

## تحلیل عوامل مؤثر بر صادرات محصولات صنایع غذایی با رویکرد توسعه روستایی

اعظم نجاتیان پور<sup>۱\*</sup> و عبدالکریم اسماعیلی<sup>۲</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۷ شهریور ۱۳۹۵

تاریخ دریافت: ۲ آذر ۱۳۹۴

### چکیده

با توجه به نیاز به توسعه روستاها و نیاز روز افزون جامعه به غذا و رشد جمعیت و کاهش منابع غذایی، یکی از مهمترین مسائلی که توجه دولتمردان، اندیشمندان و محققان را به خود معطوف داشته است، لزوم گسترش صنایع تبدیلی و تکمیلی روستایی است. صنایع تبدیلی با به کارگیری محصولات کشاورزی به عنوان مواد اولیه می‌تواند عاملی برای توسعه روستاها و استفاده بهتر از این محصولات تلقی گردد. لذا در این پژوهش با تحلیل عوامل مؤثر بر صادرات این محصولات پس از بررسی مطالعات پیشین و مصاحبه حضوری با شصت نفر از خبرگان این امر در استان خراسان رضوی، عوامل مؤثر بر صادرات محصولات صنایع غذایی در پنج گروه اصلی؛ عوامل کلان اقتصادی، عوامل تجاری و بازاری، عوامل فنی و تخصصی، عوامل مالی و اعتباری و عوامل فرآیند مبادله دسته‌بندی و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. از تکنیک تحلیل مسیر برای بررسی چگونگی اثرگذاری این گروه‌ها استفاده شد. نتایج نشان داد که عوامل کلان اقتصادی، عوامل تجاری و بازاری و عوامل مالی و اعتباری به صورت مستقیم و عوامل فنی و تخصصی و عوامل فرآیند مبادله بصورت غیرمستقیم، صادرات محصولات صنایع غذایی را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

**واژه‌های کلیدی:** استان خراسان رضوی، صادرات محصولات صنایع غذایی، مدل تحلیل مسیر.

۱ - دانش‌آموخته‌ی کارشناسی ارشد اقتصاد کشاورزی دانشگاه شیراز  
۲ - استاد اقتصاد کشاورزی دانشگاه شیراز  
\* - نویسنده مسئول: nejataianpour84@gmail.com

## مقدمه

تجارت موتور محرکه اقتصاد در کشورهای مختلف جهان به شمار می‌آید که در روند سرمایه‌گذاری، ایجاد اشتغال و تورم زدائی تأثیر مستقیم داشته و به رفاه بیشتر و استاندارد بالاتر زندگی مردم در جوامع مختلف می‌انجامد. بازرگانی بین‌الملل از دیرباز دارای نقش مثبت در توسعه اقتصادی جهان بوده و پیدایش و پیشرفت علوم و فنون، صنایع و سیر سریع تمدن با انگیزش تجارت و شتاب بخشی به سرمایه‌گذاری خارجی، اهمیت آن را مضاعف نموده است (متوسلی، ۱۳۷۹). از سوی دیگر، افزایش حجم صادرات یک کشور با وارد کردن منابع ارزی به آن کشور، بستر مناسبی برای سرمایه‌گذاری‌های تولید فراهم می‌کند (پوراابراهیم و اسماعیلی، ۱۳۸۹).

در ایران سهم عمده صادرات متعلق به صادرات نفتی است و صادرات غیرنفتی سهم کمتری در کل صادرات کشور دارد. از آنجایی که قیمت نفت در سطح بین‌المللی تعیین می‌شود و یک کشور به تنهایی نمی‌تواند قیمت نفت را تحت تأثیر قرار دهد، لذا ضرورت توجه هر چه بیشتر به صادرات غیرنفتی آشکار است. افزون بر این، به دلیل افزایش جمعیت، کاهش ذخایر نفتی و عدم اطمینان به آینده بازرگانی نفت و نوسانات شدید قیمت آن، ضرورت توجه به توسعه صادرات غیر نفتی در سال‌های اخیر درک گردیده است (مظهری، ۱۳۸۶). از این‌رو با عنایت به وجود استعدادهای مناسب تولید و صادرات برخی از محصولات و کالاهای غیرنفتی بویژه محصولات کشاورزی، از طریق شناخت استعداد منطقه‌ای و حمایت جدی از این گونه استعدادها ضروری به نظر می‌رسد (محمود زاده و زیبایی، ۱۳۸۳).

از سوی دیگر صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی در جلوگیری از ضایعات محصولات کشاورزی، ایجاد ارزش افزوده در بخش کشاورزی، افزایش سطح درآمد روستاییان، بالا بردن بهره‌وری بخش کشاورزی و افزایش سهم اشتغال صنعتی در مناطق روستایی و نیز به عنوان جزئی از فرآیند توسعه روستایی ایفای نقش می‌کند. این صنایع در فرآیند توسعه کشور نقش کلیدی داشته و توجه بیشتر به آن، تسریع در رشد و توسعه کشاورزی و اقتصادی کشور را در پی خواهد داشت (نوری و نیلی پور، ۱۳۸۶).

صنایع تبدیلی مواد غذایی نیز یکی از مهم‌ترین بخش‌های صنعت در تمام کشورهاست که با امنیت غذایی در ارتباط است (کلانتری و خادم‌آدم، ۱۳۷۵). این صنعت در میان صنایع مختلف به لحاظ ضرورت و تنوع تولید، سرمایه‌گذاری پایین، بازدهی سریع، افزایش بهره‌وری در بخش کشاورزی، کاهش ضایعات بخش کشاورزی، اشتغال‌زایی، مشارکت مستقیم یا غیرمستقیم در درآمد ملی، ارزآوری، کاهش فقر و نیز توجه به مسائل بهداشتی از اهمیت بالایی برخوردار است. به ویژه در ایران صنایع غذایی حدود ۹٪ ارزش افزوده بخش صنعت را به خود اختصاص داده است، ارزش افزوده این بخش در مقایسه با سایر بخش‌ها همچون صنایع الکتریکی، محصولات لاستیکی و پلاستیکی، نساجی و غیره بیشتر می‌باشد. به همین دلیل صنایع غذایی یکی از صنایع دارای مزیت نسبی در اقتصاد ایران می‌باشد و با توجه به تلاش ایران برای پیوستن به WTO حمایت از صنایع غذایی و حفظ رقابت پذیری آن‌ها در بازارهای هدف صادراتی دارای اهمیت بالایی بوده‌است و دولت نیز در برنامه‌های توسعه‌ای خود همواره توجه ویژه‌ای به آن معطوف داشته است (سازمان بازرگانی خراسان رضوی، ۱۳۸۷).

بنابراین و با توجه به اهمیت صادرات در توسعه و رشد اقتصادی کشور و نقش مؤثری که صنعت غذا در این زمینه می‌تواند ایفا کند، تحلیل عوامل مؤثر بر صادرات محصولات صنایع غذایی کشور از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. لذا در این مطالعه با تکمیل پرسشنامه از خبرگان و دسته‌بندی عوامل مؤثر بر صادرات محصولات صنایع غذایی در قالب پنج گروه اصلی و همگن؛ عوامل کلان اقتصادی، عوامل تجاری و بازار، عوامل فنی و تخصصی، عوامل مالی و اعتباری و عوامل فرآیند مبادله، از تکنیک تحلیل مسیر<sup>۱</sup> برای بررسی چگونگی اثرگذاری این عوامل بر صادرات محصولات صنایع غذایی استفاده شد.

منجذب (۱۳۸۱) با مطالعه و تحلیل مزیت نسبی در اقلام تولیدی در گروه صنایع غذایی و پوشاک در ایران بر تأثیر مطلوب و مثبت افزایش صادرات اقلام دارای مزیت نسبی بر اشتغال کشور اشاره می‌کند. همچنین فرح بخش و نوروزی (۱۳۸۲) نیز در مقاله‌ای با تأکید بر اهمیت و جایگاه صنایع غذایی در اقتصاد کشور، به معرفی مزیت‌های نسبی صنایع غذایی پرداختند.

لطفعلی‌پور و فیاضی (۱۳۸۳) به بررسی آثار پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی بر صنایع غذایی استان خراسان مبتنی بر سنجش دیدگاه‌های مدیران واحدهای بزرگ صنایع غذایی پرداختند که نتایج این پژوهش در دو گروه آثار مثبت، با توجه به ایجاد بازارهای جدید برای محصولات صنایع غذایی استان و آثار منفی به دلیل گشودن دروازه‌های کشور به روی محصولات متنوع خارجی و در نتیجه افزایش واردات، ارائه شد.

نتایج مطالعه‌ی ولی‌بیگی (۱۳۸۵) نشان داد که عواملی مثل فقدان امنیت سرمایه‌گذاری، ضعف شدید در مدیریت صنعتی کشور، بسته‌بندی نامناسب، وجود شرایط تورمی، ثبات نرخ ارز، فقدان برنامه‌ریزی جهت ورود به بازارهای خارجی، بالا بودن قیمت تمام‌شده محصولات تأثیر بسزایی بر روی این اولویت‌بندی بازارهای هدف صادراتی و موانع حضور در آن‌ها دارند. همچنین، سرمایه‌گذاری در صنایع تبدیلی غذایی، شاخص قیمت صادراتی، تولید ناخالص ملی، نرخ ارز واقعی و متغیر مجازی جنگ، متغیرهایی هستند که براساس مطالعه ترکمانی و ذوقی‌پور (۱۳۸۶) دارای رابطه بلندمدت با عرضه‌ی صادرات فرآورده‌های صنایع غذایی می‌باشند. در مطالعه‌ای دیگر در راستای کمک به توسعه صادرات و بازاریابی صادراتی صنعت غذایی حقیقی و همکاران (۱۳۸۷) ارتباط ده عامل؛ اندازه شرکت، تجربه صادراتی، محرک‌های صادراتی، مشکلات صادراتی، مزیت‌های رقابتی، تعهد صادراتی، استراتژی انطباق محصول، استراتژی انطباق قیمت، کانال‌های صادرات مستقیم و هزینه تبلیغات خارجی را با عملکرد صادراتی شرکت‌های تولیدکننده صادراتی مورد بررسی قرار دادند.

از جمله مطالعاتی که تکنیک تحلیل مسیر را مورد استفاده قرار داده‌اند، می‌توان به مطالعه حاج کریمی و پیرایش (۱۳۸۵) با هدف تحلیل عوامل مؤثر بر ارتقای بهره‌وری منابع انسانی در سازمان‌های دولتی و تعیین اثرات مستقیم و غیرمستقیم عوامل مذکور در ارتقا و بهبود بهره‌وری در سازمان‌های مورد نظر، رضایی‌مقدم و کرمی (۱۳۸۵) به منظور یافتن رابطه علی کشاورزی پایدار با فقر و تلاش‌های ترویج کشاورزی، مجردی و همکاران (۱۳۸۶) با هدف واکاوی

سازه‌های مؤثر بر نگرش بیمه‌گزاران نسبت به کارگزاری خصوصی، منصوری و همکاران (۱۳۸۷) برای بررسی عوامل مؤثر بر رضایت شغلی کارکنان گمرک جمهوری اسلامی ایران، یزدان‌پناه و همکاران (۱۳۸۷) به منظور شناخت عوامل مؤثر بر رضامندی روستاییان از بیمه محصولات کشاورزی و مطالعه‌ی عزیزی و زمانی (۱۳۸۹) با هدف تبیین سازه‌های مؤثر بر مشارکت کشاورزان در مدیریت آبیاری، اشاره نمود.

بررسی مطالعات انجام شده گویای این مطلب است که از یک سو مطالعات زیادی به بررسی اهمیت گسترش صادرات و عوامل مؤثر بر آن پرداخته‌اند و از سوی دیگر، با استفاده از تکنیک تحلیل مسیر برای بررسی چگونگی اثرگذاری عوامل مختلف و کشف روابط علی در پژوهش‌های بسیاری استفاده شده است؛ اما در هیچ یک از مطالعات از این روش برای بررسی چگونگی اثرگذاری عوامل مؤثر بر صادرات محصولات صنایع غذایی بهره گرفته نشده است.

از سوی دیگر، استان خراسان از گذشته دور به لحاظ قرار داشتن در مسیر جاده ابریشم در مبادله کالا و تجارت از اهمیت خاص و ویژه‌ای برخوردار بوده و هست و از جمله مناطقی است که استعدادها و پتانسیل‌های صادراتی رو به رشد و مناسبی را جهت صادرات محصولات و کالاهای غیرنفتی دارد و ارزش مبادلات بازرگانی استان خراسان رضوی در سال ۱۳۸۹، ۱۷/۴۴ هزار میلیارد ریال بوده که از ارزش مذکور ۲۶/۷ درصد مربوط به واردات و ۷۳/۳ درصد مربوط به صادرات غیرنفتی است (سالنامه آماری استان خراسان رضوی، ۱۳۸۹). نتایج مطالعه مظهري (۱۳۸۳) نیز نشان دهنده‌ی پتانسیل‌های بالای استان در زمینه تولید محصولات صادراتی است. علاوه بر این از حدود ۴۴۸۰۶۶۵/۱۷ میلیون ریال صادرات محصولات کشاورزی که حدود ۴۰ درصد از کل ارزش صادرات غیرنفتی استان را به خود اختصاص داده است، بیشترین سهم متعلق به صادرات محصولات صنایع غذایی می‌باشد. که نشان دهنده جایگاه بسیار حائز اهمیت صادرات محصولات صنایع غذایی در ارزآوری و ایجاد ارزش افزوده در بخش کشاورزی و صادرات غیرنفتی این استان می‌باشد (سالنامه آماری استان خراسان رضوی، ۱۳۸۹).

آتوکورالا و سن<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) الگوها و عوامل تعیین کننده‌ی صادرات مواد فرآوری شده غذایی از کشورهای درحال توسعه را بررسی کرده و نشان دادند که بازبودن نظام سیاسی یک کشور، اثر مثبت معنی‌داری بر نرخ رشد صادرات غذایی تبدیلی دارد. همچنین ری و جاسلینگ<sup>۲</sup> (۲۰۰۳) نشان می‌دهند که اصلاحات سیاست‌های تجاری به آن دسته از کشورهای در حال توسعه، با مزیت‌نسبی در تولید مواد غذایی، اجازه گسترش صادرات و افزایش دسترسی به بازار کشورهای در حال توسعه را می‌دهد از سوی دیگر جفی و هنسن<sup>۳</sup> (۲۰۰۴) به این نتیجه رسیدند که در کشورهای در حال توسعه، استانداردهای کیفیت و امنیت غذایی می‌تواند به عنوان موانعی برای صادرات کالاهای غذایی و کشاورزی عمل نماید. دلیل این امر بیشتر مربوط به فقدان ظرفیت‌های تکنیکی و اداری در بیشتر این کشورهاست. در همین راستا نتایج مطالعه‌ی جانگوانیچ<sup>۴</sup> (۲۰۰۹) نشان داد که استانداردهای امنیت غذایی توسط کشورهای توسعه‌یافته

1- Athukorala and Sen

2- Rea and Josling

3- Jeffee and Hensen

4 - Jongwanich

می‌تواند بر صادرات مواد غذایی فرآوری شده اثرگذار باشد و ظرفیت طرف عرضه کشورهای در حال توسعه، خصوصا در بخش کشاورزی باید بهبود پیدا کند.

لذا باتوجه به مطالب گفته شده و اهمیت موضوع، در این مطالعه سعی شد تمامی عوامل مؤثر بر صادرات محصولات صنایع غذایی استان خراسان رضوی باتوجه به نظر خبرگان و با بکارگیری روش تحلیل مسیر، در چارچوب نمودار مسیر ترسیم و مورد بررسی قرار گیرد.

## مواد و روش‌ها

مدل تحلیل مسیر و رگرسیون معمولی تقریبا شبیه هم هستند؛ لیکن تفاوت‌هایی نیز با هم دارند (استفنسون<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳). تحلیل مسیر اجازه تحلیل مدل‌های پیچیده را می‌دهد، برای مثال زمانی که چند متغیر وابسته یا زمانی که زنجیره‌ایی از تأثیرات وجود دارد (استرینر<sup>۲</sup>، ۲۰۰۵). این روش تعمیمی از رگرسیون معمولی است که قادر است از طریق تجزیه کوواریانس، علاوه بر بیان آثار مستقیم، غیرمستقیم و اثر کل هر یک از متغیرهای مستقل را برای متغیرهای وابسته نشان داده و روابط و همبستگی مشاهده شده بین آن‌ها را تفسیر کند (آذر، ۱۳۸۱).

دیاگرام مسیر وسیله‌ای سودمند برای به نمایش درآوردن الگوی روابط علی در میان مجموعه‌ای از متغیرهاست (سرای، ۱۳۶۶). هدف از تحلیل مسیر آن است که برآوردی از معنی‌داری ارتباطات مفهومی علی در میان مجموعه‌ای از متغیرها که در دیاگرام مسیر نشان داده شده‌اند، بدست آید (استیج و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۰۴).

در نمودار مسیر برای هر دو متغیر موجود در مدل مثلا  $X$  و  $Y$ ، چهار رابطه اساسی قابل تصور است (میولر، ۱۹۹۶):

۱-  $X \leftarrow Y$  به این معناست که متغیر  $X$  ممکن است به صورت ساختاری متغیر  $Y$  را تحت تأثیر قرار دهد، اما عکس آن صادق نیست.

۲-  $X \rightleftarrows Y$  با این معنا که متغیر  $X$  ممکن است به صورت ساختاری متغیر  $Y$  را تحت تأثیر قرار دهد و متغیر  $Y$  نیز می‌تواند متقابلا به صورت ساختاری  $X$  را تحت تأثیر قرار دهد.

۳-  $X \leftrightarrow Y$  به این معنا که هیچ‌گونه ارتباط ساختاری میان  $X$  و  $Y$  وجود ندارد؛ اما دو متغیر ممکن است تغییرات همزمان داشته باشند.

۴- علاوه بر موارد گفته شده، پیکان‌هایی از خارج از نمودار مسیر به متغیرهای درونزا وصل می‌شوند که نشان دهنده تأثیر عواملی اندازه‌گیری نشده یا جملات خطا می‌باشد.

1- Stephanson

2- Streiner

3- Stage et al

ضریب مسیر<sup>۱</sup> کسری از انحراف استاندارد متغیر وابسته است که عامل معین شده مستقیماً مسئول آن است، یعنی کسری است که با تغییر عامل تعیین شده به نسبت داده‌های مشاهده‌ای و ثبات عوامل دیگر از جمله باقیمانده‌ها و غیره حاصل می‌شود. عبارت دیگر ضریب مسیر به تأثیر مستقیم یک متغیر، که علت فرض شده، در متغیر دیگر، که معلول فرض شده، دلالت می‌کند (سرایی، ۱۳۶۶).

در مجموع می‌توان به دو نوع ضریب مسیر اشاره کرد: ضرایب مسیر استاندارد و غیر استاندارد. ضرایب مسیر استاندارد، معادل ضرایب رگرسیونی استاندارد شده می‌باشند. اهمیت ضرایب استاندارد از آن جهت است که می‌توان با استفاده از این ضرایب به مقایسه اهمیت نسبی متغیرها در مطالعه پرداخت. در عین حال ضرایب غیراستاندارد از آن جهت با اهمیت هستند که می‌توان با استفاده از این ضرایب به مقایسه مدل‌هایی که از نمونه‌های مختلف استخراج شده‌اند پرداخت (استیج و همکاران، ۲۰۰۴).

یکی از موارد مهم استفاده از تحلیل مسیر تجزیه همبستگی به اجزاء آن است. در یک مدل علی معین، می‌توان تأثیرات مستقیم<sup>۲</sup> علت در معلول را از تأثیرات غیرمستقیم<sup>۳</sup> آن جدا کرد. تأثیرات غیرمستقیم به چند صورت ظاهر می‌شوند؛ مثلاً اگر علل همبسته باشند هر علت می‌تواند علاوه بر تأثیر مستقیم در متغیر وابسته از طریق همبستگی با علل دیگر در آن تأثیر می‌گذارد. برخی مواقع، تجزیه همبستگی به تأثیر مستقیم و مجموع تأثیرات غیرمستقیم سودمند است. با مطالعه تأثیر مستقیم و مجموع تأثیرات غیر مستقیم، شخص می‌تواند هر یک را در دستگاه مجسم کند. مجموع تأثیرات غیرمستقیم را می‌توان به سادگی با کم کردن تأثیر مستقیم از ضرایب همبستگی به دست آورد (سرایی، ۱۳۶۶).

برای سنجش برازش کل مدل، شاخص‌های متعددی ارائه شده است که به شیوه‌های مختلفی طبقه بندی شده‌اند. یکی از عمده‌ترین آن‌ها متعلق به مارش و همکاران (۱۹۶۷) است که آن‌ها را در سه گروه ذیل تقسیم بندی کرده‌اند که در ادامه توضیح مختصری در رابطه با هر گروه ارائه می‌شود (یزدانبخش، ۱۳۹۰):

شاخص‌های برازش مطلق<sup>۴</sup>: این شاخص‌ها بر مبنای تفاوت واریانس‌ها و کوواریانس‌های مشاهده شده و واریانس‌ها و کوواریانس‌های پیش‌بینی شده در مدل قرار دارند. افزودن هر عامل به مدل باعث بهبود شاخص‌های برازش مطلق شده تا جایی که اگر حداکثر عواملی ممکن تعریف شده و مدل اشباع شود، برازش کامل دست خواهد داد.

شاخص‌های برازش تطبیقی<sup>۵</sup>: این شاخص‌ها در جهت تکمیل شاخص‌های برازش مطلق هستند که با مبنای قرار دادن یک یا چند مدل، مدل نظری تدوین شده را با آن مقایسه می‌کند.

1 - Path coefficient

2- Direct effects

3- Indirect effects

4 - Absolute fit Indices

5- Comparative fit Indices

شاخص‌های برآزش مقصد<sup>۱</sup>: در واقع این شاخص‌ها مهم‌ترین نقطه ضعف شاخص‌های برآزش مطلق، یعنی بهبود مقدار شاخص‌های برآزش با افزودن عوامل به مدل، را جبران می‌کنند و به ازای افزودن هر عامل به مدل این شاخص‌ها جریمه می‌شوند.

تحلیل مسیر به بررسی تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته می‌پردازد. در این تحلیل، اثرات مجموعه‌ای از عوامل بر یکدیگر سنجیده می‌شود و از طریق انجام رگرسیون چندگانه ضرایب استاندارد مسیر به دست می‌آید (استیج و همکاران، ۲۰۰۴). این ضرایب با مقدار کمتر از ۰/۱۰ نشان‌دهنده اثرات ضعیف، مقادیر ۰/۳۰ نشانگر اثرات متوسط و مقادیر ۰/۵۰ و بالاتر مبین اثرات قوی یک عامل بر عامل دیگر می‌باشند (آیو و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۰۳).

باتوجه به اینکه یکی از اهداف مطالعه حاضر، تعیین میزان اثرگذاری مستقیم و غیرمستقیم عوامل مؤثر بر صادرات محصولات صنایع غذایی استان خراسان رضوی است، با استفاده از تئوری، نظریه‌های اقتصادی و بررسی مطالعات گذشته (روش اسنادی) و همچنین مصاحبه حضوری با خبرگان (پیمایش میدانی)، مهمترین عوامل تأثیرگذار شناسایی و مدل ذیل (شکل ۱) تدوین و پیشنهاد می‌شود. در اینجا برای درک بهتر شکل ۱ به طور مختصر به شرح هریک از عوامل موجود پرداخته می‌شود:

### عوامل کلان اقتصادی

از جمله عوامل کلان اقتصادی مؤثر بر صادرات محصولات منتخب؛ ثبات نرخ ارز، نرخ ارز و سیاست‌های ارزی، نرخ تورم و قیمت‌های نسبی، تقاضای داخلی محصولات، سرمایه‌گذاری (سرمایه‌گذاری در صنایع تبدیلی و بسته‌بندی) و تولید ناخالص داخلی (ظرفیت‌های تولیدی داخلی) است

### عوامل تجاری و بازار

این عوامل شامل بازار جهانی محصولات (سطح تولید و اطلاعات بازار جهانی، درآمد شرکای تجاری و بحران مالی جهانی)، جایگاه محصولات صادراتی داخلی در جهان (هزینه نسبی کمتر برای تولید محصول در داخل نسبت به محصولات مشابه در جهان و قدرت انحصاری محصول داخلی صادراتی در جهان)، آزادسازی تجاری و جهانی‌شدن، روابط تجاری بین‌المللی (موافقت‌نامه‌های تجاری و اثرات تحریم‌های اقتصادی و مناسبات سیاسی بر صادرات)، فاصله با بازار صادراتی محصولات و در نهایت حضور واسطه‌ها و دلال‌ها می‌باشد.

### عوامل فنی و تخصصی

این عوامل به بررسی نقش نشان تجاری (برند ملی و منطقه‌ای)، تجارت الکترونیک و نقش فناوری اطلاعات (گمرک، خرید و فروش و بانکداری الکترونیکی و اینترنتی)، دانش فنی نیروی کار (آموزش‌عالی)، بازاریابی و تحقیق

1- Parsimonious fit Indices

2- Au et al

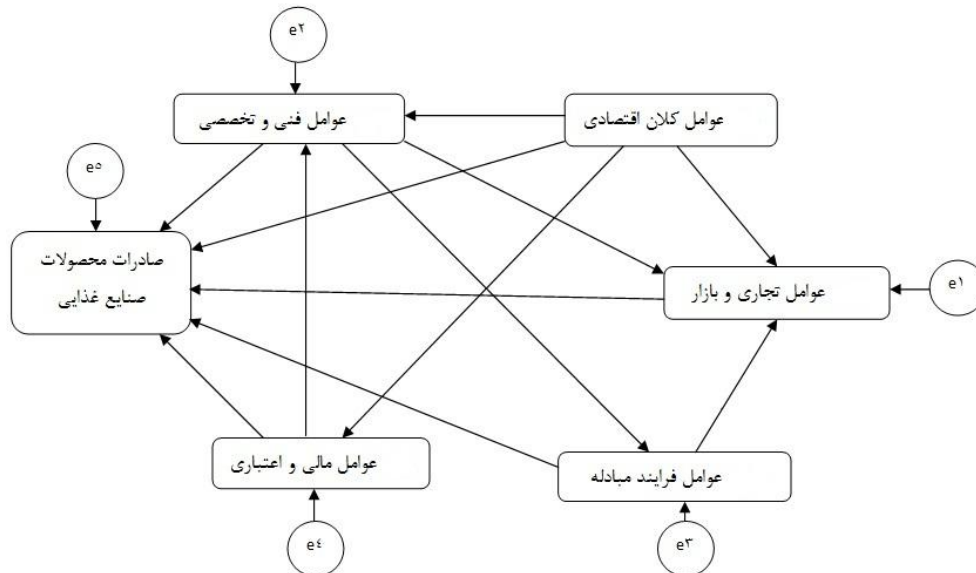
وتوسعه (R&D)، زیرساخت‌های تخصصی (امکانات ذخیره‌سازی مطلوب و انتقال بهنگام محصولات فسادپذیر، زیرساخت‌های تخصصی حمل و نقل از قبیل پایانه‌های صادراتی) و ماشین‌آلات و تکنولوژی مدرن بر صادرات محصولات مورد مطالعه می‌پردازد.

### عوامل مالی و اعتباری

این عوامل شامل اثرات انواع بیمه‌های صادراتی، مشوق‌های صادراتی (جوایز و یارانه‌ها) و سیاست‌های اعتباری (تسهیلات بانکی و دسترسی به اعتبارات) است.

### عوامل فرآیند مبادله

این عوامل مؤثر بر صادرات شامل تشریفات اداری (بروکراسی و پیچیدگی‌های مراحل صادرات)، هزینه‌های مبادله، مقررات و استانداردهای صادراتی (درجه‌بندی مناسب محصولات و اعمال مقررات فنی- بهداشتی و استانداردهای کیفی صادراتی) و شرکت‌های مدیریت صادرات (بعنوان واسطه صادرات) می‌باشد.



شکل ۱. مدل پیشنهادی پژوهش

ابزاری که برای جمع‌آوری داده‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد در مرحله نخست باید از روایی (اعتبار)<sup>۱</sup> و در مرحله دوم از پایایی (اعتماد)<sup>۲</sup> برخوردار باشد. برای سنجش متغیرهای این پژوهش از پرسشنامه استفاده شده است و از آنجا

1- Validity  
2- Reliability



که مقیاس لیکرت به عنوان یکی از شیوه‌های سنجش نگرش، بسیار مورد استفاده قرار گرفته و نتایج موفقیت‌آمیزی نیز به بار آورده‌است (سرکیسیان و همکاران، ۱۳۸۰)، پرسشنامه در قالب طیف پنج گزینه‌ای لیکرت<sup>۱</sup> تدوین شد و برای صحت سؤالات پرسشنامه، روایی و پایایی بررسی گردید. بدون آگاهی از وضعیت اعتبار ابزار اندازه‌گیری نمی‌توان به دقت داده‌های حاصل از تحقیق اطمینان داشت. جهت سنجش روایی پرسشنامه، از روایی منطقی یا روایی صوری و محتوایی استفاده شده است (مهرگان و زالی، ۱۳۸۵). به منظور روایی منطقی پرسشنامه و بررسی صحت و سقم سؤالات، پرسشنامه بین شش نفر از خبرگان توزیع و پس از دریافت نظرات، اصلاحات و پیشنهادات آن‌ها اعمال گردید و سپس پرسشنامه میان جامعه آماری پژوهش توزیع شد.

## داده‌ها

پژوهش حاضر به این دلیل که به زمینه‌یابی برای حل مشکلات صادرات صنایع غذایی استان خراسان رضوی می‌پردازد، در حیطه پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد. از نظر روش گردآوری اطلاعات در حیطه پژوهش‌های اسنادی و پیمایشی می‌باشد؛ بدین صورت که به منظور دستیابی به ادبیات پژوهش و همچنین چارچوب نظری از روش اسنادی و کتابخانه‌ای استفاده شده‌است. برای جمع‌آوری داده‌ها، طبقه بندی، توصیف و تحلیل آن‌ها نیز از روش پیمایشی استفاده شده است. در این پژوهش جامعه آماری مورد مطالعه به دو گروه صادرکنندگان محصولات صنایع غذایی استان خراسان رضوی و خبرگان مرتبط می‌باشد.

پس از بررسی‌های صورت گرفته مشاهده شد که در حال حاضر بخش عظیمی از صادرات محصولات صنایع غذایی استان به طور مستقیم توسط کارخانجات تولیدی این صنایع صورت می‌پذیرد و تعداد شرکت‌های بازرگانی که به صورت مستقل تنها به امر صادرات این محصولات می‌پردازند کم و قابل چشم‌پوشی است، لذا جامعه آماری مورد مطالعه کارخانجات فعال صنایع غذایی استان خراسان رضوی در نظر گرفته شد.

مطابق آمار سال ۱۳۸۹ وزارت صنایع و معادن کشور، ۸۵۱ واحد صنایع غذایی و تبدیلی با سرمایه گذاری ۱,۰۸۰,۶۰۶,۹۰۰ میلیون ریال و اشتغال ۳۸,۲۴۸ نفر در استان خراسان رضوی دایر می‌باشند (سازمان صنعت، معدن و تجارت، ۱۳۸۹). با توجه به موضوع مطالعه از این تعداد، ۲۵۷ واحد صنایع تولید محصولات پرارزش صادراتی در حیطه بررسی قرار گرفتند که از این تعداد حدود ۱۳۰ واحد در حال حاضر فعال و به صادرات محصولات تولیدی اشتغال دارند.

گروه دوم جامعه آماری مورد مطالعه شامل خبرگان و اساتید صاحب‌نظر در صادرات محصولات صنایع استان خراسان رضوی است که پس از بررسی صورت گرفته از طریق مراجعه حضوری به سازمان‌های مرتبط و دانشگاه، کل جامعه آماری شامل ۱۸ نفر افراد صاحب‌نظر و آگاه در زمینه تحقیق، شناسایی شدند.

برای جمع‌آوری اطلاعات به منظور بهره‌مندی از نظرات صادرکنندگان، با توجه به این که آماری مبنی بر تعداد دقیق صادرکنندگان محصولات صنایع غذایی استان (واحد‌های تولیدی فعال صادرکننده) به تفکیک محصول صادراتی

موجود نبود، از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده<sup>۱</sup> استفاده شد. حجم نمونه با استفاده از فرمول زیر محاسبه شد (رجسی و مورگان<sup>۲</sup>، ۱۹۷۰).

$$s = \frac{X^2 NP(1-P)}{d^2(N-1) + X^2 P(1-P)} \quad (1)$$

که در آن:

$s$ : حجم نمونه،

$X^2$ : مقدار آماره جدول  $\chi^2$  برای درجه آزادی یک در سطح اطمینان مطلوب ۹۰٪ (۲/۷۰۵)،

$N$ : حجم جامعه،

$P$ : نسبت جامعه (فرض می‌شود ۰/۵۰ باشد چون حداکثر اندازه نمونه را می‌دهد) و

$d$ : درجه دقت (۰/۱).

با استفاده از فرمول فوق‌الذکر از ۱۳۰ نفر کل اعضای جامعه آماری، تعداد نمونه برابر با ۴۴ بدست آمد؛ که تعداد ۶۴ پرسشنامه در میان واحدهای صادراتی محصولات صنایع غذایی توزیع شد اما به دلیل تعطیلی بسیاری از کارخانه‌ها و امتناع از پاسخ‌گویی برخی دیگر تعداد ۴۲ پرسشنامه تکمیل شد.

در مورد گروه دوم؛ با توجه به در دسترس بودن کل اعضای جامعه آماری پرسشنامه با مراجعه به ۱۸ نفر کارشناس سازمان‌های مرتبط و اساتید دانشگاه تکمیل و در مجموع از دو گروه جامعه آماری مورد بررسی تعداد ۶۰ پرسشنامه جمع‌آوری شد.

در بکارگیری روش تحلیل مسیر، توصیه می‌شود به ازای هر عامل در مدل حداقل ۱۰ مورد به حجم نمونه اضافه شود (کلین<sup>۳</sup>، ۱۹۹۸). در مجموع حجم نمونه جمع‌آوری شده برابر ۶۰ پرسشنامه است که برای بکارگیری این روش مناسب است. در مطالعه حاضر به منظور انجام تحلیل‌های آماری و برآورد مدل نرم‌افزار SPSS و AMOS بکارگرفته شد.

1- Simpel Random Sampling Method

2- Krejcie and Morgan

3- Kline

## نتایج و بحث

قابلیت اعتماد (پایایی)، ثبات و هماهنگی منطقی پاسخ‌ها در ابزار اندازه‌گیری را نشان می‌دهد و به ارزیابی درستی و خوب بودن ابزار اندازه‌گیری کمک می‌کند. جهت سنجش پایایی پرسشنامه، از روش ضریب آلفای کرونباخ<sup>۱</sup> با نرم-افزار SPSS استفاده شد. دامنه ضریب اعتماد آلفای کرونباخ از صفر (۰) به معنای عدم اعتماد پایداری تا مثبت یک به معنای پایایی کامل است. در مرحله اول پایایی هر یک از عوامل تأثیرگذار بر صادرات محصولات منتخب برای ۱۵ پرسشنامه محاسبه شد و پس از تأیید شدن پایایی آن‌ها، پرسشنامه بین نمونه مورد بررسی توزیع گردید. ضرایب پایایی هر گروه از عوامل مورد بررسی و کل پرسشنامه در جدول ۱ نشان داده شد که گویای قابلیت اعتماد مطلوب و خوب بودن ابزار اندازه‌گیری است.

جدول ۱. ضریب پایایی برای عوامل تأثیرگذار بر صادرات محصولات صنایع غذایی

پایایی	عامل
۰/۷۰	عوامل کلان اقتصادی
۰/۷۰	عوامل تجاری و بازار
۰/۷۷	عوامل فنی و تخصصی
۰/۶۶	عوامل مالی و اعتباری
۰/۶۷	عوامل فرایند مبادله
۰/۹۰	پایایی کل پرسشنامه

مأخذ: یافته‌های تحقیق

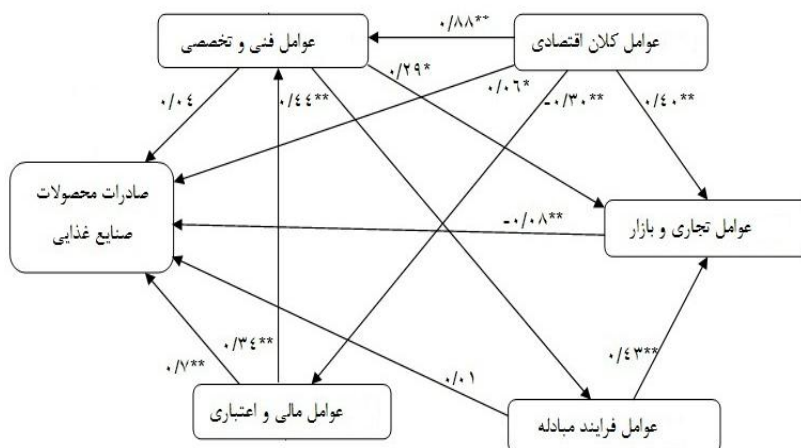
## نتایج مربوط به نمودار مدل مسیر

در این پژوهش به منظور آزمون عوامل مؤثر بر صادرات و چگونگی اثرگذاری عوامل بر روی یکدیگر از روش تحلیل مسیر استفاده شد. نمودار مسیر را می‌توان به عنوان وسیله‌ای برای نمایش این مطلب در نظر گرفت که کدام عوامل موجب تغییراتی در عوامل دیگر می‌شود. اگر مدلی که به شکل نمودار مسیر ترسیم می‌گردد توسط شاخص‌های برازندگی مدل تأیید شود، از آن می‌توان برای آزمون فرضیات در مورد وجود رابطه علی بین عوامل موجود در نمودار مسیر استفاده کرد (هومن، ۱۳۸۸). در دیاگرام نهایی روابط معنی‌دار شده به وسیله فلش‌های جهت‌دار مشخص می‌گردد و فلش‌های مربوط به عواملی که روابط آن‌ها از نظر آماری معنی‌دار نشده‌است از دیاگرام حذف می‌گردد (رضایی مقدم و کرمی، ۱۳۸۵، هومن، ۱۳۸۸، کلاتتری، ۱۳۸۲). با توجه به این توضیحات روابط علی مربوط به عوامل پژوهش، با درج مقادیر ضرایب مربوطه در شکل ۱ نشان داده شد تا امکان مقایسه تصویری با یافته‌های حاصل از پژوهش در جدول ۳ را فراهم کند.

1- Cronbach alpha coefficients

### واکاوی مدل علی عوامل مؤثر بر صادرات محصولات صنایع غذایی

به منظور دستیابی به مدل صادرات محصولات صنایع غذایی با توجه به چارچوب نظری پژوهش تلاش گردید تا عوامل مؤثر شناسایی شده در قالب پنج گروه کلی و اصلی انتخاب شده و وارد مدل مسیر صادرات محصولات صنایع غذایی شوند. بنابراین پنج گروه؛ عوامل کلان اقتصادی، تجاری و بازاری، فنی و تخصصی، مالی و اعتباری و فرایند مبادله وارد مدل شدند. نتایج تحلیل مسیر، مدل علی عوامل مؤثر بر صادرات محصولات صنایع غذایی در شکل ۲ می-باشد.



شکل ۲. مدل صادرات محصولات صنایع غذایی

\*\* در سطح  $0.01$  معنی دار است. \* در سطح  $0.05$  معنی دار است. مأخذ: یافته‌های تحقیق

به منظور تأیید مدل نظری تدوین شده با استفاده از داده‌های گردآوری شده، از شاخص‌های برازش مدل که در فصل سوم به آن اشاره شد، استفاده شد. برای برازش داده-مدل شرایط زیر باید برقرار باشد (منتی‌زاده، ۱۳۸۹):

-نسبت کای اسکویئر (chi square) به درجه آزادی (df) باید کمتر از ۵ باشد.

-مقدار CFI و GFI باید بیشتر از  $0.95$  باشد.

مطابق آنچه در جدول ۲ نشان داده شده است، مقادیر متناسب شاخص‌های برازش، نشانگر سازگاری مناسب داده-ها با مدل بوده و ساختار کلی روابط مورد بررسی از طریق داده‌های بدست آمده تأیید شده است.

جدول ۲. شاخص‌های برازش

میزان شاخص	نام شاخص
۰/۹۵	شاخص برازش مطلق (GFI)
۰/۹۷۵	شاخص برازش تطبیقی (CFI)
$X^2=11.6, df=3$	شاخص برازش مقصد ( $X^2/df$ )

مأخذ: یافته‌های تحقیق

### تفکیک اثرات علی عوامل بر صادرات محصولات صنایع غذایی

تفکیک اثرات علی عوامل بر صادرات محصولات صنایع غذایی بر اساس شکل ۲ که در جدول ۳ نشان داده شده‌است، حاکی از آن است که در بین عوامل اثرگذار، عوامل مالی و اعتباری با اثر کلی استاندارد شده ۰/۴۱۳ بیشترین اثر مثبت را بر صادرات محصولات منتخب دارند. در واقع تسهیلات بانکی، بیمه‌های صادراتی و مشوق‌های صادراتی بر صادرات محصولات صنایع غذایی اثر مستقیم، مثبت و معنی‌داری دارند ( $\beta = 0/7, P = 0/08$ ).

جدول ۳. تجزیه اثرات سازه‌های مؤثر بر صادرات محصولات صنایع غذایی

متغیر	اثر مستقیم استاندارد شده	اثر غیرمستقیم استاندارد شده	اثر علی کلی استاندارد شده
عوامل کلان اقتصادی	۰/۷۵۵	-۰/۶۳۴	۰/۱۳۱
عوامل تجاری و بازار جهانی	-۰/۹۰۵	-	-۰/۹۰۵
عوامل فنی و تخصصی	۰/۴۳۲	-۰/۳۶۶	۰/۰۶۶
عوامل مالی و اعتباری	۰/۴۱۳	۰/۰۱۲	۰/۴۲۵
عوامل فرآیند مبادله	۰/۰۷۵	-۰/۲۰۴	-۰/۱۲۸

مأخذ: یافته‌های تحقیق

با توجه به اینکه محصولات صنایع غذایی از جمله محصولات صنعتی است که برای تولید و صادرات بیش از محصولات خام به انباشت سرمایه و سرمایه‌گذاری نیازمند است و با در نظر داشتن اینکه اغلب صادرکنندگان به تنهایی توانایی تامین آن را ندارند، اهمیت و اثرگذاری مثبت عوامل مالی و اعتباری که افزایش امنیت و کاهش ریسک تولید را به دنبال دارند بیش از سایر عوامل مشخص می‌گردد. از سوی دیگر با توجه به مدل ارائه شده، این عوامل به طور غیرمستقیم نیز اثر مثبت و ضعیفی (۰/۰۱۲) بر صادرات دارند؛ که این نتایج با مطالعات عرب‌مازار و قاسمی‌راد (۱۳۸۸) و محمدی و همکاران (۱۳۹۰) که به بررسی اثرگذاری اعطای اعتبارت بانکی بر صادرات محصولات کشاورزی پرداختند و استخر و همکاران (۱۳۸۷) و پورابراهیم و اسماعیلی (۱۳۸۹) که اثر جوایز و یارانه بیمه صادراتی بر صادرات مورد مطالعه قرار دادند مطابقت دارد.

عوامل تجاری و بازار در مقایسه با سایر عوامل، با ۰/۹۰۵- بزرگترین اثر مستقیم، منفی و معنی‌دار بر روی صادرات محصولات صنایع غذایی را دارد ( $\beta = -0/08, P = 0/003$ ). در واقع این عوامل که به ترتیب اهمیت شامل روابط تجاری بین‌المللی، بازار جهانی محصولات، فاصله با بازار صادراتی، جایگاه محصولات صادراتی داخلی، آزادسازی

تجاری و جهانی شدن و حضور واسطه و دلال‌ها است، بر صادرات محصولات صنایع غذایی اثر منفی دارند. با توجه به شرایط تجاری کنونی کشور، شاید بتوان این طور تفسیر نمود که روابط تجاری بین‌الملل که تحت تأثیر تحریم‌های اقتصادی و مناسبات سیاسی قرار دارند اثر مخربی بر صادرات دارند. سطح تولید و بازرگانی محصولات و بحران مالی جهانی نیز شرایط دشواری برای رقابت و بازار محصولات داخلی فراهم می‌نماید. از سوی دیگر فاصله با بازار صادراتی به دلیل افزایش هزینه حمل و نقل همواره به عنوان عامل منفی بر صادرات مطرح می‌باشد که در این مطالعه با توجه به ماهیت فسادپذیری محصولات تأثیر منفی بیشتری دارد. در رابطه با جایگاه محصولات صادراتی داخلی در جهان، آزادسازی تجاری و جهانی شدن نیز می‌توان گفت در شرایط کنونی محصولات داخلی قدرت رقابتی زیادی با محصولات مشابه خارجی ندارد و در مورد واسطه و دلال‌ها نیز شاید بتوان گفت که دلالت در حال حاضر لجام گسیخته و بدون نظارت فعالیت می‌نمایند که موجب اختلال در فرایند معاملات تجاری و حتی افزایش قیمت تمام شده محصولات می‌شوند که این نیز اثر منفی بر صادرات دارد. مطالعه فعلی و پزشکی‌راد (۱۳۸۹) و محمدی (۱۳۹۰) نیز در بررسی برخی از عوامل مذکور نتایج مشابهی را ارائه کردند.

سومین عامل تأثیرگذار که اثر مستقیم و مثبت بزرگی، برابر با ۰/۷۵۵، بر روی صادرات محصولات منتخب دارد، عوامل کلان اقتصادی می‌باشد ( $\beta = 0/06, P = 0/037$ ). این عوامل به ترتیب اهمیت شامل ثبات نرخ ارز، نرخ ارز و سیاست‌های ارزی، نرخ تورم و قیمت‌های نسبی، سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در صنایع تبدیلی و بسته‌بندی، تولید ناخالص داخلی و تقاضای داخلی است. به جز نرخ ارز و سرمایه‌گذاری که اثر مثبت و مستقیمی بر صادرات دارند انتظار می‌رود تولید ناخالص داخلی، تورم و تقاضای داخلی محصولات بعنوان عوامل منفی بر صادرات اثرگذار باشند. اثرگذاری مثبت عوامل این گروه می‌تواند چنین تفسیر شود که با افزایش بی‌سابقه نرخ ارز در دوره مورد مطالعه، تورم داخلی به دلیل کاهش ارزش پول ملی در خارج از مرزها مستقیماً اثر منفی چندانی بر صادرات نداشته است. همین‌طور در مورد تقاضای داخلی و تولید ناخالص داخلی علاوه بر آن که نسبت به سایر عوامل از درجه اهمیت کمتری از نظر صادرکنندگان برخوردارند، به دلیل افزایش شدید نرخ ارز و سودآوری بسیار زیاد صادرات در این دوره، اثر ناچیز و قابل چشم‌پوشی بر صادرات محصولات منتخب داشته‌اند. از سوی دیگر در رابطه با تقاضای داخلی همان‌طور که پیش از این توضیح داده شد، با افزایش تقاضای داخلی از طریق بالابردن مقیاس تولید، هزینه متوسط تولید را کاهش داده و منجر به پیشرفت تکنیکی و بهبود کارایی می‌گردد و از این طریق رقابت با محصولات خارجی را تسهیل می‌کند و بر صادرات اثر مثبت داشته باشد.

چهارمین عامل مؤثر، عوامل فرایند مبادله است؛ که برخلاف سه عامل تأثیرگذار قبلی با ۰/۰۷۵ اثر مستقیم، مثبت، ضعیف اما بی‌معنی بر صادرات محصولات صنایع غذایی استان دارد ( $\beta = 0/01, p = 0/723$ ). البته اثر غیرمستقیم این گروه منفی و ضعیف است (-۰/۲۰۴). عوامل فرایند مبادله از طریق عوامل تجاری و بازار بر صادرات محصولات منتخب به صورت غیر مستقیم اثرگذار است. شاید بتوان اثر مثبت این گروه بر گروه تجاری و بازار را با بررسی اثرگذاری مهم‌ترین عامل این مجموعه، مقررات و استانداردهای صادراتی این‌طور تفسیر کرد؛ این عوامل علی‌رغم اثر اولیه منفی بر صادرات منجر به ارتقاء کیفی و قدرت رقابتی محصولات صادراتی داخلی در بازار جهانی و نزدیک شدن به استانداردهای لازم برای پیوستن به تجارت جهانی و آزادسازی تجاری می‌شود. لذا از این طریق بر

بازار محصولات اثر مثبت داشته اما با توجه به اثر منفی بازار بر صادرات اثر غیرمستقیمی که از این کانال بر صادرات می‌گذارد منفی می‌شود.

عوامل فنی و تخصصی آخرین عامل تأثیرگذار بر صادرات محصولات منتخب است که همانند گروه فرایند مبادله اثر مستقیم، مثبت و متوسط، برابر با ۰/۴۳۲، این عامل بر صادرات محصولات صنایع غذایی بی‌معنی می‌باشد (0/04,  $B=P = 0/211$ ). تأثیر غیرمستقیم، منفی و متوسط این عامل بر روی صادرات را می‌توان اینگونه تفسیر کرد که با توجه به مدل ارائه شده عوامل فنی و تخصصی از دو طریق گروه فرایند مبادله و عوامل تجاری و بازار بر صادرات محصولات صنایع غذایی به صورت غیرمستقیم اثر می‌گذارد (۰/۳۶۶-). مطابق نتایج مربوط به تخمین مدل اثر مستقیم عوامل فرایند مبادله معنی‌دار نیست و بصورت غیرمستقیم از کانال عوامل تجاری و بازار بر صادرات اثرگذار است. لذا اثر غیرمستقیم عوامل فنی و تخصصی از طریق گروه بازار ایجاد می‌گردد. در توضیح این تأثیرگذاری باید گفت که عوامل فنی و تخصصی شامل بازاریابی و تحقیق و توسعه، دانش فنی نیروی کار، بکارگیری ماشین‌آلات مدرن، تجارت الکترونیک، برند تجاری و زیرساخت‌های حمل و نقل مطابق انتظار بر بازار محصولات صادراتی داخلی مثبت می‌باشد اما همان‌طور که پیش از این توضیح داده شد به دلیل اثرگذاری منفی مجموعه عوامل تجاری و بازار بر صادرات محصولات منتخب، اثر غیرمستقیم این گروه بر صادرات منفی می‌شود.

### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در این پژوهش تأثیر پنج عامل مختلف که بر اساس ادبیات پژوهش و نظرسنجی از خبرگان تصور می‌شد بر صادرات محصولات صنایع غذایی مؤثر باشد با استفاده از تحلیل مسیر مورد بررسی قرار گرفت. نتایج پژوهش حاکی از آن است که از میان عوامل مورد بررسی، بر اساس نظر خبرگان، تنها عوامل کلان اقتصادی، عوامل تجاری و بازار، عوامل مالی و اعتباری اثر مستقیم بر صادرات محصولات صنایع غذایی مستقیم دارد و عوامل فنی و تخصصی و فرایند صادرات بصورت غیرمستقیم و از طریق عوامل تجاری و بازار بر صادرات تأثیرگذار می‌باشند.

لذا با در نظر داشتن سهم بالای صنایع غذایی در ایجاد اشتغال و ارزش افزوده و توجه به این که صنایع غذایی از جمله صنایعی است که مستقیماً وابسته به بخش کشاورزی است و با به کارگیری محصولات کشاورزی به عنوان مواد اولیه می‌تواند عاملی برای توسعه روستاها و استفاده بهتر از این محصولات تلقی گردد، با ایجاد زمینه‌های رشد این صنعت، توجه به مشکلات تولید و صادرات این محصولات و تلاش برای گسترش زمینه حضور در بازارهای برون-مرزی علاوه بر ارزآوری می‌توان موجب ایجاد اشتغال مولد در بخش کشاورزی و روستایی شد. بنابراین و باتوجه به اینکه صادرکنندگان به تنهایی قادر به تأمین اعتبارات کافی نمی‌باشند لذا لزوم حمایت بیشتر و اعطای تسهیلات جهت تقویت سرمایه‌گذاری در این صنعت خصوصاً در استان خراسان رضوی احساس می‌شود. با توجه به اینکه روابط تجاری بین المللی تأثیر بسیار زیادی بر تجارت و بازار محصولات کشاورزی دارد، از سوی دیگر ایجاد هرگونه همگرایی اقتصادی که موجب بهبود و گسترش روابط اقتصادی بین المللی شود، بر افزایش صادرات و تجارت این محصولات تأثیر مثبت دارد.

## منابع

- استخر، م.، زیبایی، م. و طرازکار، ح. ۱۳۸۸. ارزیابی تأثیر یارانه‌ی بیمه‌ی صادراتی بر صادرات محصولات کشاورزی. اقتصاد کشاورزی، ۳(۴): ۱۸۵-۲۰۲.
- آذر، و. ۱۳۸۱. تحلیل مسیر و علت‌یابی در علم مدیریت. مجله مجتمعی عالی قم، ۴(۱۵): ۵۹-۹۶.
- پزشکی راد، غ. و فعلی، س. ۱۳۸۹. چالش‌ها و راهکارهای فرآوری، بازاریابی و صادرات زعفران: کاربرد فن دلفی، اقتصاد کشاورزی، ۴(۱): ۱۳۵-۱۳۹.
- پورابراهیم، ف. و اسماعیلی، ع. ۱۳۸۹. بررسی تأثیر جوایز صادراتی بر توسعه صادرات در بخش کشاورزی در ایران، اقتصاد کشاورزی، ۴(۱): ۱۳۵-۱۱۵.
- ترکمانی، ج. و ذوقی‌پور، آ. ۱۳۸۶. عوامل مؤثر بر عرضه‌ی صادرات فرآورده‌های صنایع غذایی ایران. اقتصاد و کشاورزی، ۲(۱): ۲۳-۳۳.
- حاج کریمی، ع. و پیرایش، ر. ۱۳۸۵. تبیین عوامل مؤثر بر بهره‌وری منابع انسانی در سازمان‌های دولتی با استفاده از تکنیک تحلیل مسیر. فرهنگ مدیریت، ۴(۱۴): ۵۷-۸۶.
- حقیقی، م.، فیروزیان، م. و نجفی مجد، ص. ۱۳۸۷. شناسایی عوامل تعیین‌کننده عملکرد صادراتی در صنعت مواد غذایی. نشریه مدیریت بازرگانی، ۱(۱): ۳-۲۰.
- رضایی مقدم، ک. و کرمی، ع. ۱۳۸۵. ترویج کشاورزی، فقر و کشاورزی پایدار: کاربرد تحلیل مسیر. علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، ۲(۱): ۷۲-۵۵.
- سازمان بازرگانی خراسان رضوی، معاونت توسعه تجارت خارجی. ۱۳۸۷. بررسی وضعیت صادرات صنایع غذایی استان خراسان رضوی.
- سازمان صنعت، معدن و تجارت. ۱۳۸۹. قابل دستیابی در: <http://www.mimt.gov.ir>. آخرین دسترسی: ۱۳۹۴/۵/۲.
- سالنامه آماری استان خراسان رضوی. ۱۳۸۹. فصل دهم. بازرگانی، رستوران و هتلداری.
- سرایی، ح. (ترجمه). ۱۳۶۶. رگرسیون چند متغیری در پژوهش رفتاری. فردو کرلینجر و آلن پدهاوز. مرکز نشر دانشگاهی. تهران.
- سرکیسیان، نیکو، م. و سعیدیان، ا. (ترجمه). ۱۳۸۰. روش تحقیق در تعلیم و تربیت. دانالدا آردی، جیکونر. اچ لوسی و اصغر رضویه. انتشارات سروش. تهران.



- عرب‌مازار، ع. و قاسمی‌راد، ع. ۱۳۸۸. تحلیل اثر تسهیلات بانکی و نرخ ارز واقعی بر صادرات محصولات کشاورزی. فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی ایران، ۱۳(۴۰): ۱۰۱-۱۲۳.
- عزیزی خالخیلی، ط. و زمانی، غ. ۱۳۸۹. سازه‌های مشارکت کشاورزان در مدیریت آبیاری: کاربرد تحلیل مسیر. نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی (علوم و صنایع کشاورزی)، ۲۴(۱): ۸۳-۹۰.
- فرح‌بخش، ن. و نوروزی، ب. ۱۳۸۰. تجزیه و تحلیل توانمندی‌های تولیدی و صادراتی صنایع غذایی ایران. فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، ۱۹(۵): ۱۳۵-۱۷۳.
- کلانتری، ع. و خادم‌آدم، ن. ۱۳۷۵. سیاست اصلاح الگوی تغذیه با نگرش کلان. مجله اقتصاد کشاورزی و توسعه، ۱۴: ۴۲-۵.
- لطفعلی‌پور، م. و فیاضی، م. ۱۳۸۳. سنجش نگرش مدیران در زمینه آثار پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی بر صنایع غذایی استان خراسان. بانک و کشاورزی، ۲(۶): ۶۵-۸۵.
- متوسلی، م. ۱۳۷۹. راهبردهای تجاری و توسعه اقتصادی (بررسی موارد خاص ایران). مجموعه مقالات دومین همایش سالانه سیاست‌های بازرگانی و تجارت بین‌الملل. موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- مجردی، غ.، زمانی، غ. و احمدی، ح. ۱۳۸۶. واکاوی سازه‌های مؤثر بر نگرش بیمه‌گزاران محصولات کشاورزی نسبت به کارگزاری خصوصی با استفاده از تحلیل مسیر. اقتصاد و کشاورزی، ۲(۳): ۱۹۷-۱۶۹.
- محمدی، ح. ۱۳۹۰. تحلیل اثر بحران مالی اقتصاد جهانی بر صادرات کشاورزی ایران. اقتصاد کشاورزی و توسعه، ۱۹(۳): ۱۶۹-۱۹۱.
- محمدی، م.، احمدی، م. و غفاری، ح. ۱۳۹۰. ارزیابی اثر اعتبارات بانکی و نرخ حقیقی ارز بر رشد صادرات محصولات کشاورزی (۱۳۶۳-۱۳۸۵). اقتصاد کشاورزی و توسعه، ۱۹(۷۳): ۸۵-۶۳.
- محمودزاده، م. و زیبایی، م. ۱۳۸۳. بررسی عوامل مؤثر بر صادرات پسته ایران: یک تحلیل همجمعی. اقتصاد کشاورزی و توسعه، ۱۳(۴۶): ۱۵۸-۱۳۷.
- مظهری، م. ۱۳۸۳. بررسی پتانسیل‌های صادراتی استان خراسان و شناخت عوامل رشد و ارتقا صادرات غیرنفتی، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان خراسان.
- مظهری، م. ۱۳۸۶. طرح تدوین استراتژی توسعه خارجی استان خراسان رضوی. گروه پژوهش‌های اقتصادی جهاد دانشگاهی واحد مشهد. سازمان بازرگانی استان خراسان رضوی.
- متی زاده، م. ۱۳۸۹. بررسی رفتارهای زیست‌محیطی زارعان شهرستان شیراز. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، بخش

ترویج و آموزش کشاورزی. دانشگاه شیراز.

منجذب، م. ۱۳۸۱، مزیت نسبی صنایع غذایی و صنایع پوشاک ایران. پژوهشنامه اقتصادی، (۷): ۹۵-۱۲۴.

منصوری، ع.، صفری، س.، عباسی، د. و صالحی، م. ۱۳۸۷. کاربرد مدل تحلیل مسیر در تبیین عوامل مؤثر بر رضایت شغلی کارکنان (مطالعه موردی: گمرک جمهوری اسلامی ایران). فرهنگ مدیریت، ۵(۱۷): ۸۹-۱۱۰.

مهرگان، م. و زالی، م. ۱۳۸۵. در جست‌وجوی فنون تعیین روایی در پژوهش‌های مدیریتی. فصلنامه فرهنگ مدیریتی، ۱۴(۴): ۲۶-۵.

نوری، س. و نیلی پور، ش. ۱۳۸۶. اولویت بندی توسعه صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی با استفاده از روش دلفی شهرستان فلاورجان - استان اصفهان. پژوهش‌های جغرافیایی، (۶۱): ۱۶۱-۱۷۷.

ولی بیگی، ح. ۱۳۸۵. اولویت بندی بازارهای هدف صادراتی و موانع حضور در آن‌ها مطالعه موردی: منتخبی از محصولات صادراتی مواد غذایی. پژوهشنامه بازرگانی، ۴۱: ۵۳-۹۰.

هومن، ح. ۱۳۸۸. مدلیابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم افزار لیزرل. چاپ دوم. انتشارات سمت. تهران.

یزدانبخش، س. ۱۳۹۰. شناسایی عوامل مؤثر بر ظرفیت تولید صنایع غذایی و آشامیدنی و ارائه استراتژی‌های مناسب در راستای بهبود وضعیت این صنایع (مطالعه موردی: استان خراسان رضوی). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، گروه اقتصاد کشاورزی. دانشگاه فردوسی مشهد.

یزدان‌پناه، م.، زمانی، غ. و رضایی‌مقدم، ک. ۱۳۸۷. رضامندی کشاورزان از بیمه محصولات کشاورزی: کاربرد مسیر. اقتصاد کشاورزی و توسعه، ۱۷(۶۶): ۱۳۹-۱۶۴.

Athukorala, P. C. and Sen, K. 1998. Processed food export from developing Countries: patterns and determinants. *Food Policy*, 23:1-109.

Au, L., Wright, N. and Botton, C. 2003. Using structural equation modeling approach (SEM) to examine leadership of heads of subject departments (HODs) as perceived by principals and vice- principals, heads of subject departments and teachers within School Based Management (SBM) secondary schools: some evidence from Hong Kong. *School Leadership & Management*, 23(4): 481- 498.

Duncan. O. D. 1961. Path analysis: Sociological examples. *American Journal of Sociology*, 72: 1-16.

Jeffee, S. and Henson, S. 2004. Standard And Agro-Food Export from developing Countries: Rebalancing the Debat. World Bank. Policy Research Working Paper. <http://econ.Worldbank.org>.

Jongwanich, J. 2009. The impact of food safety standards on processed food exports from

developing countries. *Food Policy*, 34: 447-457.

Kline, R. B. 1998. Principles and practice of structural equation modeling. New York. Guilford Press. A very readable introduction to the subject. with good coverage of assumptions and SEM's relation to underlying regression, factor, and other techniques.

Krejcie, R. V. and Morgan. D. W. 1972. Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological measurement*, 30: 607- 610.

Mueller, R. O. 1996. Basic principles of structural equation modeling: an introduction to LISREL and EQS. *Springer-Verlag*, New York.

Rae, A. and Josling, T. 2003. Processed food trade and developing countries: protection and trade liberalization. *Food Policy*, 28: 147-166.

Stage, F. K., Carter, H. C. and Nora, A. 2004. Path analysis: an introduction and analysis of a decade of research. *The Journal of Education Research*, 98(1): 5-12.

Stephanson, T. M. and Holbert, R.L. 2003. Mont Carlo simulation versus latent Structural equations Modeling techniques. *Communication research*, 3(3): 332-352.

Streiner, D. L. 2005. Finding our way: an introduction to path analysis. *Canadian Journal of Psychiatry*, 50(2): 115-122.

## Analysis of the Factors Affecting the Export of Food Industry Products: Rural Development Approaches

Azam Nejatianpour<sup>1\*</sup> and Abdolkarim Esmaili<sup>2</sup>

Received: 23 November, 2015

Accepted: 7 September, 2016

DOI: 10.22048/rdsj.2017.32294.1432

### Abstract

Rural development is necessary due to the growth in population and the reduction of food resources. Thus, development of rural agro industries is one of the most important issues for politicians and researchers. The agro industry can play an important role in the use of agricultural products as raw materials and the ensuing development of rural areas. Therefore, this study was carried out aimed at the analysis of factors affecting the export of food industry products in the Khorasan Razavi province. For this purpose, the factors were classified into five main groups based on a review of previous studies and viewpoints of that were obtained after interviewing with sixty experts in this field, These five groups are: macroeconomic, business and market, technical, financial and credit and the exchange process factors for analysis. Then Path Analysis Models were used for analyzing the impact of these factors. The results showed that macro economic, business and market and financial and credit factors have direct effects on the export of the products of the food industry. Furthermore, technical and exchange process factors have an indirect effect on the export of products of the food industry.

**Keywords:** Food Industry Products, Path Analysis Model, Khorasan Razavi province.

---

1- M.Sc. Agricultural Economics, Shiraz University

2- Professor, Department of Agricultural Economics, Shiraz University

(\*-Corresponding author E-mail: nejataianpour84@gmail.com)