

# تعیین عوامل مؤثر بر صنعتی شدن ایران با رویکرد توسعه صادرات

امیرعباس خالصی\*، عباس عباسی\*\* و مسلم علی محمدلو\*\*\*

نوع مقاله: علمی	تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۱۸	تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۲۹	شماره صفحه: ۲۵۶-۲۱۹
-----------------	--------------------------	-------------------------	---------------------

هدف از این پژوهش شناسایی و دسته‌بندی عوامل مؤثر بر رشد صنعتی ایران با رویکرد توسعه صادرات است. از آنجاکه پژوهش‌های پیشین فاقد جامعیت بوده و تمرکز کمتری بر پیش‌نیازهای صنعتی شدن دارند، این پژوهش با تمرکز بر نقش حاکمیت و بخش خصوصی بر آن است تا چارچوبی روزآمد و جامع برای عوامل مؤثر در توسعه صنعتی کشور پیشنهاد دهد. پس از مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی تجربه‌های پیشین در ایران و سایر کشورهای جهان، مدل مفهومی اولیه شامل هفت بعد و ۳۹ عامل استخراج شد. سپس با هدف اعتبارسنجی و کشف سایر عوامل احتمالی، مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته با صنعتگران خبره در امور صادرات انجام شد. مدل نهایی در قالب هفت بعد و ۳۶ عامل از سوی خبره دانشگاهی اعتبارسنجی و شاخص کاپای کوهن برای مدل نهایی مقدار ۰/۶۷۹/۰ محاسبه شد. براساس یافته‌های این پژوهش، عوامل مؤثر در توسعه صنعتی ایران در قالب هفت بعد:

۱. بازارگرا شامل: مزیت رقابتی، بازارمداری، تنوع سبد صادراتی، دسترسی ارائه خدمت و مشارکت در زنجیره ارزش جهانی؛
  ۲. زیرساخت‌گرا شامل: زیرساخت پولی، مالی و بانکی، تجارت الکترونیک، لجستیک، ساختار صنعت و بیمه؛
  ۳. منبع‌گرا شامل: بهره‌وری، بازار کار، سرمایه‌گذاری خارجی، سرمایه اجتماعی، آمایش سرزمینی، مواد اولیه مرغوب، تکنولوژی و نوآوری؛
  ۴. حاکمیت‌گرا شامل: سیاست‌های حمایتی صادرات، ثبات اقتصادی، ثبات سیاسی، کیفیت آموزش، کیفیت بهداشت، کیفیت فضای کسب و کار و ثبات و شفافیت قوانین؛
  ۵. نهادگرا شامل: کیفیت خوشه‌های صنعتی، قدرت تشکل‌های صادراتی، حذف فرایندها و قوانین مزاحم؛
  ۶. رویکردگرا شامل: استراتژی صادراتی در نگاه‌ها، استراتژی صادراتی در کشور، فرهنگ کارآفرینی و فرهنگ مصرف و
  ۷. ریسک‌گرا شامل: تاب‌آوری در برابر عوامل طبیعی، بحران‌های جهانی و نوسان نرخ حامل‌های انرژی دسته‌بندی می‌شوند.
- کلیدواژه‌ها: صنعتی شدن ایران؛ توسعه صادرات محور؛ تحلیل محتوا

\* دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران؛  
Email: amir.khalesi@shirazu.ac.ir

\*\* دانشیار دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران (نویسنده مسئول)؛  
Email: aabbasi@shirazu.ac.ir

\*\*\* دانشیار دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران؛  
Email: mslmaml@shirazu.ac.ir

فصلنامه مجلس و راهبرد، سال بیست‌ونهم، شماره یکصد و یازدهم، پاییز ۱۴۰۱

doi: 10.22034/MR.2022.4652.4541

## مقدمه<sup>۱</sup>

یونیدو<sup>۲</sup> هر سال براساس شاخص‌های سرانه ارزش افزوده صنعتی<sup>۳</sup>، سرانه تولید ناخالص داخلی<sup>۴</sup> و سهم در ارزش افزوده صنعتی جهان، کشورهای جهان را مورد ارزیابی قرار می‌دهد. بر مبنای این ارزیابی، کشورها در چهار گروه طبقه‌بندی می‌شوند که به ترتیب توسعه‌یافتگی عبارتند از:

۱. کشورهای صنعتی شده،

۲. کشورهای نوظهور صنعتی،

۳. کشورهای در حال توسعه،

۴. کشورهای کمتر توسعه‌یافته.

براساس تعریف یونیدو کشوری صنعتی شده قلمداد می‌شود که سرانه ارزش افزوده صنعتی آن بیش از ۲۵۰۰ دلار یا سرانه تولید ناخالص داخلی آن بیش از ۲۰۰۰۰ دلار باشد. همچنین کشوری دارای اقتصاد نوظهور صنعتی خواهد بود که سرانه ارزش افزوده صنعتی آن بین ۱۰۰۰ تا ۲۵۰۰ دلار یا سرانه تولید ناخالص داخلی آن بین ۱۰۰۰۰ تا ۲۰۰۰۰ دلار یا سهم ارزش افزوده صنعتی آن در جهان بیش از نیم درصد باشد (UNIDO, 2016). براساس اطلاعات ارزیابی شده در سال ۲۰۱۴ مشاهده می‌شود که ایران با ۵۲۴ دلار سرانه ارزش افزوده صنعتی و ۵۹۳۶ دلار سرانه تولید ناخالص داخلی از میان ۲۰۱ کشور جهان دارای رتبه ۸۸ است. باید دقت داشت که رتبه ایران در شاخص رقابت‌پذیری صنعتی براساس گزارش ۲۰۱۸ یونیدو و ۵۹ بوده است که این عدد با رتبه توسعه‌یافتگی صنعتی تفاوت دارد. شاخص توسعه صنعتی ایران در گروه کشورهای در حال توسعه، رتبه سوم اعلام شده است و برای قرار گرفتن ایران در ردیف کشورهای نوظهور صنعتی، لازم است سرانه ارزش افزوده

۱. مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد بخش مدیریت دانشگاه شیراز.

2. United Nations Industrial Development Organization (UNIDO)

3. Manufacturing Value Added Per Capita (MVAPC)

4. Per Capita Gross Domestic Production

صنعتی حداقل به ۱۰۰۰ دلار (حدوداً دو برابر) افزایش یافته یا سرانه تولید ناخالص داخلی نیز به دو برابر مقدار کنونی افزایش یابد. بررسی شاخص‌هایی مانند ارزش افزوده صنعتی (Ibid., 2019)، شاخص رقابت‌پذیری جهانی (World Economic Forum, 2016, 2019) و شاخص رقابت‌پذیری صنعتی (UNIDO, 2016) و مقایسه آن با سایر کشورهای هم‌تراز حاکی از آن است که روند حرکت کشور همواره یا نزولی یا توقف بدون رشد بوده است. یکی از علل ناکامی کشورهای توسعه‌نیافته، خام‌فروشی یا تک‌محصولی بودن سبد صادراتی آنهاست. روشن است که در چنین شرایطی کوچک‌ترین نوسان در قیمت جهانی این کالا، تأثیر عمیقی در اقتصاد این کشورها به جا می‌گذارد. برای مثال وابستگی به درآمدهای نفتی در ایران طی دوران معاصر، همواره مانع آن بوده که حاکمیت کشور تلاش جدی برای تنوع‌بخشی به منابع درآمد ارزی کند چراکه معمولاً چرخه اقتصادی کشور بر پایه واردات متکی بر درآمد حاصل از فروش نفت می‌چرخیده و صادرات غیرنفتی نیز سهم زیادی در درآمد کل کشور نداشته است.

تاکنون اسناد علمی و پژوهشی محدودی در زمینه ارائه راهکار و برنامه عملی برای صنعتی شدن کشور تدوین شده که می‌توان به استراتژی توسعه صنعتی کشور (نیلی و درگاهی، ۱۳۸۲) و همچنین استراتژی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) (الف ۱۳۹۵) اشاره کرد. این دو سند، تحلیل عمیقی از وضعیت و سبقت صنعت در کشور دارند و وضع مطلوب را نیز با جزئیات خوبی به تصویر کشیده‌اند، اما بیشتر عوامل و زمینه‌های صنعتی شدن را در نقش‌های دولتی و سیاست کلان ارزیابی کرده‌اند. به نظر می‌رسد علاوه بر دولت، بنگاه‌های تولیدی بخش خصوصی نیز تأثیر مهم و اجتناب‌ناپذیری در صنعتی شدن کشور دارند که تاکنون چندان مورد توجه نبوده است. گزارش‌های یونیدو و سازمان همکاری‌های اقتصادی<sup>۱</sup> و سایر مراکز پژوهشی معتبر حاکی از آن است که ایران با وجود منابع غنی معدنی، مواد نفتی و

1. Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)

میعانات گازی و انواع ثروت‌های خدادادی در کنار جمعیت جوان، به آن سطح از رشد صنعتی و اقتصادی نرسیده است. بررسی تجربیات سایر کشورها و نظر کارشناسان داخلی نشان می‌دهد، در بین رویکردهای صنعتی شدن، «جایگزینی واردات» رویکردی شکست خورده است و «توسعه صادرات» در حال حاضر بهترین راه برای رسیدن به توسعه صنعتی است (نیلی و درگاهی، ۱۳۸۲؛ Kemp, 2014). مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۳۹۴) در گزارش شماره ۱۴۳۷۵ آورده است که شاخص‌های نوآوری و بهره‌وری نیروی کار در ایران فاصله معناداری با استانداردهای جهانی دارد. همچنین این مرکز فقدان استراتژی توسعه صنعتی، ضعف نهاد حقوق مالکیت و فقدان نگاه صادرات محور را در زمره چالش‌های ساختاری و برون‌بنگایی روند نزولی ارزش افزوده صنعت طی سال‌های اخیر می‌داند (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۹۸). در فاصله سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۷ شاخص‌های صنعتی یا رشد منفی داشته‌اند یا رشد مثبت آنها بسیار ناچیز است (انجمن مدیران صنایع، ۱۳۹۸). ضعف شبکه بانکی و تأمین مالی، فساد در نهادهای حاکمیتی، ضعف مقررات حاکم بر فضای کسب و کار و عدم ثبات اقتصادی از جمله موانع و مشکلات شناسایی شده این انجمن در مسیر رشد صنعتی ایران است. بیشتر گزارش‌های تحلیلی بین‌المللی نظیر گزارش‌های بانک جهانی یا یونیدو، وضعیت کشورها را با شاخص‌های پس‌نگر<sup>۱</sup> می‌سنجند در حالی که هیچ کشوری نمی‌تواند بدون دستیابی به موفقیت در شاخص‌های پیش‌نگر<sup>۲</sup> توفیقی در شاخص‌های پس‌نگر کسب کرده و صنعتی شود. همچنین در متونی که بیانگر مسیر رشد صنعتی کشورها هستند، معمولاً ادبیات غالب، تدوین استراتژی و نقشه راه است. در این میان کمبود سندی بومی برای ایران که بتواند به‌عنوان چارچوبی علمی برای تدوین استراتژی به‌کار رود مشهود است. این پژوهش بر آن است تا با بررسی پژوهش‌های پیشین و با استفاده از تجربیات کشورهای صنعتی شده نوظهور

1. Lagging Indicators

2. Leading Indicators

و مشابه ایران، عوامل مؤثر بر صنعتی شدن کشور را با رویکرد توسعه صادرات و با تأکید بر عوامل و شاخص‌های پیش‌نگر شناسایی و اعتبارسنجی کند.

### ۱. پیشینه و مبانی نظری

پورتر<sup>۱</sup> (۱۹۷۹) در تعریفی بر مبنای رقابت، صنعت را در قالب گروهی از رقبای تولیدکننده محصولی مشابه تعریف می‌کند که رفتار یکی از آنها به‌طور مستقیم یا غیر مستقیم بر دیگران تأثیر می‌گذارد. وی بعدها تعریف خود را کمی تکمیل کرد و واژه صنعت را در ادبیات بازرگانی به شکل گروهی از شرکت‌های تولیدکننده محصول یا خدمتی مشابه بیان کرد به شکلی که محصول یا خدمت آنها رضایت گروهی همسان از مشتریان را جلب می‌کند.

صنعتی شدن به مفهوم توسعه و استفاده از ابزار، ماشین و انرژی برای توانمندسازی انسان جهت کنترل و بهره‌برداری از طبیعت و بهبود زندگی فردی و اجتماعی است. صنعتی شدن با تقسیم‌کار، تخصص‌گرایی و استانداردسازی حاصل می‌شود. صنعتی شدن با استفاده از علم در توسعه و فناوری در تولید شکل می‌گیرد و نظم، انضباط و نظام کار جمعی را در جامعه برای هم‌افزایی توان، استعداد فردی و افزایش بهره‌وری کار جمعی ایجاد می‌کند. صنعتی شدن مستلزم آزادسازی استعدادها و ایجاد بستر شکوفایی آنهاست (صادقی شاهدانی و موسوی بررودی، ۱۳۹۶). به‌رغم اینکه رویکردها و نظریات متعددی برای صنعتی شدن مطرح شده است، می‌توان غالب نظریه‌ها و رویکردهای صنعتی شدن را در دو قالب «جایگزینی واردات» و «توسعه صادرات» دسته‌بندی کرد. رویکرد جایگزینی واردات در شرایطی انتخاب می‌شود که سیاستگذاران، توسعه اقتصاد ملی را فقط از طریق نیل به خودکفایی قابل حصول می‌دانند و تأمین رشد اقتصادی از طریق توسعه صادرات و کسب تخصص بین‌المللی در تولید بعضی از

---

1. Porter

کالاهای صنعتی را عملی نمی‌بینند. در چارچوب این استراتژی، فرایند صنعتی شدن کشور باید از مرحله تولید داخلی کالاهای مصرفی به تولید داخلی نهاده‌های اصلی تولید به منظور کاهش نیاز ارزی برسد و در پیروزمندانه‌ترین حالت‌ها باید به تولید داخلی ماشین‌آلات و تجهیزات (کالاهای سرمایه‌ای) جامه عمل بپوشاند (سیدجمالی، ۱۳۸۸).

توسعه صادرات روش عموماً شناخته شده‌ای برای برطرف کردن محدودیت‌های ارزی در جریان توسعه صنعتی است. همراه با صنعتی شدن به دلیل افزایش روزافزون واردات مواد اولیه صنعتی و کالاهای سرمایه‌ای و واسطه‌ای حفره ارزی غالباً وسیع‌تر می‌شود. با توجه به اینکه درآمد حاصل از صادرات مواد خام را نمی‌توان آنقدر افزایش داد که نیازهای ارزی رشد و توسعه صنعتی را تأمین کند، صدور کالاهای صنعتی راه‌حل مطلوبی برای تأمین درآمد ارزی به‌شمار می‌رود. سیاست‌های توسعه صادرات وقتی با موفقیت روبه‌رو می‌شود که به منظور خنثی‌سازی و بی‌اثر کردن این‌گونه گرایش‌های ضد صادراتی طراحی شده و به اجرا درآیند. برخی از پیش‌نیازهای ضروری برای موفقیت استراتژی توسعه صادرات عبارتند از:

۱. عزم و تعهد دولت در ایجاد زمینه‌های تشویقی و حمایتی،

۲. اتخاذ سیاست سازگار در مورد نرخ ارز، واردات و صادرات،

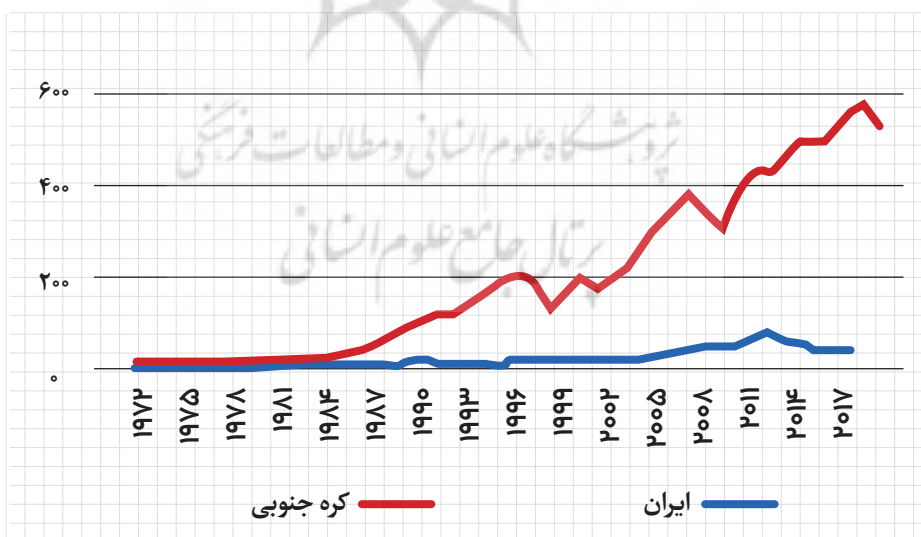
۳. استمرار ثبات سیاسی،

۴. استمرار در ثبات قوانین اقتصادی، سیاست‌های پولی و مالی.

ارزش افزوده صنعت بیانگر نسبت ستانده به نهاده بخش صنعت یا تولید است. بدیهی است هرچه ارزش افزوده یک صنعت بیشتر باشد، سهم بیشتری در رشد شاخص‌های صنعتی شدن هر کشور دارد. بر همین اساس کشورها تلاش می‌کنند تا به تدریج از صنایع ساده تبدیلی و با ارزش افزوده نسبی کمتر، به سمت صنایع با فناوری بالا و ارزش افزوده نسبی زیاد

حرکت کنند و اولویت رشد صنعتی داخلی خود را براساس حمایت صنایع با ارزش افزوده بالا قرار دهند. این رقم را معمولاً بانک مرکزی هر کشور محاسبه و بانک جهانی در قالب آمارهای کلان جهانی منتشر می‌کند. بررسی روند این کمیت در بازه زمانی ۵۰ ساله نشان می‌دهد شیب بسیار ملایم رشد آن در کشور همراه با فراز و نشیب‌های مقطعی بوده است. ارزش افزوده صنعت در ایران در سال ۲۰۱۲ با رقم ۸۰/۶۷ میلیارد دلار به بالاترین سطح خود از سال ۱۹۶۰ میلادی تاکنون رسید و پس از آن مجدداً روند نزولی را آغاز کرد. این در حالی است که کره جنوبی در فاصله سال‌های ۱۹۶۰ تا ۱۹۸۰ تقریباً شاخصی نزدیک به ایران داشت ولی امروزه ارزش افزوده‌ای نزدیک به ۶۰۰ میلیارد دلار را تجربه می‌کند. با توجه به جمعیت ۵۰ میلیونی کره و مقایسه آن با جمعیت ۸۰ میلیونی ایران، می‌توان نتیجه گرفت که سرانه ارزش افزوده صنعت در ایران با کره تفاوت فاحش و معناداری دارد. نمودار ۱ ارزش افزوده تولید در ایران و کره را به تصویر می‌کشد.

نمودار ۱. مقایسه ارزش افزوده صنعت بین ایران و کره جنوبی در فاصله سال‌های ۱۹۷۲ تا ۲۰۱۷



Source: World Bank, 2019.

مجمع جهانی اقتصاد<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) از سال ۱۹۳۹ میلادی، هر سال به انتشار گزارش رقابت پذیری اقتصادهای جهان اقدام می‌کند. شاخص رقابت پذیری جهانی<sup>۲</sup> با توجه به وسعت زیرشاخص‌ها، ابزار مناسبی برای سنجش ارکان رقابت پذیری در سطوح اقتصاد خرد و کلان قلمداد می‌شود. مؤلفه‌های این شاخص در قالب ۱۲ رکن رقابت پذیری دسته‌بندی می‌شوند که عبارتند از: کیفیت نهادها، زیرساخت‌ها، استفاده از تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات، ثبات اقتصاد کلان، بهداشت و آموزش اولیه، آموزش عالی و تحصیلات تکمیلی، بازار کالا، بازار کار، سیستم پولی و مالی، حجم بازار، پویایی کسب و کار و نوآوری. مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۱۹) در گزارش خود رتبه ایران را در میان ۱۴۱ کشور ۹۹ اعلام کرده که نسبت به سال گذشته ۱۰ پله پسرفت داشته است. بیشترین اثر منفی امتیاز را در کیفیت بازار کار، بازار کالا و کیفیت نهادها و بیشترین اثر مثبت را بر شاخص کل بهداشت و سلامت و اندازه بازار گذارده‌اند. شاخص رقابت پذیری صنعتی یکی از شاخص‌هایی است که یونیدو برای ارزیابی توان رقابت و عملکرد صنعتی اقتصادهای مختلف مورد استفاده قرار می‌دهد. قدرت هر کشور در زمینه رقابت صنعتی با سایر کشورها در حوزه تولیدات صنعتی با عددی بین صفر تا یک اندازه‌گیری می‌شود. هرچه این رقم به عدد یک نزدیک‌تر باشد نشانگر قدرت بیشتر آن کشور در عملکرد رقابت صنعتی است (UNIDO, 2016).

مطالعه رتبه ایران در شاخص رقابت پذیری صنعتی در میان ۱۴۴ کشور مورد بررسی نشان می‌دهد که ایران در سال ۲۰۱۰ رتبه ۶۰ را داشته و در سال ۲۰۱۳ با پنج پله نزول به رتبه ۶۵ رسیده که در هر دو گزارش در دسته میانی بوده است. در سال ۲۰۱۵ ایران توانست با کسب رتبه ۵۹ به آخرین کشور بالای میانگین تبدیل شود. در سال ۲۰۱۷ با ۱۰ پله صعود

---

1. World Economic Forum

2. Global Competitiveness Index



گوی سبقت را از قطر و کویت ربود و رتبه ۴۹ را کسب کرد. لیکن در سال ۲۰۲۰ مجدداً نزول کرد به رتبه ۵۶ جهان دست یافت (Ibid., 2014, 2016, 2018).

شاخص شدت صنعتی شدن، یکی از زیرشاخص‌هایی است که یونیدو برای محاسبه و سنجش رقابت‌پذیری صنعتی به‌کار می‌برد. این شاخص در کنار شاخص «کیفیت صادرات» بیانگر سطح فناوری کشورها در تولید و صادرات هستند. هرچه ساختار صنعتی هر کشور به سمت محصولات با فناوری بالا حرکت کند شاخص صنعتی شدن عدد بهتری را نشان خواهد داد و هرچه سطح تکنولوژی در تولیدات کشورها پایین‌تر باشد، این شاخص مقدار کمتری خواهد داشت. کیفیت صادرات نیز با سطح تکنولوژی در سید صادرات اندازه‌گیری می‌شود (Ibid., 2019). براساس اطلاعات سال ۲۰۱۴ ایران با ۵۲۴ دلار سرانه ارزش افزوده صنعتی و ۵۹۳۶ دلار سرانه تولید ناخالص داخلی از میان ۲۰۱ کشور جهان، رتبه ۸۸ دارد و در گروه کشورهای در حال توسعه قرار گرفته است.

سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به معنای پولی است که یک کارآفرین خارجی در کشور مقصد برای تأسیس بنگاهی برای تولید کالا یا خدمات سرمایه‌گذاری می‌کند و معمولاً هدفش تغذیه بازار مصرف محلی یا استفاده از منابع اولیه محلی است. این نوع سرمایه‌گذاری علاوه بر افزایش تراز تجاری و ایجاد اشتغال یک مزیت بسیار بزرگ دیگر دارد اینکه به همراه سرمایه مالی، سرمایه فکری و فناوری و همچنین دانش مدیریتی خود را نیز به کشور مقصد وارد می‌کند. پیرایی، تاسان و دانش‌نیا (۱۳۹۴) در پژوهشی با هدف بررسی تأثیر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، نرخ ارز حقیقی و آزادسازی اقتصادی بر صادرات غیرنفتی ایران را بیان می‌کنند که سرمایه‌گذاری خارجی در کنار نرخ ارز و آزادی اقتصادی، زمینه رشد صادرات غیرنفتی را گسترش می‌دهند. آنکتاد<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) در گزارش خود میزان سرمایه‌گذاری خارجی

---

1. United Nations Conference on Trade And Development (UNCTAD)

ایران را در فاصله سال های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۹ با کشورهای ترکیه و پاکستان مقایسه کرده است. ورود سرمایه خارجی به ایران که در بیشترین مقدار خود به ۵۰۱۹ میلیون دلار رسیده و در سال ۲۰۱۹ با افت شدید به ۱۵۰۸ تنزل کرده، در مقایسه با ترکیه که ورود سرمایه بین مقادیر ۸۴۳۴ تا ۱۷۴۲۱ میلیون دلار را شاهد بود ناچیز به نظر می رسد.

سرمایه انسانی در شرکت ها و کشورها یکی از عوامل ایجاد مزیت رقابتی است. پژوهش های متعدد نقش مستقیم این عامل در توسعه صنعتی را بیان کرده اند. عده ای نیز بر نقش سرمایه انسانی در فروش، بهره وری، کیفیت و خلاقیت تأکید دارند. برنامه توسعه سازمان ملل متحد گزارش های توسعه انسانی را از سال ۱۹۹۰ منتشر می کند. این شاخص روشی را برای رتبه بندی کشورها ارائه می دهد که گسترده تر از دسته بندی صرفاً براساس درآمد است. شاخص توسعه انسانی با بررسی میزان دستیابی یک کشور به چهار بعد اساسی مورد ارزیابی قرار می گیرد:

۱. طول عمر و سلامتی که از طریق امید به زندگی در هنگام تولد اندازه گیری می شود،

۲. تعداد سال های مورد انتظار تحصیل،

۳. میانگین تعداد سال های تحصیل،

۴. استاندارد زندگی مطلوب که از طریق سرانه درآمد داخلی اندازه گیری می شود

(United Nations Development Program, 2019).

گزارش برنامه توسعه ملل متحد (۲۰۱۹) روند شاخص ها و زیرشاخص های توسعه انسانی را در فاصله سال های ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۸ بررسی کرده است. براساس داده های این گزارش، همه شاخص ها رشد منظمی را نشان می دهند. تنها در سال ۲۰۱۸ افت سرانه درآمد، شاخص توسعه انسانی را کمی کاهش داده است.

شاخص بهبود فضای کسب و کار یکی از مهم‌ترین شاخص‌های اقتصادی است که وضعیت فضای فعالیت بخش خرد اقتصاد را به تصویر می‌کشد. هر ساله بانک جهانی براساس ۱۰ زیرشاخص مربوط به شاخص سهولت انجام کسب و کار، کشورها را مورد ارزیابی قرار می‌دهد. این زیر شاخص‌ها عبارتند از: شروع کسب و کار، اخذ مجوز، دسترسی به انرژی الکتریکی، ثبت مالکیت، پشتیبانی از سرمایه‌گذاری، اخذ اعتبار، پرداخت مالیات، تجارت فرامرزی، ضمانت اجرایی قراردادها و استخدام نیروی کار (World Bank, 2019). در آخرین گزارش بانک جهانی (۲۰۱۹)، رتبه ایران در این شاخص از میان ۱۹۰ کشور مورد بررسی ۱۲۷ اعلام شده است در حالی که در سال ۲۰۱۸ رتبه کشور ۱۲۴ و در سال ۲۰۱۷ رتبه کشور ۱۲۰ و در سال ۲۰۱۶ این رتبه ۱۱۸ بوده است. بنابراین می‌توان روند تغییرات این شاخص را در چهار سال اخیر همواره نزولی ارزیابی کرد. در سال ۲۰۲۰ بیشترین تأثیر منفی را بر این شاخص به ترتیب شروع کسب و کار با رتبه ۱۷۸، پرداخت مالیات با رتبه ۱۴۴ و رسیدگی قضایی با رتبه ۱۳۳ گذاشته‌اند و در ابعاد ثبت مالکیت با رتبه ۷۰ و مجوزهای ساخت با رتبه ۷۳ وضعیت نسبتاً خوبی کسب شده است.

بنیاد هریتیج همه‌ساله کشورها را از حیث آزادی اقتصادی براساس ۱۲ شاخص دسته‌بندی می‌کند که در چهار گروه اصلی دسته‌بندی شده‌اند. این گروه‌ها و زیرشاخص‌های آنها عبارتند از:

۱. حاکمیت قانون شامل: حقوق مالکیت، آزادی از فساد/یکپارچگی دولت و کارایی

قضایی،

۲. اندازه دولت شامل: مخارج دولت، بار مالیاتی، سلامت مالی،

۳. اثربخشی قوانین شامل: آزادی کسب و کارها، آزادی نیروی کار و آزادی پولی،

۴. بازارهای باز شامل: آزادی تجاری، آزادی سرمایه‌گذاری و آزادی مالی (Heritage, 2020).

کشورها را براساس امتیاز کسب شده در پنج گروه آزاد<sup>۱</sup>، بیشتر آزاد<sup>۲</sup>، تقریباً آزاد<sup>۳</sup>، بیشتر بسته<sup>۴</sup> و کاملاً بسته<sup>۵</sup> تقسیم می‌کند. بر این اساس کشورهای با امتیاز بیش از ۸۰ کاملاً آزاد قلمداد می‌شوند و کشورهای با امتیاز بین ۷۰ تا ۸۰ در گروه دوم یعنی بیشتر آزاد جای می‌گیرند. امتیاز کسب شده بین ۶۰ تا ۷۰ کشورها را در گروه سوم تقریباً آزاد و امتیاز بین ۵۰ تا ۶۰ کشورها را در گروه چهارم یعنی نیمه بسته قرار می‌دهد. معمولاً این دو گروه هر سال بیشترین تعداد کشورها را در خود جای می‌دهند. کشورهایی که مجموع امتیاز کسب شده آنها کمتر از ۵۰ باشد در گروه اقتصادهای بسته قرار می‌گیرند. در گزارش هریتیج (۲۰۲۰) جمعاً ۱۹ کشور در کل جهان و دو کشور در منطقه منا در گروه اقتصادهای بسته قرار دارند که ایران یکی از آنهاست. کشور ایران با کسب ۴۹/۲ امتیاز رتبه ۱۶۴ جهان و رتبه ۱۳ را در میان ۱۴ کشور منطقه منا کسب کرده است. امتیاز کسب شده نسبت به سال گذشته ۱/۹ کاهش پیدا کرده است.

با ظهور نشانه‌هایی از اقتصاد مبتنی بر دانش، مفاهیم نوآوری به صورت جدی مورد توجه قرار گرفت. از آنجاکه نوآوری سبب افزایش تولید از طریق افزایش توان تولید افراد شده و به تقویت رشد اقتصادی منجر می‌شود، لذا نقش نوآوری در توسعه و پیشرفت کشورها، ضرورت تعریف شاخص‌ها و تحلیل جایگاه کشور را به فعالیتی مهم تبدیل کرده است (وزارت صمت، ۱۳۹۸). مؤسسه کسب و کار اینسید<sup>۶</sup> در همکاری با سازمان جهانی مالکیت فکری<sup>۷</sup>

- 
1. Free
  2. Mostly Free
  3. Moderately Free
  4. Mostly Unfree
  5. Repressed
  6. Institut Européen d' Administration des Affaires (INSEAD)
  7. World Intellectual Property Organization (WIPO)

و دانشگاه کورنل<sup>۱</sup>، شاخص جهانی نوآوری را از سال ۲۰۰۷ هر ساله منتشر می‌کند. شاخص نوآوری جهانی شامل دو زیرشاخص ورودی و خروجی نوآوری است. زیرشاخص‌های ورودی نوآوری دربردارنده پنج رکن نهادها، منابع انسانی و تحقیقاتی، زیرساخت، پیچیدگی (بلوغ) بازار و پیچیدگی (بلوغ) کسب‌وکار است و زیرشاخص خروجی نوآوری شامل دو رکن خروجی دانش و فناوری و خروجی خلاق است (Cornell University, INSEAD and WIPO, 2020). در سال ۲۰۲۰ کشور ایران در میان ۱۳۱ کشور مورد بررسی رتبه ۶۷ را کسب کرد. این رقم در مقایسه با سال گذشته که رتبه ۶۱ کسب شده بود، ۶ پله نزول را نشان می‌دهد. در میان ۳۷ کشور با درآمد متوسط ایران رتبه ۱۹ را کسب کرده است.

پژوهشگران متعدد از جمله ناهیدی و حسین پور (۱۳۹۳)، کریمی و پیراسته (۱۳۸۳)، سپهر دوست، تارتار و داوری کیش (۱۳۹۹)، نقش بهره‌وری در رشد صادرات را مورد بررسی قرار داده‌اند. اکثر پژوهش‌ها حاکی از آن است که افزایش بهره‌وری در ابعاد نیروی کار، سرمایه، انرژی و سایر نهاده‌های تولید از راه کاهش قیمت تمام شده به بهبود مزیت رقابتی می‌انجامد. ناگفته پیداست که در بازار رقابت سنگین جهانی، کسب مزیت رقابتی بالاتر یکی از مهم‌ترین عوامل در رشد صادرات است. بهره‌وری در مفهوم کامل شامل اثربخشی و کارایی است، البته در اکثر موارد میزان کارایی اندازه‌گیری شده و از اثربخشی غفلت می‌شود (وزارت صمت، ب ۱۳۹۵). شاخص بهره‌وری عبارت است از نسبت ارزش افزوده یا ستانده به نهاده یا عوامل تولید نظیر کار، سرمایه، فناوری، انرژی و امثالهم.

سازمان بهره‌وری آسیایی<sup>۲</sup> (۲۰۱۹) با هدف فراهم کردن امکان مقایسه سطح رشد اقتصادی و بهره‌وری بین کشورهای آسیایی در مقایسه با سایر کشورها، هر ساله نتایج

---

1. Cornell University

2. Asian Productivity Organisation

مطالعات خود را منتشر می‌کند. در این مطالعه شاخص‌های رشد اقتصادی و بهره‌وری نیروی کار برای ۹۲ کشور از قاره آسیا محاسبه می‌شود. اندازه‌گیری بهره‌وری براساس داده‌ها و برآوردهایی است که سازمان بهره‌وری آسیایی جمع‌آوری کرده و همکاری بین سازمان بهره‌وری آسیا و دانشگاه کیوئو<sup>۱</sup> در ژاپن صورت می‌پذیرد. در محاسبه همه شاخص‌های بهره‌وری، میزان سال ۲۰۰۰ معادل ۱ در نظر گرفته شده و تغییرات سال‌های بعد، نسبت به این سال نشان داده شده است. براساس اطلاعات موجود در سایت سازمان ملی بهره‌وری ایران<sup>۲</sup>، وضعیت ایران در هر سه شاخص کار، سرمایه و عوامل تولید که از دوران بعد از جنگ روند صعودی را طی می‌کرد، در سال ۲۰۱۱ وارد روند نزولی شده است. از سال ۲۰۱۳ شاخص بهره‌وری سرمایه به زیر عدد ۱ نزول کرده که نشان دهنده بازگشت به سطحی کمتر از میزان سال ۲۰۰۰ بوده و به معنای پسرفت در بهره‌وری نسبت به سال ۲۰۰۰ است.

پژوهش‌ها و متون علمی که در این خصوص پرداخته‌اند جمع‌بندی و در قالب جدول ۱ آمده است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

---

1. Kieo  
2. [www.npo.gov.ir](http://www.npo.gov.ir)

جدول ۱. خلاصه و جمع بندی پیشینه پژوهش

عوامل و مقوله های پیشنهادی	پژوهشگر و سال
ضعف ترفیع و تبلیغ، عدم همکاری و حمایت دولت، تعرفه های بالا، کمبود سرمایه مالی	احمد <sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۴)
رویکرد توسعه صادرات	نادری، اخوی و حکیمی (۱۳۷۱)
فرهنگ کارآفرینی	اسکات <sup>۲</sup> (۲۰۰۶)
ضعف کیفیت محصول نهایی، ضعف در تعهد یا تأکید مدیریت به توسعه صادرات	آگاروال <sup>۳</sup> (۱۹۸۶)
موانع قانونی، ضعف قدرت رقابت	آلتینتاس، توکول و هرکر <sup>۴</sup> (۲۰۰۷)
رویکرد توسعه صادرات	امامی و ادیب پور (۱۳۸۹)
ضعف دانش صادراتی، رقابت فشرده، دسترسی به منابع	اورتگا <sup>۵</sup> (۲۰۰۳)
رقابت سخت بین المللی، اندازه شرکت، ملزومات مالی	باغچیسین <sup>۶</sup> (۱۹۹۹)
شروع کسب و کار، اخذ مجوز، دسترسی به انرژی الکتریکی، ثبت مالکیت، پشتیبانی از سرمایه گذاری، اخذ اعتبار، پرداخت مالیات، تجارت فرامرزی، ضمانت اجرایی قراردادهای و استخدام نیروی کار	بانک جهانی <sup>۷</sup> (۲۰۱۹)
کیفیت آموزش، توسعه منابع انسانی	بتی <sup>۸</sup> (۲۰۰۹)
توسعه انسانی، آموزش، بهداشت عمومی	برنامه توسعه ملل متحد <sup>۹</sup> (۲۰۱۹)
اطلاعات ناقص و محدود درباره بازار هدف، ضعف کیفیت محصول نهایی، ضعف در تأمین مالی صادرات، بسته بندی و برچسب محصول، تفاوت در فرهنگ مصرف، تأخیر پرداخت ها و مطالبات صعب الوصول	بروکز و فرانسیس <sup>۱۰</sup> (۱۹۹۱)

1. Ahmed
2. Scott
3. Aggarwal
4. Altintas, Tokol and Harcar
5. Ortega
6. Begchi
7. World Bank
8. Beattie
9. United Nations Development Program
10. Brooks and Frances

عوامل و مقوله‌های پیشنهادی	پژوهشگر و سال
فقدان دانش درباره بازارهای هدف و صادرات، اندازه بنگاه	بودور <sup>۱</sup> (۱۹۸۶)
اطلاعات ناقص و محدود از بازار هدف	بورگر و اولدنboom <sup>۲</sup> (۱۹۹۷)
تحصیلات و آموزش، توسعه انسانی	پانا و موسورا <sup>۳</sup> (۲۰۱۳)
سرمایه‌گذار مستقیم خارجی، افزایش مزیت رقابتی، تحقیق و توسعه	پسوا <sup>۴</sup> (۲۰۰۵)
فقدان تجربه بین‌المللی در بنگاه، فقدان برنامه‌های توسعه صادرات، فرسودگی فناوری تولید، قیمت تمام شده، محدودیت ظرفیت تولید، ضعف در مدیریت بنگاه، عدم دسترسی به دانش و اطلاعات بازار، تأخیر پرداخت مشتریان، عدم تطبیق محصول نیاز بازار، دشواری ارائه خدمات در کشور مقصد، ضعف بازاریابی خارجی، نرخ بالای سود بانکی، پیچیدگی روبه‌ها و قوانین صادراتی، ضعف زیرساخت‌ها، ثبات نرخ ارز و سیاست‌های صادراتی دولت، رقابتی نبودن صنعت، نبود امنیت سرمایه‌گذاری خارجی، عدم همراهی نظام مالیاتی و بیمه کشور	پوراشرف (۱۳۹۳)
نقش نهادی دولت	حبیبی (۱۳۸۹)
ضعف در تنوع محصول، رقابت سنگین در بازار خارجی	حسن <sup>۵</sup> (۱۹۹۸)
انگیزه ناکافی، رقابت فشرده خارجی، نرخ مبادلات ارزی	داسیلوا و داروشا <sup>۶</sup> (۲۰۰۱)
نوآوری و پژوهش، کیفیت نهادها، کیفیت منابع انسانی و تحقیقاتی، کیفیت زیرساخت‌ها، بلوغ بازار، بلوغ کسب‌وکار، دانش و فناوری	دانشگاه کورنل، اینسید و وایپو <sup>۷</sup> (۲۰۲۰)
سیاسی و اداری، مالی، فرهنگی و اجتماعی، مدیریتی و انسانی، زیرساخت‌ها، فنی، طبیعی	درخشانی درآبی و محنت‌فر (۱۳۹۹)
فقدان دانش درخصوص بازارهای هدف و صادرات	دیمزا <sup>۸</sup> (۱۹۸۳)
قوانین و مقررات، نظام بانکی، دشواری اخذ مجوزها و فقدان برنامه بازاریابی	رحمانی یوشانلوئی و همکاران (۱۳۹۲)

1. Bodur
2. Burgess and Oldenboom
3. Pana and Mosora
4. Pessoa
5. Hasan
6. Da Silva and Da Rocha
7. Cornell University, INSEAD and WIPO
8. Dymysza



عوامل و مقوله‌های پیشنهادی	پژوهشگر و سال
صنایع پشتیبان، موانع تعرفه‌ای، کاربرد تجارت الکترونیک، فناوری اطلاعات، زیرساخت‌های مالی، مراکز رسمی توسعه صادرات، زیرساخت‌های گمرکی، تحریم‌های اقتصادی بین‌المللی، نرخ ارز، هزینه‌های تولید، ثبات اقتصادی، مدیریت مناسب، بهره‌وری تولید، سرمایه انسانی، تحقیق و توسعه، تجارب ناشی از صادرات، تسهیل انتقال ارز، حمایت دولت از صادرات، تسهیلات مالی، عدم قوانین محدودکننده، معافیت‌های مالیاتی، ارتباطات دولت با سایر کشورها، کیفیت کالا، روش‌های بازاریابی مناسب در کشور مقصد، سودآوری مناسب، نوآوری در محصولات تولیدی، ثبات کیفیت، انتقال تکنولوژی، تنوع محصولات، مواد اولیه باکیفیت، تبلیغات، تصویر کالای ایرانی در کشورهای هدف، دسترسی به بازارهای هدف، آموزش	زارعی و پارسامهر (۱۳۹۷)
آزادسازی اقتصاد و خصوصی سازی	زنوز <sup>۱</sup> (۲۰۱۳)
سرمایه اجتماعی	سالار، اکبری و صدیق اورعی (۱۳۹۸)
بهره‌وری	سپهردوست، تارتار و داوری کیش (۱۳۹۹)
کیفیت محصولات، نگرش راهبردی، مواد اولیه، تکنولوژی، دانش مدیریت، شدت رقابت، تحقیقات بازاریابی، پیشبرد فروش، نوسانات غیرمنتظره، تبلیغات، صنایع مرتبط، زیرساخت‌ها، منابع مالی، نقش دولت، دانش علمی	سعید اردکانی و صیادی تورانلو (۱۳۹۱)
رویکرد توسعه صادرات	صالحیان عمران (۱۳۸۲)
اندازه بنگاه، عدم کفایت و کارایی سازوکار کنترل کیفی، مقررات بازار خارجی، موانع مربوط به حمایت از بازار داخل، فقدان برنامه‌های صادراتی دولتی، حضور در معاهدات بین‌المللی	فیگوردو و آلمدیا <sup>۲</sup> (۱۹۸۸)
فقدان دانش در خصوص بازارهای هدف و صادرات	کارافی‌اوغلو <sup>۳</sup> (۱۹۸۶)
منابع مالی، نقص اطلاعات و آمار بازار توسط دولت	کاراکایا و هارکر <sup>۴</sup> (۱۹۹۹)
فقدان تجربه لازم در زمینه صادرات، ضعف در ایجاد نماینده قابل اطمینان، ضعف مالی در تحقیقات بازار خارجی، عدم کفایت بودجه بازاریابی، ضعف کیفیت محصول نهایی، عدم کفایت و کارایی سازوکار کنترل کیفی، چرخه عمر کوتاه محصول / وابستگی به مد و طرح جدید، تمرکز زیاد در صنعت، تصویر محصول / کشور مبدأ در بازار هدف، تقاضای خارجی ناکافی، موانع مربوط به حمایت از بازار داخل، حضور در معاهدات بین‌المللی، عدم قطعیت در نرخ بهره و نرخ ارز	کاردوسو <sup>۵</sup> (۱۹۸۰)

1. Zonooz
2. Figueiredo and Almeida
3. Karafakioglu
4. Karakaya and Harcar
5. Cardoso

عوامل و مقوله‌های پیشنهادی	پژوهشگر و سال
اطلاعات ناقص و محدود درباره بازار هدف، ضعف در ارتباط با مشتریان خارجی، هزینه بالای تأمین سرمایه، ضعف در آموزش و تجربه صادراتی کارکنان، فقدان مزیت رقابتی، پیچیدگی کاغذبازی‌ها و فرایندهای صادراتی	کالکا و کاتسیکیاس <sup>۱</sup> (۱۹۹۵)
سبک مدیریت، انطباق با نیاز بازار خارجی	کرایگ و احمد <sup>۲</sup> (۲۰۰۴)
بهره‌وری	کریمی و پیراسته (۱۳۸۳)
فقدان تجربه لازم در زمینه صادرات	لی <sup>۳</sup> (۲۰۰۴)
محدودیت منابع بنگاه‌ها، بوروکراسی زائد در صادرات، فشار رقابت	لئونیدو <sup>۴</sup> (۲۰۰۰) و (۲۰۰۴)
رقابت‌پذیری جهانی، کیفیت نهادها، زیرساخت‌ها، تکنولوژی ارتباطات، ثبات اقتصادی، بازار کار، بهداشت عمومی، آموزش، سیستم پولی و مالی	مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۱۹)
نوآوری، فقدان استراتژی توسعه صنعتی، ضعف نهادی، حقوق مالکیت	مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۳۹۴)
دانش و ارتباطات بازاریابی، ویژگی محصول، موقعیت رقابتی	مورگان و کاتسیکه <sup>۵</sup> (۱۹۹۷)
تطبیق محصول با بازار خارجی، روال‌ها و فرایندهای صادراتی، دشواری تبلیغ و ترفیع	مویینی <sup>۶</sup> (۱۹۹۷)
سرمایه‌گذار مستقیم خارجی، انباشت سرمایه، انتقال تکنولوژی، آموزش نیروی انسانی، گسترش بازار و تقاضا، دسترسی به بازار خارجی	ناهدی و حسین پور (۱۳۹۳)
آزادی اقتصادی، حاکمیت قانون، اندازه دولت، اثربخشی قوانین، بازارهای باز	هریتیج (۲۰۲۰)
برندمحور نبودن، جایگاه ضعیف بازاریابی، نداشتن مزیت رقابتی، ضعف حمایت دولت، ضعف سیاستگذاری دولت، ضعف تعاملی دولت، به‌روز نبودن شرکت، قابلیت تولید، مشکل تأمین مالی، فقدان لابی‌های دولتی، فقدان چشم‌انداز صادرات جهانی، نگرش سودمحور، تصویر نامطلوب از کشور، نبود ثبات اقتصادی، ضعف زیرساخت‌ها، عقب‌ماندگی، پیچیدگی‌های اداری روند صادرات، مالیات و گمرک	همتی و همکاران (۱۳۹۹)
بهره‌وری نیروی کار، بهره‌وری سرمایه	وزارت صمت (۱۳۹۵)
فقدان دانش در رابطه با بازارهای هدف و صادرات، ضعف در تأمین مالی صادرات	ویور و پاک <sup>۷</sup> (۱۹۹۰)
رقابت‌پذیری صنعتی، پیوستن به زنجیره ارزش جهانی، سهم از صادرات محصولات با فناوری بالا	یونیدو (۲۰۱۶)

1. Kaleka and Katsikeas
2. Craig and Ahmed
3. Li
4. Leonidou
5. Morgan and Katsikeas
6. Moini
7. Weaver and Pak

آنچه که در پژوهش‌های پیشین به عنوان خلأ پژوهشی به چشم می‌آید نبود انسجام و جامعیت کافی در این پژوهش‌هاست به گونه‌ای که نواقص یکدیگر را نشان می‌دهند. اما حتی جمع‌بندی کل پیشینه در قالب یک مدل جامع کارایی ندارد و بسیاری از پدیده‌ها و عوامل نوظهور نظیر جهانی شدن و پیوستن به زنجیره ارزش جهانی هم در پژوهش‌های پیشین بسیار کم‌رنگ است. همچنین برای مثال عوامل و زمینه‌های ظهور و بروز انقلاب صنعتی چهارم، حاکمیت هوش مصنوعی و تولید مبتنی بر بستر کنترل دیجیتال در پژوهش‌های پیشین مغفول مانده است. بنابراین در ادامه برخی مفاهیم جدید به مفاهیم پیشین افزوده می‌شود تا در صورت کسب اعتبار لازم، به عنوان عوامل اثربخش در تصمیمات آتی برنامه‌ریزان توسعه صنعتی کشور مدنظر قرار گیرد.

## ۲. روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش متون و مراجع علمی موجود به دلیل نیاز به بررسی سیر تاریخی و بهره‌گیری از تجربه‌های سایر کشورها در یک بازه ۴۰ ساله مورد بررسی قرار گرفتند. اما این بدان معنا نیست که همه آثار به عنوان منبع مورد رجوع بودند؛ زیرا تغییر شرایط زمانی و مکانی بی‌گمان باعث بی‌کفایت شدن قسمت زیادی از این منابع است. برای بررسی و اعتبارسنجی عوامل شناسایی شده، تعداد ۸۰ پرسش مطرح شد تا در مصاحبه عمیق با خبرگان مورد استفاده قرار گیرد. معیار خبرگی در این بخش سابقه اشتغال به مدیریت واحد تولیدی به مدت بیش از ۱۰ سال و سابقه حضور مستمر در بازارهای صادرات جهانی به مدت بیش از سه سال بوده است. در این پژوهش با خبرگانی از صنایع غذایی و نوشیدنی، فولاد، کاشی و سرامیک، لوازم خانگی، کامپوزیت، سیمان و سایر کانی‌های غیرفلزی، فرش دستباف و ماشینی، پالایش و پتروشیمی مصاحبه انجام شده است.

روش مصاحبه ابتکاری جدید به شیوه گلوله برفی بوده، بدان معنا که به جای شروع بایک خبره، از هر صنعت منتخب یک خبره به عنوان سررشته گلوله برفی انتخاب شده و همه رشته‌ها به صورت موازی پیش رفته‌اند. این نوآوری به آن دلیل به کار گرفته شده است که تنوع صنایع و مشاغل مختلف در کار حفظ شود. در مجموع تعداد ۱۵ مصاحبه عمیق نیمه ساختار یافته انجام شده است. از آنجاکه در این پژوهش، نظریه‌ها و ادبیات پیشین موجود است و به دلیل گذر زمان و تغییرات محیط ناقص شده و جامعیت کافی را از دست داده‌اند، روش تحلیل محتوای کیفی جهت دار بیشترین تناسب را با اهداف این پژوهش دارد و رویکردهای تحلیل محتوای عرفی و تلخیصی، کارایی لازم را ندارند. بنابراین رویکرد تحلیل محتوا در این تحقیق، جهت دار است. در نهایت برای سنجش روایی و پایایی بخش کیفی به کمک روش شاخص کاپا، یک خبره دانشگاهی مرتبط با صنعت مورد رجوع بوده است.

هولستی<sup>۱</sup> (۱۳۷۳) در یک تعریف کلی «تحلیل محتوا» را به تکنیکی اطلاق می‌کند که برای استنباط نظام مند و عینی ویژگی‌های خاص پیام‌ها به کار می‌رود. باردن<sup>۲</sup> (۱۳۷۵) در کتاب *تحلیل محتوا* اشاره می‌کند که تحلیل محتوا در حقیقت فن پژوهش عینی، اصولی و کمی به منظور تفسیر و تحلیل محتواست و تفکر بنیادی تحلیل محتوا عبارت است از قرار دادن اجزای یک متن (کلمات، جملات، پاراگراف‌ها و امثالهم بر حسب واحدهایی که انتخاب می‌شوند) در مقولاتی که از پیش تعیین شده‌اند. بنابراین می‌توان گفت تحلیل محتوای کیفی روش تحقیقی است که برای تحلیل داده‌های متنی به صورت کلامی، چاپی، الکترونیکی یا سؤال‌های نظرسنجی باز، مصاحبه و مشاهدات مورد استفاده قرار می‌گیرد. پارادایم تحلیل محتوای کیفی تفسیری است. تفسیر به ارائه فهم شخصی و نظری از پدیده

1. Holesti

2. Barden

مورد مطالعه اشاره دارد (مومنی‌راد و همکاران، ۱۳۹۲). تحلیل محتوای کیفی در این پژوهش براساس گام‌های مندرج در شکل ۱ انجام شده است.

شکل ۱. گام‌ها و مراحل تحلیل محتوای کیفی



در این پژوهش، پس از آماده‌سازی مصاحبه‌ها به صورت متن، واحدهای تحلیل که جملات هستند، توسط دو کدگذار به صورت مستقل کدگذاری اولیه شدند. در گام نخست برای تعیین کدها و برجسب‌های اولیه از کدگذاری باز استفاده شد. در گام بعد به منظور خلاصه‌سازی و انتزاعی‌سازی مفاهیم، کدگذاری محوری<sup>۲</sup> به کار گرفته شد. در این مرحله عوامل «اولین سطح از مفاهیم» شناسایی شدند و در نهایت برای تعریف ابعاد یا مقوله‌های سطح دوم از کدگذاری گزینشی<sup>۳</sup> بهره گرفته شد. جدول ۲ خلاصه نهایی مفاهیم استخراج شده از کدهای اولیه را نشان می‌دهد. جهت‌گیری این پژوهش توسعه‌ای-کاربردی است از این جهت که با توجه به رویکرد توسعه صادرات، چارچوب عواملی را پیشنهاد می‌دهد که می‌تواند در پژوهش‌های آتی با اولویت‌بندی و تعیین روابط درونی عوامل، سناریوپردازی و شبیه‌سازی استراتژی‌های صنعتی شدن را تسهیل کند. همچنین نتایج تحقیق می‌تواند به کمک بخش خصوصی و دولت سرعت رشد صنعتی کشور را بهبود بخشد. رویکرد مطالعه نیز استقرایی است زیرا با استفاده از مطالعات پیشین سعی در استخراج عوامل مؤثر در صنعتی شدن دارد. استراتژی پژوهش حاضر کیفی بوده و با توجه به ماهیت و اهداف، اکتشافی است و همچنین از نظر زمانی نیز مقطعی است.

### ۳. یافته‌های پژوهش

پس از تنظیم پرسش‌های پژوهش و گزینش نمونه و جامعه آماری و همچنین تعیین رویکرد تحلیل محتوای کیفی، نوبت به کدگذاری و استخراج مفاهیم می‌رسد. جدول ۲ کدها و مفاهیم اولیه مستخرج از ادبیات و مصاحبه‌ها را نشان می‌دهد.

- 
1. Open Coding
  2. Axial Coding
  3. Selective Coding

جدول ۲. مفاهیم اولیه استخراج شده در تحلیل محتوا

مفاهیم اولیه	پژوهشگران
مزیت رقابتی، کیفیت محصول، قیمت تمام شده	یونیدو (۲۰۱۶)، مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۱۹)، اورتگا (۲۰۰۳)، همتی و همکاران (۱۳۹۹)، زارعی و پارسامهر (۱۳۹۷)، پوراشرف (۱۳۹۳)، سعید اردکانی و صیادی تورانلو (۱۳۹۱)، پسوا (۲۰۰۵)، مورگان و کاتسیکز (۱۹۹۷)، باغچیسین (۱۹۹۹)، لئونیدو (۲۰۰۰)، داسیلوا و داروشا (۲۰۰۱)، آلتینتاس، توکول و هرکر (۲۰۰۷)، آگاروال (۱۹۸۶)
تحقیقات بازاریابی، برند کشور و شرکت، برنامه‌های بازاریابی، دانش بازاریابی	همتی و همکاران (۱۳۹۹)، رحمانی یوشانلوئی و همکاران (۱۳۹۲)، سعید اردکانی و صیادی تورانلو (۱۳۹۱)، پوراشرف (۱۳۹۳)
تحقیقات بازار، تطابق و شناخت بازار هدف	زارعی و پارسامهر (۱۳۹۷)، پوراشرف (۱۳۹۳)، مویینی (۱۹۹۷)، احمد و همکاران (۲۰۰۴)، کرایگ و احمد (۲۰۰۵)
تنوع سبد صادراتی	مویینی (۱۹۹۷)
دسترسی جهت ارائه خدمات	پوراشرف (۱۳۹۳)
مشارکت در زنجیره تولید جهانی	یونیدو (۲۰۱۶)
زیرساخت‌های پولی و بانکی	مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۱۹)، زارعی و پارسامهر (۱۳۹۷)، باغچیسین (۱۹۹۹)، سعید اردکانی و صیادی تورانلو (۱۳۹۱)، رحمانی یوشانلوئی و همکاران (۱۳۹۲)
زیرساخت تجارت الکترونیک و ICT	مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۱۹)، زارعی و پارسامهر (۱۳۹۷)
ساختار صنعت کشور و توسعه متوازن	یونیدو (۲۰۱۶)، پوراشرف (۱۳۹۳)، سلیمی فر (۱۳۸۱)
زیرساخت بیمه	پوراشرف (۱۳۹۳)
زیرساخت‌های لجستیک	همتی و همکاران (۱۳۹۹)، مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۱۹)، پوراشرف (۱۳۹۳)، سعید اردکانی و صیادی تورانلو (۱۳۹۱)، زارعی و پارسامهر (۱۳۹۷)، درخشانی درآبی و محنت فر (۱۳۹۸)
بهره‌وری نیروی کار و سرمایه	زارعی و پارسامهر (۱۳۹۷)، ناهیدی و حسین پور (۱۳۹۳)، کریمی و پیراسته (۱۳۸۳)، سپهردوست، تارتار و داوری‌کیش (۱۳۹۹)
سرمایه انسانی، توسعه انسانی، بازار کار	برنامه توسعه ملل متحد (۲۰۱۹)، مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۱۹)، دانشگاه کورنل، اینسید و واپو (۲۰۲۰)، زارعی و پارسامهر (۱۳۹۷)، ناهیدی و حسین پور (۱۳۹۳)، درخشانی درآبی و محنت فر (۱۳۹۹)، اونز و وودا (۱۹۹۷)

مفاهیم اولیه	پژوهشگران
سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی	ناهدی و حسین‌پور (۱۳۹۳)
تأمین مالی و اعتباری داخلی، هزینه سرمایه	مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۱۹)، همتی و همکاران (۱۳۹۹)، سعید اردکانی و صیادی تورانلو (۱۳۹۱)، پوراشرف (۱۳۹۳)، درخشانی درآبی و محنت‌فر (۱۳۹۹)، لئونیدو (۲۰۰۰)، احمد و همکاران (۲۰۰۴)
سرمایه اجتماعی	سالار، اکبری و صدیق اورعی (۱۳۹۸)
آمایش سرزمینی	اونز و وود (۱۹۹۷)
دسترسی به مواد اولیه مرغوب	اورنگ (۲۰۰۳)، سعید اردکانی و صیادی تورانلو (۱۳۹۱)، زارعی و پارسامهر (۱۳۹۷)، درخشانی درآبی و محنت‌فر (۱۳۹۹)، کاتسیکیاس و مورگان (۱۹۹۴)
تکنولوژی	سعید اردکانی و صیادی تورانلو (۱۳۹۱)، زارعی و پارسامهر (۱۳۹۷)، پوراشرف (۱۳۹۳)، ناهیدی و حسین‌پور (۱۳۹۳)، درخشانی درآبی و محنت‌فر (۱۳۹۹)
پژوهش و نوآوری	دانشگاه کورنل، اینسید و وایپو (۲۰۲۰)، مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۱۹)، سعید اردکانی و صیادی تورانلو (۱۳۹۱)، زارعی و پارسامهر (۱۳۹۷)، پسوا (۲۰۰۵)، درخشانی درآبی و محنت‌فر (۱۳۹۹)
سیاست‌های حمایت از صادرات	احمد و همکاران (۲۰۰۴)، همتی و همکاران (۱۳۹۹)، سعید اردکانی و صیادی تورانلو (۱۳۹۱)، زارعی و پارسامهر (۱۳۹۷)، پوراشرف (۱۳۹۳)، درخشانی درآبی و محنت‌فر (۱۳۹۹)، کاراکایا و هارکر (۱۹۹۹)
ثبات اقتصادی، امنیت سرمایه، نرخ ارز	همتی و همکاران (۱۳۹۹)، مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۱۹)، زارعی و پارسامهر (۱۳۹۷)، پوراشرف (۱۳۹۳)، داسیلوا و داروشا (۲۰۰۱)
ثبات سیاسی، روابط سیاسی	زارعی و پارسامهر (۱۳۹۷)، پوراشرف (۱۳۹۳)، درخشانی درآبی و محنت‌فر (۱۳۹۹)
کیفیت آموزش	مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۱۹)، پانا و موسورا (۲۰۱۳)، بتی (۲۰۰۹)، نئامتو (۲۰۱۵)، برنامه توسعه ملل متحد (۲۰۱۹)
کیفیت بهداشت و درمان	برنامه توسعه ملل متحد (۲۰۱۹)، درخشانی درآبی و محنت‌فر (۱۳۹۹)
کیفیت فضای کسب و کار	بانک جهانی (۲۰۱۹)، مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۱۹)، رحمانی یوشانلوئی و همکاران (۱۳۹۲)، درخشانی درآبی و محنت‌فر (۱۳۹۹)
ثبات و شفافیت قوانین	درخشانی درآبی و محنت‌فر (۱۳۹۹)، آلتینتاس، توکول و هرکر (۲۰۰۷)
کیفیت خوشه‌های صنعتی	سعید اردکانی و صیادی تورانلو (۱۳۹۱)، حبیبی (۱۳۸۹)
تشکل‌های صادراتی و نهادهای غیردولتی	حبیبی (۱۳۸۹)

1. Pana and Mosora
2. Beattie
3. Neamtu



پژوهشگران	مفاهیم اولیه
همتی و همکاران (۱۳۹۹)، سعید اردکانی و صیادی تورانلو (۱۳۹۱)، زارعی و یارسامهر (۱۳۹۷)، رحمانی یوشانلوئی و همکاران (۱۳۹۲)، پوراشرف (۱۳۹۳)، حبیبی (۱۳۸۹)، لئونیدو (۲۰۰۰)	عدم فرایندهای زائد
داسیلوا و داروشا (۲۰۰۱)، اورتگا (۲۰۰۳)، درخشانی درآبی و محنت فر (۱۳۹۹)، سعید اردکانی و صیادی تورانلو (۱۳۹۱)، پوراشرف (۱۳۹۳)	جهت‌گیری صادراتی در بنگاه‌ها
همتی و همکاران (۱۳۹۹)، درخشانی درآبی و محنت فر (۱۳۹۹)، آگاروال (۱۹۸۶)	استراتژی صادراتی در کشور
دیدهبان جهانی کارآفرینی (۲۰۱۳)، اسکات (۲۰۰۶)، درخشانی درآبی و محنت فر (۱۳۹۹)	فرهنگ کارآفرینی
درخشانی درآبی و محنت فر (۱۳۹۹)	فرهنگ مصرف
درخشانی درآبی و محنت فر (۱۳۹۹)	تاب‌آوری در بلایای طبیعی
سعید اردکانی و صیادی تورانلو (۱۳۹۱)	تاب‌آوری در نوسان نرخ انرژی

مأخذ: یافته‌های تحقیق.

برای سنجش پایایی نیز روش‌های متفاوتی معرفی شده است که از آن جمله می‌توان توافق درصدی، روش هولستی، آلفای کریپندورف، کاپای کوهن و پای اسکات را می‌توان نام برد (نئوندورف<sup>۲</sup>، ۲۰۰۲). برای اطمینان از پایایی نتایج کیفی نیز از ضریب درون موضوعی کاپا<sup>۳</sup> استفاده شده است. جدول ۳ متغیرهای مورد نیاز برای محاسبه آماره کاپا را نشان می‌دهد.

جدول ۳. جدول توافقی محاسبه کاپا

خبیره	پژوهشگر	بلی		
		بلی	خیر	جمع
خبیره	بلی	a=29	b=2	m <sub>0</sub> =31
	خیر	c=1	d=4	m <sub>1</sub> =5
	جمع	n <sub>0</sub> =30	n <sub>1</sub> =6	N=36

مأخذ: همان.

1. Global Entrepreneurship Monitor
2. Neuendorf
3. Interclass Correlation Kappa

پارامترهای a و d بیانگر توافقات مشاهده شده است. بنابراین با تقسیم مجموع آنها بر تعداد کل عوامل، درصد توافقات مشاهده شده به دست می آید. روابط ۱ و ۲ محاسبه توافقات مشاهده شده را نشان می دهند.

$$P_o = (a+d)/N \quad \text{رابطه (۱)}$$

$$\text{رابطه (۲)} \quad P_o = (3+29)/36 = 0/917 = \text{توافقات مشاهده شده}$$

همچنین توافقات مورد انتظار از رابطه ۳ به دست می آید که برای این پژوهش طی رابطه ۴ محاسبه شده است.

$$P_e = P_{yes} + P_{no} = [(m_0/N).(n_0/N)] + [(m_1/N).(n_1/N)] \quad \text{رابطه (۳)}$$

$$\text{رابطه (۴)} \quad P_e = [(32 \div 36) \times (29 \div 36)] + [(5 \div 36) \times (7 \div 36)] = 0/741 = \text{توافقات مورد انتظار}$$

در نهایت شاخص کاپای روابط ۵ و ۶ برای این پژوهش به میزان ۰/۶۷۹ محاسبه شد.

$$kappa = (P_o + P_e) / (1 - P_e) \quad \text{رابطه (۵)}$$

$$\text{رابطه (۶)} \quad kappa = (0/917 + 0/741) \div (1 - 0/741) = 0/679 = \text{کاپای کوهن}$$

گویت<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) کیفیت اعتماد پذیری پژوهش را براساس توافق بین کدگذارها در قالب جدول ۴ بیان می دارد. وی کاپای بیش از ۰/۶ را قابل قبول می داند و مقادیر بیش از ۰/۸ را برای دو کدگذار ایدئال قلمداد می کند. بنابراین کاپای محاسبه شده برای این پژوهش در سطح قابل قبول قرار دارد.

جدول ۰۴. مراتب اعتمادپذیری پژوهش براساس مقادیر مختلف آماره کاپا

مقدار آماره کاپا	قدرت توافق
کمتر از صفر	ضعیف
۰ تا ۰/۲	کم
۰/۲۱ تا ۰/۴	پایین تر از متوسط
۰/۴۱ تا ۰/۶	متوسط
۰/۶۱ تا ۰/۸	خوب
۰/۸۱ تا ۱	عالی

Source: Gwet, 2014.

پس از اعتبارسنجی و اعمال تغییرات، چارچوب نهایی پژوهش در قالب هفت بعد و ۳۶ عامل به شرح جدول ۵ پیشنهاد شد.

جدول ۵. چارچوب نهایی پژوهش

بعد	عامل	مصادیق شاخص
بازار	مزیت رقابتی	کاهش قیمت تمام شده؛ افزایش ارزش پیشنهادی
	بازارمداری	دانش بازاریابی، تحقیقات بازار و بازاریابی؛ برندینگ جهانی؛ تطابق محصول با بازار هدف
	تنوع سبد صادراتی	عدم تمرکز بر محصول خاص؛ خروج از فاز تک محصولی و خام فروشی
	دسترسی جهت ارائه خدمات	قدرت صدور خدمت؛ قابلیت جذب و آموزش نماینده در کشور هدف
	مشارکت در زنجیره تولید جهانی	پذیرش نظام تقسیم کار جهانی؛ حذف سوبسیدها و تعرفه‌ها
زیرساخت‌ها	زیرساخت‌های پولی، مالی و بانکی	وجود و کیفیت ارتباط بانکی جهانی؛ وجود، کیفیت و امنیت بانکداری الکترونیک
	تجارت الکترونیک و ICT	عدم فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی؛ وجود و کارایی سایت‌های واسطه
	زیرساخت‌های لجستیک	حمل و نقل، بنادر، فرودگاه‌ها و مسیرهای هوایی، انبارها و سردخانه‌ها
	ساختار صنعت کشور	تعداد و کیفیت SME؛ انتخاب صنایع هدف؛ ساختار مالکیتی صنایع بزرگ
	بیمه	پوشش بیمه‌ای بازپرداخت‌ها؛ بیمه حمل و نقل

بعدها	عامل	مصادیق شاخص
منبع‌ها	بهره‌وری	بهره‌وری کار؛ بهره‌وری سرمایه
	سرمایه انسانی و بازار کار	تعادل در هرم جمعیت؛ کارایی آموزش؛ محیط زیست؛ بهداشت عمومی؛ مقررات کار
	سرمایه‌گذاری خارجی	ورود انواع سرمایه مالی، فنی، تکنولوژیکی و سیستمی
	تأمین مالی و اعتباری داخلی	سهولت و دسترسی به تأمین مالی؛ هزینه سرمایه؛ تنوع در شیوه‌های تأمین مالی
	سرمایه اجتماعی	اخلاق کسب‌وکار؛ صداقت و درستکاری مردم؛ اعتماد متقابل دولت و ملت
	آمایش سرزمینی	منابع طبیعی؛ کیفیت اقلیم؛ کیفیت آب و خاک
	دسترسی به مواد اولیه مرغوب	وجود و دسترسی صنایع بالادستی کارا؛ استانداردهای میانی مناسب
	تکنولوژی	دستیابی به فناوری روز؛ قابلیت بومی‌سازی تکنولوژی
حاکمیت‌ها	پژوهش و نوآوری	تعداد دستاوردهای علمی؛ ارتباط صنعت و دانشگاه؛ کیفیت مالکیت معنوی
	سیاست‌های حمایت از صادرات	معافیت‌ها و مشوق‌های صادراتی
	ثبات اقتصادی و امنیت سرمایه‌گذاری	نرخ بهره، نرخ ارز، ثبات قیمت و کاهش تورم؛ روابط تجاری خارجی
	ثبات سیاسی	روابط مثبت و سازنده با کشورهای جهان؛ آرامش و همدلی داخلی
	کیفیت آموزش	کیفیت آموزش ابتدایی، عالی، حرفه‌ای؛ نرخ بهره‌مندی از آموزش‌های سه‌گانه
	کیفیت بهداشت و درمان	برنامه‌های مدافع سلامت جسم و روان؛ مبارزه با بیماری‌های همه‌گیر؛ امید به زندگی
	کیفیت فضای کسب‌وکار	اخذ مجوز و شروع؛ دسترسی به انرژی و انشعابات؛ مالکیت؛ نیروی کار؛ ریسک سرمایه؛ ضمانت اجرایی قراردادهای مالیات، تجارت خارجی
نهادهای	ثبات و شفافیت قوانین	یکپارچگی و عدم تعدد مراجع قانونگذاری؛ هم‌راستایی قوانین؛ صراحت قانون
	کیفیت خوشه‌های صنعتی	تفکیک کار داخلی و پرهیز از موازی‌کاری
	تشکل‌های صادراتی	وجود و پویایی تشکل‌های صادراتی؛ قدرت قانونی تشکل‌ها؛ توان عملکردی تشکل‌ها
	عدم فرایندهای زائد و مزاحم	سادگی، دسترسی و چابکی فرایندهای کسب‌وکار و صادرات

بعد	عامل	مصادق. شاخص
رویکردگرا	استراتژی صادراتی در بنگاه	وجود و جهت‌گیری نگاه فرامنطقه‌ای در مدیریت بنگاه
	استراتژی صادراتی در کشور	جهت‌گیری و هماهنگی استراتژی‌ها و سیاست‌های کلان در حمایت از صادرات
	فرهنگ کارآفرینی	ترس از شکست؛ درک فرصت‌ها؛ استقلال طلبی؛ ریسک‌پذیری؛ منزلت اجتماعی
	فرهنگ مصرف	حمایت از کالای داخلی
ریسک‌گرا	قدرت رویارویی با تهدیدات طبیعی	پدافند غیرعامل؛ میزان بلاخیزی سرزمینی؛ پذیرش تغییرات اقلیم و خشکسالی
	تاب‌آوری در پاندمی و بحران جهانی	توانمندی اتکا به منابع داخلی؛ کارایی و اثربخشی مدیریت بحران
	اثربخشی از نوسان نرخ حامل‌های انرژی	رواج انرژی‌های پاک و تجدیدپذیر؛ وابستگی به حامل‌های وارداتی

مأخذ: یافته‌های تحقیق.

#### ۴. جمع‌بندی، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

یافته‌های این پژوهش با سایر یافته‌های علمی قابل مقایسه نیست زیرا سایر پژوهش‌ها نظیر همتی و همکاران (۱۳۹۹)، زارعی و پارسامهر (۱۳۹۷)، پوراشرف (۱۳۹۳)، سعیداردکانی و صیادی تورانلو (۱۳۹۱) و رحمانی یوشانلوئی و همکاران (۱۳۹۲) به مفاهیم توسعه صادرات و صنعتی شدن به صورت جداگانه و منفرد پرداخته‌اند و کمتر پژوهشی، صنعتی شدن کشورها را در سایه توسعه صادرات بررسی کرده است.

با توجه به نکته یادشده، بین یافته‌های این پژوهش و سایر پژوهش‌های پیشین واگرایی، مفهوم عمیقی دیده نشد و تقریباً بیشتر پژوهش‌ها حول صنعتی شدن یا توسعه صادرات، بخشی از عوامل پیشنهادی این پژوهش را به صورت جزیره‌ای پیشنهاد داده‌اند. تفاوت اصلی این پژوهش با سایر پژوهش‌ها این است که صنعتی شدن و توسعه صادرات

را هم‌زمان بررسی کرده و همچنین تنوع و تعداد عوامل در این پژوهش بیشتر است زیرا پژوهش‌های پیشین به دلیل افق زمانی قدیمی، همه عوامل را درج نکرده‌اند. جامعیت نسبی این پژوهش مدیون و مرهون تحلیل محتوای کیفی است که توانسته علاوه بر عوامل موجود در ادبیات، بین مسائل روز کشور و عوامل ارتباط برقرار کند. در واقع می‌توان اذعان داشت که شتاب تغییرات در عرصه جهانی شدن و انقلاب دیجیتال و هوش مصنوعی، مفاهیم جدیدی را در عرصه تولید و عرضه کالا و خدمات ایجاد کرده است. محصولات و مشاغل بسیاری در اثر این دگرگونی‌ها حذف شده یا خواهند شد و محصولات و مشاغل جدیدی در آستانه ظهور هستند. کشورها و بنگاه‌هایی که بتوانند با این تغییرات منطبق شوند، بهره‌بر بالایی خواهند برد و کشورها و بنگاه‌هایی که نتوانند تغییرات زیرساختی لازم را برای همسویی با فضای جدید کسب‌وکار ایجاد کنند، محکوم به فنا یا رشد منفی چشمگیر خواهند بود.

### پیشنهادها

■ یافته‌های این تحقیق می‌تواند در جایگاه یک سند اولیه کمکی در تدوین استراتژی صنعتی شدن کشور مورد استفاده قرار گیرد. بدان منظور که با توجه به عوامل مهم‌تر، استراتژی‌های فرعی مربوط به بهبود هر عامل به صورت مجزا تدوین شوند و سپس با رویکرد نقاط مرجع استراتژیک، این استراتژی‌های فرعی با هم هماهنگ شده و تشکیل استراتژی کلان کشوری را دهند.

■ با آنکه مخاطب اصلی این پژوهش بیشتر بخش‌های دولتی و حاکمیتی هستند، اما بخش خصوصی و کارآفرینان نیز می‌توانند پیش از شروع کسب‌وکار یا پس از آن، عوامل مهم دخیل در رشد صنعت را شناسایی کنند و با شناخت کمبودهای احتمالی در حوزه زمانی و

مکانی کسب و کار خود، ریسک شکست را کاهش دهند.

■ همچنین اتاق بازرگانی به عنوان پارلمان بخش خصوصی می تواند به کمک این پژوهش و با شناخت مهم ترین عوامل توسعه، کانون توجه خود را در مطالبات صنعتگران و کارآفرینان به دقت و درستی تعیین و با برنامه ریزی یکپارچه و هماهنگ، به دولت و حاکمیت در مسیر توسعه کمک کند.

■ این پژوهش گام نخست در پیشبرد اهداف توسعه صنعتی کشور با رویکرد توسعه صادرات است. به کمک عوامل شناسایی شده در این پژوهش و روابط علی آنها می توان با روش پویایی سیستم ها و تعیین شاخص های کمی برای هر عامل ضمن پیش بینی و شبیه سازی رفتار صنعتی کشور، کاراترین و سریع ترین راه ممکن را برای دستیابی به توسعه صنعتی یافت. به پژوهشگران آتی پیشنهاد می شود با نگاه سیستمی، ریشه مشکلات و موانع موجود را در قالب ساختارها و رفتارها بررسی کنند و برای گام های بعدی صنعتی شدن ساختارهای کارا و بهینه پیشنهاد دهند.

## منابع و مأخذ

۱. امامی، کریم و مهدی ادیب‌پور (۱۳۸۹). «صادرات صنعتی و رشد صنعت در ایران»، فصلنامه مدل‌سازی اقتصادی، دوره ۴، ش ۱۱.
۲. انجمن مدیران صنایع (۱۳۹۸). «بررسی برخی شاخص‌های کلان اقتصادی و وضعیت صنعت در سال ۱۳۹۷ و چشم‌انداز آن در سال ۱۳۹۸ و ارائه راهکارها»، ش ۱۶۱.
۳. اوانز، پیتر (۱۳۸۰). *توسعه یا چپاول: نقش دولت در تحول صنعتی*، ترجمه عباس زندباف و عباس مخبر، تهران، انتشارات طرح نو.
۴. ایمان، محمدتقی و محمودرضا نوشادی (۱۳۹۰). «تحلیل محتوای کیفی»، پژوهش، سال سوم، ش ۲ (پیاپی ۶).
۵. باردن، لورنس (۱۳۷۵). *تحلیل محتوا*، ترجمه ملیحه آشتیانی و محمد یمنی‌دوزی، تهران، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
۶. پوراشرف، یاسان‌اله (۱۳۹۳). «تبیین مشکلات و موانع فراروی توسعه صادرات استان ایلام»، مدیریت بازرگانی، دوره ۶، ش ۱.
۷. پیریایی، خسرو، مونا تاسان و محمد دانش‌نیا (۱۳۹۴). «تأثیر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، نرخ ارز حقیقی و آزادسازی اقتصادی بر صادرات غیرنفتی ایران (همراه با آزمون علیت تودا یا ماموتو)»، تحقیقات اقتصادی، دوره ۵۰، ش ۱.
۸. حبیبی، مسعود (۱۳۸۹). «جامعه‌شناسی دولت نهادی و توسعه صنعتی در ایران»، توسعه تکنولوژی صنعتی، دوره ۸، ش ۱۶.
۹. دانایی‌فرد، حسن، سیدمهدی الوانی و عادل آذر (۱۳۸۳). *روش‌شناسی پژوهش‌های کیفی در مدیریت: رویکردی جامع*، تهران، نشر صفار.
۱۰. درخشانی درآبی، کاوه و یوسف محنت‌فر (۱۳۹۹). «رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه صنعتی (مطالعه موردی استان لرستان)»، فصلنامه علمی پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، ش ۳۹.
۱۱. دلاور، علی (۱۳۹۳). *روش تحقیق در روان‌شناسی و علوم تربیتی*، تهران، نشر ویرایش.
۱۲. رحمانی یوشانلوئی، حسین، منوچهر انصاری، محمد میرکاظمی، محمدرضا ابراهیمی (۱۳۹۲). «شناسایی و اولویت‌بندی موانع صادرات و ارائه راهکارهای توسعه صادرات صنایع کوچک و متوسط در صنایع غذایی آذربایجان غربی»، تحقیقات بازاریابی نوین، دوره ۳، ش ۱.
۱۳. زارعی، قاسم و بنفشه پارسامهر (۱۳۹۷). «شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه صادرات تجهیزات پزشکی با استفاده از رویکرد تئوری داده‌بنیاد»، مدیریت بهداشت و درمان، دوره ۹، ش ۳.
۱۴. سالار، علی، حسین اکبری و غلامرضا صدیق‌اورعی (۱۳۹۸). «بررسی طولی-ملی (۲۰۱۴-۱۹۹۰) نقش



۶. سرمایه اجتماعی در توسعه صنعتی»، مدیریت سرمایه اجتماعی، ۶.
۱۵. سپهردوست، حمید، محسن تارتار و راضیه داوری کیش (۱۳۹۹). «تأثیر بهره‌وری علمی بر رشد صادرات مبتنی بر فناوری برتر»، پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، ش ۴۱.
۱۶. سعید اردکانی، سعید و حسین صیادی تورانلو (۱۳۹۱). «تحلیل چالش‌ها و راهکارهای توسعه صادرات غیرنفتی (مطالعه موردی: صنایع نساجی استان یزد)»، مدیریت فرهنگ سازمانی، ش ۲۶.
۱۷. سلیمی فر، مصطفی (۱۳۸۱). «مطالعه روند تغییرات سطوح توسعه صنعتی و توسعه منطقه‌ای در ایران طی دوره ۱۳۷۵-۱۳۵۵»، تحقیقات اقتصادی، ش ۶۱.
۱۸. سیدجمالی، بیژن (۱۳۸۸). «راهبرد صنعتی شدن و تأثیر آن در تقویت بنیه دفاعی کشور»، فصلنامه مدیریت نظامی، ش ۳۳.
۱۹. صادقی شاهدانی، مهدی و سیدمهدی موسوی برودی (۱۳۹۶). «نقد ساختار صنعتی آسیب‌پذیر در ایران و اولویت‌بندی صنایع براساس اقتصاد مقاومتی»، پژوهشنامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی، دوره ۱۷، ش ۴۳.
۲۰. عجم‌آلو، دارون و جیمزای رایینسون (۱۳۹۶). چرا ملت‌ها شکست می‌خورند، ترجمه محسن میردامادی و محمدحسن نعیمی پور، چاپ هفتم، تهران، نشر روزنه.
۲۱. کرلینجر، فردان (۱۳۷۴). مبانی پژوهش در علوم رفتاری، ترجمه حسن پاشاشریفی و جعفر نجفی‌زند، جلد دوم، تهران، انتشارات آوای نور.
۲۲. کریپندورف، کلوس (۱۳۸۸). تحلیل محتوا مبانی روش‌شناسی، ترجمه هوشنگ نایینی، تهران، نشر نی.
۲۳. کریمی، فرزاد و حسین پیراسته (۱۳۸۳). «ارزیابی و تحلیل تأثیرات متقابل بهره‌وری نیروی انسانی، هزینه‌های تولید و صادرات کالاهای صنعتی در ایران»، تحقیقات اقتصادی، ش ۶۵.
۲۴. مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۳۹۴). «تحلیلی بر محیط کسب‌وکار و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی در ایران»، شماره مسلسل ۱۴۳۷۵.
۲۵. معروفی، یحیی و محمدرضا یوسف‌زاده (۱۳۸۸). تحلیل محتوا در علوم انسانی، همدان، نشر سپهر دانش.
۲۶. مومنی‌راد، اکبر، خدیجه علی‌آبادی، هاشم فردانش و ناصر مزینی (۱۳۹۲). «تحلیل محتوای کیفی در آیین پژوهش: ماهیت، مراحل و اعتبار نتایج»، اندیشه‌گیری تربیتی، سال چهارم، ش ۱۴.
۲۷. نادری، ابوالقاسم، احمد اخوی و شیرین حکیمی (۱۳۷۱). بررسی مسائل و مشکلات صادرات غیرنفتی، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۲۸. ناهیدی، محمدرضا و مهناز حسین پور (۱۳۹۳). «بررسی نقش مدیریت بهره‌وری و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در توسعه صادرات غیرنفتی ایران»، مدیریت بهره‌وری، دوره ۸، ش ۳۰.

۲۹. نیلی، مسعود و حسین درگاهی (۱۳۸۲). خلاصه مطالعات طرح استراتژی توسعه صنعتی کشور، تهران، دانشگاه صنعتی شریف، مؤسسه انتشارات علمی.
۳۰. وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) (الف ۱۳۹۵). «برنامه راهبردی وزارت صنعت معدن تجارت».
۳۱. \_\_\_\_\_ (ب ۱۳۹۵). «شاخص بهره‌وری»، ش ۲۷.
۳۲. \_\_\_\_\_ (۱۳۹۷). «جایگاه بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط در صنعت».
۳۳. \_\_\_\_\_ (۱۳۹۸). «شاخص نوآوری جهانی»، ش ۵.
۳۴. هادی زنوز، بهروز (۱۳۷۹). سرمایه‌گذاری خارجی در ایران، تهران، نشر و پژوهش فرزانه روز.
۳۵. همتی، مریم، داود فیض، عادل آذر و عظیم زارعی (۱۳۹۹). «شناسایی مدل‌های ذهنی مدیران شرکت‌های صنایع غذایی از موانع توسعه صادرات (نمونه‌کاوی: مدیران شرکت‌های لبنی)»، مدیریت بازرگانی، دوره ۱۲، ش ۱.
۳۶. هولستی، ال. رادلف (۱۳۷۳). تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی، ترجمه نادر سالارزاده امیری، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.

37. Aggarwal, S.C. (1986). "South American Exports and Imports: Potentials and Problems", *Management International Review*, Vol. 26.
38. Ahmed, Z.U., J.C. Craig, I. Baalbaki and T.V. Hadadian (2004). "Export Barriers and Firm Internationalisation: a Study of Lebanese Entrepreneurs", *Journal of Management and World Business Research*, Vol. 1, No. 1.
39. Altintas, M.H., T. Tokol and T. Harcar (2007). "The Effects of Export Barriers on Perceived Export Performance: an Empirical Research on SMEs in Turkey", *Euromed Journal of Business*, Vol. 2, No. 1.
40. Asian Productivity Organization (2019). "APO Productivity Databook 2019".
41. Bagchi-Sen, S. (1999). "The Small and Medium Sized Exporters' Problems: An Empirical Analysis of Canadian Manufacturers", *Regional Studies*, Vol. 33, No. 3.
42. Balassa, B. (1978). "Export and Economic Growth", *Journal of Development Economic*, 5.
43. Basakha, M. and S.H.M. Kamal (2019). "Industrial Development and Social Welfare: A Case Study of Iran", *Socio-economic Planning Sciences*, 68, 100661.
44. Beattie, M.A. (2009). *The Role of Education in Economic Development*, Gonzaga University.
45. Bodur, M. (1986). "A Study on the Nature and Intensity of Problems Experienced by Turkish Exporting Firms", *Advances in International Marketing*, Vol. 1.

46. Brooks, M.R. and A. Frances (1991). "Barriers to Exporting: an Exploratory Study of Latin American Companies", in F.H.R. Seringhouse and P. Rosson (eds), *Export Development and Promotion: The Role of Public Organizations*, Kluwer, Boston, MA.
47. Burgess, S.M. and N. Oldenboom (1997). "South African and Singaporean Exporters: Their Attitudes, Information Sources and Export Problems", *South African Journal of Business Management*, Vol. 28.
48. Cardoso, J.F.M. (1980). *Government Export Incentives as Perceived by Brazilian Exporters of Manufactured Goods*, Unpublished Dissertation, Rio de Janeiro.
49. Cornell University, INSEAD and WIPO (2020). "The Global Innovation Index 2020: Who Will Finance Innovation?", Ithaca, Fontainebleau and Geneva.
50. Craig, J.C. and Z.U. Ahmed (2005). "The Impact of Barriers to Export on Export Marketing Performance", *Journal of Global Marketing*, Vol. 19, No. 1.
51. Da Silva, P.A. and A. Da Rocha (2001). "Perception of Export Barriers to Mercosur by Brazilian Firms", *International Marketing Review*, Vol. 18, No. 6.
52. Dymsha, W.A. (1983). *A National Export Strategy for Latin American Countries*, In Cizinkota, M.R. (ed.), *US-Latin American Trade Relations: Issue and Concerns*, Praeger Press, New York, NY.
53. Elo, S. and H. Kyngäs (2008). "The Qualitative Content Analysis Process", *Journal of Advanced Nursing*, 62 (1).
54. Figueiredo, K.F. and L.F. Almeida (1988). *Export Barriers in Brazil*, in Da Rocha, A. (ed.), *The Management of Exporting in Brazil: Problems and Opportunities*, Haworth Press, Sao Paulo.
55. Global Entrepreneurship Monitor (2013). *Global Entrepreneurship Report*.
56. Gwet, K.L. (2014). *Handbook of Inter-rater Reliability: The Definitive Guide to Measuring the Extent of Agreement Among Raters*, Advanced Analytics, LLC.
57. Harvie, C. and H.H. Lee (2003). "Export-led Industrialization and Growth: Korea's Economic Miracle, 1962-1989", *Australian Economic History Review*, 43 (3).
58. Hasan, A.S. (1998). "New Directions in Exports", *Economic Review*, Vol. 29.
59. Helpman, E. and P.R. Krugman (1985). *Market Structure and Foreign Trade: Increasing Returns, Imperfect Competition, and the International Economy*, Cambridge, MA: MIT Press.
60. Heritage (2020). "Index of Economic Freedom Report 2020".
61. Johnson, A. (2006). "FDI and Exports: The Case of the High Performing East Asian Economies", Working Paper Series in Economics and Institutions of Innovation with, No. 57.
62. Karakaya, F. and T. Harcar (1999). "Barriers to Export for Non-exporting Firms in Developing Countries", *Academy of Marketing Studies Journal*, Vol. 3, No. 2.

63. Kaleka, A. and S. Katsikeas (1995). "Exporting Problems: The Relevance of Export Development", *Journal of Marketing Management*, Vol. 11.
64. Karafakioglu, M. (1986). "Export Activities of Turkish Manufacturers", *International Marketing Review*.
65. Kasahara, S. (2004). *The Flying Geese Paradigm: A Critical Study of its Application to East Asian Regional Development* (UNCTAD Discussion Pages).
66. Kemp, T. (2014). *Industrialization in Nineteenth Century Europe*, Routledge.
67. Köksal, M.H. and T. Kettaneh (2011). "Export Problems Experienced by High-and Low-performing Manufacturing Companies", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 23 (1).
68. Kojima, K. (1985). "Japanese and American Direct Investment in Asia: A Comparative Analysis", *Hitotsubashi Journal of Economics*, 26.
69. Kotler, P. and K.L. Keller (2016). *Marketing Management 15th Edition*, Pearson Prentice Hall.
70. Leonidou, L.C. (2000). "Barriers to Export Management: An Organizational and Internationalization Analysis", *Journal of International Management*, Vol. 6, No. 2.
71. ——— (2004). "An Analysis of the Barriers Hindering Small Business Export Development", *Journal of Small Business Management*, Vol. 42, No. 3.
72. Li, L. (2004). "An Examination of Foreign Market Knowledge of Exporting Firms Based in the Peoples Republic of China: it's Determinants and Effects on Export intensity", *Industrial Marketing Management*, Vol. 33.
73. Markusen, J. and J. Venables (1998). "Multinational Firms and the New Trade Theory", *Journal of International Economics*, 46.
74. Morgan, D.L. (1993). "Qualitative Content Analysis: A Guide to Paths not Taken", *Qualitative Health Research*, Vol. 1.
75. Morgan, R.E. and C.S. Katsikeas (1997). "Obstacles to Export Initiation and Expansion", *Omega: The International Journal of Management Science*, Vol. 25, No. 6.
76. Moini, A. (1997). "Barriers Inhibiting Export Performance of Small and Medium-sized Manufacturing Firms", *Journal of Global Marketing*, Vol. 10, No. 4.
77. Mundell, R. (1957). "International Trade and Factor Mobility", *American Economic Review*, 47.
78. Neamtu, D.M. (2015). "Education, the Economic Development Pillar", *Social and Behavioral Sciences*, 180.
79. Neuendorf, K.A. (2011). "Content Analysis—a Methodological Primer for Gender Research", *Sex Roles*, 64 (3-4).
80. ——— (2002). *The Content Analysis Guidebook*, Sage.
81. OECD (2012). "Education Today 2013: The OECD Perspective", OECD

Publishing. [http://dx.doi.org/10.1787/edu\\_today-2013-en](http://dx.doi.org/10.1787/edu_today-2013-en)

82. Ortega, S. (2003). "Export Barriers: Insights from Small and Medium- sized Firms", *International Small Business Journal*, Vol. 21, No. 4.
83. Owens, T. and A. Wood (1997). "Export-oriented Industrialization Through Primary Processing?", *World Development*, 25 (9).
84. Pana, M.C. and C. Mosora (2013). "From Quantity To Quality in Addressing the Relationship between Education and Economic Development", *Social and Behavioral Sciences*, 93.
85. Pessoa, A. (2005). "FDI and TFP in OECD Countries: Evidence from Aggregate Data", FEP Working Papers, No. 188.
86. Porter, M.E. (1979). *The Structure Within Industries and Companies' Performance*, The Review of Economics and Statistics.
87. Rauch, J.E. and P.B. Evans (2000). "Bureaucratic Structure and Bureaucratic Performance in Less Developed Countries", *Journal of Public Economics*, 75 (1).
88. Syrquin, M. and H. Chenery (1989). "Three Decades of Industrialization", *The World Bank Economic Review*, 3 (2).
89. Scott, A.J. (2006). "Entrepreneurship, Innovation and Industrial Development: Geography and the Creative Field Revisited", *Small Bus Econ*, 26.
90. Stemler, S. (2001). "An Overview of Content Analysis", available at: <http://pareonline.net/getvn.asp?v=7&n=17>
91. Tesfom, G. and C. Lutz (2006). "A Classification of Export Marketing Problems of Small and Medium Sized Manufacturing Firms in Developing Countries", *International Journal of Emerging Markets*, 1.
92. United Nations Industrial Development Organization (2019). "Industrial Development Report 2020. Industrializing in the Digital Age", Vienna.
93. ——— (2016). "Industrial Development Report 2016 The Role of Technology and Innovation in Inclusive and Sustainable Industrial Development", Vienna.
94. ——— (2013). "Industrial Development Report 2013 Sustaining Employment Growth", Vienna.
95. United Nations Development Program (2019). "Human Development Report 2019".
96. United Nations Conference on Trade and Development (2019). "World Investment Report 2019".
97. Vernon, R. (1992). "International Investment and International Trade in the Product Cycle", In *International Economic Policies and Their Theoretical Foundations*, Academic Press.
98. Weaver, M.K. and J. Pak (1990). "Export Behaviour and Attitudes of Small-and Medium-sized Korean Manufacturing Firms", *International Small Business Journal*,

Vol. 8.

99. World Economic Forum (2016). "Global Competitiveness Report 2016".

100. ——— (2019). "Global Competitiveness Report 2019".

101. World Bank (2019). "Doing Business 2019 (Training for Reform)".

102. Zonooz, B.H. (2013). "An Overview of Industrial Policies in Iran and Korea in 1960-2012", *Money and Economy*, 8 (1).

