

شناسایی موانع صادرات محصولات کشاورزی در استان هرمزگان با استفاده از نظریه مبنایی

جعفر یعقوبی^۱

دانشیار گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه زنجان، ایران

محمد بهروزی

دانشجوی کارشناسی ارشد، رشته ترویج و آموزش روستایی

حیدر قلی زاده

دانشیار گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه زنجان، ایران

چکیده

بخش کشاورزی به‌عنوان یک بخش تجاری دارای مزیت‌های مهم می‌تواند به‌عنوان یک بخش اقتصادی مهم جهت توسعه صادرات غیرنفتی کمک کند. این بخش علی‌رغم داشتن مزیت نسبی در تولید بسیاری از محصولات کشاورزی، متأسفانه سهم قابل‌توجهی در صادرات و ارزآوری کشور ندارد. با توجه به مسئله فوق، هدف کلی پژوهش کاربردی و میدانی حاضر شناسایی موانع صادرات محصولات کشاورزی بود. در این تحقیق از رویکرد کیفی و روش نظریه مبنایی استفاده شد. جامعه آماری تحقیق صادرکنندگان محصولات کشاورزی در سال ۱۴۰۱ و کارشناسان اداره گمرک در استان هرمزگان بودند. در تحقیق کیفی داده بنیان حاضر با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی نمونه‌ها انتخاب شدند. حجم نمونه با استفاده از اشباع داده تعیین شد و در نهایت ۱۷ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. برای تأیید پایایی داده‌ها از یادداشت‌برداری دقیق در طی گردآوری داده‌ها استفاده شد. تکرار مطالب و مفاهیم توسط کارشناسان نشان‌دهنده پایایی مناسب داده‌های جمع‌آوری شده بود. نتایج نشان داد که در طی فرایند تحلیل داده‌ها ۱۰۰ مفهوم در مرحله کدگذاری باز شناسایی شد که در مرحله کدگذاری محوری، مفاهیم فوق در ۲۲ مقوله محوری دسته‌بندی شدند. بر اساس نتایج کدگذاری انتخابی، موانع صادرات محصولات کشاورزی در شش مقوله کلی شامل نارسایی‌های مرحله تولید محصولات، موانع سیاست‌گذاری و قانونی، زیرساخت و کاغذبازی ناکارآمد، ناکارآمدی سخت‌افزاری و نرم‌افزاری سامانه گمرک، نارسایی و هزینه بالای سامانه حمل‌ونقل دریایی و مشکلات مدیریت فروش و انتقال ارز صادرات حاصل از تحریم دسته‌بندی شدند.

واژه‌های کلیدی: موانع صادرات، سیاست‌گذاری، کشاورزی، گمرک، هرمزگان

مقدمه

ایران دومین کشور بزرگ خاورمیانه است و از لحاظ تولید ناخالص داخلی بر پایه برابری قدرت خرید، بیست و دومین اقتصاد دنیا بر اساس فهرست بانک جهانی است (رحمان و همکاران، ۱۴۰۱). در مورد بخش کشاورزی، کشورهای مختلف دنیا بر اساس یک سنت دیرینه در سال‌های اخیر به‌طور کلی از این بخش به شکل‌های مختلف حمایت کرده‌اند. با توجه به تحولات پس از جهانی‌شدن، این پدیده توسط برخی از کشورهای در حال توسعه به‌عنوان موتور برای رشد شناخته شده است. (نصایبان و جعفری، ۱۳۹۵). بخش کشاورزی یکی از بخش‌هایی است که به‌عنوان بخش نسبتاً سودمندی در برنامه‌های توسعه محور فعالیت‌های اقتصادی بوده است. این بخش در ایران به دلیل برخورداری از مزایایی چون تنوع آب‌وهوا، تنوع زمین، نیروی کار ارزان و همچنین قابلیت استفاده از موقعیت جغرافیایی و وسعت کشور، آن را کمتر به فناوری پیچیده وابسته کرده است و همچنین یکی از بسترهای لازم برای گسترش تنوع محصولات تولیدی در فصول مختلف سال را داراست (عزیزی و همکاران، ۱۳۹۴). وابستگی اقتصاد ایران به نفت از یک سو و نوسانات قیمت نفت در بازارهای جهانی و بازار انحصاری حاکم بر آن، بسیاری از ناهنجاری‌های حاکم بر این بازار به اقتصاد کشورهای وابسته به نفت آسیب می‌رساند. بنابراین، صادرات غیرنفتی برای ثبات اقتصادی بسیار مهم است و در این بین، صادرات محصولات کشاورزی نقش مهمی در

صادرات غیرنفتی دارد و صادرات این بخش از ثبات بیشتری نسبت به سایر بخش‌ها برخوردار است (شاه‌آبادی و صفایی، ۱۳۹۶). صادرات یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصاد هر کشور است. صادرات کالا و خدمات، منبع اصلی درآمد ارزی کشوری محسوب می‌شود که نبض اقتصاد جهانی پویا و فعال را حفظ می‌کند (ده یادگاری و همکاران، ۱۳۸۴).

در ایران نگرش کلی درباره نوع کالای صادراتی به‌گونه‌ای است که به علت بالا بودن ارزش افزوده، همواره صادرات بخش صنعتی مورد توجه بیشتر سیاست‌گذاران قرار گرفته و به صادرات محصولات کشاورزی توجه کمتری شده است. در حالی که شرایط آب و هوایی ایران باعث موقعیت ممتاز محصولات کشاورزی از لحاظ قیمت و کیفیت شده است (سیف‌اللهی و همکاران، ۱۴۰۰).

در ایران در راستای اهداف سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ و تدوین سند راهبردی توسعه صادرات غیرنفتی که بیان می‌کند: کشور باید با ظرفیت و فرصت‌های اقتصادی قوی به سمت افزایش سهم خود در تجارت جهانی حرکت کند. دستیابی به تراز تجاری بین صادرات و واردات در سال، و اقتصاد متنوع با سهم غالب بخش‌های غیرنفتی و غیردولتی نشان‌دهنده اهمیت و توجه ویژه به مقوله صادراتی صنعت غیر نفت ایران است. با توجه به اینکه ایران دارای ذخایر عظیم نفت و گاز است، صادرات ایران به‌طور کلی به صادرات نفت و گاز وابسته است و صادرات محصولات نفتی و قیمت نفت تأثیر جدی بر

نیروی کار ارزان، بستر فعالیت اقتصادی تقریباً نیمی از جمعیت کشور، وابستگی کمتر به فناوری‌های پیچیده و توانایی توسعه تولید اشاره کرد که بخش کلیدی اقتصادی، برای حمایت از توسعه صادرات غیرنفتی یاری رساند (خلیلیان و فرهادی، ۱۳۸۱).

متأسفانه اگرچه ایران در تولید بسیاری از محصولات کشاورزی از مزیت نسبی برخوردار است، اما ایران این مزیت را در مرحله صادرات و در سطح بین‌المللی به دلیل فعالیت‌های بازاریابی ناکارآمد نسبت به کشورهای رقیب از دست داده است. (فلاحی و خلیلیان، ۱۳۸۷).

برای حرکت بیشتر اقتصادی ابتدا باید به گسترش و توسعه بخش خصوصی و سپس به رونق و حرکت اتاق بازرگانی توجه شود. از سوی دیگر، اجرای یک سیاست اقتصادی مؤثر مستلزم مطالعه دقیق و کامل تمامی جوانب نظری و ارزیابی عملکرد بنگاه‌های تجاری است که موفق به رونق و پیشرفت اقتصادی شده و نیز بررسی نتایج علمی به‌دست‌آمده از بنگاه‌های تجاری است (دریسای و همکاران، ۱۳۸۹).

طبق آمار اعلام شده از سوی سازمان توسعه و تجارت در فصل اول سال ۱۴۰۱ ارزش محصولات کشاورزی و صنایع غذایی برابر با یک میلیارد و هشتادوشش میلیون دلار بوده که نسبت به سال قبل اکتی ۱۳ درصدی داشته است. از طرفی طبق آمار اعلام شده، میوه و تره‌بار بیشترین سهم صادرات در این مدت را به خود اختصاص داده که این بخش نسبت به سال قبل اکتی هشت درصدی داشته است. هرزگان تنها استانی در کشور است که دارای مجمع‌الجزایر و دسترسی به آب‌های آزاد است که به معنای ورود به بازارهای جهانی و اقتصاد بین‌المللی است و بیش از ۵۰ درصد کالاهای ایرانی از استان

اقتصاد کشور دارد و هرزمان که درآمدهای نفتی کاهش می‌یابد، راه‌حل‌های کوتاه‌مدتی مانند حق بیمه صادراتی و عدم تعرفه صادراتی برای تقویت صادرات غیرنفتی اعمال می‌شود. به‌عبارت‌دیگر، به نظر نمی‌رسد ایران در وضعیت مناسبی برای تثبیت ساختار صادراتی خود قرار داشته باشد. بنابراین، این سؤال مطرح می‌شود که ساختار صادرات غیرنفتی کشور که با نوسانات دوره‌ای همراه است و سیاست مشخصی ندارد چگونه است؟ (محمدزاده و محمدی، ۱۳۹۱).

افزایش پویایی صادرات نه‌تنها مستقیماً بر تولیدات کشاورزی تأثیر می‌گذارد، بلکه همراه با توسعه صادرات، بهره‌وری نیروی کار و جریان سرمایه را نیز بهبود می‌بخشد و به رونق اقتصادی بخش کشاورزی کمک می‌کند. به‌این‌ترتیب مزیت نسبی کشور در تولید محصولات کشاورزی می‌تواند عامل تعیین‌کننده‌ای در توسعه صادرات با تأثیرگذاری بیشتر بر بازارهای جهانی باشد و نه‌تنها نیاز کشور تأمین می‌شود، بلکه از سویی، باید از استعدادهای مرتبط با منابع انسانی و سرمایه مازاد موجود در بخش کشاورزی استفاده بهتری صورت گیرد. از آنجایی‌که بخش عمده‌ای از فعالیت‌های کشاورزی در مناطق روستایی صورت می‌گیرد، یکی از پیامدهای مثبت اصلی توسعه صادرات محصولات کشاورزی افزایش تقاضا برای محصولات کشاورزی و تضمین بازار عادلانه برای عرضه کالاهای نهایی است که باعث افزایش درآمد روستاییان شده و از مهاجرت کشاورزان به شهرها جلوگیری می‌کند (شاهمرادی و همکاران، ۱۳۹۸).

کشاورزی به‌عنوان یک فعالیت اقتصادی دارای مزایا و ویژگی‌های قابل‌توجهی است که از آن جمله می‌توان به مواردی نظیر: تنوع آب‌وهوا، دمای مناسب، تنوع خاک،

برای تولید بیشتر، و افزایش سرمایه‌گذاری و تشکیل سرمایه برای تولید بیشتر می‌شود.

جنگجویی شالدهی و مهردوست (۱۴۰۰) در مطالعه شناسایی و رتبه‌بندی موانع توسعه صادرات غیرنفتی نشان دادند موانع داخلی شامل موانع فرهنگی، اقتصادی، ساختاری و موانع خارجی شامل مسائل سیاسی و تحریم‌های اقتصادی، تقویت همکاری‌های منطقه‌ای، تجارت جهانی می‌باشند.

محمدخانی و همکاران (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای هفت عامل اصلی موانع صادرات را شامل ۱. موانع تجاری ۲. موانع اقتصادی ۳. موانع سیاسی و قانونی ۴. موانع فناوری ۵. موانع حمل‌ونقل ۶. موانع تولید و ۷. موانع زیرساختی نشان داد.

سیف‌اللهی و همکاران (۱۴۰۰) در مطالعه طراحی الگوی مفهومی عوامل مؤثر توسعه صادرات محصولات کشاورزی نشان دادند مزیت رقابتی، موقعیت تجاری قوی، حل مشکلات اقتصادی، سیاسی و حقوقی از جمله عوامل مؤثر بر صادرات محصولات کشاورزی به بازارهای غیر منطقه‌ای و تأثیرگذار بر رقابت‌پذیری محصولات کشاورزی است..

تحلیل موانع صادرات برای شرکت‌ها در برزیل (۲۰۲۲) نشان داد سه دسته موانع شامل سرمایه انسانی، فرهنگی و مالی جزو موانع صادراتی در این کشور می‌باشند و موانع مدیریتی تأثیر معنی‌داری در این زمینه نداشتند. همچنین نتایج این تحقیق نشان داد، اثرات مانع سرمایه

هرمزگان صادر می‌شود که اهمیت این استان را نشان داده و به‌عنوان دروازه ملی صادرات غیرنفتی بوده است. با توجه به مشکلات موجود در بخش کشاورزی، سهم این محصولات در صادرات بسیار کمتر از سایر محصولات است. با توجه به ۱۶,۵ درصد از کل اشتغال در بخش کشاورزی و پتانسیل موجود در این بخش، می‌توان با رفع موانع راه‌های صادراتی بر تعداد شاغلان این صنعت افزود.

در بررسی پیشینه تحقیق، محققان مطالعات مستقیم و مرتبط چندانی در زمینه مسئله تحقیق مشاهده نکردند، ولی مطالعاتی در زمینه صادرات محصولات غیرنفتی صورت گرفته است که به برخی از آنها اشاره می‌گردد. میرزایی و عدالتیان شریاری (۱۴۰۱) در مطالعه موانع صادرات در کسب‌وکار مبتنی بر رویکرد اقتصادی در توسعه پایدار نشان دادند سه عامل بی‌ثباتی سیاست‌ها، قوانین و رویه‌های اجرایی، غیرقابل‌پیش‌بینی بودن و نوسانات قیمت مواد اولیه و محصولات، عدم وجود ارتباطی مناسب بین تولیدکننده و مشتری مهم‌ترین موانع صادرات بوده است.

احمدی (۱۴۰۰) در مطالعه بررسی تحلیل و اولویت‌بندی موانع توسعه صادرات کالاهای غیرنفتی کشور نشان داد توسعه صادرات دارای اثرات مثبت بر اقتصاد ملی است و از جمله موجب تقویت تجارت خارجی و هدایت تولید و تخصیص منابع در جهت مزیت‌های نسبی کشور، رشد اقتصادی، ارزآوری، و تسهیل ورود کالاهای سرمایه‌ای

آغاز و سایر عوامل مهم تأثیرگذار در بازاریابی کشاورزی در هند است (Ravi and Uthayasuriyan, 2012).

جمع‌بندی مبانی نظری و پیشینه تحقیق در مورد موانع صادرات محصولات کشاورزی نشان داد مطالعات صورت گرفته به صورت ویژه انجام گردیده و مطالعه اخیر در مورد شناسایی موانع صادرات محصولات کشاورزی به صورت جامع از دیدگاه صادرکنندگان این محصولات صورت نگرفته است. بر این اساس مطالعه حاضر به دنبال شناسایی موانع صادرات محصولات کشاورزی به صورت جامع و با رویکرد اکتشافی انجام گردید.

اهداف تحقیق

هدف کلی این تحقیق بررسی وضعیت موجود، موانع و راهکارهای بهبود صادرات محصولات کشاورزی (از قبیل خرما، میگو، مرکبات، سیب و ...) در استان هرمزگان می‌باشد. برای تحقق این هدف، از دیدگاه صادرکننده‌های محصولات کشاورزی در استان هرمزگان استفاده شده است.

روش تحقیق

این تحقیق از لحاظ پارادایم کلی از نوع کیفی است. اصطلاح تحقیق کیفی به روش‌های مختلف گردآوری داده‌ها مانند تحقیق میدانی، مشاهده یا مشارکت و مصاحبه عمیق اطلاق می‌شود (دلور، ۱۳۸۹). این تحقیق از لحاظ هدف از نوع کاربردی است و به لحاظ مکان جمع‌آوری داده از نوع میدانی است و از نظر جمع‌آوری داده‌ها از نوع نمونه‌برداری نظری است. نمونه‌برداری نظری فرآیند جمع‌آوری داده‌ها برای ایجاد نظریه‌ها است

انسانی بر موانع فرهنگی و موانع اداری بر موانع مالی تأیید شد (Mataveli *et al.*, 2022).

بررسی تأثیر استانداردهای محصول بر صادرات محصولات کشاورزی (۲۰۱۵) نشان داد رعایت استانداردهای سخت‌گیرانه در درجه اول هزینه ثابت صادرات به مقصد را افزایش می‌دهد. هنگامی که یک شرکت تولید خود را برای مطابقت با استانداردهای یک بازار خارجی تنظیم می‌کند، این استانداردها بر شدت صادرات به آن بازار تأثیر نمی‌گذارد (Esteban Ferro, *et al.*, 2015). بررسی موانع صادرات برای شرکت‌های کوچک و متوسط در روسیه (۲۰۲۲) نشان داد روابط مکمل بین شرایط مربوط به منابع داخلی، دارایی‌های رابطه‌ای و زمینه بازار داخلی برای درک موانع صادرات و همچنین وجود یا عدم وجود شرایط خاص می‌تواند با صادرات مرتبط باشد که می‌تواند یافته‌های متناقض را در ادبیات صادرات موجود توضیح دهد (Bertrand, Olivier, *et al.*, 2022).

داده‌های نظرسنجی در مورد منابع و قابلیت‌های سازمانی، راهبرد بازاریابی صادرات، رقابت‌پذیری صادرات و عملکرد شرکت در شرکت‌های صادرکننده در اندونزی نشان داد مجموع داده‌ها شامل موانعی است که شرکت‌ها در ابعاد و اجزای فرعی با ویژگی حیاتی با آن روبرو هستند (Unggul Heriqbaldi, *et al.*, 2023).

در مطالعه عوامل مؤثر بر بازاریابی کشاورزی در هند (۲۰۱۲) یک نمای کلی نشان می‌دهد، بازارهای تنظیم‌شده یکی از نهادهای اصلی در بازاریابی محصولات کشاورزی است. در توسعه بازاریابی کشاورزی، تنظیم بازار یک پایان نیست، بلکه فقط یک

هرمزگان بودند که تعداد آن‌ها از طریق اداره گمرک به دست آمد (N=42). همچنین کارشناسان شاغل در اداره گمرک استان هرمزگان در سال ۱۴۰۱ نیز بخش دوم جمعیت آماری تحقیق را تشکیل دادند.

نمونه‌ها در تحقیقات کمی و کیفی بسیار متفاوت هستند، زیرا هدف آن‌ها کسب درک کامل از پدیده مورد مطالعه است، نه تعمیم نتایج. شرکت‌کنندگان در تحقیقات کیفی به منظور کسب اطلاعات هر چه بیشتر در مورد پدیده مورد پژوهش انتخاب می‌شوند. در تحقیقات کمی، تأکید بر انتخاب تصادفی (فرصت برابر برای انتخاب همه اعضای جامعه پژوهش) است، در حالی که در پژوهش کیفی، نمونه پژوهش یا شرکت‌کنندگان انتخاب یا دعوت می‌شوند. نمونه‌گیری هدفمند که انتخاب غیر احتمالی، مستدل یا کیفی نیز نامیده می‌شود، به انتخاب آگاهانه واحدهای پژوهشی با هدف کسب دانش یا اطلاعات اطلاق می‌شود. هدف این نوع نمونه‌گیری ایجاد قواعد ثابت و تغییرناپذیر یا تعمیم نتایج نیست، بلکه سعی در درک بهتر هر پدیده در زمینه خاصی دارد. (همکاران، ۱۳۹۱).

هدف انتخاب نمونه در تحقیقات کیفی شناسایی گروه‌های خاصی از مردم است که ویژگی‌های مشابهی دارند یا در موارد مشابهی از پدیده اجتماعی مورد مطالعه زندگی می‌کنند. شرکت‌کننده به این دلیل انتخاب می‌شود که می‌تواند بینش خاصی در مورد رفتار مرتبط با تحقیق را مشخص کند (جلالی، ۱۳۹۱). برخلاف تحقیقات کمی که به دنبال فرمولی برای تعداد نمونه می‌گردد و

که در آن تحلیل‌گر به‌طور هم‌زمان داده‌های خود را جمع‌آوری، کدگذاری و تجزیه و تحلیل می‌کند (دانایی فر و امامی، ۱۳۸۶).

در این تحقیق از روش نظریه داده بنیان استفاده شده است. تئوری داده‌های بنیان فرآیند ایجاد یک نظریه مستند و مدون از طریق جمع‌آوری داده‌های سازمان‌یافته و تحلیل استقرایی داده‌های جمع‌آوری شده برای پاسخ به سؤالات جدید در حوزه‌هایی است که مبنای نظری برای فرضیه‌ها و آزمون‌ها ناکافی است (مهرابی و همکاران، ۱۳۹۰).

نظریه داده بنیان به‌عنوان یکی از انواع تحقیقات کیفی سعی در کشف نظریه‌ها از داده‌های میدانی دارد و مبنای آن استقرای تحلیلی است. عناصر اصلی نظریه میدان مفاهیم، مقولات و گزاره‌ها هستند. مبنای روش شناختی نظریه داده بنیان، نمونه‌گیری نظری و مقایسه مقوله‌ها است. روش نمونه‌گیری مورد استفاده به محقق اجازه می‌دهد تا داده‌های خود را به‌طور هم‌زمان جمع‌آوری، کدگذاری و تجزیه و تحلیل کند و نمونه‌ها را برای رسیدن به اشباع نظری انتخاب کند. علاوه بر تقاضای خودشناسی و نقد خود از سوی محقق، ویژگی‌های ذکر شده موجب انعطاف بیشتر این روش در رابطه با ایده‌ها و مسیرهای پژوهشی جدید می‌شود (ذکابی، ۱۳۸۱).

جمعیت آماری این تحقیق، شامل کلیه صادرکنندگان محصولات کشاورزی (از قبیل خرما، میگو، مرکبات، سیب و ...) در سال ۱۴۰۱ از پایانه‌های صادراتی در استان

رسید. گردآوری داده‌ها از طریق مصاحبه‌ی انفرادی عمیق صورت گرفت. مصاحبه‌ها به صورت نیمه ساختارمند، با پرسش‌های کلی و ساده شروع و به سمت پرسش‌های جزئی‌تر پیش رفت. هر مصاحبه به طور متوسط ۷۰ دقیقه به طول انجامید و تمام مصاحبه‌ها ضبط و دست‌نویس شد و به تأیید مصاحبه‌شوندگان رسید. برای تأیید پایایی و روایی یافته‌ها از روش مثلث سازی (مقایسه نتایج از منابع مختلف شامل صادرکنندگان، کارشناسان و مدیران و منابع پیشین) استفاده شد. همچنین برای اطمینان از دقت کدگذاری، کد گذاری توسط افراد مختلف تکرار و با مقایسه نتایج از صحت کدگذاری اطمینان حاصل گردید.

یافته‌های پژوهش

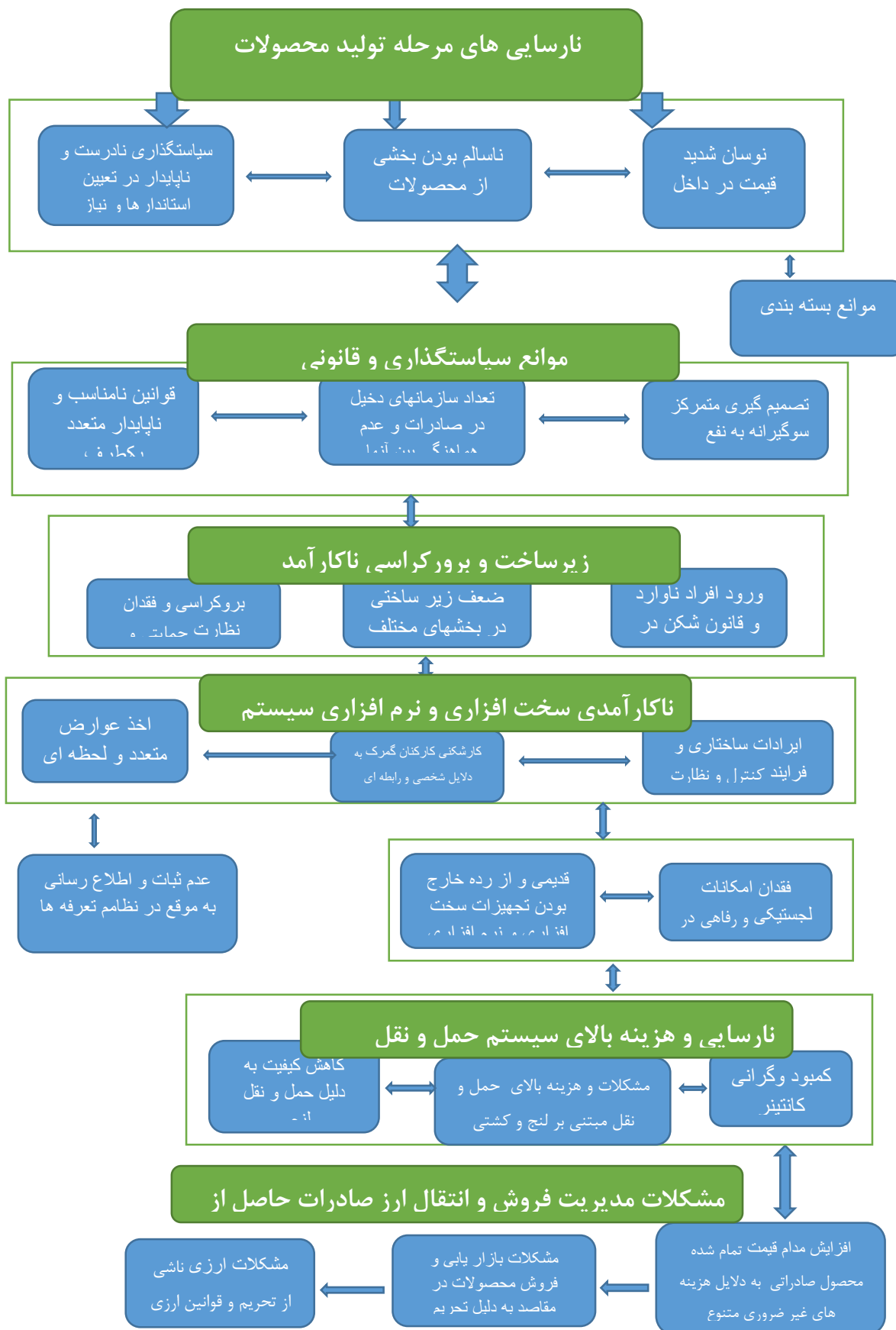
بر اساس کدگذاری سه مرحله‌ای در نظریه مبنایی، در ارتباط با موانع صادرات محصولات کشاورزی نتایج نشان داد در طی فرایند تحلیل داده‌ها ۱۰۰ کد باز در مرحله کدگذاری باز شناسایی شدند. در مرحله کدگذاری محوری، مفاهیم فوق در ۲۲ مقوله محوری شامل مقولات زیر دسته‌بندی شدند: تعدد سازمان‌های دخیل در صادرات و عدم هماهنگی بین آن‌ها، قدیمی و از رده خارج بودن تجهیزات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری گمرک، تصمیم‌گیری متمرکز سوگیرانه به نفع حاکمیت، مشکلات بازاریابی و فروش محصول در مقاصد به دلیل تحریم، موانع بسته‌بندی و بازاریابی، عدم ثبات و اطلاع‌رسانی به موقع در نظام تعرفه‌ها، ورود افراد ناوارد و قانون‌شکن در فرایند صادرات، کمبود و گرانی کانتینر، ناسالم بودن بخشی از محصولات تولیدی کشاورزی، کاهش کیفیت محصولات به دلیل حمل و نقل لنجی، مشکلات ارزی ناشی از

روش‌های نمونه‌گیری تصادفی را انتخاب می‌کند، به جای تصمیم‌گیری در مورد تعداد افراد در یک مطالعه و انتخاب آن‌ها، محققان کیفی در مورد شرایطی که تحت آن انتخاب انجام می‌شود تصمیم می‌گیرند. می‌توان گفت که نمونه‌گیری در تحقیقات کیفی می‌تواند فرآیندی تکرارشونده، به‌ویژه برای روش‌های پژوهشی مانند نظریه زمینه‌ای و داده‌های مردم‌شناسی باشد. اگرچه در مورد تحقیقات کیفی و نحوه انجام آن اتفاق نظر کمی وجود دارد، اما عموماً پذیرفته شده است که هدف از تحقیقات کیفی تعمیم فراتر از نمونه‌گیری جمعیتی نیست (پاک‌گوهر و خلیلی، ۱۴۰۰).

در این تحقیق از روش نمونه‌گیری هدفمند برای انتخاب نمونه‌ها استفاده شد. به این صورت که افراد مورد مصاحبه با توجه به سؤال ویژه تحقیق انتخاب شدند، به طوری که همگی از افراد فعال در حوزه صادرات محصولات کشاورزی بوده و نمونه‌های خوبی از نظر تولید اطلاعات برای پاسخ به سؤال تحقیق بودند. تلاش برای دسترسی به صادرکنندگان محصولات کشاورزی با مراجعه به اداره گمرک آغاز شد؛ در ادامه با استفاده از فن گلوله برفی افراد مورد نظر شناسایی و انتخاب شدند. در تعیین حجم نمونه‌ها از فن اشباع نظری استفاده شد. به عبارت دیگر انتخاب نمونه‌ها تا مرحله اشباع نظری ادامه یافت. منظور از اشباع، زمانی است که داده بیشتری که بتواند موجب توسعه، تعدیل، بزرگ‌تر شدن یا اضافه شدن به تئوری موجود گردد، به پژوهش وارد نشود و پس از آن پژوهشگر تصمیم می‌گیرد که به مرحله جمع‌آوری اطلاعات خاتمه دهد (حمیدی و همکاران، ۱۴۰۰). تعداد نمونه‌ها در مجموع در مراحل مختلف انجام تحقیق تا رسیدن به مرحله اشباع نظری به ۱۷ نفر

تحریم و قوانین ارزی ناپایدار، قوانین نامناسب و ناپایدار متعدد یک‌طرفه، بروکراسی و فقدان نظارت حمایتی و اثربخش، اخذ عوارض متعدد و لحظه‌ای سنگین، افزایش مداوم قیمت تمام‌شده محصول صادراتی به دلایل هزینه‌های غیرضروری متنوع، کارشکنی کارکنان گمرک به دلایل شخصی و رابطه‌ای، ایرادات ساختاری فرایند کنترل و نظارت در گمرک، مشکلات و هزینه بالای حمل‌ونقل مبتنی بر لنج و کشتی، فقدان امکانات لجستیکی و رفاهی در گمرک، نوسانات شدید قیمت محصولات در داخل، ضعف زیرساختی در بخش‌های مختلف کشور و سیاست‌گذاری نادرست و ناپایدار در تعیین استانداردها و نیاز مصرف داخلی محصولات. بر اساس نتایج کدگذاری انتخابی، موانع صادرات محصولات کشاورزی در شش مقوله کلی شامل نارسایی‌های مرحله تولید محصولات، موانع سیاست‌گذاری و قانونی، زیرساخت و بروکراسی ناکارآمد، ناکارآمدی سخت‌افزاری و نرم‌افزاری سیستم گمرک، نارسایی و هزینه بالای سیستم حمل‌ونقل دریایی، و مشکلات مدیریت فروش و انتقال ارز صادرات حاصل از تحریم دسته‌بندی شدند و بر اساس ارتباط منطقی مقولات محوری، مدل مشکلات و موانع صادرات محصولات کشاورزی از دیدگاه صادرکنندگان این محصولات و کارشناسان گمرک تدوین شد. نتایج فرایند کدگذاری انتخابی در مدل مفهومی موانع صادرات در شکل ۱۱ آورده شده است.

شکل ۱: مدل موانع صادرات محصولات کشاورزی در استان هرمزگان



سم، کود و ... اشاره کرد که تأثیر مستقیم بر قیمت محصولات تولیدشده می‌گذارد. علاوه بر این، در بعضی از موارد شاهد آن هستیم که در هنگام برداشت محصول آن‌چنان قیمت افزایش پیدا می‌کند که صادرات آن به‌صرفه نبوده یا آن‌چنان قیمت نزول پیدا می‌کند که بازارهای خارجی از افت آن آگاه و تمایلی برای خرید از خود نشان نمی‌دهند و به گفته یکی از مصاحبه‌شوندگان "نسبت به سالم بودن محصول شک می‌کنند یا بی‌اعتماد میشن نسبت به خرید و بیشتر تو سر جنس می‌زنند". آنچه کاملاً مشخص است این است که عدم ثبات در قیمت واحد باعث بروز شکلات فراوان هم در مصرف داخل و هم در صادرات می‌شود.

سومین مؤلفه در بحث تولید، سیاست‌گذاری نادرست و ناپایدار در تعیین استانداردها و نیاز مصرف داخل است. سیاست‌گذاری باید بر اساس دو موضوع عرضه و تقاضا صورت گیرد به این منظور هرچقدر عرضه بالا رود تقاضا کاهش پیدا می‌کند و به نسب آن قیمت نزولی می‌شود و هرچقدر عرضه کم و تقاضا زیاد شود قیمت صعودی می‌شود. برای اینکه بتوان قیمت محصولات را در یک بازه قابل‌درکی نگه داشت لازمه آن متعادل کردن عرضه و تقاضا است. یکی از کارهایی که می‌تواند ما را برای رسیدن به حالت تعادل قیمت برساند صادرات در مواقع عرضه زیاد است تا قیمت در یک محدوده باقی بماند، یا در هنگام عرضه کم مجوز صادرات لغو شود. که این کار خودش گواه بر اهمیت موضوع است که با استفاده از برنامه‌ریزی دقیق نه مصرف کنند متحمل ضرر

بر اساس مدل استخراج شده (شکل ۱)، اولین مانع، تولید ناسالم بخشی از محصولات است که به‌عنوان مهم‌ترین مانع در بحث صادرات در نظر گرفته می‌شود. چراکه اگر تمام مجوزهای لازم اخذ، و تمام عوارض پرداخت شود اما محصول صادراتی سالم نباشد یا به کیفیت موردنظر که بر اساس استاندارد کشور مبدأ و مقصد مورد ارزیابی قرار می‌گیرد نباشد تمام زحمات بی‌فایده است به‌گونه‌ای که می‌توان به مواردی اشاره کرد که محصول صادراتی بارگیری شده و از گمرک خارج شده و به سمت کشور مقصد رهسپار گشته اما در آنجا به دلیل تکمیل نشدن قند آن محصول، آن را برگشت داده‌اند و محصول نتوانسته مجوز ورود به آن کشور را دریافت کند یا از موارد دیگر می‌توان به باغداری اشاره کرد که برای زودتر به عمل آمدن محصولات از یک سری مواد شیمیایی استفاده کرده که علاوه بر اینکه در تست‌های صادراتی قبول نمی‌شود در مصرف داخل هم باعث بروز برخی از مشکلات خواهد شد. به‌عبارت‌دیگر تولیدکنندگان ایرانی با لوازم و شرایط تولید محصول صادراتی استاندارد آشنا نیستند و این امر کار خرید و تهیه محصول صادراتی استاندارد را برای صادرکنندگان مشکل و پرهزینه می‌کند.

عامل تولید ناسالم بخشی از محصولات در کنار عامل نوسان شدید قیمت محصولات کشاورزی در داخل باعث مضاعف شدن مشکل خرید محصول برای صادرکننده می‌گردد. دلایل این نوسانات را می‌توان در افزایش بی‌رویه قیمت نهاده‌های محصولات کشاورزی،

ساده‌سازی فرایند مجوز باید باشد تا متحمل ضرر و زیان فراوان نشوند. به گفته یکی از مصاحب شوندگان " جواب نامم از جهاد کشاورزی نیومد مجبور شدم خودم از بندر برم تهران دنبال جواب نامم حالا بارم هم تو گمرک بود واسه همین نصف بارم خراب شد به هرکی هم میگم میگن به ما مربوط نیست". یا به گفته دیگری " مدیر گمرک خودش قادر به تصمیم‌گیری در سطح محلی هم نیست حتماً باید با تهران هماهنگ کنه".

یکی دیگر از موانع صادرات محصولات کشاورزی قوانین نامناسب و ناپایدار و متعدد یک‌طرفه است. علاوه بر موضوعاتی که قبل‌تر ذکر شد یکی از مسائلی که باعث سردرگمی صادرکنندگان در بخش مجوزها می‌شود تغییر قوانین است. از مهم‌ترین موضوع در هر جامعه قانون آن جامعه است. موضوعی که باعث بقای جامعه و حفظ حریم درون جامعه می‌شود، قانون است. فرض کنیم که درجایی زندگی می‌کنیم که هرروز قوانین تغییر می‌کند و با جابجا شدن یک مسئول قانون را باید از نو نوشت و اجرا کرد، در چنین شرایطی زندگی برای تمام افراد جامعه دشوار می‌شود. یکی از مشکلات صادرات محصولات کشاورزی بی‌قانونی یا نبود قانون واحد در طول سال است که تولیدکنندگان و صادرکنندگان بتوانند بر اساس آن برنامه‌ریزی لازم یک سال را انجام دهند و مهم‌ترین عامل آن می‌تواند شرکت ندادن صادرکنندگان در قانون‌گذاری یا تصمیم‌گیری نام برد به گفته یکی از مصاحبه‌شوندگان " میگن قانون مشترکه بین تمام گمرک‌ها ولی نمیدونم چرا وقتی رئیسی عوض میشه تا یک مدت کار جلو نمیره". یا به گفته دیگری " قانون‌مند بودن همینجورکه برای ما واجبه برای مسئولین دوچندان

شود و نه کشاورز اما در بعضی از موارد شاهد آن هستیم که سیاست‌گذاری بر اساس یک داده نادرست است یا سیاست‌گذاری پایداری در این زمینه نیست به گفته یکی از مصاحبه‌شوندگان " بخشنامه میاد به دلیل کمبود، صادرات پیاز ممنوع ما هم میگیم چشم ولی دو روز بعد دوباره آزاد میشه نمی‌دونیم این چطور محاسبه کرده که یک‌روزه قطع میشه و یک‌روزه وصل میشه".

موضوعات مهم بعد از تولید محصولات کشاورزی مربوط به صدور مجوزها و قوانین حاکم بر صادرات است که یکی از آن‌ها تعداد سازمان‌های دخیل در صادرات و عدم هماهنگی بین آن‌ها است. صدور مجوز و گرفتن تأییدیه‌های مختلف از نهادهای گوناگون یکی از اصلی‌ترین و اساسی‌ترین کارهایی است که در فرایند صادرات محصولات کشاورزی باید صورت پذیرد. این در حالی است که برای دریافت مجوز و تأییدیه مسیر سخت و ناهمواری پیش روی صادرکنندگان است. هماهنگی بین نهادها باعث سهولت در دریافت مجوزها می‌شود در صورتی‌که به گفته یکی از مصاحبه‌شوندگان " برای گرفتن مجوز باید هزار جابری هیچکدوم هم جواب درستی بهت نمیدن، اگه بارم مشکل داره بگو مشکل داره اگه ندار چرا مجوز نمیدی بهم".

در این میان علاوه بر موضوع تعداد سازمان‌های دخیل در صادرات و عدم هماهنگی بین آن‌ها مشکل تصمیم‌گیری متمرکز سوگیرانه به نفع حاکمیت باعث شده فرایند دریافت مجوز و تأییدیه برای صادرکنندگان با مشکلات دوچندان روبرو شود درحالی‌که طی کردن روال قانونی نباید کار دشواری باشد و پیروی از قانون باعث جلوگیری از مشکلات متعدد می‌شود و به‌منظور

وقتی چیزی هم میگی همه میریزن سرت چون بیشترشون اقوام یکی از مسئولین گمرک هستن".

از عوامل دیگر موانع صادرات محصولات کشاورزی می‌توان بروکراسی و فقدان نظارتی و حمایتی اثربخش نام برد که صادرکنندگان پس از طی کردن مراحل فوق و دریافت مجوز و تائیدیه‌های لازم بار محصولات کشاورزی خود را برای نظارت و بررسی به گمرک منتقل می‌کنند که امیدوار هستند در این بخش آسیب کمتری ببینند اما در کمال ناباوری متوجه بخشنامه‌های فراوان نسبت به تعرفه و ساعات کاری گمرک می‌شوند. کم شدن ساعت کاری گمرک یکی از مواردی است که باعث فسادپذیری بیشتر محصولات در گمرک می‌شود چراکه اگر ماشین حمل محصولات کشاورزی یک ساعت تأخیر داشته باشد باعث می‌شود دو روز کاری از برنامه عقب افتاده و برای صادرات محصولات کشاورزی به دلیل فسادپذیری بالا زمان از اهمیت ویژه برخوردار است به گفته یکی از مصاحبه‌شوندگان "من بارم امروز از کرج حرکت کنه هرکاری کنم تا فردا صبح نمیرسه بعدازظهر هم اگر برسه گمرک تعطیله. حالا یک روز میمونه واسه مجوز اگه مشکل پیش نیاد یک روز هم تو نوبت کشتی میشه دو روز دیگه بار من بعد از دو روز موندن تو گرما به چه دردی میخوره".

در کنار کاغذبازی و فقدان نظارتی اثربخش عامل ضعف زیرساختی در بخش‌های مختلف کشور باعث می‌شود پروسه حمل محصولات کشاورزی با موانع گوناگون دست‌وپنجه نرم کند. بیشتر محصولات کشاورزی کشور

ایران چه آنهایی که برای مصارف داخلی و چه آنهایی که برای مصارف خارجی و صادرات مورداستفاده قرار می‌گیرد از مبدأ روستاها تهیه می‌شود و نبود امکانات زیرساختی مناسب جهت حمل‌ونقل آن‌ها باعث آسیب رساندن به محصولات در مسیر حمل می‌شود. به گفته یکی از مصاحبه‌شوندگان "مجبورم بارم رو تو چندتا ماشین بزنم بیارم کنار ماشین تا جابجا کنم چون با تریلی نمیتونم تا کنار باغ برم".

از عوامل دیگر می‌توان ورود افراد ناوارد و قانون‌شکن در فرایند صادرات نام برد. در هر کاری برای انجام ابتدا باید دانش لازم در مورد کار موردنظر را فراگرفت سپس مشغول فعالیت شد. در کارهایی مانند صادرات محصولات کشاورزی علاوه بر دانش کافی نیاز به تجربه در امور صادرات، شناخت محصولات، فعالیت‌های گمرکی و ترخیص‌کاری در گمرک، بازاریابی و جلب اعتماد مشتری‌های فرامرزی نام برد. در این میان تعدادی از افراد به دلیل نوسانات قیمت ارز، صادرات را به‌مثابه یک فرصت دیده و شروع به فعالیت می‌کنند که با انجام این کار نتنها خود، متحمل ضرر می‌شوند بلکه اعتبار دیگر صادرکنندگان در آن‌سوی مرزها را به خطر می‌اندازند و باعث تغییر نگاه آن‌ها نسبت به ما می‌شوند به گفته یکی از مصاحبه‌شوندگان "طرف بارش رو فرستاده میگه چرا هیچکس نیومده بارم رو بخره فکر میکنه مثل مدون تره باره که ماشیتوبیری خودشون میان ازت مخرن".

کنم بعد میگم ولش کن ارزش نداره ولی آدم تا یک جایی طاقت میاره".

اخذ عوارض متعدد و لحظه‌ای سنگین در میان انبوهی از موانع صادرات محصولات کشاورزی غیرقابل انکار است. پرداخت عوارض گمرکی یکی از اصول صادرات در فرایند صادرات است که به صورت معقول آن قابل درک و نامعقول آن غیرقابل درک و پرداختی است. یکی از انواع نامعقول آن پرداخت نیم درصد عوارض به عنوان آب مجازی در صادرات محصولات کشاورزی است. عوارض آب مجازی به عوارضی گفته می‌شود که در قبال مصرف کردن گیاه از کاشت تا برداشت محاسبه می‌شود و این کار باعث افزایش قیمت تمام شده محصول شده در نتیجه توان رقابت در بحث صادرات از محصولات کشاورزی گرفته شده است. یکی دیگر از عوارض پرداختی به صورت جریمه که در اثر بی‌اطلاعی از دو نوع محصول به جای یک محصول است به گفته یکی از مصاحبه‌شوندگان " آقا یک بار خیار سبز زدم تهش گفتم خالی نباشه یک ردیف گرچه زدم الان میگن چرا اطلاع ندادی باید جریمه بشی میگم این یک ردیف رو خالی میکنم میگن حالا دیگه رفته برو جریمه رو بده".

علاوه بر اخذ عوارض متعدد و لحظه‌ای سنگین، عدم اطلاع‌رسانی به موقع در نظام تعرفه‌ها باعث شده این کار پیچیده‌تر و پرهزینه‌تر باشد که در اثر بالا رفتن لحظه‌ای تعرفه‌ها و عدم اطلاع‌رسانی به موقع ایجاد می‌شود. منظور از اطلاع‌رسانی به موقع این است که اگر محصولی شامل تعرفه می‌شود چه کم چه زیاد، قبل از اینکه حرکت کند اطلاع‌رسانی شود نه وقتی بار محصولات کشاورزی وارد گمرک شد به گفته یکی از مصاحبه‌شوندگان " دیروز

یکی دیگر از موانع صادرات محصولات کشاورزی، ایرادات ساختاری فرایند کنترل و نظارت در گمرک است. مرحله‌ای که بعد از حضور محصولات در گمرک است، کنترل و نظارت نامیده می‌شود و ب معنی بررسی محتوای ماشین حمل محصول و خود محصول است که هم به صورت مکانیزه با استفاده از اشعه ایکس ری و هم به صورت فیزیکی و دستی صورت می‌گیرد تا مشخص کند هیچ‌گونه ناخالصی در بین محصولات نباشد (منظور از ناخالصی وجود مواد ممنوعه اهم از مخدر و سایر موارد است). در قسمت فیزیکی که به صورت فردی و دستی این کار صورت می‌گیرد باعث بروز برخی مشکلات شده چون نیازمند وجود افراد خیره در این حوزه می‌باشد که فقدان آن مشهود است و به گفته یکی از مصاحبه‌شوندگان " یجوری بارت رو نگاه میکنن و بررسی میکنن انگار کانتینر پر کردی از مواد مخدر و هیچ دقتی هم نمیکنن حالا اون وسط بارت خراب بشه بشه، له بشه بشه، بسته بندیش پاره بشه بشه". یا به گفته دیگری " قشنگ پوست از کلت میکنند. من خودم نمی‌روم روانی ات میکنند"

در کنار این موضوع، کارشکنی کارکنان گمرک به دلیل شخصی و رابطه‌ای هم باعث می‌شود که اگر در فرایند صادرات نسبت به کاری رضایت وجود نداشته باشد و قصد تذکر از جهت دقت بیشتر داشته باشد، خود عاملی برای سد کردن مسیر کاری می‌شود. این عامل که به دلیل عدم وجود حس مسئولیت در بین کارکنان و عدم توجه به حساسیت موضوع صادرات و اهمیت آن در سطح ملی است باعث دلسردی صادرکنندگان از فعالیت خود می‌شود به گفته یکی از مصاحبه‌شوندگان " از برخوردشون تا الان چند بار گفتم کار صادرات رو ول

رنگ زدم گمرک می‌گم بارم شامل تعرفه همیشه؟ می‌گن نه الان اومدم می‌گن چهل درصد تعرفه داره."

فقدان امکانات لجستیکی و رفاهی یکی دیگر از موانع صادرات محصولات کشاورزی محسوب می‌شود. در محوطه گمرک که صدها ماشین در انتظار رسیدن به نوبت خود جهت تخلیه و بارگیری هستند شاید چندین ساعت این انتظار به طول انجامد و حداقل تهیه آب معدنی از واجبات در تابستان بندر است اما با توجه به درآمد خوب گمرک این حداقل‌ها را هم نمی‌توان پیدا کرد چه برسد به تهیه محل اسکان رانندگان که شب به گمرک می‌رسند به گفته یکی از مصاحبه‌شوندگان "تو مسیری که میری تا به کشتی برسی تا بارتو خالی کنی کاملا خاکیه و اگر از تشنگی بمیری کسی رو نمی‌تونن از گمرک پیدا کنی تا یک لیوان آب بهت بده"

فقدان امکانات لجستیکی و رفاهی در گمرک در کنار قدیمی و از رد خارج بودن تجهیزات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری باعث شده شرایط را هم برای رانندگان و هم صادرکنندگان سخت و طاقت‌فرسا کند. یکی از مواردی که باعث سرعت بخشیدن به فرایند صادرات می‌شود استفاده از ابزار و وسایل پیشرفته در گمرک برای جلوگیری از اتلاف وقت و سرعت بخشیدن به کار صادرات است. اما با توجه خرابی وسایل و فرسوده بودن آن در اثر کار زیاد و عدم توانایی در بروز رسانی وسایل به دلیل تحریم و خرابی زیاد سیستم باسکول که از واجبات در گمرک است سبب شده مشکلات بیشتری بر موانع صادرات محصولات کشاورزی افزوده شود. به گفته

یکی از مصاحبه‌شوندگان "مشکلی که در گمرک احساس میشه، فردی که در جامعه است احساس نمیکنه".

از دیگر موارد موانع صادرات محصولات کشاورزی، کمبود و گرانی کانتینر است. کانتینر یخچالی از جمله مواردی است که می‌تواند در سالم و تازه رسیدن محصولات کشاورزی کمک شایانی به صادرکنندگان دهد. اما از آنجایی که تعداد آن‌ها در کشور محدود است و هزینه استفاده از آن زیاد می‌باشد، خود به چالشی برای تهیه کردن آن تبدیل شده. همچنین پس از تهیه کردن هزینه نگهداری آن در گمرک نیز باعث بروز مشکلاتی شد است. به گفته یکی از مصاحبه‌شوندگان "اینجا روزی ۷۰۰ هزار تومان پول برق میگیره میره اونجا دیگه به درهه". این موضوع باعث شده هزینه استفاده از کانتینر یخچالی رو به روز افزایش یابد و از طرفی وقت گیر بودن جابجایی کانتینر در گمرک باعث شده صادرکنندگان تمایلی برای استفاده از آن نشان ندهند که نتیجه آن آسیب جدی به صادرات محصولات کشاورزی است.

مشکلات و هزینه بالای حمل و نقل مبتنی بر لنج و کشتی در کنار کمبود و گرانی کانتینر باعث شده علاوه بر مشکلات ذکر شده مشکلی به مشکلات افزوده شود. در صادرات محصولات کشاورزی مهم‌ترین مسئله به موقع رسیدن و تازه رسیدن محصولات به کشور مقصد به منظور فروش است. عدم رفت و برگشت به موقع کشتی و هزینه زیاد استفاده از آن باعث ایجاد یک مانع در

ایجاد شده آن را احساس می‌کنن اما این حس زمانی قابل لمس است که به دلیل اینکه مبدأ محصولات صادر شده کشوری است که شامل تحریم اقتصادی نیز است. علاوه بر کیفیت و بسته‌بندی و تمام مشکلات طی شده در طول مسیر صادرات باعث ناامیدی صادرکنندگان از صادر کردن محصولات می‌شود به گفته یکی از مصاحبه‌شوندگان " بهم میگن بارت خوبه ولی چون ایرانیه نمی‌تونم خرید و فروش کنم اگه این کار رو بکنم خودم رو جریمه می‌کنن یا مغازم رو پلمپ می‌کنن".

آخرین موضوع شناسایی شده در بحث موانع صادرات محصولات کشاورزی مشکلات ارزی ناشی از تحریم و قوانین ارزی ناپایدار است. صادرکنندگان محصولات کشاورزی پس از پشت سر گذاشتن مانع‌های متعدد که پیش‌تر ذکر شد و رفع تمام مانع‌ها با موضوعی روبرو می‌شوند که نتنها خستگی سختی کار را از تن آن‌ها خارج نمی‌کند بلکه آن‌ها را خسته‌تر از قبل می‌کند چون هیچ راهی برای برگشت پولی که در اثر فروش محصولات کشاورزی عاید آن‌ها گشته به داخل کشور ندارند و باید موانع جدیدتری را پشت سر بگذارند. اگر بخواهند از طریق سامانه نیما عمل کنند در صورتی که حساب آن‌ها در خارج قفل نشود با مشکلات زیادی در سامانه نیما مواجه می‌شوند. اگر بخواهند یک حساب السی باز کنند که در ابتدا چون مقصد ایران است یا نمی‌توانند باز کنند یا پس از باز کردن حساب قفل شده و باز نمی‌شود تا رفع تمام تحریم‌های اقتصادی یا مبلغ را به صورت قسمت‌بندی به آن‌ها تحویل داده می‌شود. تنها راهی که برای این افراد باقی می‌ماند اعتماد کردن به صرافی‌ها است که این کار متحمل ریسک خیلی زیاد و هزینه زیادتر است. به گفته یکی از مصاحب شوندهگان " تا الان

صادرات محصولات کشاورزی شده است. همین امر سبب استفاده از لنج در مسافت نزدیک شده که استفاده از لنج باعث کاهش کیفیت به دلیل حمل و نقل لنجی شده است. چون برای استفاده از حمل و نقل لنجی باید به مواردی توجه شود که در کشتی نیاز به آن نیست به‌عنوان مثال در حمل و نقل لنجی به دلیل دفعات بارگیری و تخلیه به صورت دستی باعث آسیب دیدن محصولات می‌شود که تکرار دفعات بارگیری سبب افزایش هزینه نیز است. همچنین به دلیل فضای کم و نحوه چینش در لنج باعث افت کیفیت محصول می‌شود.

یکی دیگر از موانع صادرات محصولات کشاورزی افزایش مدام قیمت تمام شده محصولات صادراتی به دلیل هزینه‌های غیر ضروری و متنوع است. برای رقابت با سایر کشورها در مرزهای بین‌المللی علاوه بر کیفیت محصولات و بسته‌بندی، قیمت مناسب است که می‌تواند مؤثر واقع شود. قیمت مناسب محصولات باعث سهولت در پروسه بازاریابی شده و توان مانور را در بازارها افزایش می‌دهد. اما در صورتی که به دلیل عوامل مختلف داخلی قیمت تمام شده افزایش پیدا می‌کند اولین موضوعی که با چالش مواجه می‌کند بحث بازاریابی و راضی نگه داشتن مشتری خارجی است. به گفته یکی از مصاحبه‌شوندهگان " از کل دنیا واسشون بار میرسه با کیفیت و قیمت متفاوت من اگر قیمتم خوب نباشه چجوری بفروشم".

علاوه بر افزایش قیمت تمام شده محصولات صادراتی به دلیل هزینه‌های غیر ضروری، مشکلات بازاریابی و فروش محصولات در مقاصد به دلیل تحریم هم باعث شده کار صادرکنندگان بیش از پیش دشوارتر شود. تحریم عاملی است که تمام افراد، در حال حاضر بر اساس تورم

چند بار صرافی‌ها پولمو خوردن هیچ کاری هم نتونستم بکنم فقط من موندم و بدهی".

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

با توجه به نتایج تحقیق در خصوص موانع صادرات محصولات کشاورزی در مرحله تولید، پیشنهاد می‌شود در جهت کمک و برطرف کردن موانع تولیدی که یکی از مهم‌ترین موانع شناسایی شده می‌باشد، لازم است سیاست‌گذاری جامع و کاملی در راستای حجم تولید صورت پذیرد تا بر اساس آن بتوان قیمت محصولات را در یک بازه مشخص نگه داشت. همچنین در خصوص تولید محصولات کشاورزی بر اساس استانداردهای صادراتی، پیشنهاد می‌شود کلاس‌های آموزشی برای کشاورزان و باغداران دایر کرد تا ضمن آگاهی از اهمیت موضوع با نحوه تولید محصولات کشاورزی با اهداف صادراتی آشنا گردند.

نتایج تحقیق نشان داد یکی از موانع عمده توسعه صادرات محصولات کشاورزی در کشور موانع سیاست‌گذاری و قانونی است. با عنایت به لزوم و ضرورت تدوین قوانین کارآمد و قابل اجرا در حوزه صادرات محصولات کشاورزی پیشنهاد می‌شود سازوکاری طراحی گردد تا در تدوین قوانین و آیین‌نامه‌ها از نظرات صادرکنندگان جهت وضع و اصلاح قوانین حاکم بر صادرات استفاده شود تا شاهد به حداقل رسیدن مشکلات موجود در این زمینه شویم. چراکه یک

از دلایل ناکارآمدی قوانین موجود، عدم آشنایی تدوین‌کنندگان با فرایند صادرات می‌باشد.

همچنین یکی دیگر از موانع عمده صادرات محصولات کشاورزی در کشور زیرساخت و بروکراسی ناکارآمد است. در خصوص ضعف زیرساختی در بخش‌های مختلف کشور پیشنهاد می‌شود این موضوع از دولت مطالبه شود تا در بهبود آن گام برداشته و از طریق نمایندگان حاضر در مجلس شورای اسلامی درخواست پیگیری به عمل آید و همچنین در بروکراسی و کاغذبازی زیاد پیشنهاد می‌شود از تعدد بخشنامه‌های مختلف جلوگیری و از افراد با حس مسئولیت استفاده گردد چراکه عدم حس مسئولیت باعث ماندگاری زیاد محصولات در گمرک شده که در پی آن خرابی محصولات به دنبال دارد و برای جلوگیری از ورود افراد ناوارد و قانون‌شکن به بخش صادرات سازوکاری مشخص در نظر گرفته تا از ورود افراد سودجو جلوگیری به عمل آید.

یکی دیگر از موانع صادرات محصولات کشاورزی ناکارآمدی سیستم نرم‌افزاری و سخت‌افزاری در گمرک است. از دلایل استفاده از تجهیزات درکارهای مختلف ایجاد سهولت در روند کاری است اما زمانی ناخوشایند است که خود تجهیزات باعث به وجود آمدن موانع و مشکلات گوناگون زمان‌بر می‌شود. بر این اساس پیشنهاد می‌شود در شیوه کنترل و نگهداری سخت‌افزاری از قبیل تجهیزات مکانیکی و کنترلی در گمرک که بار بسیاری از سختی‌کار بر دوش آن‌ها است، سعی بر برطرف کردن

برگشت ارز به کشور است، بر این اساس پیشنهاد می‌شود با دایر کردن نمایشگاه‌های بین‌المللی پایدار به صورت سالانه بستر را برای به نمایش گذاشتن تنوع محصولات و کیفیت محصولات کشاورزی و بازاریابی و عقد قرارداد در کشور آماد کرد که از این طریق بتوان مشکلات برگشت ارز را نیز حل کرد و همین‌طور با شناسایی علایق مشتری‌های حاضر در نمایشگاه بتوان نسب به علایق آن‌ها اطلاعاتی کسب کرد تا بر اساس آن تولید و بسته‌بندی انجام داد. اگر تولیدات و بسته‌بندی ما در مسیر مشتری مداری حرکت کن می‌توانیم قدم‌های بلندی در بازاریابی و صادرات محصولات کشاورزی برداریم از این جهت علاوه بر ایجاد روابط بین‌المللی و تضمین در برگشت ارز به کشور می‌توان دانش و تکنولوژی را به همین صورت وارد کشور کرد که در قبال آن موفقیت و بهبود شرایط را برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان می‌توان خواستار شد.

موانع سد راه شود و در صورت لزوم یا تجهیزات جدید جایگزین تجهیزات قدیمی شود یا نسبت به تعمیر به‌موقع تجهیزات تدابیری اندیشیده شود و نرم‌افزاری از قبیل اخذ عوارض دقت لازم صورت گیرد و با دریافت عوارض نا به‌جا موجب افزایش قیمت تمام‌شده محصولات کشاورزی نشوند و همچنین در بروکراسی و استفاده از روابط نسب به انجام کار قانونی ممانعت به عمل آید.

یکی دیگر از موانع صادرات محصولات کشاورزی که شناسایی شد، نارسایی و هزینه بالای حمل‌ونقل دریای است. امروزه بیشترین حمل‌ونقل کالاهای بین‌المللی به‌صورت دریای صورت می‌گیرد و دلیل آن پایین بودن هزینه حمل‌ونقل دریای است اما در کشور ایران شاهد افزایش قیمت آن هستیم بر این اساس پیشنهاد می‌شود برای کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل دریای در کشور از بخش‌های خصوصی به‌عنوان بازوی کمک‌رسان در بحث حمل‌ونقل استفاده شود و با زیاد شدن تعداد شرکت‌های خصوصی سعی در رقابتی کردن محیط کسب‌وکار کنند چون در صورتی که محیط کسب‌وکار حمل‌ونقل دریای رقابتی باشد شرکت‌ها برای رقابت و بقای خود در محیط کاری دست به نوآوری و ارائه راهکارهای جدید و متفاوت می‌زنند که با این کار هم توان رقابتی آن‌ها افزایش پیدا می‌کند و هم به‌واسطه‌ی جذب و رضایت مشتری سعی در پایین نگه‌داشتن هزینه حمل‌ونقل می‌کنند.

آخرین موضوع شناسایی‌شده در این تحقیق مشکلات مدیریت فروش و انتقال ارز صادرات حاصل از تحریم است. بعد از مشکلات تولید مهم‌ترین موضوع بحث بازاریابی و فروش محصولات کشاورزی و همین‌طور

منابع

- احمدی، اکبر. (۱۴۰۰). بررسی تحلیل و اولویت‌بندی موانع توسعه صادرات کالاهای غیر نفتی کشور. فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد مقداری.
- پاک گوهر، علیرضا و خلیلی، محدثه. (۱۴۰۰). بررسی اندازه نمونه در روش‌های نمونه‌گیری کیفی. فصلنامه علمی ترویجی ترویج علم. ۱۲(۲۰): ۲۹۷-۲۷۰.
- جلالی، رستم. (۱۳۹۱). نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی. نشریه تحقیقات کیفی در علوم سلامت. ۱(۴): ۳۲۰-۳۱۰.
- جنگجوی شالدهی، علیرضا و مهردوست، کامران. (۱۴۰۰). شناسایی و رتبه‌بندی موانع توسعه صادرات غیر نفتی. هفتمین کنفرانس بین‌المللی پیشرفت‌های اخیر در مدیریت و مهندسی.
- حمیدی، کلثوم، یعقوبی، جعفر، و احدنژاد روشتی، محسن. (۱۴۰۰). شناسایی چالش‌های کسب و کارهای کارآفرینانه‌ی کشاورزی شهری در شهرستان زنجان با استفاده از نظریه‌ی مبنایی. پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، ۱۴(۲) (پیاپی ۵۴)، ۳۴-۱۹.
- خلیلیان، صادق و فرهادی، علی. (۱۳۸۱). بررسی عوامل مؤثر بر صادرات بخش کشاورزی ایران. اقتصاد کشاورزی و توسعه. ۱۰(۳۹): ۸۴-۷۱.
- خلیلیان، صادق و فلاحی، اسماعیل. (۱۳۸۷). بررسی بازاریابی و صادرات میوه و تره‌بار ایران (۱۳۷۴ الی ۱۳۸۳). بررسی‌های بازرگانی. (۲۸).
- دانایی‌فرد، حسن و امامی، سید مجتبی. (۱۳۸۶). استراتژی‌های پژوهش کیفی: تأملی بر نظریه‌پردازی داده‌بنیاد. اندیشه مدیریت. ۱(۲): ۹۷-۶۹.
- دریساوی بهمنشیر، رضا، بافنده، عبدالحسین و عزیزی، فضل‌الله. (۱۳۸۹). بررسی موانع صادرات غیرنفتی در استان خوزستان با استفاده از تحلیل عاملی. بررسی‌های بازرگانی. ۲(۸): ۸۸-۶۷.
- ده یادگاری، سعید، انواری رستمی، علی‌اصغر و کردنائیج، اسدالله. (۱۳۸۴). بررسی رابطه بین ابعاد مزیت رقابتی و عملکرد صادراتی شرکت‌های ایرانی صادرکننده سنگ‌های تزئینی. پژوهشنامه بازرگانی (۳۷): ۱۵۲-۱۳۳.
- ذکایی، محمد سعید. (۱۳۸۱). نظریه و روش در تحقیقات کیفی. نشریه علوم اجتماعی. ۱۷: ۴۲-۶۹.
- رنجبر، هادی، حقدوست، علی‌اکبر، صلصالی، مهوش، خوشدل، علیرضا، سلیمانی، محمدعلی و بهرامی، نسیم. (۱۳۹۱). نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی: راهنمایی برای شروع. مجله پژوهش علوم سلامت و نظامی. ۱۰(۳): ۲۵۰-۲۳۸.
- سعادت، رحمان، طالب بیدختی، آزاده، و شهریار، ایمان. (۱۴۰۱). بررسی اثر تحریم بر رابطه تجاری ایران و فرانسه. مطالعات اقتصاد سیاسی بین‌الملل، ۵(۲)، ۵۴۵-۵۶۹.
- سیف‌اللهی، ناصر، باشکوه، محمد، و محمدخانی، رحیم. (۱۴۰۰). طراحی الگوی مفهومی عوامل مؤثر توسعه صادرات محصولات کشاورزی: ارائه نظریه‌ی داده‌بنیاد. مدیریت کسب و کار بین‌المللی، ۴(۴)، ۱۳۱-۱۱۱.

میرزایی، مریم و عدالتیان شهریاری، جمشید. (۱۴۰۱).
موانع صادرات در کسب و کار مبتنی بر رویکرد اقتصادی
در توسعه پایدار. مدیریت توسعه و تحول. ۴۹ : ۱۲۹-
۱۳۶.

نصیبیان، شهریار و جعفری، سمیرا. (۱۳۹۵). اثر صادرات
زعفران بر رشد بخش کشاورزی (مطالعه موردی: ایران
و اسپانیا). تحقیقات اقتصاد کشاورزی. جلد ۸ (۳) : ۱۷-
۳۶.

Bertrand, O, Betschinger, M, Brea-Solís, H.
(2022). Export barriers for SMEs in emerging
countries: A configurational approach.
Journal of business research. 149 : pp412-
423.

Ferro, E, Otsuki, T, Wilson, J. (2015). The
effect of product standards on agricultural
exports. Food policy. 50 : pp68-79.

Mataveli, M, Ayala, J.C, Alfonso J. G, José
L. (2022). An analysis of export barriers for
firms in Brazil, European Research on
Management and Business Economics, 28
(3): pp1-17.

Ravi, S, Uthayasuriyan, K. (2012). Factors
Affecting Agricultural Marketing in India.
An Overview, 1: pp 26-28.

Unggul, H, Jayadi, A, Erlando, A,
Rizky Samudro, B, Widodo, W, Esquivias,
M. (2023). Survey data on organizational
resources and capabilities, export marketing
strategy, export competitiveness, and firm
performance in exporting firms in Indonesia
.data in brief. 48 :pp119-112.

شاه‌آبادی، ابوالفضل و صفایی، مریم. (۱۳۹۶). تأثیر
مؤلفه‌های دانش بر عرضه صادرات بخش کشاورزی.
فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی. (۸۴) : ۱-۲۶.

شاهمرادی، مهنا، آگهی، حسین و علی بیگی، امیرحسین.
(۱۳۹۸). عارضه‌یابی صادرات بخش کشاورزی ایران.
نشریه علمی کاوش‌های مدیریت بازرگانی. ۱۱(۲۱).

عزیزی، وحید، مهرگان، نادر و یآوری، غلامرضا.
(۱۳۹۴). نقش سیاست‌های حمایتی در توسعه صادرات
محصولات کشاورزی ایران. تحقیقات اقتصاد و توسعه
کشاورزی ایران. ۴۶(۱) : ۱۰۷-۱۱۹.

محمد خانی، رحیم، باشکوه، محمد و سیف الهی،
ناصر. (۱۴۰۰). طراحی الگوی مفهومی عوامل موثر توسعه
صادرات محصولات کشاورزی: ارائه نظریه مدیریت
کسب و کار بین‌المللی. ۴(۴) : ۱۱۱-۱۳۱.

محمد زاده، نازی و محمدی، فرناز. (۱۳۹۱). بررسی
عوامل مؤثر بر صادرات غیرنفتی ایران با تأکید بر
جهانی‌شدن. فصلنامه اقتصاد مالی. ۶(۲۱) : ۹-۳۲.

مهرابی، امیر حمزه، خنیفر، حسین، امیری، علی‌نقی،
زارعی‌متین، حسن و جندقی، غلامرضا. (۱۳۹۰). معرفی
روش‌شناسی نظریه داده بنیاد برای تحقیقات اسلامی.
مدیریت فرهنگ‌سازمانی. ۹(۲۳) : ۳۰-۵.