

تأثیرپذیری ادراک موانع توسعه صادرات منطقه‌ای از خصایص صادرکنندگان

ساناز مفردی^{۱*}، محمد شیخ‌زاده^۲

^۱ کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی گرایش بازرگانی بین‌الملل، نیشابور، دانشگاه آزاد اسلامی
^۲ استادیار، دکتری مدیریت، هیأت علمی دانشگاه بجنورد

چکیده

تحقیق حاضر از آن جهت دارای ضرورت است که صادرات در هر کشور امروزه یکی از مهم‌ترین منابع درآمد ارزی محسوب می‌شود. استان خراسان شمالی دارای پتانسیل‌های بالای صادراتی در کشور است. این تحقیق به دنبال شناسایی و رتبه‌بندی موانع صادراتی و راهکارهای توسعه صادرات در این استان می‌باشد. در پژوهش حاضر، برای دستیابی به اهداف تحقیق از روش پیمایش با استفاده از پرسشنامه بهره گرفتیم. همچنین برای رتبه‌بندی موانع و راهکارها از آزمون فریدمن و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و فرضیات تحقیق (با استفاده از نرم‌افزار spss) از آزمون کروسکال والیس استفاده شده است. تجزیه و تحلیل نتایج نشان می‌دهد که عمده‌ترین موانع توسعه صادرات از دیدگاه صادرکنندگان به ترتیب شامل: (۱) نوسانات و تغییرات مداوم نرخ بهره و نرخ ارز، (۲) وجود نداشتن برنامه‌ریزی راهبردی برای نفوذ و ورود به بازارهای جهانی، (۳) نداشتن تفکر جهانی شدن بین مدیران شرکت‌ها و عمده‌ترین راهکارهای توسعه صادرات از دیدگاه صادرکنندگان به ترتیب شامل: (۱) برخورداری از امکانات حمل و نقل مناسب و مجهز زمینی و دریایی و غیره جهت صدور کالا، (۲) برخورداری از مهارت و دانش فنی در زمینه تولید محصولات مرغوب و با کیفیت جهت صادرات، (۳) برخورداری از زیرساخت‌های پیشرفته نظام بانکی و نظام ارتباطات در داخل کشور جهت صادرات می‌باشند.

کلمات کلیدی: خراسان شمالی، راهکارهای توسعه صادرات، موانع توسعه صادرات.

طبقه‌بندی jel: P33,O24,F43,F13

*- نویسنده مسئول: Email: mofradis@ymail.com

مقدمه

صادرات سنتی‌ترین و ساده‌ترین شیوه ورود به بازارهای جهانی است (خداداد حسینی و خدای، ۱۳۸۹). صادرات غیر نفتی مقوله‌ای است که در طول تاریخ تجارت خارجی ایران اهمیت آن با افت و خیزهای زیادی مواجه بوده است، در دوران بعد از پیروزی انقلاب اسلامی چه از ناحیه تنگناهای ارزی ناشی از جنگ تحمیلی تحریم‌های اقتصادی و چه از ناحیه جهت‌گیری‌های اصولی کشور در خصوص استقلال اقتصادی و رهایی از درآمدهای تک محصولی نفت اهمیت خاصی یافته و به همین دلیل کتب و نشریات و دیگر فعالیت‌های علمی تحقیقاتی انجام شده است. بنابراین صادرات در هر کشوری همواره یکی از عوامل اساسی در ایجاد اشتغال، افزایش درآمد ملی، قدرت نفوذ در بازارهای جهانی و با آخرین تغییرات فناوری به منظور شتاب بخشیدن به رشد و توسعه ملی بوده است (کلانتری، ۱۳۷۷).

توسعه صادرات یکی از اهداف اساسی اقتصاد بدون نفت است زیرا متکی بودن اقتصاد ایران بر درآمدهای نفتی و تأثیرپذیری این درآمدها از مسایل سیاسی، اقتصادی و بین‌المللی، آسیب‌پذیری و شکنندگی اقتصاد کشور را به دنبال دارد (مشبکی و همکاران، ۱۳۸۹). پس باید سعی شود صادرات غیر نفتی توسعه یابد تا بتواند مکمل و در نهایت جانشین درآمدهای نفتی شود (سعید اردکانی و صیادی تورانلو، ۱۳۹۱). پژوهش حاضر در خصوص صادرات استان خراسان شمالی یکی از استان‌های شمال شرقی کشور است که با دارا بودن پتانسیل‌های نهفته اقتصادی و تجاری روند رو به رشد سرمایه‌گذاری‌ها و وجود معادن و منابع غنی، این آمادگی را دارد که به عنوان دروازه ورود به بازارهای آسیای میانه، علاوه بر رشد و تحول در خود استان زمینه‌ساز رونق اقتصادی و تجاری در منطقه باشد لذا برآن شدیم که در ابتدا ضمن شناسایی موانع و مشکلات پیش‌روی صادرکنندگان، راهکارهایی را برای توسعه صادرات این استان ارائه دهیم تا صادرکنندگان و مدیران و مسئولین ذیربط بتوانند در جهت توسعه صادرات و رونق اقتصادی این استان گام‌های موثری بردارند.

بنابراین سوال اساسی آن است که چه موانع و مشکلاتی بر سر راه توسعه صادرات استان خراسان شمالی قرار دارد؟

هدف اصلی در این پژوهش (۱) شناسایی و رتبه‌بندی موانع توسعه صادرات از دیدگاه صادرکنندگان خوشه‌های مختلف صادراتی (۲) شناسایی و رتبه‌بندی راهکارهای توسعه صادرات از دیدگاه صادرکنندگان خوشه‌های مختلف صادراتی (۳) شناسایی موانع توسعه صادرات با توجه به متغیرهای زمینه‌ای (تحصیلات و سابقه فعالیت تجاری صادرکنندگان) (۴) شناسایی راهکارهای توسعه صادرات با توجه به متغیرهای زمینه‌ای (تحصیلات و سابقه فعالیت تجاری صادرکنندگان)

مباحث نظری

راهکارهای صادراتی روش‌هایی برای بالا بردن میزان صادرات است و کشورها می‌توانند با کشف این راهکارهای صادراتی و توسعه‌ی آن‌ها در زمینه صادرات موفق عمل نمایند. موانع صادراتی نیز مشکلاتی است که پیشروی صادرکنندگان برای امر صادرات وجود دارد و همچنین بسیاری از عوامل ساختاری، رویه‌ای، عملیاتی، رفتاری هستند که باعث می‌شوند تولیدکننده‌ها از اقدام به امر صادرات، توسعه آن و نیز حفظ توان صادراتی خود ناتوان بمانند.

با بررسی‌های صورت گرفته در پیشینه‌ی موضوع، در خصوص موانع صادراتی و راهکارهای پیشنهادی توسعه صادرات می‌توان به تحقیقات زیر اشاره نمود:

با بررسی‌های انجام گرفته در پیشینه موضوع در خصوص موانع صادراتی و راهکارهای پیشنهادی جهت توسعه صادرات تحقیقات زیادی صورت گرفته که از آن جمله می‌توان به تحقیقی که توسط یاسان الله پوراشرف در سال ۱۳۹۳ انجام شد، اشاره کرد. در این تحقیق موانع صادراتی را شامل نداشتن تفکر جهانی شدن، فرسودگی ماشین‌آلات، ثبات نداشتن نرخ تبدیل ارز، حمایت نکردن دولت و پیچیدگی قوانین صادراتی می‌دانند (پوراشرف، ۱۳۹۳). در پژوهشی دیگر، سعیدا اردکانی و صیادی تورانلو به راهکارهای رعایت نکردن استانداردهای بین‌المللی، دیدگاه‌های راهبردی مدیریت شرکت، شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی اشاره دارند (سعیدا اردکانی و صیادی تورانلو، ۱۳۹۱). حسنقلی‌پور و دیگران نیز در تحقیق دیگری به راهکارهای کاهش تصدی‌گری دولت، کنترل نرخ تورم، مکلف کردن بانک‌ها به سرمایه‌گذاری در بخش خصوصی، کاهش موانع تعرفه‌ای، اعمال حمایت‌های دولتی از

قبیل دادن وام و بخشودگی بهره اشاره دارند (حسنقلی پور و همکاران، ۱۳۸۷). ملک اخلاق و همکاران نیز در تحقیق خود به تنوع محصولات و تعداد نمایندگی‌های فروش فعال، کیفیت محصولات، عملکرد نمایندگی‌های فروش و خدمات پس از فروش اشاره کردند (ملک اخلاق و همکاران، ۱۳۹۲). در تحقیقی دیگر ناطق و نیاکان به موانع صادراتی چون فقدان کمک‌های دولتی، کارکنان صادراتی آموزش ندیده، عدم توانایی در ارائه قیمت‌های رقابتی و فقدان کانال‌های توزیع خارجی اشاره کردند (ناطق و نیاکان، ۱۳۸۸). ولی بیگی در تحقیق خود به موانع صادراتی دشواری تهیه مواد اولیه، نامناسب بودن سیستم حمل‌ونقل، فقدان صنعت بسته‌بندی مناسب اشاره کرد (ولی بیگی، ۱۳۸۵). شارما و همکاران در سال ۲۰۱۴ موانع صادراتی را مشکلات مربوط به حمل و نقل، مالیات بر صادرات، افزایش قیمت صادرات کالا، عدم شفافیت مسئولیت سازمان‌های دولتی برشمردند^۱ (شارما و همکاران، ۲۰۱۴). فریوند و پیرولا در تحقیق خود موانع صادراتی را مشکلات مربوط به پرداخت و تأخیرات، حمایت‌ها و پشتیبانی‌های فنی و خدمات پس از فروش و مشکلات لجستیکی حمل و نقل اشاره کردند^۲ (فریوند و پیرولا، ۲۰۱۲). در تحقیق دیگری گویتوم تسفوم موانع صادراتی را مسائل مربوط به استانداردهای کیفی، اطلاعات ناکافی در مورد بازارهای خارجی، کمبود کارکنان شایسته و موانع تعرفه‌ای را می‌توان نام برد^۳ (تسفوم، ۲۰۰۶). در تحقیق دیگری که لئونیداس لئونیدو در خصوص موانع صادراتی انجام داد موانع را این‌گونه بیان کرد: موانع اقتصادی و سیاسی، بی‌اطلاعی از قیمت‌های رقبا، ناکارآمدی اطلاعات، بی‌کفایتی مدیران، عادات مصرف مشتریان خارجی^۴ (لئونیدو، ۲۰۰۴) و میلنر و زگوو موانع صادراتی را مالیات بر صادرات، عدم اصلاح سیاست‌های تجاری، کاهش تجارت بین‌الملل و هزینه‌های حمل‌ونقل را می‌توان اشاره کرد^۵ (میلنر و زگوو، ۲۰۰۶).

1 - Sharma

2 - Freund and pierola

3 - Goitom tesfom

4 - Leonidas c. leonidou

5 - Milner and zgovu

روش تحقیق

پژوهش حاضر بر اساس هدف از نوع تحقیقات کاربردی تعریف گردیده است. برای گردآوری داده‌ها از هر دو روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. از میان روش‌های کتابخانه‌ای استفاده از مقالات علمی-پژوهشی، کتب، پایان‌نامه‌ها، مجلات و اینترنت مورد استفاده بوده و از میان روش‌های میدانی، جهت بحث و بررسی پیرامون موانع صادرات از روش مصاحبه ساختارمند و جهت راهکارهای رفع موانع مربوط به صادرات از روش پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر عبارت است از صادرکنندگان استان خراسان شمالی که شامل صادرکنندگان بخش‌های صنعت، کشاورزی و پتروشیمی و همچنین خبرگان استان و جمعی از مسئولان اتاق بازرگانی و صنایع و معادن و گمرک است. در این‌گونه تحقیقات، نمونه‌گیری هدفمند براساس مفاهیمی صورت می‌گیرد که در خلال تحلیل ظهور می‌یابند. در این روش محقق با افرادی تماس می‌گیرد که در زمینه موضوع مورد بررسی اطلاعات و شناخت مناسب و کافی را دارند.

سوالات تحقیق

- ۱) چه موانع و مشکلاتی بر سر راه توسعه صادرات استان خراسان شمالی وجود دارد؟
- ۲) چه راهکارهایی برای توسعه صادرات در خراسان شمالی وجود دارد؟
- ۳) آیا بین دیدگاه صادرکنندگان خوشه‌های مختلف در زمینه موانع صادرات تفاوت وجود دارد؟
- ۴) آیا بین دیدگاه صادرکنندگان خوشه‌های مختلف در زمینه راهکارهای توسعه صادرات تفاوت وجود دارد؟
- ۵) آیا موانع صادرات از دیدگاه صادرکنندگان با توجه به سطح تحصیلات متفاوت است؟
- ۶) آیا راهکارهای توسعه صادرات از دیدگاه صادرکنندگان با توجه به سطح تحصیلات متفاوت است؟
- ۷) آیا بین سابقه فعالیت تجاری صادرکنندگان و دیدگاه آن‌ها نسبت به موانع تفاوت وجود دارد؟

۸) آیا بین سابقه فعالیت تجاری صادرکنندگان و دیدگاه آنها نسبت به راهکارها تفاوت وجود دارد؟

فرضیه‌های تحقیق

۱) بین صادرکنندگان خوشه‌های مختلف و دیدگاه آنها نسبت به موانع تفاوت وجود دارد.

۲) بین صادرکنندگان خوشه‌های مختلف و دیدگاه آنها نسبت به راهکارها تفاوت وجود دارد.

۳) بین سطح تحصیلات صادرکنندگان و دیدگاه آنها نسبت به موانع تفاوت وجود دارد.

۴) بین سطح تحصیلات صادرکنندگان و دیدگاه آنها نسبت به راهکارها تفاوت وجود دارد.

۵) بین سابقه فعالیت تجاری صادرکنندگان و دیدگاه آنها نسبت به موانع تفاوت وجود دارد.

۶) بین سابقه فعالیت تجاری صادرکنندگان و دیدگاه آنها نسبت به راهکارها تفاوت وجود دارد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این پژوهش داده‌های جمع‌آوری شده توسط پرسشنامه پس از ورود به رایانه و با استفاده از بررسی داده‌ها توسط نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

در این بخش فرضیات و سوالات تحقیق مورد بررسی و آزمون قرار می‌گیرد.

◀ استنباط‌هایی مربوط به فرضیات اصلی تحقیق:

در این بخش به بررسی فرضیات پژوهش و آزمون هر یک از آنها پرداخته می‌شود، که به دلیل غیر نرمال بودن و رتبه‌ای و مستقل بودن داده‌ها از آزمون ناپارامتریک کروسکال والیس بهره گرفته می‌شود. با توجه به مقدار معنی داری آزمون، فرضیه آزمون رد یا پذیرفته می‌شود، اگر مقدار معنی داری آزمون (sig) بزرگ‌تر از ۵٪ باشد فرض صفر تأیید و فرض مقابل آن رد می‌شود.

(۱) بررسی فرضیه اول:

H0: بین صادرکنندگان خوشه‌های مختلف و دیدگاه آن‌ها نسبت به موانع تفاوت وجود ندارد.

H1: بین صادرکنندگان خوشه‌های مختلف و دیدگاه آن‌ها نسبت به موانع تفاوت وجود دارد.

برای بررسی این فرضیه از آزمون کروسکال والیس بهره می‌گیریم و دلیل استفاده از این آزمون رتبه‌ای و مستقل بودن داده‌هاست.

جدول ۱- مقایسه دیدگاه صادرکنندگان خوشه‌های مختلف نسبت به موانع توسعه صادرات

Asymp. Sig.	df	Chi-Square	سایر کالاها	صنایع غذایی و کشاورزی	صنعت	مانع
۰/۶۱۳	۲	۰/۹۸	۱۵/۶۸	۱۷/۱۵	۱۹/۳۱	۱Eb
۰/۰۰۳	۲	۱۱/۴۸۶	۱۴/۸۲	۲۵/۸	۱۳/۳۸	۲Eb
۰/۱۶۳	۲	۳/۶۳	۲۱/۸۲	۱۴/۱	۱۶/۴۶	۳Eb
۰/۸۱۸	۲	۰/۴۰۲	۱۸/۵۹	۱۷/۹۵	۱۶/۲۳	۴Eb
۰/۳۱	۲	۲/۳۴۳	۱۴/۴۵	۱۷/۰۵	۲۰/۴۲	۵Eb
۰/۵۴۱	۲	۱/۲۳۱	۱۵/۰۹	۱۷/۸	۱۹/۳۱	۶Eb
۰/۰۳۸	۲	۶/۵۴۵	۱۲/۲۳	۱۷/۴	۲۲/۰۴	۷Eb
۰/۶۲	۲	۰/۹۵۶	۱۵/۸۶	۱۹/۷۵	۱۷/۱۵	۸Eb
۰/۴۶۱	۲	۱/۵۴۹	۱۶/۴۵	۲۰/۶۵	۱۵/۹۶	۹Eb
۰/۳	۲	۲/۴۰۹	۱۴/۵	۱۷/۲	۲۰/۲۷	۱۰Eb
۰/۰۲۵	۲	۷/۴۰۷	۱۵	۱۳/۰۵	۲۳/۰۴	۱۱Eb
۰/۲۲۷	۲	۲/۹۶۵	۱۳/۶۸	۱۹/۵	۱۹/۱۹	۱۲Eb
۰/۰۷۳	۲	۵/۲۲۶	۱۳/۵	۲۲/۵	۱۷/۰۴	۱۳Eb
۰/۰۵۷	۲	۵/۷۳۷	۱۳/۱۴	۲۲/۵	۱۷/۳۵	۱۴Eb
۰/۰۱۱	۲	۹/۱۰۲	۱۵/۵۹	۲۴/۵	۱۳/۷۳	۱۵Eb
۰/۰۹۵	۲	۴/۷۱	۱۴/۵۹	۲۲/۸۵	۱۵/۸۵	۱۶Eb
۰/۰۹	۲	۴/۸۱۳	۱۲/۷۷	۲۱/۷	۱۸/۲۷	۱۷Eb
۰/۷۱۵	۲	۰/۶۷۱	۱۶/۸۶	۱۹/۵۵	۱۶/۴۶	۱۸Eb
۰/۵۵۳	۲	۱/۱۸۴	۱۵/۶۸	۱۹/۷	۱۷/۳۵	۱۹Eb
۰/۳۳۷	۲	۲/۱۷۳	۱۴/۰۵	۱۹/۸	۱۸/۶۵	۲۰Eb
۰/۱۷۹	۲	۳/۴۴۲	۱۳/۲۷	۲۰/۵۵	۱۸/۷۳	۲۱Eb
۰/۴۱	۲	۱/۷۸۴	۱۴/۵۹	۱۹/۱	۱۸/۷۳	۲۲Eb
۰/۲۸۱	۲	۲/۵۴	۱۸	۲۰/۸	۱۴/۵۴	۲۳Eb
۰/۶۹۸	۲	۰/۷۲	۱۹	۱۵/۴۵	۱۷/۸۱	۲۴Eb
۰/۶۷۸	۲	۰/۷۷۶	۱۷/۲۳	۱۹/۶	۱۶/۱۲	۲۵Eb
۰/۱۵۹	۲	۳/۶۸۲	۱۴/۷۳	۲۲	۱۶/۲۸	۲۶Eb

Asymp. Sig.	df	Chi-Square	سایر کالاها	صنایع غذایی و کشاورزی	صنعت	مانع
۰/۵۳۱	۲	۱/۲۶۶	۱۵/۳۲	۱۷/۵	۱۹/۳۵	۲۷Eb
۰/۲۱۶	۲	۳/۰۶۱	۱۴/۲۷	۱۷/۳۵	۲۰/۳۵	۲۸Eb
۰/۷۷۹	۲	۰/۵	۱۸/۹۵	۱۶	۱۷/۴۲	۲۹Eb

با توجه به اطلاعات مندرج در جدول (۱)، عدم همکاری بانکها (eb۲)، مشکلات صادرکنندگان در تعرفه‌های صادراتی و مالیات (eb۷)، عدم آشنایی صادرکنندگان با رویه‌های تجارت خارجی (eb۱۱) و عدم توانایی در ارائه قیمت‌های رقابتی (eb۱۵) دارای $sig < ۰/۰۵$ می‌باشند که در سطح خطای $۰/۰۵$ فرضیه آزمون تأیید می‌شود. طبق نتایج آزمون آماری، صادرکنندگان خوشه صنایع غذایی و کشاورزی موانع eb۲ و eb۱۵ و خوشه صنعت موانع eb۷ و eb۱۱ را با اهمیت و تأثیر این موانع را در کاهش میزان صادرات بیشتر می‌دانند. پس می‌توان نتیجه گرفت بین صادرکنندگان خوشه‌های مختلف و دیدگاه آن‌ها نسبت به موانع تفاوت وجود دارد.

(۲) بررسی فرضیه دوم:

H2: بین صادرکنندگان خوشه‌های مختلف و دیدگاه آن‌ها نسبت به راهکارها تفاوت وجود دارد.

برای بررسی این فرضیه از آزمون کروسکال والیس بهره می‌گیریم و دلیل استفاده از این آزمون رتبه‌ای و مستقل بودن داده‌هاست.

جدول ۲- مقایسه دیدگاه صادرکنندگان خوشه‌های مختلف نسبت به راهکارهای توسعه صادرات

Asymp. Sig.	df	Chi-Square	سایر کالاها	صنایع غذایی و کشاورزی	صنعت	راهکار
۰/۰۵۸	۲	۵/۶۷۸	۱۳/۶۸	۲۳/۱۰	۱۶/۴۲	۱Ed
۰/۴۹۰	۲	۱/۴۲۹	۱۴/۹۱	۱۸/۵	۱۸/۹۲	۲Ed
۰/۲۵۱	۲	۲/۷۶۸	۱۴/۵	۲۱	۱۷/۳۵	۳Ed
۰/۳۳۱	۲	۲/۲۱۳	۱۸/۳۲	۱۹/۹۰	۱۴/۹۶	۴Ed
۰/۱۲	۲	۴/۲۴۵	۱۴/۸۶	۲۲/۳۵	۱۶	۵Ed
۰/۱۶۳	۲	۳/۶۳۲	۱۳/۹۱	۲۱/۳۵	۱۷/۵۸	۶Ed
۰/۰۶۱	۲	۵/۵۸۴	۱۳/۰۵	۲۰/۸۵	۱۸/۶۹	۷Ed
۰/۰۰۷	۲	۹/۹۲۰	۱۴	۲۴/۹۰	۱۴/۷۷	۸Ed
۰/۶۱۲	۲	۰/۹۸۱	۱۷/۶۴	۱۹/۳۰	۱۶	۹Ed
۰/۰۲۳	۲	۷/۵۰۳	۱۲	۱۹/۷	۲۰/۴۶	۱۰Ed
۰/۰۴۲	۲	۶/۳۶۲	۱۱/۷۷	۲۰	۲۰/۴۲	۱۱Ed

Asymp. Sig.	df	Chi-Square	سایر کالاها	صنایع غذایی و کشاورزی	صنعت	راهکار
۰/۴۶۲	۲	۱/۵۴۶	۱۸/۶۸	۱۹/۴۰	۱۵/۰۴	۱۲Ed
۰/۱۴۵	۲	۳/۸۵۹	۱۵/۶۴	۲۲/۰۵	۱۵/۵۸	۱۳Ed
۰/۱۵۱	۲	۳/۷۸۳	۱۶/۶۴	۲۱/۹۰	۱۴/۸۵	۱۴Ed
۰/۰۷۲	۲	۵/۲۶۱	۱۳/۳۲	۲۱/۵۰	۱۷/۹۶	۱۵Ed
۰/۴۷۹	۲	۱/۴۷۲	۱۷/۰۵	۲۰/۲۰	۱۵/۸۱	۱۶Ed
۰/۹۰۹	۲	۰/۱۹	۱۸/۴۵	۱۶/۹۵	۱۷/۱۲	۱۷Ed
۰/۵۲۱	۲	۱/۲۶۷	۱۶/۸۲	۲۰/۰۵	۱۶/۱۲	۱۸Ed
۰/۰۲۹	۲	۶/۴۸۲	۱۵/۳۲	۲۳/۳۵	۱۴/۸۵	۱۹Ed
۰/۰۲۷	۲	۷/۲۰۷	۱۲/۴۵	۲۳/۴۰	۱۷/۲۳	۲۰Ed
۰/۴۲۸	۲	۱/۶۹۸	۱۵	۱۹/۲۰	۱۸/۳۱	۲۱Ed
۰/۱۱۵	۲	۴/۳۳۱	۱۵/۳۲	۲۱/۵	۱۶/۲۷	۲۲Ed
۰/۰۴۷	۲	۶/۱۱۰	۱۲/۱۸	۲۱/۱	۱۹/۲۳	۲۳Ed
۰/۲۵۲	۲	۲/۷۵۷	۱۴/۲۷	۲۰/۵۵	۱۷/۸۸	۲۴Ed
۰/۳۰۲	۲	۲/۳۹۵	۱۴/۴۱	۲۰/۵۰	۱۷/۸۱	۲۵Ed
۰/۹۹۳	۲	۰/۰۱۴	۱۷/۲۷	۱۷/۵۰	۱۷/۶۹	۲۶Ed
۰/۰۹۲	۲	۴/۷۷۷	۱۶/۵۹	۲۲/۵۰	۱۴/۴۲	۲۷Ed
۰/۷۵۹	۲	۰/۵۵۱	۱۶/۷۳	۱۹/۲۰	۱۶/۸۵	۲۸Ed

با توجه به اطلاعات مندرج در جدول (۲)، راهکارهای مربوط به آگاهی مدیریت شرکت در مورد مدیریت صادرات و بازاریابی جهانی (ed ۸)، استفاده از تحقیقات بازاریابی برای شناخت مشتریان و رقبای خارجی (ed۱۰)، ارائه خدمات قبل و پس از فروش به مشتریان خارجی (ed۱۱)، توسعه برنامه‌های ترفیعی ایجاد تصویری مطلوب از محصولات ایرانی در کشورهای هدف (ed۱۹)، جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی در امر تولید و توزیع (ed۲۰) و اصلاح قوانین و مقررات در راستای حمایت از سرمایه‌گذاری خارجی (ed۲۳) دارای $sig < 0/05$ می‌باشند که در سطح خطای ۰/۰۵ فرضیه آزمون تأیید می‌شود، به طوری‌که با بررسی وضعیت خوشه‌های مختلف به این نتیجه می‌رسیم که صادرکنندگان خوشه صنایع غذایی و کشاورزی راهکارهای ed۸ و ed۱۹ و ed۲۰ و ed۲۳ و خوشه صنعت راهکارهای ed۱۰ و ed۱۱ را با اهمیت و تأثیر این راهکارها را در توسعه میزان صادرات بیشتر می‌دانند. به عبارت دیگر بین صادرکنندگان خوشه‌های مختلف و دیدگاه آن‌ها نسبت به راهکارها تفاوت وجود دارد.

۳) بررسی فرضیه سوم:

H3: بین سطح تحصیلات صادرکنندگان و دیدگاه آنها نسبت به موانع تفاوت وجود دارد.

برای بررسی این فرضیه از آزمون کروسکال والیس بهره می‌گیریم و دلیل استفاده از این آزمون رتبه‌ای و مستقل بودن داده‌هاست.

جدول ۳- مقایسه دیدگاه صادرکنندگان با سطح تحصیلات مختلف نسبت به موانع توسعه صادرات

مانع	دیپلم	لیسانس	ارشد	دکتری	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
۱Eb	۱۷/۴۳	۱۷/۴۷	۱۷/۸۸	۱۵/۵	۰/۰۶۳	۳	۰/۹۹۶
۲Eb	۱۵/۴۳	۱۸/۴۴	۱۷/۵	۱۵	۰/۶۰۸	۳	۰/۸۹۵
۳Eb	۲۴	۱۵/۲۸	۱۶/۱۲	۲۳	۴/۶۱۳	۳	۰/۱۹۸
۴Eb	۱۹/۵	۱۶	۲۰/۳۱	۸	۲/۴۷۴	۳	۰/۴۸۰
۵Eb	۱۱/۲۱	۱۷/۲۵	۲۲/۰۶	۲۹/۵	۶/۴۰۶	۳	۰/۰۹۳
۶Eb	۱۳	۱۷/۹۲	۱۸/۸۸	۳۰/۵	۳/۷۷۶	۳	۰/۲۸۷
۷Eb	۱۳	۱۷/۹۲	۱۸/۶۲	۳۲/۵	۴/۳۳۵	۳	۰/۲۲۷
۸Eb	۱۷/۴۳	۱۵/۳۱	۲۱/۰۶	۲۹	۳/۷۵۲	۳	۰/۲۸۹
۹Eb	۱۹/۸۶	۱۷/۸۹	۱۴/۴۴	۱۸/۵	۱/۲۸۳	۳	۰/۷۳۳
۱۰Eb	۱۵	۱۸/۵	۱۸/۶۹	۷/۵	۲/۰۸۹	۳	۰/۵۵۴
۱۱Eb	۱۵/۲۱	۱۶/۵۳	۲۱/۵۶	۱۸/۵	۲/۰۷۷	۳	۰/۵۵۷
۱۲Eb	۱۲/۲۱	۱۸/۰۶	۲۱/۷۵	۱۰/۵	۴/۹۲۵	۳	۰/۱۷۷
۱۳Eb	۱۵/۷۱	۱۵/۱۱	۲۵/۱۲	۱۲	۷/۵۶۲	۳	۰/۰۵۶
۱۴Eb	۱۲/۵۷	۱۸/۶۴	۱۷/۸۸	۲۸/۵	۳/۹۳۷	۳	۰/۲۶۸
۱۵Eb	۱۸/۶۴	۱۸/۳۱	۱۵/۱۲	۱۴	۰/۹۹۶	۳	۰/۸۰۲
۱۶Eb	۱۵/۵۷	۱۵/۸۶	۲۱/۴۴	۲۹	۳/۷۵۴	۳	۰/۲۸۹
۱۷Eb	۱۴	۱۷/۹۴	۲۰/۴۴	۱۰/۵	۲/۳۲۱	۳	۰/۵۰۸
۱۸Eb	۱۹/۹۳	۱۶/۶۱	۱۸/۸۸	۵/۵	۲/۳۸	۳	۰/۴۹۷
۱۹Eb	۱۰/۳۶	۱۷/۵۳	۲۳/۵۶	۱۸/۵	۹/۰۷۵	۳	۰/۰۲۸
۲۰Eb	۲۱/۰۷	۱۶/۴۴	۱۵/۲۵	۲۹/۵	۳/۱۶۹	۳	۰/۳۶۶
۲۱Eb	۱۶/۵۰	۱۷/۰۳	۱۸/۶۲	۲۴	۰/۷۰۵	۳	۰/۸۷۲
۲۲Eb	۱۲/۹۳	۱۷/۰۶	۲۱/۵	۲۵/۵	۴/۴۰۷	۳	۰/۲۲۱
۲۳Eb	۱۹	۱۸/۳۱	۱۶/۰۶	۴	۲/۵۴۶	۳	۰/۴۶۷
۲۴Eb	۱۶/۷۱	۱۷/۲۲	۲۰/۰۶	۷/۵	۱/۶۷۶	۳	۰/۶۴۲
۲۵Eb	۲۲/۵۷	۱۷/۳۱	۱۵/۰۶	۵	۴/۲۷۳	۳	۰/۲۳۳
۲۶Eb	۱۶/۶۴	۱۸/۷۵	۱۷/۱۲	۴	۲/۶۳	۳	۰/۴۵۲

مانع	دیپلم	لیسانس	ارشد	دکتری	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
۲۷Eb	۱۳/۲۱	۱۸/۱۷	۲۰/۱۲	۱۴/۵	۲/۶۲۸	۳	۰/۴۵۳
۲۸Eb	۱۴/۵۰	۱۵/۹۲	۲۳/۵۶	۱۸/۵	۵/۶۰۶	۳	۰/۱۳۲
۲۹Eb	۱۸/۵۰	۱۷/۵۰	۱۷/۲۵	۱۲/۵	۰/۳۵۵	۳	۰/۹۴۹

با توجه به اطلاعات مندرج در جدول (۳)، مانع eb۱۹ دارای $sig < 0/05$ می‌باشند که در سطح خطای $0/05$ فرضیه آزمون تأیید می‌شود، به طوریکه صادرکنندگان با میزان تحصیلات بالاتر تأثیر این مانع را در کاهش میزان صادرات بیشتر می‌دانند. به عبارت دیگر بین سطح تحصیلات صادرکنندگان و دیدگاه آن‌ها نسبت به موانع تفاوت وجود دارد.

(۴) بررسی فرضیه چهارم:

H4: بین سطح تحصیلات صادرکنندگان و دیدگاه آن‌ها نسبت به راهکارها تفاوت وجود دارد.

برای بررسی این فرضیه از آزمون کروسکال والیس بهره می‌گیریم و دلیل استفاده از این آزمون رتبه‌ای و مستقل بودن داده‌هاست.

جدول ۴- مقایسه دیدگاه صادرکنندگان با سطح تحصیلات مختلف نسبت به راهکارهای توسعه صادرات

راهکار	دیپلم	لیسانس	ارشد	دکتری	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
۱Ed	۱۷/۵	۱۸/۵	۱۷/۱۹	۲	۳/۰۰۷	۳	۰/۳۹۱
۲Ed	۱۴/۰۷	۱۶/۶۱	۲۰/۹۴	۳۰	۴/۵۰۳	۳	۰/۲۱۲
۳Ed	۱۹/۰۷	۱۵/۳۹	۲۱/۷۵	۱۰/۵	۳/۶۳۱	۳	۰/۳۰۴
۴Ed	۱۵/۶۴	۱۷/۱۹	۱۹/۱۲	۲۳	۱/۱۴۹	۳	۰/۷۶۵
۵Ed	۱۸/۱۴	۱۸/۱۹	۱۶/۱۲	۱۱/۵	۰/۷۸۱	۳	۰/۸۵۴
۶Ed	۱۷/۱۴	۱۶/۴۷	۱۹/۰۶	۲۶	۱/۳۹۸	۳	۰/۷۰۶
۷Ed	۱۷/۷۹	۱۶/۷۲	۱۸/۲۸	۲۲/۵	۰/۶۸۱	۳	۰/۸۷۸
۸Ed	۱۸/۲۹	۱۷/۱۴	۱۸/۵	۱۰/۵	۰/۸۱	۳	۰/۸۴۷
۹Ed	۱۷/۱۴	۱۷/۸۱	۱۶/۵	۲۲/۵	۰/۵۶۴	۳	۰/۹۰۵
۱۰Ed	۱۸/۲۹	۱۶/۲۸	۱۸/۸۸	۲۳	۱/۱۶۰	۳	۰/۷۶۳
۱۱Ed	۱۵/۲۱	۲۰/۰۶	۱۴/۳۸	۱۲/۵	۳/۰۶۳	۳	۰/۳۸۲
۱۲Ed	۱۹	۱۵/۸۹	۱۸/۴۴	۲۸/۵	۲/۲۶۲	۳	۰/۵۲
۱۳Ed	۱۶/۲۱	۱۸/۷۵	۱۶/۶۹	۱۰/۵	۱/۲۳۷	۳	۰/۷۴۴
۱۴Ed	۱۹/۴۳	۱۷/۳۱	۱۷/۲۵	۹/۵	۱/۱۷۶	۳	۰/۷۵۹
۱۵Ed	۱۵/۷۹	۱۷/۰۸	۱۹/۲۵	۲۳	۱/۱۶۲	۳	۰/۷۶۲
۱۶Ed	۱۹/۳۶	۱۷/۸۹	۱۴/۰۶	۲۵	۲/۳۲۶	۳	۰/۵۰۷

Asymp. Sig.	df	Chi-Square	دکتری	ارشد	لیسانس	دیپلم	راهکار
۰/۳۴	۳	۳/۳۵۷	۲۵/۵	۱۸/۶۹	۱۵/۱۴	۲۱/۰۷	۱۷Ed
۰/۱۸۳	۳	۴/۸۴۹	۲۵	۲۰/۸۸	۱۴/۵	۲۰/۲۹	۱۸Ed
۰/۶۰۲	۳	۱/۸۶۱	۲۵	۱۶/۷۵	۱۶/۳۳	۲۰/۲۹	۱۹Ed
۰/۷۱۸	۳	۱/۳۴۵	۲۸	۱۷/۳۸	۱۶/۸۹	۱۷/۷۱	۲۰Ed
۰/۴۱	۳	۲/۸۸۲	۶	۱۹/۸۱	۱۷	۱۷/۷۹	۲۱Ed
۰/۹۳۶	۳	۰/۴۲۱	۲۱/۵	۱۷/۲۵	۱۷/۷۲	۱۶/۶۴	۲۲Ed
۰/۵۱۴	۳	۲/۲۹۵	۲۵	۲۰/۱۲	۱۷/۱۱	۱۴/۴۳	۲۳Ed
۰/۴۷۳	۳	۲/۵۱۴	۲۵/۵	۱۵/۱۹	۱۶/۸۱	۲۰/۷۹	۲۴Ed
۰/۷۴۲	۳	۱/۲۴۵	۱۱/۵	۱۹	۱۸/۱۱	۱۵/۰۷	۲۵Ed
۰/۳۱۶	۳	۳/۵۳۶	۳۲/۵	۱۶/۱۹	۱۸/۰۶	۱۵/۴۳	۲۶Ed
۰/۶۳۶	۳	۱/۷۴۸	۲۸/۵	۱۶/۳۸	۱۷/۰۶	۱۸/۳۶	۲۷Ed
۰/۳۷۹	۳	۳/۰۸۱	۲۶	۱۷/۵	۱۵/۶۱	۲۱/۱۴	۲۸Ed

با توجه به اطلاعات مندرج در جدول (۴)، راهکارها دارای $\text{sig} > 0/05$ می‌باشند که در سطح خطای $0/05$ فرضیه آزمون رد می‌شود، به عبارت دیگر بین سطح تحصیلات صادرکنندگان و دیدگاه آن‌ها نسبت به راهکارها تفاوت وجود ندارد.

(۵) بررسی فرضیه پنجم:

H5: بین سابقه فعالیت تجاری صادرکنندگان و دیدگاه آن‌ها نسبت به موانع تفاوت وجود دارد.

برای بررسی این فرضیه از آزمون کروسکال والیس بهره می‌گیریم و دلیل استفاده از این آزمون رتبه‌ای و مستقل بودن داده‌هاست.

جدول ۵- مقایسه دیدگاه صادرکنندگان با سابقه فعالیت تجاری مختلف نسبت به موانع توسعه صادرات

Asymp. Sig.	df	Chi-Square	بالای ۱۵ سال	سال ۱۱-۱۵	سال ۶-۱۰	سال ۱-۵	مانع
۰/۶۰۳	۳	۱/۸۵۷	۲۰/۲۱	۱۳/۷۹	۱۸/۰۴	۱۷/۵۶	۱Eb
۰/۲۶۸	۳	۳/۹۳۷	۱۱/۷۹	۲۱	۱۸/۹۲	۱۷/۳۱	۲Eb
۰/۱۷۳	۳	۴/۹۷۷	۱۰/۹۳	۲۰/۷۹	۲۰	۱۶/۶۲	۳Eb
۰/۴۵۶	۳	۲/۶۰۸	۲۱/۹۳	۱۶/۹۳	۱۷/۵۴	۱۴/۰۶	۴Eb
۰/۱۱۶	۳	۵/۹۱۵	۲۳/۲۱	۱۶/۰۷	۱۸/۹۲	۱۱/۶۲	۵Eb
۰/۷۰۲	۳	۱/۴۱۳	۲۰/۲۱	۱۴/۴۳	۱۸/۰۴	۱۷	۶Eb
۰/۳۴۲	۳	۳/۳۴۴	۱۹/۵۷	۱۸	۱۹/۴۶	۱۲/۳۱	۷Eb
۰/۳۸۸	۳	۳/۰۲۳	۱۸	۱۹/۳۶	۱۹/۳۸	۱۲/۶۲	۸Eb

مانع	سال ۱-۵	سال ۶-۱۰	سال ۱۱-۱۵	بالای ۱۵ سال	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
۹Eb	۱۸/۸۱	۱۸/۳۳	۱۶/۸۶	۱۵/۲۱	۰/۶۷۱	۳	۰/۸۸
۱۰Eb	۱۱/۵	۱۸/۲۱	۱۸/۵	۲۲/۱۴	۵/۴۵۵	۳	۰/۱۴۱
۱۱Eb	۱۱/۳۸	۲۰/۲۹	۱۶/۶۴	۲۰/۵۷	۵/۱۷۳	۳	۰/۱۶
۱۲Eb	۱۶	۱۸	۱۷/۷۹	۱۸/۰۷	۰/۲۹۸	۳	۰/۹۶
۱۳Eb	۲۰/۱۹	۱۷/۴۶	۱۴/۹۳	۱۷/۰۷	۱/۲۸۴	۳	۰/۷۳۳
۱۴Eb	۱۴/۲۵	۱۹/۷۵	۲۰/۶۴	۱۴/۲۱	۳/۶۱۸	۳	۰/۳۰۶
۱۵Eb	۱۶/۱۹	۱۸/۱۲	۱۶/۵	۱۸/۹۳	۰/۵۰۶	۳	۰/۹۱۸
۱۶Eb	۱۶/۸۸	۱۸/۸۳	۱۸/۴۳	۱۵	۰/۸۴۳	۳	۰/۸۳۹
۱۷Eb	۱۴/۵۶	۱۷/۷۱	۱۴	۲۴	۵/۰۵	۳	۰/۱۶۸
۱۸Eb	۱۶/۳۱	۱۵/۹۶	۱۷/۹۳	۲۱/۰۷	۱/۴۴۶	۳	۰/۶۹۵
۱۹Eb	۱۶/۵	۲۰/۷۵	۱۴	۱۶/۵۷	۳/۱۵۲	۳	۰/۳۶۹
۲۰Eb	۱۲/۸۸	۱۵/۸۳	۲۵/۶۴	۱۷/۵	۷/۲۱	۳	۰/۰۶۵
۲۱Eb	۱۴/۶۹	۱۷/۵۸	۱۷/۷۱	۲۰/۳۶	۱/۳۴۵	۳	۰/۷۱۹
۲۲Eb	۱۷/۵	۱۸/۱۷	۱۵/۲۱	۱۸/۶۴	۰/۶۵۸	۳	۰/۸۸۳
۲۳Eb	۱۶/۵	۱۸/۵۴	۱۷/۲۹	۱۷/۰۷	۰/۲۵۵	۳	۰/۹۶۸
۲۴Eb	۱۶/۵۶	۱۶/۵۸	۱۶/۶۴	۲۱	۱/۱۴۴	۳	۰/۷۶۷
۲۵Eb	۱۹/۹۴	۱۴/۵	۱۷/۷۹	۱۹/۵۷	۲/۰۶۹	۳	۰/۵۵۸
۲۶Eb	۲۰/۷۵	۱۳/۶۲	۱۷/۴۳	۲۰/۵	۳/۹۷۹	۳	۰/۲۶۴
۲۷Eb	۱۷/۱۲	۱۸/۲۵	۱۹/۲۱	۱۴/۹۳	۰/۹۷۹	۳	۰/۸۰۶
۲۸Eb	۱۶/۰۶	۲۰/۹۲	۱۴/۶۴	۱۶/۱۴	۳/۱۵۲	۳	۰/۳۶۹
۲۹Eb	۱۸/۳۸	۱۶/۲۵	۱۹/۷۹	۱۶/۳۶	۰/۷۷	۳	۰/۸۵۷

با توجه به اطلاعات مندرج در جدول (۵) موانع دارای $sig > 0/05$ می‌باشند که در سطح خطای $0/05$ فرضیه آزمون رد می‌شود، به عبارت دیگر بین سابقه فعالیت تجاری صادرکنندگان و دیدگاه آن‌ها نسبت به موانع تفاوت وجود ندارد.

(۶) بررسی فرضیه ششم:

H_6 : بین سابقه فعالیت تجاری صادرکنندگان و دیدگاه آن‌ها نسبت به راهکارها تفاوت وجود دارد.

برای بررسی این فرضیه از آزمون کروسکال والیس بهره می‌گیریم و دلیل استفاده از این آزمون رتبه‌ای و مستقل بودن داده‌هاست.

جدول ۶- مقایسه دیدگاه صادرکنندگان با سابقه فعالیت تجاری مختلف نسبت به راهکارهای توسعه صادرات

Asymp. Sig.	df	Chi-Square	بالای سال ۱۵	سال ۱۱-۱۵	سال ۶-۱۰	سال ۵-۱	راهکار
۰/۲۶۱	۳	۴/۰۰۶	۲۰/۸۶	۲۰/۷۹	۱۶/۸۳	۱۲/۶۹	۱Ed
۰/۷۳۴	۳	۱/۲۸	۱۷/۷۱	۱۹/۶۴	۱۸	۱۴/۶۹	۲Ed
۰/۸۲	۳	۰/۹۲۱	۲۰/۰۷	۱۶/۹۳	۱۶/۰۸	۱۷/۸۸	۳Ed
۰/۸۵۱	۳	۰/۷۹۴	۱۵/۴۳	۱۷/۱۴	۱۷/۸۳	۱۹/۱۲	۴Ed
۰/۹۳۵	۳	۰/۴۲۵	۱۹	۱۸/۱۴	۱۶/۳۸	۱۷/۳۱	۵Ed
۰/۸۶۶	۳	۰/۷۳۱	۱۸/۰۷	۱۴/۹۳	۱۸/۱۷	۱۸/۲۵	۶Ed
۰/۱۶۸	۳	۵/۰۵۳	۲۲/۵	۱۳/۰۷	۱۷	۱۷/۷۵	۷Ed
۰/۷۱۱	۳	۱/۳۷۷	۱۷/۳۶	۱۸/۲۹	۱۹/۱۲	۱۴/۵	۸Ed
۰/۰۸۸	۳	۶/۵۳۹	۲۲/۵	۱۱/۹۳	۱۸/۵	۱۶/۵	۹Ed
۰/۰۸۵	۳	۶/۶۲۱	۲۳	۱۳/۵۷	۱۸/۸۸	۱۴/۰۶	۱۰Ed
۰/۲۹۱	۳	۳/۷۲۸	۲۲/۵	۱۹/۲۱	۱۵/۶۷	۱۴/۳۸	۱۱Ed
۰/۸۷۹	۳	۰/۶۷۵	۱۹	۱۸/۵	۱۷/۴۲	۱۵/۴۴	۱۲Ed
۰/۳۳۳	۳	۳/۴۰۴	۲۲/۲۹	۱۳/۸۶	۱۷/۳۸	۱۶/۶۹	۱۳Ed
۰/۲۷۹	۳	۳/۸۴۶	۲۲/۷۹	۱۳/۸۶	۱۷/۲۵	۱۶/۴۴	۱۴Ed
۰/۰۳۲	۳	۸/۷۹۲	۲۰/۸۶	۹/۹۳	۲۰/۵	۱۶/۶۹	۱۵Ed
۰/۹۵۵	۳	۰/۳۲۵	۱۸/۱۴	۱۵/۸۶	۱۷/۷۱	۱۸/۰۶	۱۶Ed
۰/۴۱	۳	۲/۸۸	۲۱/۰۷	۱۳/۲۹	۱۸/۳۸	۱۶/۷۵	۱۷Ed
۰/۲۹۷	۳	۳/۶۸۷	۱۵/۵۷	۱۷/۹۳	۲۰/۸۸	۱۳/۷۵	۱۸Ed
۰/۱۷۳	۳	۴/۹۸۵	۱۷/۹۳	۲۰/۲۹	۱۹/۵	۱۱/۶۹	۱۹Ed
۰/۱۴۲	۳	۵/۴۵۲	۱۸/۷۱	۱۷/۷۱	۲۰/۹۲	۱۱/۱۲	۲۰Ed
۰/۷۶۹	۳	۱/۱۳۳	۱۷/۷۹	۲۰/۱۴	۱۶/۵۸	۱۶/۳۱	۲۱Ed
۰/۸۶۶	۳	۰/۷۳۱	۱۶/۶۴	۱۶/۶۴	۱۷/۲۵	۱۹/۳۸	۲۲Ed
۰/۳۵۳	۳	۳/۲۵۹	۲۰/۷۱	۱۴/۱۴	۱۹/۴۲	۱۴/۷۵	۲۳Ed
۰/۲۳۲	۳	۴/۲۸۶	۲۳/۱۴	۱۶/۰۷	۱۷/۲۵	۱۴/۱۹	۲۴Ed
۰/۳۲۲	۳	۳/۴۸۹	۲۲/۲۱	۱۳/۲۹	۱۷/۷۵	۱۶/۶۹	۲۵Ed
۰/۴۶۶	۳	۲/۵۵۵	۱۳/۸۶	۱۵/۷۱	۲۰	۱۸/۵	۲۶Ed
۰/۶۲۹	۳	۱/۷۳۴	۱۴/۶۴	۱۵/۶۴	۱۸/۸۳	۱۹/۶۲	۲۷Ed
۰/۸۵۸	۳	۰/۷۶۳	۱۶/۲۹	۱۶/۲۹	۱۷/۵	۱۹/۶۲	۲۸Ed

با توجه به اطلاعات مندرج در جدول (۶) راهکار کنترل نرخ تورم جهت جلوگیری از افزایش هزینه‌های عوامل تولید (ed1۵) دارای $sig < ۰/۰۵$ می‌باشد که در سطح خطای ۰/۰۵ فرضیه آزمون تأیید می‌شود، به طوری که صادرکنندگان با سابقه فعالیت ۶ تا ۱۰ سال و بالای ۱۵ سال تأثیر این راهکار را در توسعه میزان صادرات بیشتر می‌دانند. به عبارت دیگر بین سابقه فعالیت تجاری صادرکنندگان و دیدگاه آن‌ها نسبت به راهکارها تفاوت وجود دارد.

در این تحقیق با استفاده از اسناد و مدارکی که از طریق اداره صنعت و معدن و تجارت استان خراسان شمالی و اتاق بازرگانی استان و همچنین از طریق مشاهدات میدانی و بررسی دیدگاه‌های صادرکنندگان در خوشه‌های مختلف صادراتی و پژوهش‌های صورت گرفته در رابطه با این موضوع، از طریق پرسشنامه یکسری موانع و راهکارها شناخته شد البته با توجه به اینکه بعضی موانع و راهکارها در استان خراسان شمالی از اهمیت بیشتری نسبت به استان‌های دیگر برخوردار بودند در نتیجه ۲۸ راهکار و ۲۹ مانع شناسایی گردید و با استفاده از آزمون فریدمن، این راهکارها و موانع رتبه‌بندی شدند، که نتایج رتبه‌بندی این راهکارها و موانع صادراتی با استفاده از آزمون فریدمن در جدول (۷) و (۸) ارائه شده است.

جدول ۷- رتبه بندی راهکارهای توسعه صادرات از دیدگاه صادرکنندگان

اولویت	عنوان راهکار	رتبه	شماره
۱	(۲۲) برخورداری از امکانات حمل و نقل مناسب و مجهز زمینی و دریایی و غیره جهت صدور کالا	۱۸/۴۱	۲۲Ed
	(۷) برخورداری از مهارت و دانش فنی در زمینه تولید محصولات مرغوب و با کیفیت جهت صادرات	۱۷/۶۲	۷Ed
	(۲۱) برخورداری از زیرساخت‌های پیشرفته نظام بانکی و نظام ارتباطات در داخل کشور جهت صادرات	۱۷/۵۱	۲۱Ed
	(۱۰) استفاده از تحقیقات بازاریابی برای شناخت مشتریان و رقبای خارجی	۱۷/۱۲	۱۰Ed
	(۹) آگاه نمودن دولت‌مردان و قانون‌گذاران از ضرورت صادرات غیرنفتی	۱۷/۰۱	۹Ed
	(۴) کاهش موانع تعرفه‌ای و ایجاد امنیت سیاسی و اقتصادی از سوی دولت	۱۶/۶۰	۴Ed
	(۱۵) کنترل نرخ تورم جهت جلوگیری از افزایش هزینه‌های عوامل تولید	۱۶/۴۰	۱۵Ed
۲	(۱۹) توسعه برنامه‌های ترفیعی ایجاد تصویری مطلوب از محصولات ایرانی در کشورهای هدف	۱۵/۷۵	۱۹Ed
	(۱۸) آگاهی از نوع و روش تبلیغات در کشور مقصد	۱۵/۶۵	۱۸Ed
	(۲۴) دسترسی به منابع مالی و سرمایه کافی برای فعالیت‌های تولیدی و صادراتی	۱۵/۳۸	۲۴Ed
	(۱۶) شرکت در نمایشگاه‌های تخصصی و بین‌المللی	۱۵/۳۴	۱۶Ed
	(۲۳) اصلاح قوانین و مقررات در راستای حمایت از سرمایه‌گذاری خارجی	۱۴/۹۹	۲۳Ed
	(۱۴) داشتن روابط عمومی فعال	۱۴/۹۳	۱۴Ed
	(۲۸) دیدگاه‌های راهبردی و استراتژیک مدیریت شرکت برای حضور در بازارهای جهانی	۱۴/۸۷	۲۸Ed
(۳) حمایت دولت از سرمایه‌گذاری‌های خارجی در بخش‌های مختلف صنعت جهت توسعه صادرات	۱۴/۵۶	۳Ed	

اولویت	عنوان راهکار	رتبه	شماره
	(۱۷) استفاده از شبکه اطلاع رسانی بین‌المللی نظیر اینترنت برای معرفی محصولات	۱۴/۵۶	۱۷Ed
	(۶) بهره‌مندی از تکنولوژی پیشرفته و ماشین آلات جدید در تولید محصول جهت صادرات	۱۴/۴۹	۶Ed
	(۸) آگاهی مدیریت شرکت در مورد مدیریت صادرات و بازاریابی جهانی	۱۴/۱۳	۸Ed
۳	(۱۳) آموزش نیروی فروش و استخدام فروشندگان مجرب و زبده	۱۴/۰۷	۱۳Ed
	(۵) رعایت نمودن استانداردهای معمول بین‌المللی و کنترل‌های کیفی دقیق	۱۳/۸۵	۵Ed
	(۲۵) همکاری مراکز و نهادهای رسمی توسعه صادرات جهت تامین مالی صادرات	۱۳/۶۰	۲۵Ed
	(۱۱) ارائه خدمات قبل و پس از فروش به مشتریان خارجی	۱۳/۳۸	۱۱Ed
	(۲۷) اعمال حمایت‌های مالی از قبیل وام، بخشودگی بهره و غیره	۱۲/۱۳	۲۷Ed
	(۲۰) جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی در امر تولید و توزیع	۱۱/۷۶	۲۰Ed
	(۱۲) انتخاب واسطه مناسب و موثر در کانال توزیع	۱۱/۶۶	۱۲Ed
	(۱) کاهش تصدی گری دولت در فعالیت‌های اجرایی	۱۱/۴۰	۱Ed
	(۲) خصوصی سازی شرکت‌ها و مکلف نمودن بانک‌ها به سرمایه گذاری در شرکت‌های خصوصی	۱۱/۰۴	۲Ed
	۴	(۲۶) در نظر گرفتن انواع تخفیف برای خریداران	۷/۷۸

جدول ۸- رتبه بندی موانع توسعه صادرات از دیدگاه صادرکنندگان

اولویت	عنوان مانع	رتبه	شماره
۱	(۲۲) نوسانات و تغییرات مداوم نرخ بهره و نرخ ارز	۲۰/۵۹	۲۲Eb
	(۱۲) وجود نداشتن برنامه‌ریزی راهبردی برای نفوذ و ورود به بازارهای جهانی	۲۰/۵۳	۱۲Eb
	(۱۳) نداشتن تفکر جهانی شدن بین مدیران شرکت‌ها	۱۹/۰۱	۱۳Eb
	(۲۶) فقدان صنعت بسته‌بندی مناسب از جهت کمی و کیفی و ناکافی بودن سرمایه گذاری در این بخش	۱۹	۲۶Eb
	(۱۴) رقابت شدید در بازارهای خارجی	۱۸/۴۷	۱۴Eb
	(۱۵) عدم توانایی در ارائه قیمت‌های رقابتی	۱۸/۰۷	۱۵Eb
۲	(۲) عدم همکاری بانک‌ها	۱۷/۱۶	۲Eb
	(۲۷) فقدان نیروی انسانی مجرب و آموزش دیده در زمینه بازاریابی صادراتی	۱۶/۹۳	۲۷Eb
	(۸) عدم وجود حمل و نقل ریلی	۱۶/۹۱	۸Eb
	(۱) کمبود نقدینگی	۱۶/۵۳	۱Eb
	(۲۵) عدم رعایت استانداردهای جهانی توسط تولید کنندگان	۱۶/۵۱	۲۵Eb
	(۶) نبود بازارچه مرزی	۱۵/۷۸	۶Eb
	(۱۱) عدم آشنایی صادرکنندگان با رویه‌های تجارت خارجی	۱۵/۷۱	۱۱Eb
	(۱۶) عدم وجود برنامه‌ها و طرح‌های مدون تشویقی برای صادرات	۱۵/۶۲	۱۶Eb
	(۲۳) نوسانات زیاد نرخ تعرفه‌های حمل و نقل و ترانزیت در فصول مختلف سال	۱۵/۳۱	۲۳Eb

اولویت	عنوان مانع	رتبه	شماره
	۵) نبود مرز ترانزیت و عبور کالا	۱۵/۲۸	۵Eb
	۱۹) عدم برنامه‌ریزی منسجم و هماهنگ برای توسعه روابط اقتصادی و تجاری در منطقه	۱۵/۲۴	۱۹Eb
۳	۲۸) فرسودگی ماشین آلات و تجهیزات و دسترسی نداشتن به فناوری‌های نوین تولید	۱۴/۷۸	۲۸Eb
	۱۰) دیدگاه دولت‌مردان و قانون‌گذاران نسبت به امر صادرات و سیاست‌های اتخاذ شده آن	۱۳/۵۴	۱۰Eb
	۲۰) مشکل دریافتن توزیع کننده/ نماینده مناسب در کشور مقصد	۱۳/۴۳	۲۰Eb
	۱۸) عدم توانایی و عدم امکان ارائه خدمات فنی و پس از فروش در کشور مقصد	۱۲/۷۲	۱۸Eb
	۲۴) عدم تشابه تقاضای داخلی با تقاضای موجود در بازارهای خارجی	۱۲/۴۶	۲۴Eb
	۳) دشواری تهیه مواد اولیه	۱۲/۳۲	۳Eb
	۷) مشکلات صادرکنندگان در تعرفه‌های صادراتی و مالیات	۱۲/۲۹	۷Eb
۴	۲۱) کیفیت نامناسب روابط بین اعضا در زنجیره عرضه تولید و صادرات	۱۱/۶۲	۲۱Eb
	۴) صادرات محصولات استان از سایر گمرکات کشور	۱۰/۶	۴Eb
	۹) مشکل صدور ویزا برای شرکت در نمایشگاه‌های خارجی	۱۰/۳۷	۹Eb
	۱۷) وجود مشکلات زبانی و ارتباطی	۹/۵۳	۱۷Eb
	۲۹) وجود نداشتن تقاضای کافی در بازار خارجی	۸/۶۹	۲۹Eb

نتیجه‌گیری و پیشنهادات برای تحقیقات آتی

بررسی و اولویت‌بندی موانع کلیدی نقش مهمی را در پیشبرد صادرات و رسیدن به اهداف پیش‌بینی شده و کسب مزیت رقابتی ایفا می‌کند به همین جهت ارائه راهکارهای مناسب در بهبود عملکرد صادرکنندگان از اهمیت خاصی برخوردار است. بنابراین عمده‌ترین موانع از دیدگاه صادرکنندگان به ترتیب اولویت شامل: ۱) نوسانات و تغییرات مداوم نرخ بهره و نرخ ارز، ۲) وجود نداشتن برنامه‌ریزی راهبردی برای نفوذ و ورود به بازارهای جهانی، همچنین عمده‌ترین راهکارها از دیدگاه صادرکنندگان به ترتیب اولویت شامل: ۱) برخورداری از امکانات حمل و نقل مناسب و مجهز زمینی و دریایی و غیره جهت صدور کالا، ۲) برخورداری از مهارت و دانش فنی در زمینه تولید محصولات مرغوب و با کیفیت جهت صادرات می‌باشند.

همچنین بین صادرکنندگان خوشه‌های مختلف و دیدگاه آن‌ها نسبت به موانع و راهکارهای توسعه صادرات تفاوت وجود دارد به گونه‌ای که خوشه صنایع غذایی و کشاورزی موانع عدم همکاری بانک‌ها و عدم توانایی در ارائه قیمت‌های رقابتی و

خوشه صنعت مشکلات صادرکنندگان در تعرفه‌های صادراتی و مالیات و عدم آشنایی صادرکنندگان با رویه‌های تجارت خارجی را با اهمیت و تأثیر این موانع را در کاهش میزان صادرات بیشتر می‌دانند و در زمینه راهکارهای توسعه صادرات خوشه صنایع غذایی و کشاورزی راهکارهای مربوط به آگاهی مدیریت شرکت در مورد مدیریت صادرات و بازاریابی جهانی، توسعه برنامه‌های ترفیعی ایجاد تصویری مطلوب از محصولات ایرانی در کشورهای هدف و اصلاح قوانین و مقررات در راستای حمایت از سرمایه‌گذاری خارجی، جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی در امر تولید و توزیع و خوشه صنعت استفاده از تحقیقات بازاریابی برای شناخت مشتریان و رقبای خارجی و ارائه خدمات قبل و پس از فروش به مشتریان خارجی را در توسعه میزان صادرات موثر می‌دانند. همچنین بین سطح تحصیلات صادرکنندگان و دیدگاه آن‌ها نسبت به موانع توسعه صادرات تفاوت وجود دارد یعنی افراد با میزان تحصیلات بالاتر، تأثیر عدم برنامه‌ریزی منسجم و هماهنگ برای توسعه روابط اقتصادی و تجاری در منطقه را در کاهش میزان صادرات نسبت به سایرین بیشتر می‌دانند و نیز بین سابقه فعالیت تجاری صادرکنندگان و دیدگاه آن‌ها نسبت به راهکارهای توسعه صادرات نیز تفاوت وجود دارد که نشان می‌دهد صادرکنندگان با سابقه فعالیت بیشتر تأثیر راهکار کنترل نرخ تورم جهت جلوگیری از افزایش هزینه‌های عوامل تولید در افزایش میزان صادرات بیشتر می‌دانند، در نهایت با مقایسه دیدگاه صادرکنندگان با سطح تحصیلات متفاوت نسبت به راهکارهای توسعه صادرات و سابقه فعالیت تجاری صادرکنندگان نسبت به موانع صادرات تفاوتی مشاهده نشد.

با توجه به نتایج تحقیق به سیاست‌گذاران حوزه صادرات در کشور پیشنهاد می‌شود از سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف صنعت حمایت کنند، موانع تعرفه‌ای کاهش و امنیت سیاسی و اقتصادی از سوی دولت ایجاد شود، اعمال حمایت‌های مالی مثل بخشودگی بهره و وام و همچنین امکانات حمل و نقل مناسب و مجهز زمینی و دریایی جهت صدور کالا فراهم شود.

به صادرکنندگان نیز پیشنهاد می‌گردد دیدگاه‌های راهبردی و استراتژیک مدیریت شرکت برای حضور در بازارهای جهانی را تقویت نمایند، استانداردهای بین‌المللی و

ساناز مفردی و محمد شیخ‌زاده ——— تأثیرپذیری ادراک موانع توسعه صادرات منطقه‌ای از خصایص صادرکنندگان کنترل‌های کیفی دقیق را رعایت نموده و از تکنولوژی پیشرفته و ماشین آلات جدید در تولید محصول بهره‌گیرند و همچنین از مهارت و دانش فنی در زمینه تولید محصولات مرغوب و با کیفیت برخوردار شوند.

به سایر پژوهشگران توصیه می‌شود به بررسی تأثیر موانع و راهکارها بر روی هر یک از کالاهای صادراتی بپردازند، همچنین نقش اداره گمرک و ظرفیت‌ها و تأثیرات آن نیز بر روند صادرات را مورد بررسی قرار دهند، و با توجه به اینکه مشکل بیشتر صادرکنندگان مسائل مالی و اقتصادی است، به بررسی نقش و وظیفه بانک‌ها و موسسات مالی در خصوص توسعه صادرات بپردازند.

منابع و مأخذ

- ۱- پوراشرف، یاسان الله (۱۳۹۳)، "تبیین مشکلات و موانع فراروی صادرات استان ایلام". مدیریت بازرگانی، ۶ (۱): ۲۰-۱.
- ۲- حسنقلی‌پور، طهمورث و اصانلو، بهاره و سلامی، علیرضا (۱۳۸۷)، "شناسایی و رتبه‌بندی مشکلات و موانع صادرات خودرو در کشور". مجله دانش و توسعه، ۱۵ (۲۳): ص ۴۰-۲۱.
- ۳- خداداد حسینی، حمید و خدای، سهیلا (۱۳۸۹)، "اثر اینترنت بر جهت‌دهی کانال‌های صادراتی در شرکت‌های کوچک و متوسط". کاوش‌های مدیریت بازرگانی، ۲ (۳): ص ۲۱-۱.
- ۴- سعیدا اردکانی، سعید و صیادی تورانلو، حسین (۱۳۹۱)، "تحلیل چالش‌ها و راهکارهای توسعه صادرات غیرنفتی مطالعه موردی: صنایع نساجی استان یزد". مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۰ (۲): ص ۱۲۸-۱۰۹.
- ۵- کلانتری، مختار (۱۳۷۷)، بررسی توسعه صادرات تخم‌مرغ نطفه‌دار گوشتی و تخم‌گذار، کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تهران.
- ۶- ملک‌اخلاق، اسماعیل و نوع پسند اصل، محمد و جمالی عباسعلی، خدیجه (۱۳۹۲)، "تبیین و تحلیل ارزیابی استراتژی‌های صنعت خودروسازی ایران در ورود به بازارهای خارجی". کاوش‌های مدیریت بازرگانی، ۵ (۹): ص ۱۰۴-۸۵.
- ۷- مشبکی، اصغر و سرفراز، امیرهمایون و زارع، حبیب و شهریان، محمدعلی (۱۳۸۹)، "تحلیل موانع به‌کارگیری تجارت الکترونیکی در صنایع غذایی ایران مطالعه موردی: صنایع غذایی استان یزد". کاوش‌های مدیریت بازرگانی، ۲ (۴): ص ۹۱-۷۴.
- ۸- ناطق، محمد و نیاکان، نازیلا (۱۳۸۸)، "بسترسازی توسعه صادرات با تأکید بر محدودیت‌ها، محرک‌ها و عملکرد صادراتی". نشریه بررسی‌های بازرگانی، ۷ (۳۷): ص ۵۵-۴۳.

۹- ولی بیگی، حسن (۱۳۸۵)، "اولویت بندی بازارهای هدف صادراتی و موانع حضور در آنها مطالعه موردی منتخبی از محصولات صادراتی مواد غذایی". فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، ۱۱ (۴۱): ص ۸۹-۵۳.

1- Bishnu p. sharma , shiva r.adhikari , tara p.bhusal , bhuma pande , kumar bhattacharai , dispak b.adhikari , anata r.dahal (2014). an assessment of export barriers of nepalese products to india, tribhuvan university , Nepal.

2- Chris milner and Evieu zgovu (2006). "a natural experiment for identifying the impact of natural trade barriers on exports". journal of development economics, 80(1): 251-268.

3- Freund, c., pierola, m.d. (2012). "Export surges". journal of development economics , 97(2): 387-395.

4- Leonidas c. leonidou (2004). "an analysis of the barriers hindering small business export development". Journal of small business management, 42(3): 279-302.

5- Tesfom , G. , clemens , L. (2006). " a classification of export marketing problems of small an medium sized manufacturing firms in developing countries". international journal of emerging markets , 1(3) : 262-281.