



ارزیابی فرصت‌ها و تهدیدهای بازار واردات ایران با روش تصمیم‌گیری چند معیاره

محمدعلی موسایی* (الف)، زکيه شوشتریان (ب)

الف: دکتری مدیریت بازاریابی، گروه مدیریت دانشگاه آزاد مرودشت

ب: دکتری مدیریت بازاریابی، گروه مدیریت دانشگاه آزاد مرودشت

چکیده

هدف پژوهش حاضر ارزیابی فرصت‌ها و تهدیدهای بازار واردات با روش تصمیم‌گیری چند معیاره (مطالعه موردی: بازار واردات ایران) است. جامعه پژوهش موردنظر مدیران شرکت‌های تجاری (صادراتی و وارداتی) است. ابزار تحقیق پرسشنامه محقق ساخته است که بر اساس عوامل مؤثر بر بازار واردات طراحی شده است. ۴ معیار و ۱۱ زیر معیار شناسایی شدند. در روش‌های دلفی و تحلیل شبکه‌ای فازی جامعه آماری تحقیق، کارشناسان و مدیران شرکت بودند. با استفاده از روش گلوله برفی، ۱۰ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. برای بررسی وضعیت موجود عوامل غربالگری شده با استفاده از دیدگاه کارکنان شرکت، حجم جامعه آماری یعنی مدیران شرکت‌های تجاری (صادراتی و وارداتی)، حدود ۳۴۰ نفر تخمین زده شد و با استفاده از فرمول کوکران، تعداد افراد نمونه محاسبه گردید. با استفاده از فرمول کوکران ۱۸۱ نفر به‌عنوان نمونه در این تکنیک به‌طور تصادفی انتخاب شدند؛ بنابراین ابتدا با استفاده از تکنیک دلفی، معیارها شناسایی شدند و در تکنیک تحلیل عامل اکتشافی دسته‌بندی شدند و با استفاده از روش تحلیل شبکه‌ای فازی رتبه‌بندی شدند. نتایج تحقیق بیانگر این است که در سطح معیارهای اصلی، عوامل اقتصادی در بازار واردات در اولویت اول قرار دارد. با توجه به شرایط کشور ایران و تحریم‌های موجود و مشکلات متعدد تأمین مالی واردات، می‌توان گفت، واردات در کالاهای غیرضروری هزینه‌های بالایی بر دولت تحمیل می‌کند که از جمله کاهش نرخ اشتغال است. با توجه به بیانات رهبر انقلاب اسلامی و شعار توسعه‌ی تولید ملی در جهت دور زدن تحریم‌های اقتصادی و شکوفایی اقتصادی، واردات در کالاهای ضروری می‌بایست به کمترین مقدار خود برسد. تا زمانی که به‌صورت داخلی بتوان انتقال فناوری را جایگزین نمود، بهتر است در تأمین کالاهای اساسی از واردات بهره‌گرفت.

واژگان کلیدی: بازار واردات، فرصت‌های واردات، تهدیدات واردات، تحلیل شبکه‌ای

مقدمه

در نظریه‌های اقتصادی، در مورد وجود رابطه دوطرفه میان صادرات و رشد اقتصادی، تحقیقات گسترده‌ای وجود دارد (گابریل و همکاران، ۲۰۱۴). از این‌رو، کارهای تجربی زیادی نیز به بررسی این موضوع پرداخته است؛ اما در مقایسه با مطالعات تجربی انجام‌شده در زمینه صادرات، مطالعات اندکی در مورد رابطه بین واردات و رشد اقتصادی وجود دارد (هالیکنین و لوکانین، ۲۰۱۸). دلیل این امر این است که رابطه بین واردات و رشد اقتصادی، پیچیده‌تر از رابطه صادرات و رشد اقتصادی است. تقاضا برای واردات کالاها، تابع عوامل اقتصادی و غیراقتصادی از قبیل نرخ ارز (یا قیمت‌های نسبی)، روابط سیاسی، فعالیت‌های اقتصادی، شرایط اقتصادی داخلی و خارجی، هزینه‌های تولید و پیشامدهای سیاسی است. با این حال، عوامل اصلی تعیین‌کننده میزان تقاضا برای گسترش واردات، قیمت‌های نسبی کالاها و درآمد است (گرینلند و همکاران، ۲۰۱۶). همچنین، مطالعات اخیر در الگوهای رشد بیانگر این است که واردات فناوری و دانش، از عوامل مؤثر بر رشد هستند (عزیزنژاد و همکاران، ۱۳۹۰).

بر اساس تعاریف اقتصادی، کالاها را می‌توان به کالاهای سرمایه‌ای، واسطه‌ای و مصرفی طبقه‌بندی نمود که این نوع طبقه‌بندی، بیشتر مورد استفاده کارشناسان و برنامه‌ریزان اقتصادی کشور قرار می‌گیرد. معیار این طبقه‌بندی بر اساس نقش کالا در تولید و مصرف بوده است. چنانچه کالا عهده‌دار نقشی در تولید نباشد، آن کالا مصرفی تلقی شده و در غیر این صورت، سرمایه‌ای و یا واسطه‌ای است. کالاهای سرمایه‌ای به آن دسته از کالاها گفته می‌شود که به‌طور مستقیم در تولید کالاها یا خدمات استفاده می‌شود (نیلی، ۱۳۹۲). کالاهای واسطه‌ای به کالاهایی گفته می‌شود که در فرآیند تولید، تغییر شکل یافته و یا تکمیل‌شده و به‌صورت کالایی جدید تبدیل می‌شوند. طبقه‌بندی ذکرشده، از جمله ابزارهای مهمی است که کارشناسان و برنامه‌ریزان اقتصادی کشور می‌توانند با مطالعه و بررسی و تجزیه و تحلیل آن، جایگاه کشور را در مسیر رشد و توسعه اقتصادی مشخص نمایند. با این طبقه‌بندی می‌توان خصلت و چگونگی وابستگی اقتصادی کشور را تعیین کرد، بدان معنی که اگر بتوان واردات کشور را به‌طور صحیح به سه طبقه پیش‌گفته تقسیم‌بندی نمود، آنگاه با مطالعه ترکیب واردات و سیر تغییرات زمانی و ترکیب ذکرشده، می‌توان به جهت‌گیری و گرایش عمده اقتصادی کشور دست‌یافت و همچنین به این نکته پی برد که برنامه‌ها و سیاست‌هایی که سیاست‌گذاران اقتصادی به توصیه کارشناسان و برنامه‌ریزان اقتصادی اتخاذ کرده‌اند، به‌طور عمده به واردات چه گروهی از کالاها منجر می‌شود و درنهایت، می‌توان جهت‌گیری فعالیت‌های صنعتی و تولیدی را شناسایی کرد و وابستگی آن‌ها را به خارج تعیین نمود (نیلی، ۱۳۹۲؛ میشر، ۲۰۱۲؛ تقوی و همکاران، ۱۳۹۲).

کشورهای در حال توسعه به دلیل نوع ساختاری به میزان قابل‌توجهی واردات کالاهای مصرفی دارند، به همین دلیل بررسی میزان اثرگذاری واردات کالاهای مصرفی در این کشورها از اهمیت ویژه‌ای دارد. پژوهش‌های موجود به بررسی و ارزیابی بر اساس سری زمانی یک کشور بوده که یافته‌های حاصل از آن پژوهش‌ها همراه با تورش بوده است (سیف و همکاران، ۱۳۹۲). در جهان امروز کشوری نیست که بتواند تمامی نیازهای جامعه خود را بدون تولیدات و خدمات سایر کشورها رفع کند. اگر این توان و شرایط در کشوری هم وجود داشته باشد به لحاظ اقتصادی مقرون‌به‌صرفه نیست (شاه‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۸). در نتیجه مقوله مبادله کالاها و خدمات میان کشورها بر اساس مزیت‌های نسبی و مطلق مطرح می‌شود (هریاس و همکاران، ۲۰۱۳). یکی از معیارها در ارزیابی توان اقتصادی هر کشور، تراز تجاری آن است که صادرات و واردات دو رکن اصلی این تراز هستند. همچنین در تجزیه و تحلیل مسائل کلان و سیاست‌گذاری‌های اقتصادی، بررسی تابع

تقاضای واردات از اهمیت خاصی در شناخت الگوی اقتصاد کلان و کارایی سیاست‌های بازرگانی کشور دارد (فلاحی و همکاران، ۱۳۹۴). از این رو هر تغییر و تحولی که در واردات صورت گیرد، در فرآیند تولید، رشد و توسعه تأثیر مهمی دارد؛ بنابراین اتخاذ سیاست‌های مناسب برای واردات حائز اهمیت است، اما انتخاب استراتژی صحیح برای واردات وابسته به در نظر گرفتن عوامل مؤثر بر آن است (میشرا، ۲۰۱۲).

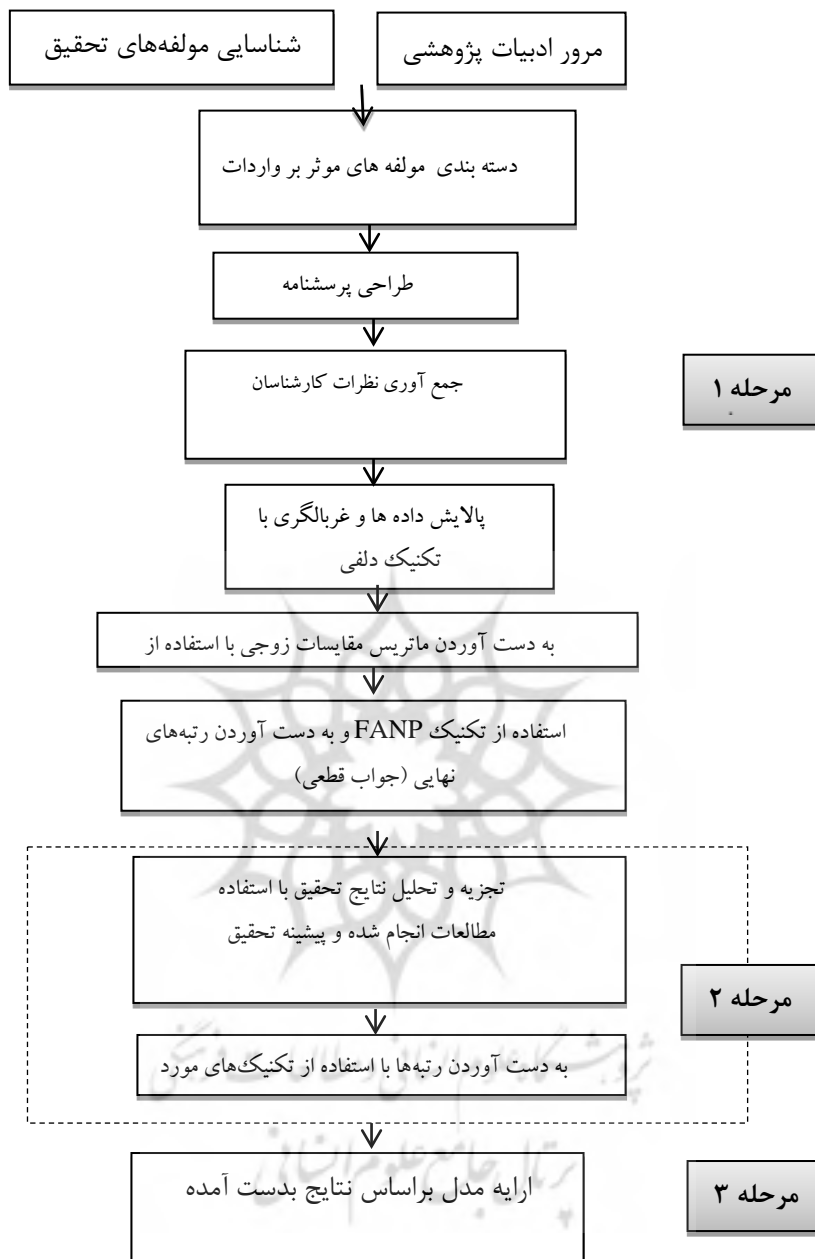
می‌توان گفت یکی از مسائل عمده و قابل طرح در زمینه واردات، بررسی عوامل مؤثر بر آن است (ژانگ، ۲۰۱۶). برای این منظور و با توجه به اجزای اصلی واردات کشور، مناسب است که این بررسی بر اساس تهدیدات و فرصت‌های موجود انجام شود. همچنین با توجه به اینکه کشور ایران از موقعیت حساس و استراتژیک در منطقه برخوردار است و با توجه به معیارهایی که در روند انقلاب و پس از سال‌های دفاع مقدس به عنوان اصول اساسی و ارزشی کشور مانند استقلال و خودکفایی و عدم وابستگی به کشورهای بیگانه مطرح و پیگیری و اجرا شده است، شناسایی عوامل مؤثر بر تقاضای واردات از اهمیت خاصی برخوردار است. همچنین با توجه به شرایط تحریم که از ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی اعمال شده، ضروری است که برای جلوگیری از بروز مشکلات ناشی از تحریم‌ها، ضمن تشخیص به هنگام تهدیدات و فرصت‌های موجود، اولویت و اهمیت آن‌ها تعیین شوند. این تحقیق با تکیه بر مباحث مبنایی و نظری موضوع و با توجه به تحقیقات تجربی و کارهای انجام شده در داخل و خارج کشور، به دنبال پاسخی برای این سؤال است که تهدیدات و فرصت‌های بازار واردات ایران چیست؟

مدل مفهومی و چارچوب نظری تحقیق

چارچوب نظری تحقیق یک الگوی مفهومی است مبنی بر روابط تئوریک میان شماری از عواملی که در مورد مسئله پژوهش با اهمیت تشخیص داده شده اند، بنابراین چارچوب نظری چیزی نیست جز تعیین شبکه روابط موجود میان متغیرهای مرتبط با یک مسئله.

در تحقیق حاضر به طور توأمان از دو رویکرد تحقیق کیفی و کمی با توجه به نوع داده‌ها و شرایط استفاده شده است. در بخش کیفی به شناسایی عوامل مؤثر بر بازار واردات پرداخته می‌شود و با تحلیل دلفی عوامل ارزیابی و غربالگری شده و با استفاده از تکنیک تحلیل شبکه ای فازی رتبه بندی می‌شوند. به طور کلی در فرآیند رشد اقتصادی کشورهای در حال توسعه به علت وابستگی شدید این کشورها از یک سو به درآمدهای مالیاتی و از سوی دیگر به واردات مواد اولیه مورد نیاز جهت توسعه صنعتی، تجارت خارجی نقش مهم و انکارناپذیری را ایفا می‌کند. عدم توجه به این مسئله مهم در تحقیقات و بررسی‌های مربوط به رشد اقتصادی از طریق واردات، پیش‌بینی‌های مربوط به آینده را مبهم می‌کند. بررسی پژوهش‌های موجود بیانگر این است که تجارت بین الملل از طریق واردات کالاهای سرمایه‌ای و واسطه‌ای سبب افزایش نرخ رشد کشورهای در حال توسعه می‌شود ولی واردات کالاهای مصرفی بر رشد اقتصادی و دیگر عوامل (مانند نرخ اشتغال، نرخ ارز و...)، تأثیر منفی دارد؛ بنابراین بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای بازار واردات حائز اهمیت است. هدف اصلی این تحقیق بررسی عوامل مؤثر بر بازار واردات و فرصت‌ها و تهدیدهای ناشی از گسترش بازار واردات در ایران است. بنابراین اهداف تحقیق عبارتند از:

- ۱- شناسایی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر بازار واردات
- ۲- شناسایی درجه اهمیت عوامل مؤثر بر بازار واردات
- ۳- ارزیابی فرصت‌ها و تهدیدات بازار واردات



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی است؛ و از منظر گردآوری داده‌ها توصیفی - پیمایشی است و شامل مجموعه روش‌هایی است که هدف آن‌ها توصیف کردن شرایط پدیده‌های موردبررسی، بدون تلاش در جهت تغییر و یا تأثیر در وضعیت موجود و مورد مطالعه است. هدف محقق آزمون اهداف تحقیق است که از پیش بر اساس شواهد و اطلاعات خود ارائه نموده و در نهایت تعمیم نتایج به دست آمده به کل جامعه آماری است. برای بررسی وضعیت موجود عوامل غربالگری شده با استفاده از دیدگاه کارکنان شرکت، حجم جامعه آماری یعنی مدیران شرکت های تجاری (صادراتی و وارداتی)، حدود ۳۴۰ نفر تخمین زده شد و با استفاده از فرمول

کوکران، تعداد افراد نمونه ۱۸۱ نفر محاسبه گردید. ، با توجه به کوچک بودن تعداد افراد جامعه، از روش تمام شماری استفاده شد. در این پژوهش پرسشنامه بر اساس معیارهای بررسی شده طراحی شده است. به‌منظور شناسایی و غربالگری معیارها از روش دلفی استفاده می‌شود. برای اولویت‌بندی معیارها از روش تحلیل شبکه ای FANP استفاده شده است. نرم‌افزارهای مورد استفاده EXCEL و MATLAB هست.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

شناسایی معیارهای مؤثر بر بازار واردات

در گام نخست کوشش شده‌است تا شاخص‌های مؤثر بر بازار واردات شناسایی شوند. مجموعه‌ای از شاخص‌های مؤثر بر اساس ادبیات پژوهش، مصاحبه‌های ساخت‌یافته و نیم‌ساخت‌یافته تعیین شده‌است. برای غربال شاخص‌ها و شناسایی شاخص‌های نهایی از تکنیک دلفی فازی F-Delphi استفاده شده‌است. دیدگاه ۱۰ کارشناس پیرامون هر شاخص در جدول ۱ نمایش داده شده‌است:

معیارهای شناسایی شده عبارت‌اند از:

A1- تأمین کالای مصرفی

A2- تولید ناخالص داخلی

A3- تورم

A4- نرخ ارز

A5- اشتغال

A6_ تکنولوژی

A7- سیاست‌های خارجی

A8- تحریم

A9- رقابت

A10- تحقیق و توسعه

A11_ نحوه استفاده از منابع

در این مطالعه آستانه تحمل ۷ در نظر گرفته شده‌است؛ بنابراین مقدار فازی زدائی شده بزرگ‌تر از ۷ مورد قبول است و هر شاخصی که امتیاز بالای ۷ داشته باشد تأیید می‌شود.

جدول ۱- میانگین فازی دیدگاه پنل خبرگان برای هریک از شاخص‌های تحقیق

Result	Crisp	mean	
پذیرش	۷.۲۷	(۹,۷.۸۱,۵)	A1
پذیرش	۷.۳۱	(۹,۷.۹۳,۵)	A2
پذیرش	۷.۱۷	(۹,۷.۵۲,۵)	A3
پذیرش	۷.۲۱	(۹,۷.۶۲,۵)	A4
پذیرش	۷.۲۰	(۹,۷.۵۹,۵)	A5
پذیرش	۷.۸۲	(۹,۸.۴۷,۶)	A6
پذیرش	۷.۰۷	(۹,۷.۲,۵)	A7
پذیرش	۷.۳۴	(۹,۸.۰۳,۵)	A8
پذیرش	۷.۲۷	(۹,۷.۸,۵)	A9
پذیرش	۷.۰۰	(۹,۷.۰۱,۵)	A10
پذیرش	۷.۲۱	(۹,۷.۶۲,۵)	A11

براین اساس شاخص‌هایی که از اهمیت بالایی برخوردار بوده انتخاب شده و برای تعیین اولویت نهایی مورد استفاده قرار خواهند گرفت.

تحلیل عاملی اکتشافی

با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی به متغیرهای پنهان یک مدل پی‌برده می‌شود. با تحلیل عاملی نشان داده می‌شود کدام دسته از عناصر و گویه‌های پرسشنامه با یکدیگر همبستگی بیشتری دارند و گویه‌های یک سازه پنهان را تشکیل می‌دهند. در یک مدل خوب طراحی شده، مجموعه سنج‌های هر متغیر پنهان با یکدیگر همبستگی بالایی داشته و با سایر سنج‌های پرسشنامه همبستگی پائینی دارند. اگر سنج‌های فاقد چنین مشخصاتی باشد و در هیچ دسته‌ای قرار نگیرد باید در مورد استفاده از آن سنج بازنگری به خرج داد. در بسیار موارد با تحلیل عاملی می‌توان درباره صحت و پایداری یک مقیاس اظهار نظر کرد. در اینجا روش استخراج مولفه‌های اصلی (PCA) و چرخش واریماکس استفاده شده است. در این مطالعه موردی ابتدا معیارهای سنجش متغیرهای پژوهش بر اساس مطالعات انجام گرفته و مصاحبه‌های تخصصی و استفاده از تکنیک دلفی انجام شده، شناسایی شده است. در مجموع مقیاسی مرکب از ۱۱ معیار طراحی شده است. برای خوشه بندی عناصر از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است. گام‌های درستی این ادعا در نرم‌افزار SPSS به صورت زیر است.

محاسبه KMO

پیش از اقدام به استفاده از روش تحلیل عاملی باید از کافی بودن حجم نمونه جهت تحلیل عاملی اطمینان حاصل شود. یکی از روش‌های بررسی کفایت نمونه جهت تحلیل عاملی محاسبه شاخص کفایت نمونه است که آن را با نماد KMO نمایش می‌دهند. برون داد نرم‌افزار SPSS برای آماره KMO مانند زیر است:

جدول ۲- برونداد نرم افزار SPSS برای KMO

ضریب کی ام او برای تعیین بسندگی حجم نمونه		۹/۷۲۷
آماره آزمون بارتلت	آماره کای اسکور	۵۹۷۷/۸۳۰
	درجه آزادی	۲۳۹
	سطح معناداری	۰/۰۰۰

اگر مقدار شاخص KMO بیش از ۰/۷ باشد حجم نمونه برای تحلیل عاملی مناسب است. مقدار KMO نیز ۰/۷۲ و در بازه مورد قبول بدست آمد، بنابراین مرحله دوم شروع می شود.

استخراج مولفه‌ها

مرحله بعدی استخراج مولفه‌ها است. به این منظور باید بار عاملی محاسبه شود. همبستگی هر متغیر مشاهده‌پذیر (سنجه‌ها) با هر عامل (متغیر پنهان)، بار عاملی نامیده می شود و مقدار آن بین $[-۱+۱]$ است. واریانس تبیین شده توسط هر عامل برابر است با مجموع مجذور بارهای عاملی آن. این واریانس مقدار ویژه نامیده می شود که اولین مقدار ویژه همیشه بزرگ تر از یک و برای عامل‌های بعدی کوچکتر می شود. هر متغیر برای قرار گرفتن در مقیاس باید حداقل یک بار عاملی غیر صفر داشته باشد و با چند متغیر همبستگی بالا داشته باشد.

نتایج تحلیل مولفه اصلی قبل از چرخش در برونداد نرم افزار SPSS مشابه جدول ۴-۸ است. بر طبق این جدول ۴ عامل مقدار ویژه‌ای بالاتر از ۱ دارند و در حدود ۵۹٪ از واریانس متغیر اندازه‌گیری شده را تبیین می کنند. برای استخراج مولفه‌ها از ماتریس مولفه‌ها استفاده می شود. ماتریس مولفه‌ها در برونداد نرم افزار SPSS در این مطالعه ۴ خوشه را شناسائی کرده است؛ یعنی مسئله مورد بررسی دارای ۴ فاکتور است. شناسائی مولفه‌ها قبل از چرخش صورت می گیرد.

جدول ۳- شناسایی عوامل ارزیابی بازار واردات با تحلیل عاملی اکتشافی

عوامل استخراج شده	مقدار ویژه عامل	درصد واریانس تبیین شده توسط عامل	درصد کل واریانس تبیین شده
عامل ۱	۷/۲۳۴	۱۹/۳۳۹	۱۹/۳۳۹
عامل ۲	۶/۵	۱۷/۰۲۵	۳۶/۳۶۳
عامل ۳	۵/۳۴۱	۱۲/۳۵۹	۴۸/۷۲۲
عامل ۴	۳/۳۶	۱۰/۱۷	۵۸/۸۹۲

استخراج آیتم‌ها

استخراج آیتم‌ها پس از چرخش واریانس صورت می گیرد. برای استخراج آیتم‌ها پس از چرخش از جدول Rotated Component Matrix استفاده می شود. با توجه به داده‌های مندرج در جدول ۴ گویه‌هایی که بار عاملی بزرگ تر از ۰/۳ با عامل مورد نظر را داشته‌اند انتخاب شده و از سایر گویه‌های صرف نظر می شود.

جدول ۴- ماتریس چرخشی آیتم ها

معیارها	عامل ۱	عامل ۲	عامل ۳	عامل ۴
A1- تأمین کالای مصرفی	۰/۶۱۵	۰/۱۱۲	۰/۲۳۲	۰/۲۱۵
A2- تولید ناخالص داخلی	۰/۷۲۲	۰/۲۱۵	۰/۱۱۷	۰/۲۴۰
A3- تورم	۰/۶۸۱	۰/۲۴۵	۰/۲۸۰	۰/۱۰۹
A4- نرخ ارز	۰/۶۲۲	۰/۳۳۱	۰/۲۴۰	۰/۲۱۳
A5- اشتغال	۰/۳۳۹	۰/۷۷۹	۰/۲۳۰	۰/۱۵۴
A6_ تکنولوژی	۰/۱۴۲	۰/۶۸۸	۰/۱۸۰	۰/۱۲۳
A7- سیاست‌های خارجی	۰/۲۰۱	۰/۱۷۷	۰/۵۴۲	۰/۲۱۷
A8- تحریم	۰/۳۶۳	۰/۰۶۲	۰/۵۹۴	۰/۱۷۵
A9- رقابت	۰/۰۵۷	۰/۲۶۵	۰/۰۱۹	۰/۶۵۸
A10- تحقیق و توسعه	۰/۲۳۳	۰/۲۷۸	۰/۴۷۷	۰/۶۹۱
A11_ نحوه استفاده از منابع	۰/۰۸۷	۰/۲۵۸	۰/۱۱۸	۰/۶۲۷

بر اساس جدول ۴، ۱۱ معیار بر اساس ضریب همبستگی که با هریک از ۴ عامل به دست آمده داشته اند، در عامل های مختلف قرار گرفته اند. هرکدام از معیار ها که با عامل یاد شده همبستگی بالا و مثبت تری داشته باشد، در دسته بندی ان عامل قرار می گیرد.

جدول ۵- نتایج حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی

عامل	درصد واریانس تعیین شده	معیار
عامل ۱ عوامل اقتصادی	۱۹/۳۳۹	A1- تأمین کالای مصرفی A2- تولید ناخالص داخلی A3- تورم A4- نرخ ارز
عامل ۲ عوامل اجتماعی	۱۷/۰۲۵	A5- اشتغال A6_ تکنولوژی
عامل ۳ عوامل سیاسی	۱۲/۳۵۹	A7- سیاست‌های خارجی A8- تحریم
عامل ۴ عوامل عملکردی	۱۰/۱۷	A9- رقابت A10- تحقیق و توسعه A11_ نحوه استفاده از منابع

رتبه بندی عوامل سازمانی مؤثر بر بازار واردات در این مرحله با استفاده از روش تحلیل شبکه ای فازی در نرم افزار SuperDecision معیارهای شناسایی شده مورد ارزیابی و رتبه بندی قرار گرفتند.

تعیین اولویت عناصر مدل با استفاده از تکنیک ANP

در گام نخست معیارها و زیر معیارهای مطالعه شناسائی و انتخاب شد. معیارهای اصلی مطالعه عبارت‌اند از: عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، عوامل سیاسی و عوامل عملکردی. برای هر یک از معیارهای اصلی زیرمعیارهایی شناسائی شده است. در مجموع ۱۱ زیرمعیار شناسائی شده است. در گام نخست برای شناسائی زیرمعیارها از ادبیات پژوهش و مصاحبه‌های تخصصی استفاده شده است. همچنین معیارها و زیرمعیارهای پژوهش با اندیس عددی به صورت جدول ۶ نامگذاری شده‌اند تا در جریان پژوهش به سادگی قابل ردیابی و مطالعه باشد.

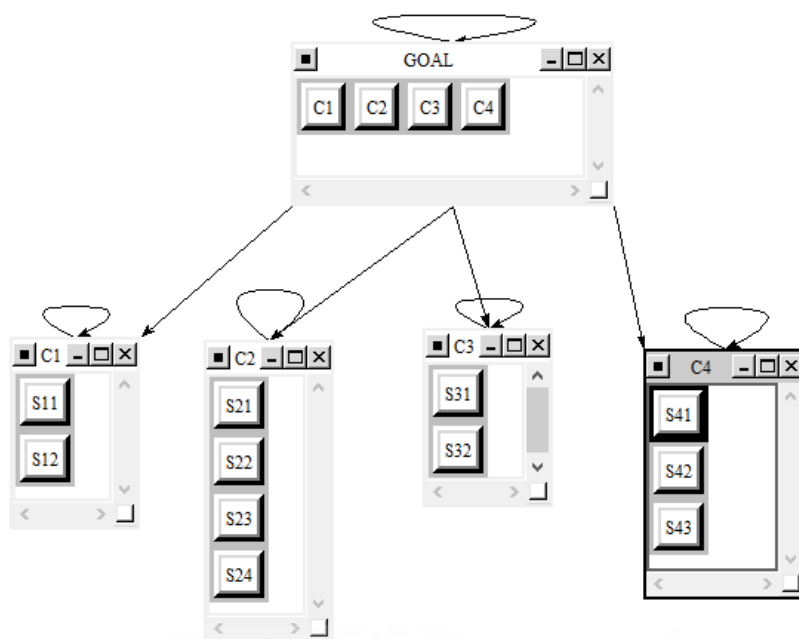
جدول ۶- معیارها و زیرمعیارهای پژوهش

نماد	زیرمعیارها	معیارها	نماد
S11	تأمین کالای مصرفی	عوامل اقتصادی	C1
S12	تولید ناخالص داخلی		
S13	تورم		
S14	نرخ ارز		
S21	اشتغال	عوامل اجتماعی	C2
S22	تکنولوژی		
S31	سیاست‌های خارجی	عوامل سیاسی	C3
S32	تحریم		
S41	رقابت	عوامل عملکردی	C4
S42	تحقیق و توسعه		
S43	نحوه استفاده از منابع		

در این پژوهش برای تعیین وزن شاخص‌های مدل از تکنیک تحلیل شبکه‌ای (ANP) استفاده شده است. مراحل انجام تحلیل به صورت زیر است:

- ۱- اولویت‌بندی معیارهای اصلی بر اساس هدف از طریق مقایسه زوجی
- ۲- شناسایی روابط درونی میان معیارهای اصلی با تکنیک دیمتل
- ۳- اولویت‌بندی هر یک از زیرمعیارها در خوشه مربوط به خود از طریق مقایسه زوجی
- ۴- محاسبه سوپرماتریس اولیه، سوپرماتریس موزون و سوپرماتریس حد

برای مقایسه زوجی عناصر از مقیاس نه درجه ساعتی استفاده شده است. مقیاس نه درجه ساعتی توسط توماس ساعتی واضح تئوری تحلیل شبکه‌ای ارائه شده است. همچنین در این مطالعه برای کمی کردن مقادیر از رویکرد فازی استفاده شده است؛ بنابراین طیف فازی ساعتی مورد استفاده قرار گرفته است.



شکل ۲- مدل شبکه‌ای عوامل موثر بر واردات

تعیین اولویت معیارهای اصلی بر اساس هدف

برای انجام تحلیل شبکه نخست معیارهای اصلی بر اساس هدف به صورت زوجی مقایسه شده‌اند. مقایسه زوجی بسیار ساده است و تمامی عناصر هر خوشه باید به صورت دو به دو مقایسه شوند؛ بنابراین اگر در یک خوشه n عنصر وجود داشته باشد تعداد مقایسه‌های زوجی از رابطه ۱ محاسبه خواهد شد. چون چهار معیار وجود دارد بنابراین تعداد مقایسه‌های انجام شده برابر است با:

رابطه ۱

$$\frac{n(n-1)}{2} = \frac{4(4-1)}{2} = 6$$

بنابراین ۶ مقایسه زوجی از دیدگاه گروهی از خبرگان انجام شده است. دیدگاه خبرگان با استفاده از مقیاس فازی کمی شده است. مقیاس فازی مورد استفاده در روش فرآیند تحلیل شبکه فازی در فصل سوم ارائه شده است. ابتدا دیدگاه خبرگان با طیف نه درجه ساعتی گردآوری شده است. سپس دیدگاه خبرگان فازی سازی شده شده است.

جدول ۸:- فازی زدائی اوزان نرمال محاسبه شده متغیرهای اصلی مطالعه

عوامل	X_{max}^1	X_{max}^2	X_{max}^3	مقدار فازی زدایی شده	مقدار نرمال
عوامل اقتصادی	۰.۳۶۴	۰.۳۶۰	۰.۳۵۶	۰.۳۶۴	۰.۳۴۹
عوامل اجتماعی	۰.۲۵۱	۰.۲۴۹	۰.۲۴۷	۰.۲۵۱	۰.۲۴۱
عوامل سیاسی	۰.۲۷۸	۰.۲۷۵	۰.۲۷۱	۰.۲۷۸	۰.۲۶۶
عوامل عملکردی	۰.۱۵۱	۰.۱۵۰	۰.۱۴۸	۰.۱۵۱	۰.۱۴۴

بر اساس جدول ۸ بردار ویژه اولویت معیارهای اصلی به صورت W_{21} خواهد بود.

$$W_{21} = \begin{bmatrix} 0.349 \\ 0.241 \\ 0.266 \\ 0.144 \end{bmatrix}$$

بر اساس بردار ویژه به دست آمده:

عوامل اقتصادی با وزن نرمال ۰/۳۴۹ از بیشترین اولویت برخوردار است.

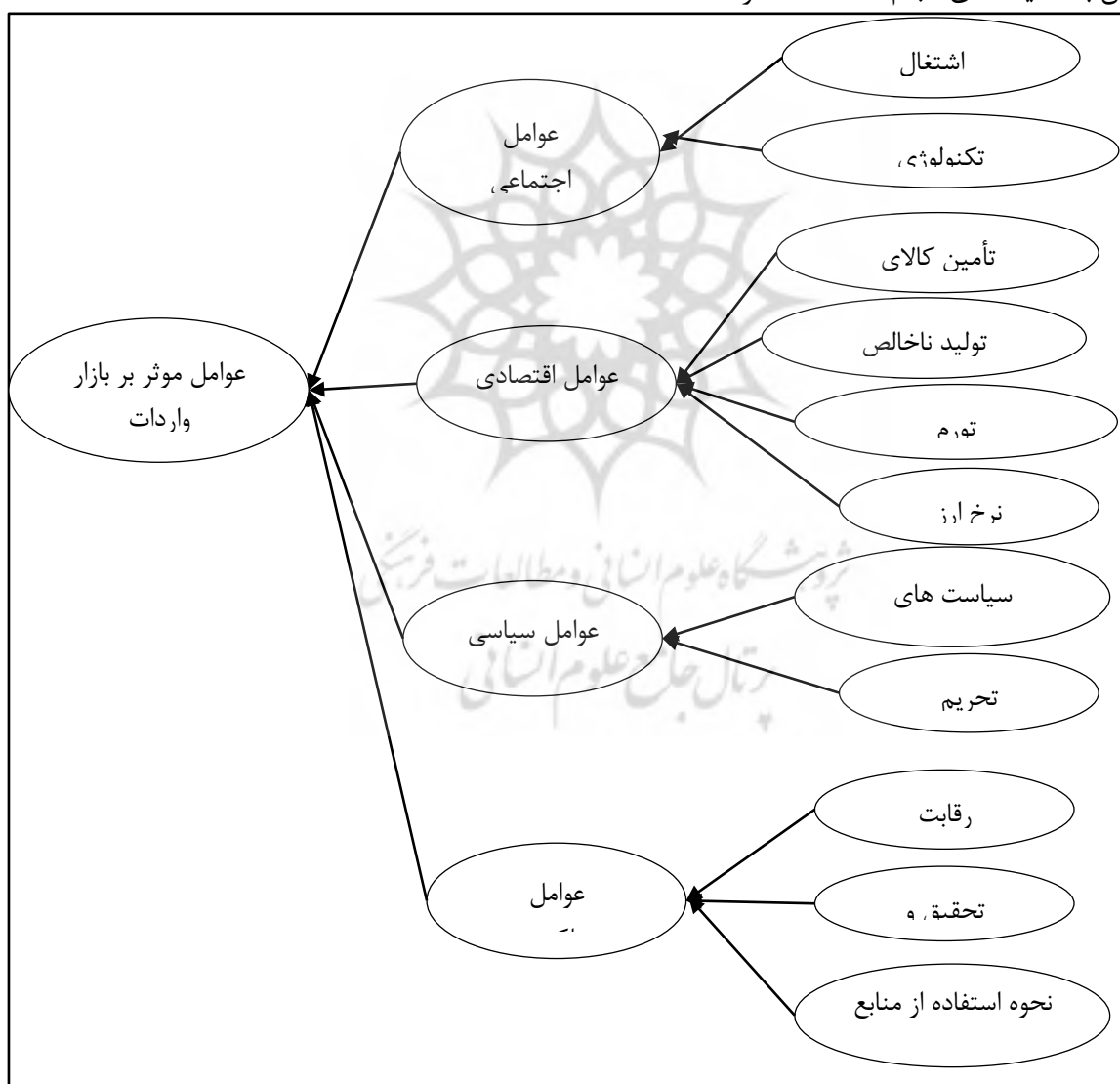
عوامل سیاسی با وزن نرمال ۰/۲۶۶ در اولویت دوم قرار دارد.

عوامل اجتماعی با وزن نرمال ۰/۲۴۱ در اولویت سوم قرار دارد.

عوامل عملکردی با وزن نرمال ۰/۱۴۴ از کمترین اولویت برخوردار است.

نرخ ناسازگاری مقایسه‌های انجام شده ۰/۰۱۹ به دست آمده است که کوچکتر از ۰/۱ است و بنابراین

می‌توان به مقایسه‌های انجام شده اعتماد کرد.



شکل ۳- عوامل شناسایی شده مؤثر بر بازار واردات

بحث و نتیجه‌گیری

۱- مهم‌ترین عوامل مؤثر بر بازار واردات چیست؟

در این پژوهش بر اساس با بررسی وضعیت موجود بازار واردات در گام اول و همچنین بررسی کتابخانه‌ای در گام دوم، عوامل مؤثر مورد شناسایی قرار گرفته‌اند. به‌طور کلی عوامل شناسایی شده به‌صورت به چهار دسته اصلی عوامل در مدل مفهومی مشخص شده‌اند.

۲- اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر بازار واردات چگونه است؟

بر اساس نتایج به دست آمده، در سطح معیارهای اصلی، عوامل اقتصادی در بازار واردات در اولویت اول قرار دارد. همان‌طور که بیان شد عموم اقتصاددانان بر این باورند که گسترش تجارت خارجی و هم‌پیوندی اقتصادی هر کشور با سایر کشورها، یکی از عوامل رشد و توسعه اقتصادی است و البته مبانی علمی محکمی برای اثبات این ادعا وجود دارد. بر مبنای این منطق، افزایش واردات در ایران می‌تواند به‌عنوان یک مقوله مثبت ارزیابی گردد؛ اما در اقتصاد ایران مشکل اینجاست که واردات، متکی به درآمدهای ناشی از صادرات غیرنفتی نیست و بخش عمده آن از طریق درآمدهای نفتی تأمین می‌گردد. گسترش واردات، گسترش ابعاد بازار را به همراه دارد که سبب افزایش تولید جهانی و همچنین سبب افزایش صرفه‌های داخلی و خارجی می‌شود. صرفه‌های داخلی حاصل از افزایش مقیاس تولید به دلیل بهبود بازدهی تولید و تخصیص بهینه عوامل تولید (زیرمعیارهای عوامل عملکردی)، در یک بنگاه اقتصادی است. شواهد تجربی نشان می‌دهد تجارت بین الملل از طریق واردات کالاهای سرمایه‌ای و واسطه‌ای سبب افزایش نرخ رشد در کشورهای درحال توسعه می‌شود. همچنین قیمت نسبی کالاهای سرمایه‌ای در کشورهای توسعه‌یافته و با درآمد بالا به نسبت کشورهای درحال توسعه و با درآمد پایین‌تر است؛ بنابراین کشورهای درحال توسعه می‌توان با واردات کالاهای سرمایه‌ای و واسطه‌ای ارزان‌تر از کشورهای توسعه‌یافته موجب رشد اقتصادی شوند.

اما در مورد دلیل استفاده از واردات در مدل رشد اقتصادی این است که وقتی مبنای رشد و توسعه همچون اکثر کشورهای جهان سوم از طریق صنعتی کردن فعالیت‌های تولیدی دنبال شود، لازم است در درجه اول چارچوب و پایگاه صنعتی لازم بنا شود؛ بنابراین باید واردات کالاهای داخلی کشور خلاء موجود را پر نماید. در این سیر تحول اقتصادی، بدیهی است بین الگوی تولید (صادرات و واردات)، پیوندی ناگسستنی ایجاد می‌شود. از طرفی دیگر اصغرپور و همکاران (۱۳۹۴)، نشان دادند که اگر کالای وارداتی به‌عنوان مواد اولیه و کالای سرمایه‌ای در نظر گرفته شوند با افزایش شاخص قیمت واردات موجب افزایش قیمت‌های داخلی و تورم کشور می‌شود.

کروگر (۱۹۸۳)، بیان می‌کند که کاهش واردات کالاهای سرمایه‌ای نرخ رشد تولید ناخالص داخلی را کاهش می‌دهد و کاهش واردات کالاهای واسطه‌ای و مواد خام بر تولید و اشتغال اثر معکوس دارد. خان و رینه‌هارت (۱۹۹۰)، نشان دادند که واردات کالاهای سرمایه‌ای بر رشد اقتصادی تأثیر مثبت و معناداری دارد. یغور (۲۰۰۸)، در بررسی رابطه واردات و رشد اقتصادی کشور ترکیه نشان داد که بین تولید ناخالص داخلی و واردات کالاهای سرمایه‌ای و واردات مواد خام وجود دارد. چن و وانگ (۲۰۱۲)، نشان دادند که واردات بر رشد اقتصادی تأثیر مثبت دارد. هادیان و مقدم (۱۳۸۸)، نشان دادند که واردات واسطه‌ای و سرمایه‌ای در کوتاه‌مدت و بلندمدت بر تولید ناخالص داخلی تأثیر مثبت و معناداری دارد و سهم واردات مصرفی بر تولید ناخالص داخلی اندک است. تقوی و همکاران (۱۳۹۲)، نشان دادند که نرخ رشد واردات کالاهای مصرفی اثر منفی بر رشد اقتصادی دارد.

عوامل سیاسی در اولویت دوم تأثیرگذاری بر بازار واردات قرار دارند. با بررسی وضعیت کنونی کشور، مهم‌ترین عامل مؤثر بر واردات تحریم است. اعمال تحریم‌های اقتصادی به‌عنوان یکی از ابزارهای نظام سلطه برای واردکردن فشار بر سایر کشورها در راستای دستیابی به اهداف سیاسی خود، با هزینه‌های سنگینی همراه است که از جمله تهدید بازار واردات است. تحریم‌های اقتصادی، واردات کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای به کشور را مشکل ساز نموده و به دلیل مشکلات تأمین مواد اولیه، انتقال فناوری و تهیه تکنولوژی و تجهیزات مدرن سبب توقف برخی از صنایع و ورشکستگی آن‌ها شده است. در کوتاه‌مدت، برخی صنایع به طو کامل متوقف می‌شوند. در بلندمدت در صورت تأمین نیازهای وارداتی از داخل و جایگزینی تولید نیازهای وارداتی، امکان افزایش تولید وجود دارد؛ بنابراین سیاست‌های خارجی و تحریم تأثیر به‌سزایی بر واردات دارند. کاتزمن (۲۰۱۵) در گزارشی تحت عنوان تحریم‌های ایران، به تحلیل تأثیر تحریم‌های اقتصادی بر بخش نفت و سرمایه‌گذاری در ایران پرداخته و نشان داده تحریم در سه دهه گذشته تأثیر بالایی بر تولید و سرمایه‌گذاری خصوصاً در بخش نفت در ایران گذاشته است. بقالیان و همکاران (۱۳۹۳)، نشان دادند رابطه منفی بین تحریم‌های اقتصادی و بازار واردات و سطح اشتغال وجود دارد. درنهایت می‌توان گفت باوجود روابط سیاسی متشنج و تحریم‌های سیاسی و اقتصادی، مشکلات زیادی برای بازار واردات ایجاد شده است که می‌بایست برای جایگزینی کالاهای وارداتی تحریم‌ها را دور زد که این شرایط، هزینه‌های مبادله زیادی را به واحدهای تولیدی تحمیل نموده است که سبب کاهش سودآوری، نیمه فعال شدن و تعطیلی صنایع را به همراه داشته است. وضعیت موجود سبب کاهش نرخ اشتغال در کوتاه‌مدت شده است.

عوامل اجتماعی و عوامل عملکردی در رتبه های سوم و چهارم مؤثر بر بازار واردات قرار دارند. بررسی ها حاکی از این است که واردات سبب کاهش اشتغال می‌شود؛ اما در بلندمدت با سیاست گذاری صحیح واردات و ورود به تجارت بین‌المللی می‌توان نرخ اشتغال را افزایش داد. همان طور که بیان شد، انتقال فناوری (وارات تجهیزات و تکنولوژی) سبب بهبود صنایع می‌شود و از طرفی محدود کردن واردات به دلیل جلوگیری از انتقال فناوری سبب کاهش تولیدات داخلی و گاهی توقف صنایع و کاهش نرخ اشتغال می‌شود. اسکویی (۱۳۹۴)، نشان داده است که کاهش عمومی نرخ تعرفه کالاهای وارداتی، سطح اشتغال کل و نیز سطح اشتغال نیروی کار غیر ماهر را افزایش داده و منجر به بهبود توزیع درآمد به نفع خانوارهای روستایی می‌شود. نتایج حاصل از آثار کاهش نرخ تعرفه کالاهای مربوط به صنایع غذایی، پوشاک و نساجی نیز نشان می‌دهد که این کاهش سطح اشتغال کل و نیز سطح اشتغال نیروی کار غیرماهر را افزایش داده و منجر به بهبود توزیع درآمد به نفع خانوارهای روستایی می‌شود. همچنین با کاهش نرخ تعرفه کالاهای کشاورزی، سطح اشتغال کل و سطح اشتغال نیروی کار غیر ماهر کاهش می‌یابد و توزیع درآمد به نفع خانوارهای شهری تغییر می‌نماید.

همان طور که نشان داده شد، عوامل اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و عملکردی بر بازار واردات تأثیرگذار هستند. از زوایای مختلف این عوامل بررسی و فرصت‌ها و تهدیدات آن‌ها مورد شناسایی قرار گرفتند. بر اساس اقتصاد جهانی، ورود به تجارت جهانی و آزاد شدن تجارت می‌تواند در بلندمدت سبب افزایش تولید، سودآوری و اشتغال شود. با توجه به شرایط کشور ایران و تحریم‌های موجود و مشکلات متعدد تأمین مالی واردات، می‌توان گفت، واردات در کالاهای غیرضروری هزینه‌های بالایی بر دولت تحمیل می‌کند که از جمله کاهش نرخ اشتغال است. با توجه به بیانات رهبر انقلاب اسلامی و شعار توسعه‌ی تولید ملی در جهت دور زدن تحریم‌های اقتصادی و شکوفایی اقتصادی، واردات در کالاهای ضروری می‌بایست به کمترین مقدار خود برسد. تا زمانی که به‌صورت داخلی بتوان انتقال فناوری را جایگزین نمود، بهتر است در تأمین کالاهای اساسی از

واردات بهره‌گرفت. از نشانه‌های موفق بودن تجارت در انتقال فناوری آن است که واردات کالایی که متضمن این فناوری است، به تدریج کاهش می‌یابد و حتی ممکن است صادرات آن آغاز شود. لذا تجارت بیشتر لزوماً منجر به انتقال فناوری نمی‌شود، مگر آنکه با انتشار آن در سراسر اقتصاد، واردات آن کالا کاهش یابد و صادرات آن آغاز شود. در نهایت براساس نتایج به دست آمده، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

۱- پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاران اقتصادی با اتخاذ سیاست‌های پولی و مالی مناسب تورم را کنترل نمایند تا با کاهش تورم از طریق کاهش شاخص قیمت واردات مانع افزایش قیمت کالاهای وارداتی شده و به ثبات سطح قیمت‌ها داخلی کمک نمایند.

۲- با توجه به نیاز کشور به رونق تولید، بهتر است دامن انتقال دانش فنی همراه با ماشین‌آلات صنعتی وارد شوند، چرا که کالا بدون دانش فایده‌چندانی ندارد، سال‌های بعد نیز به دلیل تحول فناوری در سطح جهان، واردات ماشین‌آلات با فناوری بالاتر در دستور کار قرار گرفته است.

۳- با توجه سطح توسعه‌ی صنعتی کشور، لازم است متناسب با سطح توسعه‌ی صنعتی و فناوری و ظرفیت جذب، انتقال فناوری انجام شود تا نهایتاً به قوام اقتصادی کشور منجر شود.

فهرست منابع

- اسکویی، محمد مهدی، صادقی، حسین، بهبودی، داوود. (۱۳۹۴). تأثیر کاهش نرخ تعرفه کالاهای وارداتی بر سطح اشتغال و توزیع درآمد بین خانوارهای شهری و روستایی. پژوهشنامه اقتصادی، ۴: ۸۹-۱۰۵.
- بقالیان، محبوبه، آماده، حمید، خادم، امیر. (۱۳۹۳). تأثیر تحریم‌های اقتصادی بر سطح اشتغال در ایران. دومین کنفرانس بین‌المللی اقتصاد در شرایط تحریم. بابلسر. شرکت پژوهشی طرود شمال.
- تقوی، مهدی، خلیلی عراقی، مریم، مهربان فر، زهرا، (۱۳۹۲). تأثیر واردات کالاهای سرمایه‌ای، واسزه ای و مصرفی بر رشد اقتصادی منطقه منا، مجله اقتصادی شماره ۳ و ۴، ۶۵-۷۶.
- سیف، مراد، حافظیه، علی اکبر، (۱۳۹۲). راهبردهای تجارت بین‌المللی اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات راهبردی بسیج، سال شانزدهم، شماره ۶۰.
- شاه آبادی، ابوالفضل، امیری، بهزاد، ساری گل، سارا. (۱۳۹۸). شناسایی عوامل مؤثر بر صادرات و واردات کشورهای منتخب عضو جنبش عدم تعهد با تاکید بر شاخص نهادی حکمرانی. راهبردهای بازرگانی. ۲: ۵۷-۷۲.
- عزیزنژاد، صمد، تاری، فتح الله، سید نورانی، محمدرضا، (۱۳۹۰). الحاق ایران به سازمان تجارت جهانی و اثر آن بر واردات کالاهای واسطه‌ای-سرمایه‌ای ایران، فصلنامه علمی-پژوهشی رشد و توسعه اقتصادی، سال اول، شماره سوم.
- فلاحتی، علی، فطرس، محمد حسن، رضایی، الهام کرانی، عبدالرضا، (۱۳۹۴). ارزیابی اثرپذیری اشتغال از رقابت وارداتی (نطالعه صنایع کارخانه ای ایران)، پژوهشنامه اقتصادی، دوره ششم، شماره ۱، ۱۳-۴۲.
- نیلی، مسعود، (۱۳۹۲). مبانی اقتصاد، دانشگاه صنعتی شریف، دانشکده مدیریت و اقتصاد.

Gabreil, Ojide, Charity, Kelecha, (2014). Growth Evidence of Imports in Nigeria: A Time Series Analysis, International Researcher Vol. No.3, 45-54.

Greenland, Andrew, Lopresti, John, (2016). Import Exposure and Human Capital Adjustment: Evidence from the U.S., Journal of International Economics, 3: 1-41.

Halikainen H. Laukkanen T. 2018. National culture and consumer trust in e-commerce. International Journal of Information Management. 38: 97-106.

Herreias. M.J, Orts, Vicente, (2013). Capital goods imports and long-run growth: Is the Chinese experience relevant to developing countries?, Journal of Policy Modeling 35: 781-797.

Katzman, K. (2015). Iran Sanctions. Congressional Research Service

Mishra. P. K. (2012), The Dynamics of the Relationship between Imports and Economic Growth in India, South Asian Journal of Macroeconomics and Public Finance, 1: 57-79.

Zhang, Richard, Roberts, John, (2016), China's Dairy Import Industry: An Economic Analysis of Influencing Trade Factors, Journal of Management and Sustainability; Vol. 6, No. 1, 182-191.

