

Examining The Strengthening of Export Survival Through Participation in the Global Value Chain (Case Study: Dairy Industry)

Hashem Aghazadeh^{✉1} | Aria Khordmand² | Ehsan Soltanifar³ | Elham Razghandi⁴

1. Corresponding Author, Associate Prof., Department of Business Management, Faculty of Business Management, College Management, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: haghazade@ut.ac.ir
2. MSc. Student, Department of International Commerce, Faculty of Commerce and Business, School of Management, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: Aria.kheradmand@ut.ac.ir
3. Assistant Professor, Department of International Commerce, Faculty of Commerce and Business, School of Management, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: soltanifar@ut.ac.ir
4. Assistant Professor, Department of International Commerce, Faculty of Commerce and Business, School of Management, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: elham.razghandi@ut.ac.ir

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received in revised form 30

October 2025

Accepted 15 December 2025

Keywords:

Dairy Industry, Export Survival, Global Value Chains

ABSTRACT

In recent years, globalization and the expansion of global value chains (GVCs) have fundamentally reshaped international trade by shifting countries' roles from exporters of final goods to active participants in global production processes. Within this framework, export survival has emerged as a key indicator of sustainable export performance. Given the strategic importance of the dairy industry in Iran's non-oil exports and challenges such as target-market instability, this study examines the effect of GVC participation on the export survival of Iranian dairy firms. It also analyzes the mediating roles of product quality, access to technology and capital, geographical diversification, and membership in trade agreements, as well as the moderating roles of product complexity, industry vertical integration, and product finality within the value chain. This applied study adopts a quantitative analytical approach and employs partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) to test the research hypotheses. Data were collected using a researcher-designed questionnaire developed from an extensive literature review and validated by field experts. The statistical population consists of Iranian dairy companies, with a sample of 12 active firms. Data were obtained from 96 managers and experts and analyzed using SmartPLS software. The results indicate that participation in global value chains has a positive and statistically significant effect on export survival. Mediating variables—including access to technology and capital, improvements in product quality, and geographical diversification—play significant roles in transmitting this effect. Membership in international trade agreements also acts as a significant mediating factor that strengthens the relationship between GVC participation and export survival. In contrast, product complexity, industry vertical integration, and product finality do not exhibit significant moderating effects. The study concludes that engagement in global value chains—particularly through quality upgrading, improved access to advanced technologies, and expansion of export markets—plays a crucial role in sustaining exports in Iran's dairy industry. The absence of significant moderating effects from product complexity and vertical integration suggests a need to reassess and further develop existing supply chain structures and technological capabilities. Accordingly, export strategies should prioritize deeper GVC participation, technological development, and quality upgrading to enhance Iran's international competitiveness.

Cite this article: Agazadeh, H.; Kheradmand, A.; Soltanifar, E & Razghandi, E. (2025). Examining The Strengthening of Export Survival Through Participation in The Global Value Chain (Case Study: Dairy Industry). *Journal of International Business Administration*, 08 (03),217-234.
<https://doi.org/https://doi.org/10.22034/jiba.2026.70258.2392>



بررسی تقویت ماندگاری صادرات از طریق مشارکت در زنجیره ارزش جهانی: مورد مطالعه صنایع لبنی ایران

هاشم آقازاده^۱ | آریا خردمند^۲ | احسان سلطانی فر^۳ | الهام رازقندی^۴

۱. نویسنده مسئول، دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت کسب و کار، دانشکدگان مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: haghazade@ut.ac.ir
۲. کارشناسی ارشد، گروه تجارت بین‌الملل، دانشکده تجارت و بازرگانی، دانشکدگان مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: Aria.kheradmand@ut.ac.ir
۳. استادیار، گروه تجارت بین‌الملل، دانشکده تجارت و بازرگانی، دانشکدگان مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: soltanifar@ut.ac.ir
۴. استادیار، گروه تجارت بین‌الملل، دانشکده تجارت و بازرگانی، دانشکدگان مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: elham.razghandi@ut.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
<p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی</p> <p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۸/۰۸</p> <p>تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۲۴</p> <p>کلیدواژه‌ها: زنجیره ارزش جهانی، صنایع لبنی، ماندگاری صادرات</p>	<p>در سال‌های اخیر، پدیده جهانی‌شدن و شکل‌گیری زنجیره‌های ارزش جهانی ساختار تجارت بین‌الملل را دگرگون کرده و نقش کشورها را از صادرکنندگان صرف کالاها به مشارکت‌کنندگان در فرآیند جهانی تولید تغییر داده است. در این چارچوب، ماندگاری صادرات به‌عنوان شاخصی کلیدی برای سنجش موفقیت صادرات پایدار، اهمیت فزاینده‌ای برای کشورها یافته است. با توجه به اهمیت صنعت لبنیات در صادرات غیرنفتی ایران و بروز چالش‌هایی همچون ناپایداری بازارهای مورد نظر، هدف این پژوهش بررسی تأثیر مشارکت در زنجیره‌های ارزش جهانی بر ماندگاری صادرات شرکت‌های لبنی ایرانی است. در این راستا، تحلیل نقش متغیرهای میانجی چون کیفیت محصول، دسترسی به فناوری و سرمایه، تنوع‌بخشی جغرافیایی و عضویت در توافق‌نامه‌های تجاری، و همچنین متغیرهای تعدیل‌گر مانند پیچیدگی محصول، عمودی بودن صنعت و نهایی بودن کالا نیز مورد توجه قرار گرفته‌اند. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر شیوه اجرا، تحلیلی با رویکرد کمی است. به‌منظور آزمون فرضیه‌ها، از روش معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه محقق‌ساخته‌ای بود که با استفاده از پیشینه پژوهش و مطالعات نظری تدوین شده و همچنین روایی محتوایی این پرسشنامه با استفاده از نظر تعدادی از خبرگان سنجیده شد. جامعه آماری شرکت‌های لبنی ایران و نمونه آماری شامل ۱۲ شرکت فعال در این صنعت می‌باشد و داده‌ها از مدیران، کارشناسان این شرکت‌ها (در مجموع ۹۶ پاسخ‌دهنده) گردآوری شده است. همچنین در این پژوهش تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS انجام شده است. نتایج تحلیل معادلات ساختاری نشان داد که مشارکت در زنجیره‌های ارزش جهانی تأثیر مثبت و معناداری بر ماندگاری صادرات دارد. همچنین مشخص شد که برخی متغیرهای میانجی مانند دسترسی به فناوری و سرمایه، کیفیت محصول و تنوع‌بخشی جغرافیایی در انتقال این اثر نقش معناداری ایفا می‌کنند. همچنین عضویت در توافق‌نامه‌های تجاری نیز به‌عنوان متغیر میانجی (واسطه)، مسیر اثرگذاری GVC را بر ماندگاری صادرات تقویت می‌کند. از سوی دیگر، متغیرهای تعدیل‌گری چون پیچیدگی محصول، عمودی بودن صنعت و نهایی بودن کالا، اثرگذاری معناداری بر رابطه بین مشارکت در GVC و ماندگاری صادرات نداشتند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که مشارکت در زنجیره‌های ارزش جهانی، به‌ویژه از مسیر بهبود کیفیت محصول، افزایش دسترسی به فناوری و توسعه بازارهای صادراتی، می‌تواند نقشی کلیدی در پایداری صادرات صنایع لبنی ایران ایفا کند. در عین حال، عدم معناداری برخی متغیرهای تعدیل‌گر نظیر پیچیدگی محصول و عمودی بودن صنعت بیانگر آن است که ساختار زنجیره تأمین و ویژگی‌های تکنولوژیکی محصولات لبنی در ایران نیازمند بازنگری و ارتقاء هستند. بر این اساس، تدوین راهبردهای صادراتی مبتنی بر ارتقاء مشارکت در GVC، توسعه زیرساخت‌های فناوری و ارتقاء استانداردهای کیفی می‌تواند در تقویت موقعیت ایران در بازارهای صادراتی مؤثر واقع شود.</p>

استناد: آقازاده، هاشم؛ خردمند، آریا؛ سلطانی فر، احسان و رازقندی، احسان. (۱۴۰۴). بررسی تقویت ماندگاری صادرات از طریق مشارکت در زنجیره ارزش جهانی: مورد مطالعه صنایع لبنی ایران، مدیریت و کسب و کارهای بین‌المللی، ۰۸ (۰۳)، ۲۱۷-۲۳۴.



<https://doi.org/10.22034/jiba.2026.70258.2392>

ناشر: دانشگاه تبریز. © نویسندگان.

مقدمه

در دهه‌های اخیر و با تغییرات گسترده در ساختار اقتصاد جهانی، دو مقوله مهم مشارکت در «زنجیره‌های ارزش جهانی»^۱ و «رشد اقتصادی» به‌عنوان ارکان اصلی در سیاست‌گذاری‌های کلان اقتصادی کشورها شناخته شده‌اند. در این راستا، نقش تجارت بین‌الملل، و به‌ویژه صادرات، به‌عنوان یکی از ابزارهای کلیدی دستیابی به رشد پایدار اقتصادی، بیش از پیش مورد تأکید قرار گرفته است (اسمیت و دو، ۲۰۲۳). صادرات که از آن به‌عنوان موتور پیشران اقتصاد کشورها یاد می‌شود، می‌تواند آثار چشمگیری بر شاخص‌هایی نظیر درآمد ملی، اشتغال‌زایی، و ثبات اقتصادی داشته باشد (جانسون و لی، ۲۰۲۲). در گذشته، نظریه‌های کلاسیک تجارت بین‌الملل عمدتاً توسعه صادرات را منوط به گسترش بازارها یا ورود محصولات جدید به بازارهای موجود می‌دانستند (لئونیدو و کاتسیکاس، ۱۹۹۶؛ ایونت و ونبلز، ۲۰۰۲؛ فلبرمایر و کوهرلر، ۲۰۰۶). اما با مطرح شدن مفهوم «ماندگاری صادرات»^۲ از سوی بیزنسد و پرسون در سال ۲۰۰۶، نگاه به صادرات از یک فعالیت صرفاً مبتنی بر ورود اولیه به بازارهای خارجی، به پایداری و استمرار حضور در این بازارها تغییر یافت. به همین دلیل، در ادبیات نوین تجارت جهانی، «ماندگاری صادرات» به‌عنوان عنصری کلیدی در توسعه پایدار صادرات مطرح شده است؛ به گونه‌ای که موفقیت کشورها را نه تنها در توسعه بازارهای جدید، بلکه در حفظ روابط تجاری بلندمدت با آن‌ها می‌سنجند (آلبورنوز، فانی، هالاک و کارلوس، ۲۰۱۶).

در این میان، شرکت‌هایی که قادرند دسترسی پایدار و بلندمدت به بازارهای بین‌المللی برقرار کنند، از مزیت رقابتی قابل توجهی برخوردار خواهند شد. یکی از راهکارهای مؤثر در این مسیر، مشارکت فعال در زنجیره‌های ارزش جهانی است. مشارکت شرکت‌ها از کشورها در زنجیره‌های ارزش شرکت‌های دیگر از کشورهای دیگر منجر به وابستگی دو شرکت به هم و در نتیجه تداوم صادرات بین دو کشور خواهد شد. عبارت دیگر این مشارکت نه‌تنها موجب ارتقاء کیفیت محصولات و افزایش تنوع در بازارهای صادراتی می‌شود، بلکه ماندگاری صادرات را نیز بهبود می‌بخشد (دون و لی، ۲۰۲۳). اهمیت این موضوع زمانی برجسته‌تر می‌شود که بدانیم بسیاری از کشورها، از جمله ایران، با چالش کاهش ماندگاری محصولات خود در بازارهای هدف مواجه هستند؛ به‌طوری که تغییرات مداوم در سبد کالایی صادراتی، خروج از بازارهای خارجی و هزینه‌های بالای بازگشت به این بازارها، باعث شده‌اند تا کالاهای با ارزش افزوده پایین و خام‌محور بخش عمده‌ای از صادرات ایران را تشکیل دهند (هرورانی، ثاقب و عزیزنژاد، ۱۴۰۱). بی‌توجهی به موضوع پایداری صادرات، تأثیرات منفی متعددی در پی دارد؛ از جمله کاهش انگیزه برای سرمایه‌گذاری در به‌روزرسانی فناوری و نوآوری، تضعیف جایگاه برندهای ملی، ناتوانی در توسعه زنجیره توزیع بین‌المللی، و همچنین آسیب به تراز تجاری کشور از طریق نوسانات ارزی و کاهش ارزآوری. بنابراین، توجه به مفهوم ماندگاری صادرات نه تنها یک مزیت رقابتی، بلکه یک ضرورت راهبردی برای توسعه اقتصادی کشورها به شمار می‌رود. ایران با توجه به موقعیت ژئوپلیتیکی خود در منطقه و برخورداری از ظرفیت‌های بالا در صنایع مختلف، به‌ویژه در بخش کشاورزی و به‌طور خاص صنعت لبنیات، توانسته جایگاهی برجسته در صادرات این محصولات به دست آورد. طبق آخرین آمار سازمان فائو، ایران در سال ۲۰۲۲ به‌عنوان بزرگ‌ترین صادرکننده محصولات لبنی در قاره آسیا معرفی شده است. در این سال، ایران حدود ۱۵۵۸۳ هزار تن شیر و فرآورده‌های لبنی صادر و تنها ۸۶ هزار تن وارد کرده است؛ به عبارتی ۱۳ درصد از تولید شیر کشور در این سال به خارج صادر شده است (خبرگزاری مهر، ۱۴۰۲). محصولات صادراتی لبنی ایران شامل طیف

¹ Global Value Chain (GVC)

² Export Survival

گسترده‌ای از فرآورده‌ها از جمله شیر، پنیر، ماست، دوغ، کره، شیرخشک، کفیر و بستنی می‌شود که در سال‌های اخیر سهم ارزنده‌ای در ارزآوری و رشد صادرات غیرنفتی کشور داشته‌اند. بخش عمده‌ای از این صادرات نیز به کشورهای همسایه مانند عراق، افغانستان، پاکستان و نیز برخی کشورهای اوراسیا اختصاص یافته است (انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی ایران، ۱۴۰۲). با این وجود، حفظ این موقعیت و توسعه آن در گرو توجه مستمر به موضوعاتی نظیر استانداردسازی، ارتقاء کیفیت، برندسازی، و از همه مهم‌تر، مشارکت در زنجیره‌های ارزش جهانی است. مشارکت در این زنجیره‌ها می‌تواند برای بنگاه‌های لبنی کشور فرصت‌هایی برای ارتقاء کیفیت، کاهش هزینه تولید، دسترسی بهتر به بازارهای منطقه‌ای و جهانی، و در نهایت افزایش ماندگاری در بازارهای صادراتی فراهم آورد. این امر نه تنها موجب رشد اقتصادی و ارتقاء رقابت‌پذیری صنایع لبنی ایران می‌شود، بلکه به پایداری درآمدی صادراتی کشور نیز کمک خواهد کرد.

بر همین اساس، مسئله اصلی، فقدان یک نگاه جامع به ارتباط میان مفهوم ماندگاری صادرات و زنجیره ارزش جهانی در صنعت لبنیات ایران است. این پژوهش در نظر دارد تا با تبیین ابعاد و مؤلفه‌های مرتبط با هر دو مفهوم، عوامل مؤثر بر آن‌ها را شناسایی کرده و نهایتاً شدت و نوع رابطه میان این مؤلفه‌ها را اندازه‌گیری کند. هدف اصلی این پژوهش، تحلیل اثر مستقیم و غیرمستقیم مشارکت در زنجیره‌های ارزش جهانی بر ماندگاری صادرات در صنعت لبنیات ایران با تأکید بر نقش متغیرهای میانجی چون کیفیت محصول، دسترسی به فناوری و سرمایه، تنوع‌بخشی جغرافیایی و توافق‌نامه‌های تجاری، و همچنین نقش تعدیل‌گر متغیرهایی چون پیچیدگی محصول، عمودی بودن صنعت و نهایی بودن کالا است. با توجه به چالش‌های موجود در تداوم صادرات لبنیات ایران و اهمیت راهبردی این صنعت در ارتقاء صادرات غیرنفتی کشور، پژوهش حاضر درصدد پاسخ به این مسئله کلیدی است که: آیا مشارکت در زنجیره‌های ارزش جهانی می‌تواند به تقویت ماندگاری صادرات در صنعت لبنیات منجر شود؟ و در این مسیر، چه عواملی به‌عنوان میانجی یا تعدیل‌گر، نقش تسهیل‌گر یا تقویت‌کننده ایفا می‌کنند؟ بر این اساس، مدل مفهومی پژوهش بر مبنای رابطه میان مشارکت در زنجیره ارزش جهانی (متغیر مستقل) و ماندگاری صادرات (متغیر وابسته)، با در نظر گرفتن متغیرهای میانجی مانند کیفیت محصول، دستیابی به فناوری و سرمایه، تنوع‌بخشی جغرافیایی، و عضویت در موافقت‌نامه‌های تجاری، و همچنین متغیرهای تعدیل‌گر نظیر میزان پیچیدگی محصول، عمودی بودن صنعت، و نهایی بودن کالا، طراحی شده است. در چارچوب این مدل، فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر تدوین شده‌اند:

۱. مشارکت در زنجیره ارزش جهانی تأثیر مستقیم و مثبت بر ماندگاری صادرات دارد.
۲. کیفیت محصول، دستیابی به فناوری و سرمایه، تنوع‌بخشی جغرافیایی، و عضویت در توافق‌نامه‌های تجاری نقش میانجی در این رابطه ایفا می‌کنند.

پیچیدگی محصول، عمودی بودن صنعت و نهایی بودن کالا، نقش تعدیل‌گر در ارتباط میان مشارکت در زنجیره ارزش جهانی و ماندگاری صادرات دارند.

پیشینه پژوهش

در دهه‌های اخیر، ادبیات تجارت بین‌الملل شاهد تحولاتی اساسی در رویکرد به مقوله صادرات بوده است. یکی از مفاهیم نوظهور در این حوزه، «ماندگاری صادرات» است که از دهه ۲۰۰۰ میلادی به بعد، توجه ویژه‌ای به آن شده است. برخلاف نگاه سنتی که بر توسعه مقاصد جدید و افزایش حجم صادرات تأکید داشت، دیدگاه‌های نوین، پایداری و تداوم روابط تجاری در بازارهای بین‌المللی را

به‌عنوان شاخصی کلیدی در ارزیابی عملکرد تجاری کشورها و بنگاه‌ها مطرح کرده‌اند (بزئسد و پرسون، ۲۰۰۶؛ آلبورنوز و همکاران، ۱۳۹۵). ماندگاری صادرات نه‌تنها نشان‌دهنده موفقیت اولیه در نفوذ به بازارهای خارجی است، بلکه نمایانگر توانایی یک کشور یا بنگاه در حفظ جایگاه خود در این بازارها در مواجهه با رقابت، نوسانات اقتصادی و تحولات سیاسی است. طبق دیدگاه زو و همکاران (۱۴۰۲)، این مفهوم اغلب با درصد روابط تجاری که بیش از یک یا دو سال دوام می‌آورند، اندازه‌گیری می‌شود و افق‌های زمانی ۵، ۱۰ یا ۲۰ ساله برای تحلیل آن متداول است. در این میان، عواملی نظیر ثبات نرخ ارز، بازاریابی مؤثر، دیپلماسی اقتصادی، و زیرساخت‌های صادراتی به‌عنوان متغیرهای کلیدی اثرگذار معرفی شده‌اند (الهی و همکاران، ۱۳۹۶؛ لی، ۱۴۰۱؛ هرورانی و همکاران، ۱۴۰۱).

در کنار این، مشارکت در زنجیره‌های ارزش جهانی (GVCs) نیز یکی از مفاهیم بنیادین در اقتصاد جهانی معاصر است که به کشورها اجازه می‌دهد تا با ایفای نقش در بخش‌هایی از زنجیره تولید کالا یا خدمت، به ارزش افزوده دست یابند (رضایی و یعقوبی، ۱۳۹۵). بر اساس نظریه‌های حاکمیت زنجیره ارزش، چهار ساختار اصلی در تعامل میان بازیگران این زنجیره‌ها وجود دارد: بازارمحور، شبکه‌ای، شبه‌سلسله‌مراتبی، و سلسله‌مراتبی (ملک‌اخلاق و همکاران، ۱۳۹۱). این ساختارها با درجه‌های متفاوتی از وابستگی، قدرت تصمیم‌گیری و انتقال فناوری میان بازیگران همراه هستند و به‌طور مستقیم بر کیفیت و بهره‌وری تولید اثر می‌گذارند.

همچنین، مطالعات متعددی در سال‌های اخیر به بررسی ابعاد مختلف ماندگاری صادرات و مشارکت در زنجیره ارزش جهانی پرداخته‌اند. پژوهش کورکولس، دیازمورا و گاندوی (۲۰۱۲) با استفاده از مدل‌های بقای زمانی گسسته، نشان داد که عواملی نظیر تنوع‌بخشی جغرافیایی، کیفیت نهادی، نزدیکی زمانی و عضویت در توافق‌نامه‌های منطقه‌ای می‌توانند تأثیر مثبت و معناداری بر دوام صادرات داشته باشند. همچنین کاره و اشتراوس (۲۰۱۷) تأکید کردند که تجربه صادراتی موفق در بازارهای منطقه‌ای می‌تواند شانس ماندگاری صادرات در بازارهای توسعه‌یافته را به‌طور معناداری افزایش دهد. در زمینه زنجیره ارزش جهانی، پژوهش ژو، لیو و وی (۲۰۱۹) با بهره‌گیری از داده‌های گمرک چین طی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۳، اثبات کردند که مشارکت در GVC منجر به افزایش کیفیت محصول و سرمایه‌گذاری هدفمند در فناوری شده و در نتیجه، به افزایش دوام صادرات منتهی می‌شود. فنگ و همکاران (۲۰۲۳) رابطه میان GVC و کیفیت صادرات را به‌صورت منحنی U شکل تحلیل کردند و به این نتیجه رسیدند که تا سطحی مشخص از مشارکت، کیفیت بهبود می‌یابد، اما پس از آن، بازده نزولی خواهد بود. در مطالعات انجام‌شده در ایران، الهی و همکاران (۱۳۹۶) در صنایع لاستیک و پلاستیک، به نقش عواملی نظیر نزدیکی جغرافیایی، عضویت در پیمان‌های منطقه‌ای و پیچیدگی سبد صادراتی در افزایش ماندگاری صادرات اشاره کردند. همچنین، رضایی و یعقوبی منظر (۱۳۹۶) در مقایسه عملکرد ایران و ترکیه در زنجیره ارزش جهانی دریافتند که ترکیه با افزایش سهم کالاهای نهایی در صادرات و بهره‌گیری بهتر از GVC توانسته عملکرد موفق‌تری نسبت به ایران داشته باشد.

در سطح جهانی، بیاتواز و بوتزینسکا (۲۰۲۲) با بررسی ۲۸ کشور در حال توسعه نشان دادند که ارزش افزوده خارجی در صادرات محصولات کشاورزی نقش مهمی در ارتقای موقعیت صادراتی آن‌ها دارد. گزارش‌های UNIDO و UNCTAD (2023) نیز تأکید می‌کنند که مشارکت مؤثر در GVC مستلزم زیرساخت‌های صادراتی قوی، سیاست‌های صنعتی هدفمند و تعامل مؤثر با نهادهای منطقه‌ای و توافق‌نامه‌های تجاری است. پژوهش یعقوبی منظری و همکاران (۱۴۰۱) نیز رابطه بین پیچیدگی محصول، شاخص جذب

فناوری، و سهم تحقیق و توسعه با مشارکت در GVC را در کشورهای اسلامی تحلیل کرده و اثبات کردند که این عوامل بر موفقیت حضور در زنجیره ارزش جهانی اثر گذارند.

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش از رویکرد روش‌شناسی آمیخته استفاده شده است تا بتوان هم از درک عمیق کیفی بهره‌مند شد و هم یافته‌های کمی قابل تعمیم استخراج کرد. ابتدا با استفاده از مرور سیستماتیک ادبیات موضوع و انجام مصاحبه با خبرگان صنعت لبنی، ابعاد و مؤلفه‌های اصلی مدل مفهومی شناسایی شدند. در مرحله بعد نیز، با طراحی پرسشنامه محقق‌ساخت مبتنی بر یافته‌های فاز کیفی و توزیع آن بین مدیران صنایع لبنی، داده‌های مورد نیاز گردآوری شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه پنج‌درجه‌ای لیکرت بوده است. روایی پرسشنامه از طریق شاخص‌های روایی همگرا و واگرا و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی تأیید شده است. جامعه آماری تحقیق شامل مدیران و کارشناسان شرکت‌های لبنی مستقر در شهر تهران بوده که با روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی انتخاب شده‌اند. همچنین، برای تجزیه و تحلیل کمی داده‌ها نیز از مدل‌سازی معادلات ساختاری با روش حداقل مربعات جزئی (PLS)^۱ بهره گرفته شده است که نسبت به اندازه نمونه حساسیت نسبتاً کمتری دارد چراکه در این پژوهش با توجه به لزوم توزیع پرسشنامه در میان خبرگان امکان تکمیل پرسشنامه به تعداد زیادی مقدور نبود. همچنین در این بخش، به تحلیل داده‌های گردآوری شده از طریق پرسش‌نامه و بررسی نتایج حاصل از آزمون‌های آماری پرداخته می‌شود. ابتدا ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان شامل جنسیت، سطح تحصیلات و مرتبه سازمانی به منظور شناخت بهتر از جامعه آماری توصیف می‌گردد. سپس، کفایت نمونه برای تحلیل عاملی از طریق شاخص KMO^2 و آزمون بارتلت^۳ ارزیابی شده و آمادگی داده‌ها برای تحلیل‌های پیشرفته سنجیده می‌شود.

برای سنجش روایی و پایایی ابزار اندازه‌گیری، از شاخص روایی محتوایی (CVI)^۴، ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی (CR)، و شاخص‌های روایی همگرا و واگرا استفاده شده است. این مراحل به منظور اطمینان از دقت و اعتبار سنجش متغیرهای پژوهش انجام شده است. در ادامه، با بهره‌گیری از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS)، برازش مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری و مدل کلی مورد ارزیابی قرار گرفته است. روابط بین متغیرهای پژوهش نیز با استفاده از ضرایب مسیر، شاخص‌های تعیین‌کنندگی (R^2) و (Q^2) و آزمون معناداری آماره t تحلیل و فرضیه‌های پژوهش آزمون شده‌اند. هدف از این تحلیل آماری، تبیین دقیق روابط بین متغیرهای اصلی پژوهش و بررسی اثرات آن‌ها بر ماندگاری صادرات در بستر مشارکت در زنجیره‌های ارزش جهانی است.

برای ارزیابی کفایت نمونه، شاخص KMO و آزمون بارتلت به کار گرفته شد. مقدار KMO برابر با ۰.۸۹۷ و سطح معناداری آزمون بارتلت کمتر از ۰.۰۰۱ به دست آمد که نشان‌دهنده کفایت نمونه و مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل عاملی بود. اعتبار محتوایی پرسش‌نامه نیز با استفاده از شاخص CVI و نظر خبرگان سنجیده شد. در ابتدا ۶۲ گویه شناسایی شد که پس از بررسی تخصصی، اصلاح و حذف گویه‌های ضعیف، ۴۵ گویه نهایی مورد تأیید قرار گرفت. در ادامه، به منظور آزمون فرضیه‌ها و بررسی روابط میان متغیرها، از مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده شد. در این چارچوب، برازش مدل

^۱ Partial Least Square

^۲ Kaiser-Meyer-Olkin

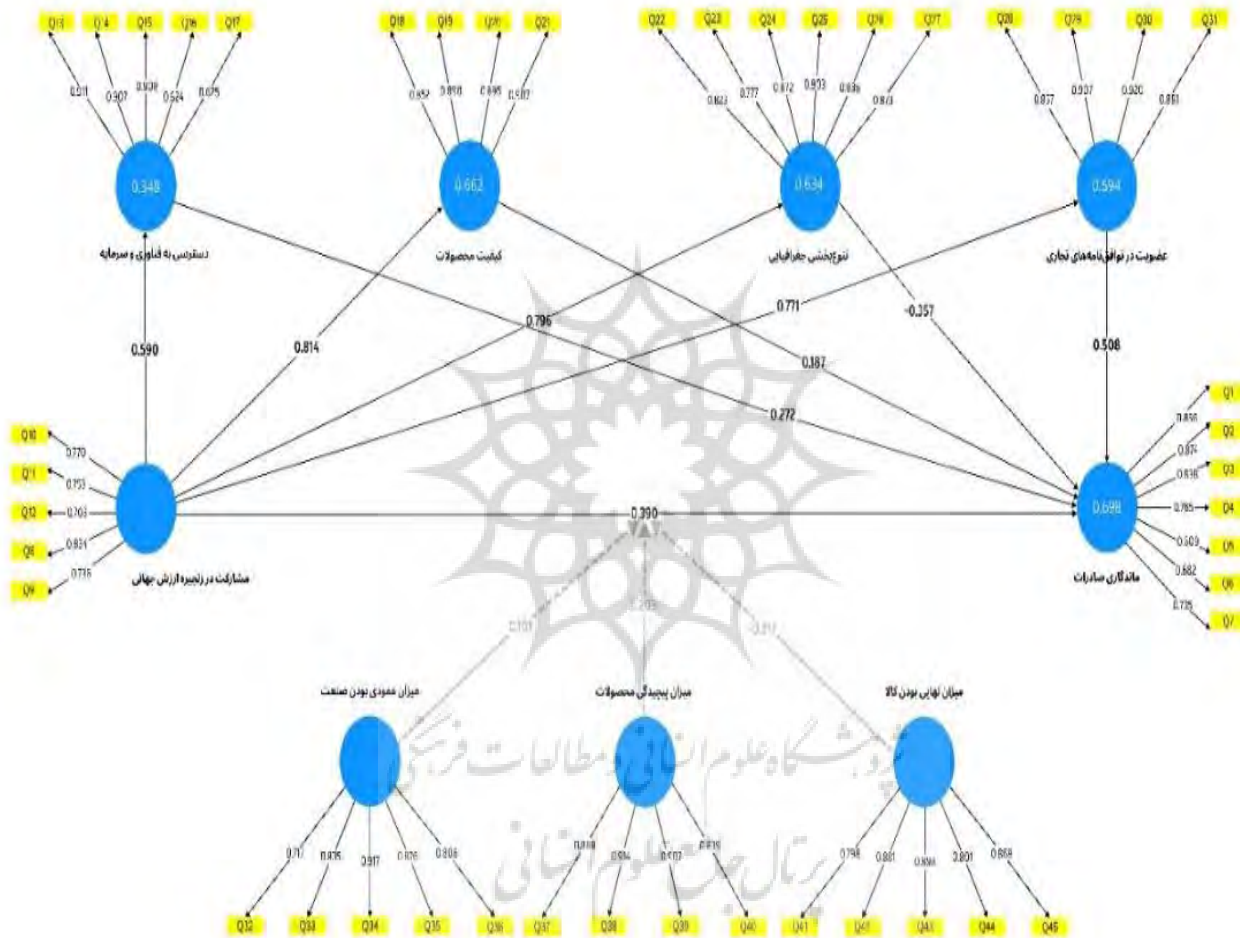
^۳ Bartlett's Test

^۴ Content Validity Index

اندازه‌گیری و مدل ساختاری بررسی و بارهای عاملی، ضرایب مسیر، شاخص‌های برازش، و میزان اثرگذاری متغیرها بر یکدیگر تحلیل گردید.

تحلیل استنباطی و آزمون مدل

در مقاله حاضر تمامی بارهای عاملی بالاتر از ۰.۵ بوده و نیازی به حذف گویه‌ها وجود نداشته است. بنابراین، همانطور که در شکل شماره ۱ مشاهده می‌کنید، مدل نهایی بدون حذف هیچیک از گویه‌ها ارائه شده.



شکل ۱. مدل معادلات ساختاری به همراه ضرایب مسیر و بارهای عاملی

آزمون‌های پایایی

۱. ضرایب بار عاملی

همانطور که در جدول شماره ۱ مشاهده می‌شود، تمامی بارهای عاملی از مقدار قابل قبولی برخوردار هستند.

جدول ۱. جدول ضرایب بارهای عاملی

بار عاملی	گویه	متغیر
0.856	Q1	ماندگاری صادرات
0.874	Q2	
0.838	Q3	
0.765	Q4	
0.609	Q5	
0.682	Q6	
0.735	Q7	
0.834	Q8	
0.736	Q9	مشارکت در زنجیره ارزش جهانی
0.770	Q10	
0.753	Q11	
0.703	Q12	
0.911	Q13	
0.907	Q14	دسترسی به فناوری و سرمایه
0.908	Q15	
0.624	Q16	
0.625	Q17	
0.852	Q18	کیفیت محصولات
0.890	Q19	
0.895	Q20	
0.907	Q21	تنوع بخشی جغرافیایی
0.823	Q22	
0.777	Q23	
0.872	Q24	
0.903	Q25	
0.835	Q26	
0.873	Q27	
0.857	Q28	عضویت در توافق‌نامه‌های تجاری
0.907	Q29	
0.920	Q30	
0.881	Q31	
0.717	Q32	میزان عمودی بودن صنعت
0.835	Q33	
0.917	Q34	
0.876	Q35	میزان پیچیدگی محصولات
0.808	Q36	
0.889	Q37	
0.914	Q38	
0.907	Q39	میزان نهایی بودن کالا
0.839	Q40	
0.798	Q41	
0.881	Q42	
0.898	Q43	
0.801	Q44	
0.868	Q45	

۲. آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی

همانطور که در جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود، این معیارها برای متغیرهای مکنون در محدوده مناسبی قرار گرفته‌اند، بنابراین می‌توان پایایی پژوهش را تأیید کرد.

جدول ۲. آزمون آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی

متغیرهای مکنون	CR >0/7	Alpha >0/7
تنوع بخشی جغرافیایی	0.924	0.921
دسترسی به فناوری و سرمایه	0.873	0.856
عضویت در توافق نامه های تجاری	0.919	0.914
ماندگاری صادرات	0.892	0.883
مشارکت در زنجیره ارزش جهانی	0.828	0.818
میزان عمودی بودن صنعت	0.901	0.889
میزان نهایی بودن کالا	0.910	0.904
میزان پیچیدگی محصولات	0.915	0.910
کیفیت محصولات	0.914	0.909

آزمون های روایی

۱. روایی همگرا

با توجه به اینکه مقدار مناسب برای AVE 0.5 است و مطابق با یافته های جدول شماره ۳، این معیار در مورد متغیرهای پنهان مقدار مناسبی را اتخاذ نموده است، در نتیجه شرط روایی همگرای پژوهش تأیید می‌شود.

جدول ۳. آزمون محاسبه AVE

متغیرهای مکنون	AVE > 0/5
تنوع بخشی جغرافیایی	0.720
دسترسی به فناوری و سرمایه	0.651
عضویت در توافق نامه های تجاری	0.795
ماندگاری صادرات	0.594
مشارکت در زنجیره ارزش جهانی	0.579
میزان عمودی بودن صنعت	0.695
میزان نهایی بودن کالا	0.723
میزان پیچیدگی محصولات	0.788
کیفیت محصولات	0.786

۲. روایی واکرا الف) آزمون فورنل و لارکر

طبق این ماتریس (جدول ۴)، مقدار جذر AVE برای تمامی متغیرهای مرتبه‌ی اول (مقادیر روی قطر اصلی) بزرگ‌تر از میزان همبستگی آن‌ها با سایر سازه‌ها است. این نتیجه نشان‌دهنده روایی واکرای مطلوب و برازش مناسب مدل اندازه‌گیری بر اساس معیار فورنل و لارکر است.

جدول ۴. آزمون فورنل-لارکر

کیفیت محصولات	میزان پیچیدگی محصولات	میزان نهایی بودن کالا	میزان عمودی بودن صنعت	مشارکت در زنجیره ارزش جهانی	ماندگاری صادرات	عضویت در توافق‌نامه‌های تجاری	دسترسی به فناوری و سرمایه	تنوع‌بخشی جغرافیایی
تنوع‌بخشی جغرافیایی							0.848	
دسترسی به فناوری و سرمایه							0.807	0.587
عضویت در توافق‌نامه‌های تجاری						0.892	0.605	0.900
ماندگاری صادرات					0.771	0.771	0.590	0.796
مشارکت در زنجیره ارزش جهانی				0.761	0.738	0.726	0.622	0.651
میزان عمودی بودن صنعت			0.833	0.662	0.722	0.821	0.578	0.796
میزان نهایی بودن کالا		0.851	0.718	0.593	0.749	0.822	0.591	0.815
میزان پیچیدگی محصولات	0.888	0.874	0.650	0.499	0.708	0.733	0.552	0.752
کیفیت محصولات	0.680	0.759	0.753	0.687	0.814	0.810	0.549	0.868

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از آزمون‌های پایایی (بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و (CR) و روایی (AVE)، فورنل و لارکر)، می‌توان نتیجه گرفت که مدل اندازه‌گیری از برازش مناسبی برخوردار است. بنابراین، تحلیل مدل ساختاری و آزمون فرضیه‌های پژوهش بر پایه مدل تأییدشده قابل انجام است.

– شاخص ضریب تعیین (R^2)

با توجه به جدول زیر (جدول ۵)، شاخص ضریب تعیین (R^2) برای متغیرهای مورد بررسی نشان می‌دهد که مدل از توان توضیحی نسبتاً مناسبی برخوردار است. در این میان، متغیر ماندگاری صادرات با ضریب تعیین ۰.۸۰۷ در سطح بسیار قوی قرار دارد. عضویت در توافق‌نامه‌های تجاری (۰.۵۲۸) و کیفیت محصول (۰.۴۷۴) در سطح متوسط رو به بالا، تنوع‌بخشی جغرافیایی (۰.۴۲۵) در سطح متوسط، و دسترسی به فناوری و سرمایه (۰.۳۸۷) در سطح ضعیف تا متوسط قرار دارند. این نتایج نشان می‌دهند که مدل بیشترین توان توضیحی را برای ماندگاری صادرات دارد.

جدول ۵. شاخص ضریب تعیین (R^2)

متغیر وابسته	ضریب تعیین (R^2)
تنوع بخشی جغرافیایی	0.425
دسترسی به فناوری و سرمایه	0.387
عضویت در توافق‌نامه های تجاری	0.528
ماندگاری صادرات	0.807
کیفیت محصول	0.474

– شاخص کیفیت پیش‌بینی کنندگی (Q^2)

شاخص Q^2 نشان‌دهنده قدرت پیش‌بینی مدل برای متغیرهای درونزا است. بر اساس جدول ارائه‌شده، مدل در پیش‌بینی کیفیت محصولات (۰.۶۵۱) و تنوع‌بخشی جغرافیایی (۰.۶۲۵) عملکرد بسیار قوی دارد. همچنین، برای عضویت در توافق‌نامه‌های تجاری (۰.۵۸۴) قدرت پیش‌بینی قوی محسوب می‌شود. متغیر مشارکت در زنجیره ارزش جهانی (۰.۴۴۹) دارای قدرت پیش‌بینی متوسط به بالا است، در حالی که دسترسی به فناوری و سرمایه (۰.۳۳۳) در سطح متوسط قرار دارد. این نتایج نشان می‌دهد که مدل به‌طور کلی در پیش‌بینی متغیرهای درونزا عملکرد خوبی دارد.

جدول ۶. کیفیت پیش‌بینی کنندگی Q^2

متغیر وابسته	کیفیت پیش‌بینی کنندگی Q^2
تنوع بخشی جغرافیایی	0.625
دسترسی به فناوری و سرمایه	0.333
عضویت در توافق‌نامه های تجاری	0.584
مشارکت در زنجیره ارزش جهانی	0.449
کیفیت محصولات	0.651

یافته‌های پژوهش

نتایج حاصل از برآورد مدل معادلات ساختاری نشان داد که مشارکت در زنجیره‌های ارزش جهانی تأثیر مثبت و معناداری بر ماندگاری صادرات دارد. به عبارتی، هرچه شرکت‌های لبنی ایرانی در زنجیره‌های جهانی ارزش حضور فعال‌تر داشته باشند، احتمال پایداری و استمرار صادرات آن‌ها در بازارهای خارجی بیشتر خواهد بود. ضریب مسیر این رابطه برابر با ۰.۳۹۰ و سطح معناداری آن ۰.۰۱۰ بود که کمتر از ۰.۰۵ است؛ بنابراین می‌توان با اطمینان ۹۵ درصدی اثر مستقیم و مثبت این عامل را تأیید کرد. این نتیجه هم‌راستا با یافته‌های ژو، لیو و وی (۲۰۱۹) و تورکجان و سایگیلی (۲۰۱۹) است که در مطالعات خود تأکید کرده‌اند مشارکت در زنجیره‌های ارزش جهانی به پایداری صادرات کشورها کمک می‌کند. از سوی دیگر، مشخص شد که مشارکت در زنجیره‌های ارزش جهانی از مسیر میانجی «دستیابی به فناوری و سرمایه» نیز اثر معناداری بر ماندگاری صادرات دارد. این مسیر با ضریب ۰.۱۶۰ و آماره t برابر ۲.۵۱۰ معنادار گزارش شده و نشان می‌دهد که تقویت زیرساخت‌های فناورانه و جذب سرمایه از طریق حضور در GVC ها، می‌تواند نقشی مثبت در حفظ بازارهای صادراتی ایفا کند. با این حال، بررسی رابطه مستقیم میان دستیابی به فناوری و ماندگاری صادرات نشان داد که گرچه این مسیر از نظر آماری معنادار است ($p=0.008$)، اما شدت اثر آن (ضریب مسیر ۰.۲۷۲) در مقایسه با سایر عوامل نسبتاً متوسط ارزیابی می‌شود. این یافته تا حدودی با پژوهش یعقوبی منظری و همکاران (۱۴۰۱) در مورد کشورهای اسلامی هم‌راستا است، اگرچه در صنایع با فناوری پایین‌تر مانند لبنیات، شدت اثر ممکن است کاهش یابد.

در ادامه تحلیل‌ها، مشخص شد که کیفیت محصول نیز متغیری اثرگذار بر ماندگاری صادرات است؛ به طوری که کیفیت بالاتر موجب افزایش ماندگاری در بازارهای هدف می‌شود. مشارکت در زنجیره‌های ارزش نیز به طور مثبت و معناداری بر کیفیت محصول اثرگذار بود (ضریب ۰.۸۱۴). با این حال، در مسیر میانجی‌گری کیفیت محصول بین مشارکت در GVC و ماندگاری صادرات، سطح معناداری به آستانه نرسید ($t=1.556$). این موضوع نشان می‌دهد که اگرچه کیفیت نقش مهمی دارد، اما به تنهایی نمی‌تواند نقش میانجی‌گری قوی در این رابطه ایفا کند؛ مشابه نتیجه‌ای که فنگ و همکاران (۲۰۲۳) نیز با اشاره به رابطه U شکل میان GVC و کیفیت محصول گزارش کردند. در بخش دیگری از تحلیل‌ها، مشخص شد که تنوع‌بخشی جغرافیایی نیز عامل مکملی است که می‌تواند در پیوند مشارکت در زنجیره‌های ارزش با ماندگاری صادرات نقش ایفا کند. این متغیر هم به طور مستقیم (ضریب ۰.۳۵۷، $p=0.046$ و هم غیرمستقیم) از طریق مشارکت در GVC، ضریب ۰.۲۸۴، ($t=1.991$) بر ماندگاری صادرات اثرگذار است. با این حال، شدت این اثر نسبت به کیفیت محصول و فناوری کمتر است. یافته‌های نگوین و پارک (۲۰۲۱) و کورکولس و همکاران (۲۰۱۲) نیز از اهمیت تنوع‌بخشی جغرافیایی در بقای صادرات حمایت کرده‌اند.

یکی از مهم‌ترین نتایج به دست آمده مربوط به نقش «موافقت‌نامه‌های تجاری منطقه‌ای» بود. نتایج نشان داد که مشارکت در زنجیره‌های ارزش جهانی موجب افزایش احتمال حضور در چنین توافقاتی می‌شود (ضریب ۰.۷۷۱، $t=14.572$) و همچنین، این توافق‌نامه‌ها تأثیر مثبتی بر ماندگاری صادرات دارند (ضریب ۰.۵۰۸، $p=0.006$) مسیر میانجی نیز در این زمینه معنادار گزارش شد (ضریب ۰.۳۹۲، $t=2.684$) این یافته با مطالعات کورکولس و همکاران (۲۰۱۲) و الهی و همکاران (۱۳۹۶) هماهنگ است که نقش حمایتی توافقات تجاری را در تثبیت جایگاه صادراتی کشورها تأیید کرده‌اند. در مقابل، سه متغیر تعدیل‌گر شامل پیچیدگی محصول، میزان عمودی بودن صنعت و نهایی بودن کالا، در این پژوهش نقش معناداری در تعدیل رابطه میان مشارکت در GVC و ماندگاری صادرات نداشتند. در تمامی این موارد، آماره‌های t زیر ۱.۹۶ و مقادیر p بیش از ۰.۰۵ گزارش شد که از نظر آماری دال بر عدم

معناداری است. این نتیجه نشان می‌دهد که ویژگی‌های ساختاری صنعت لبنیات در ایران — که بیشتر محصولاتی با پیچیدگی فناوری کمتر تولید می‌کند — موجب کاهش اثرگذاری این عوامل بر ماندگاری صادرات شده‌اند. یافته‌هایی که با نتایج رضایی و یعقوبی (۱۳۹۶) در مقایسه بین ایران و ترکیه نیز هم‌راستا است.

در مجموع، می‌توان نتیجه گرفت که مهم‌ترین مسیرهای مؤثر بر افزایش ماندگاری صادرات در صنعت لبنیات ایران شامل مشارکت مستقیم در زنجیره‌های ارزش جهانی، بهبود کیفیت محصول، حضور در موافقت‌نامه‌های تجاری، و در سطحی پایین‌تر، دسترسی به فناوری و تنوع بخشی جغرافیایی هستند. این نتایج، مبنایی برای تدوین راهبردهای صادراتی و سیاست‌گذاری‌های آینده به‌شمار می‌آید.

نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که مشارکت در زنجیره‌های ارزش جهانی (GVC) تأثیر مثبت و معناداری بر ماندگاری صادرات در صنعت لبنیات ایران دارد. این نتیجه با مطالعات ژو، لیو و وی (۲۰۱۹) و همچنین تورکجان و سایگیلی (۲۰۱۹) هم‌راستا است که در آن‌ها نیز تأکید شده بود مشارکت در GVC باعث افزایش مدت‌زمان جریان صادرات می‌شود. پژوهش ژو، لیو و وی (۲۰۱۹) نیز نشان داد شرکت‌های حاضر در GVC در شرایط بحرانی مانند کووید-۱۹ عملکرد پایدارتری داشته‌اند. همچنین نتایج نشان دادند که مشارکت در GVC با ارتقای کیفیت محصول همراه است و این عامل نیز تأثیر مثبتی بر ماندگاری صادرات دارد. یافته‌ای که با نتایج فنگ، وی، ژانگ و ژو (۲۰۲۳) سازگار است؛ آنان در پژوهش خود رابطه U شکلی بین مشارکت در GVC و کیفیت صادرات شناسایی کرده‌اند. در عین حال، پژوهش حاضر نشان داد که کیفیت محصول یکی از کانال‌های مهم انتقال اثر GVC به ماندگاری صادرات در صنعت لبنیات ایران است.

در رابطه با متغیر «دستیابی به فناوری و سرمایه»، هرچند مشارکت در GVC تأثیر معناداری بر این متغیر داشت (مشابه با یافته‌های یعقوبی منظری و همکاران، ۱۴۰۱)، اما برخلاف انتظار، دستیابی به فناوری و سرمایه تأثیر معناداری بر ماندگاری صادرات نشان نداد. این ناهمخوانی با پژوهش ژو، لیو و وی (۲۰۱۹) می‌تواند به تفاوت در ماهیت صنعتی و سطح توسعه زیرساختی میان صنایع پیشرفته چین و صنعت لبنیات ایران مربوط باشد. از سوی دیگر، یافته‌ها نشان دادند که تنوع بخشی جغرافیایی، علیرغم آنکه از مشارکت در GVC تأثیر می‌پذیرد، تأثیر معناداری بر ماندگاری صادرات ندارد و در نقش یک میانجی مؤثر عمل نمی‌کند. در حالی که کورکولس و همکاران (۲۰۱۲) و الهی و همکاران (۱۳۹۶) بر اهمیت تنوع جغرافیایی در حفظ جریان صادرات تأکید کرده بودند، در این پژوهش تفاوت در ساختار بازارهای هدف (کشورهای همسایه با تقاضای بی‌ثبات و ضعیف‌تر از نظر استانداردهای کیفی) ممکن است توضیح‌دهنده‌ی نتایج متفاوت باشد. همچنین نگوین و پارک (۲۰۲۱) نیز نشان دادند که مشارکت پس‌رو در GVC بر گسترش جغرافیایی بازار مؤثرتر است، اما در صنایع با فناوری پایین‌تر، این اثر ممکن است به ماندگاری منجر نشود.

در خصوص نقش موافقت‌نامه‌های تجاری، یافته‌ها نشان دادند که عضویت در این توافق‌نامه‌ها هم‌راستا با پژوهش کورکولس و همکاران (۲۰۱۲) و الهی و همکاران (۱۳۹۶)، تأثیر مثبت و معناداری بر ماندگاری صادرات دارد. همچنین نقش میانجی آن در رابطه بین GVC و ماندگاری صادرات نیز مورد تأیید قرار گرفت. این نشان می‌دهد که یکی از مسیرهای کلیدی اثرگذاری GVC، تسهیل دسترسی به بازارهای هدف از طریق توافقات بین‌المللی است. در مقابل، متغیرهای پیچیدگی محصول، میزان عمودی بودن صنعت و

نهایی بودن کالا، نقش تعدیل‌گری معناداری در رابطه بین GVC و ماندگاری صادرات نداشتند. این یافته با پژوهش بیاتواز و بوتزینسکا (۲۰۲۲) و نیز رضایی و یعقوبی منطری (۱۳۹۶) در تناقض است که در آن‌ها پیچیدگی و نهایی بودن کالا به‌عنوان مزیت در مشارکت GVC و افزایش پایداری صادرات در صنایع پیشرفته‌تر مطرح شده بود. در صنعت لبنیات ایران، به دلیل ساده‌تر بودن ساختار تولید، این عوامل تأثیرگذاری کمتری دارند.

در جمع‌بندی، می‌توان گفت که مشارکت در زنجیره‌های ارزش جهانی، به‌ویژه از مسیر بهبود کیفیت، تنوع‌بخشی جغرافیایی و عضویت در توافق‌نامه‌های تجاری، می‌تواند نقش مؤثری در حفظ و تقویت صادرات صنایع لبنی ایفا کند. اما اثربخشی این مسیرها به شدت تحت تأثیر ماهیت صنعت، سطح توسعه فناوری، زیرساخت‌های تجاری و ویژگی‌های بازارهای هدف است.

پیشنهادات

با توجه به یافته‌های این پژوهش، پیشنهاد می‌شود مدیران صنعت لبنیات ایران برای تقویت ماندگاری صادرات، تمرکز خود را بر ارتقاء کیفیت محصولات، تنوع‌بخشی جغرافیایی بازارهای هدف، و انطباق با استانداردهای بین‌المللی قرار دهند. سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه برای تولید محصولات لبنی با ارزش افزوده بالا (نظیر پنیرهای خاص یا فرآورده‌های غنی‌شده)، بهبود فناوری تولید و بسته‌بندی برای افزایش ماندگاری محصولات، و توسعه برندهای صادراتی قابل اعتماد می‌تواند جایگاه شرکت‌های ایرانی را در زنجیره‌های ارزش جهانی تقویت کند. علاوه بر این، ایجاد زیرساخت‌های توزیع بین‌المللی، همکاری با شرکت‌های خارجی، و حضور در نمایشگاه‌ها و توافق‌نامه‌های تجاری بین‌المللی نیز راهبردهایی کلیدی برای تثبیت جایگاه صادراتی و افزایش رقابت‌پذیری در بازارهای جهانی به شمار می‌روند.

در سطح کلان نیز دولت و نهادهای قانون‌گذار نقش مهمی در ایجاد بسترهای لازم برای مشارکت مؤثر صنایع در زنجیره‌های ارزش جهانی ایفا می‌کنند. از جمله مهم‌ترین اقدامات می‌توان به کاهش موانع گمرکی، ارائه مشوق‌های صادراتی، تسهیل ورود شرکت‌های بزرگ جهانی به ایران، توسعه زیرساخت‌های لجستیکی و سردخانه‌ای، حمایت از برند ملی، و تسهیل قوانین سرمایه‌گذاری خارجی و آزادسازی و رقابتی کردن نظام تجاری کشور اشاره کرد. همچنین، ایجاد بیمه‌ها و صندوق‌های ضمانت صادرات، اصلاح قوانین مرتبط با تجارت خارجی، و حمایت قانونی از صادرات کالاهای نهایی به جای مواد خام، از جمله سیاست‌هایی هستند که می‌توانند زمینه حضور پایدارتر و مؤثرتر شرکت‌های لبنی در بازارهای بین‌المللی را فراهم سازند. حمایت دولت از پیوستن به توافقات تجاری منطقه‌ای و جهانی نیز می‌تواند دسترسی به بازارهای جدید را تسهیل کرده و در نهایت به پایداری جریان صادرات کمک کند. پژوهشگران نیز توجه داشته باشند که در جریان انجام این پژوهش، ابعاد تازه‌ای از موضوع صادرات صنایع لبنی ایران و جایگاه آن‌ها در زنجیره‌های ارزش جهانی نمایان شد که می‌تواند مسیر تحقیقات آتی را روشن‌تر کند. به پژوهشگران آینده توصیه می‌شود به جای تمرکز صرف بر عملکرد صادراتی، نگاهی چندبعدی و سیستمی به زنجیره تأمین جهانی و نقش لجستیک بین‌الملل داشته باشند؛ چرا که مشارکت مؤثر صنایع ایرانی در این زنجیره‌ها می‌تواند مزیت رقابتی و پایداری صادرات را تقویت کند. همچنین، اثر نوسانات نرخ ارز، تغییرات سیاست‌های تجاری بین‌المللی، و نحوه تأمین مالی صادرات از جمله عواملی هستند که باید با دقت بیشتری مورد بررسی قرار گیرند تا نقش آن‌ها در ماندگاری صادرات محصولات لبنی ایران مشخص شود. در همین راستا، طراحی مدل‌های بومی توسعه صادرات با تکیه بر سیاست‌های کلان اقتصاد مقاومتی و الگوهای سرمایه‌گذاری هدفمند می‌تواند چارچوبی برای سیاست‌گذاری مؤثرتر در اختیار تصمیم‌گیران قرار دهد.

افزون بر این، نوآوری در فرآیندها و محصولات، به‌ویژه در حوزه‌هایی مانند بسته‌بندی و بازاریابی رقابتی، می‌تواند جایگاه صنایع لبنی ایران را در بازارهای بین‌المللی بهبود بخشد. بررسی راهکارهای ارتقای ارزش افزوده، از طریق تدوین استراتژی‌هایی برای ورود موفق به زنجیره ارزش جهانی، یکی از زمینه‌های پژوهشی مهم به شمار می‌آید. همچنین پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌های آینده به تحلیل عمیق‌تر فرضیات ردشده در این مطالعه بپردازند؛ زیرا این عوامل می‌توانند سرنخ‌هایی برای شناسایی موانع پنهان و تبدیل آن‌ها به فرصت‌های بهبود فراهم آورند. تعاملات شبکه‌ای، همکاری‌های بین‌المللی و بررسی تطبیقی میان شرکت‌های موفق و ناموفق صادراتی نیز از جمله موضوعاتی هستند که می‌توانند درک بهتری از عوامل مؤثر بر ماندگاری صادرات در صنایع لبنی فراهم کنند و به تدوین استراتژی‌های واقع‌بینانه برای ارتقاء مشارکت این صنایع در زنجیره ارزش جهانی منجر شوند.



منابع

- انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی ایران. (۱۴۰۲). گزارش عملکرد صادراتی صنعت لبنیات ایران. خبرگزاری مهر. (۱۴۰۲). ایران در رتبه نخست صادرات محصولات لبنی آسیا قرار گرفت. بازیابی شده از: <https://www.mehrnews.com>
- رضایی، م.، و یعقوبی منظری، ز. (۱۳۹۶). بررسی تطبیقی مشارکت ایران و ترکیه در زنجیره‌های ارزش جهانی. *فصلنامه اقتصاد توسعه صادرات*، ۳(۳)، ۲۹-۴۸.
- ملک‌اخلاق، ع.، آی‌اخ، م.، و فرخنده، ر. (۱۳۹۱). مدل‌های حاکمیت در زنجیره‌های ارزش جهانی. *فصلنامه سیاست‌های صنعتی و تجاری*، ۳(۲)، ۸۷-۱۰۵.
- هرورانی، م.، سابق، ف.، و عزیزنژاد، ن. (۱۴۰۱). تحلیل پایداری صادرات در شرایط نوسانی تجارت خارجی ایران. *فصلنامه مطالعات بازرگانی بین‌الملل*، ۲۸(۲)، ۸۹-۱۱۰.
- الهی، م.، رحمانی، م.، و صادقی، ع. (۱۳۹۶). بررسی ماندگاری صادرات صنایع لاستیک و پلاستیک ایران. *فصلنامه سیاست‌گذاری تجاری ایران*، ۱(۱)، ۶۵-۸۴.
- یعقوبی منظری، ز. و همکاران. (۱۴۰۱). تحلیل عوامل مؤثر بر ماندگاری صادرات در صنعت لبنیات ایران. *فصلنامه مطالعات بازرگانی بین‌الملل*، ۲۸(۲)، ۸۹-۱۱۰.

References

- Abate, G. T., Rashid, S., Borzaga, C., & Getnet, K. (2021). The impact of global value chains on firm performance: Evidence from Sub-Saharan Africa. *World Development*, 145, 105533.
- Albornoz, F., Fanelli, S., Hallak, J. C., & Carlos, A. (2016). Export survival and the role of integration agreements. *Journal of International Economics*, 102, 262-282.
- Bizan, S., & Persson, T. (2006). Export Duration and Firm Characteristics. *Journal of Development Economics*, 81(2), 465-480.
- Biznesed, S., & Persson, T. (2006). Export dynamics and the duration of trade. *Journal of International Economics*, 70(2), 297-316.
- Dunn, R., & Lee, H. (2023). Global Value Chains and Resilience in Export Markets. *International Trade Journal*, 37(1), 45-63.
- Elahi, M., Rahmani, M., & Sadeghi, A. (2017). *An analysis of export persistence in Iran's rubber and plastic industries*. *Iranian Journal of Trade Policy*, 9(1), 65-84. (In Persian)
- Felbermayr, G., & Kohler, W. (2006). Exploring the intensive and extensive margins of world trade. *Review of World Economics*, 142(4), 642-674.
- Feng, Y., Wei, Y., Zhang, Y., & Xi, L. (2023). Global value chains and export quality: A U-shaped relationship. *Economic Modelling*, 122, 105874.

- Gereffi, G., & Fernandez-Stark, K. (2019). *The Smile Curve: Value Creation and Value Capture in Global Value Chains*. Durham: Duke University, Center on Globalization, *Governance & Competitiveness (CGGC)*.
- González, R., Teruel, M., & Triguero, Á. (2022). Innovation persistence and export behavior: Evidence from European SMEs. *Small Business Economics*, 59(1), 47–65.
- Haraguchi, N., & Ritter, J. (2023). Leveraging GVCs for Structural Transformation in Agro-processing Sectors. *UNIDO Industrial Development Report*.
- Harvani, M., Sagheb, F., & Aziznejad, N. (2022). *Analysis of export sustainability under fluctuations in Iran's foreign trade*. *Journal of International Business Studies*, 28(2), 89–110. (In Persian)
- Iranian Dairy Products Industries Association. (2023). *Export performance report of Iran's dairy industry*. (In Persian)
- Johnson, A., & Lee, D. (2022). Export as a driver of sustainable growth: New perspectives from global trade. *World Development Perspectives*, 25, 100409.
- Korcyl, M., Diaz-Mora, C., & Gandoy, R. (2012). Export survival and geographical diversification: Evidence from the EU. *International Review of Applied Economics*, 26(5), 563–584.
- Kowalski, P., & Patel, S. (2021). Product complexity, GVC integration, and trade policy in developing countries. *OECD Trade Policy Papers*, No. 251.
- Kurekova, L., & Strauss, J. (2017). Export survival in emerging markets: The role of regional trade experience. *Journal of Development Studies*, 53(5), 702–719.
- Leonidou, L. C., & Katsikeas, C. S. (1996). The export development process: An integrative review of empirical models. *Journal of International Business Studies*, 27(3), 517–551.
- Liu, Y., Tang, Y., & Yang, X. (2021). Participation in global value chains and the upgrading of export structure. *Journal of Asian Economics*, 77, 101386.
- Malek Akhlagh, A., Ayakh, M., & Farrokhandeh, R. (2012). *Governance models in global value chains*. *Journal of Industrial and Trade Policies*, 3(2), 87–105. (In Persian)
- Mehr News Agency. (2023). *Iran ranks first in dairy products exports in Asia*. Retrieved from <https://www.mehrnews.com> (In Persian)
- Nguyen, T., & Danby, C. (2021). Backward GVC participation and export diversification. *Journal of Economic Integration*, 36(3), 489–514.
- Rezaei, M., & Yaghoubi Manzari, Z. (2017). *A comparative study of Iran's and Turkey's participation in global value chains*. *Journal of Export Development Economics*, 12(3), 29–48. (In Persian)
- Smith, J., & Dou, R. (2023). Trade liberalization and global integration: A decade of transformation. *International Economic Review*, 64(1), 1–24.
- UNCTAD. (2024). *World Investment Report 2024: Investment in Sustainable Value Chains*. United Nations.

- Venables, A. J., & Evenett, S. J. (2002). Export growth in developing countries: Market entry and market penetration. *World Bank Economic Review*, 16(3), 415–440.
- Yaghoubi Manzari, Z., et al. (2022). *Analysis of factors affecting export persistence in Iran's dairy industry*. *Journal of International Business Studies*, 28(2), 89–110. (In Persian)
- Yaghoubi-Manzari, Z., Khosravinejad, M., Amini, S., & Ghazi-Noori, B. (1401). Product complexity and participation in global value chains: Evidence from OIC countries. *Journal of Economic Development Strategies*, 18(1), 55–72.

