

موانع صادرات در کسب و کار مبتنی بر رویکرد اقتصادی در توسعه پایدار

مریم میرزایی^۱، جلال حقیقت منفرد^{۲*}، جمشید عدالتیان شهریاری^۳

^۱دانشجوی دکتری، گروه مدیریت صنعتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران،
^۲استادیار، گروه مدیریت صنعتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (عهده‌دار مکاتبات)

^۳استادیار، گروه مدیریت صنعتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
تاریخ دریافت: فروردین ۱۴۰۱، اصلاحیه: خرداد ۱۴۰۱، پذیرش: مرداد ۱۴۰۱

چکیده:

صادرات از مهم‌ترین راه‌های ورود به بازارهای بین‌المللی بوده که منتج به رشد اقتصادی می‌شود. در داخل کشور نیز افزایش صادرات در سال‌های اخیر تقریباً در دستور کار تمام اصناف و مشاغل کشور قرار گرفته و یکی از مکانیزم‌های اساسی توسعه محسوب می‌شود. عدم تحلیل موضوع صادرات و موانع مرتبط با آن، موجب آسیب دیدن واحدهای تولیدی و صنعتی و شکست در برابر رقبا می‌شود. هدف این پژوهش، تحلیل موانع صادراتی کسب و کارها از منظر اقتصادی در حوزه خشکبار باشد. به این منظور در ابتدا با بررسی ادبیات تحقیق و پیشینه پژوهش، انجام مصاحبه‌هایی نیمه ساختار یافته با ۱۰ فرد متخصص در حوزه صادرات، چارچوب نظری تحقیق تدوین گردید. بر اساس این چارچوب، مدل مفهومی پژوهش ارائه و فرضیات تحقیق نیز تدوین شدند. به منظور آزمون فرضیات تحقیق، جامعه آماری شامل مدیران، کارشناسان و فعالان اقتصادی عضو اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی ایران می‌باشند. به صورت نمونه‌گیری غیر احتمالی در دسترس پرسشنامه‌هایی که روایی و پایایی آنها تایید شد بین ۱۰۰ نفر از نمونه آماری توزیع شده و با توجه به عدم نرمال بودن توزیع داده‌ها، از روش حداقل مربعات جزئی و نرم افزار اسمارت پی ال اس ۲ برای تحلیل‌های آماری استفاده شد. بر اساس مقادیر معنی داری مربوط به فرضیات، همگی تایید شدند. با توجه به تحلیل‌های انجام شده، سه عامل «بی ثباتی سیاست‌ها، قوانین و مقررات و رویه‌های اجرایی- غیر قابل پیش بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات - عدم وجود ارتباطی مناسب بین تولید کننده و مشتری»، مهمترین موانع صادرات بوده که جهت پیاده‌سازی صادرات موفق باید بیشتر مورد توجه قرار گیرند.

واژه‌های اصلی: موانع صادرات، رویکرد اقتصادی، توسعه پایدار

۱- مقدمه

اقتصاد غیرنفتی و اشتغال در کشور ایران بطور ویژه‌ای به صنایع خرد و کوچک وابسته است که در صورت حمایت مناسب دولت از این کسب‌وکارها، می‌توانند به عنوان نیروی محرکه اقتصاد و اشتغال ایفای نقش کنند [۱۶] در دهه اخیر، برنامه‌های حمایتی از صنایع خرد و کوچک در بخش معاونت صنایع کوچک شرکت شهرکهای صنعتی ایران بطور جدی مورد توجه قرار گرفته و برنامه‌ریزی‌های بلند مدتی برای حمایت از آنها طرح‌ریزی شده است. یکی از مهمترین این برنامه‌ها، توسعه خوشه‌های صنعتی است که بخش قابل توجهی از کل بودجه تخصیص یافته به برنامه‌های حمایتی را شامل می‌شود [۱۲] در حقیقت ممکن است برخی از برنامه‌های عمل تعیین شده برای توسعه خوشه‌های صنعتی کشور تحت الشعاع قرار گیرد و ساختار توسعه مورد نظر مدیران به صورت مناسب اجرا نشود. بنابراین نیاز است که برحسب اهمیت هر برنامه عملیاتی، سطح بهینه بودجه لازم با توجه به نیاز مالی سایر برنامه‌های تعیین شود.

در دهه اخیر، توسعه صنایع خرد و کوچک به عنوان یک راهکار کلیدی جهت افزایش رشد اقتصادی و بهبود فضای کسب‌وکار، مورد توجه مدیران بخش‌های مختلف کشاورزی، اقتصادی و صنعتی است [۲۱]. سیاست‌های مختلفی به منظور اجرای برنامه‌های توسعه صنایع خرد و کوچک ارائه شده که در این بین استفاده از مفهوم خوشه‌های صنعتی نتایج مناسب‌تری نسبت به سایر سیاست‌ها داشته است [۱۴]. بطور کلی، خوشه صنعتی دربرگیرنده پیوندهای افقی، عمودی و جانبی فعالیت‌های مرتبط با ایجاد ارزش افزوده بر روی گروه محصولات با استفاده از مجموعه‌ای از عوامل اقتصادی، سیاسی، محیطی و اجتماعی است [۲۰] مرزهای فعالیت یک خوشه براساس تعاملات مستقیم و غیرمستقیم بین معیارهای مذکور مشخص می‌شود که پیوندهای ضعیف، متوسط و قوی بین بنگاه‌های عضو خوشه را به وجود می‌آورد [۱۹]

*Jhm1847@gmail.com

در حال حاضر آمریکا کشور پیشگام در حوزه تجارت خدمات است. پس از آن کشورهای چین، آلمان، انگلیس، ژاپن، فرانسه، هلند، هنگ‌کنگ، کره جنوبی، ایتالیا، سنگاپور و هند به ترتیب در رده‌های دوم تا دهم این حوزه قرار دارند، [۲۲]

از آنجا که توسعه صادرات غیرنفتی در دنیای امروز؛ بواسطه افزایش درآمدهای ارزی و در نتیجه، اجرای برنامه‌های توسعه اقتصادی که متضمن هزینه‌های ارزی است یک ضرورت است، لذا توسعه روابط تجاری و افزایش صادرات غیرنفتی برای ایران که بر منابع نفتی پایان پذیر متکی است، یک ضرورت اجتناب ناپذیر است [۱۱] بخش کشاورزی به عنوان یکی از بخش‌های مهم اقتصادی کشور، با توجه به مزیت‌های بالقوه طبیعی در آن و همچنین نقشی که در امنیت غذایی جامعه ایفا می‌کند، بیش از سایر بخش‌ها از این نظر نیاز به توجه دارد [۶] بخش کشاورزی در ایران ۳۳ درصد تولید ناخالص ملی، ۲۳ درصد جمعیت فعال و ۷۵ درصد نیازهای غذایی و همچنین ۲۰ درصد صادرات غیر نفتی را به خود اختصاص داده است. [۱۱]

۳- موانع صادراتی بنگاه‌های کوچک و متوسط

موانع توسعه صادرات بنگاه‌های خرد و کوچک به صورت محدودیت‌های نگرشی، ساختاری، عملیاتی و سایر محدودیت‌هایی تعریف می‌شوند که توانایی یک شرکت را برای اجرا، توسعه با تداوم عملیات بین‌المللی به تعویق می‌اندازند [۲۳] مطالعات متعددی روی مسائل صادراتی از جوانب مختلف تمرکز کرده و مدل‌های متفاوتی را به کار برده‌اند [۲۴].

مرور ادبیات این حوزه نشان می‌دهد که موانع صادراتی می‌توانند به صورت خارجی و داخلی طبقه‌بندی شوند. موانع داخلی صادرات عبارتند از مسائل داخلی شرکت؛ شامل کمبود منابع جهت فعالیت‌های صادراتی هستند. برای مثال: منابع ناقص مالی، عدم شناخت و اطلاعات بازار، محصولات با کیفیت پایین، قیمت بالا و منابع انسانی ناکافی. این تحقیقات نشان دادند مشکل به دست آوردن اطلاعات در مورد بازارهای صادرات، یکی از موانع مهم صادراتی برای شرکت‌های صادراتی و غیر صادراتی به شمار می‌رود [۲۲] و همچنین عدم توانایی در جمع‌آوری، اشاعه و استفاده از اطلاعات صادرات بازار، اثر سوئی بر عملکرد صادرات شرکت دارد [۲۴]. در جدول ۱، خلاصه‌ای از مطالعات انجام گرفته در حوزه صادرات آورده شده است.

تاکنون راهکارهای عملیاتی موجود در خوشه‌های صنعتی کشور، تاکید بر توسعه صادرات محصولات خوشه در سال‌های ابتدایی فعالیت آن داشته تا بتوان به صورت مناسب درآمدزایی پایدار ایجاد کرده و مشکلات اقتصادی احتمالی را تا حدی پوشش داد. به عبارت دیگر، مطابق با نظر مدیران بخش توسعه صنایع خرد و کوچک شرکت شهرک‌های صنعتی ایران، توسعه صادرات کسب‌وکارهای خرد و کوچک می‌تواند کلید موفقیت توسعه خوشه در کشور باشد بخش کشاورزی در استان خراسان جنوبی از دیدگاه توسعه صادراتی همواره تحت الشعاع سایر صنایع مانند تولیدات بخش کاشی، سیمان و سایر مصالح ساختمانی بوده است. البته تلاش‌هایی برای رفع مشکلات موجود در صادرات بخش کشاورزی انجام شده، اما برآیند این تلاش نتیجه مطلوب را تا به امروز نداشته و همچنان صادرکنندگان به باید با مشکلات متعددی روبرو شوند. بنا بر مطالب فوق، پرسش اصلی پژوهش حاضر این است که موانع صادرات در کسب و کار مبتنی بر رویکرد اقتصادی در توسعه پایدار چه مواردی بوده و چه میزان سهم دارند؟

۲- مرور مبانی نظری و پیشینه پژوهش

صادرات محصولات اولیه، با فراهم آوردن فرصت‌های بیشتر برای استفاده از منابع به کار گرفته شده یا نشده قبلی (دریچه‌ای برای مازاد) و انبساط بازارهای بالقوه برای صدور این محصولات، منجر به عرضه گسترده سرمایه‌گذاری خارجی، ذخیره داخلی، نیروی کار و نیروی متخصص به منظور تکمیل سایر بخش‌های ثابت تولیدی می‌گردد. بنابراین، صادرات محصولات اولیه با ایجاد تاثیر جانبی مثبت بر اقتصاد داخلی و با تهییج و تحریک صنعتی شدن منجر به افزایش صادرات کالاهای صنعتی و در نهایت توسعه اقتصاد می‌شود [۲۶]

در رتبه‌بندی ده سال اخیر که توسط سازمان تجارت جهانی در سال ۲۰۱۹ صورت پذیرفت؛ کشورهای ویتنام و فیلیپین بالاترین حجم تجارت در میان ۵۰ کشور اول در این سال داشتند. ویتنام با شانزده رتبه ارتقا از رده ۳۹ در سال ۲۰۰۹ به جایگاه ۲۳ در سال ۲۰۱۹ رسید. از نظر خبرگان و صاحب‌نظران این حوزه؛ مهم‌ترین علت این پیشرفت و ارتقای چشمگیر؛ مشارکت فعال در زنجیره‌های عرضه جهانی به‌خصوص زنجیره‌های عرضه کالاهای کارخانه‌ای است [۲۷]

در همین بازه زمانی هفت ساله؛ در بخش خدمات، کشورهای قطر و امارات بالاترین صعود را در رتبه‌بندی بزرگ‌ترین تاجران خدمات جهان داشتند. موقعیت جغرافیایی مرکزی و رشد گردشگری درون منطقه‌ای دو عامل مهم این ارتقای جایگاه تجارت خدمات عنوان می‌شود. [۱۸]

جدول (۱): برخی پژوهش‌ها در حوزه صادرات

ردیف	منبع	عنوان	نتیجه گیری
۱	[۹]	شناسایی مدل های ذهنی مدیران شرکت های صنایع غذایی از موانع توسعه صادرات	نداشتن مزیت رقابتی و جایگاه ضعیف بازاریابی در شرکت های ایرانی از موانع مهم توسعه صادرات محصولات لبنی است. تامین منابع مالی، وضع معافیت های گمرکی و اعطای جوایز صادراتی می تواند به بهبود و توسعه صادرات در این حوزه کمک نماید.
۲	[۷]	بررسی عوامل موثر بر صادرات پسته ایران با تاکید بر نقش تحریم های تجاری	مهمترین موانع صادرات عبارتند از: تحریم های تجاری اتحادیه اروپا و افزایش قدرت صادراتی آمریکا.
۳	[۸]	بررسی موانع و مشکلات صادرات زعفران و زرشک و راهکارهای افزایش آن	اهم موانع مربوطه عبارتند از: کانال های توزیع نامناسب، بسته بندی نامطلوب، کمبود تبلیغات برون مرزی، عدم معرفی صحیح این محصولات به بازار هدف و وجود دلالان و واسطه ها
۴	[۱]	بررسی نقش صنایع کوچک و متوسط در صادرات غیر نفتی استان خوزستان	نرخ ارز، ارزش افزوده صنایع کوچک، قیمت کالاهای صادراتی، اثر مثبت و معناداری بر صادرات صنایع کوچک و متوسط استان خوزستان داشته است.
۵	[۲]	بررسی موانع صادرات محصولات کشاورزی استان همدان	قوانین و مقررات، تخصصی نبودن تولید، کیفیت ضعیف کالا، ضعف در استانداردها و بروکراسی های دولتی مهمترین موانع در صادرات محسوب می شوند.
۶	[۶]	ارزیابی کارایی تحریم های یک جانبه و چندجانبه بر تجارت غیر نفتی ایران	تحریم های یک جانبه اثر مثبتی بر صادرات غیر نفتی محصولات ایران داشته ولی تحریم های چندجانبه اثر مثبتی نداشته است.
۷	[۳]	طراحی مدل توسعه بازار صنایع خرد و کوچک مورد مطالعه: صنایع غذایی و آشامیدنی استان تهران	مدیران/مالکان واحدهای صنعتی با مشارکت در این طرح می توانند از آن به عنوان ابزار توسعه بازار و کسب و کار استفاده نمایند و سود قابل قبولی را بدست آورند.
۸	[۱۷]	تحلیلی بر موانع صادرات در مزارع کشور برزیل	سه نوع مانع اصلی مالی، فرهنگی و منابع انسانی وجود دارد که در میان آن ها کمیود منابع مالی جهت انجام صادرات از مابقی اهمیت بیشتری دارد.
۹	[۱۸]	موانع پیش روی صادرکنندگان انبه در مصر	موانع پیش روی صادرات به ترتیب عبارتند از: تامین مالی و بیمه، تجهیزات جمع آوری محصولات، همکاری های ضعیف دولت، ضعف حمل و نقل داخلی.
۱۰	[۱۵]	ارزیابی اثرات تحریم های تجاری اتحادیه اروپا بر تجارت دو جانبه ایران با شرکای تجاری	تحریم های تجاری اتحادیه اروپا، موجب تغییر الگوی تجارت ایران از اروپا به آسیا شده است.
۱۱	[۲۰]	محرك ها و موانع کشاورزی: مرور سیستماتیک	توسعه شغلی جدید، منابع درآمدی جدید از محرك ها و موانع نیز عبارتند از: فقدان اطلاعات کافی، کمیود منابع مالی، کاغذبازی های فراوان و محدودیت های ذهنی کشاورزان
۱۲	[۲۶]	ارزیابی اثرات تحریم های اقتصادی بر حجم تجارت ایران با کشورهای عضو سازمان همکاری های اقتصادی شانگهای	تحریم های تجاری از سوی غرب، اثر مثبتی بر حجم تجارت ایران با کشورهای عضو این سازمان داشته است. به بیان دیگر، پس از اعمال تحریم ها سطح تجارت ایران با کشورهای عضو سازمان شانگهای افزایش یافته است.

۳- روش تحقیق

کارشناسان و فعالان اقتصادی عضو اتاق بازرگانی، صنایع و معادن در نظر گرفته شدند. در بخش کیفی، مشارکت کنندگان که خبرگان پژوهش بوده اند به صورت غیر احتمالی هدفمند بر اساس شروط حداقل کارشناسی ارشد، فعالیت حداقل ۱۰ ساله در حوزه صادرات،

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه جمع آوری داده ها توصیفی پیمایشی و از نوع همبستگی است. البته به منظور شناسایی موانع صادرات در حوزه مورد مطالعه از مصاحبه های نیمه ساختار یافته به صورت اکتشافی استفاده شد. جامعه آماری این تحقیق، مدیران ،

میان نمونه آماری توزیع گردید. در ادامه در مورد شاخص روایی همگرا و شاخص میانگین واریانس استخراجی (AVE) و برای بررسی پایایی از شاخص پایایی ترکیبی (CR) استفاده شده که مورد اشاره قرار می گیرند.

۴- تحلیل داده های پژوهش

در ابتدا به منظور شناسایی موانع مرتبط با صادرات در حوزه خشکبار کشور، مصاحبه های نیمه ساختار یافته با ۱۰ متخصص انجام و کدگذاری ها انجام شد. فرایند مصاحبه تا نفر هشتم ادامه یافت که بعد از آن مفاهیم تکراری بوده و اشباع نظری حاصل شد.

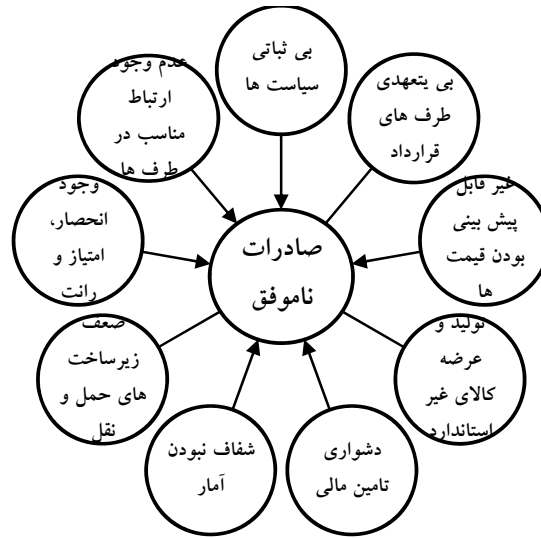
آشنا با مسایل صادرات در حوزه محصولات کشاورزی و تمایل به مصاحبه انتخاب شده که در مجموع بالغ بر ۷ نفر بوده اند. در بخش کمی و به منظور انجام تحلیل های آماری از ۱۰۰ نفر از جامعه آماری به صورت در دسترس کمک گرفته شد. به منظور تامین اعتبار در بخش کیفی، این موارد مد نظر قرار گرفت. همانطور که اشاره شد، مشارکت کنندگان به صورت هدفمند و بر اساس شروطی انتخاب شدند. مصاحبه ها در اختیار یک پژوهشگر دیگر نیز قرار گرفت و همگرایی مشاهده شد. ابزار گردآوری داده در بخش کمی و روایی و پایایی آن ابزار مورد استفاده پرسشنامه بوده که از پرسشنامه مقاله اقتباس و سپس با ۳ نفر خبره مشورت شده و پس از انجام اصلاحاتی، بومی سازی شده و

جدول (۲): مفاهیم استخراج شده از مصاحبه ها

ردیف	مفاهیم پایه	مفاهیم سازمان دهنده
۱	- ابهام در برخی قوانین موجود در حوزه صادرات - وجود چند قانون گاه متناقض در خصوص یک موضوع - عدم ثبات در مدیریت و ارائه دستورالعمل های مختلف - ضعف هماهنگی سازمان های مرتبط با حوزه صادرات	بی ثباتی سیاست ها، قوانین و مقررات و رویه های اجرایی
۲	- طرفین قراردادها، در خصوص مسئولیت پذیری جدی نیستند. - قدرت برخی از حاضر در قرارداد، به آن ها اجازه می دهد که خارج از روال عمل کنند.	بی تعهدی طرف های قرارداد و معامله به اجرای وعده ها
۳	- تغییرات سریع قیمت ها در خصوص مواد اولیه - ضعف در نظارت دواير مرتبط با قیمت گذاری ها	غير قابل پیش بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات
۴	- ضعف در نظارت دستگاه های ناظر - استفاده از مواد اولیه و تجهیزات نامرغوب	تولید و عرضه نسبتاً آزاد کالاهای غیر استاندارد و تقلبی در بازار
۵	- نیاز به وثیقه های سنگین برای تامین مالی - کاغذبازی های فراوان برای اخذ وام - برخی مقررات نابجا و خسته کننده در بانک های حمایتی صادرات	دشواری تامین مالی از بانک ها
۶	- عدم وجود آمار و ارقام برای تصمیم گیری های صحیح - عدم همخوانی آمار و ارقام منتشر شده از جانب دستگاه های مختلف	شفاف نبودن آمار و اطلاعات مورد نیاز برای فعالیت اقتصادی
۷	- آسیب دیدن محصولات ارسالی قبل از رسیدن به متقاضی و مشتری - هزین های بسیار بالای حمل و نقل	ضعف زیرساخت های حمل و نقل
۸	- برخی امتیازها و حمایت هایی که از گروه ها خاص صورت می گیرد.	وجود انحصار، امتیاز یا هر نوع رانت در مورد برخی رقبای بازار
۹	- مشکلات موجود در انتقال پول - اعتماد ضعیف بین طرفین قرارداد - تاخیر در ارسال اسناد و مدارک	عدم وجود ارتباطی مناسب بین تولید کننده و مشتری

بر مبنای جدول شماره ۳، مدل مفهومی پژوهش به صورت شکل ۱ ارائه می شود.

لازم به ذکر است که به منظور تعیین مفاهیم سازنده و مفهوم بودن آن ها، از مطالب موجود در ماهنامه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، پاییز ۱۳۹۸، بهره گرفته شد.



شکل (۱): مفاهیم استخراج شده از مصاحبه

حاصل گردیده بنابراین توزیع داده‌ها نرمال نبوده و برای آزمون فرضیات باید از روش حداقل مربعات جزئی در مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده نمود، نرم افزار مربوطه، اسمارت پی ال اس نسخه ۲ می‌باشد (جدول ۲).

به منظور تحلیل داده‌ها انجام آزمون فرضیات ۹ گانه مبتنی بر مدل فوق، ابتدا می‌بایست مشخص شود که آیا توزیع داده‌ها نرمال می‌باشد یا خیر. به این منظور از آزمون کولوگروف - اسمیرنوف استفاده شده و با توجه به اینکه سطوح معنی داری برای همه متغیرها کمتر از ۰,۰۵

جدول (۳): آزمون نرمال بودن توزیع داده‌ها

نوع توزیع	سطح معنی داری	متغیر
غیر نرمال	۰,۰۰۰	بی ثباتی سیاست‌ها، قوانین و مقررات و رویه‌های اجرایی
غیر نرمال	۰,۰۰۰	بی تعهدی طرف‌های قرارداد و معامله به اجرای وعده‌ها
غیر نرمال	۰,۰۰۰	غیر قابل پیش‌بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات
غیر نرمال	۰,۰۰۰	تولید و عرضه نسبتاً آزاد کالاهای غیر استاندارد و تقلبی در بازار
غیر نرمال	۰,۰۰۰	دشواری تامین مالی از بانک‌ها
غیر نرمال	۰,۰۰۰	شفاف نبودن آمار و اطلاعات مورد نیاز برای فعالیت اقتصادی
غیر نرمال	۰,۰۰۰	ضعف زیرساخت‌های حمل و نقل
غیر نرمال	۰,۰۰۰	وجود انحصار، امتیاز یا هر نوع رانت در مورد برخی رقبا در بازار
غیر نرمال	۰,۰۰۰	عدم وجود ارتباطی مناسب بین تولیدکننده و مشتری

به ۱ هستند و RMSEA در محدوده پیشنهادی قرار می‌گیرد [۱۳]. به علاوه، مقادیر p از این جدول نشان می‌دهند که معناداری در ۰/۰۰۰ کوچکتر از ۰/۰۰۱ بوده و در حدود مناسب قرار داد.

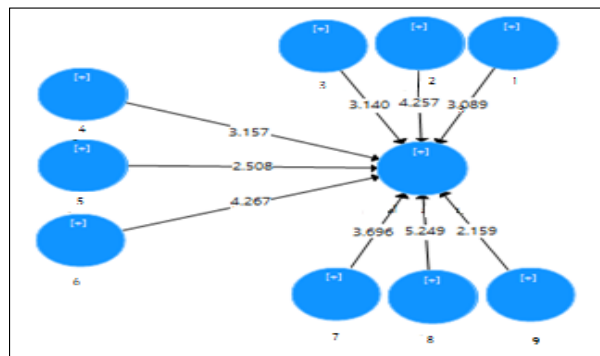
در جدول شاخص‌های برازش مدل ذکر شده اند که همگی در حدود مناسبی قرار دارند. همچنین مقادیر میانگین واریانس استخراجی بیشتر از ۰,۵ و پایایی ترکیبی بیشتر از ۰,۷ بوده که باز هم در حد مناسبی هستند. از جدول ۱۰، نشان داده شد که تناسب برازش مدل بسیار خوب است. برازش مدل بسیار خوب است، زیرا همه شاخص‌ها نزدیک

جدول (۴): مقادیر مرتبط با برازش و روایی و پایایی

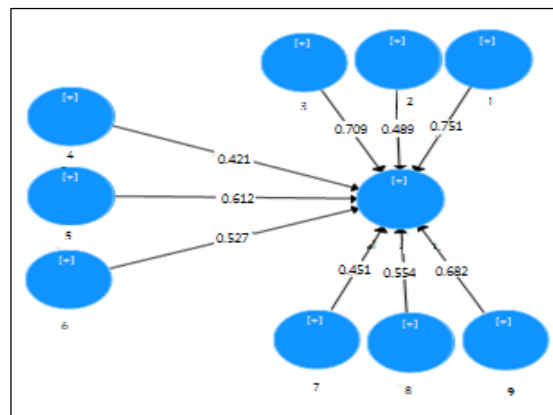
متغیرها	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI	RMSEA	AVE	CR
۱	۰/۹۵۷	۰/۹۳۶	۰/۹۷۴	۰/۹۶۱	۰/۹۷۴	۰/۰۷۱	۰/۶۵۲	۰/۸۸۴
۲	۰/۹۴۵	۰/۸۳۵	۰/۹۵۱	۰/۸۵۰	۰/۹۴۵	۰/۰۰۰	۰/۵۳۹	۰/۸۳۲
۳	۰/۸۵۳	۰/۵۸۹	۰/۹۰۹	۰/۷۸۵	۰/۸۵۹	۰/۰۰۴	۰/۶۱۳	۰/۸۵۰
۴	۰/۸۴۸	۰/۸۴۸	۰/۷۵۸	۰/۸۶۹	۰/۷۹۲	۰/۰۰۳	۰/۵۸۸	۰/۸۶۹
۵	۰/۹۴۲	۰/۹۵۲	۰/۸۶۳	۰/۷۳۶	۰/۸۹۹	۰/۰۰۰	۰/۵۷۴	۰/۸۷۴
۶	۰/۷۶۴	۰/۸۶۶	۰/۹۸۴	۰/۸۱۱	۰/۷۸۷	۰/۰۰۱	۰/۵۱۹	۰/۸۸۴
۷	۰/۹۳۳	۰/۷۲۶	۰/۸۵۳	۰/۸۰۲	۰/۸۸۰	۰/۰۰۸	۰/۶۰۶	۰/۷۵۳
۸	۰/۸۵۴	۰/۷۶۴	۰/۷۹۴	۰/۷۹۶	۰/۹۸۱	۰/۰۰۰	۰/۵۴۰	۰/۸۱۶
۹	۰/۸۹۷	۰/۸۸۳	۰/۹۱۳	۰/۹۵۱	۰/۹۰۲	۰/۰۰۰	۰/۶۲۹	۰/۷۹۵

مقادیر توصیه شده: NFI, RFI, IFI, TLI و CFI باید نزدیک به ۱ باشند و $0.0 \leq RMSEA \leq 0.1$ [۱۳].

دو مدل معنی داری (شکل ۲) و ضرایب تخمین استاندارد (شکل ۳)، در ادامه اشاره شده اند. محدوده مناسب برای مقادیر معنی داری بالاتر از ۱/۹۶ و برای تخمین استاندارد بالاتر از ۰/۴ می باشد. [۱۳]



شکل (۲): نمودار معنی داری



شکل (۳): نمودار تخمین استاندارد

با توجه به اینکه مقادیر معنی داری و تخمین استاندارد در محدوده مناسب قرار گرفته اند، اثرگذاری تمام ۹ عامل بر صادرات ناموفق از لحاظ آماری تایید می شود. بر اساس مقادیر ضریب استاندارد می توان

متغیرها را اولویت نمود که این موضوع در جدول ۴ نمایش داده شده است.

جدول (۵): اولویت بندی متغیرها بر اساس ضرایب استاندارد

ردیف	متغیر	ضریب مسیر	اولویت
۱	بی ثباتی سیاست ها، قوانین و مقررات و رویه های اجرایی	۰/۷۵۱	۱
۲	بی تعهدی طرف های قرارداد و معامله به اجرای وعده ها	۰/۴۸۹	۲
۳	غیر قابل پیش بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات	۰/۷۰۹	۲
۴	تولید و عرضه نسبتا آزاد کالاهای غیر استاندارد و تقلبی در بازار	۰/۴۲۱	۹
۵	دشواری تامین مالی از بانک ها	۰/۶۱۲	۴
۶	شفاف نبودن آمار و اطلاعات مورد نیاز برای فعالیت اقتصادی	۰/۵۲۷	۶
۷	ضعف زیرساخت های حمل و نقل	۰/۴۵۱	۸
۸	وجود انحصار، امتیاز یا هر نوع رانت در مورد برخی رقبا در بازار	۰/۵۵۴	۵
۹	عدم وجود ارتباطی مناسب بین تولید کننده و مشتری	۰/۶۸۲	۳

۵- نتیجه گیری

از آن روی که در دنیای امروز تجارت خارجی نقش چشمگیری در توسعه اقتصادی دارد، و کشورهای توسعه یافته و پیشرفته نیز سهم بسزایی در صادرات کالاهای غیر نفتی در جهان دارند. با برنامه ریزی و بررسی کالاهای غیر نفتی با هدف توسعه پایدار اقتصادی می توان جایگاه اقتصادی در جهان ارتقا داد. با توجه به محدودیت های منابع تجدید ناپذیر متعدد که به عنوان کالای اول صادرات یعنی نفت در کشورمان وجود دارد، کشور های پیشرفته و در حال توسعه به دنبال راهی به غیر از صادر کردن کالای نظیر نفت گاز و... می باشند که شرایط اقتصادی ایران نیز از این موضوع مستثنی نیست. وجود کالاهای غیر نفتی با ارزش افزوده مناسب و ارز آور می تواند در جهت رشد نرخ اقتصادی کشور تاثیر گذار باشد. با شناخت کالاهای غیر نفتی و سرمایه گذاری بر روی آنان می تواند در تحقق این امر کمک کند. تحقق یافتن این بخش از صادرات مستلزم نیروهای توانمند شامل کارشناسان امور اقتصاد، برنامه ریزان، مدیران مجرب و سیاست گزاران درجه اول است، حمایت از سرمایه گزاران بخش خصوصی، فراهم کردن بستری در جهت ترغیب سرمایه گزاران برای ورود به این عرصه می باشد. از آنجایی که می دانیم وضع اقتصادی کشور وابسته به نفت است و با بالا و پایین آمدن نرخ جهانی نفت اقتصاد کشور تحت تاثیر قرار می گیرد و چه بسا ممکن است ضرر و زیان های در این میان وارد شود [۹] بهبود عملکرد بخش صادرات به عنوان یکی از مولفه های اصلی موثر بر درآمد ملی در راستای دستیابی به رشد پایدار اقتصادی، کاهش بیکاری و عدالت اجتماعی از جمله پارامترهایی است که مورد توجه سیاستگذاران اقتصادی تمامی کشورها قرار داشته و نقش عمده ای را در توازن تراز

پرداخت ها و افزایش ذخایر آنها ایفا می کند. اگر در پی توسعه صادرات با ساختاری پویا و پایدار هستیم، می باید افزون بر مسائل و مشکلات محیط داخلی مانند مدیریت صادرات، بازاریابی، سبک کردن مقررات دست و پاگیر و تمهیدات برای بازگرداندن ارز حاصل از صادرات به عوامل مهم تری نظیر ایجاد فضای پایدار و آینده نگر در سیاست های کلان حوزه صادرات و تولید و همچنین بالاتر بردن افق دید صادر کنندگان پرداخته شود، تا منافع بلندمدت را فدای منافع آنی نکنند، به سرمایه گذاری های اصولی و درازمدت روی آورند و به ویژه به عوامل درون بنگاهی موثر بر توسعه صادرات بها دهند. [۴]

در این پژوهش در ابتدا با انجام مصاحبه های نیمه ساختاریافته با ۱۰ نفر از افراد متخصص در حوزه صادرات، ۹ عامل که سبب عدم موفقیت در صادرات می شوند تعیین شد. بر اساس این چارچوب، مدل مفهومی پژوهش تدوین و فرضیات ۹ گانه مورد آزمون قرار گرفت. در نهایت بر اساس تحلیل های آماری، هر نه متغیر بر عدم موفقیت صادرات موثر تشخیص داده شدند و بر اساس ضرایب مسیر اولویت بندی شدند. با توجه به اولویت بندی ها، سه عامل « بی ثباتی سیاست ها، قوانین و مقررات و رویه های اجرایی - غیر قابل پیش بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات - عدم وجود ارتباطی مناسب بین تولید کننده و مشتری»، مهمترین موانع صادرات بوده که با پژوهش های چند پژوهشگر ایرانی همگراست. [۵] و [۱۶]

با توجه به عوامل اولویت بنده شده برخی پیشنهادها جهت رفع موانع انجام صادرات موفق به این شرح است:

- تلخیص و ساده سازی قوانین و مقررات صادراتی و حذف قوانین موازی، منسوخ یا ناکارآمد

- جذب سرمایه، منابع مالی و فناوری پیشرفته خارجی برای تولید محصولات صادراتی
 - تدوین و وضع استانداردهای تولیدات صادراتی سختگیرانه
 با توجه به اینکه این پژوهش در حوزه مواد غذایی خشکبار انجام شده است، به سایر پژوهشگران پیشنهاد می شود در سایر حوزه سایر محصولات صادراتی نیز انجام شده و نتایج مربوطه با نتایج این پژوهش مقایسه گردد.

[14] Hassanpour, M., Pamucar, D. (2019). **Evaluation of Iranian Household Appliance Industries Using MCDM Models. Operational Research in Engineering Sciences: Theory and Applications**, 2(3), 1-25.

[15] Kline, R. B. (2005). **Principles and Practice of Structural Equation Modeling (2nd ed.)**. New York: Guilford. 366.

[16] Lin, F. J., Ho, C. W. (2019). **The Knowledge of Entry Mode Decision for Small and Medium Enterprises**. Journal of Innovation & Knowledge, 4(1), 32-37.

[17] Mataveli, M., Ayala, J. (2022). **An Analysis of Export Barriers for Firms in Brazil**. Journal of European Research on Management and Business Economics, 28(3).

[18] Mustafa, A., Ismaei, T., Ramy, A. (2020). **Economic study of Export Barriers to Mango Crop in Egypt**. Assiut Journal of Agricultural Sciences, 53(1).

[19] Natale, F., Borrello, A., Motova, A. (2015). **Analysis of the Determinants of International Seafood Trade Using a Gravity Model**. Marine Policy, 5 (11),

[20] Nazzaro, C., Ulliano, A. (2021). **Drivers and Barriers towards Social Farming: A Systematic Review**. Journal of Sustainability, 13.

[21] Neuenkirch, M., Neumeier, F. (2016). **the Impact of US Sanctions on Poverty**. Journal of Development Economics, 3 (2), Paudel, R.C., & Burke, P.J. (2015). Exchange Rate Policy and Export Performance in a Landlocked Developing Country: The Case of Nepal. Journal of Asian Economics,

[22] Popova, L., Rasoulizhad, E. (2016). **Have Sanctions Modified Iran's Trade Policy?**. An Evidence of Asianization and De-Europeanization through the Gravity Model Economics Journal, 4(4),

[23] Saadatyar, F. S., AlTabbaa, O., Dagnino, G. B., Vazife, Z. (2020). **Industrial Clusters in the Developing Economies: Insights from the Iranian Carpet Industry**. Strategic Change, 29(2), 227-239 .

[24] Santos Silva, J. M. C., Tenreiro, S. (2016). **The Log of Gravity**. Review of Economics and Statistics, (2), 6 ,

[25] Taghavi, M., Shayegani, B., Gaffari, F., Monsef, A., Niakan Lahiji, A. (2012). **Does Gravity Model Work for the Selection Trade Partners Among SCO Members?(The Case Study of Iran)**. Journal of American Science, (0), 4 ,

[26] Tan, Q., Sousa, C. M. (2015). **Leveraging Marketing Capabilities into Competitive Advantage and Export Performance**. International Marketing Review.

[27] Taszaki, R. (2010), **Industrial Export cluster of saffron in Razavi and South Khorasan provinces**. Industrial Township of Khorasan Razavi, Iran, pp.

[28] Vasiliu A, Ana-Maria, P. (2011), **IFRS for Small and Medium-sized Entities-A New Vijay Narayanan. (2015)**, Export Barriers for Small and Medium-sized Enterprises: A Literature Review based on Leonidou's Model. DOI: 10.15678/EBER.2015.030208

[29] Zastupov, A. (2019). **Investment development of enterprises of industrial clusters Sustainable Growth and Development of Economic Systems (pp. 349-358)**: Springer,

[30] Zhenga, Z., Saghaian, S., Reed, M. (2012). **Factors Affecting the Export Demand for U.S. Pistachios**. International Food and Agribusiness.

- نظارت های دقیق، مبتنی بر قانون و به دور از حمایت از گروه های خاص به منظور رفع هر گونه انحصار، امتیاز و رانت
 - حذف کاغذبازی های بی مورد و غیر لازم در فرایند های مرتبط با اخذ وام از بانک
 - اعطای تسهیلات ارزی و تامین سرمایه در گردش واحدهای تولیدی صادرات گرا همراه با نظارت صحیح

منابع و ماخذ

[۱] ارسطو، عبالرضا، نظرزاده، محمدجواد، (۱۳۹۶). **بررسی نقش صنایع کوچک و متوسط در صادرات غیر نفتی استان خوزستان، چهارمین همایش پژوهش های مدیریت در ایران**.

[۲] امیری، فاطمه، سهرابی، روح ا... (۱۳۹۶)، **بررسی موانع صادرات محصولات کشاورزی در استان همدان، نخستین کنفرانس ملی مدیریت بازرگانی و کارآفرینی در ایران، تهران**.

[۳] انوشه، منیره، رحیمی، ابوالفضل، احمدی، فضل الله، فروغان، مهشید، (۱۳۹۴)، **تبیین چگونگی سبک زندگی سالمندان: رویکرد نظریه زمینه ای، نشریه سالمند**.

[۴] تاجدینی، آژنگ، ربیع، داوود، پورموسی، شادمان، **مطالعه شاخص های موثر بر صادرات محصولات میلمان چوبی در کشور (۱۳۹۲)**، علوم و فنون منابع طبیعی، دوره ۶، شماره ۲.

[۵] عسکری، منصور، (۱۳۹۸)، **رقابت پذیری و صادرات بنگاههای کوچک و متوسط ایران**. فصلنامه پژوهش های اقتصاد صنعتی. سال سوم.

[۶] کازرونی، علی، قربانی، علی، (۱۳۹۴)، **بررسی کارایی تحریم های یک جانبه و چند جانبه بر تجارت خارجی محصولات غیر نفتی در ایران**، نشریه کاربردی اقتصاد، ۲۱،

[۷] کرباسی، علی رضا، امینی زاده، میلاد، (۱۳۹۹)، **بررسی عوامل موثر بر صادرات پسته ایران با تاکید بر نقش تحریم های تجاری ایران**، نشریه تحقیقات اقتصاد تجاری، جلد ۱۱، شماره ۳،

[۸] مصلی پور، حسین، طحان، محمد، (۱۳۹۸)، **بررسی موانع و مشکلات صادرات زعفران و زرشک و راهکارهای افزایش آن** ، نشریه پژوهش های زعفران، دانشگاه بیرجند.

[۹] همتی، مریم، فیض، داود، آذر، عادل، (۱۳۹۹)، **شناسایی مدل های ذهنی مدیران شرکت های صنایع غذایی از موانع توسعه صادرات** ، نشریه مدیریت بازرگانی، دوره ۱۲، شماره ۱،

[۱۰] هاوالت، مایکل؛ رامش، ام، (۱۳۸۰)، **مطالعه خط مشی عمومی (ترجمه عباس منوریان و ابراهیم گلشن)**. مرکز آموزش مدیریت دولتی

[11] Challenger for the European Union. CED working paper.

[12] Farahmand, K., Daneshvar Kakhki, M., Shahnevi, N., Ghasemi, V., Hemmati Kakhki, A. (2012). **Investigating the Factors Affecting the Development of Saffron Market Using Fuzzy Delphi**. J. Agric. Econ. 6(3), 97- 119

[13] Fuchs, M., Köstner, M. (2016). **Antecedents and Consequences of Firm's Export Marketing Strategy**. Management Research Review