

بررسی موانع صادرات غیرنفتی در استان خوزستان با استفاده از تحلیل عاملی

رضادریساوی بهمنشیر
(کارشناس ارشد اقتصاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات اهواز)
Rdb355@yahoo.com

عبدالحسین بافنده
(دکتری اقتصاد انرژی)
bafandeh@hotmail.com

فضل .. عزیز
(دکتری آمار و عضو هیأت علمی دانشگاه شهید چمران)
azizif@yahoo.com

پیشرفته تعامل نسبتاً فشرده‌ای بین گسترش بخش خصوصی با توسعه صادرات غیرنفتی وجود دارد. به منظور توسعه و گسترش راهکارهای توسعه صادرات غیرنفتی نیاز به اجرای سیاست‌های اقتصادی موفق و بررسی دقیق و علمی تمامی جنبه‌های تئوریک و ارزیابی عملکرد بنگاه‌های اقتصادی موثر در توسعه صادرات و برخورد با چالش‌های اقتصادی می‌باشد.

این پژوهش با توجه به شرایط حساس اقتصادی استان خوزستان و لزوم اجرای سیاست‌های توسعه صادرات غیرنفتی در این استان، با توجه به در نظر گرفتن بازارهای مصرف خارجی، شیوه نوین تجاری (تجارت الکترونیک)، کیفیت کالای صادراتی، وضعیت صنعت بسته‌بندی کالا، موانع داخلی نظیر مشکلات حمل و نقل کالا و نیز عوامل دیگر انجام شده و سعی گردیده است که میزان تاثیرگذاری هر بخش بر شاخص‌های اقتصادی کشور و توسعه آن بمنظور بهبود عملکرد صادرات غیرنفتی

صادرات غیرنفتی / تجارت بین‌الملل / موانع صادراتی / عوامل موثر / توسعه پایدار و راهبردها / تحلیل عاملی

چکیده

اجرای سیاست‌ها و راهکارهای اقتصادی و گسترش صادرات به ویژه صادرات غیرنفتی از جمله مسایل و رویدادهای مهم بوده که اکثر اقتصاددانان برای بهبود اقتصادی جهان مطرح نموده‌اند. بنابراین اجرای روش‌های کاهش تصدی‌گری دولت به منظور تحقق سیاست‌های توسعه‌ای و ترویج بخش خصوصی درام صادرات غیرنفتی، نیاز به فعال‌سازی بخش‌های مختلف اقتصادی دارد. انجام فعالیت‌های گسترده در این زمینه در کشور ایران به ویژه در استان خوزستان نیاز به گسترش رقابت سالم، کاهش هزینه‌های تولید و عوامل دیگری دارد. در اکثر کشورهای

۱. پیشینه تحقیق

مقدمه

با توجه به تحولات عظیم اقتصادی و گسترش صادرات، جایگاه ویژه صادرات غیرنفتی در تصمیم‌گیری‌ها و مشارکت فعالانه آن در افزایش تولید ملی و در نهایت درآمد سرانه محسوس‌تر می‌شود. به دلیل وجود عوامل درونی و بیرونی موثر، هنوز صادرات استان خوزستان نتوانسته است جایگاه واقعی خود را پیدا نماید. بنابراین شناخت دلایل موفقیت‌های سایر کشورها در امر صادرات و استفاده از تجربیات آن‌ها برای رفع موانع رشد و توسعه بازرگانی خارجی کشور یک ضرورت است. اکثر کشورهای پیشرفته به‌ویژه کشورهای صنعتی، فعالیت‌های وسیعی در این زمینه را صورت داده‌اند و به راهکارهای علمی و عملی مثبتی دست یافته‌اند. در این خصوص شناخت فرصت‌های بازرگانی و تجاری کشورهای همسایه به‌ویژه کشورهای حوزه خلیج فارس می‌تواند کمک شایانی در این امور بنماید و نیز با اطلاع رسانی دقیق و به موقع می‌توان تهدیدهای منطقه‌ای از قبیل تحریم را به فرصت‌های تجاری مطلوب تبدیل نمود. فراهم آوردن شرایط حضور فعال و دائمی در امر صادرات غیرنفتی در کشورهای همسایه نظیر حوزه خلیج فارس نیازمند معرفی مزیت‌ها، فرصت‌های اقتصادی و بازرگانی موجود در آن کشورها و سعی در حل مشکلات صادرکنندگان کالا و خدمات می‌باشد. تصویب قوانین جهت ساده‌تر و روان‌تر کردن امر صادرات می‌تواند نقش بسیار مفیدی داشته باشد. همچنین اهمیت و تأثیر اتاق‌های بازرگانی مشترک بر روند فعالیت‌های اقتصادی - تجاری و توسعه بخش خصوصی بمنظور افزایش میزان صادرات کالاها و خدمات برکسی پوشیده نیست و امید است در این تحقیق با عنایت به موارد بیان شده و تدوین خط مشی‌ها و سیاست‌های اقتصادی مناسب بتوان گامی مفید در زمینه بهبود و رشد و گسترش فعالیت‌های اقتصادی، به ویژه صادرات غیرنفتی در استان خوزستان برداشت.

در خصوص بحث صادرات غیرنفتی و اهمیت موضوع مورد تحقیق، تاکنون تحقیقات داخلی و خارجی فراوانی شده است که به‌طور مختصر به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

(الف)

عارفی، شهرام، ۱۳۷۸، "بررسی نوع، کیفیت و ارزش اقتصادی کالاهای صادراتی غیرنفتی استان آذربایجان شرقی"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم و فنون مازندران می‌باشد. در این تحقیق روند صادرات طی ده سال از سال ۱۳۶۸ الی ۱۳۷۷ مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته و این نتایج حاصل گردید که استان آذربایجان در رابطه با صادرات غیرنفتی با مشکلات عدم ثبات در برنامه‌های صادرات، نبود امکانات پژوهشی در این زمینه و بخش صنعت، عدم فعال بودن اداره خدمات علمی صنعتی استان، اهمیت ندادن به مشکلات فرش دستباف به عنوان مهمترین موانع بخش اقتصاد استان، می‌باشد.

(ب)

مهری، سارا، ۱۳۸۳، "بررسی موانع و محدودیت‌های صادرات غیرنفتی استان خوزستان"، پایان نامه کارشناسی ارشد، علوم و تحقیقات اهواز می‌باشد. این تحقیق به این نتایج دست یافته که یکی از مهمترین مشکلات در امر صادرات غیرنفتی نارسایی‌های موجود در نوع و کیفیت بسته‌بندی می‌باشد. بسته‌بندی‌های غیراستاندارد، استفاده از مواد غیربهداشتی در صنعت بسته‌بندی، درج نکردن مشخصات کالاروی بسته‌ها از اهم موضوعات تأثیرگذار می‌باشد.

(ج)

دانشکده کشاورزی دانشگاه کلرادو برای شرکت‌های صنایع غذایی کلرادو تحقیقی انجام می‌دهد و به این نتیجه می‌رسد که بیشترین موانع صادرات به دیگر کشورهای جهان، عدم برقراری ارتباط مناسب با واردکنندگان و خریداران به میزان ۱۷/۱ درصد و کمبود زمان برای توسعه بازارها در حدود ۱۶ درصد و همچنین فقدان شناخت بازارهای اختصاصی به میزان ۱۰/۵ درصد

دانشگاه کانادا در یک بررسی، بیان کرد موانع صادرات شرکت‌های کوچک و متوسط از جمله موانع مدیریتی، موانع بازاریابی، موانع عملیاتی، فقدان کمک دولت و موانع مالی بررسی شده که ۵۳ سؤال مطرح شد و از نمونه تصادفی ۱۰۰۰ شرکت با پرسنل کمتر از یکصد نفر ("۱" برای عدم توافق الی "۷" برای توافق)، ۵۳ متغیر را به پنج گروه مهم براساس ادبیات موضوعی تقسیم نمود طی این فرایند پنج متغیر بدلیل فقدان همبستگی با گروه‌های تحت مطالعه، حذف شدند. و همچنین در مورد کشورهای کمتر توسعه یافته، بیشتر در نواحی موانع مدیریتی، عملیاتی و فقدان کمک‌های دولتی مشاهده گردیده است.

۲. بیان مسئله

انجام فعالیت‌های گسترده بخش‌های خصوصی در زمینه‌های مختلف اقتصادی در کشور نیاز به گسترش رقابت سالم، کاهش هزینه‌های تولید و قیمت تمام شده محصول، افزایش کیفی کالاها و خدمات و افزایش میزان صادرات و تحرک بیشتر اقتصاد ملی دارد. در نهایت اینکه پایه و اساس توسعه، ترویج و رونق بخش بازرگانی با اجرای سیاست‌های مناسب آزادسازی اقتصادی که جز با توسعه و گسترش بخش خصوصی مهیا نمی‌شود، می‌باشد. برای تحرک بیشتر اقتصادی لازم است در ابتدا به گسترش و توسعه بخش خصوصی و سپس به رونق و تحرک اتاق‌های بازرگانی توجه شود. از سوی دیگر اجرای سیاست‌های اقتصادی موفق نیاز به بررسی جامع و دقیق تمامی جنبه‌های تئوریک و ارزیابی عملکرد بنگاه‌های اقتصادی مؤثر در رونق و پیشرفت اقتصادی و بررسی نتایج علمی بدست آمده دارد. از آنجایی که استان خوزستان در جنوب غربی کشور و در منطقه استراتژیک خلیج فارس واقع است به لحاظ دارا بودن سواحل طولانی و راه‌های بین‌المللی دریایی و سه بندر مهم خرمشهر - آبادان و امام خمینی همواره به دلیل ظرفیت بالای سالانه

بازگیری و تخلیه کالاهای صادراتی و وارداتی از دیرباز مهمترین قطب ترانزیتی کالا رداشته است. این استان دارای مناطق ویژه اقتصادی بندرامام و ماهشهر و سازمان منطقه آزاد اروند (آبادان - خرمشهر)، اتاق‌های بازرگانی فعال، خانه صنعت، اتاق تعاون، بازارچه، اتحادیه و تعاونی‌های مرزنشین و دو مرز جاده‌ای شلمچه و چزابه جهت صادرات کالا به کشور عراق است و درصد صادرات استان خوزستان به عراق از کل صادرات کشور به عراق حدود ۲۵ درصد است. در این تحقیق به بررسی موانع صادرات غیرنفتی استان خوزستان و نیز تجزیه و تحلیل موانع با درنظر داشتن تقدم و تاخر آنها، میزان تاثیرگذاری عملکرد صادرکنندگان در رفع موانع موجود، استخراج نظرات بهینه سازمان‌های مسئول از جمله اتاق بازرگانی صنایع و معادن، سازمان بازرگانی، صادرکنندگان به منظور شناسایی مناسب‌تر موانع و اقدام در رفع آن‌ها به ترتیب الویت‌های استخراجی موانع پرداخته شده است. همچنین در این تحقیق از روش بررسی تحلیل توصیفی سؤالات و نیز روش تحلیل عاملی در تجزیه و تحلیل آن‌ها استفاده فراوان شده است.

۳. بررسی روند کمی صادرات غیرنفتی

در کشورمان هر ساله در برنامه‌ریزی اقتصادی و به‌خصوص در برنامه‌های پنج ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، میزان صادرات غیرنفتی با توجه به قابلیت‌ها و مزیت‌های تولیدی و صادراتی کشورمان پیش‌بینی می‌شود تا با تلاش دست‌اندرکاران اقتصادی و سازمان‌های ذیربط به ارقام پیش‌بینی شده دست یابیم، همانگونه که در سال‌های اخیر توانستیم تا حدودی به ارقام پیش‌بینی شده دست یابیم و در پنج سال اخیر میزان صادرات غیرنفتی در مجموع بیش از ۵۰ درصد رشد داشته است که این موضوع بیانگر تلاش دست‌اندرکاران اقتصادی کشور در راستای افزایش حجم مبادلات تجاری و در نتیجه افزایش میزان صادرات کشور است.

با احتساب صادرات چمدانی و بازارچه‌های مرزی ۹۴/۴ درصد از ارقام پیش‌بینی شده صادرات غیرنفتی در برنامه سوم توسعه

مطمئن تولیدات و محصولات صادراتی کشورمان را در بازارهای هدف افزایش دهند. در این زمینه همچنین انتخاب صادرکنندگان نمونه در سالروز ملی صادرات به‌طور سالانه و اعطای جوایز صادراتی به صادرکنندگان نمونه نیز، انگیزه صادرکنندگان را در صادرات بهتر و بیشتر، دو چندان کرده است، به‌طوری که تمام این اقدامات صورت گرفته سبب شد که ما شاهد افزایش میزان تجارت خارجی باشیم. علی‌رغم این مباحث و افزایش متوسط ۱۰ درصدی صادرات غیرنفتی در هر سال نسبت به سال قبل، هنوز نتوانسته ایم سهم قابل توجهی از حجم تجارت جهانی را به کشورمان اختصاص دهیم. حتی قادر نبودیم تولیدات کشورمان را به میزان قابل توجهی به کشورهای همسایه و کشورهای عضو اگو صادر کنیم، درحالی‌که با توجه به کشورهای همسایه ایران که در مجموع حدود ۵۰۰ میلیون نفر را در خود جای داده است، بیش از پیش می‌توانیم به همسایگان ایران کالا صادر کنیم و اگر به بازارهای هدف در کشورهای همسایه بیش از گذشته توجه کنیم، به‌طور یقین میزان صادرات کشورمان به‌طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد یافت. بنابراین توجه به بازارهای هدف کشورهای همسایه ایران، تشویق بیشتر تولیدکنندگان و صادرکنندگان جهت تولید و صادرات بیشتر و ارائه تسهیلات و وام بانکی به تولیدکنندگان با بهره پایین، مسلماً نقش مهمی در جهت رونق و توسعه صادرات غیرنفتی و در نهایت توسعه اقتصادی کشور خواهد داشت. در این میان همچنین نباید از همکاری و هماهنگی بیشتر سازمان‌های ذیربط در امر صادرات و نقشی که این هماهنگی و یکسان‌سازی رویه‌ها در افزایش صادرات غیرنفتی خواهد داشت، صرف‌نظر کرد.

محقق شده است. در این مدت ۲ میلیارد و ۸۱۷ میلیون و ۷۰ هزار دلار کالا به خارج از کشور صادر شده در حالی که میزان ارقام پیش‌بینی شده در برنامه سوم ۲ میلیارد و ۹۸۵ میلیون دلار بوده است. بنابراین با بررسی ارقام پیش‌بینی شده در این مدت تلاش برای توسعه و رونق صادرات غیرنفتی مثمر واقع شده و درصد زیادی از میزان صادرات در اهداف پیش‌بینی شده برنامه سوم محقق شده است و چنانچه تلاش دست‌اندرکاران اقتصادی در راستای افزایش حجم مبادلات تجاری بیش از پیش شود، مسلماً رقم صادرات غیرنفتی به‌طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد یافت، اما باید در نظر داشت هرچند که میزان صادرات در طول سال‌های اخیر افزایش چشمگیری یافته است و درصد زیادی از ارقام پیش‌بینی شده در اهداف برنامه هر سال محقق می‌شود. اما اگر قدری به قابلیت‌های کشورمان در تولید و صادرات بسیاری از کالاها آگاه باشیم، مشاهده می‌شود که این میزان حتی از ارقام پیش‌بینی شده نیز بالاتر خواهد رفت تا ما در جهت توسعه کلان اقتصادی کشور گام برداریم. در این مدت اقدامات فراوانی در راستای توسعه و رونق صادرات غیرنفتی از سوی دست‌اندرکاران اقتصادی کشور صورت گرفته و دستگاه‌های ذیربط هر کدام برحسب وظایفشان سعی کرده‌اند قدم‌های مثبتی در جهت تسهیل و تسریع در امر صادرات غیرنفتی برداشته می‌شود. در این میان گمرک نیز با اقداماتی چون انجام تشریفات گمرکی درانبار صاحبان کالا و ارائه امکانات و تسهیلات لازم به صادرکنندگان کالا جهت انتقال سریع کالاهایشان به بازارهای هدف، توانسته است صادرکنندگان را برای حضور فعال و مستمر در بازارهای جهانی یاری کند تا تجار و صنعتگران بتوانند با صادرات آسان و

جدول ۱ - صادرات در برنامه سوم و چهارم توسعه

میلیارد دلار

درصد تحقق		عملکرد		اهداف	سال
بدون احتساب میعانات گازی	با احتساب میعانات گازی	بدون احتساب میعانات گازی	با احتساب میعانات گازی		
۹۷	-	۳/۷	-	۳/۸	۱۳۷۹
۹۸	-	۴/۲	-	۴/۳	۱۳۸۰
۸۵	-	۴/۶	-	۵/۴	۱۳۸۱
۸۵	-	۵/۹	-	۶/۹	۱۳۸۲
۹۹	-	۷/۶	-	۷/۷	۱۳۸۳
۹۲/۵	-	۲۶	-	۲۸/۱	جمع کل طی برنامه سوم
۱۲۹	-	۱۱	-	۸/۵	۱۳۸۴
۱۳۷	۱۷۶	۱۳	۱۶/۷	۹/۵	۱۳۸۵
۱۴۵	۲۰۰	۱۵/۳	۲۱	۱۰/۵	۱۳۸۶
۱۶۹	۲۲۰	۱۳	۱۷	۷/۷	هشت ماهه ۸۷
۱۴۴/۵	۱۵۱	۵۲/۳	۵۴/۷	۳۶/۲	جمع کل طی برنامه چهارم*

• آمارهای مربوط به برنامه چهارم توسعه طی سالهای ۸۴ لغایت هشت ماهه ۸۷ محاسبه گردیده است.

ماخذ: آمار گمرک ج.ا.ایران

جدول ۲ - واردات در برنامه سوم و چهارم توسعه

میلیارد دلار

درصد تحقق	عملکرد	اهداف	سال
۷۸	۱۴/۳	۱۸/۴	۱۳۷۹
۱۰۷	۱۷/۶	۱۶/۵	۱۳۸۰
۹۴	۲۲/۳	۲۳/۸	۱۳۸۱
۱۰۹	۲۶/۶	۲۴/۳	۱۳۸۲
۱۱۵	۳۵/۴	۳۰/۷	۱۳۸۳
۱۰۲	۱۱۶/۲	۱۱۳/۷	جمع کل طی برنامه سوم
۱۲۴	۳۹/۷	۳۲	۱۳۸۴
۱۲۲	۴۱/۴	۳۴	۱۳۸۵
۱۳۲	۴۸/۳	۳۶/۵	۱۳۸۶
۹۶/۲	۳۸/۳	۲۶/۵	هشت ماهه ۸۷
۱۳۰	۱۶۷/۷	۱۲۹	جمع کل طی برنامه چهارم*

ماخذ: آمار گمرک ج.ا.ایران

* آمارهای مربوط به برنامه چهارم توسعه طی سالهای ۸۴ لغایت هشت ماهه ۸۷ محاسبه گردیده است.

۴. تحلیل توصیفی

تحلیل توصیفی به کار رفته در این پژوهش شامل دومرحله عمده و اساسی است. در مرحله اول به تحلیل توصیفی سوالات کلی و مشخصات عمومی پرسشنامه و در مرحله دوم به تحلیل توصیفی سوالات اصلی پرسشنامه پرداخته می‌شود:

مرحله اول: تحلیل توصیفی سوالات کلی و مشخصات عمومی پرسشنامه

در این مرحله فراوانی متغیرها با درصدهای مربوطه، پارامترهای مرکزی مانند میانگین، میانه، مد، مینیمم، ماکزیمم و واریانس ارائه گردیده است. عرضه این متغیرها براساس درجه اهمیت انتظاری می‌باشد و رتبه‌بندی آن‌ها به گونه‌ای است که

رتبه‌های بالاتر به گزینه‌های بالاتر و رتبه‌های پایین‌تر به گزینه‌های پایین‌تر اختصاص داده شده است. از نتایج بدست آمده در خصوص میزان تحصیلات صادرکنندگان ۱۴/۹ درصد از صادرکنندگان زیردیپلم، ۵۲/۲ درصد دیپلم، ۹ درصد فوق دیپلم، ۲۲/۴ درصد لیسانس، ۱/۵ درصد فوق لیسانس بوده‌اند. یعنی بیش از نیمی از صادرکنندگان دارای مدرک دیپلم می‌باشند و حدوداً ۲۳/۹ درصد دارای مدرک لیسانس به بالا بوده‌اند. در مطالعه قبلی که در این زمینه در سال ۱۳۸۲ صورت پذیرفته است درصد صادرکنندگان دارای مدرک لیسانس به بالا ۲۰/۱ درصد بوده است یعنی در طی پنج سال گذشته ۱۸ درصد رشد داشته است و به‌طور میانگین سالانه رشدی بیش از ۳ درصد را داشته که نشان از بالا رفتن سطح دانش و مهارت صادرکنندگان است.

جدول ۳ - فراوانی میزان تحصیلات

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid zire diplom	10	14.9	14.9	14.9
diplom	35	52.2	52.2	67.2
foghe diplom	6	9.0	9.0	76.1
lisans	15	22.4	22.4	98.5
foghe lisans	1	1.5	1.5	100.0
Total	67	100.0	100.0	

۶۸ درصد را در طول پنج سال گذشته در میزان سابقه یک تا پنج سال عضویت در سازمان بازرگانی مشاهده می‌شود که نشانگر استقبال به امر صادرات و افزایش میزان صادرکنندگان می‌باشد.

همچنین در خصوص سابقه عضویت در سازمان بازرگانی، ۵۶/۷ درصد سابقه عضویت ۱ تا ۵ سال، ۲۲/۴ درصد سابقه ۶ تا ۱۰ سال، ۷/۵ درصد سابقه ۱۱ تا ۱۵ سال، ۶ درصد سابقه ۱۶ تا ۲۰ سال، ۱/۵ درصد سابقه ۲۱ سال به بالا و ۶ درصد بقیه به این سؤال پاسخ نداده‌اند و با توجه به تحقیق قبلی، افزایش

جدول ۴ - فراوانی سابقه عضویت در سازمان بازرگانی

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-5 age	38	56.7	60.3	60.3
	6-10 age	15	22.4	23.8	84.1
	11-15 age	5	7.5	7.9	92.1
	16-20 age	4	6.0	6.3	98.4
	az 21 age be bala	1	1.5	1.6	100.0
	Total	63	94.0	100.0	
Missing	System	4	6.0		
Total		67	100.0		

حاضر می‌توان اشاره نمود و در پنج سال گذشته حدوداً کاهش ۸ درصد را در فعالیتهای تولیدی صادرکنندگان به نسبت فعالیتهای تجاری و خدماتی می‌توان اشاره نمود.

درخصوص زمینه فعالیت اصلی صادرکنندگان ۱۳/۴ درصد تولیدی، ۵۹/۷ درصد تجاری، ۱۶/۴ درصد خدماتی و ۱۰/۴ درصد به این سؤال پاسخ نداده‌اند که درخصوص فعالیت غیر تولیدی از میزان ۷۰/۱ درصد پنج سال گذشته به رقم ۷۶/۱ درصد درحال

جدول ۵ - فراوانی زمینه اصلی فعالیت صادرکنندگان

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tolidy	9	13.4	15.0	15.0
	tejary	40	59.7	66.7	81.7
	khadamati	11	16.4	18.3	100.0
	Total	60	89.6	100.0	
Missing	System	7	10.4		
Total		67	100.0		

صادرکنندگان وجود دارد و در توزیع و جمع‌آوری پرسشنامه‌ها ناگزیر به کمک این دوسازمان شده‌ایم به نظر می‌رسد برخی از صادرکنندگان علیرغم اطمینان خاطر به آنان درخصوص محرمانه بودن سؤالات، به سؤال مورد نظر بدرستی پاسخ نداده‌اند بنابراین به نظر می‌رسد درخصوص شغل دیگر صادرکنندگان رقم مورد نظر از ۲۶/۹ درصد بیشتر باشد.

درخصوص مشاغل دیگر صادرکنندگان به غیر از تجارت ۲۶/۹ درصد شغل دیگری غیر از تجارت و صادرات داشته و ۶۸/۷ درصد تنها شغل آنها صرفاً صادرات می‌باشد و ۴/۵ درصد به این سؤال پاسخ نداده‌اند. البته به دلیل اینکه این سؤال جزء سؤالات حساس می‌باشد و ممانعت‌هایی از سوی سازمان بازرگانی و اتاق بازرگانی درخصوص دوشغله بودن

جدول ۶- فراوانی مشاغل دیگر صادرکنندگان

Shoghi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yes	18	26.9	28.1	28.1
	no	46	68.7	71.9	100.0
	Total	64	95.5	100.0	
Missing	System	3	4.5		
Total		67	100.0		

سازمان‌های بازرگانی بین‌المللی رمانع مهمی در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۹ نفر با ۴۱/۴ درصد آن را مانعی ناچیزی در صادرات غیرنفتی و تعداد ۱۵ نفر با ۲۵/۹ درصد گزینه متوسط را برگزیده‌اند. در خصوص سؤال (۸) شناخت ناکافی ضوابط قانونی و حقوقی کشور طرف تجارت، از مجموع ۵۸ نفر، ۳۵ نفر با ۶۰/۳ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و شش نفر با ۱۰/۳ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی و ۱۷ نفر با ۲۹/۳ درصد عامل متوسط معرفی نموده‌اند. در خصوص سؤال (۹) شناخت ناکافی فرهنگ بازار کشورهای هدف از مجموع ۵۸ نفر، ۲۶ نفر با ۴۴/۸ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و ۱۳ نفر با ۲۲/۴ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی و ۱۹ نفر با ۳۲/۸ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند.

مرحله دوم: تحلیل توصیفی سؤالات اصلی پرسشنامه
در این مرحله فراوانی متغیرها با درصدهای مربوطه، پارامترهای مرکزی مانند میانگین، میانه و مد ارائه گردیده است. عرضه این متغیرها بر اساس درجه اهمیت منعکس شده توسط پاسخ دهندگان می‌باشد. پنج گزینه جهت ارزشیابی اهمیت موانع از "خیلی کم" تا "خیلی زیاد" در روبروی هر کدام از سؤالات پرسشنامه وجود دارد که رتبه‌بندی نزولی بوده، به گونه‌ای که رتبه پنج به گزینه "خیلی زیاد" و رتبه یک به گزینه "ناچیز" اختصاص داده شده است اکنون به ترتیب، نتایج بدست آمده در مورد هر فرضیه را بیان می‌کنیم:

۱- در خصوص فرضیه تاثیر عدم شناخت بازارهای مصرف خارجی بر صادرات غیرنفتی تعداد ۵۸ نفر به سؤالات مربوطه پاسخ داده‌اند که در خصوص سؤال (۷) ضعف ارتباط با سازمان‌های بازرگانی بین‌المللی تعداد ۳۴ نفر با ۵۸/۶ درصد ضعف ارتباط با

جدول ۷- فراوانی سؤالات ۷ الی ۱۲

Statistics

		Question7	Question8	Question9	Question10	Question11	Question12
N	Valid	58	58	58	58	58	58
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		3.78	3.67	3.38	3.79	3.90	3.66
Median		4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00
Mode		5	4	3	5	5	3
Std. Deviation		1.093	.886	1.197	1.022	1.119	1.001
Variance		1.194	.786	1.433	1.044	1.252	1.002
Range		3	3	4	3	4	3
Minimum		2	2	1	2	1	2
Maximum		5	5	5	5	5	5

۲۸ نفر با ۴۸/۳ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و شش نفر با ۱۰/۳ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۲۴ نفر با ۴۱/۴ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند. در خصوص سؤال (۱۳) مشکلات در زمینه تهیه مواد اولیه مرغوب در کشور تعداد ۳۳ نفر با ۵۶/۹ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد هشت نفر با ۱۳/۸ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۷ نفر با ۲۹/۳ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند. در خصوص سؤال (۱۴) آشنایی ناکافی با ضوابط و استانداردهای کیفیت کشور خریدار تعداد ۲۴ نفر با ۴۱/۴ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۶ نفر با ۲۷/۶ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۸ نفر با ۳۱ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند.

۲- در خصوص فرضیه عدم آشنایی با شیوه‌های نوین تجارت بر صادرات غیرنفتی تعداد ۵۸ نفر به سؤالات پاسخ داده‌اند که در خصوص سؤال (۱۰) آشنایی نامناسب با شبکه اینترنت و تجارت الکترونیک ۳۵ نفر با ۶۰/۳ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و هفت نفر با ۱۲/۱ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی دانسته‌اند و ۱۶ نفر با ۲۷/۶ درصد گزینه متوسط را اختیار کرده‌اند. در خصوص سؤال (۱۱) بازاریابی و تبلیغات نامناسب از مجموع ۵۸ نفر، ۴۱ نفر با ۷۰/۷ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و هشت نفر با ۱۳/۷ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و ۹ نفر با ۱۵/۵ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند.

۳- در خصوص فرضیه ضعف کیفیت کالا بر صادرات غیرنفتی تعداد ۵۸ نفر به سؤالات پاسخ داده‌اند که در خصوص سؤال (۱۲) استفاده از فناوری‌های قدیمی در فرایند تولید و بهره‌وری تعداد

جدول ۸ - فراوانی سؤالات ۱۱ تا ۱۸

Statistics

	Question13	Question14	Question15	Question16	Question17	Question18
N	58	58	58	58	58	58
Valid	58	58	58	58	58	58
Missing	0	0	0	0	0	0
Mean	3.69	3.28	4.02	3.91	3.66	2.95
Median	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00
Mode	5	3	5	5	5	3
Std. Deviation	1.202	1.167	1.147	1.189	1.292	1.276
Variance	1.446	1.361	1.315	1.413	1.668	1.629
Range	4	4	4	4	4	4
Minimum	1	1	1	1	1	1
Maximum	5	5	5	5	5	5

غیرنفتی عنوان نموده‌اند و ۱۳ نفر با ۲۲/۴ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند. در خصوص سؤال (۱۶) مرغوبیت نامناسب جنس کارتن‌ها و نوع بسته‌بندی انتخاب شده تعداد ۴۳ نفر با ۷۴/۱ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و هشت نفر با ۱۳/۸ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی

۴- در خصوص فرضیه ضعف بسته‌بندی بر صادرات غیرنفتی تعداد ۵۸ نفر به سؤالات پاسخ داده‌اند که در خصوص سؤال (۱۵) آشنایی نامناسب با بسته‌بندی‌های لوکس و مشتری‌پسند تعداد ۴۱ نفر با ۷۰/۷ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و چهار نفر با ۶/۹ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات

برصادرات غیرنفتی تعداد ۵۸ نفر به سؤالات پاسخ داده‌اند که درخصوص سؤال (۲۰) رضایت بخش نبودن امکانات صادراتی بنادر انتخابی در استان خوزستان تعداد ۲۶ نفر با ۴۴/۸ درصد آن را عامل مهم درصادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۹ نفر با ۱۵/۵ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۲۳ نفر با ۳۹/۷ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند. درخصوص سؤال (۲۱) عدم توانایی ورود کشتی‌های تناژ بالا به دلیل عدم لایروبی رودخانه بهمنشیر تعداد ۴۲ نفر با ۷۲/۴ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۸ نفر با ۱۳/۸ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد هشت نفر با ۱۳/۸ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند. درخصوص سؤال (۲۲) استفاده ناکافی تولیدکنندگان داخلی جهت دور از بنادر و گمرکات استان تعداد ۳۴ نفر با ۵۸/۶ درصد آن را عامل مهم درصادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۰ نفر با ۱۷/۵ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۳ نفر با ۲۲/۴ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند و یک نفر با ۱/۷ درصد هیچ گزینه‌ای را انتخاب ننموده است.

عنوان نموده‌اند و هفت نفر با ۱۲/۱ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند.

۵- درخصوص فرضیه مشکلات حمل و نقل کالا برصادرات غیرنفتی تعداد ۵۸ نفر به سؤالات پاسخ داده‌اند که درخصوص سؤال (۱۷) هزینه‌های بالای حمل و نقل تعداد ۳۵ نفر با ۶۰/۴ درصد آن را عامل مهم درصادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۳ نفر با ۲۲/۴ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و ۱۰ نفر با ۱۷/۲ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند. درخصوص سؤال (۱۸) بعد مسافت تا مبادی صادراتی تعداد ۱۹ نفر با ۳۲/۸ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۲۰ نفر با ۳۴/۵ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۹ نفر با ۳۲/۸ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند. درخصوص سؤال (۱۹) مشکلات موجود در ارتباط با نحوه سرویس‌های حمل و نقل صادراتی تعداد ۳۰ نفر با ۵۱/۷ درصد آن را عامل مهم درصادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۹ نفر با ۱۵/۵ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۹ نفر با ۳۲/۸ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند.

۶- درخصوص فرضیه مشکلات گمرکی و مبادی صادراتی

جدول ۹ - فراوانی سؤالات ۱۹ الی ۲۴

Statistics

		Question19	Question20	Question21	Question22	Question23	Question24
N	Valid	58	58	58	57	58	58
	Missing	0	0	0	1	0	0
Mean		3.47	3.43	3.93	3.65	3.95	3.53
Median		4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		3	3	5	5	5	3
Std. Deviation		1.188	1.171	1.255	1.343	1.176	1.127
Variance		1.411	1.372	1.574	1.803	1.383	1.271
Range		4	4	4	4	4	4
Minimum		1	1	1	1	1	1
Maximum		5	5	5	5	5	5

۵۸ نفر به این سؤالات پاسخ داده‌اند که درخصوص سؤال (۲۳) برپایی ناکافی نمایشگاه‌ها، سمینارها، سخنرانی‌ها،

۷- درخصوص فرضیه مشکلات مربوط به آموزش و تشویق صادرکنندگان در امر تجارت توسط دستگاه‌های ذیربط تعداد

نامناسب کلاس‌های آموزشی و جلسات مشاوره‌ای در ارتقای دانش تجار و امکان حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی تعداد ۳۲ نفر با ۵۵/۲ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۴ نفر با ۲۴/۱ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۲ نفر با ۲۰/۷ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند. درخصوص سؤال (۲۶) ناکافی بودن امکانات، تسهیلات و تشویق‌های کافی در امر صادرات تعداد ۳۴ نفر با ۵۸/۶ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۶ نفر با ۱۰/۳ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۸ نفر با ۳۱ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند.

جراید در ارتباط با چگونگی رشد صادرات، تعداد ۴۱ نفر با ۷۰/۷ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۹ نفر با ۱۵/۵ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد هشت نفر با ۱۳/۸ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند. درخصوص سؤال (۲۴) اطلاع رسانی ناکافی در ارتباط با شناخت فرصت‌ها و نیازهای بازارهای هدف و انتشار بولتن‌های اطلاعاتی چاپی و الکترونیکی تعداد ۳۰ نفر با ۵۱/۷ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۸ نفر با ۱۳/۸ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۲۰ نفر با ۳۴/۵ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند. درخصوص سؤال (۲۵) برقراری

جدول ۱۰ - فراوانی سؤالات ۲۵ الی ۳۰

Statistics

		Question25	Question26	Question27	Question28	Question29	Question30
N	Valid	58	58	58	57	58	58
	Missing	0	0	0	1	0	0
Mean		3.67	3.79	3.14	3.09	2.98	3.16
Median		4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00
Mode		5	5	2	4	3	4
Std. Deviation		1.205	1.196	1.277	1.154	1.116	1.254
Variance		1.452	1.430	1.630	1.331	1.245	1.572
Range		3	4	4	4	4	4
Minimum		2	1	1	1	1	1
Maximum		5	5	5	5	5	5

۴۱/۳ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۲۱ نفر با ۳۶/۸ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۲ نفر با ۲۰/۷ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند و یک نفر با ۱/۷ درصد به هیچ گزینه‌ای پاسخ نداده است. درخصوص سؤال (۲۹) کم بودن تقاضای داخلی و پایین بودن سطح تولید تعداد ۲۰ نفر با ۳۴/۵ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۵ نفر با ۲۵/۹ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات

۸- درخصوص فرضیه مشکلات مربوط به توسعه صادرات غیرنفتی تعداد ۵۸ نفر به سؤالات پاسخ داده‌اند که درخصوص سؤال (۲۷) وقفه‌های تولید و تامین ناشی از جنگ تعداد ۲۳ نفر با ۳۹/۷ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۲۳ نفر با ۳۹/۷ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۲ نفر با ۲۰/۷ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند. درخصوص سؤال (۲۸) پائین بودن ارزش افزوده برخی از اقلام صادراتی تعداد ۲۴ نفر با

گمرکی تعداد ۴۳ نفر با ۷۴/۱ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۶ نفر با ۱۰/۳ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۹ نفر با ۱۵/۵ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند. درخصوص سؤال (۳۴) نبودد پیلماسی موثروکارا درتعامل با اقتصادجهانی تعداد ۳۶ نفر با ۶۲/۱ درصد آن را عامل مهم درصادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۹ نفر با ۱۵/۵ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۳ نفر با ۲۲/۴ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند. درخصوص سؤال (۳۵) نبود پوشش‌های مناسب بیمه‌ای و تنوع در بیمه‌ها تعداد ۲۲ نفر با ۳۸ درصد آن را عامل مهم درصادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۷ نفر با ۲۹/۳ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۹ نفر با ۳۲/۸ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند. درخصوص سؤال (۳۶) نبود مراکز مناسب سفارش الکترونیکی و شبکه‌های بین‌المللی بانکداری الکترونیکی تعداد ۴۰ نفر با ۶۹ درصد آن را عامل مهم درصادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۹ نفر با ۱۵/۵ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۹ نفر با ۱۵/۵ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند.

غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۲۳ نفر با ۳۹/۷ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند. درخصوص سؤال (۳۰) مشکلات مربوط به صادرات قاچاق تعداد ۲۷ نفر با ۴۶/۶ درصد آن را عامل مهم درصادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۶ نفر با ۲۷/۶ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۵ نفر با ۲۵/۹ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند.

۹- درخصوص فرضیه بوروکراسی دولتی برصادرات غیرنفتی تعداد ۵۸ نفر به سؤالات پاسخ داده‌اند که درخصوص سؤال (۳۱) کثرت سازمان‌ها و مراجع تصمیم‌گیری درامصادرات تعداد ۴۰ نفر با ۶۹ درصد آن را عامل مهم درصادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۹ نفر با ۱۵/۵ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۵/۵ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند. درخصوص سؤال (۳۲) مسافرت‌های اجباری به تهران و سایر شهرستان‌ها برای انجام کارهای اداری صادرات تعداد ۳۲ نفر با ۵۵/۱ درصد آن را عامل مهم درصادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۷ نفر با ۲۹/۳ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۹ نفر با ۱۵/۵ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند. درخصوص سؤال (۳۳) مشکلات مربوط به اخذ مجوزهای صادراتی و تشریفات

جدول ۱۱ - فراوانی سؤالات ۳۱الی۳۶

Statistics

	Question31	Question32	Question33	Question34	Question35	Question36
N	58	58	58	58	58	58
Valid	58	58	58	58	58	58
Missing	0	0	0	0	0	0
Mean	3.93	3.45	3.97	3.84	3.14	3.83
Median	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00
Mode	5	5	5	5	3	4
Std. Deviation	1.269	1.404	1.108	1.152	1.290	1.028
Variance	1.609	1.971	1.227	1.326	1.665	1.057
Range	4	4	4	4	4	3
Minimum	1	1	1	1	1	2
Maximum	5	5	5	5	5	5

مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۹ نفر با ۱۵/۵ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۸ نفر با ۳۱ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند. در خصوص سؤال (۳۹) موانع تعرفه‌ای کشورهای غیرعضو سازمان تجارت جهانی تعداد ۲۷ نفر با ۴۶/۵ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد هشت نفر با ۳۱/۸ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۲۳ نفر با ۳۹/۷ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند.

۱۰- در خصوص فرضیه تغییر مقررات صادراتی و وارداتی بر صادرات غیرنفتی تعداد ۵۸ نفر به سؤالات پاسخ داده‌اند که در خصوص سؤال (۳۷) نبود ثبات نسبی قوانین و مقررات بازرگانی خارجی تعداد ۳۴ نفر با ۵۸/۷ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد دو نفر با ۳/۴ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۲۲ نفر با ۳۷/۹ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند. در خصوص سؤال (۳۸) محدودیت‌های وارداتی کشورهای خارجی ناشی از تحریم‌های بین‌المللی تعداد ۳۱ نفر با ۵۳/۵ درصد آن را عامل

جدول ۱۲- فراوانی سؤالات ۳۷ الی ۴۴

Statistics

	Question37	Question38	Question39	Question40	Question41	Question42	Question43	Question44
N	58	58	58	58	58	58	58	58
Valid	58	58	58	58	58	58	58	58
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3.81	3.59	3.50	3.59	4.03	3.97	3.91	3.31
Median	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.50	4.00	3.00
Mode	3	3	3	4	5	5	5	3
Std. Deviation	.868	1.140	1.096	1.140	.973	1.184	1.174	1.366
Variance	.753	1.299	1.202	1.299	.946	1.402	1.378	1.867
Range	3	4	4	4	3	4	4	4
Minimum	2	1	1	1	2	1	1	1
Maximum	5	5	5	5	5	5	5	5

مربوط به تامین اعتبار و نقدینگی از بانک‌ها جهت صادرات کالا تعداد ۳۵ نفر با ۶۰/۳ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد شش نفر با ۱۰/۳ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۷ نفر با ۲۹/۳ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند. در خصوص سؤال (۴۳) عدم توان رقابت کشور با کشورهای هدف در اعطای اعتبار مالی تعداد ۳۸ نفر با ۶۵/۵ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد هشت نفر با ۱۳/۸ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۲ نفر با ۲۰/۷ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند. در خصوص سؤال (۴۴) مشکلات مربوط به برگشت دلار از آمریکا به ایران تعداد ۲۶ نفر با ۴۴/۹ درصد آن را عامل

۱۱- در خصوص فرضیه مسائل قیمت گذاری و مشکلات مالی و ارزی بر صادرات غیرنفتی تعداد ۵۸ نفر به سؤالات پاسخ داده‌اند که در خصوص سؤال (۴۰) سیاست‌های نامناسب ارزی تعداد ۳۵ نفر با ۶۰/۳ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۱ نفر با ۱۹ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۲ نفر با ۲۰/۷ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند. در خصوص سؤال (۴۱) بالابودن قیمت تمام شده کالای صادراتی تعداد ۴۲ نفر با ۷۲/۵ درصد آن را عامل مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد پنج نفر با ۸/۶ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۱ نفر با ۱۹ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند. در خصوص سؤال (۴۲) مشکلات

کمترین میزان گم شدن اطلاعات وجود داشته باشد. یکی از آماره‌هایی که محقق از طریق آن قادر به تعیین و تشخیص مناسب بودن داده‌ها (کفایت نمونه آماری) برای تحلیل عاملی می‌باشد، آزمون KMO می‌باشد که مقدار آن همواره بین ۰ و ۱ در نوسان است. در صورتیکه مقدار KMO کمتر از ۰/۵ باشد، داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب نخواهند بود. در رابطه با حجم نمونه نیز باید تأکید کرد که تعداد نمونه نباید کمتر از ۵۰ مورد باشد. اولین تصمیم در بکارگیری تحلیل عاملی، محاسبه ماتریس همبستگی است. برای اینکار باید مشخص شود که آیا هدف، محاسبه همبستگی بین متغیرهاست یا بین پاسخگویان، اگر هدف مطالعه، تلخیص متغیرها باشد (مطالعه حاضر). در این صورت باید همبستگی بین متغیرها محاسبه شود. در مرحله بعدی که اصلی‌ترین مرحله این تحقیق می‌باشد به بررسی و تجزیه و تحلیل گزینه‌های انتخابی صادرکنندگان در بخش دوم پرسشنامه از طریق روش تحلیل عاملی (فاکتورآنالیز) می‌پردازیم. هدف این روش در این مرحله این است که عوامل مهم در امر صادرات شناسایی شده و ارتباط معنی‌دار و همبستگی آن‌ها را بیابیم. در بررسی این روش طی هر مرحله سؤالاتی که همبستگی پائینی را دارا می‌باشند از مدل حذف و مجدداً مدل جدید را مورد تحلیل عاملی قرار می‌دهیم، تاجایی که هیچ یک از سؤالات همبستگی پائینی را در اختیار نداشته باشند و عامل‌ها را به ترتیب اولویت دسته‌بندی می‌کنیم. باید توجه داشت پس از اینکه سؤالات همگی همبستگی بالایی داشتند، عامل‌ها با توجه به جدول اشتراک‌های مرحله آخر در ستون با عنوان استخراج هیچ مقداری کمتر از ۰/۵ را در خود جای نداده باشد. پس از استحصال این نتایج، به بررسی دیگر جدول‌ها پرداخته می‌شود. در کلیه انجام مراحل تحلیل عاملی باید توجه داشت که KMO کل یا MSA کل هر مرحله نایستی کمتر از ۰/۵ باشد و واریانس کل بیان شده هر مرحله نیز نباید کمتر از ۰/۶ باشد. هرچه میزان KMO کل بیشتر باشد نشان دهنده تناسب مناسب تر کیفیت نمونه آماری می‌باشد و با افزایش واریانس کل ارائه شده، تاثیرگذاری عوامل شناسایی گردیده و مقبولیت بیشتری می‌یابند و به معنای این است که نقش بیشتری در موانع صادرات غیرنفتی دارا می‌باشند.

مهم در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۴ نفر با ۲۴/۱ درصد آن را عامل ناچیز در صادرات غیرنفتی عنوان نموده‌اند و تعداد ۱۸ نفر با ۳۱ درصد گزینه متوسط را انتخاب نموده‌اند.

۵. تحلیل عاملی

تحلیل عاملی اصطلاحی است کلی برای تعدادی از تکنیک‌های ریاضی و آماری مختلف اما مرتبط با هم به منظور تحقیق درباره ماهیت روابط بین متغیرهای یک مجموعه معین. مساله اساسی تعیین این مطلب است که آیا یک مجموعه متغیر را می‌توان برحسب تعدادی از «ابعاد» یا «عامل‌های» کوچکتری نسبت به تعداد متغیرها توصیف نمود و هر یک از ابعاد (عامل‌ها) معرف چه صفت یا ویژگی است. تحلیل عاملی تکنیکی است که کاهش تعداد زیادی از متغیرهای وابسته به هم را به صورت تعداد کوچکتری از ابعاد پنهان یا مکنون امکان‌پذیر می‌سازد. هدف عمده آن رعایت اصل اقتصاد و صرفه جویی از طریق کاربرد کوچکترین مفاهیم تبیین‌کننده به منظور تبیین بیشینه مقدار واریانس مشترک در ماتریس همبستگی است. مفروضه اساسی تحلیل عاملی این است که عامل‌های زیربنایی متغیرها را می‌توان برای تبیین پدیده‌های پیچیده به کاربرد و همبستگی‌های مشاهده شده بین متغیرها حاصل اشتراک آن‌ها در این عامل‌ها است. هدف تحلیل عاملی تشخیص این عامل‌های مشاهده ناپذیر بر پایه مجموعه‌ای از متغیرهای مشاهده‌پذیر است.

برای تعیین ضرایب مؤلفه‌های مربوط به متغیرهای موانع صادرات غیرنفتی، از تحلیل عاملی به روش تجزیه به مؤلفه‌های اصلی در یک مفهوم زیربنایی استفاده شد. تحلیل عاملی از جمله روش‌های چند متغیره است که در آن متغیرهای مستقل و وابسته مطرح نیست؛ زیرا این روش جزء تکنیک‌های هم وابسته محسوب می‌شود و کلیه متغیرها نسبت بهم وابسته لحاظ گردیده و سعی می‌شود تا تعداد زیادی متغیر در چند عامل خلاصه شوند. هدف اصلی تحلیل عاملی، تلخیص تعداد زیادی از متغیرها در تعداد محدودی از عامل‌ها می‌باشد، به طوری که در این فرایند

ج- هیچ کدام از عوامل نباید یک متغیره باشند.

جهت رسیدن به این نیازها، باید متغیرهای مشکل آفرین از تحلیل حذف گردیده و دوباره عملیات تجزیه به عامل‌های اصلی (تحلیل عاملی) تکرار گردد. همچنین باید مجموعه متغیرها، بیشتر از ۶۰ درصد واریانس را توجیه نمایند. در زمان ارزیابی KMO، اشتراک‌پذیری و ضرائب همبستگی، از علامت مقدار عددی همبستگی صرف نظر می‌شود. علامت عدد همواره جهت همبستگی را نشان می‌دهد. به عبارتی دیگر، یک بار $0/۷۳۲$ - دقیقاً به همان بزرگی $0/۷۳۲$ می‌باشد. علامت منفی نشانگر یک همبستگی معکوس یا منفی است. نبود علامت به معنی دلالت بر علامت مثبت، و نشانگر یک همبستگی مثبت یا مستقیم است. در ماتریس مولفه، اگر دو مولفه یا بیشتر داشته باشیم، الگوی پخش بار در نرم افزار SPSS بر اساس ماتریس مولفه چرخش یافته انجام خواهد گرفت و در صورتی که فقط یک مولفه در تحلیل وجود داشته باشد، ماتریس مولفه چرخش یافته محاسبه نشده و الگوی پخش بار فقط بر اساس ماتریس مولفه خواهد بود. هدف از انجام این چرخش‌ها ایجاد یک الگوی پخش بار مناسب است که در آن مولفه‌ها به روشنی توسط بارهای زیاد برای برخی متغیرها و بارهای ضعیف برای دیگر متغیرها مشخص می‌شوند. در بهترین حالت برای یک مولفه (عامل) داده شده، مشاهده تعداد کمی متغیر با وجود بارهای زیاد و باقی مانده آن‌ها با بارهای بسیار کم ترجیح داده می‌شود و عمل تجزیه به عامل‌ها شبیه رگرسیون است با این تفاوت که در تجزیه به عامل‌ها، متغیرهای مشاهده شده بر روی عامل‌های غیرقابل مشاهده (عامل‌های نهایی) رگرسیون می‌شوند.

۶. متدولوژی و روش تحقیق

در این پژوهش از روش‌های نمونه‌گیری آماری استفاده شده و برای این منظور گردآوری اطلاعات، روش اسنادی (کتابخانه‌ای، میدانی و پرسشنامه‌ای) بکار گرفته شده و با استفاده از تحلیل عاملی و نرم افزار SPSS برای استنباط استفاده می‌شود تا به شکلی بتوان موانع مهم را بر جسته و به گونه‌ای، تا حد امکان آنها را مرتفع کرد. به اقتضای مسئله تحقیق و سؤالات مطرح

این روش یکی از تکنیک‌های عمومی و پرکاربرد در مطالعات می‌باشد. تجزیه به عامل‌ها، شبیه رگرسیون است با این تفاوت که در تجزیه به عامل‌ها، متغیرهای مشاهده شده (۳۸ متغیر دوم پرسشنامه) بر روی عامل‌های غیرقابل مشاهده (عامل‌های نهایی) رگرسیون شوند.

همانگونه که مشاهده می‌شود برخی متغیرها با مسئله صادرات و موانع آن همبستگی بیشتری داشته و از دید صادرکنندگان دارای اهمیت مضاعفی می‌باشند ولی برخی متغیرها نیز از اهمیت چندانی برخوردار نبوده و فقط در حد ارائه نظرات مطرح شده است. بنابراین ضروری است که برای بررسی دقیق‌تر و اولویت‌بندی متغیرهای مهم و حذف متغیرهای کم اهمیت از روش تجزیه و تحلیل عاملی استفاده شود، این روش یکی از رایج‌ترین روش‌ها برای رفع مشکل استفاده از مولفه‌های اصلی است که به عنوان متغیرهای پیشگو می‌باشند. نکاتی که در استفاده از این روش باید در نظر گرفت عبارتند از:

۱- بزرگی جامعه آماری باید بیش از ۵۰ باشد.

۲- ماتریس همبستگی متغیرها، باید حاوی دو همبستگی یا بیشتر، بزرگتر از $0/۳$ باشد

۳- هر متغیری که آزمون کایزر یا KMO کمتر از $0/۵$ داشته باشد، باید از جمع متغیرها حذف گردد.

۴- KMO کل نیز باید از $0/۵$ بیشتر باشد.

اولین مرحله عملیات تحلیل عاملی، بررسی تناسب به کارگیری این روش برای عملیات است که در صورت عدم موفقیت در شرایط فوق، این روش برای تحلیل داده‌ها مناسب نمی‌باشد. مرحله دوم روش تحلیل عاملی، بر روی استخراج یک مدل عاملی یا الگوی وابستگی‌های بین متغیرها متمرکز می‌شود که می‌بایست نیازهای ذیل برآورده شود:

الف- عامل‌های استخراج شده باید حداقل ۵۰ درصد یا بیشتر از واریانس را در هر متغییر دارا باشد. به عنوان مثال اشتراک‌پذیری بزرگتر از $0/۵$ باشد.

ب- هیچ کدام از متغیرها، بار یا همبستگی بزرگتر یا مساوی $0/۴$ بر روی بیشتر از یک عامل نداشته باشند. به عبارتی دیگر از ساختار پیچیده (دوقطبی) برخوردار نباشند.

در بررسی انجام شده بعضی از سؤالات همبستگی پائین و برخی دیگر همبستگی بالا با دیگر متغیرها را نشان می‌دهند. میزان تناسب نمونه کل یا KMO (آزمون کایزن مرحله اول): $0/503$ می‌باشد که قابل قبول است ولی چندان مناسب نیست و در طبقه‌بندی مقادیر KMO جزء پائین‌ترین حالت تناسب می‌باشد. به تناسب نمونه اختصاصی هرمتغیر پرداخته می‌شود و بدین منظور در قطراضلی ماتریس همبستگی، اعدادی که با بالانویس (a) مشخص شده‌اند بررسی کرده تا اطمینان حاصل شود که بزرگتر یا مساوی $0/5$ باشند و متغیرهای با اعداد کوچکتر از $0/5$ از جمع متغیرهای مورد استفاده در تحلیل عاملی حذف می‌شوند. بنابراین با این عمل تعدادی از متغیرهای کم اهمیت از مجموع متغیرها حذف می‌شوند. در پایان مرحله اول ۱۳ عامل که مقادیر ویژه بزرگتر از یک داشته ارائه گردیده است که جمعاً $79/806$ درصد از واریانس را بیان می‌نماید و چون این مقدار بزرگتر از ۶۰ درصد است بنابراین کارایی تحقیق قابل توجیه است.

شده، روش عمده مورد استفاده روش‌های توصیفی است. روش‌های توصیفی یعنی روش‌هایی که هدف آن‌ها توصیف کردن شرایط یا پدیده‌های مورد بررسی است. این توصیف‌ها به منظور شناخت بیشتر شرایط موجود یا کمک به فرایند تصمیم‌گیری می‌باشد. روش‌های توصیفی انواع مختلفی دارد. ابتدا از روش تحقیق بنیادی به منظور بررسی نظریه‌های کلی و انتزاعی و دانش اصولی موجود در مورد یکپارچه‌سازی سیستم‌ها استفاده می‌کنیم. در اینجا یکپارچه‌سازی با استفاده از یکپارچه‌سازی سیستم‌های اطلاعات مورد توجه است و تاکید بر روش‌هایی است که تطبیق‌پذیری بیشتری با تغییرات داشته باشند. به منظور استخراج عوامل و مؤلفه‌های اصلی موجود در سازه یکپارچه‌سازی از روش تحقیق همبستگی و تحلیل عاملی استفاده می‌گردد.

در این تحقیق برای شروع عملیات تحلیل عاملی، ۳۸ متغیر سؤالات پرسشنامه در بانک اطلاعاتی به عنوان متغیرهای انتخاب شده‌اند که در مرحله اول، ماتریس همبستگی با همبستگی‌های بالای $0/3$ حاکی از مهم بودن این متغیرها می‌باشد.

جدول ۱۳ - میزان KMO کل مرحله اول

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.503	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1.353E3
	df	703
	Sig.	.000

با مراجعه به ستونی با عنوان استخراج در جدول اشتراک‌ها مقادیر کمتر از $0/5$ حذف شود. حذف متغیرها باید به گونه‌ای باشد که متغیر با عدد کوچکتر را انتخاب نموده تا در مرحله بعدی تحلیل از جمع متغیرها حذف گردد و هر تعداد متغیر کمتر از $0/5$ باید به ترتیب از کوچک به بزرگ در هر مرحله حذف گردد زیرا حذف هر یک از متغیرها می‌تواند بر میزان استخراج شده دیگر متغیرها تاثیر داشته باشد. در پایان مرحله دوم تعداد عامل‌های شناسایی شده از ۱۳ عامل در مرحله اول به ۷ عامل تقلیل یافته است. این هفت عامل جمعاً $71/555$ درصد از کل واریانس را توجیه می‌نمایند و چون این واریانس هم بالاتر از ۶۰ درصد است این

مرحله دوم پس از حذف متغیرهای با KMO اختصاصی کمتر از $0/5$ ادامه می‌یابد که در این مرحله KMO کل برابر $0/634$ گردیده که نسبت به مرحله اول که برابر $0/503$ بوده از جهش بالایی برخوردار شده و در دهک $0/6$ قرار گرفته است که تناسب مجموعه آماری مطلوب‌تر گردیده است.

باتوجه به ماتریس همبستگی مرحله دوم، مشخص می‌شود که در قطر اصلی ماتریس همبستگی بعضی متغیرهای با ضریب همبستگی کمتر از $0/5$ باید از جمع متغیرهای مورد نظر حذف شوند. (در صورتی که در قطر اصلی تمامی اعداد بالای $0/5$ شوند نیازی به حذف متغیرها از این جدول نمی‌باشد و باید

جدول ۱۴ - میزان KMO کل مرحله دوم

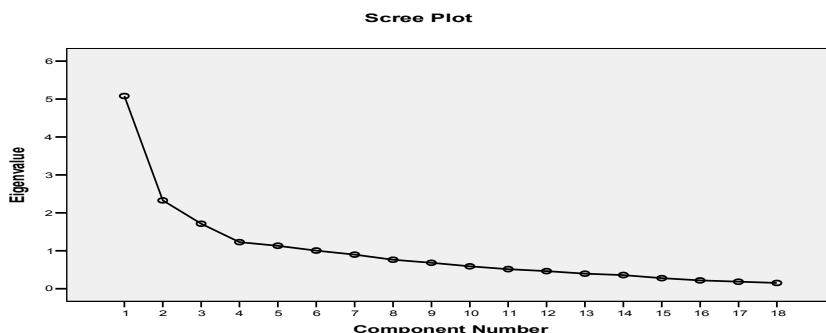
KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.634	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	518.29
	df	210
	Sig.	.000

جدولها پرداخته می‌شود. تعداد عوامل شناخته شده در این مرحله شش عامل بود که یک عامل نسبت به مرحله قبل تقلیل پیدا کرده است ولی درصد بیان واریانس کل ۶۹/۳۸۷ درصد می‌باشد که مقدار قابل قبولی می‌باشد. در پایان مرحله سوم براساس ماتریس مولفه چرخش یافته به دسته‌بندی متغیرهای باقی مانده پرداخته می‌شود.

مرحله سوم پس از حذف سه متغیر قبل از جمع متغیرهای موردنظر در این مرحله KMO کل برابر ۰/۶۹ می‌باشد که نسبت به مرحله قبل افزایش پیدا کرده است و در دهک ۰/۶ قرار گرفته بنابراین مطلوب می‌باشد. در این مرحله ماتریس همبستگی کلیه متغیرها بالاتر از ۰/۵ مشاهده می‌شوند. با توجه به جدول اشتراک‌های مرحله سوم درستون با عنوان استخراج هیچ مقدار کمتر از ۰/۵ را در خود جای نداده است بنابراین به بررسی دیگر

جدول ۱۵ - میزان KMO های کل مرحله سوم

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.690	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	385.54
	df	153
	Sig.	.000



نمودار ۱- پایان مرحله سوم عملیات تحلیل عاملی

پرسشنامه تحقیق را دربر می‌گیرد بنابراین فرضیه‌هایی از این تحقیق که جزء این ۱۸ متغیر باشند قابل قبول می‌باشند که عبارتند از :

جمع‌بندی و ملاحظات

شش عامل به عنوان مهمترین موانع صادرات غیرنفتی شناخته شده‌اند که جمعاً ۶۹/۳۷۳ درصد از واریانس کل رایبان می‌کند. چون این شش عامل، ۱۸ متغیر از متغیرهای مذکور در

جدول ۱۶- خلاصه کلیه عملیات تحلیل عاملی

مرحله	تعداد عامل	تعداد متغیرها	KMO کل	واریانس کل بیان شده
۱	۱۳	۳۸	۰/۵۰۳	۷۹/۸۰۶
۲	۷	۲۱	۰/۶۳۴	۷۱/۵۵۵
۳	۶	۱۸	۰/۶۹	۶۹/۳۷۳

د (فرضیاتی که به عنوان عامل چهارم تأیید می‌گردند:

۱. فرضیه "مشکلات مربوط به آموزش و تشویق صادرکنندگان در امر تجارت توسط دستگاه‌های ذیربط بر صادرات غیرنفتی موثر است" تأیید می‌گردد.
۲. فرضیه "مشکلات گمرکی و مبادی صادراتی بر صادرات غیرنفتی موثر است" تأیید می‌گردد.

ه (فرضیاتی که به عنوان عامل پنجم تأیید می‌گردند:

۱. فرضیه "مشکلات مربوط به توسعه صادرات غیرنفتی بر صادرات غیرنفتی موثر است" تأیید می‌گردد.

و (فرضیاتی که به عنوان عامل ششم تأیید می‌گردند:

۱. فرضیه "تغییر مقررات صادراتی و وارداتی بر صادرات غیرنفتی موثر است" تأیید می‌گردد.

اگر بخواهیم تحلیل جامع تری از فرضیات فوق داشته باشیم سه مانع کلی برای این تحقیق در نظر می‌گیریم :

۱. موانعی که صادرکننده در کاهش و مدیریت آن نقش قابل توجهی داشته که فرضیه الف تحت این عنوان آمده است:

الف) فرضیاتی که به عنوان عامل اول تأیید می‌گردند:

۱. فرضیه "عدم شناخت بازارهای مصرف خارجی بر صادرات غیرنفتی موثر است" تأیید می‌گردد.
۲. فرضیه "عدم آشنایی با شیوه‌های نوین تجارت بر صادرات غیرنفتی موثر است" تأیید می‌گردد.
۳. فرضیه "ضعف کیفیت کالا بر صادرات غیرنفتی موثر است" تأیید می‌گردد.

ب (فرضیاتی که به عنوان عامل دوم تأیید می‌گردند:

۱. فرضیه "مشکلات حمل و نقل کالا بر صادرات غیرنفتی موثر است" تأیید می‌گردد.
۲. فرضیه "مسائل قیمت‌گذاری و مشکلات مالی و ارزی بر صادرات غیرنفتی موثر است" تأیید می‌گردد.

ج (فرضیاتی که به عنوان عامل سوم تأیید می‌گردند:

۱. فرضیه "ضعف بسته‌بندی بر صادرات غیرنفتی موثر است" تأیید می‌گردد.
۲. فرضیه "بورورکراسی دولتی بر صادرات غیرنفتی موثر است" تأیید می‌گردد.

این موانع در عهده مدیریت کلان کشور می‌باشند.

پیشنهادات

۱- پیشنهادات برای فرضیه گروه اول - قسمت الف: فرضیات مربوط به موانع داخلی صادرکنندگان که یک شرکت یا مدیریت آن، کنترل مستقیمی بر آن دارد.

درخصوص عدم شناخت بازارهای مصرفی می‌توان به تعیین و تعریف استراتژی ورود به بازارهای جهانی برای توسعه صادرات، ایجاد ارزش افزوده بالابه ویژه در زمینه محصولات دارای مزیت نسبی بالا و جلوگیری از صادرات خام این محصول با رویکرد استراتژیک جایگزینی صادرات اشاره کرد. درخصوص عدم آشنایی با شیوه‌های نوین تجارت می‌توان به استفاده از فناوری‌های نوین تجاری در بنگاه‌های صادراتی، متغیرهای رفتاری نظیر میزان مهارت نیروی انسانی بنگاه‌ها، حجم سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه و نرخهای دستمزد، اشاره کرد که در پذیرش کسب و کار الکترونیک توسط بنگاه‌ها موثرند.

درخصوص ضعف کیفیت کالامی‌توان به عوامل درون سازمانی مانند ضعف بینش در مدیریت رأس سازمان، ضعف منابع انسانی، ضعف سیستمی، ضعف اطلاعات و بنیه مالی و عوامل برون سازمانی شامل فشارها (مانند تعرفه‌های مالیاتی و عوارض گوناگون، مقررات بازرگانی و گمرکی، ضعف نظام بانکی) و عوامل بی‌تحرکی اشاره کرد. درخصوص ضعف بسته‌بندی می‌توان گفت که توجه به بسته‌بندی‌های مشابه رقیب در بازار، توجه به عرف و آداب و رسوم جامعه و فرهنگ و الگوی مصرف مشتریان، رعایت قوانین و محدودیت‌های زیست محیطی کشورهای هدف و پیش‌بینی تغییرات آینده اشاره نمود.

۲ - پیشنهاد برای فرضیه گروه دوم - قسمت ب: فرضیات مربوط به موانع خارجی صادرکنندگان می‌باشد یعنی موانعی که از سیاست‌های دولت یا قوانین داخلی یا بین‌المللی نشات گرفته است.

ب-۱- موانع درون استانی

درخصوص مشکلات حمل و نقل کالامی‌توان به رفع

فرضیات مربوط به موانع صادرکنندگان (که یک شرکت یا مدیریت آن، کنترل مستقیمی بر آن دارند): در بررسی‌های فرضیات فوق می‌توان عدم شناخت بازارهای مصرفی خارجی، عدم آشنایی با شیوه‌های نوین تجارت، ضعف کیفیت کالا رابه عنوان عامل‌های اول مانع صادرات غیرنفتی بیان نمود و ضعف بسته‌بندی به عنوان عامل‌های سوم مانع صادرات غیرنفتی بیان می‌گردد که صادرکننده نقش کاملاً مستقیمی در برطرف کردن این موانع دارد.

۲. موانعی که خارج از حیطه مدیریت و کنترل صادرکننده می‌باشد: فرضیه (ب) تحت این عنوان آمده است. قابل ذکر است به دلیل بررسی دقیق‌تر فرضیه (ب) این فرضیه نیز به دو بخش درون استانی (مشکلاتی که در درون استان وجود دارند و می‌توان آن‌ها را برطرف نمود) و برون استانی (مشکلاتی که در حیطه خارج از استان بوده که مشکلات کشوری، سیاست‌های دولت و قوانین بین‌المللی می‌باشند و از آن طریق می‌توان آن‌ها را برطرف نمود) می‌باشند که عبارتند از:

مشکلات درون استانی

در بررسی فرضیه‌های فوق می‌توان به مشکلات حمل و نقل کالا به عنوان عامل دوم، مشکلات گمرکی و مبادی صادراتی و مشکلات مربوط به آموزش و تشویق صادرکنندگان در امر تجارت توسط دستگاه‌های ذیربط به عنوان عامل چهارم و مشکلات مربوط به توسعه صادرات غیرنفتی به عنوان عامل پنجم به عنوان موانع صادرات غیرنفتی بیان نمود که مسئولان استان می‌توانند در برطرف کردن این موانع نقش قابل توجهی را داشته باشند.

مشکلات برون استانی

در بررسی فرضیه‌های فوق می‌توان به مسائل قیمت گذاری و مشکلات مالی و ارزی به عنوان عامل دوم، بوروکراسی دولتی به عنوان عامل سوم و تغییر مقررات صادراتی و وارداتی به عنوان عامل ششم به عنوان موانع صادرات غیرنفتی بیان نمود که رفع

طی برنامه‌های چند ساله تدوین گردد و براساس برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌های کلی کشوری، قوانین اتخاذ شود.

۳- پیشنهادات برای موانع یافت شده غیر از فرضیات (موارد مربوط به استان و کشور)

تدوین استراتژی تجارت خارجی کشور یا سند راهبردی توسعه صادرات غیرنفتی بدون توجه به اهداف کلی توسعه اقتصادی یا صنعتی کشور در بلند مدت نتیجه بخش نخواهد بود. همچنین برخی از مقوله‌های مرتبط با صادرات مانند: هدفمند کردن یارانه‌ها یا افزایش کارایی انگیزه‌های صادراتی، افزایش کارایی مناطق آزاد در بخش تجارت واجد آن چنان اهمیتی هستند که باید برای هر یک از آن‌ها جداگانه سند راهبردی تدوین شود و این مقوله‌ها را نمی‌توان در لابلای یک سند کلی - به صورت حاشیه‌ای - مورد بررسی قرار داد. تأکید دولت بر کاهش نرخ سود بانکی به خودی خود نقطه قوت برای صادرات محسوب نمی‌شود. چنانچه دولت با اتخاذ تدابیر خاص نظیر افزایش کارایی شبکه بانکی، فعال کردن بازار سرمایه، مهار افزایش قیمت کالاها و خدمات مصرفی، ... موجبات کاهش نرخ بهره در کل اقتصاد کشور را فراهم نماید برای توسعه صادرات نقطه قوت خواهد بود.

منابع

اسدی، س.، شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر صادرات فنی و مهندسی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۱۳۸۲.

اله وردی زاده، س.، بررسی نرخ ارز و تولید ناخالص داخلی در توسعه صادرات غیرنفتی در اقتصاد ایران، ۱۳۸۰.

بانک مرکزی ایران، گزارش اقتصادی و تراز نامه، سال‌های مختلف.

بررسی جایگاه حمل و نقل جاده‌ای کالا در اقتصاد کشور، روزنامه کارگزاران، شماره ۶۵۹، ۱۳۸۱.

جعفری، ص. و پیکانی، ک.، نقش اعتبارات صادراتی در توسعه صادرات غیرنفتی در ایران، فصلنامه بازرگانی، شماره ۲۴، ص

مشکلات سخت افزاری که به عنوان مهمترین چالش سازمان حمل و نقل در اجرای برنامه‌ها به شمار می‌رود، پایانه‌های اختصاصی حمل و نقل، پارک‌های ترافیک، مراکز معاینه فنی مکانیزه خودرو اشاره نمود. درخصوص مشکلات گمرکی و مبادی صادراتی می‌توان گفت: مشکلات گمرک رامی توان به دو بخش نرم‌افزاری و سخت افزاری و نحوه ارائه خدمات به کسانی که در مبادی ورودی و خروجی کشور با گمرک سر و کار دارند، تقسیم کرد که با اصلاح برخی از رویه‌های درون سازمانی، حذف ایستگاه‌های زائد کاری و صدور دستورالعمل‌های تخصصی روند امور بهبود می‌یابد.

درخصوص مشکلات آموزشی و تشویق صادرکنندگان در امر تجارت توسط دستگاه‌های ذیربط می‌توان به پرپایی کلاس‌های آموزشی برای صادرکنندگان و جلسات مشاوره‌ای، برگزاری سمینارهای تخصصی، امکان حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی و همچنین ناکافی بودن امکانات، تسهیلات و تشویق‌های کافی در امر صادرات اشاره کرد. درخصوص مشکلات مربوط به توسعه صادرات غیرنفتی می‌توان گفت: مسائلی چون بهره‌وری پایین و بالابودن هزینه‌های مالی تولید، چالش‌های رقابتی، الزامات قانونی و محدودیت‌ها در روند صادرات تاثیر منفی بر جای می‌گذارد.

ب-۲- موانع برون استانی

درخصوص مسائل قیمت گذاری و مشکلات مالی و ارزی می‌توان به تعامل هرچه بیشتر با اتاق بازرگانی و سایر تشکل‌های اقتصادی استان و سازمان‌های دولتی، ادامه حضور موثر و مستمر در تصمیم‌سازی‌ها و جلسات تخصصی مرتبط با صادرات در سطح استانی، دراستان اشاره کرد. درخصوص بوروکراسی دولتی می‌توان به موانع مربوط به نهادها و دستگاه‌های اداری، موانع مربوط به بستر نامساعد سیاسی و اقتصادی، موانع مربوط به موانع فرهنگی - اجتماعی سرمایه‌گذاری و موانع مربوط به موانع نظام بانکی اشاره کرد. درخصوص تغییر مقررات صادراتی و وارداتی می‌توان گفت: باید راهکاری با بهره‌گیری از مطالعات داخلی و خارجی در اصول تجارت بین‌الملل، قوانین تجاری و صادراتی

کاوه، سپیده، بررسی تابع صادرات کالاهای غیرنفتی در ایران (۱۳۷۸-۱۳۳۸)، پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه عالی پژوهشی در برنامه‌ریزی و توسعه، ۱۳۸۰.

گوهریان، م، مدیریت صادرات غیرنفتی، تهران، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۷۹.

مهری، س، بررسی موانع و محدودیت‌های صادرات غیرنفتی استان خوزستان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، واحد علوم و تحقیقات اهواز، ۱۳۸۳.

نادری، ا، مزیت نسبی و توسعه صادرات در ایران، تهران، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ص ۳۲-۱۲، ۱۳۷۱.

وفاداری، ک، نقش مناطق آزاد تجاری- صنعتی در توسعه صادرات غیرنفتی ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام صادق، دانشکده معارف اسلامی و اقتصاد، ۱۳۷۹.

Albaum, G. and Tse, D. 'Adaptation of International Marketing Components, Competitive Advantage, and Firm Performance: A Study of Hong Kong Exporters', *Journal of International Marketing*, pp. 9(4): 59-81, 2001.

Afghah, Seyed Morteza, Non - Economic Factors in Economic Developing: Case Study of Iran, Phd Thesis, *The University of Birmingham, England*, 1998.

Barriers to Export Performance: an Empirical Analysis of Small and Medium Sized Canadian Exporters. Shengliang Deng Brock University, Canada, see also:

<http://blake.montclair.edu/cibconf/conoference/DATA/Theme9/Canada.pdf>

Cavusgil, S.T. and Nevin, J.R., 'Internal Determinants of Export Marketing Behaviour: An Empirical Investigation', *Journal of Marketing Research*, 18: 114-119, 1981.

Da Silva, P. and Da Rocha, A. 'Perception of Export Barriers to Mercosur by Brazilian

حسینی، ر، بررسی جایگاه و تاثیر اتاق بازرگانی و صنایع و معادن در اقتصاد کشور، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، ۱۳۸۲.

درباره بسته‌بندی در ایران، ماهنامه صنعت بسته‌بندی، شماره ۷۸ و ۷۹، ۱۳۸۵.

رازینی، ا، بررسی ثبات در صادرات ایران، مجله سیاسی اقتصادی، شماره ۱۳۸-۱۳۷، صفحات ۱۶۱-۱۵۰، ۱۳۷۶.

رهبر، ف، ۱۳۷۶، تحولات سیاست ارزی ایران پس از انقلاب و آثار آن بر اقتصاد ایران؛ پایان نامه دوره کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه تهران.

سازمان توسعه تجارت، خلاصه مدیریتی سند راهبردی توسعه صادرات غیرنفتی جمهوری اسلامی ایران، پیش نویس (غیرمصوب)، فروردین ۱۳۸۶.

سازمان نظام بسته‌بندی، ماهنامه صنعت بسته‌بندی، شماره ۸۰، سال ۱۳۸۵.

ضرغامی، ب، ارزیابی تاثیر نظام ارز شناور در برابر واردات، صادرات غیرنفتی و سطح قیمت‌ها، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی، ۱۳۷۵.

عابدین، م، پیامدهای بازرگانی و برقراری ترتیبات ترجیحی میان ایران و کشورهای عربی، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ص ۲۹۶-۲۹۵، ۱۳۸۴.

عباس پور، ر، بررسی نقش و عملکرد بانک توسعه صادرات ایران در صادرات غیرنفتی کشور در سال‌های (۱۳۷۵-۱۳۷۱)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت.

علیزاده، ح، نصیری، م، دمهر ۱۳۸۳، نقش تبلیغات و تحقیقات بازار در توسعه صادرات، مجموعه مقالات دهمین همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی کشور.

فرهندی، ع، ۱۳۶۸، ارزیابی سیاست ارزی در ایران، تهران، دانشگاه تهران.

فلاح سلوکلائی، ونیک نامی، ف، بررسی و طراحی الگوی ارزشیابی برای مراکز آموزشی وزارت جهاد کشاورزی، پژوهش و سازندگی، شماره ۷۳، ۱۳۸۵.

قربانی مادوانی، ج، بررسی عملکرد کاهش ارزش ریالی صادرات غیرنفتی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید چمران

- Manufacturing Firms', *Journal of Global Marketing*, 10(4), pp. 67-93. 1997.
- Pack, H. Industrialization and Trade, In Chenery, H.B., and Srinivasan, T.N. (eds) *Handbook of Development Economics*, vol.1, Amsterdam: North Holland, Ch.9, 1989.
- Potentials for diversifying Nigeria's non-oil exports to non-traditional market. (A. Osuntoyan, C.C. Edordu.), 2002.
- Questionnaire, Barriers in Sino-German Trade, German Chamber of Commerce in China, see also: www.china.ahk.de/chamber/beijing/news/jahresbericht-2001. PDF
- Questionnaire, Survey of Export Activity and Information Requirements of Small and Medium Sized Enterprises in Yorkshire and the Humber, 2000.
- UNCTAD, World Investment Report: Transnational Corporations and Export Competitiveness, UN, 2002.
- Western Cape Export Support Service Need Analysis, Chart 113, Section 4, p.141.
- Zafar U.A., Craig C. J., Baalbaki, I., Tamar V.H., Export Barriers and Firm Internationalisation: A Study of Lebanese Entrepreneurs *Journal of Management & World Business Research*, Vol 1, No 1, 2004.
- Firms', *International Marketing Review*, 18(6), 589-610, 2000.
- Empirical investigation of one OPEC country's successful non-oil export performance. Yanavan der neulend rogers, 2001.
- Franklin R. Root, International Trade and Development University of Pennsylvania, 1994.
- Homby, G., Goulding, P., Poon S., Perception of Export Barriers and Cultural Issues: the SME E-commerce Experience, *Journal of Electronic Commerce Research*, vol3, no. 4, Australia, 2002.
- IMF, Trade Policy Reforms and Export Performance in Developing Countries in the 1980's, Annual Report of International Monetary Fund, Washington. D.C: IMF, 1993, Chap. V, pp119-147
- Karakaya, F. 'Barriers to Entry in International Markets', *Journal of Global Marketing*, 7(1): 7-24, 1993.
- Lall S., Exports of manufactures by developing countries: Emerging patterns of trade and location, *Oxford Review of Economic Policy*, 14(2): 54-73, 1998.
- Little, I., T. Scitosky, and M. Scott, Industry and Trade in Some Developing Countries. London: Oxford University Press, 1970.
- Moini, A. 'Barriers Inhibiting Export Performance of Small and Medium-Sized