

Research Paper

Strategic problem Investigation of Agricultural division export development (case Study: Kermanshah province)Mohanna Shahmoradi^{1*}, Hossein Agahi², Amirhossein Alibaygi³

1. Phd in Agricultural Development, Agricultural College, Razi University, Kermanshah, Iran.
2. Associate Professor, Department of Promotion and Training, Agricultural College. Razi University, Kermanshah, Iran.
3. Associate Professor, Department of Promotion and Training, Agricultural College. Razi University, Kermanshah, Iran.

Received: 21 January 2021**Accepted:** 28 April 2021**PP:** 61-76Use your device to scan and
read the article online**Keywords:**Agricultural division,
development, export,
problematics**Abstract**

leading research, To take advantage of regional capacities, Kermanshah province has been considered as one of the potential areas for the development of agricultural exports. Considering that it seems that the development of exports in the agricultural sector of this province has not been done by the existing capabilities and potentials, the present study aims to address the strategic problem of export development of the agricultural sector of Kermanshah province using the Qualitative method and using Porter Diamond model (internal factors, demand conditions, related and supporting industries, strategy, structure and competition, government role and unforeseen events). The study population consisted of 31 experts in the field who were selected using purposive sampling of known cases (experts and key informants). Data were collected through semi-structured individual interviews until data saturation was reached. Content analysis of field interviews was performed using the method of content analysis with a deductive approach and using the software MAXQDA. Based on the findings, lack of competitive prices, weak infrastructure related to information, lack of knowledge about the standard, frequent changes in related laws and regulations, weak export management of the agricultural sector, low presence of specialized organizations, Political tensions and sanctions have played a major role in the lack of proper development of the province's agricultural sector. However, with proper support and planning to eliminate existing barriers and shortcomings and formulate rules and regulations for production, processing, marketing, and development of related infrastructure, the export of agricultural products in Kermanshah province can be continued.

Citation: Shahmoradi M; Agahi, H; Alibaygi, A, Alibaygi, H (2023): Strategic problem Investigation of Agricultural division export development (case Study: Kermanshah province), Journal of Regional Planning, Vol 12, No 48, PP:61-76.

DOI: 10.30495/JZPM.2021.24940.3651

DOR: 20.1001.1.22516735.1401.12.48.5.9

***Corresponding author:** Mohanna Shahmoradi

Address: Department of Promotion and Training, Agricultural College. Razi University, Kermanshah, Iran

Tell: +989355517896

Email: Shahmoradi4468@gmail.com

Extended Abstract

Introduction

Since realizing balanced development programs requires applying systemic thinking and paying attention to each region's features, limitations, and advantages in the country's macro decision-making, the present study has focused on using the regional capacity of Kermanshah province. The agricultural sector of Kermanshah province in western Iran, as a potential region for developing agricultural commodities trade, has unique business opportunities in terms of its potential and geographical potential. However, it seems that the development of exports in the agricultural sector of the province has not been made in line with existing capabilities and potentials. Therefore, the ideal development of agricultural exports in Kermanshah province as one of the agricultural hubs of the country requires analysis of the current situation and pathology of the issues and problems ahead.?

Methodology

The present study was performed using a qualitative method and using deductive content analysis technique. The population studied in this study is the managers and experts of Jihad Agriculture Organization, Chamber of Commerce, Industry, Mining and Agriculture, Industry, Mining and Trade Organization, Customs Organization, Export Unions and Organizations, Management and Planning Organization Kermanshah province and producers and exporters of agricultural products formed the province. First, experts in the field of study were selected using the purposive sampling method of known types (experts and key informants). Other interviewees were also selected using sequential snowball sampling. The criteria for selecting individuals and samples were to take into account the views of various stakeholders who played a role in the development of the province's agricultural sector or could be influential in the future. Data were collected through semi-structured individual interviews until data saturation was reached. Content analysis of field interviews was performed using the content analysis method with a deductive approach and using Maxqda quality software. For this purpose, Porter's developed,

generalized, and localized model, which is by the conditions and requirements of Iran's political economy, was used. To ensure the accuracy and reliability of the data from the four criteria of credibility; Confirmability; Dependability and Transferability were used.

Results and Discussion

In this study, using interviews with key people, in the framework of the Porter diamond model, the strategic problem of export development of the agricultural sector of Kermanshah province in different dimensions was addressed. In this regard, the text of interviews with experts in the field of trade and agriculture in Kermanshah province was analyzed through a line-by-line survey. Key sentences that represented a concept were placed in a code and the frequency of repetition of that code was recorded by the software. A total of 144 key concepts were identified in the open coding phase. Then, in the second stage (axial coding), the categories were related to the subcategories and the categories were linked at the level of features and dimensions of each of the key concepts. Finally, after reviewing the findings, eliminating and integrating similar concepts and initial screening, the identified concepts, in the form of each of the dimensions of the Porter Diamond model (internal factors, demand conditions, related and supporting industries, strategy, structure, and competition, role Government and unforeseen events) were categorized. Based on the results, the complication of export of the agricultural sector in Kermanshah province indicated that lack of competitive prices, lack of notification-related infrastructure, lack of standard knowledge, frequent changes in related laws and regulations, weakness of agricultural export management, low profile of specialized organizations, Political tensions, and sanctions have played a major role in the lack of agricultural exports favorable development.

Conclusion

In general, according to the findings of the interviews, several factors have contributed to the lack of favorable development of exports in the agricultural sector of the province. This

issue is due to the lack of proper management of supply and demand for agricultural products in the province. On the other hand, the vacuum of the existence of long-term and coherent plans for the production of the export-oriented agricultural sector in Kermanshah province, in recent years is quite noticeable. Therefore, based on the findings of the study, a summary of policy recommendations for the optimal

development of agricultural exports in Kermanshah province has been presented. It is noteworthy that some of these recommendations are beyond the provincial authority and require planning and policy-making at the national level.

مسئله‌شناسی راهبردی توسعه صادرات بخش کشاورزی (مطالعه موردی: استان کرمانشاه)

مهنا شاهمرادی^۱؛ حسین آگهی^۲؛ امیرحسین علی بیگی^۳

۱. دکتری توسعه کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.
۲. دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.
۳. دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

چکیده

پژوهش پیش‌رو، در راستای بهره‌گیری از ظرفیت‌های منطقه‌ای، استان کرمانشاه را به‌عنوان یکی از مناطق مستعد توسعه صادرات محصولات کشاورزی مورد توجه قرار داده است. با توجه به اینکه به نظر می‌رسد توسعه صادرات در بخش کشاورزی این استان منطبق با توانایی‌ها و ظرفیت‌های موجود، صورت نگرفته است، پژوهش حاضر با هدف مسئله‌شناسی راهبردی توسعه صادرات بخش کشاورزی استان کرمانشاه با استفاده از روش کیفی و بهره‌گیری از مدل الماس پورتر (عوامل درونی، شرایط تقاضا، صنایع مرتبط و پشتیبان، استراتژی، ساختار و رقابت، نقش دولت و حوادث پیش‌بینی نشده)، انجام شد. جامعه مورد مطالعه این پژوهش را ۳۱ نفر از افراد صاحب‌نظر در زمینه موضوع مورد بررسی تشکیل دادند که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند از نوع موارد شناخته شده (افراد متخصص و مطلعین کلیدی) انتخاب شدند. گردآوری داده‌ها با مصاحبه‌های نیمه ساختارمند فردی تا زمان رسیدن به اشباع داده صورت گرفت. تجزیه و تحلیل محتوای مصاحبه‌های میدانی با استفاده از روش تحلیل محتوا با رویکرد قیاسی و بهره‌گیری از نرم‌افزار MAXQDA، انجام شده است. بر اساس یافته‌های به‌دست آمده، نداشتن قیمت رقابتی، ضعف زیرساخت‌های مرتبط با اطلاع‌رسانی، عدم آگاهی در مورد استاندارد، تغییرات مکرر قوانین و مقررات مرتبط، ضعف مدیریت صادرات بخش کشاورزی، حضور کمرنگ تشکلهای تخصصی، تنش‌های سیاسی و تحریم‌ها، در عدم توسعه‌ی مطلوب صادرات بخش کشاورزی استان بیش‌ترین نقش را داشته‌اند. با این حال با حمایت و برنامه‌ریزی صحیح جهت رفع موانع و کاستی‌های موجود و تدوین قوانین و ضوابط تولید، فرآوری و بازاریابی و توسعه زیرساخت‌های مرتبط، می‌توان صادرات محصولات بخش کشاورزی استان کرمانشاه را استمرار بخشید.

تاریخ دریافت: ۲ بهمن ۱۳۹۹

تاریخ پذیرش: ۸ اردیبهشت ۱۴۰۰

شماره صفحات: ۶۱-۷۶

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



واژه‌های کلیدی:

بخش کشاورزی، توسعه، صادرات، مسئله‌شناسی

استناد: شاهمرادی، مهنا؛ آگهی، حسین؛ علی بیگی، امیرحسین (۱۴۰۱): مسئله‌شناسی راهبردی توسعه صادرات بخش کشاورزی (مطالعه موردی: استان کرمانشاه)، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال ۱۲، شماره ۴۸، مردودشت: صص ۶۱-۷۶.

DOI: 10.30495/JZPM.2021.24940.3651

DOR: 20.1001.1.22516735.1401.12.48.5.9

* نویسنده مسئول: مهنا شاهمرادی

نشانی: گروه ترویج و آموزش کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

تلفن: ۰۹۳۵۵۵۱۷۸۹۶

پست الکترونیکی: Shahmoradi4468@gmail.com

مقدمه

بهرتر در جهت تحقق اهداف توسعه را فراهم می‌نماید. بنابراین تحقق توسعه ملی، مستلزم مطالعه نقاط ضعف و قوت مناطق مختلف کشور و شناخت مزیت‌های اقتصادی هر یک از مناطق می‌باشد (Aghamohammadi et al., 2021; Karami & Rasteghari, 2018). در این راستا پژوهش پیش‌رو، استان کرمانشاه را به عنوان یکی از قطب‌های کشاورزی کشور، مورد توجه قرار داده است.

این استان با داشتن حدود ۵/۸ دهم درصد از اراضی کشاورزی کشور، دارا بودن موقعیت ممتاز جغرافیایی، برخورداری از منابع آب و خاک غنی، تنوع آب و هوایی، زیرساخت‌های مناسب تولید، یکی از مستعدترین مناطق کشور برای توسعه‌ی تجارت خارجی و صادرات محسوب می‌شود. این استان در سالیان اخیر بیش از سه و نیم میلیارد دلار مبادلات مرزی را به همراه داشته است. بیش‌ترین ارزش دلاری محصولات کشاورزی صادر شده از استان کرمانشاه شامل محصول نخود، سیب‌زمینی، هندوانه، پیاز و موسیر، گل کلم و کلم بروکلی، گوجه‌فرنگی، کاهو، سلغم، نخود فرنگی و گردو می‌باشد. بیش‌ترین حجم محصولات کشاورزی نیز به کشور عراق صادر شده است. این استان از نظر ظرفیت‌های بالقوه اقتصادی و موقعیت جغرافیایی نیز دربرگیرنده فرصت‌های تجاری ممتازی می‌باشد. با این حال، به نظر می‌رسد توسعه‌ی صادرات در بخش کشاورزی استان منطبق با توانایی‌ها و پتانسیل‌های موجود صورت نگرفته است. به نحوی که بررسی‌ها حاکی از آن است که طی دهه گذشته رشد عملکرد صادرات محصولات کشاورزی در مقایسه با سایر بخش‌های اقتصادی بسیار کم‌تر از ارزش‌های بالقوه و هدف‌گذاری‌های پیش‌بینی شده در برنامه‌های توسعه‌ی استان می‌باشد^۱.

از طرفی آمارها حاکی از آن است که صادرات محصولات کشاورزی در استان روند باثباتی را طی نموده است، به نحوی که هرگاه در برنامه‌های اقتصادی استان، رشد اقتصادی و توسعه صادرات بخش کشاورزی مورد توجه قرار گرفته است، مقوله بازرسانی در آن نمود و رنگ بیش‌تری داشته است. در حالی که به سبب ویژگی‌های خاص محصولات کشاورزی (فصلی بودن و فسادپذیری) توجه به برنامه‌ریزی پویا و منسجم‌تری در زمینه صادرات، احساس می‌گردد. از آنجا که اتخاذ سیاست‌های راهبردی در حوزه صادرات، بدون داشتن آگاهی از شرایط موجود درک مناسب از چالش‌ها و مشکلات حوزه صادراتی بی‌اثر خواهد بود، در این مطالعه سعی گردید با بررسی و توصیف مسائل و مشکلات فراروی صادرات بخش کشاورزی استان کرمانشاه و کلیه‌ی عوامل اثرگذار بر آن، درکی عمیق و جامع از شرایط کنونی صادرات بخش کشاورزی را جهت برنامه‌ریزی راهبردی توسعه صادرات ایجاد نماییم. از این رو، پرسش کلی که پژوهشی حاضر در

بخش کشاورزی به‌عنوان یکی از بخش‌های اساسی تولید ناخالص داخلی و یکی از اجزای اصلی صادرات غیرنفتی، جایگاه ویژه‌ی راد ر بین بخش‌های مختلف اقتصادی به‌خود اختصاص داده است. این بخش به سبب دارا بودن مزیت‌ها و مشخصه‌های مهمی همچون اراضی مستعد، تنوع آب و هوایی و نیروی کار جوان و ارزان قیمت، همواره یکی از مهم‌ترین محورهای اقتصاد کشور بوده و می‌تواند در دستیابی به هدف افزایش حجم صادرات غیرنفتی نقش به‌سزایی ایفا نماید (Taheri Reykande et al., 2016: 154). با این حال بررسی‌ها حاکی از آن است که به‌رغم پتانسیل‌های قابل توجه بخش کشاورزی کشور ایران در تولید و صادرات محصولات زراعی، باغی و دامی، سهم این کشور در صادرات جهانی محصولات کشاورزی اندک می‌باشد. بررسی موقعیت رقابت بین‌المللی و تراز تجاری ایران نیز در مقایسه با دیگر کشورهای منتخب جهان، گویای ضعف قدرت رقابتی و سهم اندک کشور در تجارت جهانی محصولات کشاورزی است. به نحوی که سهم کشور ایران از کل ارزش صادرات محصولات کشاورزی جهان (۱/۴ تریلیون دلار) در سال ۲۰۱۹، حدود ۰/۲ درصد بوده است. این در حالی است که صادرکنندگان عمده محصولات کشاورزی (کشورهایی همچون آمریکا، هلند، آلمان، برزیل، فرانسه و چین)، در این دوره زمانی بیش از ۷۰ درصد از ارزش صادرات محصولات کشاورزی جهان را به خود اختصاص داده‌اند. در این راستا ایالت متحده آمریکا با صادرات ۱۴۰ میلیارد دلاری محصولات کشاورزی جهان در سال ۲۰۱۹، همچنان سهم قابل توجهی را در بازار این محصولات به خود اختصاص داده است. همچنین کشورهای نظیر اندونزی (با سهم ۲/۲۷ درصدی از صادرات جهانی محصولات کشاورزی)، هند (با سهم ۲/۰۲ درصد) و ترکیه (با سهم ۱/۲۹ درصدی) که گستره‌ی مشابهی با ایران دارند نیز دارای تفاوت قابل ملاحظه‌ای از حیث ارزش صادرات محصولات کشاورزی در مقایسه با ایران هستند (FAO, 2021). این در شرایطی است که ظرفیت مناسبی برای تولید و تجارت محصولات کشاورزی در کشور وجود دارد. اگرچه در سال‌های اخیر اصلاحات سیاستی و اقتصادی انجام شده، موقعیت رقابتی کشور را در تجارت محصولات کشاورزی تاحدودی ارتقاء داده است، اما همچنان سهم بخش کشاورزی در صادرات فرآورده‌های غیرنفتی و تولید ناخالص داخلی اندک می‌باشد. از سویی دیگر بررسی سهم بخش کشاورزی از صادرات غیر نفتی نیز حاکی از آن است که سهم محصولات کشاورزی از صادرات غیرنفتی از روندی ناپایدار و کاهشی برخوردار بوده است (Shahmoradi et al., 2019).

بر این اساس، برنامه‌ریزی صحیح در راه تحول تولید و تجارت محصولات کشاورزی در کشور ضروری است. به نظر می‌رسد که این اهداف و برنامه‌ها محقق نمی‌شوند، مگر این که در تولید صادرات غیرنفتی به مزیت‌های نسبی استان‌های مختلف در تولید کالاهای مختلف توجه ویژه‌ی صورت گیرد (Ghasemlo et al., 2017, 2019). از سویی دیگر در مبحث اقتصاد منطقه‌ای، شناخت ویژگی‌ها و مزیت‌های اقتصادی هر استان، امکان برنامه‌ریزی

^۱ گزارش دریافتی از اداره کل گمرک استان کرمانشاه و سازمان جهاد کشاورزی استان کرمانشاه، ۱۳۹۷.

پی پاسخ به آن می‌باشد، این است که وضعیت موجود صادرات بخش کشاورزی استان کرمانشاه از نظر ابعاد مختلف (عوامل درونی، شرایط تقاضا، صنایع مرتبط و پشتیبان، استراتژی، ساختار و رقابت، نقش دولت و حوادث پیش‌بینی نشده) چگونه می‌باشد و در هر یک از ابعاد با چه مسائل و مشکلاتی مواجه می‌باشد.

پیشینه تحقیق و مبانی نظری

مطالعات پیشین در بحث پیرامون مسائل و مشکلات صادرات بخش کشاورزی، عمدتاً مسائل و مشکلاتی (از قبیل: نوسانات نرخ ارز (Liu et al., 2021; Tulasombat & .., 2015)، عدم ورود به پیمان‌ها و ترتیبات تجاری جهانی و منطقه‌ای، موانع تعرفه‌ای (Ardakani et al., 2009; Faryadras, 2016; Homayounfar et al., 2018; Hajivand et al., 2020; Narayan & Bhattacharya, 2019)، عدم هماهنگی سیستم بانکی با سیستم بانکی جهانی، محدودیت‌های سرمایه‌گذاری (Shamshadi et al., 2015)، مشکل در عملکرد لجستیک (LPI)^۱ و پشتیبانی تجاری (Faryadras, 2016)، تورم و نبود امنیت اقتصادی (Atabay, 2016; Onakoya et al., 2019)) که به طور عام تمام بخش‌های اقتصادی با آن مواجه هستند، مورد بررسی قرار داده‌اند.

در برخی از مطالعات نیز مسائل و مشکلاتی که به طور اخص فرآروی صادرات بخش کشاورزی می‌باشد، مد نظر قرار گرفته است. در این راستا بر اساس نتایج مطالعات پیشین برخی از این موانع صادراتی ریشه داخلی داشته، در حالی که برخی دیگر از موانع منبعث از عوامل بیرونی و محیط خارجی هستند. به عنوان مثال در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته، قوانین و مقررات مربوط به اقدامات بهداشتی و بهداشت گیاهی (SPS) به عنوان یکی از موانع صادرات محصولات کشاورزی (مانع سبز) مطرح می‌باشند (Ardakani et al., 2009; Ehrlich & Mangelsdorf, 2018; Kuppasamy & Gharlegghi, 2014; Shokrollah Hajivand, Reza Moghaddasi, Yaaghoob Zeraatkish, 2020; Wei et al., 2012).

موانع داخلی صادرات مربوط به برنامه‌ریزی مقطعی و فاقد انسجام (Pakravan et al., 2011)، عدم هماهنگی مناسب بین سیاست‌های بخش کشاورزی و صادرات، صادرات محور نبودن تولیدات کشاورزی (Khaledi & Ayubzadeh, 2008)،

بر اساس مطالعات و بررسی‌های صورت گرفته رویکرد کنونی حاکم بر برنامه‌ریزی توسعه صادرات محصولات کشاورزی، رویکردی مقطعی و فاقد انسجام لازم می‌باشد. فقدان استراتژی بلندمدت تولید معطوف به صادرات و حضور پایدار در بازار، منجر به تصمیمات سریع، واکنشی و در برخی موارد متناقض دولت در زمینه تدوین آیین‌نامه‌های مربوط به صادرات کالاهای کشاورزی شده است (Pakravan et al., 2011). به عنوان مثال افزایش غیرمتعارف و ناگهانی تعرفه‌ها و مشخص نبودن مینا و ضوابط قانونی افزایش تعرفه‌ها و کاهش تخفیف‌های اعطایی به کالاهای صادراتی باعث سردرگمی صادرکنندگان شده است (Homayounfar et al., 2018; Karbalaee Ismaili, 2016; Mortezaei, 2013).

در مجموع اگرچه بحث پیرامون موانع و مشکلات توسعه‌ی صادرات، به شکلی کلی و گسترده در گزارش‌ها و مطالعات مختلف پرداخته شده است، اما صادرات بخش کشاورزی علاوه بر مشکلاتی که به طور عام تمام بخش‌های اقتصادی با آن مواجه هستند، بر سر راه خود با موانع و مشکلات خاصی مواجه است که کم‌تر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. از سویی دیگر امروزه با توجه به تغییرات سریع و شدید در محیط اقتصادی بین‌الملل، هیچ یک از نظریه‌ها (همچون نظریه مزیت مطلق آدام اسمیت، مزیت نسبی ریکاردو و نظریه هکشر اولهین) برای علت تجارت کشورها و دلیل موفقیت کشوری در صنعت یا حوزه‌ای خاص و توانایی یک کشور در حفظ موقعیت رقابتی خود در بلندمدت کافی و پاسخگو نمی‌باشند. همچنین برای موفقیت در تجارت جهانی، نمی‌توان تنها به مزیت‌های نسبی آشکار شده بسنده نمود، بلکه اقتصادها می‌بایست از طریق شناخت وضعیت و ساختار خود و ظرفیت‌سازی، به خلق

^۱ شاخص عملکرد لجستیک Logistics Performance Index شاخصی مهم برای اندازه‌گیری قدرت اجرایی در عملیات پشتیبانی برای تجارت و مبادله کالا است.

^۲ Sanitary and Phytosanitary Measure

پژوهش را مدیران و کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی، اتاق بازرگانی، صنعت، معدن و کشاورزی، سازمان صنعت، معدن و تجارت، سازمان گمرک، اتحادیه‌ها و تشکل‌های صادراتی، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کرمانشاه و تولیدکنندگان و صادرکنندگان محصولات کشاورزی استان تشکیل دادند. نخست افراد صاحب‌نظر در زمینه موضوع مورد بررسی، با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند از نوع موارد شناخته شده (افراد متخصص و مطلعین کلیدی) انتخاب شدند. سایر افراد مصاحبه شونده، نیز با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند متواتر از نوع گلوله برفی^۱ انتخاب شدند. ملاک انتخاب افراد و نمونه‌ها، در نظر گرفتن دیدگاه‌های ذینفعان مختلفی بود که در توسعه صادرات بخش کشاورزی استان نقش داشتند و یا می‌توانستند در آینده تأثیر گذار باشند. گردآوری داده‌ها با مصاحبه‌های نیمه ساختارمند فردی تا زمان رسیدن به اشباع داده صورت گرفت. تجزیه و تحلیل محتوای مصاحبه‌های میدانی نیز با استفاده از روش تحلیل محتوا با رویکرد قیاسی و بهره‌گیری از نرم‌افزار کیفی Maxqda، انجام شد. برای این منظور از مدل توسعه یافته، تعمیم یافته و بومی شده پورتر که منطبق با شرایط و اقتضات اقتصاد سیاسی ایران می‌باشد، استفاده گردید (شکل ۱). جهت اطمینان از صحت و پایایی داده‌ها از چهار معیار موثق بودن اعتبار^۲، تأییدپذیری^۳، اطمینان‌پذیری^۴ و انتقال‌پذیری^۵ استفاده گردید (Guba & Lincoln, 1994).

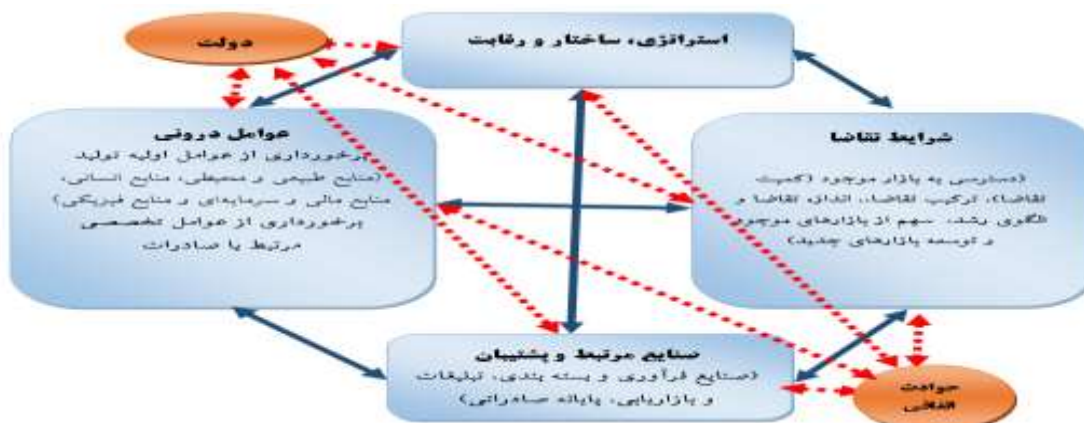
مزیت پرداخته و با فراهم آوردن بسترهای سرآمدی جهانی و شرایط کارایی رقابتی، همگام با حمایت و هدایت دولت، حوزه‌های جدیدی در تجارت جهانی را به خود اختصاص دهند (Jafari et al., 2019). بر این اساس نیاز به ارائه نظریه‌ای است که بتواند علت دستیابی یا عدم دستیابی به مزیت رقابتی را در همه ابعاد و با در نظر گرفتن پویایی محیط رقابتی امروز تشریح کند. یکی از نظریات و مدل‌های جامعی که در آن تقریباً تمامی عواملی که در رقابت تجارت جهانی مهم هستند در نظر گرفته می‌شود، مدل «الماس مزیت ملی رقابتی مایکل پورتر» می‌باشد. پورتر در این پرسش تمرکز می‌کند که چرا شرکت‌هایی که در یک بازار معین فعالیت دارند می‌توانند در زمینه‌های مشخصی نسبت به بهترین رقبای جهان، مزیت رقابتی کسب کنند و آن را حفظ نمایند؟ چهار گروه خصوصیات ملی (مناسب بودن فاکتورهای درونی، شرایط تقاضای داخلی، صنایع وابسته و پشتیبان، استراتژی، ساختار و رقابت) در ایجاد مزیت رقابتی یک کشور نقش اساسی دارند. این چهار خصیصه «الماس ملی» را تشکیل می‌دهند که توسط مایکل پورتر ارائه شده است. پورتر در این مدل رقابت‌پذیری را حاصل تعامل و برهم کنش چهار عامل اصلی مذکور می‌داند. به اعتقاد پورتر، این فاکتورهای چهارگانه به صورت متقابل بر یکدیگر تأثیر دارند و تغییرات در هر کدام از آن‌ها می‌تواند بر شرایط بقیه فاکتورها موثر باشد. در مدل الماس ملی که بعدها تکمیل گردید، دو عامل اتفاقات پیش‌بینی نشده و نقش دولت‌ها بر عوامل چهارگانه تأثیر غیر مستقیم دارند و از طریق تأثیر بر آن‌ها می‌توانند در رقابت‌پذیری نیز تأثیرگذار باشند (Amiri Aghdaie et al., 2012; Bakan & Doğan, 2012; Riiasi, 2015). با این حال مطالعات اندکی با بهره‌گیری مدل الماس پورتر به مسئله‌شناسی صادرات پرداخته‌اند، اندک تحقیقات موجود نیز اغلب با رویکرد کمی انجام شده‌اند (Amiri Aghdaie et al., 2012; Balakshahi & Abbasi, 2015; Emami Zavareh & Daei Karimzadeh, 2016). بر این اساس از منظری که پژوهش حاضر در پی آن است، مطالعه یا پژوهش خاصی در کشور صورت نگرفته است. از طرفی بیشتر مطالعات انجام شده در ایران در سطح کلان و کشوری انجام شده است و حجم مطالعات منطقه‌ای و استانی در خصوص صادرات بخش کشاورزی اندک می‌باشد.

مواد و روش تحقیق

مطالعه حاضر با روش کیفی و بهره‌گیری از تکنیک تحلیل محتوای قیاسی، انجام شد. جامعه‌ی مورد مطالعه در این

¹ Michael Porter

Sequential Sampling
Snowball Sampling
Credibility
Confirmability
Dependability or Consistency
Transferability



شکل ۱- مسئله شناسی عدم توسعه صادرات بخش کشاورزی استان کرمانشاه بر اساس مدل الماس پورتر پیش‌بینی نشده، دسته‌بندی گردید (جدول ۴-۱).

۱. عوامل درونی

۱-۱. عوامل اولیه تولید

در جدول (۱) مسئله‌شناسی صادرات بخش کشاورزی استان کرمانشاه از بُعد عوامل تولید ارائه شده است. بر مبنای یافته‌ها نامناسب بودن قیمت محصولات نسبت به هزینه‌های تولید، به‌کارگیری بی‌رویه‌ی نهاده‌های تولیدی، کمبود منابع مالی و سرمایه‌ای کشاورزان، نوسان قیمت‌ها و عدم بازار مشخص و قابل اتکاء آگاهی نداشتن کشاورزان از الگوی کشت مناسب، از مهم‌ترین مسائل فراروی توسعه صادرات بخش کشاورزی استان کرمانشاه می‌باشند. بر اساس مصاحبه‌های صورت گرفته، افزون بر آن توسعه پایدار تولید و صادرات در بخش کشاورزی استان، با چالش‌های دیگری همچون پایین بودن بهره‌وری و بالا بودن ضایعات محصولات کشاورزی، مواجه است.

بحث و یافته‌های تحقیق

در این پژوهش، با بهره‌گیری از مصاحبه‌های صورت گرفته با ۳۱ نفر از صاحب‌بنظران صاحب‌نظران عرصه تجارت و کشاورزی استان کرمانشاه، در چارچوب مدل الماس پورتر به مسئله شناسی راهبردی توسعه صادرات بخش کشاورزی در ابعاد مختلف پرداخته شد. ۱۴۴ مفهوم کلیدی در مرحله کدگذاری باز شناسایی گردید. سپس در مرحله دوم (کدگذاری محوری) ربطدهی مقوله‌ها به زیرمقوله‌ها و پیوندادن مقوله‌ها در سطح ویژگی‌ها و ابعاد هر یک از مفاهیم کلیدی صورت گرفت. در نهایت پس از بررسی یافته‌ها، حذف و ادغام مفاهیم مشابه و غربالگری اولیه، مفاهیم شناسایی شده، در قالب هر یک از ابعاد مدل الماس پورتر (عوامل درونی، شرایط تقاضا، صنایع مرتبط و پشتیبان، استراتژی، ساختار و رقابت، نقش دولت و حوادث

جدول ۱- مسئله‌شناسی صادرات بخش کشاورزی استان کرمانشاه از بُعد عوامل تولید

فراوانی (تکرار)	مفاهیم	زیرطبقات	طبقه اصلی
۲۵	نامناسب بودن قیمت محصولات نسبت به هزینه‌های تولید	عدم توسعه‌ی مطلوب سطح زیر کشت محصولات مختلف	عوامل درونی
۲۲	نوسان قیمت‌ها و عدم بازار مشخص و قابل اتکاء		
۷	ریسک بالای تولید محصولات کشاورزی		
۵	کمبود ادوات کاشت، داشت و برداشت مکانیزه	عدم پایداری الگوی کاربرد منابع طبیعی در تولید بخش کشاورزی استان	
۲۴	به‌کارگیری بی‌رویه‌ی نهاده‌های تولیدی		
۶	عدم بهره‌وری مناسب از منابع آب‌های سطحی و زیرزمینی		
۳	تخریب پوشش گیاهی و مراتع		
۳	فرسایش خاک		
۲	افزایش فشار اکولوژیکی در فضاهای تولید محصولات کشاورزی	محدودیت‌ها و موانع مرتبط با ساختار تولید	
۱	آلوده شدن منابع آبی		
۸	کشاورزی معیشت محور		
۳	از دست رفتن صرفه‌های ناشی از مقیاس و کاهش سودآوری	عوامل بیرونی	
۵	نوسانات تولید محصولات کشاورزی		
۲۳	کمبود منابع مالی و سرمایه‌ای کشاورزان		
۲۲	آگاهی نداشتن کشاورزان از الگوی کشت مناسب		
۱۰	کمبود منابع آبی		
۶	پایین بودن بهره‌وری و بالا بودن ضایعات	عوامل بیرونی	
۳	کمبود نیروی انسانی در روستاها و افزایش هزینه کارگری		

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

۱. صنایع مرتبط و پشتیبان

یافته‌ها حاکی از آن است که بخش عمده‌ای از مسائل فراروی صادرات محصولات کشاورزی استان کرمانشاه، جدا از شرایط مرتبط با عوامل درونی و تقاضا در بازارهای هدف، حاکی از وضعیت نامطلوب و نابسامان صنایع مکمل و پشتیبان صادرات (فقدان تجهیزات کافی جهت استفاده در مراحل پس از برداشت (انبار و سردخانه)، ضعف امکانات ذخیره‌سازی مطلوب و انتقال به‌هنگام محصولات فسادپذیر، کمبود تجهیزات و فناوری‌های درجه‌بندی و بسته‌بندی استاندارد و نبود سیستم بازاریابی و تبلیغات مطلوب در استان) می‌باشد. همچنین طبق مصاحبه‌های صورت گرفته با خبرگان این حوزه، هم اکنون ارتباط منطقی و مطلوبی بین حلقه‌های پیشین و پسین بخش کشاورزی و تجارت این محصولات وجود ندارد. کشاورزان معمولاً محصول خود را بر اساس قیمت بازار به واسطه‌های محلی می‌فروشند و آنان نیز محصولات جمع‌آوری شده را برای صادرات به صادرکنندگان تحویل می‌دهند. در این زنجیره از یک سو کشاورز تولیدکننده اطلاعات اندکی از نیازهای صنایع پسین و استانداردهای لازم برای تولید دارد، از دیگر سو خریداران محلی نیز نقش یک دلال را داشته و فقط سود آنی خود را مد نظر دارند، بنابراین تمایل چندانی برای سرمایه‌گذاری در حلقه‌های پس از تولید را ندارند.

۲. استراتژی، ساختار و رقابت

به اعتقاد کارشناسان شرکت‌کننده در مطالعه، فقدان سیستم منسجم بازاریابی و بازاریابی بین‌المللی محصولات کشاورزی استان، حضور دلالان و واسطه‌ها بین تولیدکنندگان و تجار و سنتی بودن تجارت خارجی، عمده‌ترین نقطه‌ی ضعف استراتژی توسعه‌ی صادرات این محصولات در کشور و به تبع آن استان کرمانشاه می‌باشد (جدول ۲). «اینکه صادرکنندگان محصولات کشاورزی برای صادرات با مشکلات روبه‌رو هستند، به این دلیل است که کشاورزی در کشور ما صادرات‌محور نیست. ما زنجیره تولید نداریم، هدف صادراتی برای محصولات کشاورزیمان نداریم...».

۳. نقش دولت

بر مبنای یافته‌ها به سبب فقدان مدیریت یکپارچه زنجیره تولید و عرضه‌ی محصولات کشاورزی و عدم نظارت مطلوب بر فرآیند تولید محصولات، دولت در رابطه با وظایفی که بر عهده دارد، موفق عمل ننموده است. همچنین بررسی نقش دولت را رابطه با فراهم‌آوری اطلاعات بازار هدف و تقاضای جهانی، ایجاد ساز و کارهای ارتقاء مزیت رقابتی (تولید محصولات کیفی و متنوع، طراحی، اجرا و نظارت بر استانداردها، کاهش هزینه تمام‌شده) و مدیریت صحیح عرضه و تقاضا، نیز بیانگر فاصله از وضعیت مطلوب می‌باشد.

۴. حوادث پیش‌بینی نشده

به اعتقاد صاحب‌نظران بخشی از موانع پیش‌روی صادرکنندگان و بی‌ثباتی‌ها در فرآیند صادرات بخش کشاورزی استان، ناشی از حوادث اتفاقی و پیش‌بینی نشده‌ای همچون عدم ثبات در قوانین و مقررات داخلی بازارهای هدف مانند اعلام یکباره ممنوعیت‌های وارداتی و افزایش تعرفه‌ها برای واردات محصولات کشاورزی از طرف کشورهای هدف می‌باشد (جدول ۷). روند افزایشی نرخ ارز در طی سال‌های اخیر نیز یکی دیگر از مواردی بود که توسط کارشناسان مورد بحث قرار گرفت. این افزایش نرخ ارز اثرات متفاوتی بر محصولات مختلف دارد. به طور مثال به دلیل افزایش نرخ ارز سودجویان و دلالان، صادرات بیش‌تر محصولات از جمله گوجه‌فرنگی را آغاز کرده‌اند که ادامه منجر به کاهش عرضه و افزایش قیمت گوجه در بازار داخلی و در نتیجه نگرانی در مورد کمبود این محصول سبب اعلام ممنوعیت صادرات محصول شد. علاوه بر آن شکاف قیمت بین بهای فروش محصولات و قیمت‌های جهانی که در پی افزایش نرخ ارز ایجاد می‌گردد، همواره می‌تواند انگیزه صادرات قاچاق محصولات را افزایش دهد. نمونه‌ی این مورد هم در بحث ممنوعیت صادرات دام زنده می‌توان مشاهده نمود. همچنین تنش‌های سیاسی و تحریم به عنوان یکی از پایه‌های ثابت چالش‌های تولید در کشور به کاهش پتانسیل‌های صادرکنندگان دامن زده است، به طوری که بسیاری از صادرکنندگان معتقدند در شرایط تحریمی توان کشور برای حضور در بازارهای جهانی روندی نزولی را طی کرده است.

جدول ۲- مسئله‌شناسی صادرات بخش کشاورزی استان کرمانشاه از بُعد صنایع مرتبط و پشتیبان؛ استراتژی و نقش دولت

طبقه اصلی	زیرطبقه	مفاهیم	فراوانی
صنایع مرتبط و پشتیبان	عدم برخورداری از فناوری‌های لازم جهت بسته‌بندی و درجه‌بندی محصولات	ضعف امکانات ذخیره‌سازی مطلوب و انتقال به‌هنگام محصولات فسادپذیر	۲۲
		نبود سیستم بازاریابی و تبلیغات مطلوب در استان	۱۹
		کمبود صنایع بسته‌بندی و فرآوری محصولات کشاورزی در استان	۸
		کمبود زیرساخت‌های مالی و بانکی مورد نیاز	۸
		انتقال ارزش افزوده حاصل از تجارت به خارج از استان	۴
		فقدان تجهیزات کافی جهت استفاده در مراحل پس از برداشت (انبار و سردخانه)	۲۵
استراتژی، ساختار و رقابت	ضعف در سیاست‌های تجاری با کشورهای هدف	کمبود تجهیزات و فناوری‌های درجه‌بندی و بسته‌بندی استاندارد	۲۰
		عدم ارتباط منطقی بین حلقه‌های پیشین و پسین بخش کشاورزی و تجارت	۹
		ضعف در همکاری‌های منطقه‌ای و بین‌المللی	۷
		عدم استفاده بهینه از دیپلماسی سیاسی در جهت تقویت تجارت	۵
		فقدان زنجیره ارتباطی مناسب بین تولیدکنندگان و صادرکنندگان نهایی	۲۴
		حضور دلالتان و واسطه‌ها بین تولیدکنندگان و تجار	۲۴
نقش دولت	عوامل تولید	سستی بودن تجارت خارجی	۲۱
		فقدان سیستم منسجم بازاریابی و بازرسانی بین‌المللی محصولات کشاورزی استان	۲۵
		صادرات غیرقانونی و قاچاق برخی محصولات	۶
		نبود مرجع مشخص برای پشتیبانی و برنامه‌ریزی در خصوص توسعه کشاورزی ارگانیک	۲۵
		عدم نظارت بر به‌کارگیری سموم و کودهای شیمیایی	۱۰
		ضعف در برنامه‌ریزی جهت توسعه کشاورزی ارگانیک	۹
		عدم استقرار کامل نظام ملی گواهی ارگانیک	۹
		کمبود حمایت و پشتیبانی از کشاورزان گانیک‌کار	۲۳
		عدم طراحی و اجرای الگوی کشت مطلوب	۱۸
		نبود برنامه‌ریزی مناسب برای کشت محصولات	۸
		کم‌توجهی به نیازها و ظرفیت‌های بازار در الگوهای کشت	۲۴
		عدم توجه به ظرفیت‌های زیستی در طراحی الگوهای کشت	۲۴
نقش دولت	صنایع مرتبط و پشتیبان	عدم اجرای صحیح سیاست‌های حمایتی و مداخله نامناسب دولت در تولید بخش کشاورزی	۲۴
		تخصیص ناکارآمد تسهیلات و منابع مالی به تولید در بخش کشاورزی	۸
		ضعف زیرساخت‌های تولید و بازاریابی در بخش کشاورزی استان	۵
		ضعف سیاست‌گذاری‌ها در بهره‌وری، حفظ و پایداری منابع پایه تولید	۴
نقش دولت	شرایط تقاضا	محجور ماندن نقش ترویج و آموزش در بخش کشاورزی	۳
		پوشش ناکافی انواع بیمه‌ها و ضعف سازوکارهای جبران خسارت	۱۳
		نبود سیستم بانکی منسجم و شفاف بین کشورهای مبدأ و مقصد صادرات	۱۰
		ضعف در عملکرد لجستیک و پشتیبانی تجاری	۵
نقش دولت	فقدان نظام اطلاعات بازار	کمبود سرمایه‌گذاری در تکمیل زنجیره ارزش محصولات کشاورزی	۳
		ضعف نظارت و کنترل دولتی بر قیمت‌های حمل و نقل محصولات	۳
		عدم یکسان‌سازی و استانداردسازی میان ایران و بازارهای هدف	۲۱
نقش دولت	فقدان نظام اطلاعات بازار	کمبود آگاهی از رفتار تقاضای مصرف‌کنندگان خارجی	۹
		نبود اطلاعات از وضع قیمت و عرضه محصول در بازارهای هدف	۷
		عدم اطلاعات کافی از وضعیت رقابتی خارجی	

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

جدول ۳- مسئله‌شناسی صادرات بخش کشاورزی استان کرمانشاه از بُعد نقش دولت و حوادث پیش‌بینی نشده

فرآوانی	مفاهیم	زیرطبقات	طبقه اصلی
۸	کم‌توجهی به کاهش ضایعات تولید و هزینه‌های تمام شده	ناکارآمدی فرآیند ایجاد ساز و کارهای ارتقاء مزیت رقابتی	استراتژی، ساختار و رقابت نقش دولت
۲۵	ضعف سرمایه‌گذاری در فعالیت‌هایی نظیر فرآوری، برندسازی و تبلیغات		
۱۹	ضعف فرآیند طراحی، اجرا و نظارت بر استانداردها		
۸	کمبود سرمایه‌گذاری‌های دولتی در زمینه بازاریابی و نفوذ در بازارهای جهانی		
۵	ضعف تحقیق و توسعه در جهت ارتقای مزیت رقابتی محصولات کشاورزی استان		
۲۵	ضعف مدیریت صحیح عرضه و تقاضای داخلی	تمرکزگرایی	
۲۳	نبود قوانین مدون و مشخص تولید، بسته‌بندی و شناسه‌دار کردن محصولات		
۱۵	بروکراسی بالا در خصوص صدور مجوزهای صنایع تبدیلی		
۲۳	وجود انحصارات دولتی	ناکارآمدی انجام تشریفات گمرکی	
۲۳	انحصاری کردن برنامه‌ریزی‌ها توسط دولت		
۱۹	عدم توجه به خواسته‌های تولیدکنندگان		
۱۸	حضور ضعیف نهادها و تشکل‌های خصوصی در برنامه‌ریزی صادرات		
۱۴	محدود بودن اختیارات مدیران دولتی		
۱۳	افزایش هزینه‌ی خدمات گمرکی		
۹	ضعف هماهنگی بین مجموع گمرک کشور و کشورهای هدف		
۸	طولانی بودن و زمان‌بر بودن فرآیندهای مربوط به امور گمرکی		
۸	دپوی محوله‌ها خواب سرمایه در گمرک		
۷	ناهماهنگی در اخذ عوارض گمرکی و تعرفه‌ها		
۵	عملکرد دوگانه قرنطینه و آزمایشگاه کیفیت استاندارد در مبدأ و مقصد	ادوات پیش‌بینی نشده	
۴	تأخیر در وصول اظهارنامه‌های گمرکی		
۲۵	کنترل و ممنوعیت مقطعی صادرات		
۲۵	ناکارآمدی سیاست‌های مرتبط با قیمت‌گذاری و نرخ ارز		
۲۵	ناکارایی سیاست‌ها و مشوق‌های صادراتی		
۲۳	ناکارآمدی فرآیند ارائه تسهیلات و اعتبارات به طرح‌های توسعه صادرات		
۲۵	تنش‌های سیاسی و تحریم‌ها		
۲۳	تغییرات نرخ ارز		
۸	نوسانات غیرقابل پیش‌بینی تولید ناشی از ریسک‌های اقلیمی		
۳	نوسان در قدرت خرید مصرف‌کنندگان در بازارهای هدف		
۵	بسته‌شدن مرزهای کشور هدف	عدم ثبات در قوانین و مقررات داخلی بازارهای هدف	
۱۶	اعلام ناگهانی ممنوعیت واردات از سوی کشورهای هدف		
۲۰	افزایش ناگهانی و غیرمتعارف تعرفه کالاهای وارداتی		

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

عدم توسعه‌ی مطلوب صادرات بخش کشاورزی استان نقش داشته‌اند. طبق یافته‌ها نامناسب بودن قیمت محصولات نسبت به هزینه‌های تولید، نوسان قیمت‌ها و عدم بازار مشخص و قابل اتکا برای برخی محصولات از مهم‌ترین مسائل و مشکلاتی است که توسعه‌ی صادرات محصولات بخش کشاورزی استان کرمانشاه را با چالش مواجه نموده‌اند. بررسی مطالعات پیشین (Amiri Aghdaie et al., 2012; Ghasemlo et al., 2017) نیز حاکی از آن است که نبود سیستم قیمت‌گذاری مناسب و منطقی محصولات کشاورزی کشور در بازارهای هدف، سبب

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

بخش کشاورزی استان کرمانشاه در غرب ایران به عنوان منطقه مستعد برای توسعه‌ی تجارت محصولات کشاورزی از نظر ظرفیت‌های بالقوه اقتصادی و موقعیت جغرافیایی در برگیرنده فرصت‌های تجاری ممتازی می‌باشد. با این حال، به نظر می‌رسد توسعه‌ی صادرات در بخش کشاورزی این استان منطبق با توانایی‌ها و پتانسیل‌های موجود، صورت نگرفته است. با توجه به یافته‌های به‌دست آمده از پژوهش حاضر، عوامل متعددی در

و تجاری‌سازی محصولات قیمت غیررقابتی در بازارهای بین‌المللی و توجه به منابع کوتاه‌مدت بازارهای داخلی) چالش‌های متعددی را فراروی توسعه‌ی مطلوب صادرات بخش کشاورزی استان قرار داده است. در این بین خلاء اقدامات کاربردی و مؤثر برای حمایت از تولید صادرات محور و تولید کالای دارای مزیت نسبی و خلق مزیت‌های جدید برای توسعه بازارهای صادراتی کاملاً مشهود است (Nasabian & Jafari, 2016).

در خصوص استراتژی، ساختار و رقابت نیز صاحب‌نظران بر تغییرات مکرر قوانین و مقررات مرتبط، فقدان سیستم منسجم بازاریابی و بازاریابی بین‌المللی محصولات کشاورزی استان، افزایش هزینه‌های تولید در قبال ثبات نسبی قیمت‌ها، حضور دلالتان و واسطه‌ها بین تولیدکنندگان و تجار و صادرات محور نبود محصولات تولیدی در بخش کشاورزی استان کرمانشاه، تأکید بیش‌تری داشتند. با این حال مواردی همچون محدودیت اختیارات تشکلهای استانی، در کم‌تر مطالعه‌ای مورد توجه قرار گرفته است. رویکرد کنونی حاکم بر برنامه‌ریزی توسعه صادرات محصولات کشاورزی کرمانشاه به تبع کشور، رویکردی مقطعی و فاقد انسجام لازم می‌باشد (Karbalaei Ismaili, 2013; Pakravan et al., 2011). بر این اساس تصمیمات سریع، واکنشی و در برخی موارد متناقض دولت در زمینه تدوین آئین‌نامه‌های مربوط به صادرات کالاهای کشاورزی اختلالاتی در فعالیت این بخش ایجاد نموده است. همچنین برنامه‌ها در زیربخش‌های تولید کشاورزی، منابع و نهاده‌های تولید، حمایت از تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان، عمدتاً با نگاه بخشی‌نگری تنظیم گردیده که این موضوع نیز به نوبه‌ی بخش مهمی از ظرفیت‌های صادراتی بخش تولید محصولات کشاورزی را مسکوت، ناکارآمد و یا با نقائص فراوان نگه داشته است.

فقدان زنجیره ارتباطی مناسب بین تولیدکنندگان و صادرکنندگان نهایی محصولات کشاورزی نیز به عنوان یکی از چالش‌های توسعه‌ی صادرات مطرح می‌باشد. به نحوی که تولیدکنندگان محصول خود را از طریق واسطه‌ها، شرکت‌های صادراتی و اتحادیه صادرکنندگان در بازارهای خارجی به فروش می‌رسانند و هیچ یک از آنان به طور مستقیم در منافع حاصل از صادرات کشاورزی سهیم نیستند. بدون ایجاد زیرساخت‌های لازم تولیدی و صادراتی و فراهم کردن صنایع مرتبط و پشتیبانی همچون صنایع فرآوری، بسته‌بندی و تبلیغات نیز نمی‌توان انتظار داشت که تدوین برنامه‌های تجاری سبب ارتقاء صادرات گردد. از طرفی برخی از موانع فراروی صادرات منبعث مباحث اقتصاد کلان و چالش‌های غیر قابل پیش‌بینی همچون تنش‌های سیاسی و تحریم‌ها، تغییرات نرخ ارز و افزایش ناگهانی و غیرمتعارف تعرفه کالاهای وارداتی، می‌باشند. اگر چه کنترل

شده بسیاری از محصولات کشاورزی با قیمتی بسیار پایین‌تر از قیمت در بازارهای جهانی به فروش برسند.

نتایج مطالعه‌ی حاضر همسو با نتایج تحقیقات پژوهشگرانی نظیر (Khaledi & Ayubzadeh, 2008) حاکی از آن است که علاوه بر چالش‌های فرآیندی که در مسیر توسعه صادرات محصولات کشاورزی وجود دارد، برخی چالش‌ها در حوزه تولید (همچون به‌کارگیری بی‌رویه‌ی نهاده‌های تولید، کمبود منابع مالی و سرمایه‌ای و آگاهی نداشتن کشاورزان از الگوی کشت مناسب)، از توان تولیدکنندگان کشور در عرصه بین‌المللی کاسته است. بر این اساس توسعه‌ی صادرات بخش کشاورزی در گام نخست منوط به توجه به حل مسائل و مشکلات تولید محصولات کشاورزی و چالش‌هایی مرتبط با این حوزه می‌باشد. کمبود امکانات ویژه‌ی حمل و نقل محصولات کشاورزی، ضعف زیرساخت‌های مرتبط با اطلاع‌رسانی، نبود پایانه تخصصی صادرات محصولات کشاورزی و محدودیت اختیارات تشکلهای استانی، از مهم‌ترین چالش‌های عوامل تخصصی مرتبط با توسعه‌ی صادرات بخش کشاورزی استان بودند. در این بین فقدان نظام اطلاعات بازار، نبود اطلاعات و آگاهی از وضع قیمت و عرضه محصول در بازارهای هدف، وضعیت رقابتی خارجی، رفتار تقاضای مصرف‌کنندگان خارجی، یکی از بزرگ‌ترین مشکلات موجود در نظام بازاریابی محصولات کشاورزی کشور می‌باشد که در بسیاری دیگر از مطالعات همچون (Amiri Aghdaie et al., 2012) مورد تأکید قرار گرفته است. بر پایه‌ی یافته‌های این مطالعه و مطالعات پیشین در حالی که در بسیاری از کشورهای پیشرو، وزارت کشاورزی مسئولیت ایجاد بانک اطلاعاتی و تحلیل اطلاعات محصولات کشاورزی را برعهده دارد، در کشور ما نظامی منسجمی در این حیطة وجود ندارد، به گونه‌ای که هیچ سازمانی مسئولیت جمع‌آوری اطلاعات و تجزیه و تحلیل اطلاعات بازار را بر عهده ندارد و یا به صورت فعالیت‌های محدود و مقطعی در برخی از سازمان‌های ذی‌ربط انجام می‌شود. بر این اساس ایجاد یک نظام منسجم اطلاعاتی پیشنهاد می‌گردد. نکته قابل توجه دیگر این است که بازارهای فعلی محصولات صادراتی استان کرمانشاه، عمدتاً مربوط به کشور عراق می‌باشد، از این رو لازم است تأملی مجدد بر شناسایی بازارهای هدف و اتخاذ راهکارهایی به منظور افزایش سهم در بازارهای هدف فعلی و نفوذ به بازارهای هدف جدید، صورت گیرد.

طبق یافته‌ها ضعف عوامل مرتبط با تقاضا (همچون: ضعف ساختار تولید، عدم آگاهی در مورد استاندارد، اعمال استانداردهای کیفی و بهداشتی با درجه بالا در کشورهای هدف، عرضه محصولات خام با حداقل فرآوری، ضعف فرآیند شناسه‌دار کردن

صادراتی است. در مجموع با توجه به یافته‌های به‌دست آمده از مصاحبه‌ها، عوامل متعددی در عدم توسعه‌ی مطلوب صادرات بخش کشاورزی استان نقش داشته‌اند. این موضوع از یک سو ناشی از عدم مدیریت صحیح عرضه و تقاضای محصولات کشاورزی استان می‌باشد. از سوی دیگر خلاء وجود برنامه‌ای بلندمدت و منسجم در جهت تولید صادرات محور بخش کشاورزی استان کرمانشاه، در طی سالیان اخیر کاملاً محسوس می‌باشد. از این رو بر مبنای یافته‌های مطالعه، خلاصه‌ای از توصیه‌های سیاستی جهت توسعه‌ی مطلوب صادرات بخش کشاورزی استان کرمانشاه مطرح شده است (جدول ۵). قابل ذکر است بخشی از این توصیه‌ها فراتر از اختیارات استانی بوده و نیازمند برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در سطح ملی می‌باشند.

حوادث اتفاقی و غیر قابل پیش‌بینی جهانی همچون تنش‌های سیاسی و تحریم‌ها، تغییرات نرخ ارز و افزایش ناگهانی و غیرمعارف تعرفه کالاهای وارداتی، از کنترل و نظارت وزارت کشاورزی کشور، تولیدکنندگان و صادرکنندگان محصولات کشاورزی خارج می‌باشند، با این وجود نقش تدوین و ثبات در سیاست‌های تجاری و روابط دیپلماتیک با کشورهای طرف تجاری و اتخاذ راهکارهای صحیح و بادوام صادرات بخش کشاورزی در کاهش تبعات منفی این عوامل و مقابله با آن، کاملاً مشهود است. در رابطه با نوسانات غیر قابل پیش‌بینی تولید بخش کشاورزی، علاوه بر طراحی الگوی کشت منطبق بر ظرفیت زیستی و الگوی عرضه و تقاضای محصولات کشاورزی، مستلزم حمایت هدفمند و همه‌جانبه دولت از جمله بیمه‌های کشاورزی، تسهیلات بانکی، بیمه‌ها و ضمانت‌های

جدول ۴- خلاصه‌ای از توصیه‌های سیاستی

ابعاد	مخاطب	توصیه‌ها
قانونی	قانون‌گذاران و برنامه‌ریزان کشوری	ثبات نسبی در سیاست‌های توسعه صادرات محصولات کشاورزی و تنظیم بازار داخلی اصلاح و استمرار سیاست‌های حمایتی و تشویقی با هدف توسعه‌ی صادرات بخش کشاورزی تشویق و حمایت از سرمایه‌گذاری خارجی با هدف توسعه صادرات بهبود دیپلماسی اقتصادی، منطقه‌گرایی و سیاست‌های زیرساختی و پشتیبان کننده تجارت با هدف تسهیل و توسعه صادرات بخش کشاورزی
مدیریتی / راهبردی	مدیران دستگاه‌های دولتی استان و بخش خصوصی	رفع موانع و مشکلات واحدهای دست‌اندرکار صادرات در پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی جهت روان‌سازی امر صادرات (نوسازی و تجهیز پایانه حمل و نقل، تجهیز و استقرار دستگاه‌های مناسب و خدمات‌رسان در گمرک و رفع مشکلات زیرساختی) اعطای کمک‌های فنی و مشاوره‌ای جهت توسعه محصولات و بازارهای هدف جدید تأمین زیرساخت‌های مناسب همانند حمل و نقل، انبار، سردانه، مراکز مشاوره و بازاریابی، صنایع فرآوری و بسته‌بندی و حمایت از توسعه آن‌ها در استان نظارت و کنترل فرآیندهای تولید، عرضه و صادرات ساماندهی، توسعه و توانمندسازی تشکل‌های فراگیر و افزایش اختیارات مدیران استانی همچنین واگذاری آزادی عمل به تشکل‌های خصوصی با رعایت رابطه تعاملی با دولت و سیاست‌های اقتصادی کشور افزایش سهم بخش کشاورزی در اتاق بازرگانی موجود پیش‌بینی اجلاس‌های سالیانه به صورت حداقل دو بار در سال بین تجار و بازرگانان بازارهای هدف و بازرگانان استان کرمانشاه به روز نمودن بخش‌نامه‌ها و دستورالعمل‌ها متناسب با تغییرات
عملیاتی	تولیدکنندگان و صادرکنندگان	تلاش در جهت ارتقاء توانمندی‌های حرفه‌ای (از طریق حضورگسترده در نمایشگاه‌ها، گردهمایی‌ها، انتشار کتاب و بروشور، طراحی وب سایت) توجه به افزایش مزیت رقابتی محصولات از طریق بهبود کیفیت و استاندارد محصولات، بسته‌بندی و فرآوری محصولات تلاش برای تشکیل واحدهای منسجم مانند تعاونی و انجمن‌های تخصصی (افزایش ارتباطات بین نهادی)

References

- 1- Aghamohammadi, S. N., Haji, G., Ghafari, H., & Ghafari Ashtiani, P. (2021). Measuring the relative advantage of economic activities in the provinces of IRAN: Location quotient approach. *Regional Planning*, 10(40), 35–52. http://jzpm.miau.ac.ir/article_3941.html (In Persian).
- 2- Amiri Aghdaie, S. F., Seidi, M., & Riasi, A. (2012). Identifying the barriers to iran's saffron export by using porter's diamond model. *International Journal of Marketing Studies*, 4(5), 129–138. <https://doi.org/10.5539/ijms.v4n5p129>(In Persian).
- 3- Ardakani, Z., Yazdani, S., & Gilanpour, O. (2009). Studying the effects of non-tariff barriers on the export of the main agricultural products of Iran. *American Journal of Applied Sciences*, 6(7), 1321–1326. <https://doi.org/10.3844/ajassp.2009.1321.1326> (In Persian).
- 4- Atabay, R. (2016). The relationship between trade openness and inflation in Turkey. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 5(3), 137–145. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v5i3.464>
- 5- Bakan, İ., & Doğan, İ. (2012). Competitiveness of the industries based on the porter's diamond model: An empirical study. In *International Journal of Research and Reviews in Applied Sciences* (Vol. 11, Issue 3, pp. 441–455). www.arpapress.com/Volumes/Vol11Issue3/IJRRAS_11_3_10.pdf
- 6- Balakshahi, A., & Abbasi, B. (2015). Identification and ranking of factors affecting the development of tea exports in guilan province based on the model diamond porter. *The International Conference on New Research in Management, Accounting and Economy*, 1–16. <https://civilica.com/doc/407040/>(In Persian).
- 7- Barghi Oskooee, mohammad mahdi, Salmani, B., & Saemi, R. (2021). Investigating the impact of investment in research and development on export performance of enterprises in provinces of Iran. *Regional Planning*, 10(40), 67–84. http://jzpm.miau.ac.ir/article_3777.html (In Persian).
- 8- Ehrich, M., & Mangelsdorf, A. (2018). THE ROLE OF PRIVATE STANDARDS FOR MANUFACTURED FOOD EXPORTS FROM DEVELOPING COUNTRIES. *World Development*. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2017.08.049>
- 9- Emami Zavareh, N., & Daei Karimzadeh, S. (2016). Obstacles to gaining a competitive advantage in the export of agricultural and horticultural products of Isfahan province based on the model. *Fourth International Conference on Applied Research in Management and Accounting*, 1–19. (In Persian).
- 10- FAO. (2021). FAOSTAT_data_3-26-2021 (2). <http://www.fao.org/faostat/en/#data/TP>
- 11- Faryadras, V. (2016). INVESTIGATE THE OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF EXPORTING AGRICULTURE AND FOOD TO RUSSIA. https://rc.majlis.ir/fa/mrc_report/show/998075
- 12- Ghasemlo, K., Asadzadeh, A., & Zolghadr, H. (2017). Examining the Relationship between Growth of Industrial Export Goods and Economic Growth in Iranian Provinces: Dynamic Panel Data Approach. *Regional Planning*, 6(24), 15–26. http://jzpm.miau.ac.ir/article_2156.html
- 13- Ghasemlo, K., Zolghadr, H., & Kazeroni, A. (2019). The Comparative Advantage and Stability of Performance in Export Industrial goods From Provinces of Iran. *Regional Planning*, 9(34), 1–14. http://jzpm.miau.ac.ir/article_3547.html (In Persian).
- 14- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. In *Handbook of qualitative research*.
- 15- Hajivand, S., Moghaddasi, R., Zeraatkish, Y., & Mohammadinejad, A. (2020). An Application of Stochastic Frontier Gravity Approach (The Case of Iran's Potential Agricultural Exports). *International Journal of Analysis and Applications*, 18(3), 482–492. <https://doi.org/10.2112/JCR-SII15-132.1>
- 16- Homayounfar, M., Zargar, M., Soufi, M., & Mousavi, F. (2018). Export Barriers of Honey in Iran: The Application of the DEMATEL Method. *International Journal of Agricultural Management and Development*, 8(3), 341–354.
- 17- Jafari, A., Hassanpour, I., Mirabi, V. R., & Ahmadi, F. (2019). Analysis of inner factors of the national diamond model by michael

- porter on the development of competitive advantage and effective modeling (Case study: Ports and Maritime of Bushehr). *Journal of Transportation Research*, 16(1), 221–244. (In Persian).
- 18- Karami, A., & Rasteghari, H. (2018). Measuring and analyzing agricultural development of Iran using artificial neural network. *Regional Planning*, 8(30), 15–30. http://jzpm.miau.ac.ir/article_2910.html (In Persian).
- 19- Karbalaei Ismaili, H. R. (2013). Analytical report of foreign trade monitoring of the provinces, the first five months of 1392 (Case study of August). http://tccim.ir/images/Projects/TCCIMirProjectsThesis_139_123.pdf (In Persian).
- 20- Khaleidi, K., & Ayubzadeh, R. (2008). Strengths, weaknesses, opportunities and threats of agriculture export of Iran. *Agricultural Economics and Development*, 16(62), 83–104. http://aead.agri-peri.ac.ir/article_58871.html (In Persian).
- 21- Krishnaveni, L., & Ghosh, S. (2004). India's agricultural exports: some challenges. *The IUP Journal of Agricultural Economics*, 0(3), 62–71. <https://doi.org/10.22067/jead2.v1389i4.8196>
- 22- Kuppusamy, M., & Gharleghi, B. (2014). Green barriers and China's agricultural product export: is there any relationship? *Asian Social Science*, 10(16), 34–41. <https://doi.org/10.5539/ass.v10n16p34>
- 23- Li, W. (2019). Time barrier to trade: data on 190 economies' export and import time, 2005–2018. *Data in Brief*, 22, 508–515. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2018.11.054>
- 24- LIU, J., CHEN, J., & ZOU, Y. (2021). The influence of rmb exchange rate fluctuation on the import and export trade of agricultural products in Jiangxi Province. *DEStech Transactions on Economics, Business and Management*, 4(4), 186. <https://doi.org/10.12783/dtem/eeim2020/352>
- 25- Mortezaei, A. (2016). Identifying and classifying barriers and challenges of production and competitiveness in food Chain enterprises and evaluating the law on removing barriers to competitive production and improving the country's financial system. http://tccim.ir/images/Projects/TCCIMirProjectsThesis_139_123.pdf (In Persian).
- 26- Narayan, S., & Bhattacharya, P. (2019). Corrigendum to 'relative export competitiveness of agricultural commodities and its determinants: Some evidence from India.' *World Development*, 117, 183. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2019.01.01>
- 27- Nasabian, S., & Jafari, S. (2016). Effect of saffron export on agricultural growth: case study of Iran and Spain. *Journal of Agricultural Economics Research*, 8(31), 17–36. http://jae.miau.ac.ir/article_2071.html (In Persian).
- 28- Onakoya, A., Johnson, B., & Ogundajo, G. (2019). Poverty and trade liberalization: Empirical evidence from 21 African countries. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 32(1), 635–656. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2018.1561320>
- 29- Pakravan, M. reza, Mehrabi, H., & Gilanpour, O. (2011). Estimating supply and demand function of Iran's agricultural products export. *Journal of Agricultural Economics and Development*, 24(4), 471–478. <https://doi.org/10.22067/jead2.v1389i4.8196> (In Persian).
- 30- Riasi, A. (2015). Competitive advantages of shadow banking industry: An analysis using porter diamond model. *Business Management and Strategy*, 6(2), 15. <https://doi.org/10.5296/bms.v6i2.8334>
- 31- Shahmoradi, M., Agahi, H., & Alibeygi, A. (2019). Pathology of exports in the Iranian agricultural sector. *Journal of Business Administration Researches*, 11(21), 209–245 (In Persian).
- 32- Shamshadi, K., Najafian, F., & Pasban, F. (2015). Export development, competitive challenges and advantages in agricultural products. Ministry of Jihad-e-Agriculture, Planning Research Institute, *Agricultural Economics and Rural Development*, 1–105 (In Persian).
- Shokrollah Hajivand, Reza Moghaddasi, Yaaghoob Zeraatkish, A. M. (2020). Analysis on trade effect of green barriers and on agricultural product export and maritime transport in China. *International Journal of Analysis and Applications*, 18(3), 482–492. <https://doi.org/10.2112/JCR-SII15-132.1>
- 34- taheri reykande, E., Pakravan, M., Gilanpour, O., & Abolghasemi, F. (2016). Assessment of competitiveness on the world market for medicinal plants and prioritize target countries for export. *Agricultural*

Economics, 10(1), 153–174.
<https://doi.org/10.22034/iaes.2016.19326>(In Persian).

35- Tulasombat, S., & . S. R. (2015). The effect of exchange rates on agricultural goods for export: a case of Thailand. *Information Management and Business Review*, 7(1), 1–

11. <https://doi.org/10.22610/imbr.v7i1.1133>

36- Wei, G., Huang, J., & Yang, J. (2012). The impacts of food safety standards on china's tea exports. *China Economic Review*.
<https://doi.org/10.1016/j.chieco.2011.11.002>