

## شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه صادرات در صنایع کوچک در شرایط تحریم (مطالعه موردی صنایع غذایی استان خوزستان)

اردلان طلاوری

کارشناسی ارشد مهندسی صنایع گرایش سیستم بهره‌وری

### چکیده

صادرات یکی از مهم‌ترین روش‌ها و شیوه‌ها به منظور توسعه کسب و کار شرکت‌ها است و می‌توان با استفاده و بهره‌جستن صحیح از آن کسب مزیت رقابتی را برای سازمان‌ها تضمین کرد. با توجه به مشکلات عدیده کشور از قبیل تحریم‌ها و مشکلات اقتصادی همچون تورم سازمان‌ها باید موانع توسعه صادرات را بشناسند و آن‌ها را مورد ارزیابی و بررسی قرار دادند. بنابراین این پژوهش با هدف شناسایی و وزن‌دهی راهکارهای مؤثر بر توسعه صادرات صنایع کوچک و متوسط در شرایط تحریمی صورت گرفت. جامعه آماری شامل کلیه خیرگان صادرات صنایع غذایی استان خوزستان به تعداد ۳۰ نفر می‌باشد. برای بررسی و اولویت‌بندی شاخص‌ها از دو نوع پرسشنامه استفاده شد. در این پژوهش موانع توسعه صادرات را در ۵ عامل اصلی و ۱۶ شاخص با استفاده از تکنیک دیمتل<sup>۱</sup> و ANP<sup>۲</sup> مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج تکنیک دیمتل نشان داد عامل سیاسی تأثیرگذارترین عامل و عامل مربوط به محصول تأثیرپذیرترین عامل است. همچنین در بین شاخص‌ها، موقعیت جغرافیایی تأثیرگذارترین شاخص و قیمت محصول تأثیرپذیرترین شاخص می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: توسعه صادرات، شرایط تحریم، تکنیک دیمتل

<sup>۱</sup> DEMATEL

<sup>۲</sup> Atrial natriuretic peptide

## مقدمه

امروزه بخشی از تجارت بین‌المللی را صادرات کشورها تشکیل می‌دهد. در واقع یکی از راههای افزایش حصول ارز خارجی و در نتیجه توسعه اقتصادی، صادرات کالا و خدمات می‌باشد (الهی و حسن زاده، ۱۳۸۶). صادرات کالا یکی از شاخص‌های مهم توسعه یافتگی در کشورهای پیشرفته می‌باشد (گوهریان، ۱۳۷۹). صادرات یکی از مهم‌ترین گام‌های اولیه سازمان‌ها برای توسعه و سرمایه‌گذاری جهت ورود به بازارهای جهانی و گسترش فعالیت‌های بین‌المللی آنهاست (نوازی و رحیمی<sup>۳</sup>، ۲۰۱۶). رشد صادرات برای دولت‌ها به منزله کلیدی برای بازآفرینی اقتصاد است (ناواریو و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۰) در این راستا صادرات راهی در جهت رشد و ترقی شرکت‌ها برای انتقال از فروش داخلی بالقوه اشباع شده به بازارهای در حال رشد خارجی است که در عین انعطاف‌پذیری بیشتر، هزینه و ریسک کمتر را در مقایسه با سایر روش‌های توسعه خارجی به دنبال دارد (چابوفسکی و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۸). در این میان بنگاه‌های کوچک و متوسط از جمله مؤثرترین عوامل در رشد توسعه سیستم‌های اقتصادی و اجتماعی هر کشوری محسوب می‌شوند (بیدختی و زرگر، ۱۳۹۰). در سال‌های اخیر اهمیت و نقش صنایع کوچک و متوسط در کشورهای صنعتی و کشورهای در حال توسعه رو به افزایش بوده است (ویجایاکومار<sup>۶</sup>، ۲۰۱۳). همچنین در دو دهه گذشته با ظهور فناوری‌های جدید در تولید و ارتباطات، تحولاتی در قابلیت‌های واحدهای صنعتی، روش‌های تولید و توزیع و ساختار تشکیلاتی بنگاه‌ها پدید آمده که عموماً بر اهمیت واحدهای کوچک و متوسط افزوده است (لین و ژانگ<sup>۷</sup>، ۲۰۰۵). افزایش رقابت و تمرکز شرکت‌ها بر فعالیت‌های محوری، موجب تفکیک عمودی شرکت‌ها، گسترش روابط پیمانکاری با تأمین‌کنندگان قطعات و مواد اولیه و تقویت روابط در زنجیره عرضه شده است، همه این تحولات بر اهمیت واحدهای کوچک افزوده است (صدری نیا و همکاران، ۱۳۸۸). نگاهی به فعالیت بنگاه‌های کوچک و متوسط در کشورهای توسعه یافته و یا در حال توسعه، بیانگر نوعی ارتباط نزدیک و مؤثر میان پیشرفت اقتصادی-اجتماعی این کشورها با این بنگاهها است (بارتولاکی و همکاران<sup>۸</sup>، ۲۰۲۰). در این میان دولت‌ها می‌توانند نقش موثری را در ترغیب فعالیت‌های تجارت خارجی بنگاه‌های داخلی از طریق برنامه‌های توسعه صادرات بازی کنند (یان و همکاران<sup>۹</sup>، ۲۰۱۸) چرا که پیچیدگی کسب و کار و تجارت بین‌المللی و عدم وجود دانش فنی کافی می‌تواند بنگاه را در موقعیت عدم رقابت‌پذیری قرار دهد (مشبکی و خادمی، ۱۳۹۱). بنگاه‌های کوچک و متوسط به دلیل محدودیت‌هایی که دارند نمی‌توانند به تنهایی منابع مالی و اطلاعاتی لازم برای اداره فعالیت‌های بازرگانی خود را تأمین کنند (قره‌چه و شمشیری، ۱۳۸۹). اکثر برنامه‌های توسعه صادرات به طور اساسی برای این منظور طراحی شده‌اند که دانش صادراتی اولیه (که متضمن مزایای صادرات، اطلاعات بازار صادراتی و غیره از طریق اعزام هیئت‌های تجاری، برپایی نمایشگاه‌های تجاری و غیره می‌باشد) و دانش تجربی و امکانات فیزیکی مورد نیاز برای صادرات را برای صادرکنندگان بالقوه و بالفعل فراهم کند (سرینگهاس و راسن<sup>۱۰</sup>، ۱۹۹۱). اخیراً به دلیل اهمیت یافتن بخش خصوصی در کشور و لزوم حمایت و توسعه صنایع کوچک به دلیل آنکه محرک اقتصادی به شمار می‌آیند، دولت برنامه‌های توسعه صادراتی خود را در این بخش تقویت و توسعه داده است و از صادرات آن‌ها از طریق ارائه تسهیلات حمایت می‌نماید (سلیمانی، ۱۳۹۴). در این میان تحریم‌های صورت گرفته در سال‌های اخیر سبب شده است تا توان رقابتی ایران تا حد زیادی کاهش یافته و اندک به سمت خروج از صحنه رقابت پیش می‌رود. وجود شرایط تحریم سبب کمبود منابع و امکانات تولیدی، کاهش منابع مالی، کاهش تمرکز شرکت‌ها بر ایده‌های خلاقانه و توسعه آن‌ها، نبود حمایت‌های مالی در داخل و کشورهای خارجی، از دست

<sup>3</sup> Navazeni & Rahmani

<sup>4</sup> Navarro et al

<sup>5</sup> Chabowski et al

<sup>6</sup> Vijayakumar

<sup>7</sup> Yeh-Yun Lin, & Zhang

<sup>8</sup> Bartolacci et al

<sup>9</sup> Yan et al

<sup>10</sup> Seringhaus & Rosson

دادن عمده مشتریان در خارج از کشور و... همه و همه عرصه را برای رقابت و صادرات محصولات این شرکت‌ها به خارج از کشور محدود می‌سازد (سمیعی نسب، ۱۳۹۳). در این میان چراتیان و همکاران<sup>۱۱</sup> (۲۰۲۲) در پژوهشی تحت عنوان تداوم شرکت‌ها در شرایط تحریم؛ شواهد در سطح خرد از ایران پرداختند. یافته‌های آن‌ها نشان دادند که قدمت و سابقه شرکت تأثیر مثبت و معناداری بر تداوم شرکت در شرایط تحریم دارد. همچنین داشتن طرح کسب‌وکار، دسترسی به منابع مالی و فناوری، آموزش مالکان، صادرات گزایی، شبکه‌های تجاری و خدمات مشاوره از عوامل کلیدی مقاومت در برابر فشار تحریم‌ها هستند. حسونود و همکاران<sup>۱۲</sup> (۲۰۱۹) در پژوهشی به تأثیرات تحریم‌ها بر صادرات غیرنفتی ایران پرداختند. نتایج آن‌ها نشان داده است که تحریم‌ها بر صادرات غیرنفتی کشور اثر منفی معناداری دارد. کهرازه و نیکپور<sup>۱۳</sup> (۲۰۱۹) در پژوهشی نیز به تأثیر تحریم‌های بین‌المللی بر صادرات ایران با رویکرد جذب تجاری پرداختند. این پژوهش تأثیر تحریم‌های اقتصادی بر صادرات ایران به کشورهای عضو اگو، اوپک و اتحادیه آسه‌آن را طی دوره زمانی ۱۹۹۲ تا ۲۰۱۳ با استفاده از رویکرد مدل گرانشی و روش برآورد OLS بر اساس داده‌های تابلویی برآورد نمودند؛ نتایج آن‌ها نشان می‌دهد که تحریم‌ها بر حجم صادرات ایران به کشورهای عضو اوپک تأثیر منفی دارد اما بر صادرات به اگو و آسه‌آن تأثیری ندارد. افسورگبور<sup>۱۴</sup> (۲۰۱۹) در پژوهشی تحت عنوان تأثیر تحریم‌های اقتصادی بر تجارت بین‌الملل: تحریم‌های تهدید شده در مقایسه با تحریم‌های تحمیلی چگونه است؟ نشان داد که تأثیر تحریم‌های تهدید شده از نظر کیفی و کمی با تحریم‌های اعمال شده متفاوت است. در حالی که تحریم‌های اعمال شده منجر به کاهش جریان تجاری بین فرستنده و هدف آن می‌شود، تهدید تحریم منجر به افزایش می‌شود. تأثیر مثبت تهدید ممکن است به دلیل متوسل شدن عوامل اقتصادی هم در فرستنده و هم در هدف آن به ذخیره سازی قبل از اعمال واقعی تحریم‌ها برای به حداقل رساندن هرگونه عواقب نامطلوب تحریم‌ها باشد. این اثرات متمایز تحریم‌های تهدید شده و تحمیلی به مواد غذایی و دارویی و همچنین زمانی که ابزارهای مختلف تحریم به کار می‌رود نیز گسترش می‌یابد. براش<sup>۱۵</sup> (۲۰۱۵) در تحقیق خود به بررسی عملکرد صنایع کوچک در حوزه صادرات پرداختند. آن‌ها مهم‌ترین عوامل مؤثر در صادرات مورد را محیط، مدیریت، استراتژی، بخش بندی و آمیخته بازاریابی برشمردند. در این بین عواملی وجود دارند که می‌توانند به بهبود اوضاع صادراتی شرکت‌های کوچک و متوسط تأثیرگذار باشند. این عوامل که معمولاً از سوی دولت و سازمان‌های حمایتگر بوجود می‌آیند و نیاز به شناسایی و تعیین اولویت دارند تا در راستای توسعه صادرات در سازمانهای کوچک تولیدی کمک مفیدی نمایند. لازم به ذکر است که در شرایط تحریمی عوامل تأثیرگذار بر توسعه صادرات با شرایط عادی کمی متفاوت بوده و نیاز به دقت زیادی در تدوین برنامه‌ها و اولویت‌های تأثیرگذار دارد، زیرا اندکی بی‌دقتی می‌تواند منجر به شکست برنامه‌ها و شرایط ایجاد شده برای ایجاد صادرات در بنگاه‌های کوچک بیانجامد، و به دلیل ضعیف بودن این بنگاه‌ها لطمات جبران ناپذیری به بدنه اقتصاد کشور وارد شود (سرینگهاس و راسن، ۱۹۹۰). در این راستا استان خوزستان با دارا بودن ۷۱ شهرک و ناحیه صنعتی یکی از استان‌های صنعتی کشور محسوب می‌شود، که تعداد زیادی از واحدهای تولیدی آنرا واحدها و بنگاه‌های کوچک تشکیل می‌دهد. این بنگاه‌ها به دلیل ساختار منعطف‌تری که نسبت به سازمان‌های بزرگتر و مادر دارند بدون شک از طریق حمایت‌های دولت در راه صادرات و توسعه فعالیت‌های صادراتی خود راحتتر می‌توانند با موانع کنار آیند و بر آن‌ها غلبه نمایند، اما سهم این بنگاه‌ها در میزان صادرات کشور به دلیل وجود موانع و مشکلاتی که در این راه وجود دارد (مشکلات خارجی، مشکلات داخلی، مشکلات عملیاتی و مشکلات اطلاعاتی) هنوز مشخص و واضح نیست. اینکه این بنگاه‌ها در توسعه صادرات ایران چه نقشی دارند هنوز در هاله‌ای ابهام قرار دارد و نیاز به بررسی و تحقیق را به رخ می‌کشد. بنابراین در این

<sup>11</sup> Cheratian et al

<sup>12</sup> Hassanvand et al

<sup>13</sup> Kahraze& Nikpour

<sup>14</sup> Afesorgbor

<sup>15</sup> Brush

تحقیق سعی می‌شود تا به سوال اصلی زیر پاسخ داده شود که چه راهکارهایی برای توسعه صادرات استان خوزستان در شرایط تحریمی وجود دارد؟

### روش شناسی پژوهش

روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش از نوع توصیفی - تحلیلی و از نظر نوع هدف، تحقیق کاربردی محسوب می‌شود. بدین معنی که بخش اصلی این تحقیق از اطلاعاتی است که از طریق تکمیل پرسشنامه، توسط متخصصین و خبرگان صادرات مواد غذایی به تعداد ۳۰ نفر که دارای دانش و تجربه بودند، گردآوری و تکمیل گردیده است. در این راستا برای بررسی و اولویت‌بندی شاخص‌ها از دو نوع پرسشنامه استفاده شد. برای سنجش روابط بین معیارها پرسشنامه دیمتل طراحی شده که توسط خبرگان مقایسات زوجی این پرسشنامه تکمیل شد. برای سنجش اهمیت معیارها، زیرمعیارها و گزینه‌ها پرسشنامه دومی طراحی شد و از خبرگان خواسته شد تا با دانش خود مقایسات این پرسشنامه را تکمیل کنند. این مقایسات به عنوان ورودی‌های فرایند تحلیل شبکه هستند. برای به دست آوردن وزن‌ها، داده‌ها وارد مدل شد و بعد از اجرای گام‌های این فرایند سوپر ماتریس حدی بدست می‌آید که وزن‌های معیارها و گزینه‌ها در این ماتریس نمایش داده می‌شوند. در این پژوهش برای حل مدل‌های دیمتل از نرم افزار اکسل استفاده و تمامی فرمول‌های دیمتل را در اکسل پیاده سازی گردید؛ همچنین برای حل مدل‌های ANP از نرم افزار سوپر دسیژن<sup>۱۶</sup> بهره گرفته شد.

### یافته‌های پژوهش

دیمتل که از انواع روش‌های تصمیم‌گیر بر پایه مقایسات زوجی می‌باشد، با بهره‌مندی از قضاوت خبرگان در استخراج عوامل یک سیستم و ساختار دهی سیستماتیک به آن‌ها توسط به کارگیری اصول تئوری گراف‌ها، ساختار سلسله‌مراتبی از عوامل موجود در سیستم، همراه با روابط تأثیر گذاری و تأثیر پذیری متقابل عناصر مذکور به دست می‌دهد، به گونه‌ای که شدت اثر روابط مذکور و اهمیت آن‌ها را به صورت امتیازی عددی معین می‌کند (لی و تزنگ<sup>۱۷</sup>، ۲۰۰۸؛ لیو و همکاران<sup>۱۸</sup>، ۲۰۱۵). در این پژوهش در ابتدا بررسی و تحلیل تأثیر گذاری عوامل و شاخص‌های تأثیر گذار و تأثیر پذیر در توسعه صادرات صنایع کوچک در شرایط تحریم براساس تکنیک دیمتل پرداخته شد.

<sup>16</sup> Super Decision

<sup>17</sup> Li & Tzeng

<sup>18</sup> Liu et al

جدول (۱) میانگین ماتریس نظرات خبرگان در مورد تأثیر گذاری و تأثیر پذیری عوامل اصلی

عوامل مربوط به کشور مادر	عوامل سیاسی	عوامل مربوط به کشور هدف	عوامل مربوط به محصول	عوامل درون شرکتی	عوامل درون شرکتی
1.4	0.09	1.1	2.4	0	عوامل درون شرکتی
1.3	0.08	1.6	0	1.1	عوامل مربوط به محصول
2.3	2.7	0	3.5	2.6	عوامل مربوط به کشور هدف
2.7	0	3.1	2.9	2.4	عوامل سیاسی
0	1.9	1.7	3.1	2.3	عوامل مربوط به کشور مادر

جدول (۲) ماتریس روابط در مورد تأثیر گذاری و تأثیر پذیری عوامل اصلی

عوامل مربوط به کشور مادر	عوامل سیاسی	عوامل مربوط به کشور هدف	عوامل مربوط به محصول	عوامل درون شرکتی	عوامل درون شرکتی
0.242	0.099	0.218	0.383	0.150	عوامل درون شرکتی
0.228	0.101	0.241	0.201	0.228	عوامل مربوط به محصول
0.479	0.383	0.312	0.709	0.522	عوامل مربوط به کشور هدف
0.514	0.211	0.530	0.691	0.523	عوامل سیاسی
0.257	0.294	0.377	0.599	0.440	عوامل مربوط به کشور مادر

جدول (۳) جدول تأثیر گذاری و تأثیر پذیری و میزان تعامل عوامل اصلی

	D	R	D+R	D-R
عوامل درون شرکتی	1.093	1.863	2.956	-0.770
عوامل مربوط به محصول	0.999	2.583	3.581	-1.584
عوامل مربوط به کشور هدف	2.405	1.679	4.084	0.727
عوامل سیاسی	2.469	1.088	3.557	1.381
عوامل مربوط به کشور مادر	1.966	1.720	3.685	0.246

جدول (۴) اختصار هر یک از شاخص‌ها

اختصار	نام شاخص
C1	منابع و امکانات شرکت
C2	تجربیات گذشته
C3	استراتژی های شرکت
C4	نیروی انسانی متخصص
C5	تعامل با شرکای زنجیره تامین
P1	کیفیت محصول
P2	کمیت تولید و تنوع محصول
P3	قیمت محصول
P4	زمان تحویل و سطح دسترسی محصول
P5	جایگاه محصول در چرخه عمر
G1	قوانین و مقررات گمرکی
G2	موقعیت جغرافیایی
G3	زیرساخت ها
G4	فرهنگ
L1	سطح روابط سیاسی بین دو کشور
L2	نوع روابط بین دو کشور ( عادی یا استراتژیک )
L3	میزان پایبندی دو کشور به قوانین بین المللی
M1	عوامل زیرساختی
M2	قوانین و مقررات
M3	هزینه ها
M4	عضویت در پیمان های تجاری

جدول (۵) ماتریس روابط کل در مورد تأثیر گذاری و تأثیر پذیری شاخص‌ها

	C1	C2	C3	C4	C5	P1	P2	P3	P4	P5	G1	G1	G1	G1	L1	L2	L3	M1	M2	M3	M4
C1	0.021	0.034	0.054	0.089	0.114	0.142	0.124	0.085	0.119	0.057	0.027	0.018	0.025	0.02	0.019	0.019	0.02	0.022	0.015	0.02	0.027
C2	0.044	0.015	0.09	0.066	0.115	0.109	0.074	0.093	0.114	0.071	0.04	0.033	0.022	0.024	0.029	0.032	0.028	0.031	0.047	0.04	0.052
C3	0.065	0.043	0.053	0.089	0.144	0.147	0.113	0.145	0.112	0.059	0.081	0.037	0.033	0.046	0.061	0.055	0.034	0.042	0.029	0.05	0.071
C4	0.046	0.032	0.048	0.019	0.06	0.111	0.103	0.077	0.099	0.047	0.018	0.016	0.017	0.03	0.014	0.018	0.012	0.017	0.016	0.01	0.023
C5	0.076	0.038	0.045	0.045	0.044	0.136	0.112	0.128	0.128	0.054	0.046	0.033	0.031	0.023	0.034	0.038	0.03	0.02	0.017	0.023	0.041
P1	0.025	0.025	0.027	0.025	0.035	0.023	0.039	0.083	0.045	0.029	0.013	0.012	0.011	0.013	0.01	0.013	0.011	0.011	0.011	0.014	0.019
P2	0.019	0.021	0.023	0.021	0.036	0.044	0.016	0.068	0.04	0.027	0.015	0.009	0.01	0.007	0.01	0.015	0.011	0.011	0.013	0.011	0.015
P3	0.022	0.015	0.029	0.022	0.032	0.091	0.061	0.025	0.044	0.021	0.016	0.007	0.013	0.011	0.013	0.013	0.016	0.013	0.01	0.011	0.013
P4	0.02	0.014	0.034	0.035	0.04	0.046	0.052	0.063	0.021	0.021	0.011	0.012	0.011	0.011	0.013	0.019	0.011	0.011	0.013	0.014	0.013
P5	0.019	0.012	0.054	0.031	0.05	0.046	0.041	0.073	0.036	0.011	0.015	0.011	0.014	0.017	0.014	0.015	0.015	0.014	0.011	0.012	0.017
G1	0.03	0.018	0.111	0.033	0.088	0.059	0.047	0.075	0.071	0.029	0.026	0.013	0.077	0.035	0.101	0.082	0.066	0.022	0.02	0.024	0.079
G2	0.028	0.02	0.109	0.072	0.112	0.059	0.052	0.118	0.14	0.032	0.047	0.011	0.017	0.054	0.076	0.097	0.039	0.033	0.028	0.026	0.033
G3	0.035	0.022	0.128	0.04	0.121	0.056	0.046	0.123	0.136	0.04	0.038	0.016	0.013	0.031	0.029	0.049	0.035	0.024	0.024	0.031	0.034
G4	0.018	0.011	0.08	0.027	0.061	0.054	0.032	0.063	0.042	0.085	0.025	0.009	0.014	0.008	0.019	0.037	0.028	0.017	0.02	0.015	0.029
L1	0.024	0.017	0.1	0.039	0.11	0.05	0.037	0.063	0.073	0.028	0.055	0.014	0.017	0.027	0.021	0.082	0.026	0.022	0.014	0.022	0.032
L2	0.025	0.016	0.09	0.026	0.104	0.045	0.037	0.061	0.074	0.022	0.067	0.014	0.015	0.019	0.093	0.021	0.024	0.019	0.019	0.02	0.037
L3	0.02	0.017	0.084	0.026	0.079	0.043	0.031	0.059	0.064	0.022	0.054	0.01	0.016	0.015	0.052	0.054	0.011	0.02	0.013	0.024	0.032
M1	0.028	0.018	0.093	0.035	0.123	0.059	0.042	0.108	0.111	0.03	0.039	0.015	0.047	0.014	0.038	0.041	0.021	0.013	0.034	0.038	0.04
M2	0.027	0.022	0.112	0.08	0.095	0.065	0.046	0.131	0.113	0.031	0.064	0.014	0.022	0.022	0.072	0.067	0.027	0.049	0.013	0.082	0.047
M3	0.03	0.022	0.124	0.096	0.1	0.123	0.096	0.153	0.103	0.046	0.035	0.023	0.034	0.02	0.035	0.039	0.037	0.074	0.035	0.017	0.046
M4	0.038	0.018	0.102	0.046	0.1	0.079	0.06	0.095	0.089	0.025	0.031	0.015	0.031	0.017	0.034	0.03	0.036	0.037	0.034	0.043	0.018

جدول (۶) تأثیر گذاری و تأثیر پذیری و میزان تعامل شاخص‌ها

	D+R	D-R
C1	1.729	0.410
C2	1.620	0.720
C3	3.097	-0.080
C4	1.793	-0.133
C5	2.906	-0.620
P1	2.083	-1.093
P2	1.708	-0.823
P3	2.389	-1.393
P4	2.259	-1.286
P5	1.314	-0.254
G1	1.870	0.343
G2	1.548	0.858
G3	1.564	0.582
G4	1.160	0.231
L1	1.660	0.086
L2	1.684	0.012
L3	1.286	0.209
M1	1.511	0.464
M2	1.638	0.769
M3	1.836	0.741
M4	1.699	0.258

در بخش بعدی جهت بررسی و تحلیل وزن هر یک از عوامل و شاخص‌ها در توسعه صادرات صنایع کوچک در شرایط تحریم از تکنیک ANP بهره گرفته شد. شکل زیر مقایسات زوجی دو دویی بین معیارهای اصلی بر اساس نظرات خبرگان را نشان می‌دهد.

شکل (۱) مقایسات زوجی دو دویی بین معیار های اصلی

1.	goal country	>=9.5	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	>=9.5	No comp.	inter company
2.	goal country	>=9.5	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	>=9.5	No comp.	mother country
3.	goal country	>=9.5	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	>=9.5	No comp.	political
4.	goal country	>=9.5	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	>=9.5	No comp.	product
5.	inter company	>=9.5	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	>=9.5	No comp.	mother country
6.	inter company	>=9.5	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	>=9.5	No comp.	political
7.	inter company	>=9.5	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	>=9.5	No comp.	product
8.	mother country	>=9.5	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	>=9.5	No comp.	political
9.	mother country	>=9.5	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	>=9.5	No comp.	product
10.	political	>=9.5	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	>=9.5	No comp.	product

جدول (۷) اوزان عوامل مؤثر در توسعه صادرات صنایع کوچک در شرایط تحریم

رتبه	نام معیار	وزن
۱	عوامل مربوط به کشور هدف	۰,۳۳۷
۲	عوامل مربوط به محصول	۰,۳۰۴
۳	عوامل سیاسی	۰,۱۷۶
۴	عوامل درون شرکتی	۰,۱۰۱
۵	عوامل مربوط به کشور مادر	۰,۰۸۰

جدول (۸) اوزان شاخص های مؤثر در توسعه صادرات صنایع کوچک در شرایط تحریم

رتبه	شاخص	وزن
۱	نوع رابطه بین دو کشور ( استراتژیک یا عادی)	۰,۱۲۲
۲	موقعیت جغرافیایی	۰,۰۹۵
۳	سطح روابط سیاسی بین دو کشور	۰,۰۹۲
۴	کیفیت محصول	۰,۰۸۶
۵	قوانین و مقررات گمرکی در کشور هدف	۰,۰۷۷
۶	قیمت محصول	۰,۰۷۲
۷	قوانین و مقررات کشور مادر	۰,۰۶۴
۸	هزینه ها	۰,۰۵
۹	کمیت تولید و تنوع محصول	۰,۰۴۲
۱۰	استراتژی های شرکت	۰,۰۴۱
۱۱	میزان پایبندی دو کشور به قوانین بین المللی	۰,۰۴۱
۱۲	زیر ساخت ها در کشور هدف	۰,۰۳۴
۱۳	زمان تحویل و سطح دسترسی محصول	۰,۰۳۲



۰,۰۲۶	عوامل زیر ساختی کشور مادر	۱۴
۰,۰۲۱	جایگاه محصول در چرخه عمر	۱۵
۰,۰۲	نیروی انسانی متخصص	۱۶
۰,۰۱۹	منابع و امکانات شرکت	۱۷
۰,۰۱۸	فرهنگ کشور هدف	۱۸
۰,۰۱۸	عضویت در پیمان های تجاری	۱۹
۰,۰۱۵	تعامل با شرکای زنجیره تامین	۲۰
۰,۰۰۸	تجربیات گذشته	۲۱

### بحث و نتیجه گیری

رشد اقتصادی که از مباحث عمده اقتصادی برای همه کشورها به خصوص کشورهای در حال توسعه می باشد با رشد صادرات رابطه مستقیم دارد (اکس و همکاران<sup>۱۹</sup>، ۲۰۰۸). افزایش صادرات منجر به افزایش تقاضای کل و در نتیجه افزایش تولید و سرمایه گذاری شده و به واسطه تولید بیشتر برای بازار جهانی به جای تولید تنها برای تقاضا و نیاز داخلی، ضمن اینکه زمینه‌ی صرفه جویی های ناشی از مقیاس را فراهم می نماید، با انتقال منابع از بخش های کم بازده بوه بخش های با بازده بیشتر منجر به تخصی بهینه منابع و رشد بهره‌وری نیز می گردد (تراتستل<sup>۲۰</sup>، ۲۰۱۰). در دهه های اخیر، با تغییر در ساختار صنعتی کشورها، رشد و گسترش صنایع کوچک و متوسط در استراتژی توسعه صنعتی کشورها از جایگاه خاصی برخوردار شده است. با توجه به تجربه ی موفق کشورهای تازه صنعتی شده، کارشناسان و سیاستگذاران اقتصادی معتقدند که در کشورهای در حال توسعه و توسعه ی یافته، بخش خصوصی به ویژه صنایع کوچک و متوسط، عامل مهمی در توسعه اقتصادی هستند (علمی و همکاران، ۱۳۸۹). در شرایط کنونی ایران توسعه صادرات غیر نفتی از مهم ترین مسائل سیاسی و اقتصادی است که نه تنها از دیدگاه ارزآوری آن، بلکه از نظر ایجاد اشتغال در داخل کشور از اولویت ویژه ای برخوردار است (حسنقلی پور و همکاران، ۱۳۹۶). متأسفانه در سال های اخیر کشور ایران با تحریم های اقتصادی فراوانی روبرو بوده است؛ تحریم های اقتصادی دارای مصداق های گوناگونی هستند و شامل وضع تعرفه ها، ایجاد موانع تجاری، محدودیت و یا سهمیه بندی واردات و یا صادرات است (مرزبان و استادزاد، ۱۳۹۴). در راستای اعمال تحریم یک عامل تعیین کننده سهم کشورها در تجارت بین الملل است. هر چقدر که سهم کشورها در تجارت بین الملل بالاتر باشد، احتمال دست زدن به تحریم علیه آن ها کمتر است. همچنین هر چقدر سهم تجارت بین الملل در تولید ناخالص کشور بیشتر باشد، درجه آسیب پذیری کشور از تحریم ها بیشتر خواهد شد (هافنر بورتن<sup>۲۱</sup>، ۲۰۰۸). با توجه به موقعیت تحریمی و کنونی کشور و فقدان انگیزه کافی برای سرمایه گذاری برای ایجاد صنایع بزرگ توسط بخش خصوصی از یکسو، و طرح های کاهش تصدی دولت در امور اقتصادی از سوی دیگر، به نظر می رسد که کمک به ادامه حیات واحدهای تولیدی کوچک و متوسط موجود و ایجاد شرایط مناسب برای راه اندازی واحدهای جدید توسط کارآفرینان بالقوه، از جمله راه های مؤثر برای تحرک بخشیدن به فعالیت های مولد، تأمین بخشی از نیازهای جامعه، حضور بیشتر در بازارهای جهانی و کاهش مشکلات ناشی از نرخ بیکاری در کشور می باشد

<sup>19</sup> Acs et al

<sup>20</sup> Trostle

<sup>21</sup> Hafner-Burton

(شایقی، ۱۳۸۶). با وجود مزیت‌های فوق و علیرغم کمک دولت به این صنایع، واحدهای تولیدی کوچک و متوسط در ایفای نقش مورد انتظار در اقتصاد کشور، رقابت با صنایع مشابه در خارج و صنایع بزرگ داخل و نیز کسب مزیت رقابتی که لازمه حضور جدی در بازارهای جهانی است با مشکل مواجه هستند (فتاح، ۱۳۸۶). بنابراین این پژوهش شناسایی و وزن دهی راهکارهای مؤثر بر توسعه صادرات صنایع کوچک و متوسط در شرایط تحریمی پرداخته است.

جدول (۹) بیشترین میزان تأثیر گذاری و تأثیر پذیری عوامل مؤثر بر توسعه صادرات صنایع کوچک در شرایط تحریم

عامل	بیشترین تأثیر گذاری	درجه تأثیر گذاری	بیشترین تأثیر پذیری	درجه تأثیر پذیری
عوامل درون شرکتی	عوامل مربوط به محصول	۰,۳۸۳	عوامل سیاسی	۰,۵۲۳
عوامل مربوط به محصول	عوامل مربوط به کشور هدف	۰,۲۴۱	عوامل مربوط به کشور هدف	۰,۷۰۹
عوامل مربوط به کشور هدف	عوامل مربوط به محصول	۰,۷۰۹	عوامل سیاسی	۰,۵۳۰
عوامل سیاسی	عوامل مربوط به محصول	۰,۶۹۱	عوامل مربوط به کشور هدف	۰,۳۸۳
عوامل مربوط به کشور مادر	عوامل مربوط به محصول	۰,۵۹۹	عوامل سیاسی	۰,۵۱۴

جدول (۱۰) بیشترین میزان تأثیر گذاری و تأثیر پذیری شاخص‌های مؤثر بر توسعه صادرات صنایع کوچک در شرایط تحریم

شاخص	بیشترین تأثیر گذاری	درجه تأثیر گذاری	بیشترین تأثیر پذیری	درجه تأثیر پذیری
منابع و امکانات شرکت	کیفیت محصول	۰,۱۴۲	تعامل با شرکای زنجیره تامین	۰,۰۷۶
تجربیات گذشته	تعامل با شرکای زنجیره تامین	۰,۱۱۵	استراتژی‌های شرکت	۰,۰۴۳
استراتژی‌های شرکت	کیفیت محصول	۰,۱۴۷	زیرساخت‌ها (راه آهن، بنادر، مناطق آزاد و..)	۰,۱۲۸
نیروی انسانی متخصص	کیفیت محصول	۰,۱۱۱	هزینه‌ها	۰,۰۹۶
تعامل با شرکای زنجیره تامین	کیفیت محصول	۰,۱۳۶	استراتژی‌های شرکت	۰,۱۴۴
کیفیت محصول	قیمت محصول	۰,۰۸۳	استراتژی‌های شرکت	۰,۱۴۷
کمیت تولید و تنوع محصول	قیمت محصول	۰,۰۶۸	منابع و امکانات شرکت	۰,۱۲۴
قیمت محصول	کیفیت محصول	۰,۰۹۱	هزینه‌ها	۰,۱۵۳
زمان تحویل و سطح دسترسی محصول	قیمت محصول	۰,۰۶۳	موقعیت جغرافیایی	۰,۱۴

۰,۰۸۵	فرهنگ	۰,۰۷۳	قیمت محصول	جایگاه محصول در چرخه عمر
۰,۰۸۱	استراتژی‌های شرکت	۰,۱۱۱	استراتژی‌های شرکت	قوانین و مقررات در کشور هدف
۰,۰۳۷	استراتژی‌های شرکت	۰,۱۴۰	زمان تحویل و سطح دسترسی محصول	موقعیت جغرافیایی
۰,۰۷۷	قوانین و مقررات در کشور هدف	۰,۱۳۶	زمان تحویل و سطح دسترسی محصول	زیرساخت‌ها (راه آهن، بندر، مناطق آزاد و...)
۰,۰۵۴	موقعیت جغرافیایی	۰,۰۸۵	جایگاه محصول در چرخه عمر	فرهنگ
۰,۱۰۱	قوانین و مقررات در کشور هدف	۰,۱۱۰	تعامل با شرکای زنجیره تامین	سطح روابط سیاسی بین دو کشور
۰,۰۹۷	موقعیت جغرافیایی	۰,۱۰۴	تعامل با شرکای زنجیره تامین	نوع رابطه بین دو کشور (استراتژیک یا عادی)
۰,۰۶۶	قوانین و مقررات در کشور هدف	۰,۰۸۴	استراتژی‌های شرکت	میزان پایبندی دو کشور به قوانین بین‌المللی (همچون تحریم‌ها)
۰,۰۷۴	هزینه‌ها	۰,۱۲۳	تعامل با شرکای زنجیره تامین	عوامل زیرساختی
۰,۰۴۷	تجربیات گذشته	۰,۱۳۱	قیمت محصول	قوانین و مقررات در کشور مادر
۰,۰۸۲	قوانین و مقررات در کشور مادر	۰,۱۵۳	قیمت محصول	هزینه‌ها
۰,۰۷۹	قوانین و مقررات در کشور هدف	۰,۱۰۲	استراتژی‌های شرکت	عضویت در پیمان‌های تجاری

جدول (۱۱) عوامل تأثیر گذار و تأثیر پذیر در توسعه صادرات صنایع کوچک در شرایط تحریم به ترتیب

میزان تأثیر گذاری	شاخص	رتبه	عوامل تأثیر گذار
۰,۳۰۸	عوامل سیاسی	۱	عوامل تأثیر پذیر
۰,۱۷۹	عوامل مربوط به کشور هدف	۲	
۰,۰۸۴	عوامل مربوط به کشور مادر	۳	
۰,۴۶۸-	عوامل مربوط به محصول	۱	عوامل تأثیر پذیر
۰,۱۴۰-	عوامل درون شرکتی	۲	

## جدول (۱۲) شاخص‌های تأثیر گذار در توسعه صادرات صنایع کوچک در شرایط تحریم به ترتیب

شاخص‌ها تأثیر گذار	رتبه	شاخص	میزان گذاری	تأثیر
	۱	موقعیت جغرافیایی	۰,۸۵۸	
	۲	قوانین و مقررات کشور مادر	۰,۷۶۹	
	۳	هزینه ها	۰,۷۴۱	
	۴	تجربیات گذشته	۰,۷۲۰	
	۵	زیرساخت ها (راه آهن، بنادر و مناطق آزاد)	۰,۵۸۲	
	۶	عوامل زیر ساختی در کشور مادر	۰,۴۶۴	
	۷	منابع و امکانات شرکت	۰,۴۱۰	
	۸	قوانین و مقررات در کشور هدف	۰,۳۴۳	
	۹	عضویت در پیمان‌های تجاری	۰,۲۵۸	
	۱۰	فرهنگ	۰,۲۳۱	
	۱۱	میزان پایبندی دو کشور به قوانین بین المللی	۰,۲۰۹	
	۱۲	سطح روابط سیاسی بین دو کشور	۰,۰۸۶	
	۱۳	نوع رابطه بین دو کشور (استراتژیک یا عادی)	۰,۰۱۲	
شاخص‌های تأثیر پذیر	۱	قیمت محصول	۱,۳۹۳-	
	۲	زمان تحویل و سطح دسترسی محصول	۱,۲۸۶-	
	۳	کیفیت محصول	۱,۰۹۳-	
	۴	کمیت تولید و تنوع محصول	۰,۸۲۳-	
	۵	تعامل با شرکای زنجیره تامین	۰,۶۲۰-	
	۶	جایگاه محصول در چرخه عمر	۰,۲۵۴-	
	۷	نیروی انسانی متخصص	۰,۱۳۳-	
	۸	استراتژی‌های شرکت	۰,۰۸۰-	
	۱	قیمت محصول	۱,۳۹۳-	

با توجه به نتایج پژوهش یکی از عواملی که در توسعه صادرات در صنایع کوچک در شرایط تحریم باید به آن توجه بسیار ویژه ای شود شرایط مربوط به کشور هدف کرد. اولین گام در توسعه صادرات صنایع کوچک شناخت کامل کشور هدف می‌باشد که در این مورد پیشنهاد می‌شود تا قبل از انجام هر گونه اقدامی مطالعات اولیه در مورد تمامی عوامل موثری که می‌تواند باعث موفقیت صادرات در آن کشور شود مورد بررسی و موشکافانه تحلیل شود. پیشنهاد می‌شود یک گروه تحلیل گر بسیار قوی و متخصص و لزوماً افرادی که تجربه صادرات در کشور هدف را دارند با بررسی دقیق و همه جانبه تمامی زوایای کشور هدف از قبیل قوانین و مقررات گمرکی، زیرساخت های کشور، موقعیت جغرافیایی و ... امکان سنجی اولیه را انجام دهند. در بین تمامی شاخص‌های مربوط به کشور هدف شاخص موقعیت جغرافیایی اهمیت فوق العاده بالایی دارد. در واقع موقعیت جغرافیایی هم از وزن بسیار بالایی از نظر خبرگان برخوردار است و هم شاخص

بسیار تأثیر گذار بر سایر شاخص‌ها می‌باشد. موقعیت جغرافیایی مطلوب می‌تواند هم هزینه‌های نقل و انتقالات و ترانزیت کالا را کاهش دهد و هم شانس موفقیت صادرات یک کالا را در منطقه ای افزایش دهد. لذا پیشنهاد می‌گردد در انتخاب موقعیت جغرافیایی دقت بسیار ویژه‌ای شود و از تکنیک‌های مختلف جهت برآورد و تخمین هزینه‌ها به کشور هدف و تخمین میزان موفقیت فروش آن کالا در کشور هدف توسط تجربیات گذشته و تکنیک‌های شبیه سازی استفاده شود.

همچنین در نظر گرفتن شرایط سیاسی بین دو کشور در شرایط تحریم اجتناب ناپذیر است. در واقع شرایط سیاسی بین دو کشور از جمله اساسی ترین و کلیدی ترین شرط (شرط لازم) برای توسعه صادرات است و نبود آن باعث می‌شود تا توسعه صادرات در شرایط تحریم با شکست مواجه شود. اما بودن این شرط تضمین کننده موفقیت نیست لذا باید این شرط را شرط لازم برای توسعه صادرات دانست و شرایط کافی را در سایر عوامل جستجو کرد. لذا پیشنهاد می‌شود توسعه صادرات از کشور هایی که روابط دیپلماتیک نسبتاً خوبی با ایران دارند شروع شود. یکی از عواملی که در واقع اهمیت فوق العاده زیادی از نظر خبرگان دارند و جزء شاخص‌های کاملاً تأثیر پذیر از سایر شاخص‌ها می‌باشند، عوامل مربوط به محصول می‌باشند. در بین عوامل مربوط به محصول شاخص‌های کیفیت محصول و قیمت محصول از اهمیت نسبتاً بیشتری نسبت به سایر شاخص‌ها دارند. بنابراین محصولی که بتواند هم شاخص کیفیت را تضمین کند هم با قیمت مقرون به صرفه‌تری به بازارهای بین المللی عرضه شود مطمئناً می‌تواند موفقیت در صادرات در شرایط تحریم را افزایش دهد. لذا پیشنهاد می‌شود تا به شاخص‌های کیفیت و هزینه به صورت همزمان و با هم توجه شود و برنامه های عملیاتی برای بهبود آن‌ها توسط صنایع کوچک انجام شود. در تحقیقات آتی میتوان از روش پیشنهادی در این تحقیق بر روی کالاهای مصرفی، صنایع دستی، کالاهای تولیدی و ... و یا در حالت فازی استفاده نموده و نتایج حاصل از آن را با این تحقیق مقایسه نمود.

## منابع

۱. امین بیدختی، علی اکبر؛ زرگر، مجتبی (۱۳۹۰)، ماهنامه کار و جامعه، شماره ۱۳۸، ص ۳۵.
۲. حسنقلی پور، طهمورث؛ آقازاده، هاشم؛ مهدیزاده، ملیکا (۱۳۹۶)، شناسایی و اولویت‌بندی عوامل کلیدی موفقیت شرکت های صادرکننده سنگ های تزئینی ایران، فصلنامه بررسی های بازرگانی، شماره ۸۴ و ۸۵، ص ۴۹.
۳. سلیمانی، غلامرضا و همکاران (۱۳۹۴)، "رویکردها و مدل‌های توسعه صنایع کوچک در ایران"، انتشارات آیین محمود.
۴. سمعی نسب، مصطفی (۱۳۹۳)، دیپلماسی اقتصادی، راهبرد مقابله با تحریم‌های اقتصادی در منظومه اقتصاد مقاومتی، فصلنامه آفاق امنیت، سال هفتم، شماره بیست و پنجم، ص ۱۴۷-۱۱۵.
۵. شایقی، محمد (۱۳۸۶)، نقش صنایع کوچک و متوسط در توسعه صادرات کشور، تهران: انتشارات آریا.
۶. صدری نیا، محمد؛ میر اسدی، سمانه و ورنی، محسن (۱۳۸۸)، روش‌های مختلف تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط در مراحل مختلف دوره عمر، فصلنامه رشد فناوری، شماره ۱۹، صص ۲۱-۱۳.
۷. علمی، زهرا؛ احسانی، محمد علی؛ جاویدنیا، داود (۱۳۸۹)، تأثیر صنایع کوچک و متوسط بر رشد اقتصادی استان‌های ایران در دوره ی ۱۳۸۳-۱۳۸۵. پژوهشنامه اقتصاد کلان، سال هشتم، شماره ۱۵، صص ۳۴-۱۴.
۸. فتاح، بهزاد (۱۳۸۶)، سیاست های توسعه صنایع، تهران: انتشارات آذر.
۹. قره چی، منیژه. و شمشیری، فیروز. (۱۳۸۹). مزایای استفاده از خدمات شرکت های مدیریت صادرات در راهبردهای توسعه صادرات بنگاه های کوچک و متوسط. مطالعات مدیریت راهبردی، ۴. ۶۵-۸۵.

۱۰. گوهریان، محمد ابراهیم، (۱۳۷۹)، مدیریت صادرات غیر نفتی، چاپ دوم، انتشارات موسس مطالعات و پژوهشهای بازرگانی. وزارت تعاون.
۱۱. مرزبان، حسین؛ استادزاد، علی حسین(۱۳۹۴)، تأثیر تحریم‌های اقتصادی بر تولید و رفاه اجتماعی ایران: رهیافتی از الگوی رشد تعمیم یافته تصادفی، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی ایران، سال بیستم، شماره ۶۳، ص ۳۷-۶۹.
۱۲. مشبکی، اصغر؛ خادمی، علی اکبر(۱۳۹۱)، نقش برنامه‌های توسعه صادرات بر ارتقای عملکرد صادرات بنگاهها، فصلنامه بهبود مدیریت، سال ششم، شماره ۳، پیاپی ۱۷، ص ۹۸-۱۳۵.
۱۳. الهی، شعبان، حسن زاده، علیرضا، (۱۳۸۳)، بررسی نقش گمرک الکترونیکی در تسهیل صادرات، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۴۳، ص ۹۳-۱۲۰.
14. Acs, Z. J., Desai, S., & Hessels, J. (2008). Entrepreneurship, economic development and institutions. *Small business economics*, 31, 219-234.
15. Afesorbor, S. K. (2019). The impact of economic sanctions on international trade: How do threatened sanctions compare with imposed sanctions?. *European Journal of Political Economy*, 56, 11-26.
16. Bartolacci, F., Caputo, A., & Soverchia, M. (2020). Sustainability and financial performance of small and medium sized enterprises: A bibliometric and systematic literature review. *Business Strategy and the Environment*, 29(3), 1297-1309.
17. Brush, Candida G. (2015). Export Entry in Small Companies: Effects of Timing on Strategy and Performance." *Journal of Small Business Strategy*, 7:3, 53-68.
18. Chabowski, B., Kecec, P., Morgan, N. A., Hult, G. T. M., Walkowiak, T., & Runnalls, B. (2018). An assessment of the exporting literature: Using theory and data to identify future research directions. *Journal of International Marketing*, 26(1), 118-143.
19. Cheratian, I., Goltabar, S., & Farzanegan, M. R. (2022). Firms Persistence under Sanctions: Micro-Level Evidence from Iran. *The World Economy*.
20. Hafner-Burton, E. M., & Montgomery, A. H. (2008). Power or plenty: How do international trade institutions affect economic sanctions?. *Journal of conflict Resolution*, 52(2), 213-242.
21. Hassanvand, A. A., Hassanvand, D., & Nademi, Y. (2019). [Sanctions Impact on Non-Oil Exports of Iran (Persian)]. *Quarterly Journal of the Macro and Strategic Policies*, 6(4), 666-687. <http://dx.doi.org/10.32598/JMSP.6.4.666>
22. Kahrazeh, S., & Nikpour, N. (2019). Effects of International Sanctions on Exports in Iran with an Approach to Business Attraction. *International Journal of Resistive Economics*, 7(3), 1-14.
23. Li, C.-W., & Tzeng, G.-H. (2009). Identification of a threshold value for the DEMATEL method using the maximum mean de-entropy algorithm to find critical services provided by a semiconductor intellectual property mall. *Expert Systems with Applications*, 36(6), P.P. 9891–9898. doi:10.1016/j.eswa.2009.01.073.
24. Liu, H., You, J., Lu, C., & Chen, Y. (2015). Evaluating health-care waste treatment technologies using a hybrid multi-criteria decision making model. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 41, P.P. 932–942.
25. Navarro, A., Losada, F., Ruzo, E., & Díez, J. A. (2010). Implications of perceived competitive advantages, adaptation of marketing tactics and export commitment on export performance. *Journal of world business*, 45(1), 49-58.

26. Navazeni, B., & Rahmani, S. (2016). Investigating factors affecting the development of export performance in small and medium entrepreneur companies (Case Study: dried fruit exporting companies of Tehran Province). *INTERNATIONAL JOURNAL*.
27. Seringhaus, F. H., & Rosson, P. J. (1991). Export promotion and public organizations: state-of-the-art. *Export development and promotion: The role of public organizations*, 3-18.
28. Seringhaus, F. R., Seringhaus, R., & Rosson, P. J. (1990). *Government export promotion: A global perspective*. London; New York: Routledge.
29. Trostle, R. (2010). *Global agricultural supply and demand: factors contributing to the recent increase in food commodity prices* (rev. Diane Publishing).
30. Vijayakumar, S. (2013). Small and medium enterprise promotions for their growth in Srilanka. *International Journal on Global Business Management & Research*, 1(2), 46.
31. Yan, H., Wickramasekera, R., & Tan, A. (2018). Exploration of Chinese SMEs' export development: The role of managerial determinants based on an adapted innovation-related internationalization model. *Thunderbird International Business Review*, 60(4), 633-646.
32. Yeh-Yun Lin, & Zhang, J., (2005), "Changing Structures of SME Networks: Lessons from the Publishing Industry in Taiwan", *Long Range Planning*, No.38, pp.145-162.