

طراحی و تحلیل الگوی راهکارهای اثرگذار و اثرپذیر شکل‌گیری زنجیره‌های صادرات باثبات در صنایع راهبردی در شرایط تحریم اقتصادی

مهدی حمزه پور^۱
رضا طهماسبی بلوک آباد^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۵/۰۴

تاریخ ارسال: ۱۴۰۰/۰۲/۰۱

چکیده

صادرات، بخش قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی ایران را شکل می‌دهد. به همین منظور در حربه‌های متعدد اقتصادی که بر ایران روانه می‌شود، صادرات نیز به شدت از آن تاثیر می‌پذیرد. بنابراین لازم است صادرات طوری مدیریت شود که در برابر شوک‌های خارجی و تحریم‌های اقتصادی، مقاوم بوده و ثبات خود را حفظ کند. در این پژوهش به مسأله شکل‌گیری صادرات باثبات صنایع راهبردی پرداخته شده است. در این پژوهش مولفه‌های تاثیرگذار در شکل‌گیری صادرات باثبات صنایع راهبردی، از ۱۰۶ منبع شامل کتاب‌ها، پایان‌نامه‌ها و مقالات جمع‌آوری شده و در ادامه به منظور تکمیل آن از نظرات ۱۳ نفر از متخصصان علمی حوزه اقتصاد و نیز از مدیران اقتصادی و برخی صادرکنندگان نیز استفاده شده است. این امر تا زمانی که کفایت نظری حاصل آید، ادامه پیدا کرده است. در این فرایند ۴۲۲ مورد از عوامل شکل‌گیری صادرات باثبات صنایع راهبردی شناسایی شدند. برای دسته‌بندی آن‌ها از روش تحلیل مضمون (GT) بهره گرفته و در نهایت بعد از چهار مرحله دسته‌بندی، ۱۰ عامل مؤثر شناسایی شدند. به منظور تعیین عوامل اثرگذار و اثرپذیر و نیز الگوی مدنظر پژوهش از روش ISM که از روش‌های ساخت‌دهی مسأله (SSIM) به حساب می‌آید، استفاده شده است. در نهایت عوامل اثرگذار و اثرپذیر مدل ISM در قالب ماتریس MICMAC مورد تحلیل قرار گرفته است.

واژگان کلیدی: صادرات باثبات، صنایع راهبردی، تحریم‌های اقتصادی.

^۱ استادیار، گروه مدیریت صنعتی، دانشکده معارف اسلامی و مدیریت، دانشگاه امام صادق(ع)، تهران، ایران.
(m.hamzehpoor@isu.ac.ir)

^۲ دانشجوی دکتری مدیریت قراردادهای بین‌المللی نفت و گاز، دانشکده معارف اسلامی و اقتصاد، دانشگاه امام صادق(ع)، تهران، ایران. نویسنده مسئول. (tahmaseby70@gmail.com)

۱. مقدمه

با توجه به اینکه جمهوری اسلامی ایران همواره با انواع تهدیدات اقتصادی روبرو بوده است، شکل‌گیری اقتصادی که بتواند در برابر این نوع تهدیدها، باثبات و بدون تغییرات اساسی باقی بماند، از اهمیت عمده‌ای برخوردار است. یکی از حوزه‌های مهمی که در اقتصاد کشور، به شدت تحت تاثیر تحریم‌های اقتصادی قرار می‌گیرد، صادرات است (رسولی نژاد، ۱۳۹۹). مفهوم صادرات خیلی کلی بوده و بسیاری از صنایع را در بر می‌گیرد؛ اما برخی از محصولات که به‌طور مستقیم در زندگی مردم تاثیر دارد، عبارت از صنایع راهبردی است. صنایع راهبردی، صنایعی هستند که در ارتباط با زندگی مردم، از اهمیت و اولویت بالایی برخوردار است؛ به عبارت دیگر اگر شاخص‌های اقتصادی مربوط به این صنایع در تکانه‌های اقتصادی دچار نقص و پسرفت شوند، زندگی عادی مردم، دچار آسیب مستقیم خواهد بود (احمدیان و همکاران، ۱۳۹۴).

روش‌ها و راهکارهایی طراحی شده‌اند که بر اساس آنها می‌توان صادرات را از هر گونه تغییرات مختلف مصون سازد. این راهکارها، راهکارهای مصون‌ساز صادرات را شامل می‌شوند (فروکا^۱ و همکاران، ۲۰۱۹ و الاریف^۲ و همکاران، ۲۰۲۱). امروزه برای ایجاد صادرات باثبات، راه کارهای مختلفی پیشنهاد شده است. از جمله این راه کارها ایجاد زنجیره ارزش صادرات است (کاستیک و کجزار^۳، ۲۰۱۸). این حوزه به قدری مورد توجه قرار گرفته است که برای بررسی زنجیره ارزش در هر حوزه، زنجیره ارزش مربوط با همان صنعت مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و از ارائه نسخه‌های کلی پرهیز شده است (تاناتانافونگ و گان^۴، ۲۰۲۰).

بی‌شک، صادرات یکی از مهمترین مولفه‌های قدرت آفرین اقتصاد یک کشور است؛ اما متأسفانه دشمنان جمهوری اسلامی ایران، با وضع تحریم‌های متعدد، تحقق این مهم را برای کشور بسیار دشوار و بی‌ثبات کرده‌اند (رسولی نژاد، ۱۳۹۹). توسعه صادرات باثبات از زیرساخت‌های مهم و اثرگذار پیشرفت اقتصادی بوده و نقش غیرقابل انکاری در زمینه توسعه تولید، سرمایه‌گذاری، اشتغال و در نهایت رفاه اجتماعی بر جای می‌گذارد. سیاستگذاران و نهادهای حمایتی حوزه صادرات می‌توانند با انتخاب راهبردهای مناسب در زمینه ایجاد شرایط مساعد برای صادرکنندگان، نقش بسیار مهمی در جهت گسترش بازارهای صادراتی و ارتقای عملکرد صادراتی ایفا کنند (تاجدینی و همکاران، ۱۳۹۴). با توجه به اینکه بخش قابل توجهی از تحریم‌های اقتصادی مرتبط با صنایع راهبردی است، صادرات این صنایع بیش از صنایع دیگر مورد آسیب و تهدید قرار گرفته است. برای حل این مشکل لازم است صادرات صنایع راهبردی در شرایط تحریم اقتصادی به‌گونه‌ای ساماندهی شود که در سایه تحریم‌ها دچار تغییر و تاثر نگردد. به عبارت دیگر لازم است که راه‌کارهای مربوط به ایجاد رویه‌های شکل‌گیری صادرات پایدار و باثبات صنایع راهبردی در شرایط تحریم اقتصادی مشخص و معلوم شود.

¹ Furuoka

² Al Arif

³ Kostevc & Kejzar

⁴ Tanrattanaphong & Gan

اهمیت صادرات به حدی زیاد است که در چند بند از سیاست‌های اقتصاد مقاومتی ابلاغی مقام معظم رهبری مورد توجه بوده است. به‌طور مثال در بند ۱۱ از سیاست‌های اقتصاد مقاومتی آمده است: «توسعه حوزه عمل مناطق آزاد و ویژه اقتصادی کشور به منظور انتقال فناوری‌های پیشرفته، گسترش و تسهیل تولید، صادرات کالا و خدمات و تأمین نیازهای ضروری و منابع مالی از خارج» (سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، ۱۳۹۲).

این تحقیق دارای یک هدف اصلی شامل «شکل‌گیری زنجیره‌های صادرات پایدار صنایع راهبردی در شرایط تحریم اقتصادی» و چند هدف فرعی است که عبارتند از:

۱. تدوین راه‌کارهای اثرگذار شکل‌گیری صادرات باثبات در صنایع راهبردی در شرایط تحریم اقتصادی.
۲. تدوین راه‌کارهای اثرپذیر شکل‌گیری صادرات باثبات در صنایع راهبردی در شرایط تحریم اقتصادی.
۳. طراحی و تحلیل ماتریس MICMAC به منظور شناخت میزان اثرگذاری و اثرپذیری راه‌کارها بر یکدیگر.
۴. طراحی الگوی تعاملی راهکارهای اثرگذار و اثرپذیر شکل‌گیری زنجیره‌های صادرات باثبات در صنایع راهبردی در شرایط تحریم اقتصادی.

ساختار کلی مقاله به این صورت است که در ابتدا به مبانی نظری تحقیق و در ادامه به پیشینه پژوهش و مطالعات انجام گرفته مرتبط پرداخته خواهد شد. در بخش روش تحقیق نیز روش انجام پژوهش توضیح داده خواهد شد. در ادامه ضمن تبیین مولفه‌های مستخرج از منابع، به مسیر گام به گام پژوهش که بر اساس روش ISM انجام شده است تمرکز یافته و تقسیم بندی مولفه‌ها در قالب ماتریس MICMAC انجام خواهد شد. در انتها نیز ضمن تبیین نتایج تحقیق، به بیان پیشنهادات پژوهش پرداخته خواهد شد.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مطالعات متعددی پیرامون تجارت بین‌المللی انجام شده است. آنچه که توجه بسیاری از پژوهشگران در حوزه تجارت بین‌الملل به خود جلب کرده است، تاثیر عوامل مختلف بر توسعه تجارت می‌باشد؛ بر همین اساس برخی از مطالعات به بررسی عوامل مؤثر بر تجارت به عنوان یکی از پیش‌نیازهای ضروری حضور در بازار جهانی و توسعه صادرات، تقویت و گسترش تجارت پرداخته‌اند (لئونیدو، ۲۰۰۴، چیت و همکاران، ۲۰۰۸ و چیت و جودج، ۲۰۱۱).

مهم‌ترین مبانی نظری که این پژوهش مبتنی بر آنها پیش می‌رود عبارتند از:

صنایع راهبردی^۱: منظور از صنایع راهبردی، صنایعی هستند که با تغییر وضعیت در آنها، زندگی عموم مردم به‌طور مستقیم دچار تغییر می‌شود. هفت صنعت به عنوان صنعت راهبردی معرفی شده‌اند که عبارتند از: خودرو، فولاد، نساجی و پوشاک، سیمان، تایر و تیوب، لوازم خانگی، کاشی و سرامیک (احمدیان و همکاران، ۱۳۹۴).

¹ Leonidou

² Chit and Judge

³ Strategic industries

صادرات باثبات^۱: منظور از صادرات باثبات، صادراتی است که در تکانه‌ها و تهاجمات اقتصادی مصون مانده و دچار آسیب نباشد (خورشیدی و همکاران، ۱۳۹۸).

راهکارهای اثرگذار و اثرپذیر^۲: معمولاً پژوهش‌هایی که در زمینه ارائه راهکار انجام می‌گیرند، یک نقطه مشترک دارند و آن عبارت است از اینکه راهکارهای شناسایی‌شده از استقلال برخوردار نیستند. بدین معنا که اقدام در جهت انجام یک راهکار در عمل، تحقق راهکار دیگر را آسان می‌کند و یا با عمل به یک راه‌حل، بخشی از راه‌حل دیگر نیز خود به خود انجام می‌گیرد. این گونه راه‌حل‌ها در متد ISM که از متدهای ساخت‌دهی به مسأله محسوب می‌شود، به عنوان راه‌حل اثرگذار نامگذاری می‌شوند. طبیعتاً این راه‌حل‌ها به منظور حذف دوباره کاری‌ها و هزینه‌های اضافه در اولویت قرار می‌گیرند. راهکارهای اثرپذیر هم همیشه تحت تاثیر راهکارهای اثرگذار خواهند بود و از آنها تاثیر خواهند پذیرفت (جینز^۳، ۱۹۸۸).

تحریم اقتصادی^۴: تاکنون تعاریف متعددی از تحریم اقتصادی توسط کارشناسان و پژوهشگران مختلف ارائه شده است. تعاریف ارائه شده معمولاً یک فصل مشترک دارند. اعمال هرگونه مشکل اقتصادی مستقیم یا غیرمستقیم که حداقل بخشی از فرایندهای اقتصادی کشور را بتواند دچار مشکل کند (هایدر^۵، ۲۰۱۵).

۲-۱. دستاوردهای صادرات برای اقتصاد کشورها

تاثیراتی که صادرات بر اقتصاد کشورها وارد می‌کند، از جنبه‌های مختلفی قابل تحلیل و بررسی است و مطالعات مختلفی در این حوزه انجام شده است. مونیوا و ریبر^۶ (۲۰۱۹)، تنوع در صادرات محصولات را عاملی برای رشد اقتصادی پایدار در کشورهای در حال توسعه معرفی کرده‌اند (مونیوا و ریبر، ۲۰۱۹). در پژوهش دیگری، به بررسی تاثیر صادرات بر رشد اقتصادی پرداخته شده است. این پژوهش که در بنگلادش انجام شده است، بیان می‌کند که بین دو عنصر صادرات و رشد اقتصادی رابطه معناداری وجود دارد (کبریا و حسین^۷، ۲۰۲۰). در پژوهشی دیگر، رابطه بین صادرات، واردات و رشد اقتصادی با روش تجزیه و تحلیل همگرایی مورد بررسی قرار گرفته و بین صادرات و رشد اقتصادی همبستگی بالایی ثابت شده است (علی^۸ و همکاران، ۲۰۲۱). با انجام یک پژوهش دیگر، مشخص شده است که ارتقای سازوکار صادراتی در کشورهای بالکان غربی، تاثیرات زیادی در رشد اقتصادی آن کشورها داشته است (شیمبوی^۹ و همکاران، ۲۰۱۹). تحقیق دیگری در حوزه تاثیرات کوتاه‌مدت و بلندمدت صادرات و سرمایه‌گذاری خارجی بر روی صادرات کشور ویتنام انجام گرفته است که

¹ stable export

² Effective solutions and under effective solutions

³ Janes

⁴ Economic sanctions

⁵ Haidar

⁶ Mania & Rieber

⁷ Kibria, M. G., & Hos

⁸ Ali

⁹ Shimbov

نشان‌دهنده تاثیرپذیری بالای اقتصاد از این دو عنصر است. (انگوبین^۱، ۲۰۱۷). تمیزدینس و گوکمن^۲ (۲۰۱۹)، با مطالعه تجربی در اقتصاد برزیل، رابطه به شدت بالایی را بین صادرات و پیشرفت اقتصادی کشف کرده‌اند به طوری که بیان کرده‌اند که اقتصاد توسط صادرات رهبری و جهت‌دهی شده و ارتقا می‌یابد (تمیزدینس و گوکمن، ۲۰۱۹). در مطالعه‌ای دیگر تنوع افقی و تنوع عمودی صادرات و تاثیرات آن بر رشد اقتصادی مورد سنجش قرار گرفت و این نتیجه حاصل شد که تنوع عمودی صادرات تاثیرات مثبتی در کوتاه‌مدت و بلندمدت دارد؛ ولی تنوع افقی در کوتاه‌مدت اثر نداشته و صرفاً در بلندمدت تاثیرگذار است (مونیر^۳ و همکاران، ۲۰۱۸). در پژوهشی با بررسی رابطه بین صادرات، واردات و رشد اقتصادی، یک استراتژی برای رشد صادراتی کشور گامبیا از طریق آزمون علی‌گرنجر^۴ ارائه کرده است که باعث رشد اقتصادی می‌شود (کیسی^۵ و همکاران، ۲۰۱۹). در پژوهشی با موضوع تاثیر بهبود صادرات بر رشد اقتصادی این نتیجه حاصل شده است که ارتقای صادرات در کشورهای با درآمد متوسط و بالا باعث ارتقای شرایط اقتصادی می‌شود؛ اما در کشورهای با درآمد پایین این ارتباط وجود ندارد و این اصل هم در کوتاه‌مدت و هم در بلندمدت برقرار است (کرید^۶ و همکاران، ۲۰۲۰). در پژوهشی نیز یک تحلیل علی پیرامون رابطه رشد اقتصادی و رشد صادرات مورد بررسی قرار گرفته و نتایج، نشان‌دهنده مثبت بودن رابطه بین این دو است. این مطالعه در کشور غنا انجام گرفته است (منساه و اوکری^۷، ۲۰۲۰). در پژوهش دیگری که با مطالعه موردی کشورهای در حال توسعه انجام گرفته است، نقش ترکیب صادرات، ترکیب واردات و تنوع صادرات را بر ارتقای وضعیت صادرات بررسی کرده و این نتیجه حاصل شده است که ترکیب و تنوع در صادرات باعث ارتقای شرایط اقتصادی می‌شود (کاراسکو و توار-گارش^۸، ۲۰۲۰). پژوهش دیگری نیز با مطالعه موردی کشورهای آسیایی انجام گرفته و تاثیرات رشد صادرات بر رشد اقتصاد مورد سنجش قرار گرفته است و این نتیجه حاصل شده است که صادرات در حوزه خدمات بیش از صادرات در حوزه محصولات تولیدی بر رشد اقتصادی اثر مثبت می‌گذارد (سرمشپ^۹، ۲۰۱۹).

نظریه‌های مختلف اقتصادی در مورد مزایای حوزه صادرات، موجب شده است که در ایران نیز به صادرات توجه ویژه‌ای شود. مقابله با کسری تراز پرداخت‌ها، فراهم آوردن مزیت نسبی در تولید محصولات صادراتی، حصول کارایی و افزایش بهره‌وری عوامل تولید، استفاده بهینه از امکانات موجود و بالقوه، افزایش رقابت بین تولیدکنندگان، بهبود کیفی محصولات، استفاده از سطوح بالای فناوری پیشرفته، ارزآوری، جذب سرمایه‌گذاری

¹ Nguyen

² Temiz Dinç & Gökmen

³ Munir

⁴ Causality test of Granger

⁵ Ceesay

⁶ Chrid

⁷ Mensah & Okyere

⁸ Carrasco & Tovar-García

⁹ Sermcheep

خارجی و گسترش بازارهای داخلی از مزایای صادرات است که بسیاری از اقتصاددانان ایرانی به آن اشاره کرده‌اند (محنت فر و خاکپور، ۱۳۸۴ و آل عمران و آل عمران، ۱۳۹۳).

۲-۲. بازارهای صادرات

تحقیقات نشان می‌دهند که مشکل به‌دست آوردن اطلاعات در مورد بازارهای صادرات، یکی از موانع مهم صادراتی برای شرکت‌های صادراتی و غیرصادراتی است (داسیلوا و دارچا^۱، ۲۰۰۱؛ لئونیدو^۲، ۲۰۰۴، تسفوم و لاتز^۳، ۲۰۰۶). عدم توانایی در جمع‌آوری، اشاعه و استفاده از اطلاعات صادرات بازار، اثر سوئی بر عملکرد صادرات شرکت دارد (کوکسال و کتانه، ۲۰۱۰).

پرسنل صادرات یکی از مزایای رقابتی مهم شرکت‌ها محسوب می‌شوند چون دارای تخصص و مهارت‌هایی از قبیل شناخت مشتریان خارجی، طراحی مؤثر در بازاریابی سیستماتیک، بررسی و تحلیل فرصت‌های بازاریابی و استفاده از شیوه‌های صادرات هستند (هالت و همکاران^۴، ۲۰۰۰) تحقیقات انجام شده توسط کاتسیکئاس و مورگان^۵ (۱۹۹۴) نشان می‌دهد که عدم وجود پرسنل صادراتی شایسته، توسعه صادراتی شرکت را تضعیف می‌نماید.

یکی از مطالعاتی که در حوزه بازارهای صادراتی انجام گرفته است، به موضوع بقای شرکت در بازارهای صادراتی می‌پردازد. مورد مطالعه این پژوهش، بنگاه‌های تولیدی ژاپنی هستند (اینوی و همکاران^۶، ۲۰۱۷). در پژوهش دیگری، پژوهشگران نتیجه گرفته‌اند که هنگامی که یک شرکت کاهش عمده درآمد در مقصد اصلی صادرات خود را تجربه کند، احتمال بیشتری برای افزایش تعداد مقصد صادراتی ندارد (ارانگورن^۷ و همکاران، ۲۰۲۱). به طوری که یک شوک در بازار برتر صادرات شرکت‌ها بر تصمیمات آن‌ها در سایر بازارهای صادراتی تأثیر نمی‌گذارد (همان). در پژوهش دیگری، اثر ماموریت‌های تجاری بر ورود به بازارهای صادرات مورد بررسی قرار گرفته‌اند (پالانگارایا و وبستر^۸، ۲۰۱۹). پژوهشگران دیگری نیز از منظرهای مختلف به بحث بازارهای صادراتی پرداخته‌اند و تاکید کرده‌اند که ایجاد بازار صادراتی در توسعه اقتصادی مؤثر است (مین^۹ و همکاران، ۲۰۱۸، لی^{۱۰}، ۲۰۱۹ راسلا و تومرونگروچ^{۱۱}، ۲۰۲۰ و کبیریا و حسین^{۱۲}، ۲۰۲۰).

¹ da Silva and da Rocha

² Leonidou

³ Tesfom and Lutz

⁴ Hult et al.

⁵ Katsikeas and Morgan

⁶ Inui

⁷ Aranguren

⁸ Palangkaraya & Webster

⁹ Minh

¹⁰ Li

¹¹ Racela & Thoumrungroje

¹² Kibria, M. G., & Hossain

۲-۳. چالش‌های بهبود صادرات

از آنجایی که بدون ایجاد زیرساخت‌های لازم و نهادینه شدن مواردی همچون بهره‌وری، رقابت‌پذیری و ساختار بازار نمی‌توان انتظار داشت که تدوین برنامه‌های تجاری سبب ارتقاء صادرات گردد، برخی از محققان نقش این عوامل را در توسعه صادرات مورد بررسی قرار دادند (تسفوم و کلمنز^۱، ۲۰۰۶ و فروند و پیرولا^۲، ۲۰۱۲). در این راستا ظرفیت تولید و شرایط اقتصادی حاکم بر فعالیت‌های تولیدی و عواملی مانند: تعرفه، کیفیت نیروی کار یا سرمایه‌انسانی، زیرساخت‌های علمی و فناوری، هزینه‌های حمل و نقل، مالیات بر صادرات، حمایت‌ها و پشتیبانی‌های فنی و خدمات پس از فروش، مسائل مربوط به استانداردهای کیفی از مهمترین عوامل مؤثر بر توسعه صادرات می‌باشد (فروند و پیرولا، ۲۰۱۲ و شارما^۳ و همکاران، ۲۰۱۴).

مسائل صادراتی مرتبط به محصول می‌تواند تحت عنوان مسائل کیفی و فنی یا تطبیق گروه‌بندی شوند. وجود مزیت‌های محصولی از لحاظ کیفیت، قیمت، کارآمدی و شهرت مارک تاثیر بسزایی روی توسعه صادراتی دارد. بالعکس، نبود مزیت‌های محصولی به‌طور منفی روی تقاضای صادرات محصولات و به‌طور مستقیم روی بازدهی صادرات تاثیر می‌گذارد (بروک^۴، ۱۹۹۱).

حیطه قوانین و مشوق‌های ناظر بر راهبردها و رقابت تأثیر مهمی بر چگونگی مقابله با شرایط صادرات دارد. سطوح بالای رقابت ایجاد شده در بازارهای بومی به خصوص برای عملکرد بالا مهم است (پرتر و ساکاکیبارا^۵، ۲۰۰۴). رقابت عنصری است که می‌تواند ورود شرکت‌های جدید، خروج شرکت‌های فعال و سطوح عملکرد متفاوت در تمام بازار صادراتی موجود را تحت تأثیر قرار می‌دهد. به‌دلیل محوری بودن رقابت، تأثیر دولت از طریق قوانین رقابت، سهمیه‌ها و مشوق‌های مالیاتی و شرایط حاکم بر مالکیت دولتی یا شرکت‌های وابسته به دولت برای بهبود صادرات حیاتی است. ساختار مالکیت شرکت‌ها (خصوصی، دولتی، یا مختلط) عامل دیگری است که برای نوع تعامل رقابتی مهم است (مگینسون و نتر^۶، ۲۰۰۱).

یکی از مطالعات انجام گرفته در حوزه بهبود صادرات، عوامل داخلی و خارجی مؤثر را بر افزایش عملکرد صادرات را بررسی کرده و بیان کرده است که شرایط محیطی می‌تواند از توسعه و بهبود عملکرد صادرات پشتیبانی کند (ماوپا^۷، ۲۰۱۹). پژوهش دیگری، بهبود فرصت‌های صادرات را در شبکه کسب و کار اروپا بررسی کرده و شناخت ظرفیت فعلی را بهترین راه برای آن می‌داند (الست تامسون^۸، ۲۰۱۹). در یک پژوهش دیگر، بهبود

¹ Tesfom and Clemens

² Freund and Pierola

³ Sharma

⁴ Brock

⁵ Porter, and Sakakibara

⁶ Megginson and Netter

⁷ Maupa

⁸ Elste-Tomsone

صادرات صنعت خودرو در چین مورد مطالعه قرار گرفته و نوآوری را از مهم‌ترین موارد مؤثر بر بهبود صادرات معرفی می‌کند (زو^۱ و همکاران، ۲۰۱۸).

۲-۴. درجه باز بودن اقتصاد کشور

یکی از مباحث مهم در صادرات، درجه بازبودن^۲ کشور برای تجارت و سرمایه‌گذاری خارجی است که از تقسیم مجموع صادرات و واردات بر تولید ناخالص داخلی یک کشور در یک سال به دست می‌آید. به این ترتیب که کشورها قادر به استفاده از مزیت‌های نسبی خود و ایجاد پیشرفت مستقیم و بهره‌وری کل اقتصاد، می‌شود. این موضوع دسترسی به اندیشه‌ها و فناوری پیشرفته‌تر از خارج را ممکن می‌سازد، و شرکت‌های بومی را در معرض فشارهای رقابتی بیشتری قرار می‌دهد. ادبیات تجربی در رابطه با تأثیر بازبودن در بلندمدت در رشد و بهره‌وری متفاوت است. تعدادی از تحقیقات رابطه‌ای میان گشودگی و رشد و رفاه اقتصادی یافته‌اند (بالدوین^۳ و همکاران، ۲۰۰۳) یا نقش تجارت با اقتصادهای پیشرفته را بازبینی کرده‌اند (کو و هلمپن^۴، ۱۹۹۵). برخی دیگر اظهار کرده‌اند که ممکن است میان بازبودن و دیگر عوامل مانند نهادهای قوی، که تأثیرات مثبتی ایجاد می‌کنند، اثر متقابل وجود داشته باشد (دلار و کرای^۵، ۲۰۰۲). درحالی‌که برخی دیگر مدعی‌اند که تجارت، یک تأثیر مثبت مستقل دارد (آلکالا و سیکنه^۶، ۲۰۰۴).

۲-۵. جایگاه صادرات در اقتصاد ایران

در اقتصاد ایران به‌طور کلی، در برنامه عمرانی سوم (۱۳۴۱-۱۳۴۶) سیاست جایگزینی واردات، اولویت مهم سیاست‌های تجارت خارجی قرار گرفت و همچنین بعد از انقلاب اسلامی ایران، از سال ۱۳۷۲ روند سیاست جایگزینی واردات که به معنای توسعه صادرات است در نخستین برنامه توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایران مورد توجه قرار گرفت. در طی این برنامه سهم صادرات غیرنفتی از ۸ درصد کل صادرات به رقم ۲۶ درصد رسید و ارزشی معادل ۱۱/۸ میلیارد دلار را به همراه آورد. در برنامه دوم توسعه اقتصادی که در سال ۱۳۷۴ آغاز شد، این سیاست مجدداً دنبال شد. اما به دلایل مختلفی همچون ناکامی دولت در سیاست‌های تعدیل ارز موفقیت چشمگیری حاصل نشد (اکبری و کریمی هسنیجه، ۱۳۷۹). توجه به سیاست توسعه صادرات در برنامه‌های توسعه اقتصادی دیگر نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بود که با شروع تحریم‌های مربوط به برنامه‌های هسته‌ای ایران، لزوم آن در اقتصاد ایران پررنگ‌تر گردید (رسولی نژاد، ۱۳۹۹).

¹ XU

² Openness

³ Baldwin

⁴ Coe, D. T. and E. Helpman

⁵ Dollar and Kraay

⁶ Alcalá, and Ciccone

۲-۶. نقش تعرفه در صادرات

دولت‌های خارجی می‌توانند موانع تعرفه یا بدون تعرفه از قبیل سهمیه‌ها، تحریم‌ها و موانع پولی را وضع کنند تا توسعه صنایع داخلی را حمایت یا تشویق کنند. به عنوان مثال احمد^۱ و همکاران (۲۰۰۴) دریافتند که تعرفه‌های بالای خارجی یکی از مسائلی است که صادرکنندگان مالزیایی با آن مواجه هستند. باید انتظار داشت وضع موانع با تعرفه بالا یا بدون تعرفه به‌طور زیان‌بخشی روی توسعه صادراتی شرکت تاثیر بگذارد (احمد و همکاران، ۲۰۰۴). نتایج یک پژوهش در سودان نشان می‌دهد که سیستم هماهنگ مالیاتی با استانداردهای بین‌المللی تاثیرات فراوانی بر بهبود وضعیت تعرفه خواهد داشت و تقویت اداره مالیات با قدرت بیشتر می‌تواند به آن‌ها در بهبود چالش‌های مؤثر بر صادرات کمک کند. هماهنگی در میزان مالیات کالاهای وارداتی و صادراتی نیز می‌تواند نقش زیادی در بهبود اقتصادی سودان داشته باشد. (متیو^۲، ۲۰۲۱). در پژوهش دیگری که در چین انجام شده است، این نتیجه حاصل شده است که تخفیف مالیات در صادرات می‌تواند به بهره‌وری صادرات کمک کند. این بهره‌وری به‌خصوص در شرکت‌های کوچک‌تر بیشتر نمایان می‌شود (ژانگ^۳، ۲۰۱۹). در پژوهش دیگری، یک مدل شبیه‌سازی برای بررسی تغییرات تعرفه و اثر آن بر صادرات طراحی شده است که بر اساس آن می‌توان متوجه شد که با هر تغییر کوچکی در تعرفه، صادرات به چه نحوه تغییر خواهد داشت (رایکر و شریبر^۴، ۲۰۱۹).

۲-۷. پیشینه پژوهش

مطالعات متعددی روی مسائل صادراتی از جوانب مختلف تمرکز کرده و متدولوژی‌های متفاوتی را به کار برده‌اند (کوکسال و کتانه^۵، ۲۰۱۱). تحلیل مشروحی از برخی از این آثار در جدول زیر ارائه شده است.

جدول شماره (۱) مطالعات انجام گرفته در آثار گذشته

ردیف	موضوعات مورد مطالعه	واحد تحلیل	کشور	ارائه کننده
۱	کمبود منابع مالی و اطلاعات ناکافی بازار ارائه شده توسط دولت	غیر صادرکنندگان	ترکیه	اراکایا و هارکار ^۶ (۱۹۹۹)
۲	انگیزه‌های ناکافی، رقابت فشرده بین‌المللی و سیاستهای نرخ مبادلات ارزی	صادرکنندگان	برزیل	داسیلوا و داروشا ^۷ (۲۰۰۱)

¹ Ahmed

² Mathew

³ Zhang

⁴ Riker & Schreiber

⁵ Koksai HM, Kettaneh

⁶ Karakaya and Harcar

⁷ da and da Rocha

ردیف	موضوعات مورد مطالعه	واحد تحلیل	کشور	ارائه کننده
۳	نبود منابع، رقابت خارجی سخت و عدم وجود دانش صادرات	صادرکنندگان و غیر صادرکنندگان	اسپانیا	اورتگا ^۱ (۲۰۰۳)
۴	عدم همکاری دولت، رقابت شرکت‌ها در بازارهای خارجی، سیاستهای تبلیغ و قیمت‌گذاری، تعرفه‌های بالای خارجی و کمبود سرمایه مالی	صادرکنندگان و غیر صادرکنندگان	لبنان	احمد و همکاران ^۲ (۲۰۰۴)
۵	ویژگی‌های مدیریت پروژه صادرات و انطباق با نیازهای بازار خارجی	صادرکنندگان	استرالیا	کرایگ و احمد ^۳ (۲۰۰۵)
۶	موانع آیین‌نامه‌ای و قدرت رقابت	صادرکنندگان	ترکیه	آلتینتاس و همکاران ^۴ (۲۰۰۷)
۷	سرمایه‌گذاری خارجی، توسعه مالی و ثبات، تعرفه‌ها، بدهی خارجی و وابستگی به انرژی	صادرات ملی و سیاستگذاری صنعتی	کشورهای جنوبی و جنوب شرق آسیا	چی ^۵ (۲۰۱۸)
۸	تنوع صادرات، برگشت متوسط صادرات و دلایل مثبت رشد صادرات	صادرکنندگان و سیاستگذاران	انگلستان	فروکا ^۶ و همکاران (۲۰۱۹)
۹	موانع همزمان رشد اقتصادی (کاهش صادرات به عنوان عامل اصلی)	سیاستگذاران و صادرکنندگان	کشورهای جنوب آفریقا	ادو ^۷ و همکاران (۲۰۲۰)
۱۰	رابطه بین صادرات و رشد اقتصادی: رویکرد علیت در پارامترهای غیرپارامتری	صادرکنندگان و سیاستگذاران	ترکیه	بهرامیان و سلیم نژاد ^۸ (۲۰۲۰)

منبع: یافته‌های محقق

¹ Ortega

² Ahmed, Craig, Baalbaki and Hadadian

³ Craig and Ahmed

⁴ Altintas, Tokol and Harcar

⁵ Chi

⁶ Furuoka

⁷ Edo

⁸ Bahramian & Saliminezhad

مرور ادبیاتی که انجام گرفت مشخص شد که موانع صادراتی می‌توانند به صورت خارجی و داخلی طبقه‌بندی شوند. موانع داخلی صادرات عبارتند از مسائل درون شرکت و معمولاً منابع ناقص سازمانی را برای فعالیت‌های صادراتی در بر می‌گیرند که معمولاً مرتبط به شرکت و ویژگی‌های محصول هستند. برای مثال: منابع ناقص مالی، نبود دانش و اطلاعات بازار، محصولات کم‌کیفیت، قیمت بالا و منابع ناکافی انسانی.

با بررسی ادبیات نظری مرتبط با موضوع پژوهش و نیز مفاهیم اساسی در این زمینه، این نتیجه حاصل شد که در حیطه صادرات باثبات مطالعات قابل توجهی در داخل کشور انجام نگرفته است. همچنین در مسیر تدوین یک الگو که بتواند راه‌کارهای اثرگذار و اثرپذیر را ارائه کرده و همچنین اهمیت و عملکرد هر یک از این عوامل را تحلیل کرده باشد، پژوهشی یافت نشد.

۳. روش شناسی پژوهش

روش تحقیق به این صورت است که در ابتدا مولفه‌های تاثیرگذار در شکل‌گیری صادرات باثبات صنایع راهبردی از ۱۰۶ منبع شامل کتاب، پایان نامه و مقالات جمع‌آوری شده و در ادامه به منظور تکمیل آن از مطرات ۱۳ نفر از متخصصان علمی حوزه اقتصاد و نیز از مدیران اقتصادی و برخی صادرکنندگان نیز استفاده شده است. صادرکنندگانی که انتخاب شدند، از استانها و شهرهای مختلف بوده اما مدیران و متخصصان علمی منتخب از استان تهران هستند. نحوه دسترسی به آنها، حضور بیش از شش سال پژوهشگر در عرصه صادرات و ارتباط با افراد متعدد بوده است. این امر تا زمانی که کفایت نظری حاصل آید، ادامه پیدا کرده است. در این فرایند ۴۲۲ مورد از عوامل شکل‌گیری صادرات باثبات صنایع راهبردی شناسایی شدند. برای دسته‌بندی آنها از روش تحلیل مضمون^۱ بهره گرفته و در نهایت بعد از چهار سطح دسته‌بندی، ۱۰ عامل مؤثر شناسایی شدند. در رویکرد تحلیل مضمون، مولفه‌های مورد مطالعه از منابع مختلف استخراج شده و سپس اقدام به کدگذاری عوامل می‌شود. در ادامه به منظور تعیین عوامل اثرگذار و اثرپذیر و نیز الگوی مدنظر پژوهش از روش تحلیل ساختاری^۲ که از روش‌های ساخت‌دهی مسأله^۳ به حساب می‌آید، استفاده شده است. این روش برای تحلیل عمیق روابط شناسایی شده می‌پردازد؛ به‌گونه‌ای که بتواند میزان اثرگذاری‌های مستقیم و غیر مستقیم را تشریح کند. به منظور شناسایی تاثیر عوامل ۱۰ گانه بر یکدیگر و میزان نفوذپذیری آنها از ماتریس میک‌مک^۴ استفاده شده است. این ماتریس مبتنی بر دو بعد اثرگذاری و اثرپذیری عوامل ترسیم می‌شود و عوامل در چهار دسته کلی جای می‌دهد.

۴. تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

با استفاده از منابعی که به آنها مراجعه شد، مفاهیم متعددی استخراج شد که در شکل‌گیری صادرات باثبات

^۱ GT

^۲ ISM

^۳ SSIM

^۴ MICMAC

صنایع راهبردی کمک خواهد کرد.

نمای کلی مقوله‌های استخراج شده:

مولفه‌هایی که به دست آمد، شامل چند دسته است:

۱- مولفه‌هایی که به بهبود صادرات می‌انجامد.

این مولفه‌ها صرفاً در صادرات صنایع راهبردی در شرایط اثرگذار نیستند و به بهبود جریان صادرات در کشور کمک می‌کنند.

۲- مولفه‌هایی که به بهبود صادرات صنایع راهبردی می‌انجامد.

۳- مولفه‌هایی که به بهبود صادرات صنایع راهبردی در شرایط تحریم می‌انجامد. این موارد به طور مستقیم در مقابله با تحریم و بی اثر کردن آن اثرگذار هستند.

با دسته‌بندی تمام موارد فوق و انجام مراحل مقوله‌بندی، ۴۲۲ عامل شناسایی شده در ۱۰ عامل ادغام شدند. این ده عامل ورودی روش تحلیل ساختاری را شکل می‌دهند. در تحلیل ساختاری روش کار به گونه‌ای است که تمام ۱۰ عامل شکل‌گیری صادرات باثبات صنایع راهبردی در شرایط تحریم به لحاظ تأثیرشان بر یکدیگر مورد مقایسه قرار می‌گیرند. در این مقایسه از علائم مربوط به مدل ساخت‌دهی به مسأله استفاده شده است که تعریف آن‌ها به صورت زیر است:

V: نشان‌دهنده عامل بودن عنصر i به عنصر j می‌باشد.

A: نشان‌دهنده عامل بودن عنصر j به عنصر i می‌باشد.

X: نشان‌دهنده عاملیت دو طرفه می‌باشد.

O: نشان‌دهنده عدم ارتباط بین دو عنصر می‌باشد.

در پرسشنامه طراحی شده عوامل ۱۰ گانه در سطر اول و ستون اول قرار می‌گیرند. داده‌های ۱۰ گانه این پرسشنامه داده‌های استخراج شده از جدول مقوله بندی است که از نتیجه فشرده سازی ۴۲۲ عامل مؤثر در شکل‌گیری صادرات باثبات صنایع راهبردی در شرایط تحریم حاصل شده است. هویت این پرسشنامه و نام آن «پرسشنامه تعیین روابط اثرگذاری و اثرپذیر عوامل شکل‌گیری صادرات باثبات صنایع راهبردی در شرایط تحریم» است.

در فرایند این پژوهش از متخصصان تقاضا شده است که به این پرسشنامه با دقت پاسخ داده شود. متخصصان مورد مراجعه نیز بر اساس راهنمایی که در پرسشنامه درج شده بود، اقدام به ارائه پاسخ کردند. در مجموع، از ۲۰ نفر از متخصصان تقاضا شد که به این پرسشنامه پاسخ دهند.

۴-۱. تهیه ماتریس ISM

روش استخراج جدول نهایی از اصول حداکثر آرا تبعیت می‌کند. بدین صورت که به دلیل گسسته بودن پاسخ ها، امکان اخذ میانگین از داده‌ها نبود، اقدام به شمارش تعداد پاسخ‌های هر خانه از پرسشنامه شد. در این روش هر یک از علایم چهارگانه (A-V-O-X) تعداد بیشتری از پاسخ‌ها را شامل می‌شد، همان علامت به عنوان علامت نهایی منظور می‌شد. جدول نهایی تجمیع شده و شمارش شده در ادامه قابل نمایش است.

جدول شماره (۲) تکمیل شده ISM

تمرکز بر تحقیق و توسعه در شکل‌گیری صادرات باثبات	ایجاد زنجیره‌های تامین (محصول تا مشتری) محصولات	استفاده از روش‌های مقابله با تحریم‌ها در صادرات کالاها	جهت‌دهی تولید به سمت نیازهای بازارهای صادراتی	توسعه و تامین زیرساخت‌های مورد نیاز و تسهیل فرایندهای صادراتی در دستگاه‌های اجرایی کشور	بازاریابی نظام یافته و ایجاد همکاری‌های بلندمدت با بنگاه‌های بین‌المللی	توسعه بنگاه‌های خصوصی صادراتی و اعطای تسهیلات به آنها	طراحی و سیستم نظارت بر جریان مالی و اصلاح امور اعتبار بانکی	سیاستگذاری صنعتی و تدوین راهبردهای صادرات باثبات برای خوشه‌های صنعتی	ایجاد ثبات در بازار ارز و مبارزه با قاچاق	ن. ا.
A	A	O	O	A	O	O	A	A	X	۱
X	V	V	V	V	V	V	V	X	V	۲
A	X	X	V	X	O	O	X	A	V	۳
A	O	V	V	A	X	X	O	A	O	۴
A	A	X	X	A	X	X	O	A	O	۵
A	V	V	V	X	V	V	X	A	V	۶
A	X	O	X	A	X	A	A	A	O	۷
X	A	X	O	A	X	A	X	A	O	۸
X	X	V	X	A	V	O	X	A	V	۹
X	X	X	V	V	V	V	V	X	V	۱۰

منبع: نتایج پژوهش

به منظور اختصار در جداول و نمودارها، به جای استفاده از عناوین مولفه‌های استخراج شده، اعداد زیر درج شده‌اند.

جدول شماره (۳) کد شناسه هر یک از عوامل شناسایی شده

شماره عامل مربوطه	نام عامل
۱	ایجاد ثبات در بازار ارز و مبارزه با قاچاق
۲	سیاستگذاری صنعتی و تدوین راهبردهای صادرات باثبات برای خوشه‌های صنعتی
۳	طراحی و سیستم نظارت بر جریان مالی و اصلاح امور اعتبار بانکی
۴	توسعه بنگاه‌های خصوصی صادراتی و اعطای تسهیلات به آنها
۵	بازاریابی نظام یافته و ایجاد همکاری‌های بلند مدت با بنگاه‌های بین المللی
۶	توسعه و تأمین زیر ساخت‌های مورد نیاز و تسهیل فرایندهای صادراتی در دستگاه‌های اجرایی کشور
۷	جهت دهی تولید به سمت نیازهای بازارهای صادراتی
۸	استفاه از روش‌های مقابله با تحریم‌ها در صادرات کالاها
۹	ایجاد زنجیره‌های تأمین (محصول تا مشتری) محصولات
۱۰	تمرکز بر تحقیق و توسعه در شکل‌گیری صادرات باثبات

منبع: نتایج پژوهش

۴-۲. ماتریس دسترسی عوامل شکل‌گیری صادرات باثبات

به‌منظور فهم عمیق‌تر روابط و میزان اثرگذاری یک عنصر بر عناصر دیگر ماتریس دسترسی^۱ که شامل جدول زیر می‌باشد، تهیه می‌شود. روش طراحی بدین صورت است که در صورت اثرگذار بودن عناصر بر عنصر دیگر، عدد یک لحاظ می‌شود و در غیر این صورت از عدد صفر استفاده می‌شود که نشانگر عدم اثرگذاری است. ماتریس دسترسی قابل نگارش از ماتریس SSIM می‌باشد و می‌توان با استفاده از ماتریس SSIM، اقدام به نگارش ماتریس دسترسی کرد.

روش کار به این صورت است که هر خانه‌ای که علامت X یا V داشت، عبارت ۱ را منظور می‌کنیم. چرا که هر دوی آنها نشانگر این است که عنصر i بر عنصر j اثرگذار بوده است. برعکس، هر خانه‌ای از جدول ماتریس دسترسی علامت O یا A را داشته باشد، در این صورت در آن خانه، عدد صفر را وارد می‌کنیم؛ چرا که هیچگونه اثرگذاری از عنصر i بر j وجود ندارد. بر همین اساس، جدول مربوط به ماتریس دسترسی، در صفحه بعد آمده است.

^۱ Reachability matrix

جدول شماره (۴) ماتریس دسترسی عوامل شکل‌گیری صادرات باثبات در صنایع راهبردی

جمع	تمرکز بر تحقیق و توسعه در شکل‌گیری صادرات باثبات	ایجاد زنجیره‌های تامین (محصول تا مشتری) محصولات	استفاده از روش‌های مقابله با تحریم‌ها در صادرات کالاها	جهت‌دهی تولید به سمت نیازهای بازارهای صادراتی	توسعه و تامین زیرساخت‌های مورد نیاز و تسهیل فرایندهای صادراتی در دستگاه‌های اجرایی کشور	بازاریابی نظام یافته و ایجاد همکاری‌های بلندمدت با بنگاه‌های بین‌المللی	توسعه بنگاه‌های خصوصی صادراتی و اعطای تسهیلات به آنها	طراحی و سیستم نظارت بر جریان مالی و اصلاح امور اعتبار بانکی	سیاستگذاری صنعتی و تئوریک راهبردهای صادرات باثبات برای خوشه‌های صنعتی	ایجاد ثبات در بازار ارز و مبارزه با قاچاق	۱- ۲-
۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱
۱۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۲
۶	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۳
۴	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۴
۴	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۵
۸	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۶
۳	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۷
۴	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۸
۷	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۹
۱۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۰
-	۴	۶	۸	۸	۴	۸	۵	۶	۲	۶	جمع

منبع: نتایج پژوهش

همانطور که در جدول بالا (ماتریس دسترسی) مشاهده می‌شود، می‌توانیم به راحتی تعداد اثرهایی که هر عنصر در ستون ۱ بر عناصر دیگر در ستون ۲ را مشخص کنیم. این کار با استفاده از شمارش تعداد ۱هایی است که از روی ماتریس SSIM در ماتریس دسترسی نوشته بودیم.

همین کار را می‌توانیم برای هر یک از عناصر سطر ۲ نیز انجام دهیم. به این نحو که مانند قبل، تعداد یک‌هایی را که از روی ماتریس SSIM در ماتریس دسترسی نوشته بودیم، را شمارش کرده و در سطر انتهایی ماتریس می‌آوریم. با این کار ماتریس دسترسی به صورت کامل آماده شده است (جدول بالا).

۳-۴. ماتریس سطح‌بندی عناصر

این ماتریس گام مهمی را در طراحی مدل نهایی حاصل از SSIM برمی‌دارد. در این ماتریس تعداد سطوحی

که مدل نهایی دارا خواهد بود، مشخص می‌شود. همچنین نحوه ارتباطات بین عوامل شکل‌گیری صادرات باثبات در صنایع راهبردی نیز مشخص می‌شود. این روابط می‌توانند دوسویه یا یک‌سویه باشند. ماتریس سطح بندی عناصر شکل دهنده صادرات باثبات در صنایع راهبردی به صورت زیر طراحی شده است.

جدول شماره (۵) ماتریس سطح بندی عناصر

سطح بندی	تعداد عناصر خروجی + مشترک	مجموعه عناصر مشترک	Leads on	Leads to	j i
۱	۲	۱	۱،۲،۳،۶،۹،۱۰	۱	۱
۶	۱۲	۲،۱۰	۲،۱۰	۱،۲،۳،۴،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰	۲
۴	۱۰	۳،۶،۸،۹	۲،۳،۶،۸،۹،۱۰	۱،۳،۶،۷،۸،۹	۳
۲	۶	۴،۵	۲،۴،۵،۶،۱۰	۴،۵،۷،۸	۴
۳	۸	۴،۵،۷،۸	۲،۴،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰	۴،۵،۷،۸	۵
۴	۱۰	۳،۶	۲،۳،۶،۱۰	۱،۳،۴،۵،۶،۷،۸،۹	۶
۲	۶	۵،۷،۹	۲،۳،۴،۵،۶،۷،۹،۱۰	۵،۷،۹	۷
۳	۸	۳،۵،۸،۱۰	۲،۳،۴،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰	۳،۵،۸،۱۰	۸
۵	۱۱	۳،۷،۹،۱۰	۲،۳،۶،۷،۹،۱۰	۱،۳،۵،۷،۸،۹،۱۰	۹
۷	۱۴	۲،۸،۹،۱۰	۲،۸،۹،۱۰	۱،۲،۳،۴،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰	۱۰

منبع: نتایج پژوهش

این مرحله مربوط به سطر بندی متغیرها از ماتریس دسترسی (R) استخراج شده و به صورت جدول بالا طراحی می‌گردد. این جدول نشان‌دهنده مجموعه عناصر خروجی، مجموعه عناصر ورودی، مجموعه عناصر مشترک و مجموع تعداد عناصر خروجی و مشترک می‌باشد.

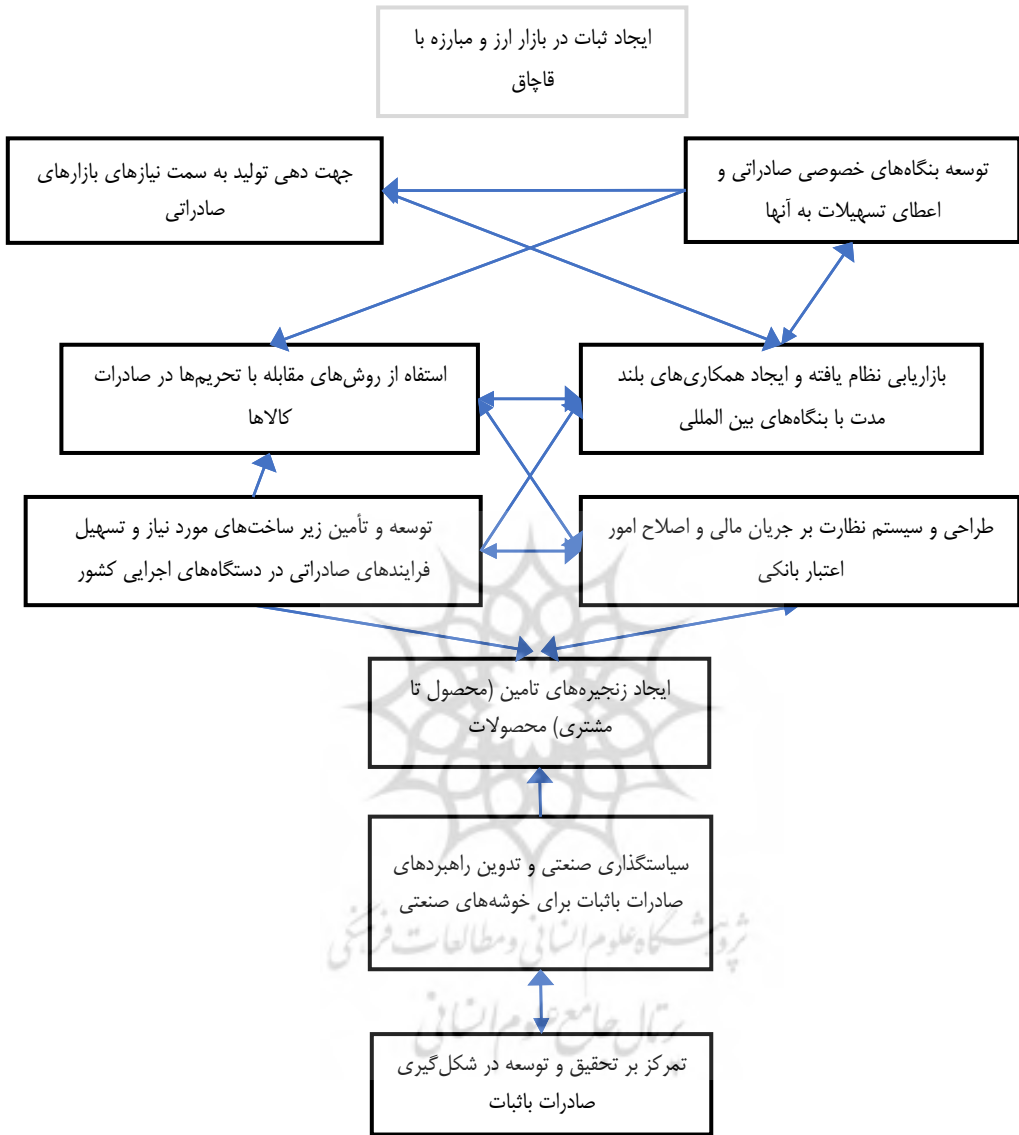
مجموعه عناصر خروجی در این ماتریس با عبارت Leads to و مجموعه عناصر ورودی با عبارت Leads on مشخص می‌گردد. همچنین ستون ۵ در این جدول از مجموع دو ستون به صورت زیر مشخص می‌شود:

مجموعه عناصر مشترک + مجموعه عناصر خروجی (Leads to) = تعداد عناصر خروجی و مشترک

هدف از تشکیل این جدول رسیدن به داده‌های مربوط به ستون سطح بندی عناصر می‌باشد.

۴-۴. ترسیم الگوی نهایی عوامل اثرگذار و اثرپذیر

با توجه به آنچه تا کنون مشخص شده است، عناصر ۱۰ گانه در ۷ سطح در مدل نهایی در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند. الگوی نهایی عوامل مؤثر بر صادرات باثبات صنایع راهبردی در صفحه بعد به نمایش درآمده است.



شکل شماره (۱) الگوی نهایی عوامل اثرگذار و اثرپذیر در شکل‌گیری صادرات باثبات صنایع راهبردی در شرایط تحریم اقتصادی

۴-۵. موقعیت یابی بر اساس ماتریس میکمک^۱

ماتریس میکمک بر اساس ماتریسی دسترسی^۲ تهیه می‌شود به طوری که محور افقی آن میزان وابستگی و محور عمودی آن مقدار نفوذ می‌باشد.

ماتریس به ۴ ربع مساوی تقسیم می‌شود به طوری که ۴ ناحیه معنادار شکل خواهد گرفت. بر اساس طبقه‌بندی بارفید ناحیه‌های چهارگانه به شرح زیر انجام می‌گیرد.

ناحیه ۱: عناصری که در این ناحیه هستند به عناصر خودمختار^۳ معروف‌اند و دارای میزان نفوذ پایین و مقدار اثرپذیری کم می‌باشند.

ناحیه ۲: این ناحیه به ناحیه وابستگی^۴ معروف است. دارای وابستگی زیاد و میزان نفوذ پایین می‌باشد.

ناحیه ۳: عناصری که در این ناحیه هستند به عناصر محرک^۵ معروف‌اند. مهم‌ترین عناصر در این حوزه قرار می‌گیرند که دارای نفوذ بالا و میزان اثرپذیری پایینی می‌باشد.

ناحیه ۴: عناصری که در این ناحیه هستند به عناصر هسته^۶ معروف‌اند که دارای میزان اثرگذاری و اثرپذیری بالایی می‌باشند.

برای ترسیم و مشکل کردن عناصر در قالب چهار ناحیه ذکر شده، اطلاعات مربوط به هر یک از عوامل را با استفاده از جداول قبل در اختیار داریم. بر اساس ماتریس دسترسی، داده‌های جدول بعد در مورد هر یک از عوامل به عنوان ورودی‌های ماتریس میکمک در نظر گرفته می‌شوند.

جدول شماره (۶) میزان اثرگذاری و اثرپذیری عوامل شکل‌گیری صادرات باثبات

ردیف	عوامل	اثرگذاری	اثرپذیری
۱	ایجاد ثبات در بازار ارز و مبارزه با قاچاق	۱	۶
۲	سیاستگذاری صنعتی و تدوین راهبردهای صادرات باثبات برای خوشه‌های صنعتی	۱۰	۲
۳	طراحی و سیستم نظارت بر جریان مالی و اصلاح امور اعتبار بانکی	۶	۶

¹ MICMAC

² Reachability Matrix

³ Autonomous

⁴ Dependency

⁵ Driver

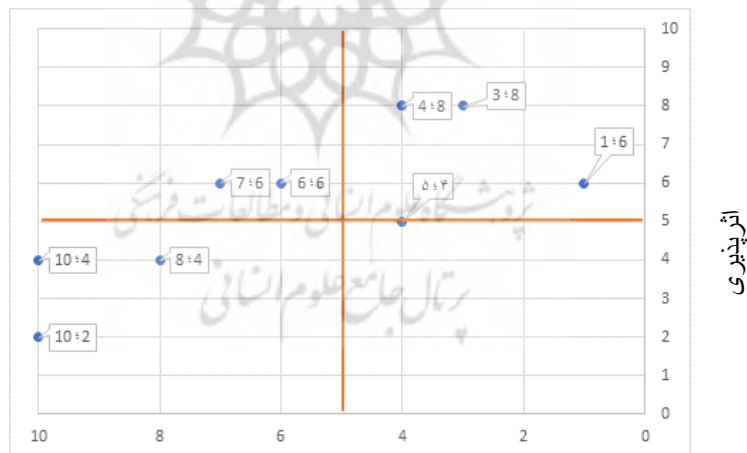
⁶ Linkage

ردیف	عوامل	اثرگذاری	اثرپذیری
۴	توسعه بنگاه‌های خصوصی صادراتی و اعطای تسهیلات به آنها	۴	۵
۵	بازاریابی نظام یافته و ایجاد همکاری‌های بلند مدت با بنگاه‌های بین‌المللی	۴	۸
۶	توسعه و تأمین زیر ساخت‌های مورد نیاز و تسهیل فرایندهای صادراتی در دستگاه‌های اجرایی کشور	۸	۴
۷	جهت دهی تولید به سمت نیازهای بازارهای صادراتی	۳	۸
۸	استفاده از روش‌های مقابله با تحریم‌ها در صادرات کالاها	۴	۸
۹	ایجاد زنجیره‌های تامین (محصول تا مشتری) محصولات	۷	۶
۱۰	تمرکز بر تحقیق و توسعه در شکل‌گیری صادرات باثبات	۱۰	۴

منبع: نتایج پژوهش

۴-۶. تهیه و ترسیم ماتریس MICMAC

بر اساس جدول فوق، می‌توان به راحتی ماتریس MICMAC را طراحی کرد. شکل زیر نشان‌دهنده موقعیت‌های مربوط به عناصر ۱۰ گانه بر اساس شماره‌های موجود هر عنصر در ماتریس دسترسی می‌باشد.



اثرگذاری

نمودار شماره (۱) ماتریس (MICMAC) و ربع‌های چهارگانه عوامل شکل دهنده صادرات باثبات صنایع راهبردی

منبع: نتایج تحقیق

با توجه به مختصات ماتریس MICMAC، یادآوری می‌شود که:

- همانطور که ماتریس بالا مشاهده می‌شود، دو عنصر «بازاریابی نظام یافته و ایجاد همکاری‌های بلند مدت با بنگاه‌های بین‌المللی» و «استفاده از روش‌های مقابله با تحریم‌ها در صادرات کالاها» کاملاً بر هم منطبق هستند.
- عامل «توسعه بنگاه‌های خصوصی صادراتی و اعطای تسهیلات به آنها» در مرز دو ناحیه ۱ و ۲ قرار گرفته است. بنابراین تحلیلگر مردد است که آن را جزء کدام ناحیه‌های حساب کرده و سیاست لازم را پیشنهاد دهد. معمولاً در ماتریس MICMAC، عناصر مرزی را به عنوان عنصری در ناحیه با وضعیت بد محسوب می‌کنند. بنابراین در این ماتریس نیز عامل «توسعه بنگاه‌های خصوصی صادراتی و اعطای تسهیلات به آنها» که یک عامل مرزی است به ناحیه با وضعیت بد منتقل شده و جزء ناحیه یک به شمار می‌آید.

۴-۷. تحلیل ماتریس MICMAC

در جدول شماره (۶) ویژگی‌ها و عناصر مربوط به هر ربع از ماتریس MICMAC ذکر شده است:

جدول شماره (۶) جایگاه و ویژگی‌های عوامل تشکیل دهنده صادرات باثبات صنایع راهبردی در ماتریس

MICMAC

ربع	تعداد عوامل	عوامل	ویژگی‌ها
ناحیه ۱	۱	توسعه بنگاه‌های خصوصی صادراتی و اعطای تسهیلات به آنها	عناصری که در این ناحیه هستند به عنصر Autonomous یا خودمختار معروف‌اند و دارای میزان نفوذ پایین و مقدار اثرپذیری کم می‌باشند.
ناحیه ۲	۴	- ایجاد ثبات در بازار ارز و مبارزه با قاچاق - جهت دهی تولید به سمت نیازهای بازارهای صادراتی - بازاریابی نظام یافته و ایجاد همکاری‌های بلند مدت با بنگاه‌های بین‌المللی - استفاده از روش‌های مقابله با تحریم‌ها در صادرات کالاها	این ناحیه به ناحیه Dependency یا وابستگی معروف است. دارای وابستگی زیاد و میزان نفوذ پایین می‌باشد.
ناحیه ۳	۳	- سیاستگذاری صنعتی و تدوین راهبردهای صادرات باثبات برای خوشه‌های صنعتی - توسعه و تأمین زیر ساخت‌های مورد نیاز و تسهیل فرایندهای صادراتی در دستگاه‌های اجرایی کشور - تمرکز بر تحقیق و توسعه در شکل‌گیری صادرات باثبات	عناصری که در این ناحیه هستند به عناصر محرک یا Driver معروف‌اند. مهم‌ترین عناصر در این حوزه قرار می‌گیرند که دارای نفوذ بالا و میزان اثرپذیری پایینی می‌باشند.
ناحیه ۴	۲	- طراحی و سیستم نظارت بر جریان مالی و اصلاح امور اعتبار بانکی - ایجاد زنجیره‌های تأمین (محصول تا مشتری) محصولات	عناصری که در این ناحیه هستند به عناصر هسته یا Linkage معروف‌اند که دارای میزان اثرگذاری و اثرپذیری بالایی می‌باشند.

۵. نتیجه گیری

هدف ما از به کارگیری روش ISM این است که عوامل اثرگذار و اثرپذیر حوزه صادرات باثبات صنایع راهبردی را شناسایی کنیم. با مشخص نمودن این عوامل، خواهیم دانست که با اصلاح و بهبود یکی از عوامل ده گانه شناسایی شده، چه عوامل دیگری تحت تاثیر قرار می‌گیرند. اهمیت دانستن این مطلب از آنجا معلوم می‌شود که بدانیم عوامل زیرساختی کدام عوامل هستند و اگر خواستیم یکی از عوامل را بهبود ببخشیم و مستقیماً نتوانیم آن را انجام دهیم، با اصلاح و بهبود کدام عامل، به بهبود آن منجر خواهیم شد. همچنین علاوه بر آن با اصلاح برخی از عوامل، اصلاح عوامل دیگر نیز تسهیل می‌شوند. این عوامل کدامند؟ ما توانستیم در پژوهش حاضر به این سوال پاسخ دهیم.

۵-۱. بررسی عوامل اثرگذار و اثرپذیر صادرات باثبات صنایع راهبردی

به منظور نگاه منظم، عوامل اثرگذار و اثرپذیر صادرات باثبات صنایع راهبردی در قالب جدول زیر ذکر شده است.

جدول شماره (۷) عوامل اثرگذار و اثرپذیر صادرات باثبات صنایع راهبردی

ردیف	عامل مورد بررسی	عواملی که بر آنها اثر می‌گذارد	عواملی که از آنها اثر می‌پذیرد
۱	ایجاد ثبات در بازار ارز و مبارزه با قاچاق	-	-
۲	سیاستگذاری صنعتی و تدوین راهبردهای صادرات باثبات برای خوشه‌های صنعتی	ایجاد زنجیره‌های تامین (محصول تا مشتری) محصولات تمرکز بر تحقیق و توسعه در شکل‌گیری صادرات باثبات	تمرکز بر تحقیق و توسعه در شکل‌گیری صادرات باثبات
۳	طراحی و سیستم نظارت بر جریان مالی و اصلاح امور اعتبار بانکی	استفاه از روش‌های مقابله با تحریم‌ها در صادرات کالاها توسعه و تأمین زیر ساخت‌های مورد نیاز و تسهیل فرایندهای صادراتی در دستگاه‌های اجرایی کشور ایجاد زنجیره‌های تامین (محصول تا مشتری) محصولات	استفاه از روش‌های مقابله با تحریم‌ها در صادرات کالاها توسعه و تأمین زیر ساخت‌های مورد نیاز و تسهیل فرایندهای صادراتی در دستگاه‌های اجرایی کشور ایجاد زنجیره‌های تامین (محصول تا مشتری) محصولات
۴	توسعه بنگاه‌های خصوصی صادراتی و اعطای تسهیلات به آنها	استفاه از روش‌های مقابله با تحریم‌ها در صادرات کالاها بازاربابی نظام یافته و ایجاد همکاری‌های بلند مدت با بنگاه‌های بین المللی جهت دهی تولید به سمت نیازهای بازارهای صادراتی	بازاربابی نظام یافته و ایجاد همکاری‌های بلند مدت با بنگاه‌های بین المللی

ردیف	عامل مورد بررسی	عواملی که بر آنها اثر می‌گذارد	عواملی که از آنها اثر می‌پذیرد
۵	بازاریابی نظام یافته و ایجاد همکاری‌های بلند مدت با بنگاه‌های بین‌المللی	استفاه از روش‌های مقابله با تحریم‌ها در صادرات کالاها جهت دهی تولید به سمت نیازهای بازارهای صادراتی توسعه بنگاه‌های خصوصی صادراتی و اعطای تسهیلات به آنها	جهت دهی تولید به سمت نیازهای بازارهای صادراتی توسعه بنگاه‌های خصوصی صادراتی و اعطای تسهیلات به آنها استفاه از روش‌های مقابله با تحریم‌ها در صادرات کالاها توسعه و تأمین زیر ساخت‌های مورد نیاز و تسهیل فرایندهای صادراتی در دستگاه‌های اجرایی کشور
۶	توسعه و تأمین زیر ساخت‌های مورد نیاز و تسهیل فرایندهای صادراتی در دستگاه‌های اجرایی کشور	استفاه از روش‌های مقابله با تحریم‌ها در صادرات کالاها بازاریابی نظام یافته و ایجاد همکاری‌های بلند مدت با بنگاه‌های بین‌المللی طراحی و سیستم نظارت بر جریان مالی و اصلاح امور اعتبار بانکی ایجاد زنجیره‌های تأمین (محصول تا مشتری) محصولات	طراحی و سیستم نظارت بر جریان مالی و اصلاح امور اعتبار بانکی
۷	جهت دهی تولید به سمت نیازهای بازارهای صادراتی	بازاریابی نظام یافته و ایجاد همکاری‌های بلند مدت با بنگاه‌های بین‌المللی	بازاریابی نظام یافته و ایجاد همکاری‌های بلند مدت با بنگاه‌های بین‌المللی توسعه بنگاه‌های خصوصی صادراتی و اعطای تسهیلات به آنها
۸	استفاه از روش‌های مقابله با تحریم‌ها در صادرات کالاها	بازاریابی نظام یافته و ایجاد همکاری‌های بلند مدت با بنگاه‌های بین‌المللی	توسعه بنگاه‌های خصوصی صادراتی و اعطای تسهیلات به آنها بازاریابی نظام یافته و ایجاد همکاری‌های بلند مدت با بنگاه‌های بین‌المللی طراحی و سیستم نظارت بر جریان مالی و اصلاح امور اعتبار بانکی توسعه و تأمین زیر ساخت‌های مورد نیاز و تسهیل فرایندهای صادراتی در دستگاه‌های اجرایی کشور
۹	ایجاد زنجیره‌های تأمین (محصول تا مشتری) محصولات	طراحی و سیستم نظارت بر جریان مالی و اصلاح امور اعتبار بانکی	توسعه و تأمین زیر ساخت‌های مورد نیاز و تسهیل فرایندهای صادراتی در دستگاه‌های اجرایی کشور

ردیف	عامل مورد بررسی	عواملی که بر آنها اثر می‌گذارد	عواملی که از آنها اثر می‌پذیرد
			سیاستگذاری صنعتی و تدوین راهبردهای صادرات باثبات برای خوشه‌های صنعتی
۱۰	تمرکز بر تحقیق و توسعه در شکل‌گیری صادرات باثبات	سیاستگذاری صنعتی و تدوین راهبردهای صادرات باثبات برای خوشه‌های صنعتی ایجاد زنجیره‌های تامین (محصول تا مشتری) محصولات	سیاستگذاری صنعتی و تدوین راهبردهای صادرات باثبات برای خوشه‌های صنعتی

منبع: نتایج پژوهش

در استفاده از جدول فوق که در نتیجه تحلیل به دست آمده از مدل ISM است، نکات زیر مورد توجه قرار می‌گیرد:

- اهمیت هر یک از عوامل هیچ ارتباطی با تعداد عواملی که بر آنها اثر می‌گذارد یا از آنها اثر می‌پذیرد ندارد.
- هر عامل صرفاً با عواملی که در جدول شماره (۷) به عنوان عوامل اثرگذار و اثرپذیر آن عامل شناخته شده است، ارتباط ندارد بلکه شاید تاثیر مستقیمی بر سایر عوامل نیز داشته باشد. بلکه در این مدل بیشترین اثراتی که می‌گذارد توسط ISM نمایان شده است.
- عنصر اول که هیچ ارتباطی با سایر عوامل ندارد لزوماً عامل کم اهمیتی به حساب نمی‌آید.

۲-۵- پیشنهادها

با بررسی نتایج حاصل از پژوهش حاضر، پیشنهادات زیر ارائه می‌شود:

- اصلاح قوانین حوزه صادرات به منظور شکل‌گیری صادرات باثبات صنایع راهبردی.
- حمایت مسئولین از تحقیق و توسعه در حوزه صادرات باثبات صنایع راهبردی.
- گریز از پراکنده کاری‌ها در حوزه صادرات و واردات کشور و داشتن رویه واحد با راهبری سیاست‌های اقتصاد مقاومتی.
- بررسی علل تاخیر در اصلاح زیرساخت‌های صادراتی و اقتصاد مقاومتی در کشور.
- بررسی قابلیت‌های ایجاد تعاملات دو طرفه بین بانکی به منظور حذف ال سی از مبادلات تجاری.
- بررسی و طراحی الگوی بانکداری مؤثر بر بهبود فرایندهای مالی در تجارت بین کشور ایران و سایر کشورها.

منابع و مأخذ

منابع فارسی

- احمدیان، مهدی؛ پدرام، عبدالرحیم و زالی، سلمان (۱۳۹۴). طراحی الگوی اولویت‌گذاری پابرجا در صنایع راهبردی. *بهبود مدیریت*، دوره ۹، شماره ۴، صص ۵۹-۳۱.
- اکبری، محمدرضا و کریمی هسنیجه حسین (۱۳۷۹). تأثیر رشد صادرات بر رشد اقتصادی و تشکیل سرمایه. *فصلنامه برنامه‌ریزی و بودجه*، دوره ۵، شماره ۴، صص ۸۴-۶۳.
- آل عمران، رویا و آل عمران، سید علی (۱۳۹۳). بررسی تاثیر مدیریت بی‌ثباتی سیاست پولی توسط بانک مرکزی بر بازدهی کل بورس اوراق بهادار تهران. *راهبرد مدیریت مالی*، دوره ۲، شماره ۳، صص ۱۶۵-۱۴۱.
- تاجدینی، کیهان؛ اشرف احمدیان، علی و معطوفی، علیرضا (۱۳۹۴). جایگاه فضای کسب و کار با ثبات در توسعه صادرات پایدار؛ براساس مطالعه صادرکنندگان ایرانی. *فراپند مدیریت و توسعه*، دوره ۲۸، شماره ۹۱، صص ۲۹-۳.
- خورشیدی، غلامحسین؛ عیوضی نژاد، سلمان و بیات، مونا (۱۳۹۸). طراحی و تبیین الگوی صادرات پایدار شرکت‌های کاشی و سرامیک (مورد مطالعه: شرکت‌های عضو بورس اوراق بهادار). *پژوهش‌های مدیریت عمومی*، دوره ۱۲، شماره ۴۵، صص ۲۳۵-۲۱۱.
- رسولی نژاد، احسان (۱۳۹۹). رتبه بندی موانع رشد پایدار صادرات غیر نفتی ایران به بازار روسیه با استفاده از روش تحلیل فرآیند شبکه‌ای. *بررسی‌های بازرگانی*، دوره ۱۸، شماره ۱۰۰، صص ۴۵-۳۰.
- سیاست‌های اقتصاد مقاومتی (۱۳۹۲). ابلاغی مقام معظم رهبری.
- محنت فر، یوسف و خاکپور، حسین (۱۳۸۴). ارزیابی میزان صادرات غیرنفتی و اثر آن بر رشد اقتصادی در ایران: یک تحلیل تجربی (۱۳۸۳-۱۳۵۵). *مجله اقتصادی (دوماهنامه بررسی مسائل و سیاست‌های اقتصادی)*، دوره ۵، شماره ۵۱ و ۵۲، صص ۱۱-۹۱.

منابع لاتین

- Ahmed, Z.U., Craig, J.C., Baalbaki, I. and Hadadian, T.V. (2004), *Export barriers and firm internationalisation: a study of Lebanese entrepreneurs*, Journal of Management and World Business Research, Vol. 1 No. 1, pp. 11-22.
- Al Arif, M. N. R., Arisman, A., & Harahap, D. (2021). Export, Political Stability, and Growth in Developing-8 Countries. *Studies of Applied Economics*, 39(2).
- Alcalá, F., & Ciccone, A. (2004). *Trade and productivity*. The Quarterly journal of economics, 119(2), 613-646.

- Ali, B. J., Hasan, H., & Oudat, M. S. (2021). Relationship Among Export, Import and Economic Growth: Using Co-Integration Analysis. *Psychology and Education Journal*, 58(1), 5126-5134.
- Altintas, M.H., Tokol, T. and Harcar, T. (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, pp. 36-56.
- Aranguren, M. J., De Lucio, J., Mínguez, R., Minondo, A., & Requena, F. (2021). Export markets: substitutes, complements, or independent?. *Applied Economics Letters*, 28(3), 165-169.
- Bahramian, P., & Saliminezhad, A. (2020). On the relationship between export and economic growth: A nonparametric causality-in-quantiles approach for Turkey. *The Journal of International Trade & Economic Development*, 29(1), 131-145.
- Baldwin, J. R., Gu, W., & Yan, B. (2013). *Export growth, capacity utilization, and productivity growth: evidence from the Canadian manufacturing plants*. Review of Income and Wealth, 59(4), 665-688.
- Baldwin, J.R. and Gu, W. (2003), *Export-market participation and productivity performance in Canadian manufacturing*. Canadian Journal of Economics/Revue canadienne d'économique, 36: 634-657.
- Brock, P. L. (1991). Export instability and the economic performance of developing countries. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 15(1), 129-147.
- Carrasco, C. A., & Tovar-García, E. D. (2020). Trade and growth in developing countries: the role of export composition, import composition and export diversification. *Economic Change and Restructuring*, 1-23.
- Ceesay, E. K., Belford, C., Fanneh, M. M., & Drammeh, H. (2019). Relationship between export, imports and economic growth: an export-led growth strategy for the Gambia using the granger causality test. *International Journal of Social Sciences Perspectives*, 4(2), 38-47.
- Chi, L. (2018). An Empirical Study of Predictors of Economic Growth in a Developing Context: Foreign Investment, Financial Development and Stability, Export Composition, Tariffs, External Debt, and Energy Dependence in Southeast Asia and South Asia.
- Chit, M., M., Rizov, M. And Middlesex, D. (2008). Exchange Rate Volatility and Exports: New Empirical Evidence from the Emerging East Asian Economies. Munich Personal Repec Archive 914: 1-35.
- Chit, M. و M. & Judge, A. (2011). Non-linear effect of exchange rate volatility on exports: the role of financial sector development in emerging East Asian economies. *International Review of Applied Economics*, 25(1): 107-119.

- Chrid, N., Saafi, S., & Chakroun, M. (2020). Export upgrading and economic growth: A panel cointegration and causality analysis. *Journal of the Knowledge Economy*, 1-31.
- Coe, D. T. and E. Helpman (1995); "International R&D Spillovers", *European Economic Review*, no.39(5), pp.859-887.
- Cortes, Bienvenido S. (2005). *Market Share Instability, Concentration, and Trade in Japanese Industries*. The Journal of Economics 31(1): 71–79.
- Craig, J.C. and Ahmed, Z.U. (2005), *The impact of barriers to export on export marketing performance*, Journal of Global Marketing, Vol. 19 No. 1, pp. 71-94.
- Da Silva, P.A. and da Rocha, A. (2001), *Perception of export barriers to Mercosur by Brazilian firms*, International Marketing Review, Vol. 18 No. 6, pp. 589- 610.
- Dollar, D., & Kraay, A. (2002). *Growth Is Good for the Poor*. Journal of Economic Growth, 7(3), 195-225. Retrieved April 14, 2021.
- Edo, S., Osadolor, N. E., & Dading, I. F. (2020). Growing external debt and declining export: The concurrent impediments in economic growth of Sub-Saharan African countries. *International Economics*, 161, 173-187.
- Elste-Tomsone, R. (2019). Improvement opportunities of export services of Enterprise Europe Network.
- Francisco Alcalá, Antonio Ciccone, *Trade and Productivity*, The Quarterly Journal of Economics, Volume 119, Issue 2, May 2004, Pages 613–646.
- Freund, C., pierola, M. D. (2012). Export surges. journal of development economics, 97(2): 387-395.
- Furuoka, F., Harvey, H., & Munir, Q. (2019). Export diversification, mean-reversion of exports, and stability of export–growth causality. *The International Trade Journal*, 33(3), 221-238.
- Haidar, J.I. , (۲۰۱۵). "Sanctions and Exports Deflection: Evidence from Iran," *Paris School of Economics*, University of Paris\ Pantheon Sorbonne, Mimeo.
- Haluk Köksal, M. and Kettaneh, T. (2011), "*Export problems experienced by high- and low-performing manufacturing companies: A comparative study*", Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 23 No. 1, pp. 108-126.
- Hult, G.T.M., Nichols, E.L. Jr, Giunipero, L.C. and Hurley, R.F. (2000), *Global organizational learning in the supply chain: a low versus high learning study*, Decision Sciences, Vol. 31No. 2, pp. 293-326.

- Inui, T., Ito, K., & Miyakawa, D. (2017). Export experience, product differentiation and firm survival in export markets. *The Japanese economic review*, 68(2), 217-231.
- Janes, F. R. (1988). Interpretive structural modelling: a methodology for structuring complex issues. *Transactions of the Institute of Measurement and Control*, 10(3), 145-154.
- Jeffrey M. Netter & William L. Megginson, (2001). "From State to Market: A Survey of Empirical Studies on Privatization," *Journal of Economic Literature*, American Economic Association, vol. 39(2), pages 321-389, June.
- Karakaya, F. and Harcar, T. (1999), *Barriers to export for non-exporting firms in developing countries*, *Academy of Marketing Studies Journal*, Vol. 3 No. 2, pp. 59-77.
- Katsikeas, C.S. and Morgan, R.E. (1994), *Differences in perceptions of exporting problems based on firm size and export market experience*, *European Journal of Marketing*, Vol. 28 No. 5, pp. 17-35.
- Kibria, M. G., & Hossain, M. S. (2020). Does export affect the Economic growth?: An empirical investigation for Bangladesh. *American Journal of Economics and Business Management*, 3(1), 219-226.
- Koksalm HM, Kettaneh T (2011). "Export problems experienced by high and low performing manufacturing companies a comparative study", *Asia Pacific J. Mark. Logistic*, vol, 23 No.1, pp. 108-126.
- Kostevc, Č., & Kejzar, K. Z. (2018, May). STABILITY THROUGH VALUE CHAINS? ROLE OF PRODUCTION NETWORK PARTICIPATION IN EXPORT DURATION. In *An Enterprise Odyssey. International Conference Proceedings* (pp. 21-22). University of Zagreb, Faculty of Economics and Business.
- Leonidou, L.C. (2004). An analysis of the barriers hindering small business export development. *Journal of Small Business Management*, 42(3): 279-302.
- Li, M. (2019). The Influencing Factors and Countermeasures of Export-Oriented Economic Development in China. *Open Journal of Business and Management*, 7(02), 492.
- Mania, E., & Rieber, A. (2019). Product export diversification and sustainable economic growth in developing countries. *Structural change and economic dynamics*, 51, 138-151.
- Mathew, A. B. (2021). Impact of Comparative Tax Administration on Import/Export Tax Tariff Rates: Evidence from South Sudan NRA Customs Revenue Division. *International Journal of Science and Business*, 5(9), 14-25.

- Maupa, H., Sulaiman, S., & Perdana, H. (2019). IMPROVEMENT STRATEGY OF EXPORT PERFORMANCE IN SOUTH SULAWESI. *Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 8(1), 34-50.
- Megginson, W. L., & Netter, J. M. (2001). *From state to market: A survey of empirical studies on privatization*. *Journal of economic literature*, 39(2), 321-389.
- Mensah, A. C., & Okyere, E. (2020). Causality analysis on export and economic growth nexus in Ghana. *Open Journal of Statistics*, 10(5), 872-888.
- Minh, P. N., Nhieu, N. T., Van Anh, H. T., & Linh, N. K. (2018). IMPACTS OF NEW GENERATION OF FREE TRADE AGREEMENTS (FTAs) ON THE DEVELOPMENT OF EXPORT-IMPORT MARKETS OF MEMBERS—VIETNAM CASE STUDY. *Вьетнамские исследования*, (3).
- Morgan, R.E. And Katsikeas, C.S. (1997), *Obstacles To Export Initiation And Expansion*, Omega: The International Journal Of Management Science, Vol. 25 No. 6, Pp. 667-90.
- Munir, K., & Javed, Z. (2018). Export composition and economic growth: evidence from South Asian countries. *South Asian Journal of Business Studies*.
- Nguyen, N. T. K. (2017). The long run and short run impacts of foreign direct investment and export on economic growth of Vietnam. *Asian Economic and Financial Review*, 7(5), 519.
- Ortega, S. (2003), *Export barriers: insights from small and medium-sized firms*, *International Small Business Journal*, Vol. 21 No. 4, pp. 403-19.
- Palangkaraya, A., & Webster, E. (2019). Entering the Export Markets: Do Trade Missions Help?.
- Porter, M. E., & Sakakibara, M. (2004). Competition in Japan. *Journal of Economic Perspectives*, 18(1), 27-50.
- Racela, O. C., & Thoumrungroje, A. (2020). Enhancing export performance through proactive export market development capabilities and ICT utilization. *Journal of Global Marketing*, 33(1), 46-63.
- Riker, D. A., & Schreiber, S. (2019). *Modeling FDI: Tariff Jumping and Export Platforms*. US International Trade Commission.
- Sermcheep, S. (2019). Services export and economic growth in ASEAN countries. *Journal of Asian Economic Integration*, 1(2), 163-182.
- Sharma, B. P., PhD; Adhikari, S. R., Bhusal, T. P., Pande, B., Bhattarai, K., Adhikari, D. B., Dahal, A. R. (2014). An Assessment of Export

Barriers of Nepalese Products to India. Department of Economics, Patan Multiple, Campus Tribhuvan University.

- Shimbov, B., Alguacil, M., & Suárez, C. (2019). Export structure upgrading and economic growth in the Western Balkan countries. *Emerging Markets Finance and Trade*, 55(10), 2185-2210.
- Tanrattanaphong, B., Hu, B., & Gan, C. (2020). The impacts of value chain upgrading on the export of processed food. *Food policy*, 93, 101906.
- Temiz Dinç, D., & Gökmen, A. (2019). Export-led economic growth and the case of Brazil: An empirical research. *Journal of Transnational Management*, 24(2), 122-141.
- Tesfom, G. and Lutz, C. (2006), *A classification of export marketing problems of small and medium sized manufacturing firms in developing countries*, International Journal of Emerging Markets, Vol. 1 No. 3, pp. 262-81.
- XU, X. F., LI, F., & LI, F. (2018). Present Situation and Improvement of China's Export Trade in Automobile Industry. *Journal of Changsha University of Science and Technology (Social Science)*, 04.
- Zhang, D. (2019). Can export tax rebate alleviate financial constraint to increase firm productivity? Evidence from China. *International Review of Economics & Finance*, 64, 529-540.

Design and Analysis of a Model of Effective and Influential Factors for the Construction of An Stable Export Paradigm for the Strategic Industries Operating Within An Economic Sanctions Environment

Mahdi Hamzehpoor¹
Reza Tahmaseby BlukAbad*²

Abstract

Exports are vital for the growth and prosperity of any national economy. Iran is no exception and exports account for a significant part of the country's GDP. Therefore, in order to neutralize the enemy's policies regarding Iran's exports, it is necessary to manage the exports in such a way that it is resistant to external shocks and sanctions of the enemies, and maintains its stability. In this research, the issue of laying the foundation of a stable exports environment for the domestic strategic industries has been addressed.

Research Methodology: At first, effective components in the formation of stable exports of strategic industries' products were identified from 106 sources including books, dissertations and articles. And then, in order to collect comprehensive and real data, 13 scientific experts in the field of economics, business managers and exporters were also interviewed. This process continued until theoretical and data adequacy was reasonably achieved. In this process, 422 factors effective in the formation of stable exports of strategic industries' products were identified. To classify them, Content Analysis (GT) method was used and finally, after four levels of classification, 10 effective factors were identified. In order to determine the effective and influential factors as well as the model of the research, the ISM method, which is considered as a problem building method (SSIM), was used.

Keywords: stable export, Strategic industries, Economic sanctions.

¹ Assistant Professor, Department of Industrial Management, Faculty of Islamic Studies and Management, Imam Sadegh University, Tehran, Iran. (m.hamzehpoor@isu.ac.ir)

² PhD student in International Oil and Gas Contracts Management, Faculty of Islamic Education and Economics, Imam Sadegh University, Tehran, Iran. Author. (tahmaseby70@gmail.com)