

بررسی عوامل موثر بر انزوای اقتصادی سرمایه گذاران در بخش خصوصی

آزاده صحراییان

کارشناس ارشد مالی - مهندسی مالی و مدیریت ریسک، موسسه آموزش عالی پرندک، ایران.

نام نویسنده مسئول:

آزاده صحراییان

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۴/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۷/۲

چکیده

سرمایه گذاری به عنوان عامل تولید و رشد اقتصادی در هر جامعه ای پذیرفته شده است. نبود سرمایه گذاری لازم در بخش های خصوصی منجر به کندی یا حتی توقف رشد اقتصادی خواهد شد. این مسئله به نوبه خود کاهش رفاه عمومی و افزایش نرخ بیکاری را به دنبال خواهد داشت. این موضوع اهمیت توجه به مسئله سرمایه گذاری را افزایش می دهد. هدف از این پژوهش بررسی عوامل موثر بر انزوای اقتصادی سرمایه گذاران در بخش خصوصی می باشد. به این منظور ۴ فرضیه تدوین گردید. برای گردآوری اطلاعات لازم جهت آزمون فرضیه ها، از پرسشنامه محقق ساخته، حاوی ۳۶ سوال در ۵ بعد استفاده شد و بین ۱۴۹ نفر از مدیران شرکت های صنعتی در شهر شیراز، به عنوان نمونه آماری تحقیق توزیع گردید. در این پژوهش برای تعیین نرمال بودن متغیرها از آزمون آماری کولموگروف-اسمیرنوف و جهت تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها از ضرایب همبستگی پیرسون با استفاده از نرم افزار Spss24 استفاده گردید. در این تحقیق به بررسی ۴ مورد از عوامل موثر بر انزوای اقتصادی سرمایه گذاران که عبارتند از: توانایی در برندسازی، عدم اطمینان محیطی، انعطاف پذیری بازار کار و توزیع اعتبارات پرداخته شده است. نتایج نشان داد که هر ۴ متغیر با انزوای اقتصادی ارتباط معناداری دارند.

واژگان کلیدی: انزوای اقتصادی، سرمایه گذاری بخش خصوصی، برندسازی، عدم اطمینان محیطی، انعطاف پذیری بازار کار، توزیع اعتبارات.

مقدمه

سرمایه گذاری بعد از مصرف، مهم ترین جزء تقاضای کل می باشد که به دلیل نوسانات زیاد بیشتر مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفته است. سرمایه گذاری با سیاست های کلان اقتصادی نوسان پیدا می کند و چون پایه تولید جامعه را پی ریزی کرده و توان تولیدی را بالا می برد، حائز اهمیت می باشد. سیاست گذاران اقتصادی با استفاده از سیاست های کلان اقتصادی، سرمایه گذاری و تشکیل سرمایه، بخش خصوصی را هدایت کرده و با ایجاد انگیزش هایی، سرمایه گذاران را به ایجاد پروژه های سرمایه گذاری ترغیب می نمایند. تصمیمات سرمایه گذاری توسط بخش خصوصی، به دلیل بالا بودن کارایی و انگیزه های سود جویی، تخصیص بهینه منابع و عوامل تولیدی را در پی خواهد داشت (خان و رینهارت، ۱۹۹۰).

سرمایه گذاری به عنوان عامل تولید و رشد اقتصادی در هر جامعه ای پذیرفته شده است. نبود سرمایه گذاری لازم در بخشهای اقتصادی و تولیدی منجر به کندی با حتی توقف رشد اقتصادی خواهد شد. این مسئله به نوبه خود کاهش رفاه عمومی و افزایش نرخ بیکاری را به دنبال خواهد داشت. این موضوع اهمیت توجه به مسئله سرمایه گذاری را افزایش می دهد. لیکن بررسی مطالعات انجام شده طی سالهای گذشته نشان می دهد که موانع و علل عمده ای وجود دارند که سرمایه گذاری در بخش های تولید و صنعتی را کاهش داده است. این امر به نوبه خود سرمایه ها را به سمت فعالیت های غیر تولیدی و صنعتی سوق داده است. هر چند با اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی، حمایت از بخش خصوصی و کاهش تصدیگری و خروج دولت از سرمایه گذاری هایی که بخش خصوصی می تواند در آن فعال باشد، رونق بیشتری گرفته است. لیکن موانع سرمایه گذاری بخش خصوصی، بالاخص در بخشهای تولیدی و صنعتی، همچنان به عنوان معضلات اساسی فعالیتهای اقتصادی و سرمایه گذاری وجود دارد که باعث انزوای سرمایه گذاری در بخش خصوصی شده است. بنابراین، دستیابی به علل روی نیاوردن سرمایه ها به سوی بخشهای تولید و صنعتی از اهداف اساسی این تحقیق است.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

انزوای اقتصادی

قطع روابط اقتصادی هم در داخل و هم با دیگر کشورها را انزوای اقتصادی تعبیر می کنند چرا که اگر گردش مالی درست در کشور، با ایجاد شرایط امن برای حضور سرمایه گذاران در فضای اقتصادی کشور همراه شود باعث گسترش صنعت بومی کشور خواهد شد. تنها راه توسعه و جلوگیری از انزوای اقتصادی، سرمایه گذاری در کشور است و برای سرمایه گذاری باید امنیت کسب و کار تقویت شود و این جز همبستگی، همراهی و توسعه ارتباط با جامعه جهانی امکان پذیر نیست.

برندسازی

برند یکی از ارزشمندترین دارایی های نامشهود هر شرکت است که مدیریت مناسب آن می تواند راه را برای رسیدن به سهم بیشتر بازار و سودآوری بیشتر در هر صنعتی هموار سازد. در تعریفی عام، برندسازی شامل کلیه مراحل درگیر در ایجاد یک نام منحصر فرد (برند) و حفظ آن است که با استفاده از نشانه هایی همچون نام، آرم، سمبل و غیره محصول یک فروشنده را از دیگری متفاوت و متمایز می کند. البته برند، فقط محصولات را متفاوت و متمایز نمی کند، بلکه عقاید را بر می انگیزد، احساسات را فرا می خواند و باعث انجام فعالیتهای خاص می شود (کاتلر و کِلر، ۲۰۰۷: ۵۲). برندسازی ایجاد تمایزی منحصر بفرد است که برای مشتریان، کارکنان و مدیران سازمان اهمیت زیادی دارد. داشتن یک برند قدرتمند سبب می شود هزینه های یک شرکت به واسطه جلوگیری از سرمایه گذاری های نامناسب و بی هدف به طور کاملاً محسوسی کاهش پیدا کنند. از جمله دلایل مهم برندسازی در نزد سازمان ها، تمایل به رهبر بودن، پیشی گرفتن در صحنه ی رقابت و دسترسی کارمندان به بهترین امکانات به منظور دست یابی به مشتریان کم هزینه تر می باشد، منظور از مشتریان کم هزینه تر این است که در صورتی که مشتری با برند سازمان آشنا باشد و احساس مناسبی نسبت به آن داشته باشد، سازمان هزینه تبلیغات، زمان و... کمتری برای تبدیل وی به یک مشتری بالقوه یا وفادار متحمل خواهد شد.

انعطاف پذیری بازار کار

انعطاف پذیری بازار کار شرایطی است که در آن نیروهای بازار خود حاکم بر سرنوشت خویش در بازار هستند. بازار کار انعطاف پذیر مکانی است که هیچ گونه مانعی اعم از فرهنگی، سیاسی، مالی و... بر سر راه خود نداشته باشد. به این ترتیب هر عامل خارجی به جز نیروهای عرضه و تقاضا محدودیت ها و قیودی را بر این بازار تحمیل می کند. یکی از مهمترین عوامل رقابت پذیری در کشورها ساختار انعطاف پذیر بازار کار است. در این زمینه برخی براین باورند که هرچه بازار کار انعطاف پذیری بیشتری داشته باشد به همان نسبت رقابت پذیری اقتصادی

کشور بیشتر می شود (بهکیش، ۱۳۸۰). انعطاف پذیری در فرایند جهانی شدن برای افزایش رقابت پذیری یکی از مهمترین عوامل به حساب می آید. امروزه اقتصاد جهانی که به دنبال نوعی یکپارچگی است بیش از هر زمان دیگر، امکان دسترسی گسترده تر به بازارهای جهانی را برای فعالیت های بازرگانی فراهم کرده است. وجود چنین بستری، موجب گسترش حجم مبادلات بین المللی و ترغیب بیشتر کشورها برای پیوستن به بازارهای جهانی شده است. علاوه براین، رقابت آزاد و لزوم بقا، موجب نوسازی تجهیزات کارخانجات و منابع تولیدی، تطبیق با محیط و انعطاف پذیری، رشد دانش و مهارت های کارکنان، بهبود مدیریت و مواردی از این قبیل خواهد بود. بنابراین، افزایش میزان انعطاف پذیری در بنگاه، از ضرورت های رقابت پذیری در فرایند جهانی شدن است (رنانی، اربابیان، میرزایی، ۱۳۸۹).

توزیع اعتبارات

رشد اقتصادی همواره یکی از اهداف مهم دولتها در کشورهای درحال توسعه بوده است. به موجب آن بانکها با فراهم آوردن منابع مورد نیاز برای سرمایه گذاری واقعی نقش واسطه گری مالی، قادر به تأثیرگذاری بر رشد اقتصادی شده اند (مک کینون و شاو، ۱۹۷۳). بکسی و وانگ (۱۹۹۷) به نقش واسطه گران مالی با تعیین و جهت یابی منابع به سمت پروژه های با بازدهی بالا کارایی سرمایه گذاری را افزایش می دهند و در صورتی که نوآوری و دانش پشتوانه منابع سرمایه ای باشد میتوان انتظار افزایش در رشد اقتصادی را داشت. در کل میتوان گفت بازارهای پولی و مالی اهمیت ویژهای در نظام اقتصادی کشورها دارد و در ادبیات و توسعه اقتصادی پایدار از الزامات مهم دستیابی به آن محسوب میشود، به گونه ای که بسط و توسعه بهینه و مناسب بازارهای پولی و مالی را از ابزارهای مهم توسعه میدانند (بانک مرکزی، ۱۳۸۲).

نظریه های مختلفی بر ارتباط بین تسهیلات اعطایی شبکه بانکی به عنوان یک متغیر پولی و سرمایه گذاری به عنوان یک متغیر واقعی اقتصاد به صورت غیر مستقیم و از طریق تأمین وجوه سرمایه گذاری تأکید می ورزند و تمامی این نظریه ها نیز بر تأثیر سرمای هگذاری بر رشد اقتصادی تأکید می کنند. رابطه بین سرمایه گذاری خصوصی و تغییرات در اعتبارات بانک ها از چندین حوزه نظری دیگر نیز می تواند مورد بحث قرار گیرد. اولاً، قسمتی از هر بخش اقتصاد اعم از مالی و غیر مالی به وجوه نقد قابل دسترس وابسته است که می تواند به عنوان یک محدودیت کوتاه مدت عمل کند (ماین، ۱۹۷۳). اگر چه بنگاه های اقتصادی در کشورهای در حال توسعه نسبت به کشورهای پیشرفته کوچکترند، اما، عموماً نیازهای مالی بنگاه ها از منابع داخلی خودشان تجاوز می کند، در نبود بازارهای سرمایه توسعه یافته؛ وام های کوتاه مدت و میان مدت می تواند فشارهای وارده به کارآفرینان را برای اداره بنگاه کاهش دهد.

عدم اطمینان محیطی

به مثابه منشاء حوادث و روندهای متغیری تعریف می شود که فرصت ها و تهدیدهایی را برای سازمان خلق می کند (محقر و همکاران، ص ۱۳۸۸). چنانچه سازمان ها خواهان بقا و افزایش اثربخشی خود باشند، باید خود را با محیط تطبیق دهد. محیط از این جهت اهمیت دارد که همه محیط ها یکی نیستند. محیطها بر اساس آنچه آنها عدم اطمینان محیطی می نامند، نسبت به هم متفاوتند. براساس نظر پنروس (۱۹۹۵)، محیط خارجی برای هر شرکت منحصر به فرد است، در حالی که این محیط سیال بوده و قابلیت آن را دارد تا به وسیله رهبران شرکت ها برای رسیدن به اهداف دستکاری شود و ممکن است به واسطه عدم اطمینان باعث محدود شدن فرصت های سازمان شود. خاندوالا (۱۹۷۷) توضیح داد که در هنگام طرح ریزی یک سازمان، محیط بیرونی به عنوان منبعی که به طور همزمان فشارها و پویایی هایی را برای سازمان به همراه دارد عمل می کند. نوع ارتباط متقابل بین سازمان و محیط آن وجود دارد که عبارتند از: ۱- شرکت هایی که در ارتباط خود با محیط کنترل اندک یا هیچ کنترلی روی ورودی های محیط ندارند. ۲- شرکت هایی که در ارتباط خود تعادل دارند. ۳- سازمان هایی که بر محیط تسلط دارند (مانند دولت) و تا حد زیادی بر ورودی ها و خروجی های محیط اثر می گذارند. در نتیجه، براساس نظر خاندوالا (۱۹۷۷)، شرکت و رابطه شرکت با محیطی که در آن قرار دارد، اثر مهمی بر توانایی شرکت در اجرا استراتژی تجاری خود و رقابت در بازار دارند. براساس کار صورت گرفته توسط خاندوالا؛ میلر و فریزن (۱۹۷۸) عنوان کردند که محیط شرکت به طور کامل روی پاسخ استراتژیک شرکت ها کنترل ندارد و شرکت ها می توانند از طریق تحلیل فعالیت ها، نوآوری در محصولات یا بازارها، بکارگیری استراتژی های مناسب و یا به عبارت دیگر گرایش کارآفرینانه با فشارهای محیطی سازگار شوند. برخی از نظریه پردازان به جنبه های خاصی از محیط تأکید کرده و تعاریف خود از محیط خارج سازمان را براساس آن ارائه نموده اند. برای مثال، مفهوم سازی ارائه شده توسط دانکن (۱۹۷۲)، عدم اطمینان محیطی را بعنوان سازه ای که دارای دو بُعد پویایی و پیچیدگی در نظر گرفته است. سه نشانگر عملیاتی از این ابعاد ساخته شدند: کفایت اطلاعات درباره عامل خاص در سوال، اهمیت عامل برای عملکرد شرکت، و قابلیت پیش بینی واکنش عامل به تصمیمات شرکت. تغییر محیطی دامنه ای از ایستا (جائیکه تغییر محیطی خیلی کم است) تا پویا (که تغییرات محیطی شدید است) را دربر می گیرد.

هر چه محیط پویاتر باشد، مدیریت برای پیش بینی احتمالات مرتبط با راهکارهای تصمیمات مختلفی که قصد انجامشان را دارد، با مشکلات بیشتری روبروست. اگر همه شرایط دیگر یکسان فرض شوند، مدیریت ترجیح خواهد داد، محیطی ایستا و بدون تغییر را انتخاب کند، زیرا در چنین محیطی مسائل و مشکلاتی که احتمالاً وجود دارند از قابلیت پیش بینی زیادی برخوردارند. پیچیدگی محیطی به تعداد عناصر خارجی که می توانند عملیات سازمان را تحت تأثیر قرار داده، برمی گردد. عوامل اثرگذار بر میزان عدم اطمینان مانند: اطلاعات ناکافی، عدم وضوح ساختار مشکل، عدم توانایی در تعریف راه حل های جایگزین برای حل مشکل، عدم دسترسی به منابع اطلاعاتی، ویژگی های شخصی تصمیم گیرنده مانند تجربه، مهارت، آموزش و توانایی های شناختی عدم اطمینان را افزایش می دهد. از دید واقع گرایان عدم اطمینان ویژگی جداناپذیر زندگی روزمره سازمانهاست که باید بطور ساده یاد بگیرند که چگونه با آن زندگی کنند. بنابراین بسیاری از صاحبزنان پیشنهاد می کنند که سازمان ها از تئوری بازی ها برای کاهش عدم اطمینان استفاده کنند. برخی از سازمان ها نیز از طرق مختلف از جمله خلاقیت و نوآوری اقدام به تولید اطمینان می کنند. این اقدامات معمولاً مطلوبیت ها و یا ارزشهای مورد انتظار نامیده می شوند. برخی دیگر از صاحبزنان نیز پیشنهاد می کنند که سازمانها بر اخذ تصمیمات کوتاه مدت تمرکز کنند. با شکستن سناریوهای آینده به یک سری گام های کوچکتر، تصمیم گیرندگان می توانند تعداد تصمیمات بلندمدت را که دارای عدم اطمینان زیادی هستند، کم کنند (سایر و مارچ، ۱۹۹۲). یکی دیگر از استراتژی های کاهش عدم اطمینان تحمیل کردن رویه های استاندارد و قوانین خاص بر محیط سازمانهاست به این امید که با کنترل حداقل یک بخش از محیط بتوانند عدم اطمینان را کاهش دهند. در این روش مدیران برای ایجاد ثبات در سازمان در گذر زمان، از مجموعه قوانین و استانداردهای عملیاتی استفاده می کنند. این قوانین و رویه ها تجربه یادگرفته شده سازمان از حوادث قبلی است که اولین مرجع در هنگام بروز مشکل هستند. هرچقدر که در سازمان تمرکزگرایی کمتر و تفویض اختیار به اعضای سازمان بیشتر باشد، بقای سازمان تا حد زیادی به پایداری اعضا به این قوانین و استانداردها بستگی دارد (ریچ و مارشال، ۱۹۹۳).

امروزه از مهم ترین عوامل تأثیرگذار بر اقتصاد کشورها، سرمایه گذاری و موارد مرتبط آن است. این موضوع به دلیل اینکه عاملی برای تولید، اشتغال و به حرکت درآوردن چرخ های اقتصادی هر کشوری است، از جمله موضوعات اجتناب ناپذیر است. ارزش یک شرکت، تابع سودآوری سرمایه گذاری های آن شرکت است؛ لذا مدیران با هدف حداکثر نمودن ثروت سهامداران، باید با شناخت عوامل موثر بر سطح سرمایه گذاری، بین انتظارات سهامداران و فرصت های سرمایه گذاری مطلوب شرکت، تعامل برقرار نمایند تا هم فرصت های سودآور سرمایه گذاری را از دست ندهند و هم رضایت سهامداران را جلب کنند (فزازی، ۲۰۰۰).

سرمایه گذاری را می توان یکی از ارکان اساسی اقتصاد کشورها دانست. تردیدی نیست افزایش تولید که یکی از نخستین گام های فرآیند توسعه محسوب می گردد، مستلزم افزایش سرمایه گذاری خواهد بود. به همین دلیل، نظریه هایی در علم اقتصاد مطرح است که علت توسعه نیافتگی برخی از کشورها را کمبود سرمایه و سرمایه گذاری پنداشته است (نخجوانی، ۱۳۸۲). سرمایه گذاری نسبت به تغییر و تحول سیاست ها بسیار حساس است و سریعاً واکنش نشان می دهد. عوامل زیادی بر سرمایه گذاری اثر می گذارند اما تأثیر آنها در همه زمان ها و مکان ها یکسان نیست (استرلی و لوین، ۲۰۰۱). سرمایه گذاری دولتی معمولاً مستقل از انگیزه کسب سود و درآمد صورت می گیرد؛ و حال سرمایه گذاری خصوصی تحت انگیزه کسب سود قرار دارد و نسبت به شرایط کلان، نااطمینانی و بی ثباتی سیاست ها بسیار حساس است و در این شرایط جهت جبران کاهش سرمایه گذاری خصوصی، ممکن است سرمایه گذاری دولتی افزایش یابد.

مک کینون و شاو (۱۹۷۳) در پژوهشی که برای کشورهای در حال توسعه انجام داده اند، سرمایه گذاری خصوصی را تابعی مثبت از موجودی واقعی پول فرض کرده اند، یعنی اینکه سرمایه گذاران در این کشورها به دلیل محدودیت دستیابی به منابع مالی از طریق تسهیلات اعطایی بازار پول و نیز محدودیت دسترسی به منابع مالی از طریق بازار سرمایه و سهام به دلیل گسترش محدود این گونه بازارها قبل از اقدام به سرمایه گذاری، وضعیت خود را نسبت به موجودی نقدی انباشت شده مورد ارزیابی قرار می دهند.

اسپاتارونو و اسمارزینسکا جاورچیک (۲۰۰۴) مقررات بازار کار برای سرمایه گذاران خارجی را مورد بررسی قرار داده است. نتیجه بررسی ها نشان می دهد که هرچه انعطاف پذیری بازار کار در کشور میزبان نسبت به کشور سرمایه گذار بیشتر باشد نه تنها احتمال سرمایه گذاری بیشتر می شود بلکه احتمال اینکه سرمایه گذاری از حجم زیادی برخوردار باشد نیز افزایش می یابد.

حسینی زاده بحرینی و ملک الساداتی (۱۳۸۹) در تحقیقی با عنوان "موانع نهادی سرمایه گذاری و کسب و کار در ایران" پس از بازخوانی مؤلفه های محیط نهادی کسب و کار، احساس ناامنی و نگرانی سرمایه گذاران و اصحاب کسب و کار در کشور ایران را در قالب چندین متغیر ذهنی اندازه گیری کرده است. سپس با استفاده از نتایج دست آمده فرضیه های متعددی با هدف مقایسه محیط نهادی کسب و کار در جامعه ایران با محیط نهادی کسب و کار در دو جامعه مرجع (کل جهان و کشورهای توسعه یافته) مورد آزمون قرار داده است. نتایج این آزمون ها نشان میدهد که مؤلفه های تشکیل دهنده محیط نهادی کسب و کار در ایران، در قریب به اتفاق موارد، نسبت به کشورهای توسعه یافته و کل جهان در وضعیت بدتری قرار دارند.

بلو و همکاران (۲۰۱۳)، نقش برند را در ارزش شرکت مورد آزمون قرار دادند. ارزشیابی آنها از برند شرکت به کمک هزینه های تبلیغات شرکت صورت گرفته و به کمک این ارزیابی به این نتیجه رسیدند که شرکت های که بر روی برند خود متمرکز هستند نسبت به سایر شرکتها ارزش سهام بیشتری دارند.

فرهاد رهبر، فرشید مظفری خامنه، شاپور محمدی (۱۳۸۶) در مقاله ای موانع سرمایه گذاری و تاثیر آن بر رشد اقتصادی در ایران مورد بررسی قرار داده است. در این مقاله سعی شده است تا تأثیر امنیت سرمایه گذاری بر رشد اقتصادی ایران مورد بررسی قرار گیرد. نتایج نشان می دهند که متغیر امنیت سرمایه گذاری بر رشد اقتصادی تأثیر مثبت و معنی دار دارد.

علیرضا اقبالی، حمیدرضا حلاقی و ریحانه گسگری (۱۳۸۳) رابطه میان مخارج دولتی و سرمایه گذاری بخش خصوصی را مورد بررسی قرار داده اند. نتایج به دست آمده حاکی از این است که سرمایه گذاری در بخش خصوصی تابعی مستقیم از متغیرهای تولید ناخالص داخلی و اعتبارات بانکی به این بخش و مخارج دولت است.

طالبی (۱۳۷۸)، در پایان نامه کارشناسی ارشد خود به بررسی عوامل مؤثر بر تغییرات میزان سرمایه گذاری بخش خصوصی در ایران (۱۳۳۸-۷۵) پرداخته است. نتایج تحقیق وی حاکی است که اعتبارات اعطایی بانک ها به بخش خصوصی بیشترین تأثیر مستقیم و در کنار آن متغیرهای همچون تولید ناخالص داخلی با درجه اهمیت کمتری بر سرمایه گذاری خصوصی مؤثرند.

فرضیه های تحقیق

- ۱- توانایی در برندسازی با انزوای سرمایه گذاران در بخش خصوصی ارتباط معناداری دارد.
- ۲- انعطاف پذیری بازار کار با انزوای سرمایه گذاران در بخش خصوصی ارتباط معناداری دارد.
- ۳- نحوه ی توزیع اعتبارات با انزوای سرمایه گذاران در بخش خصوصی ارتباط معناداری دارد.
- ۴- عدم اطمینان محیطی با انزوای سرمایه گذاران در بخش خصوصی ارتباط معناداری دارد.

روش شناسی تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف یک تحقیق کاربردی محسوب می شود و از نظر ماهیت و روش، توصیفی از نوع همبستگی می باشد. جامعه آماری این پژوهش را مدیران شرکت های صنعتی در شهر شیراز در سال ۱۳۹۷ تشکیل می دهد. در این تحقیق بر اساس جدول کرجسی و مورگان و کوهن حجم نمونه ۱۴۹ نفر تعیین گردید، و نمونه ها بر اساس شرایط موجود در جامعه بصورت تصادفی ساده انتخاب شدند. جهت گردآوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری و ادبیات پژوهش از منابع کتابخانه ای، مقالات و نیز از شبکه جهانی اطلاعات (اینترنت) استفاده شده است. به منظور جمع آوری داده ها و اطلاعات برای تجزیه و تحلیل از پرسش نامه استفاده شده است. این پرسش نامه درمجموع شامل ۳۶ سؤال است. برای روایی پرسشنامه از نظرات متخصصان و صاحب نظران استفاده گردیده و تعدیلاتی در پرسشنامه داده شد. برای پایایی پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است مقدار آلفای کرونباخ مربوط به هر متغیر و مجموع متغیرها از ۰/۷ بیشتر است؛ بنابراین، تمامی متغیرها از پایایی مناسب برخوردار است. راهبرد جمع آوری داده ها در این تحقیق از نوع پیمایشی و ابزار اصلی گردآوری داده ها، پرسشنامه می باشد و روش این تحقیق میدانی است.

یافته های پژوهش

برای تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده ابتدا آمار توصیفی که به توصیف متغیرهایی مانند محاسبه فراوانی، درصد، میانگین، انحراف معیار میپردازد؛ مورد بررسی قرار می گیرد. در آمار استنباطی به منظور بررسی نوع توزیع داده ها از آزمون کلموگروف اسمیرنوف و برای تعیین روابط، از آزمون همبستگی و تعیین تاثیر متغیرها از رگرسیون چندگانه به وسیله نرم افزار spss24 استفاده می شود.

شاخص های توصیفی متغیرهای تحقیق

جدول ۱: شاخص های توصیفی متغیرهای مورد مطالعه

متغیر	نمونه	میانگین	واریانس	انحراف معیار
انزوای اقتصادی	۱۴۹	۲/۷۱	۰/۳۷۷	۰/۶۱۳
توانایی در برندسازی	۱۴۹	۳/۲۴	۰/۷۰۳	۰/۸۳۸
انعطاف پذیری بازار کار	۱۴۹	۳/۵۵	۰/۵۷۷	۰/۷۵۹
توزیع اعتبارات	۱۴۹	۳/۵۹	۰/۶۰۸	۰/۷۷۹
عدم اطمینان محیطی	۱۴۹	۲/۳۲	۰/۵۲۹	۰/۷۲۷

همانطور که در جدول ۱ مشاهده می شود، میانگین نمرات متغیرهای موجود در تحقیق به جز انزوای اقتصادی و عدم اطمینان محیطی از مقدار عددی ۳ (حد وسط طیف لیکرت ۱ تا ۵) بیشتر بدست آمده است.

بررسی نرمالیتی داده های متغیرها

اگر سطح معناداری این آزمون از مقدار خطای ۰,۰۵ کمتر باشد، نشان از غیر نرمال بودن و اگر سطح معناداری آزمون از ۰,۰۵ بیشتر باشد، نشان از نرمال بودن داده های آن متغیر می باشد.

جدول ۲: نتایج نرمال بودن متغیرهای موجود در تحقیق

نتیجه آزمون	کلموگروف اسمیرنوف		متغیرها و گویه ها
	آماره	سطح معناداری	
نرمال نیست	۱/۶۴۶	۰/۰۰۹	انزوای اقتصادی
نرمال نیست	۱/۹۱۰	۰/۰۰۱	توانایی در برندسازی
نرمال نیست	۲/۲۱۸	۰/۰۰۰	انعطاف پذیری بازار کار
نرمال نیست	۲/۸۹۲	۰/۰۰۰	توزیع اعتبارات
نرمال نیست	۱/۷۸۰	۰/۰۰۴	عدم اطمینان محیطی

همانطور که در جدول ۲ مشخص است، چون سطح معناداری تمامی متغیرها کمتر از ۰,۰۵ بدست آمده است باید گفت که توزیع داده های این متغیرها نرمال نمی باشند ($P > 0.05$). بنابراین از ضریب همبستگی اسپیرمن جهت سنجش ارتباط بین متغیرها استفاده خواهد شد.

آزمون همبستگی اسپیرمن

جدول ۳: ضرایب همبستگی اسپیرمن بین متغیرهای تحقیق

متغیر	انزوای اقتصادی	توانایی در برندسازی	انعطاف پذیری بازار کار	توزیع اعتبارات	عدم اطمینان محیطی
انزوای اقتصادی	همبستگی	۱			
	خطا	۰			
توانایی در برندسازی	همبستگی	-۰/۶۶۴	۱		
	خطا	۰/۰۰۰	۰		
انعطاف پذیری بازار کار	همبستگی	-۰/۶۸۴	۰/۵۸۵	۱	

		۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	خطا	
	۱	۰/۳۷۴	۰/۴۲۸	-۰/۵۲۸	همبستگی	توزیع اعتبارات
	۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	خطا	
۱	-۰/۲۶۷	-۰/۵۴۱	-۰/۵۸۴	۰/۶۴۸	همبستگی	عدم اطمینان محیطی
۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	خطا	

آزمون فرضیه های پژوهش

فرضیه اول: توانایی در برندسازی با انزوای اقتصادی سرمایه گذاران در بخش خصوصی ارتباط معناداری دارد.

جدول ۴: ضرایب همبستگی اسپیرمن و رگرسیون برای فرضیه اول

متغیر	انزوای اقتصادی			
	ضریب همبستگی	سطح معناداری (sig)	ضریب استاندارد بتا	آماره T
توانایی در برندسازی	-۰/۶۶۴	۰/۰۰۰	-۰/۱۱۹	-۲/۹۸۸
				سطح معناداری (sig)
				۰/۰۰۰

باتوجه به نتایج جدول ۴ ضریب همبستگی بین متغیرهای توانایی در برندسازی و انزوای اقتصادی در سطح اطمینان (۰/۹۵) ($p < ۰/۰۵$) معنادار است. همچنین با توجه محاسبات رگرسیون، ضریب استاندارد بتا ۱۱ درصد، و آماره T در سطح خطای ($p < ۰/۰۵$) معنادار بدست آمده است چنین نتیجه گرفته می شود که متغیر برندسازی به میزان ۱۱ درصد بر انزوای اجتماعی تاثیر دارد و این تاثیر به بصورت منفی است و با افزایش توانایی در برندسازی، انزوای اجتماعی کاهش می یابد و برعکس.

فرضیه دوم: انعطاف پذیری بازار کار با انزوای اقتصادی سرمایه گذاران در بخش خصوصی ارتباط معناداری دارد.

جدول ۵: ضرایب همبستگی اسپیرمن و رگرسیون برای فرضیه دوم

متغیر	انزوای اقتصادی			
	ضریب همبستگی	سطح معناداری (sig)	ضریب استاندارد بتا	آماره T
انعطاف پذیری بازار کار	-۰/۶۸۴	۰/۰۰۰	-۰/۰۹۸	-۲/۳۱۰
				سطح معناداری (sig)
				۰/۰۰۰

باتوجه به نتایج جدول ۵ ضریب همبستگی بین متغیرهای انعطاف پذیری بازار کار و انزوای اقتصادی در سطح اطمینان (۰/۹۵) ($p < ۰/۰۵$) معنادار است. همچنین با توجه محاسبات رگرسیون، ضریب استاندارد بتا ۹ درصد، و آماره T در سطح خطای ($p < ۰/۰۵$) معنادار بدست آمده است. چنین نتیجه گرفته می شود که متغیر انعطاف پذیری بازار کار به میزان ۹ درصد بر انزوای اقتصادی تاثیر دارد و این تاثیر به بصورت منفی است و با افزایش انعطاف پذیری بازار کار، انزوای اقتصادی کاهش می یابد.

فرضیه سوم: نحوه ی توزیع اعتبارات با انزوای اقتصادی سرمایه گذاران در بخش خصوصی ارتباط معناداری دارد.

جدول ۶: ضرایب همبستگی اسپیرمن و رگرسیون برای فرضیه سوم

متغیر	انزوای اقتصادی			
	ضریب همبستگی	سطح معناداری (sig)	ضریب استاندارد بتا	آماره T
توزیع اعتبارات	-۰/۵۲۸	۰/۰۰۰	-۰/۰۷۲	-۱/۹۷۶
				سطح معناداری (sig)
				۰/۰۰۰

باتوجه به نتایج جدول ۶ ضریب همبستگی بین متغیرهای توزیع اعتبارات و انزوای اقتصادی در سطح اطمینان (۰/۹۵) ($p < ۰/۰۵$) معنادار است. همچنین با توجه محاسبات رگرسیون، ضریب استاندارد بتا ۷ درصد، و آماره T در سطح خطای ($p < ۰/۰۵$) معنادار بدست آمده است چنین نتیجه گرفته می شود که متغیر توزیع اعتبارات به میزان ۷ درصد بر انزوای اقتصادی تاثیر دارد که مقدار کمی است و این تاثیر به بصورت منفی است و با افزایش توزیع اعتبارات، انزوای اقتصادی کاهش می یابد و برعکس.

فرضیه چهارم: عدم اطمینان محیطی با انزوای اقتصادی سرمایه گذاران در بخش خصوصی ارتباط معناداری دارد.

جدول ۷: ضرایب همبستگی اسپیرمن و رگرسیون برای فرضیه چهارم

متغیر	انزوای اقتصادی			
	ضریب همبستگی	سطح معناداری (sig)	ضریب استاندارد بتا	آماره T
عدم اطمینان محیطی	۰/۶۴۸	۰/۰۰۰	-۰/۱۱۶	۲/۸۴۳
				سطح معناداری (sig)
				۰/۰۰۰

باتوجه به نتایج جدول ۷ ضریب همبستگی بین متغیرهای عدم اطمینان محیطی و انزوای اقتصادی در سطح اطمینان (۰/۹۵) ($p < ۰/۰۵$) معنادار است. همچنین با توجه محاسبات رگرسیون، ضریب استاندارد بتا ۱۱ درصد، و آماره T در سطح خطای ($p < ۰/۰۵$) معنادار بدست آمده است. چنین نتیجه گرفته می شود که متغیر عدم اطمینان محیطی به میزان ۱۱ درصد بر انزوای اقتصادی تاثیر دارد و این تاثیر به صورت مثبت است و با افزایش عدم اطمینان محیطی، انزوای اقتصادی افزایش می یابد.

مقادیر R چندگانه و مربع R

جدول ۸: مقادیر R چندگانه و مربع R

	مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای معیار
۱		۰/۸۲۹	۰/۶۸۷	۰/۶۸۶	۰/۳۳۳۷
۲		۰/۸۴۲	۰/۷۰۹	۰/۷۰۷	۰/۳۳۲۳
۳		۰/۸۴۷	۰/۷۱۷	۰/۷۱۴	۰/۳۲۸۱
۴		۰/۸۴۹	۰/۷۲۲	۰/۷۱۸	۰/۳۲۵۷

۱: توانایی در برندسازی

۲: توانایی در برندسازی و عدم اطمینان محیطی

۳: توانایی در برندسازی، عدم اطمینان محیطی و انعطاف پذیری بازار کار

۴: توانایی در برندسازی، عدم اطمینان محیطی، انعطاف پذیری بازار کار و توزیع اعتبارات

در جدول ۸ روش گام به گام ابتدا متغیر اول براساس بیشترین میزان تاثیر وارد معادله می شود و اگر متغیرهای دیگر هم به صورت معنادار بتوانند بر متغیر وابسته اثرگذار باشند در گام های بعدی وارد معادله می شوند. ضریب همبستگی بین متغیرهای توانایی در برندسازی و انزوای اقتصادی برابر با ۰/۸۲۹ و ضریب تعیین در این مدل نشان از تبیین تغییرات ۶۸ درصدی در این مرحله را نشان می دهد. در مدل دوم با اضافه شدن متغیر عدم اطمینان محیطی ضریب همبستگی ۰/۸۴۲ و ضریب تعیین ۷۰ درصد، در مدل سوم ضریب همبستگی ۰/۸۴۷ و ضریب تعیین ۷۱ درصد و در مدل چهارم و نهایی که همه متغیرها حضور دارند ضریب ۰/۸۴۹ و ضریب تعیین ۷۲/۲ درصد می باشد. به عبارت دیگر در مدل کلی تحقیق وقتی همه متغیرهای مستقل حضور دارند ضریب همبستگی به بالاترین حد خود می رسد و تغییرات متغیر انزوای اقتصادی به میزان ۷۲/۲ درصد تبیین می شود. این نتیجه به نوعی نشان از حمایت مدل تحقیق دارد.

معادله رگرسیون

جدول ۹: معادله رگرسیون

	متغیرها	ضرایب غیر استاندارد		ضریب استاندارد شده	T	سطح معناداری
		B	خطای استاندارد			
۱	عدد ثابت	۵/۴۷۰	۰/۰۹۷	---	۵۶/۱۳۰	۰/۰۰۰
	توانایی در برندسازی	-۰/۱۱۶	۰/۰۲۸	-۰/۱۵۹	-۴/۰۹۹	۰/۰۰۰
۲	عدد ثابت	۵/۰۶۱	۰/۱۹۶	--	۲۵/۸۷۵	۰/۰۰۰
	توانایی در برندسازی	-۰/۰۹۷	۰/۰۲۹	-۰/۱۳۲	-۳/۲۹۴	۰/۰۰۱
	انعطاف پذیری بازار کار	-۰/۱۰۰	۰/۰۳۳	-۰/۱۲۴	-۲/۹۹۹	۰/۰۰۳

۰/۰۰۰	۲۵/۰۷۶	----	۰/۱۹۸	۴/۹۷۲	عدد ثبات	۳
۰/۰۰۱	-۳/۲۶۵	-۰/۱۳۰	۰/۰۲۹	-۰/۰۹۵	توانایی در برندسازی	
۰/۰۱۸	-۲/۳۶۷	-۰/۱۰۰	۰/۰۳۴	-۰/۰۸۱	انعطاف پذیری بازار کار	
۰/۰۱۳	۲/۴۸۵	۰/۱۰۰	۰/۰۳۴	۰/۰۸۴	عدم اطمینان محیطی	
۰/۰۰۰	۲۵/۲۰۴	----	۰/۱۹۷	۴/۹۷۶	عدد ثبات	۴
۰/۰۰۳	-۲/۹۸۸	-۰/۱۱۹	۰/۰۲۹	-۰/۰۸۷	توانایی در برندسازی	
۰/۰۲۱	-۲/۳۱۰	-۰/۰۹۸	۰/۰۳۴	-۰/۰۷۹	انعطاف پذیری بازار کار	
۰/۰۰۵	۲/۸۴۳	۰/۱۱۶	۰/۰۳۵	۰/۰۹۸	عدم اطمینان محیطی	
۰/۰۴۹	-۱/۹۷۶	-۰/۰۷۲	۰/۰۲۹	-۰/۰۵۷	توزیع اعتبارات	

در جدول ۹ ضرایب بتا میزان پیش بینی کننده گی متغیرهای پیش بین بر متغیر ملاک انزوای اقتصادی را نشان می دهد. همانطور که ملاحظه می شود در هر مرحله یک متغیر به مدل تحقیق اضافه شده است و در مدل دوم به بعد می توان میزان پیش بینی کننده گی متغیرهای پیش بین را با هم مقایسه کرد در مرحله چهارم این جدول پیش بینی کننده های متغیر انزوای اقتصادی به ترتیب، توانایی در برندسازی ۱۱ درصد، عدم اطمینان محیطی ۱۱ درصد، انعطاف پذیری بازار کار ۱۰ درصد و توزیع اعتبارات ۷ درصد محاسبه شده است، که معناداری این نتایج از طریق آزمون ($P < 0/05$) نشان از معناداری ضرایب رگرسیون دارد.

بحث و نتیجه گیری

تشویق و تقویت سرمایه گذاری بخش خصوصی باید به یک اولویت مهم تبدیل شود. برخوردار شدن از یک بخش خصوصی پویا و جذب سرمایه های خصوصی بیشتر مستلزم تدوین و اجرای سیاست های حمایتی کلان و انجام اصلاحات ساختاری و نهادی است. هرگونه اقدامی در راستای بهبود دسترسی بخش خصوصی به منابع مالی و اعتبارات بانکی مطمئناً در ترغیب فعالان این بخش به سرمایه گذاری بیشتر نقش بسیار مهمی ایفا خواهد کرد. تعریف یا افزایش پوشش خدمات اعتباری جدید، حمایت از حقوق اعتباردهندگان، بهبود قوانین و مقررات ورشکستگی و تقویت نظام بانکی از جمله اقداماتی هستند که می توان به کمک آنها دسترسی بخش خصوصی به منابع مالی و اعتبارات بانکی را بهبود بخشید. در این مقاله تاثیر ۴ مورد از متغیرهای موثر بر انزوای اقتصادی سرمایه گذاران مورد بررسی قرار گرفت. طبق تحلیل صورت گرفته تمامی متغیرهای مستقل با متغیر وابسته (انزوای اقتصادی) ارتباط معناداری دارند. طبق فرضیه اول توانایی در برندسازی بر انزوای اقتصادی تاثیر دارد و امروز در سایه قوانین دست و پا گیر رشد جوانه برندسازی کالای ایرانی بسیار کند است و به مسیر حمایتی بیشتری برای رشد سریع نیاز دارد. نبود قدرت رقابت و برند دست و پای تولیدکننده را برای عرضه بسته است. امروزه مشتریان حاضرند برای دو جنس مشابه و از لحاظ کیفیت یکسان، قیمت های متفاوتی بپردازند و آنچه که باعث می شود این قیمت متفاوت با رضایت پرداخت شود، تصویر ذهنی مثبتی است که برند آن کالا یا خدمات برای مشتری ایجاد می کند. بنابراین باید تلاش کرد که سرمایه گذاری ها به سمت شرکتهای بخش خصوصی برای ایجاد جنس با کیفیت حرکت کند و برند معتبر برای تولیدات داخلی ایجاد شود.

طبق فرضیه دوم انعطاف پذیری بازار کار بر انزوای اقتصادی سرمایه گذاران تاثیرگذار است. بسیاری قانون زدایی و حذف مقررات دولتی در جهت تسهیل هرچه بیشتر روابط کار را نقطه آغاز انعطاف پذیر نمودن بازار کار می دانند. این گروه معتقدند از آنجا که هدف دولت از دخالت در بازار کار تنها حمایت از کارگر نیست بلکه عملکرد بهینه بازار کار به روش قانون مند مدنظر است، لذا دولت بایستی به تامین منافع توامان کارفرما و کارگر توجه نماید. با این همه نمی توان عدم انعطاف پذیری را تنها در چارچوب حذف مقررات تحمیلی دولت جستجو نمود. در واقع سیال شدن بازار عرضه نیروی کار در سایه حذف مقررات بدون توجه به طرف تقاضای بازار کار، قادر نیست تا مشکلات این بازار را برطرف سازد. بسیاری از بنگاههای تولیدی که متقاضی نیروی کار و بازار کاری منعطف هستند، از الزامات کافی جهت استفاده از این نوع عرضه نیروی کار در جهت افزایش قدرت رقابت پذیری در بازار جهانی برخوردار نیستند. در حال حاضر عملکرد بسیاری از واحدهای تولیدی کشور حاکی از بضاعت اندک بخش تولید در تغییر روشهای تولید و شیوه مدیریت منابع انسانی به منظور افزایش عملکرد می باشد. تلاش برای چند مهارتی نمودن نیروی کار، افزایش مشارکت کارکنان در سیستم تولید و بهره گیری از نیروی کار مناسب در شرایط تغییر تقاضای بازار و یا نیازهای تکنولوژیکی است که می تواند در کنار حذف قوانین و مقررات موجبات کاهش هزینه و افزایش سود آوری و رقابت پایدار را فراهم آورد. عدم توجه به درجه انعطاف پذیری بنگاهها در مدیریت نیروی انسانی و پذیرش هزینه های گردش نیروی کار باعث می شود تا اهداف اقتصادی حاصل از استراتژی انعطاف پذیری بازار کار یعنی افزایش تولید و رشد اقتصادی محقق نگردد. بنابراین ریشه عدم

انعطاف پذیری در بازار کار را می توان علاوه بر دولت در بنگاههای اقتصادی نیز جست. به این ترتیب میتوان نتیجه گرفت که تاکید یکسو بر حذف مقررات دولتی بدون توجه به شرایط طرف تقاضای بازار کار در اقتصاد حاصلی جز بحرانهای اجتماعی در بر نخواهد داشت. همانگونه که عدم توجه به نیازهای طرف تقاضای بازار کار هم در بلندمدت بحران بیکاری را دامن میزند. جهت بهره گیری از منافع یک بازار کار انعطاف پذیر بایستی همزمان طرف عرضه و تقاضای بازار مورد بررسی قرار داده شود.

طبق فرضیه سوم توزیع اعتبارات؛ یکی از مهمترین منابع مورد نیاز شرکت ها برای بقا و ادامه فعالیت، منابع مالی است. بخشی از این منابع مالی عمدتاً از طریق سرمایه گذاری بنیانگذاران شرکت، سهامداران و یا از فروش کالاها و خدمات شرکت تامین می شود. ولی بدیهی است در اکثر اوقات این منابع مالی تکافوی نیازهای شرکت ها را نمی کند و نیاز به منابع مالی دیگری احساس می شود. در پاسخ به این نیاز بانک ها با جذب سپرده های، تسهیلاتی را در اختیار شرکت ها قرار می دهند. چگونگی توزیع اعتبارات (یا وام دهی) بانک ها بر افزایش و یا کاهش فعالیت های تولیدی تأثیر دارند. اینکه اعتبارات به چه میزان، با چه نرخ سودی، به چه گروه و برای کدام فعالیت اقتصادی پرداخت شوند، می تواند کارکرد اقتصاد را تحت تأثیر قرار دهند. هماهنگی ساختار نظام بانکی با سایر بخشهای اقتصادی در بلندمدت، میتواند تأثیر مهمی بر رشد اقتصادی داشته باشد.

طبق فرضیه چهارم عدم اطمینان محیطی بر انزوای اقتصادی سرمایه گذاران موثر است. بسیاری از پژوهشگران به دنبال راه کارهای کاهش عدم اطمینان مسایل آینده به منظور اتخاذ تصمیمات استراتژیک اثربخش هستند. بنابراین شناخت توانمندی های سازمان برای کاهش عدم اطمینان های محیطی در تصمیمات استراتژیک امری بسیار ضروری و مهم است. تجربه نشان می دهد که اکثر مدیران اثربخش کسانی بوده اند که وقت خود را صرف تفکر در مورد نیازهای فعلی و روندهای آتی مؤسسه کرده اند. اما مشکل آنجاست که تجزیه و تحلیل آینده بیش از آنکه پاسخ به سوالات را در پی داشته باشد، موجب افزودن بر سوالات می شود. مدیرانی که آگاهی کافی از شرایط داخلی و خارجی سازمان داشته باشند و فعالانه عمل کنند، موفقیت بیشتری کسب خواهند کرد. بطور کلی حالت ذهنی ای که واژه عدم اطمینان ایجاد می کند، نتیجه عدم دانش کافی شخص در مورد حوادث آینده است که بر میزان اطمینان تصمیم گیرنده از آینده اثر خواهد گذاشت. عدم اطمینان دارای طیف گسترده ایست که ناشی از عوامل متعددی است، از جمله: ماهیت شرایط تصمیم گیری، نوسان محیط، تعداد اهدافی که باید بین آنها تعادل برقرار شود. این مطلب این واقعیت را آشکار می سازد که عدم اطمینان یک مشخصه عینی قابل اندازه گیری نیست که در ذات تصمیم گیری ها وجود داشته باشد؛ بلکه یک مشخصه در نوسان است که میزان آن روز به روز در حال تغییر است. عدم اطمینان را فقط می توان بطور نسبی و یا به صورت مقایسه ای ارزیابی کرد. بطور کلی عدم اطمینان محیطی نتیجه غیرقابل پیش بینی بودن تغییرات آینده محیط است. به عنوان مثال تغییرات آتی در رفتار مصرف کنندگان ممکن است به سختی قابل پیش بینی باشد از اینرو غیرقابل اطمینان است.

منابع و مراجع

- [۱] رهبر، فرهاد. مظفری خامنه، فرشید. محمدی، شاپور (۱۳۸۹). "موانع سرمایه گذاری و تاثیر آن بر رشد اقتصادی در ایران". مجله تحقیقات اقتصادی. شماره ۸۱. ص ۱۳۸-۱۱۱.
- [۲] برجیسین، الف. (۱۳۷۷)، عوامل موثر بر سرمایه گذاری خصوصی در ایران، رساله کارشناسی ارشد.
- [۳] حسینی زاده بحرینی، ملک الساداتی (دی و بهمن ۱۳۹۰). "موانع نهادی سرمایه گذاری و کسب و کار در ایران" ماهنامه پیام اتاق ارومیه سال دوازدهم. شماره ۱۰ ص ۷۶.
- [۴] خلیلی عراقی، مریم (۱۳۷۹)، "بررسی تأثیر سرمایه گذاری خصوصی و دولتی بر رشد صنعتی در اقتصاد ایران"، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
- [۵] عبدلی، قهرمان (۱۳۷۴) "تأثیر پذیری سرمایه گذاری بخش خصوصی از بودجه دولت (بودجه عمرانی) در ایران" ، مجله برنامه و بودجه، شماره ۶۵ و ۶۶.
- [۶] موسوی جهرمی، یگانه و منصوره عبادتی فرد (۱۳۷۸) " اثر سرمایه گذاری دولت در زیرساخت حمل و نقل بر سرمایه گذاری بخش خصوصی و رشد اقتصادی در ایران" مجله پژوهشنامه حمل و نقل، سال ۵، شماره ۴
- [۷] هژبر کیانی، کامبیز (۱۳۸۱) " رابطه سرمایه گذاری بخش خصوصی و دولتی در ایران"، فصلنامه پژوهشهای اقتصادی ایران، شماره ۱۰
- [8] Aschauer, D.A. (1989) "Does public capital crowd out private capital Journal of Monetary Economics, 24, pp. 171-181.
- [9] Blassa, Bela (1978) Export and Economic Growth: Further Evidence Journal of Development Economic, 5 : 2 , pp: 181-189 .
- [10] Hatano, Toshiya (2010) Crowding-in Effect of Public Investment on Private Investment, Policy Research Institute, Ministry of Finance, Japan Public Policy Review, Vol.6, No.1, February 105,
- [11] Kavoussi, Rostam M (1988) Export Expansion and Economic Growth Further Empirical Evidence, Journal of Development Economic, 14 pp:241-250. ,
- [12] Karadag, Metin (2010) The Impact of Public Capital on the Efficiency of Private Manufacturing Industry at the Regional Level, EGE AKADEMİK BAKIŞ / EGE ACADEMIC REVIEW Vol: 10 • Number: 4 •, pp. 1167-
- [13] Khan, Mohsin & S., Carmen M. Reinhart (1990) Private Investment and Economic Growth in Developing Countries. World Development 18 :1 pp19-27.
- [14] Musolesi, Antonio (2011), On public capital hypothesis with breaks Economics Letters, Volume 110, Issue 1, Pages 20-24,
- [15] Narayan , Paresh Kumar (2004), Do public investments crowd out private investments Fresh evidence from Fiji , Journal of Policy Modeling, Volume 26, Issue 6, Pages 747-753
- [16] Nazmi, Nader & M.D, Ramirez (1997) Public and Private Investment and Economic Growth in Mexico, Contemporary Economic Policy, Volume 15 Issue 1, pages 65-75,.
- [17] Ramirez Miguel D (1998) Does Public Investment Enhance Productivity Growth in Mexico? A Cointegration Analysis, Eastern Economic Journal 24, (1), 63-82.