکت‌های خارج‌شده در طول دوره پژوهش	(۴۸)
شرکت‌هایی که سال مالی آن‌ها ۲۹ اسفند نیست یا در طول دوره پژوهش سال مالی خود را عوض کرده‌اند	(۹۹)
شرکت‌هایی که توقف معاملاتی بیش از ۳ ماه داشته‌اند.	(۶۱)
شرکت‌هایی که اطلاعات آن‌ها در دسترس نبوده است.	(۳)
مجموع شرکت‌های حذف‌شده	(۳۲۳)
نمونه	۱۶۰

با توجه به بررسی‌های انجام شده، ۱۶۰ شرکت به‌عنوان جامعه غربال‌شده باقی ماند که همه آن‌ها برای نمونه انتخاب شدند؛ ازاین‌رو مشاهدات شامل ۸۰۰ سال ـ شرکت است. اطلاعات لازم شرکت‌ها از طریق نرم‌افزار ره‌آورد نوین و پایگاه رسمی اینترنتی سازمان بورس اوراق بهادار گردآوری شد. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار Eviews۱۰ تجزیه‌وتحلیل شدند.

۶. مدل و متغیرهای پژوهش

در این پژوهش برای آزمون فرضیه اول از رابطه رگرسیونی چندگانه زیر استفاده شده است.

www.SID.ir

Archive of SID

$$EPR_{it} = \beta_1 IND\ BOARD_{it} + \beta_2 CEO_{it} + \beta_3 PCON_{it} + \beta_4 OWNCON_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \beta_6 AGE_{it} + \beta_7 LEV_{it} + \beta_8 ROA_{it} + \beta_9 EXRATE_{it} + \varepsilon_{it}$$

رابطه (۱)

که در آن:

EPR: معیار اندازه‌گیری گرایش صادراتی شرکت.

IND BOARD: معیار اندازه‌گیری استقلال هیئت‌مدیره.

CEO: معیار اندازه‌گیری دوره تصدی مدیرعامل.

PCON: معیار اندازه‌گیری روابط سیاسی.

OWNCON: معیار اندازه‌گیری تمرکز مالکیت.

SIZE: معیار اندازه‌گیری اندازه شرکت.

AGE: معیار اندازه‌گیری عمر شرکت.

LEV: معیار اندازه‌گیری اهرم مالی شرکت.

ROA: معیار اندازه‌گیری بازده دارایی‌ها.

EXRATE: معیار اندازه‌گیری نرخ ارز در سال مورد بررسی.

برای آزمون فرضیه دوم این پژوهش از رابطه رگرسیونی زیر استفاده می‌گردد.

$$EP_{it} = \beta_1 IND\ BOARD_{it} + \beta_2 CEO_{it} + \beta_3 PCON_{it} + \beta_4 OWNCON_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \beta_6 AGE_{it} + \beta_7 LEV_{it} + \beta_8 ROA_{it} + \beta_9 EXRATE_{it} + \varepsilon_{it}$$

رابطه (۲)

که در آن:

EP: معیار اندازه‌گیری عملکرد صادراتی شرکت.

در جدول ۲ نحوه اندازه‌گیری متغیرهای این پژوهش ارائه شده است.

جدول ۲. نحوه اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

متغیر	نماد	نوع	مقیاس
گرایش صادراتی	EPR	وابسته	یک متغیر ساختگی است به‌طوری‌که اگر شرکت فروش صادرات باشد عدد یک و در غیراین‌صورت صفر است (نام و همکاران، ۲۰۱۸).
عملکرد صادراتی	EP	وابسته	نسبت فروش صادرات به‌کل فروش شرکت (نام و همکاران، ۲۰۱۸).
استقلال هیئت‌مدیره	IND BORD	مستقل	نسبت اعضاء غیرموظف به‌کل اعضاء هیئت‌مدیره (اسعدی، ۱۳۹۵).
دوره تصدی مدیرعامل	CEO	مستقل	لگاریتم طبیعی سال‌های تصدی مدیرعامل (گیل و بیگر، ۲۰۱۳).
روابط سیاسی	PCON	مستقل	یک متغیر مجازی است به‌طوری‌که اگر حداقل یکی از اعضاء هیئت‌مدیره شرکت از شخصیت‌های وابسته به دولت باشد و یا حداقل ۱۰ درصد سهام شرکت در مالکیت نهاد وابسته به دولت باشد، مقدار یک و در غیراین‌صورت صفر. این متغیر

www.SID.ir

Archive of SID

			با بررسی دقیق یادداشت‌های همراه صورت‌های مالی و گزارش هیئت‌مدیره، به مجمع عمومی صورت می‌پذیرد (حبیب[1] و همکاران، ۲۰۱۷).
تمرکز مالکیت	OWNCON	مستقل	درصد سهام بزرگ‌ترین سهام‌دار شرکت است (نام و همکاران، ۲۰۱۸).
اندازه شرکت	SIZE	کنترلی	لگاریتم طبیعی فروش شرکت (نام و همکاران، ۲۰۱۸).
عمر شرکت	AGE	کنترلی	لگاریتم طبیعی سال‌های عمر شرکت (نام و همکاران، ۲۰۱۸).
اهرم مالی	LEV	کنترلی	نسبت بدهی به دارایی (نام و همکاران، ۲۰۱۸).
بازده دارایی	ROA	کنترلی	نسبت سود خالص به جمع دارایی‌ها (نام و همکاران، ۲۰۱۸).
نرخ ارز	EXRATE	کنترلی	متوسط نرخ واقعی دلار ابتدا و پایان سال که جهت همگن کردن داده‌ها از لگاریتم طبیعی آن استفاده شده است (دائی کریم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳).

۷. یافته‌های پژوهش

۷-۱. آمار توصیفی

جدول ۳ آمار توصیفی متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد که بیان‌کننده پارامترهای توصیفی مجزای هر متغیر است. به‌طور متوسط صادرات ۱۲ درصد کل فروش شرکت‌ها را تشکیل می‌دهد که قابل‌تأمل است. ۸ شرکت با فروش صادراتی برابر فروش خالص بیشترین و ۲۵۶ شرکت با عدم فروش صادراتی کمترین فروش صادراتی را داشتند. ۸۰ درصد اعضای هیئت‌مدیره شرکت‌ها مستقل بوده‌اند. شرکت آبسال در سال ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ با نداشتن عضو غیرموظف، کمترین استقلال را به خود اختصاص داد. دوره تصدی مدیران عامل بسیار کم است به‌طوری‌که ۲۱۶ سال-شرکت اولین دوره تصدی مدیرعامل را داشتند. اکثر شرکت‌ها از تمرکز خوبی برخوردار هستند و بیشترین تمرکز مالکیت مربوط به شرکت خدمات انفورماتیک طی سال‌های ۱۳۹۳-۱۳۹۶ است. مقادیر انحراف معیار متغیر اندازه شرکت نشان می‌دهد که شرکت‌های انتخاب شده اندازه متنوعی دارند. مقدار میانگین اهرم مالی ۰/۵۸۵ نشان می‌دهد که تقریباً بیش از ۵۸ درصد دارایی‌های شرکت از محل بدهی‌ها تأمین مالی شده است و کاغذسازی کاوه (۱۳۹۲) بیشترین و پتروشیمی فارابی (۱۳۹۶) کمترین بازده دارایی‌ها را دارند. نرخ ارز نیز کمترین انحراف را در دوره پژوهش داشته است (کمترین و بیشترین متوسط نرخ دلار به ترتیب ۳۱۸۳۰ ریال و ۴۳۲۳۵ ریال بوده است).

جدول ۳. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر		میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی	تعداد مشاهدات
عملکرد صادراتی	EP	۰/۱۲۳	۰/۰۲۱	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۲۱۷	۲/۴۲۲	۸/۶۳۰	۸۰۰
استقلال هیئت‌مدیره	IND BORD	۰/۷۱۲	۰/۸۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۱۸۰	-۰/۶۰۴	۳/۲۷۸	۸۰۰
دوره تصدی مدیرعامل	CEO	۰/۹۹۴	۱/۰۹۸	۲/۸۳۳	۰/۰۰۰	۰/۷۶۶	۰/۱۲۱	۱/۸۹۲	۸۰۰
تمرکز مالکیت	OWN CON	۰/۴۹۲	۰/۵۰۷	۰/۹۵۰	۰/۰۰۰	۰/۲۰۱	-۰/۰۰۹	۲/۶۹۰	۸۰۰

1. Habib et al

www.SID.ir

Archive of SID

اندازه شرکت	SIZE	۱۴/۲۷۳	۱۴/۰۶۵	۱۹/۸۰۸	۷/۶۱۲	۱/۶۹۰	۰/۲۷۲	۳/۹۹۲	۸۰۰
عمر شرکت	AGE	۲/۷۰۲	۲/۷۷۲	۳/۹۱۲	۰/۶۹۳	۰/۵۷۴	-۰/۸۲۶	۴/۵۹۹	۸۰۰
اهرم مالی	LEV	۰/۵۸۵	۰/۵۷۷	۴/۰۰۲	۰/۰۶۵	۰/۲۵۲	۳/۷۹۴	۴۷/۶۱۴	۸۰۰
بازده دارایی‌ها	ROA	۰/۱۲۳	۰/۰۷۹	۴/۰۱۸	-۱/۰۶۳	۰/۲۵۱	۷/۰۳۷	۹۵/۷۵۹	۸۰۰
نرخ ارز	EXRATE	۱۰/۴۶۷	۱۰/۴۳۰	۱۰/۶۷۴	۱۰/۳۶۸	۰/۱۱۲	۱/۰۱۰	۲/۵۴۵	۸۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

در جدول ۴ فراوانی داده‌های اسمی پژوهش حاضر را نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود ۶۸ درصد شرکت‌ها در طول دوره پژوهش صادرات داشته‌اند و همچنین ۷۱ درصد شرکت‌ها نیز از روابط سیاسی بهره‌مند بوده‌اند که قابل‌تأمل است.

جدول ٤. فراوانی داده اسمی پژوهش

متغیر	نماد	تعداد مشاهدات	جواب	فراوانی	درصد فراوانی
گرایش صادراتی	EPR	۸۰۰	اگر شرکت فروش صادراتی داشته باشد، عدد یک	۵۴۴	۶۸
			در غیر این صورت صفر	۲۵۶	۳۲
روابط سیاسی	PCON	۸۰۰	اگر حداقل یکی از اعضا هیئت‌مدیره از شخصیت‌های وابسته به دولت و یا حداقل ۱۰ درصد سهام شرکت در مالکیت نهاد وابسته به دولت باشد، باشد، عدد یک	۵۶۷	۷۱
			در غیر این صورت صفر	۲۴۰	۲۹

منبع: یافته‌های پژوهش

۷-۲. آزمون مانایی

قبل از برآورد مدل به‌منظور اطمینان از نتایج تحقیق و ساختگی نبودن روابط موجود در رگرسیون و معنی‌دار بودن متغیرها، اقدام به انجام آزمون مانایی و محاسبه ریشه واحد متغیرهای تحقیق در مدل گردید. نتایج حاصل از آزمون ریشه واحد برای متغیرها به شرح جدول ۵ است.

جدول ۵. نتایج آزمون ریشه واحد متغیرهای پژوهش

متغیر	Levin,lin & chut	
	آمار	احتمال
گرایش صادراتی	-۲/۹۹۷	۰/۰۰۱
عملکرد صادراتی	-۱۴۵/۹۸۰	۰/۰۰۰
استقلال هیئت‌مدیره	-۷/۶۸۰	۰/۰۰۰
دوره تصدی مدیرعامل	-۶۵/۸۶۱	۰/۰۰۰
روابط سیاسی	-۱/۸۶۱	۰/۰۳۱
تمرکز مالکیت	-۲۰۵/۶۹۴	۰/۰۰۰
اندازه شرکت	-۲۸/۲۳۹	۰/۰۰۰
عمر شرکت	-۶۴/۴۲۲	۰/۰۰۰

www.SID.ir

Archive of SID

اهرم مالی	-۱۹/۴۹۴	۰/۰۰۰
بازده دارایی‌ها	-۵۶/۱۷۳	۰/۰۰۰
نرخ ارز	۲۳/۳۹۹	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به نتایج حاصل از جدول ۵ از آنجائی که احتمال آزمون کمتر از سطح از سطح خطای ۵ درصد است، مشخص گردید که تمامی متغیرهای پژوهش در سطح ۸۰۰ مشاهده، مانا بودند.

۷-۳. انتخاب نوع روش برآورد در داده‌های ترکیبی

به‌منظور تخمین مدل پژوهش از تکنیک داده‌های ترکیبی استفاده شده است. پیش از آنکه به آزمون فرضیه پژوهش پرداخته شود، ابتدا به نحو تخمین مدل اشاره می‌شود. با توجه به اینکه متغیر وابسته در فرضیه اول، یک متغیر اسمی است؛ لذا از رگرسیون لجستیک برای آزمون آن استفاده می‌شود. در فرضیه دوم به‌منظور انتخاب بین روش‌های داده‌های تابلویی و داده‌های تلفیقی از آزمون F لیمر استفاده می‌شود. اگر سطح معنی‌داری محاسبه شده بیشتر از سطح خطای ۵ درصد باشد از داده‌های تلفیقی (Pooled) و در غیر این صورت از داده‌های تابلویی (Panel) استفاده خواهد شد. جدول ۶ نتایج آزمون F لیمر مدل دوم پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول ٦. نتایج آزمون لیمر

فرضیه‌ها	آماره	مقدار	احتمال	نتیجه آزمون
فرضیه اصلی دوم	F لیمر	۲۵/۷۹۳	۰/۰۰۰	Panel

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به نتایج جدول ۶ از آنجائی که احتمال به‌دست‌آمده از آزمون F لیمر کوچک‌تر از ۵ درصد است، به‌منظور برآورد این مدل از مدل داده‌های ترکیبی (Panel) استفاده خواهد شد. در مرحله بعد در مدل‌هایی که نوع روش برآورد به‌صورت داده‌های ترکیبی است، به بررسی این موضوع پرداخته می‌شود که آیا اثرات فردی به‌صورت اثرات ثابت است یا اینکه در ساختار واحدهای مقطعی به‌صورت تصادفی عمل می‌کند. جدول ۷ نتایج مربوط به آزمون هاسمن فرضیه‌های مذکور را نشان می‌دهد.

جدول ۷. نتایج آزمون هاسمن

فرضیه	آماره	مقدار	احتمال	نتیجه آزمون
فرضیه اصلی دوم	Cross-section Random	۱۸/۳۹۲	۰/۰۲	اثرات ثابت (FE)

منبع: یافته‌های پژوهش

www.SID.ir

Archive of SID

با توجه به اینکه سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده از آزمون هاسمن کوچک‌تر از ۵ درصد است، به‌منظور برآورد این مدل توجیه می‌شود که الگوی مناسب، الگوی مبتنی بر اثرات ثابت است.

۷-۴. آزمون همسانی واریانس خطاها

یکی دیگر از پیش‌فرض‌های مدل رگرسیون، ثابت بودن واریانس خطا است. به‌منظور بررسی واریانس همسانی خطاهای مدل از آزمون بارتلت استفاده گردید که نتایج آن در نگاره ۸ ارائه شده است.

جدول ۸. نتایج آزمون همسانی واریانس بارتلت

فرضیه	روش	مقدار	احتمال
فرضیه اصلی دوم	Bartlett	۰/۴۲۷	۰/۸۰۸

منبع: یافته‌های پژوهش

از آنجائی که سطح معناداری آزمون ناهمسانی واریانس، برای مدل پژوهش بزرگ‌تر از ۵ درصد است؛ درنتیجه فرض صفر مبنی بر همسانی واریانس‌ها پذیرفته می‌شود.

۷-۵. نتایج آزمون فرضیه‌ها

اولین فرضیه اصلی این پژوهش بیان می‌دارد که بین شاخص‌های حاکمیت شرکتی و گرایش صادراتی شرکت رابطه معناداری وجود دارد. نتایج آزمون این فرضیه بر مبنای رگرسیون لجستیک در جدول ۹ ارائه شده است.

جدول ۹. نتایج برآورد فرضیه اصلی اول پژوهش

$$EPR_{it} = \alpha_1 IND\ BOARD_{it} + \alpha_2 CEO_{it} + \alpha_3 PCON_{it} + \alpha_4 OWNCON_{it} + \alpha_5 SIZE_{it} + \alpha_6 AGE_{it} + \alpha_7 LEV_{it} + \alpha_8 ROA_{it} + \beta_9 EXRATE_{it} + \varepsilon_{it}$$

متغیر	ضریب برآورد شده	خطای استاندارد	آماره Z	احتمال	VIF
عرض از مبدأ	۷/۱۷۹	۷/۸۴۶	۰/۹۱۵	۰/۳۶۰	–
استقلال هیئت‌مدیره	۰/۴۰۳	۰/۴۸۸	۰/۸۲۶	۰/۴۰۹	۱/۱۰۶
دوره تصدی مدیرعامل	۰/۲۵۶	۰/۱۱۳	۲/۲۶۱	۰/۰۲۳	۱/۰۶۳
روابط سیاسی	۰/۵۴۳	۰/۱۸۳	۲/۹۷۲	۰/۰۰۳	۱/۱۲۸
تمرکز مالکیت	۱/۱۱۵	۰/۴۲۶	۲/۶۱۸	۰/۰۰۹	۱/۰۶۱
اندازه شرکت	۰/۴۴۷	۰/۰۶۱	۷/۲۹۹	۰/۰۰۰	۱/۱۵۸
سن شرکت	۰/۸۴۴	۰/۱۶۹	۵/۰۰۲	۰/۰۰۰	۱/۱۵۴
اهرم مالی	۰/۲۹۱	۰/۳۷۲	۰/۷۸۳	۰/۴۳۳	۱/۲۷۰
بازده دارایی‌ها	۰/۶۰۲	۰/۴۳۹	۱/۳۷۲	۰/۱۷۰	۱/۱۹۸
نرخ ارز	−۱/۵۹۵	۰/۷۶۵	−۲/۰۸۴	۰/۰۳۷	۱/۲۱۸
ضریب تعیین مک فادن	۰/۱۲۷	آماره LR	۱۲۷/۹۷۲	احتمال آماره LR ۰/۰۰۰	

منبع: یافته‌های پژوهش

www.SID.ir

Archive of SID

نتایج آزمون LR بیانگر معنادار بودن مدل پژوهش است. ضریب تعیین مدل ۱۲ درصد است. بدین معناست که ۱۲ درصد تغییرات متغیر وابسته (گرایش صادراتی) توسط متغیرهای توضیحی مدل تبیین می‌شود. عامل تورم واریانس (VIF) شدت هم خطی چندگانه را در تحلیل رگرسیون کمترین مربعات معمولی ارزیابی می‌کند. به‌عنوان یک قاعده تجربی اگر مقدار VIF بزرگ‌تر از ۵ باشد هم خطی چندگانه بالا است. ازآنجاکه مقدار آن کمتر از ۵ است، لذا بین متغیرها هم خطی وجود ندارد. در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین دوره تصدی مدیرعامل، روابط سیاسی و تمرکز مالکیت با گرایش صادراتی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. رابطه معنی‌داری بین استقلال هیئت‌مدیره با گرایش صادراتی یافت نشد. با توجه به اینکه از چهار فرضیه فرعی، سه فرضیه تائید شد؛ می‌توان بیان کرد که حاکمیت شرکتی با گرایش صادراتی رابطه معنی‌داری دارد. همچنین از بین متغیرهای کنترلی با افزایش اندازه و سن شرکت، گرایش صادراتی نیز بهبود می‌یابد، اما رابطه معکوسی بین نرخ ارز و گرایش صادرات مشاهده شد که قابل‌تأمل است.

فرضیه اصلی دوم این پژوهش وجود ارتباط معنی‌دار بین شاخص‌های حاکمیت شرکتی و عملکرد صادراتی را مورد بررسی قرار می‌دهد. نتایج آزمون این فرضیه بر مبنای الگوی مبتنی بر اثرات ثابت در جدول ۱۰ ارائه شده است.

جدول ۱۰. نتایج برآورد فرضیه اصلی دوم پژوهش

$$EP_{it} = \beta_1 IND\ BOARD_{it} + \beta_2 CEO_{it} + \beta_3 PCON_{it} + \beta_4 OWNCON_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \beta_6 AGE_{it} + \beta_7 LEV_{it} + \beta_8 ROA_{it} + \beta_9 EXRATE_{it} + \varepsilon_{it}$$

متغیر	ضریب برآورد شده	خطای استاندارد	آماره t	احتمال	VIF
عرض از مبدأ	۰/۷۰۷	۰/۳۵۶	۱/۹۹۹	۰/۰۰۰	–
استقلال هیئت‌مدیره	−۰/۰۲۵	۰/۰۳۸	−۰/۶۶۵	۰/۰۱۳	۱/۱۰۶
دوره تصدی مدیرعامل	−۰/۰۰۶	۰/۰۰۶	−۰/۹۳۱	۰/۰۸۶	۱/۰۶۳
روابط سیاسی	۰/۰۰۷	۰/۰۲۴	۰/۳۰۴	۰/۴۸۰	۱/۱۴۸
تمرکز مالکیت	−۰/۱۶۰	۰/۰۷۸	−۲/۰۴۹	۰/۰۰۹	۱/۰۶۱
اندازه شرکت	۰/۰۳۴	۰/۰۱۱	۲/۸۵۹	۰/۰۰۱	۱/۱۵۸
سن شرکت	۰/۱۴۰	۰/۰۵۲	۲/۶۹۴	۰/۰۰۴	۱/۱۵۴
اهرم مالی	۰/۰۳۵	۰/۰۲۵	۱/۴۱۵	۰/۷۸۴	۱/۲۷۰
بازده دارایی‌ها	۰/۰۰۵	۰/۰۲۳	۰/۲۰۲	۰/۱۹۴	۱/۱۹۸
نرخ ارز	−۰/۱۳۱	۰/۰۴۴	−۲/۹۸۱	۰/۰۰۳	۱/۱۵۸
AR(1)	۰/۰۸۱	۰/۰۳۹	۲/۰۴۸	۰/۰۴۱	–
ضریب تعیین	۰/۹۱	ضریب تعیین تعدیل‌شده		۰/۸۸	
آماره دوربین واتسون	۱/۹۵	آماره F ۳۰/۱۰۶		احتمال آماره F ۰/۰۰۰	

منبع: یافته‌های پژوهش

در آزمون اولیه انجام شده، آماره دوربین واتسون در محدودی ۱,۵ تا ۲,۵ قرار نداشت (۰,۴۷)؛ درنتیجه در مدل مشکل خودهمبستگی مرتبه اول وجود دارد؛ که به‌منظور برطرف کردن این مشکل به مدل جزء

www.SID.ir

Archive of SID

اخلال AR(1) اضافه می‌شود. ازآنجاکه مقدار VIF کمتر از ۵ است، لذا بین متغیرها هم خطی وجود ندارد. نتایج آزمون F فیشر بیانگر معنادار بودن مدل پژوهش است. ضریب تعیین تعدیل‌شده مدل ۸۸ درصد است که نشان از برازش خوب الگو و قدرت توضیح‌دهندگی متغیرهای استفاده شده آن است و بدین معناست که ۸۸ درصد تغییرات عملکرد صادراتی توسط متغیرهای توضیحی مدل تبیین می‌شود. در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین استقلال هیئت‌مدیره و تمرکز مالکیت با عملکرد صادراتی رابطه منفی معنی‌داری وجود دارد. رابطه معنی‌داری بین دوره تصدی مدیرعامل و روابط سیاسی با عملکرد صادراتی یافت نشد. از بین چهار فرضیه فرعی، دو فرضیه تائید شد (هرچند دوره تصدی نیز در سطح ۹۰ درصد تائید می‌شود)؛ لذا بااحتیاط می‌توان بیان کرد که حاکمیت شرکتی با عملکرد صادراتی رابطه معنی‌داری دارد. همچنین از بین متغیرهای کنترلی با افزایش اندازه و سن شرکت، عملکرد صادراتی نیز بهبود می‌یابد و با افزایش نرخ ارز، میزان صادرات کاهش می‌یابد. البته طبق آمار توصیفی تغییرات نرخ ارز در دوره پژوهش اندک است و احتمالاً تأثیر سایر عوامل بر میزان صادرات قوی‌تر بوده است به‌طوری‌که تغییرات نرخ ارز نتوانسته است انگیزه کافی بر میزان صادرات داشته باشد.

۸. بحث و نتیجه‌گیری

شکی نیست کشوری که اقتصاد آن بر محور تک‌محصولی باشد، در بحران‌های اقتصادی بیشتر در معرض خطر قرار می‌گیرد. ازاین‌رو توجه به صادرات غیرنفتی و توسعه آن در بخش‌هایی نظیر صنعت، معدن، کشاورزی و خدمات می‌تواند کشورمان را در جریان تحولات و بحران‌های مختلف نجات دهد. اتکا به درآمدهای نفتی و تداوم این رویکرد در برنامه اول و دوم توسعه موجب ناپایداری در بهبود شاخص‌ها و نوسان در رشد اقتصادی گردید. از سوی دیگر، سرمایه‌گذاری پارامتر بسیار مهمی در ایجاد زمینه مناسب برای افزایش توان تولید داخلی بوده است و زمینه صادرات بیشتر را فراهم می‌نماید. لذا در این پژوهش به بررسی شاخص‌های حاکمیت شرکتی بر عملکرد صادراتی شرکت پرداخته شد. فرضیه پژوهش بر اساس داده‌های گردآوری‌شده از ۱۶۰ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶ با استفاده از تحلیل رگرسیون داده‌های ترکیبی مورد آزمون قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد که بین استقلال هیئت‌مدیره با گرایش صادراتی رابطه معنی‌دار ندارد؛ اما با عملکرد صادراتی رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد. اگر هدف‌گذاری افزایش صادرات در نظر گرفته‌شده باشد، می‌توان بیان کرد که مدیران غیرموظف انگیزه کافی جهت افزایش صادرات ندارند. این نتیجه همسو با یافته‌های پژوهش لو و همکاران (۲۰۰۹) نیست. رابطه مثبت و معنی‌داری بین دوره تصدی مدیرعامل و روابط سیاسی با گرایش صادراتی وجود دارد؛ یعنی با افزایش دوره تصدی مدیرعامل، تجربه و دانش وی نیز افزایش‌یافته و تمایل شرکت‌ها را جهت صادرات افزایش می‌دهد؛ اما تأثیری بر میزان صادرات ندارد. نتایج پژوهش نام و همکاران (۲۰۱۸) بیانگر تأثیر مثبت دوره تصدی بر گرایش و عملکرد صادراتی شرکت‌ها بوده است. ارتباطات سیاسی در اقتصادهای نوظهور و توسعه‌یافته وجود دارد. در مطالعات قبلی، شواهدی از مزیت‌های مربوط به ارتباطات سیاسی مشاهده می‌شود که شامل عملکرد برتر، دسترسی بهتر به اعتبار، حمایت سیاسی است. نتیجه فرضیه اول نشان می‌دهد وجود روابط سیاسی نیز منجر به کاهش مشکلات و موانع ناشی از صادرات

www.SID.ir

Archive of SID

شده و تمایل شرکت‌ها را برای صادرات بیشتر می‌کند؛ اما نتایج این پژوهش نقش روابط سیاسی را بر میزان صادرات شرکت منتفی می‌داند؛ زیـرا مدیران دولتی از طریق نفوذ به شبکه‌های سیاسی می‌توانند وام‌های بانکی کلانی دریافت کنند، اما چـون محـل مصـرف چنین وام‌هایی معمولاً پوشیده است، در بلندمدت نمی‌توانند اصل‌وفرع بدهی خود را در زمـان سررسـید پرداخـت کننـد، بنابراین تأثیری بر بهبود عملکرد صادراتی شرکت نخواهد گذاشت. نتایج حاصل از این فرضیه همسو با یافته‌های کیم و دوتو (۲۰۱۹) و نام و همکاران (۲۰۱۸) است. ساختار مالکیت متمرکز مکانیسمی برای کنترل شرکت‌ها و کاهش هزینه نمایندگی تلقی می‌شود. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که تمرکز مالکیت منجر به تسهیل گرایش صادرات می‌شود؛ اما عملکرد صادراتی شرکت‌ها را کاهش می‌دهد؛ یعنی کاهش تمرکز مالکیت و دخالت بیشتر سهامداران خرد منجر به افزایش صادرات شده است. این نتیجه منطبق با یافته پژوهش لو و همکاران (۲۰۰۹) است.

به دلیل به وجود رابطه منفی بین استقلال هیئت‌مدیره و عملکرد صادراتی، پیشنهاد می‌شود درصد اعضای موظف هیئت‌مدیره بیشتر شود؛ چراکه به نظر می‌رسد، برخلاف باور عمومی، اعضای موظف با انگیزه بیشتری فعالیت می‌کنند. به شرکت‌هایی که تمایل به ورود به بازارهای بین‌المللی دارند پیشنهاد می‌شود از مزایای روابط سیاسی و تمرکز مالکیت بهره‌مند شوند. هرچند که می‌توان با برداشتن موانع موجود بر صادرات توسط قانون‌گذاران، از زیان‌های ناشی از وجود افراد سیاسی و تمرکز مالکیت بالا کاست. با ایجاد نهادی جهت توسعه برنامه‌های مشاوره‌ای و افزایش دانش تخصصی مدیران به‌منظور کاهش مشکلات صادرات می‌توان گامی کوچک در این راستا برداشت. همچنین به دولت و سیاست‌گذاران پیشنهاد می‌شود در راستای افزایش صادرات غیرنفتی زمینه لازم را جهت کاهش تمرکز مالکیت در شرکت‌ها را فراهم نمایند. ازجمله این راهکارها می‌توان به برنامه خصوصی‌سازی دولت اشاره نمود. به معامله‌گران بازار سرمایه نیز توصیه می‌شود با توجه به تغییرات قیمت دلار، به میزان صادرات شرکت و عوامل حاکمیت شرکتی مؤثر بر آن توجه نمایند.

با توجه به اهمیت صادرات غیرنفتی ایران و اینکه پژوهش زیادی در ارتباط با عوامل مؤثر بر آن انجام نگرفته است، لذا انجام پژوهش‌هایی در زمینه تأثیر جنبه‌های مختلف حاکمیت شرکتی ازجمله تأثیر دانش مالی و تجربه مدیران، نقش کارایی سرمایه‌گذاری، مالیات و تورم بر عملکرد صادراتی می‌تواند مفید باشد. همچنین بررسی این پژوهش به تفکیک صنعت نیز اطلاعات بهتری را برای هر گروه از صنایع فراهم می‌نماید.

منابع

احمدی، رضا. (۱۳۹۶). ارائه راهکارهای بازاریابی مبتنی بر اثربخشی برای افزایش صادرات صنعت سنگ ساختمانی ایران. **نشریه علمی مهندسی منابع معدنی**، ۲(۲)، ۵۳-۶۷.

اسعدی، عبدالرضا. (۱۳۹۵). حاکمیت شرکتی و عملکرد شرکت‌های هلدینگ و تابعه در بورس اوراق بهادار تهران. **راهبرد مدیریت مالی**، ۴(۴)، ۱۲۹-۱۵۱.

www.SID.ir

Archive of SID

باقرزادگان، رضا، خانمحمدی، محمد حامد. (۱۳۹۸). بررسی رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری، حاکمیت شرکتی با سرمایه‌گذاری در عملیات اصلی شرکت. **مجله حسابداری مدیریت**، ۱۲(۴۰)، ۱-۱۴.

حساس یگانه، یحیی، سلیمی، محمدجواد. (۱۳۹۰). مدلی برای رتبه‌بندی حاکمیت شرکتی در ایران. **فصلنامه مطالعات تجربی حسابداران مالی**، ۸(۳۰)، ۱-۳۵.

حسنقلی‌پور، طهمورث، متوسلی، محمود، محمدی، شاپور، حسینی، فرشید. (۱۳۸۹). تأثیر برنامه‌های تشویق صادرات بر عملکرد صادراتی- مطالعه موردی صنعت برق. **نشریه مدیریت بازرگانی**، ۲(۵)، ۲۱-۴۰.

دایی کریم زاده، سعید، امام وردی، قدرت اله، شایسته، افسانه. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر نرخ ارز واقعی بر صادرات غیرنفتی ایران. **اقتصاد مالی**، ۸(۲۹)، ۱۵۱-۱۷۴.

رشیدی، ایرج. (۱۳۹۴). رابطه قابلیت‌های کسب‌وکار و عملکرد صادراتی با توجه به استراتژی محصول- موردمطالعه صنعت مواد غذایی. **پایان‌نامه کارشناسی ارشد**، دانشگاه علامه طباطبایی.

رضاقلی زاده، مهدیه، آقایی، مجید. (۱۳۹۶). فرضیه صادرات منجر به رشد: بررسی تجربی بخش صنعت به‌صورت کل و به تفکیک زیر بخش‌ها در ایران. **سیاست‌های راهبردی و کلان**، ۵(۲۰)، ۴۰-۶۰.

رضایی، شاهده، محمد زاده، امیر. (۱۳۹۷). بررسی تأثیر حاکمیت شرکتی بر عملکرد مالی و بحران مالی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. **فصلنامه مدیریت توسعه و تحول**، ۱۰(۳۲)، ۸۱-۸۸.

شوروزی، محمدرضا، خلیلی، محسن، سلیمانی، حمید، فروتن، امید. (۱۳۹۴). ارتباط بین حاکمیت شرکتی و عملکرد شرکت‌ها بر مبنای رگرسیون فازی. **پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی**، ۷(۲۵)، ۱۲۷-۱۴۵.

عباسی، طیبه، احمدی، هانیه. (۱۳۹۶). توسعه مدلی برای اندازه‌گیری انسجام خط‌مشی حوزه علوم تحقیقات و فناوری در ایران. **فصلنامه سیاست‌گذاری عمومی**، ۳(۲)، ۱۱۷-۱۳۳.

عبدالهی، مهین، مشایخ، شهناز. (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین تمرکز مالکیت، عملکرد شرکت و سیاست تقسیم سود در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. **پژوهش‌های حسابداری مالی**، ۳(۴)، ۷۱-۸۶.

لک، لیلا، مولایی بیرگانی، فریبرز. (۱۳۹۷). تأثیر کیفیت حاکمیت شرکتی بر عملکرد شرکت‌های فعال در بورس اوراق بهادار تهران. **فصلنامه پژوهش‌های جدید در مدیریت و حسابداری**، ۵(۲۰)، ۲۳۱-۲۴۴.

محترم قلاتی، رحیم، موثق، مهرداد. (۱۳۹۷). بررسی تأثیر بازار گرایی صادرات و انطباق آمیخته بازاریابی بر عملکرد صادراتی در شهر تهران. **فصلنامه مدیریت بازرگانی**، ۱۰(۱)، ۱۶۵-۱۸۶.

Abbasi, B. N., Umer, M., Shah, S. I., Tang, J., Ullah, I., Abbas, H., & Khan, I. (2019). Impact of Export Subsidies on Pakistan's Exports. *American Journal of Economics*, 9(1), 11-16.

www.SID.ir

Archive of SID

Bauweraerts, J., Sciascia, S., Naldi, L., & Mazzola, P. (2019). Family CEO and board service: Turning the tide for export scope in family SMEs. *International Business Review*, 28(5), 1-11.

Behyan, M., Osman, M. & Omar, A. (2015). Influence of Internationalization Orientation on Export Performance: In the Perspective of Malaysian Manufacturing Firm. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 30(1), 83-95.

Chizema, A., Liu, X., Lu, J., & Gao, L. (2015). Politically connected boards and top executive pay in Chinese listed firms. *Strategic Management Journal*, 36(6), 890‐906.

Freel, M., Liu, R., & Rammer, C. (2019). The export additionality of innovation policy. *Industrial and Corporate Change*, 28(5), 1257-1277.

Gill, A. & Biger, N. (2013). The Impact of Corporate Governance on Working Capital Management Efficiency of American Manufacturing Firms. *Journal of Managerial Finance*, 39(2), 116-132.

Habib, A., Muhammadi, A. H., & Jiang, H. (2017). Political connections and related party transactions: Evidence from Indonesia. *The International Journal of Accounting*, 52(1), 45-63.

Kim, Y. R., & Todo, Y. (2019). Are Politically Connected Firms More Likely to Export?. Discussion papers, *Research Institute of Economy, Trade and Industry (RIETI)*.

Leonidou, L., Palihawadana, D., & Theodosiou, M. (2011). National export-promotion programs as drivers of organizational resources. *Journal of International Marketing*, 19(2), 1–29.

Lu, J., Xu, B., & Liu, X. (2009). The effects of corporate governance and institutional environments on export behaviour in emerging economies. *Management International Review*, 49(4), 455-478.

Nam, J., Liu, X., Lioliou, E., & Jeong, M. (2018). Do board directors affect the export propensity and export performance of Korean firms? A resource dependence perspective. *International Business Review*, 27(1), 269-280.

Sahoo, M., Babu, M. S., & Dash, U. (2019). Asymmetric effects of exchange rate movements on traditional and modern services exports: Evidence from a large emerging economy. *The Journal of International Trade & Economic Development*, 28(4), 508-531.

Shahwan, T.M., (2015). The Effect of Corporate Governance on Financial Performance and Financial Distress: Evidence from Egypt. *Corporate Governance*, 15(5), 641-662.

www.SID.ir