

شناسایی عوامل موثر بر توسعه صادرات تجهیزات پزشکی با استفاده از رویکرد تئوری داده بنیاد

قاسم زارعی / ۱/ بنفشه پارسامهر^۲

چکیده

مقدمه: امروزه صادرات نقشی اساسی در توسعه کشورها دارد و صنعت تجهیزات پزشکی یکی از صنایع مستعد ایران در این زمینه است. هدف پژوهش حاضر شناسایی عوامل موثر بر توسعه صادرات تجهیزات پزشکی بود.

روش پژوهش: پژوهش حاضر از بعد هدف کاربردی و از لحاظ ماهیت پژوهش، اکتشافی و از لحاظ رویکرد از نوع پژوهش کیفی است. در این پژوهش داده‌های حاصل از مصاحبه با ۱۲ نفر از متخصصان و مدیران شرکت‌های فعال در عرصه تجهیزات پزشکی با استفاده از روش تئوری داده بنیاد در طی سه مرحله (کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی) تحلیل گردید.

یافته‌ها: در نتیجه تحلیل داده‌ها تعداد ۳۷ مفهوم از کل مصاحبه‌ها استخراج شد و نهایتاً در کدگذاری انتخابی در پنج مولفه ساختاری، اقتصادی، سازمانی، سیاسی - قانونی و بازاریابی دسته‌بندی شد.

نتیجه‌گیری: شرکت‌های فعال در صنعت تجهیزات پزشکی، برای توسعه صادرات بایستی شاخص‌های معرفی شده در عوامل ساختاری، اقتصادی، سازمانی، سیاسی قانونی، و بازاریابی را در برنامه‌ریزی‌های خود مورد توجه قرار دهند.

کلیدواژه‌ها: توسعه صادرات، تجهیزات پزشکی، تئوری داده بنیاد.

۱- استادیار گروه مدیریت و اقتصاد، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک: info@drgz.ir
۲- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

مقدمه

یک محیط رقابتی برای توسعه و گسترش محصولات پزشکی ایجاد نموده است [۳]. موج گرایش به تقویت تولید و جایگزینی منابع ارزی در سال‌های اخیر و از طرفی پیاده‌سازی شرایط پیوستن به سازمان تجارت جهانی (WHO) صنعت نوپای تجهیزات پزشکی ایران را درگیر مسائلی چون انتقال تکنولوژی، افزایش ظرفیت‌های تولیدی، بالا بردن کیفیت، صادرات، اخذ مجوزهای ورود به بازارهای بین‌المللی و ... نموده است. با در نظر گرفتن اهمیت ارزآوری برای کشور و با توجه به توانمندی‌ها و امکانات موجود در این زمینه می‌توان با تسهیل شرایط برای تولیدکنندگان داخلی در زمینه‌های مختلف گام موثری در این راستا برداشت [۴].

امروزه وسایل پزشکی از بعد اقتصادی و مالی برای کشورها و دولت‌ها اهمیت زیادی پیدا کرده‌اند. وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی به منظور برنامه‌ریزی و اقدام در جهت حمایت از صادرات در این حوزه در فروردین سال ۱۳۵۰ اقدام به تشکیل کارگروه توسعه صادرات کالا و خدمات سلامت در مرکز مدیریت و هماهنگی امور بازرگانی و تجهیزات پزشکی وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی نموده است. در راستای اقدامات این کارگروه بایستی تسهیل فرآیند بازاریابی کالا و خدمات سلامت و حمایت و ارائه مشاوره به شرکت‌ها جهت حضور در بازارهای جهانی و نیز فراهم آوردن سیستمی جهت ارائه اطلاعات پایه و طبقه‌بندی شده و گزارشات تحلیلی در خصوص بازارهای جهانی و در نهایت ایجاد بسترهای لازم در جهت توسعه صادرات کالا و خدمات سلامت حاصل شود [۵].

ارزش افزوده بالای تجهیزات پزشکی، وجود دانش فراوان و تعداد زیاد متخصصین تحصیل کرده در این زمینه در کشور، در نظر گرفتن سیاست ایران در جایگزینی واردات با تولید داخل، و نیز سیاست افزایش صادرات دولت در این زمینه از مزیت‌های صنعت تجهیزات پزشکی است. با لحاظ کردن این موضوع که اگر کشور به خصوص در حوزه بهداشت و درمان اقدام

صنعت تجهیزات پزشکی امروزه یکی از بزرگ‌ترین صنایع جهان بوده و با صناعی هم‌چون فولاد، پلاستیک، پزشکی و ... ارتباطی تنگاتنگ دارد. هم‌چنین به جرأت می‌توان گفت که صنعت تجهیزات پزشکی به یکی از قدرتمندترین صنایع جهان مبدل شده است. صنعت تجهیزات پزشکی، مخصوصاً صنعت لوازم تجهیزات پزشکی مصرفی در قرن بیستم میلادی ظهور و در حال حاضر به یکی از با ارزش‌ترین صنایع جهان تبدیل شده است. به گونه‌ای که نقش چند صد میلیارد دلاری در تجارت بین‌الملل دارد [۱]. این صنعت زمینه‌های اشتغال بسیاری از مهندسين تجهیزات پزشکی، تکنسین‌های فنی، کارشناسان بخش بازاریابی، تبلیغات و فروش را ایجاد کرده است و تقریباً در تمامی شاخه‌های علوم، از پزشکی گرفته تا هواشناسی، فعالیت‌های گسترده‌ای را انجام می‌دهد. در ابتدا تجهیزات و ابزارهای تجهیزات پزشکی و ارتباطی ساختاری آنالوگ داشتند درحالی که امروزه تقریباً تمامی دستگاه‌های تجهیزات پزشکی دیجیتالی و هوشمند می‌باشند. رشد سریع دستگاه‌های تجهیزات پزشکی و گسترش حوزه‌های اثرگذاری آن از مسائل اساسی است. تاثیرات این فناوری در حوزه تجارت و اقتصاد، شکوفایی و رونق غیرقابل وصفی به تعاملات شرکت‌ها و معاملات مالی جهانی بخشیده است [۲].

سلامت به عنوان ارزش فردی و اجتماعی بر طبق اساسنامه سازمان بهداشت جهانی (WHO) است و از دیدگاه ملت‌ها و نزد همه مکاتب یکی از مهم‌ترین و ابتدایی‌ترین حقوق و نیازهای حیات بشری تلقی شده است. از اینرو دست یافتن به بالاترین سطح سلامت، جزیی از اهداف اجتماعی تمام دولت‌ها به حساب می‌آید. تمامی کشورها در راستای دستیابی به سلامت، به موضوعات مختلف و مرتبطی توجه دارند که مقوله تجهیزات پزشکی یکی از موضوعاتی است که نقش مهمی در یاری رساندن به پزشکان و پیراپزشکان جهت تشخیص درست و کمک به درمان بیماری‌ها ایفا می‌کند. صنعت تجهیزات پزشکی، امروزه

از طرف دیگر میزان ارزش افزوده زیادی که در صنعت تجهیزات پزشکی کشور مشاهده می‌شود و در نهایت با توجه به سیاست‌های دولت مبنی بر حمایت از تولید داخل و تمایلی که به افزایش صادرات نشان داده است، بررسی حوزه صدور تجهیزات پزشکی به خارج از کشور، ضروری به نظر می‌رسد. با توجه به ظرفیت‌های پزشکی موجود در کشور در صورت تاکید بر صادرات در حوزه سلامت و حوزه‌های مرتبط می‌توان گام موثری در زمینه شناخت بازارهای هدف، توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، حمایت از تولیدکنندگان داخلی، تسهیل شرایط صادرات، گرفتن بازار منطقه، کاهش واردات بی‌رویه و غیرضروری دارو و تجهیزات پزشکی و نیز تسهیل فرآیند بازاریابی و صادرات کالا و خدمات سلامت و در نهایت تبدیل ایران به قطب پزشکی و سلامت منطقه و استقلال هر چه بیشتر کشور ایران برداشت. تحقیقات مختلفی به بررسی عوامل موثر بر صادرات پرداخته‌اند که در ادامه به برخی از این پژوهش‌ها اشاره شده است.

هاشمی و همکاران در مطالعه‌ای به بررسی و تحلیل وضعیت عواملی که بر توسعه صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط در بخش شیرینی و شکلات نقش دارند، پرداختند. نتایج این مطالعه نشان داد که متغیر کیفیت بیشترین و متغیر امکانات علمی و تحقیقاتی کمترین اثر را در توسعه صادرات بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط در صنعت مواد غذایی ایران دارند [۸]. خداکرم و همکاران در پژوهشی به شناسایی و بررسی عوامل موثر بر بازاریابی الکترونیکی در زمینه توسعه صادرات موز پرداختند. نتایج نشان داد که زیرساخت‌های فنی و زیرساخت‌های مالی در توسعه صادرات این محصول نقش دارند [۹].

فرجی در پژوهشی به بررسی عوامل موثر بر فرآیند توسعه تکنولوژی و صادرات در صنعت تجهیزات پزشکی پرداختند. نتایج این پژوهش از طریق مقایسه وضعیت توسعه تکنولوژی در کشورهای ایران و ترکیه با استفاده از تکنیک SWOT حاصل شده است. در این بررسی‌ها ایران در زمینه تجهیزات پزشکی از لحاظ

به صادرات در حد کلان نماید ضمن اینکه تاثیر سیاست‌های کشورهای توسعه یافته بر روی آن کاهش پیدا خواهد کرد، به هدف تبدیل شدن به قطب پزشکی و سلامت منطقه نیز دست خواهد یافت؛ لذا توسعه تکنولوژی با تاکید بر استراتژی صادرات در حوزه بهداشت و درمان باید جزو اولویت‌های برنامه‌ریزی و اجرایی کشور قرار گیرد [۶].

توسعه صادرات معرف گرایش به آزادی در تجارت بین‌الملل بوده و مورد حمایت اقتصاددانان نئوکلاسیک است. افرادی همچون بالاسا، کران کلاس و ... از مدافعان توسعه صادرات می‌باشند. استراتژی توسعه صادرات باعث افزایش کارایی در تولید، دسترسی به بازارهای انبوه بین‌المللی، رقابت بین تولیدکنندگان داخلی، حمایت از حقوق مصرف‌کننده و بهبود ترازهای خارجی شده است، که این خود به نوعی مستلزم آزادسازی اقتصاد و عدم دخالت دولت در اقتصاد است [۶].

تحقیقات زیادی در زمینه توسعه صادرات و رشد اقتصادی انجام شده است. مطالعات باگواتی در سال ۱۹۹۷ و کرونگر در سال ۲۰۰۷ نشان‌دهنده این است که کشورهایی که توجه بیشتری به توسعه صادرات داشته‌اند، نرخ رشد سریع‌تر GDP را به ثبت رسانده‌اند. افرادی همچون مارشال، جانگ و چاو بین توسعه صادرات و رشد اقتصادی رابطه علت و معلولی برقرار می‌کنند، در حالی که برخی دیگر بر این عقیده‌اند که رشد اقتصادی منجر به رشد صادرات شده است [۷]. نظر به اهمیت مقوله تجهیزات پزشکی و هزینه بالایی که این تجهیزات به خود اختصاص می‌دهند (بیش از یک سوم کل سرمایه مراکز مختلف آموزشی، درمانی، و بهداشتی) و رشد روزافزون صنعت تجهیزات پزشکی ایران و قابلیت‌های تولیدی کشور و از آن جا که این تجهیزات نقش اساسی در روند تشخیص و درمان بیماران و به عبارتی سلامت جامعه دارند و نیز با توجه به ضرورت توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و لحاظ کردن این موضوع که همه ساله مبالغ کلانی ارز بابت واردات تجهیزات پزشکی از کشور خارج می‌شود و

ساختار سازمانی کمترین و در فرهنگ سازمانی بیشترین حد را نسبت به دیگر عوامل به خود اختصاص داده است [۱۰].

ترابی منفرد و همکاران در پژوهشی به بررسی عوامل اصلی تاثیرگذار بر عرضه صادرات خاویار پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که قیمت نسبی خاویار بر خلاف انتظار تاثیر منفی بر عرضه صادرات خاویار دارد ولی تولید خاویار و سهمیه‌بندی صادرات خاویار تاثیر مثبت بر عرضه صادرات خاویار دارد [۱۱].

خلیل‌آبادی و همکاران در پژوهشی به بررسی عوامل موثر بر توسعه صادرات گل و گیاه زینتی در استان تهران پرداختند و نتایج با توجه به تجزیه و تحلیل داده‌ها حاکی از آن بوده است که عوامل اقتصادی و عوامل اجتماعی تاثیر مثبتی بر صادرات کل استان تهران دارد [۱۲].

رضایی‌زاده و مسیبی در پژوهشی با هدف رتبه‌بندی عوامل تشریفات گمرکی موثر بر توسعه صادرات پرداختند. یافته‌ها نشان داد که از میان سه عامل تشریفات گمرکی، عامل ابزارهای سیستم هوشمند در جایگاه اول قرار دارد و بعد از آن استراتژی‌هایی برای سیستم تجارت الکترونیک و در آخر نیز برنامه‌ریزی سیستم‌های اداری قرار دارد [۱۳].

بر اساس آنچه مطرح شد، تحقیقات مختلفی در حیطه صادرات و توسعه صادرات انجام گرفته است ولی پژوهشی که به صورت جامع عوامل موثر بر توسعه صادرات تجهیزات پزشکی ایران را شناسایی نماید، مشاهده نشد. بر این اساس پژوهش حاضر به دنبال شناسایی عوامل موثر بر توسعه صادرات تجهیزات پزشکی با استفاده از تئوری داده‌بنیاد می‌باشد. لذا سوال اصلی این پژوهش به این صورت است: عوامل اصلی موثر بر توسعه صادرات تجهیزات پزشکی در ایران کدامند؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع تحقیقات کاربردی، اکتشافی و کیفی بود و مطالعه میدانی با استفاده از تئوری داده‌بنیاد انجام شد. تئوری داده‌بنیاد به جای آزمون فرضیه‌ها خود

در تولید معرفت و ساخت نظریه‌ای برخاسته از بستر اجتماع و از نگاه سوژه‌ها به اکتشاف می‌پردازد. مقصود از بکارگیری تئوری داده‌بنیاد این است که نظریه‌ای داشته باشیم که پیوند عمیق با داده‌های ما داشته باشد [۵].

جامعه آماری پژوهش حاضر را متخصصین و مدیران شرکت‌های فعال در صنعت تجهیزات پزشکی استان تهران بودند. نمونه‌گیری به صورت نمونه‌گیری هدفمند انجام شد؛ بدین صورت که شرکت‌ها و افرادی مورد بررسی قرار گرفتند که گزینه‌های بهتری در موضوع مد نظر بودند. و تعداد نمونه تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. اشباع نظری به این مفهوم است که با تکرار مصاحبه موارد جدیدی به یافته‌های پژوهش اضافه نشود. با توجه به این موضوع حجم نمونه نهایتاً ۱۲ مورد شد.

داده‌ها با استفاده از مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختاریافته و بدون ساختار گردآوری شدند و با استفاده از روش تئوری داده‌بنیاد مورد تحلیل قرار گرفتند. برای اطمینان از روایی مصاحبه‌ها، اعتمادسازی در مصاحبه‌ها صورت گرفت، نتایج مصاحبه مجدداً با مصاحبه‌شوندگان مرور گردید، سعی بر رعایت تنوع در انتخاب مصاحبه‌شوندگان گردید، همچنین با تنظیم سوالات مصاحبه بدون سوگیری و سعی در دخالت کمتر در صحبت‌های افراد، سوگیری در مصاحبه‌ها به حداقل کاهش یافت. بنابراین از ۸ معیار مطرح شده توسط کرسول برای روایی، ۴ معیار مورد استفاده قرار گرفت. کرسول رعایت حداقل ۲ مورد را برای اطمینان از روایی مصاحبه ضروری می‌داند [۱۴]. برای افزایش پایایی نیز از یادداشت‌برداری مفصل و کدگذاری توسط چند نفر استفاده گردید.

در فرایند تئوری داده‌بنیاد با استفاده از گام‌های تحلیل داده‌ها، مشتمل بر کدگذاری باز، محوری و گزینشی و تدوین یک الگوی منطقی یا یک توصیف بصری از نظریه تولید شده تأکید شد.

کدگذاری باز: پیشامدها یا فعالیت‌های واقعی به‌عنوان نشانه‌های بالقوه پدیده در نظر گرفته یا تحلیل می‌شوند

و بدین سان برچسب مفهومی دریافت می‌نمایند. مفاهیم واحدهای پایه‌ای تحلیل هستند [۱۵].

مقوله‌ها: در مقایسه با مفاهیم انتزاعی‌تر بوده و سطح بالاتری را نشان می‌دهند و از طریق همان فرآیند تحلیل انجام مقایسات تولید می‌شوند [۱۶].

ویژگی و ابعاد: همه نظریه‌پردازان داده‌بنیاد به ویژگی و ابعاد نمی‌پردازند و یا گاهی به تناسب موضوع، علاوه بر مقوله، در یک سطح بالاتر مقوله کلان را نیز تعریف می‌کنند. اغلب نظریه‌پردازان در این رهیافت به تحلیل جزئی می‌پردازند. به بیان دیگر متون را خط به خط یا کلمه به کلمه تحلیل می‌کنند. ولی برخی به دلیل زمان‌بر بودن و امکان توقف پژوهش، تنها نکات و مضامین کلیدی را کدگذاری می‌کنند [۱۷].

کدگذاری محوری: به این دلیل محوری است که کدگذاری حول یک محور یا مقوله تحقق می‌یابد. در این مرحله مقوله‌ها، ویژگی‌ها و ابعاد حاصل از کدگذاری باز تدوین شده و سر جای خود قرار می‌گیرند تا دانش فزاینده‌ای در مورد روابط ایجاد شود [۱۸]. در این مرحله پژوهشگر یک مقوله مرحله کدگذاری باز را انتخاب کرده و آن را در مرکز فرایندی که در حال بررسی است، به عنوان پدیده مرکزی قرار می‌دهد و سپس دیگر مقوله‌ها را به آن ربط می‌دهد. این مرحله مشتمل بر ترسیم یک نمودار است که الگوی کدگذاری نامیده می‌شود.

شاخص‌های انتخاب الگوی محوری این است که:

- باید محوری باشد یعنی همه مقوله‌ها به آن ربط داده شود.

- باید به کرات در داده‌ها ظاهر شود. بدین معنا که در تقریباً همه موارد نشانه‌هایی وجود داشته باشد که به آن استناد کند.

- نام یا اصطلاحی که به کار می‌رود به اندازه کافی انتزاعی باشد که بتواند در پژوهش‌های دیگر استفاده شود تا ما را به سمت یک نظریه عمومی‌تر هدایت نماید.

- هنگامی که مفهوم به شیوه تحلیل از طریق تلفیق با سایر مفاهیم دیگر بهبود می‌یابد، نظریه از نظر عمق و

قوت اکتشافی رشد پیدا کند.

کدگذاری گزینشی: فرآیند یکپارچه‌سازی و بهبود مقوله‌هاست. فرآیند یکپارچه‌سازی از طریق تکنیک‌هایی مانند خط داستان که مقوله‌ها را به هم پیوند می‌دهد انجام می‌شود. مقوله محوری بخش بسیار مهمی از یکپارچه‌سازی و بهبود مقوله‌هاست [۱۷].

یک نظریه داده‌بنیاد ممکن است با فرضیه‌هایی که استراوس و کرین آن را قضایا می‌نامند، پایان یابد؛ که این قضایا روابط بین مقوله‌ها را در الگوی کدگذاری محوری روشن می‌سازند [۱۵]. قضیه‌ها متضمن روابط مفهومی هستند درحالی‌که فرضیه‌ها مستلزم روابط سنجش پذیر. چون نظریه داده بنیاد روابط مفهومی تولید می‌کنند و نه سنجش پذیر واژه قضیه مرجح‌تر است.

در مرحله کدگذاری محوری، توضیح و بیان منطقی مقوله‌ها امری حیاتی است. این کار از طریق خط داستان صورت می‌گیرد. خط داستان عبارت است از توضیح مفصل و جزء به جزء مقوله‌های عمده با ارجاع به یادداشت‌ها، خلاصه‌ها، استناد به نقل قول‌های افراد مورد مطالعه [۱۸].

بررسی خط سیر داستانی تا همین جا بیانگر آن است که بین طبقات و خرده طبقات رابطه تنگاتنگی وجود دارد و با توجه به اهداف و محتوای طرح بایستی روش‌های مناسب در نظر گرفته شود. برای تحقق این امر به تشکیلات ویژه‌ای نیاز است که باید به نحو مطلوبی سازماندهی گردد. به طور خلاصه در این پژوهش گام‌های زیر جهت تحلیل کیفی محتوای مصاحبه‌ها انجام گردید:

۱- استخراج شواهد گفتاری (نکات کلیدی)

۲- مفهوم پردازی

۳- مقوله پردازی

۴- ارائه الگوی پژوهش

یافته‌ها

در این بخش داده‌های حاصل از مصاحبه با خبرگان، با استفاده از روش کدگذاری مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

شناسایی عوامل اصلی موثر بر توسعه صادرات تجهیزات پزشکی بود.

بر اساس مدل نهایی پژوهش، عوامل بازاریابی بر توسعه صادرات تجهیزات پزشکی تاثیرگذارند. این عوامل از عوامل مرتبط با مواد اولیه گرفته تا عوامل مرتبط با خود کالا همچون کیفیت، نوآوری، تنوع محصولات و ثبات کیفی و نیز عوامل مربوط به فعالیت‌های بازاریابی در کشورهای خارجی همچون تبلیغات، دسترسی به بازارهای هدف و روش‌های بازاریابی متناسب با بازار هدف را شامل می‌شود. بر این اساس به نظر می‌رسد توجه به عوامل بازاریابی از جمله اقدامات ضروری برای توسعه صادرات تجهیزات پزشکی است و شرکت‌های فعال در این حوزه بایستی توجهی اساسی به بحث بازاریابی و عوامل شناسایی شده در این حوزه داشته باشند. سازمان‌ها و شرکت‌های تجهیزات پزشکی بایستی سعی در ارائه محصولات با کیفیت بالا همراه با ثبات کیفی ارائه داشته باشند و سعی در داشتن نوآوری و بهبود مستمر در محصولات خود داشته باشند و محصولاتی با تکنولوژی روز دنیا ارائه نموده است. همچنین از تکنیک‌های مناسب بازاریابی در کشورهای مقصد استفاده نمایند و با استفاده از بسته‌بندی مناسب و تبلیغات هدفمند، و طراحی سیستم‌های آموزشی مناسب برای مشتریان هدف سعی در توسعه صادرات و استمرار صادرات داشته باشند.

مدل نهایی پژوهش نشان داد که عوامل ساختاری بر توسعه صادرات تجهیزات پزشکی تاثیر دارد. برخی تحقیقات قبلی تاثیر عواملی همچون زیرساخت‌های مالی و فنی [۹] و امکانات مالی [۸] را بر توسعه صادرات تأیید کرده‌اند که از این لحاظ پژوهش حاضر با تحقیقات قبلی همخوانی دارد. بر این اساس برای بهبود وضعیت صادرات تجهیزات پزشکی صنایع پشتیبان نقش پررنگی دارند. لذا گسترش و حمایت از این صنایع نقش کلیدی در موفقیت صادرات تجهیزات پزشکی خواهد داشت. همچنین ایجاد مراکز توسعه صادرات توسط دولت در راستای ارائه مشاوره به شرکت‌های

این داده‌ها که از مصاحبه عمیق با ۱۲ نفر استخراج گردیده‌اند در طی سه مرحله (کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی) تحلیل می‌شوند. مصاحبه‌ها ضبط شده و فایل صوتی کاملاً پیاده سازی شده است.

بدین ترتیب در کدگذاری سطح یک، به گفتارهای کلیدی، در کدگذاری سطح دو به عوامل موثر بر توسعه صادرات تجهیزات پزشکی و در کدگذاری سطح ۳ به مولفه‌ها توجه شده است. جدول ۱ نتایج کدگذاری باز را نشان می‌دهد. (جدول ۱)

با توجه به این که هدف این پژوهش ارائه الگو بوده است و نه یک نظریه جهانشمول، در این مرحله برای دسته‌بندی مقولات و ارائه الگو سعی شده است عوامل موثر در پنج گروه دسته‌بندی شود که شامل مولفه‌های ساختاری، اقتصادی، سازمانی، سیاسی - قانونی و بازاریابی است. جدول ۲ جزئیات کدگذاری انتخابی را نشان می‌دهد. (جدول ۲)

بر این اساس و با توجه به مراحل تئوری داده‌بنیاد، عوامل موثر بر توسعه صادرات تجهیزات پزشکی شناسایی شدند. شکل ۱ نمایی شماتیک از مدل نهایی پژوهش را در قالب یک نمودار نشان می‌دهد. بر این اساس، عوامل موثر بر توسعه تجهیزات پزشکی در ۵ گروه دسته‌بندی شدند که شامل مولفه‌های ساختاری، اقتصادی، سازمانی، سیاسی - قانونی و بازاریابی بود. (شکل ۱)

بحث و نتیجه‌گیری

توسعه صادرات بیانگر گسترش تجارت بین‌الملل بوده و موجب بهبود ترازهای خارجی می‌گردد [۶] و از جمله ابزارهای توسعه اقتصادی کشورها است [۷]. توسعه صادرات برای صنعت تجهیزات پزشکی به دلایلی همچون ایجاد امکان تبدیل شدن به قطب پزشکی و سلامت منطقه از اهمیت زیادی برخوردار است. بر این اساس در این پژوهش عوامل موثر بر توسعه صادرات تجهیزات پزشکی با استفاده از رویکرد تئوری داده‌بنیاد مورد مطالعه قرار گرفت. مشارکت اصلی پژوهش حاضر

دهند. در این زمینه این شرکت‌ها ضمن بهره‌گیری از تجارب صادراتی خود می‌توانند با ایجاد واحدهای همکاری با سایر سازمان‌ها، تجارب صادراتی را باهم به اشتراک بگذارند.

این پژوهش، هم‌چون اکثر پژوهش‌های کیفی با محدودیت‌هایی مواجه بود که از جمله این محدودیت‌ها می‌توان به پراکندگی نمونه آماری و سختی دسترسی به نمونه‌های مد نظر اشاره کرد. همچنین به دلیل طولانی بودن مصاحبه‌ها برخی از برخی از نمونه‌ها حاضر به مصاحبه نمی‌شدند که این مساله مشکل پیدا نمودن نمونه‌های جایگزین را ایجاد و مشکلات ناشی از نمونه پژوهش را دوچندان می‌کرد. از دیگر محدودیت‌های این پژوهش، نبود پیشینه کافی در زمینه صادرات تجهیزات پزشکی بود.

این پژوهش به شناسایی عوامل موثر بر توسعه صادرات تجهیزات پزشکی با استفاده از تئوری داده‌بنیاد پرداخت. عوامل ساختاری، بازاریابی، سازمانی، اقتصادی و سیاسی - قانونی به عنوان عوامل موثر بر توسعه صادرات تجهیزات پزشکی شناخته شدند. این عوامل می‌توانند کمک حال شرکت‌های فعال در زمینه تجهیزات پزشکی برای توسعه صادرات باشند و استفاده از نتایج برای سایر شرکت‌ها بایستی با احتیاط صورت پذیرد. بر همین اساس پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌گران بعدی مدل حاصل از این پژوهش را در صنایع دیگر نیز مورد آزمون قرار دهند. همچنین پیشنهاد می‌شود محققین بعدی عوامل موثر بر توسعه صادرات خدمات پزشکی را مورد مطالعه قرار دهند.

تشکر و قدردانی

پژوهشگران بر خود لازم می‌دانند از تمامی کسانی که در شکل‌گیری این پژوهش یاری رساندند از جمله مصاحبه شونده‌گان پژوهش که بدون هیچ چشم‌داشتی، وقت گران‌بهای خود را در اختیار پژوهش‌گران قرار دادند تشکر و قدردانی نمایند.

صادرکننده تجهیزات پزشکی در این امر موثر است. بر اساس شاخص‌های عوامل زیرساختی، شرکت‌های صادرکننده تجهیزات پزشکی بایستی حضور فعالی در تجارت الکترونیک داشته باشند. بر اساس نتایج پژوهش، موانع تعرفه ای، فناوری اطلاعات، زیرساخت‌های مالی و زیرساخت‌های گمرکی از دیگر عوامل ساختاری موثر بر توسعه صادرات تجهیزات پزشکی هستند.

عوامل اقتصادی از دیگر عوامل شناسایی شده موثر بر توسعه صادرات تجهیزات پزشکی بودند. برخی تحقیقات قبلی تاثیر عوامل اقتصادی بر توسعه صادرات را تأیید نموده‌اند [۱۲]. بر این اساس پژوهش حاضر از این بعد با تحقیقات قبلی هم‌راستا می‌باشد. بر این اساس نرخ ارز، هزینه‌های تولید، ثبات اقتصادی، تولید ناخالص ملی و تحریم‌های بین‌المللی بر توسعه صادرات تجهیزات پزشکی تاثیرگذارند. هم‌چنین بر اساس نتایج پژوهش عوامل سیاسی - قانونی بر توسعه صادرات تجهیزات پزشکی موثرند. یکی از این عوامل تسهیل انتقال ارز است. تسهیل جایجایی ارز از اقدامات مفید دولت در افزایش صادرات تجهیزات پزشکی خواهد بود. بدین ترتیب دولت باید زیرساخت‌های مالی مناسب برای این امر ایجاد نماید. حمایت دولت از صادرات و تصویب قوانین تشویقی همچون معافیت مالیاتی قطعا می‌تواند در توسعه صادرات تجهیزات پزشکی نقشی کلیدی ایفا نماید. هم‌چنین در روابط سیاسی با سایر کشورها تلاش در ایجاد روابط تجاری نموده و هیات تجاری از صادرکنندگان تجهیزات پزشکی به همراه هیات‌های سیاسی در مذاکرات دولت با سایر کشورها حضور داشته باشند.

عوامل سازمانی بر اساس مدل نهایی پژوهش بر توسعه صادرات تجهیزات پزشکی تاثیرگذارند. استفاده از روش‌های مدیریت مناسب و علمی در سازمان‌های فعال در این حوزه و افزایش بهره‌وری تولید از جمله اقدامات ضروری در این حوزه است. این سازمان‌ها هم‌چنین باید ضمن توجه به سرمایه انسانی، استفاده از نیروهای انسانی توانمند را در برنامه‌های خود قرار

جدول ۱ - تعیین کدهای سطح یک از گفتارهای کلیدی با کدگذاری باز

نشانگر	گفتارهای کلیدی	کدهای سطح یک
PA1	برای اینکه بتونیم خوب صادر کنیم باید ارتقا بدیم کیفیت را	کیفیت کالا
PA2	در این میان چیزی که خیلی نقش داره نرخ ارز	نرخ ارز
PA3	کشورهای توسعه یافته در زمینه نیروی کار مهارت زیادی دارن	سرمایه انسانی
PA4	به نظر من تحقیق و فکر پیشرفت به راهکار بی نظیره برای توسعه	تحقیق و توسعه
PA5	سعی بشه هزینه ها کم بشه تا تولید با قیمت کمتری باشه	هزینه های پایین تولید
PA6	دولت بایستی در حد توان از صادرات حمایت کنه	حمایت دولت از صادرات
PA7	ما خیلی از افراد برای آموزش به کشورهای خارجی بردیم و جواب گرفتیم تا تکنولوژی جدید را یاد بگیره	انتقال تکنولوژی
PA8	زیرساختهای گمرکی نقش بنیادی در صادرات و توسعه دارن	زیرساختهای گمرکی
PA9	اعمال برخی تعرفه ها می تواند کاهش را نتیجه دهد.	موانع تعرفه ای
PA10	شکل و شمایل مناسب ظاهر علاوه بر کیفیت مهمه	بسته بندی مناسب
PA11	بحث مدیریت اساسی ترین معیاره	مدیریت مناسب
PA12	بازاریابی از رکن اساسی نفوذ در دنیاست	بازاریابی مناسب در کشور مقصد
PA13	تبلیغات را نیابستی دست کم گرفت.....	تبلیغات
PA14	دولت سعی کند راههای نفوذ را گسترش بدهد	ارتباطات دولت با سایر کشورها
PA15	با تنوع تولید میشه نیازهای جدیدی ایجاد کرد	تنوع محصولات
PA16	تولیدکنندگان سعی می کنند کالاهای با سود بالا را تولید کنند	سودآوری مناسب
PA17	تحریم یک مانع اساسی در کمبود نفوذ هست	تحریمهای اقتصادی بین المللی
PA18	طبیعتا تولید ناخالص ملی بر صادرات هر محصولی اثر دارد	تولید ناخالص ملی
PA19	تجارت الکترونیک یکی از روشهای مناسب برای صادرات است	کاربرد تجارت الکترونیک
PA20	باید برای حمایت از صادرات از نظر زیرساختها فناوری اطلاعات ملی در سطح مناسبی باشد	فناوری اطلاعات
PA21	شرکت هایی که تجربه قبلی دارند در صادرات بهتر عمل می کنند	تجارب ناشی از صادرات
PA22	باید بخش هایی دولتی برای توسعه صادرات وجود داشته باشد	مراکز رسمی توسعه صادرات
PA23	زیرساختهای مالی خیلی مهمه	زیرساختهای مالی
PA24	شرکت هایی که بهره وری بیشتری در تولید دارند طبیعتا بهتر عمل می کنند	بهره وری تولید
PA25	کالاهای صادراتی باید از نظر کیفیتی همیشه خوب باشند نه گاهگاهی	ثبات کیفیت
PA26	باید نوآوری داشته باشیم	نوآوری در محصولات تولیدی
PA27	از مواد اولیه باکیفیت استفاده بشود	مواد اولیه باکیفیت
PA28	اینکه کشور از نظر اقتصاد دچار نوسان نباشد	ثبات اقتصادی
PA29	متأسفانه برخی صادرکنندگان با صادرات کالای بی کیفیت نام کالای ایرانی را در برخی کشورها خراب کرده اند	تصویر کالای ایرانی در کشورهای هدف
PA30	اینکه به بازارهای مناسب دسترسی داشته باشیم	دسترسی به بازارهای هدف
PA31	آموزش مناسب هم به خریداران ارائه شود	آموزش
PA32	محصولات خود را با قیمت مناسبی داشته باشیم	قیمت مناسب
PA33	توسعه برخی صنایع دیگر می تواند بر توسعه صادرات تجهیزات پزشکی کمک کند	صنایع پشتیبان
PA34	باید جابه جایی ارز راحت تر بشود	تسهیل انتقال ارز
PA35	بعضی قوانین محدود کننده باید حذف بشود	عدم وجود قوانین محدود کننده
PA36	وجود معافیت مالیاتی هم می تواند در صادرات موثر باشد	معافیت های مالیاتی
PA37	ارائه تسهیلات مالی قطعا در این راه کمک کننده است	تسهیلات مالی

جدول ۲ - تعیین مفاهیم و مقوله‌ها از کدهای سطح یک طی مرحله کدگذاری انتخابی

مفاهیم	مقوله‌ها	کدها
مولفه های ساختاری	صنایع پشتیبان، موانع تعرفه ای، کاربرد تجارت الکترونیک، فناوری اطلاعات، زیرساخت‌های مالی، مراکز رسمی توسعه صادرات، زیرساخت‌های گمرکی.	PA33, PA9, PA19, PA20, PA23, PA22, PA8.
مولفه های اقتصادی	تولید ناخالص ملی، تحریم‌های اقتصادی بین‌المللی، نرخ ارز، هزینه‌های تولید، ثبات اقتصادی.	PA18, PA17, PA2, PA5, PA28.
مولفه های سازمانی	مدیریت مناسب، بهره‌وری تولید، سرمایه انسانی، تحقیق و توسعه، تجارب ناشی از صادرات.	PA11, PA24, PA3, PA4, PA21.
مولفه های سیاسی - قانونی	تسهیل انتقال ارز، حمایت دولت از صادرات، تسهیلات مالی، عدم وجود قوانین محدودکننده، معافیت‌های مالیاتی، ارتباطات دولت با سایر کشورها.	PA34, PA6, PA37, PA35, PA36, PA14.
عوامل بازاریابی	کیفیت کالا، روش‌های بازاریابی مناسب در کشور مقصد، سودآوری مناسب، نوآوری در محصولات تولیدی، ثبات کیفیت، انتقال تکنولوژی، تنوع محصولات، مواد اولیه با کیفیت، تبلیغات، تصویر کالای ایرانی در کشورهای هدف، دسترسی به بازارهای هدف، آموزش.	PA1, PA12, PA16, PA26, PA25, PA7, PA15, PA27, PA13, PA29, PA30, PA31, PA10, PA32.



شکل ۱ - مدل نهایی عوامل موثر بر توسعه صادرات تجهیزات پزشکی

Reference:

- 1- Anthony JP. Electrical Distribution Engineering. The Fairmont Press Inc, 2006.
- 2- Monica T. Profitability Analysis (A comparative study of SAIL & TATA Steel). Journal of Economics and Finance, 2014; 3(2): 19-22.
- 3- Nazemi M, Torkashvand Z, Samiyazadeh R, Sayyid Hosseinijad SS. The Effective Models of Knowledge Management in the Supply Chain. Journal of Management Research Future Quarterly, 2011; 22(2): 59-74. [In Persian]
- 4- Fajiani H, Arefnejad M. Ranking of Factors Affecting the Implementation of Electronic Human Resource Management for Achieving the World Class. The Perspective of Public Administration, 2011; 2(6): 75-94. [In Persian]
- 5- Valibeyghi, H. Promotional Policies for Exports of High-Tech Industries in Selected Countries. Quarterly Commercial Reviews, 2009; 37: 9-28. [In Persian]
- 6- Sadeghi I, Saadabadi AA, Mazarei SH, Nowroozi K. Investigating the Role of Intermediary Bodies of Innovation in Electronic Industries. 5th International Conference and 9th National Conference on Technology Management; 2016. [In Persian]
- 7- Faraji M. Explaining Appropriate Patterns of Technology Development in Medical Equipment with Emphasis on Export Strategy. National Conference on New Approaches in Business Management, Tabriz. Tabriz University and Industrial Management Organization; 2014. [In Persian]
- 8- Sayedhashemi Toulon MR, Sharafi Nejad N, Abbasi A. Identification and ranking of factors affecting the export development of small and medium enterprises in Iranian food industry Case study: Confectionery and Chocolate Department. 2nd International Management and Accounting Conference. Tehran. Salihan Higher Education Institute; 2017. [In Persian]
- 9- Khodakaram G, Abtin A, Kurd B. Identifying and Investigating Effective Factors on Electronic Marketing in the Development of Banana Export, Fourth National Conference on Information Technology. Computer and Telecommunications. Mashhad, Torbat Heydarieh University; 2017. [In Persian]
- 10- Faraji M. Explaining Appropriate Patterns of Technology Development in the Medical Equipment Industry with Emphasis on Export Strategy. National Conference on New Approaches to Business Management. Tabriz. Tabriz University and Industrial Management Organization; 2014. [In Persian]
- 11- Torabi Mofrad M, Heydari Gujani M. Evaluation of the factors affecting the supply of Iranian caviar exports to non-oil exports. Third International Conference on Green Economy. Babolsar; 2016. [In Persian]
- 12- Khalil Abadi R, Najafizadeh SA, Badran M. Factors Affecting Export Development of Ornamental Ornamental Flowers and Plants in Tehran. Fourth National Conference on Management, Economics and Accounting. Tabriz. East Azarbaijan Industrial Management Organization. Tabriz University; 2016. [In Persian]
- 13- Rezaei Zadeh M, Masiibi R. Ranking of customs formalities affecting export development. Third World Conference on Management. Accounting Economics and Humanities at the Beginning of the Third Millennium. Shiraz; 2016. [In Persian]

14- Creswell J. Qualitative inquiry and research design: choosing among five approaches. Sage, 3ed; 2007: 201-220.

15- Khorshidi G, Hajipour R, Azizi S, Hanzal Aidani, H. Determination and Prioritization of Effective Factors and Indicators on Export Development in Free Trade Regions of Iran. International Conference on Change Management. Tehran. Development Center Applied Information; 2016. [In Persian]

16- Creswell J. Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches, Sage; 2003.

17- Lee JA. Grounded theory: integration and internalization in ERP adoption and use. **ETD collection for University of Nebraska**; 2001.

18- Pandit NR. The creation of theory: A recent application of the grounded theory method. The qualitative report, 1996; 2(4): 1-15.

Identification of Effective Factors on the Development of Export of Medical Equipment Using Grounded Theory

Zarei GH A¹, Parsamehr B²

Abstract

Introduction: Today, exports play a major role in the development of countries, and in this regard, the medical equipment industry is one of the most prestigious industries in Iran. The purpose of this study was to identify the factors affecting the export of medical equipment.

Methods: The present research is an applied research, in terms of nature of research is exploration and in terms of approach, is a qualitative research type. Data from interviews with 12 specialists and managers of medical equipment companies were analyzed using Grounded Theory Methodology. The results of the interview were analyzed in three stages (open coding, axial coding and selective coding).

Results: 37 concepts were extracted from the interviews and ultimately in selective coding in five structural, economic, organizational, political-legal and marketing components was accepted.

Conclusion: The active companies in the medical equipment industry should consider the indicators introduced in structural, economic, organizational, legal, political, and marketing components in their planning for export development.

Keywords: Export Development, Medical Equipment, Grounded Theory.

1- Assistant Professor, Department of Management and Economics, University of Mohaghegh Ardabili, Ardebil, Iran, (Corresponding Author), info@drgz.ir

2- Master of Business Administration, University of Mohaghegh Ardabili, Ardebil, Iran