



## عنوان مقاله: شناسایی موانع اقتصادی توسعه صادرات در شرکت سیمان صوفیان

رقیه رضائیان\* جعفر صادق فیضی<sup>2</sup>

1- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بین الملل، موسسه آموزش عالی آذربادگان، ایران، [sahar.rznn@gmail.com](mailto:sahar.rznn@gmail.com)

2- استادیار، عضو هیات علمی تمام وقت دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه، گروه مدیریت، [j.feizi@iaurmia.ac.ir](mailto:j.feizi@iaurmia.ac.ir)

### چکیده

هدف تحقیق حاضر بررسی موانع فرهنگی توسعه صادرات در شرکت سیمان صوفیان می باشد. این تحقیق با توجه به هدف تحقیق در زمره ی تحقیقات کاربردی قرار می گیرد. همچنین با توجه به اینکه داده ها بدون دستکاری گردآوری گردیده اند، تحقیق غیر آزمایشی و از نوع پژوهش های توصیفی - پیمایشی می باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل 130 نفر از کلیه مدیران و متخصصان، مشاوران، و کارشناسان فعال در صنعت سیمان صوفیان است که در زمینه صادرات سیمان فعالیت داشته یا به نوعی در مورد وضعیت آن، دارای اطلاعات مفیدی می باشند. روش نمونه گیری تحقیق از نوع تصادفی ساده و با توجه به محدود بودن جامعه آماری تعداد نمونه آماری 96 نفر بدست آمد.

در سطح استنباطی برای شناسایی عوامل موثر با تحلیل عاملی و با آزمون KMO، برای تعیین همبستگی و تاثیر گذاری از تکنیک حداقل مربعات جزئی و در نهایت با فرآیند تحلیل سلسله مراتبی فازی جهت وزن دهی و اولویت بندی، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج تحقیق نشان می دهد مشکلات قیمت گذاری، مشکلات مالی و ارزی، عدم سرمایه گذاری دولت در امر صادرات، چند نرخ بودن نرخ ارز، رقابت منفی و عدم ایجاد زیرساخت های مناسب صادراتی از طرف دولت از موانع اقتصادی توسعه صادرات در شرکت سیمان صوفیان می باشد.

**کلمات کلیدی:** موانع اقتصادی توسعه صادرات، صنایع سیمان، AHP فازی، شرکت سیمان صوفیان

### مقدمه

آنچه در دهه های اخیر بیش از پیش نمود پیدا کرده است، بین المللی شدن تجارت و روی آوردن شرکت ها به بازار جهانی است [1] تعداد فزاینده ای از شرکت ها در این فضا فرصت مناسبی برای گسترش فعالیت های بین المللی شان به منظور کسب اهدافی چون رشد، کسب سود و فروش، ایجاد تنوع برای ریسک های تجاری و حتی تلافی حضور خارجی ها در بازارشان، یافته اند [2] در این شرایط تقریباً تمام شرکت ها بدون توجه به اندازه آنها و صنعت در حال فعالیت یا ملیت شان با این واقعیت مواجه هستند و دریافته اند که انتخاب گزینه عدم فعالیت در بازارهای جهانی به زودی برای آنها دیگر وجود نخواهد داشت. در این راستا و در جهت توسعه تجارت، اقتصادها در سراسر جهان در حال پیچیدگی زدایی جهت دستیابی به بازارهای بین المللی و نیز آزاد سازی تجاری هستند [1] برای ورود به این بازار جهانی شرکت ها از رویکردهای مختلفی بهره گرفته اند که یکی از آنها رویکرد توسعه صادرات می باشد. از آنجایی که صادرات مستلزم به کارگیری کمترین منابع بوده، کمترین ریسک را دارد و نیز کمترین تعهد سازمانی را در پی دارد، لذا این رویکرد، معروفترین و آسانترین رویکرد اتخاذ شده توسط شرکتها در تلاش برای ورود و نفوذ به بازارهای خارجی می باشد [3]

آنچه از اهمیت ویژه ای برخوردار است توجه به این نکته اساسی است که انجام صادرات و فروش کالا در بازارهای خارجی از ظرایف و حساسیت های خاصی برخوردار است که عدم توجه به آنها ممکن است سرمایه گذاری های انسانی و مالی را در این خصوص به هدر دهد [4] می توان گفت که مجموعه گسترده ای از عوامل بر صادرات تاثیر گذار هستند. عواملی چون انگیزش، تجربه، رشد، نوع شرکت و رفتارهای صادراتی بر عملکرد صادراتی تأثیر دارند [5] علاوه بر آن پدیده های خارجی از قبیل تغییرات محیطی نیز می توانند به صورت غیرمستقیم بر صادرات اثرگذار باشند [6] مسائل صادراتی می توانند به صورت محدودیت های نگرشی، ساختاری، عملیاتی و سایر محدودیت هایی تعریف شوند که توانایی یک شرکت را برای اجراء توسعه یا تداوم عملیات بین المللی به تعویق می اندازند. مطالعات متعددی روی مسائل صادراتی از جوانب مختلف تمرکز کرده و مدل‌های متفاوتی را به کار برده اند [7]