

ارزیابی تاثیر برنامه‌های تشویقی صادرات بر عملکرد صادراتی صادرکنندگان استان آذربایجان شرقی

دکتر سیدصمد حسینی¹، اتابک حاجی‌اقراری*²، حسین پوراسماعیل³

1- استادیار گروه مدیریت دانشگاه تبریز sshtu2000@yahoo.com

2- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه تبریز atabakhajieqrari@gmail.com

3- دانشجوی دکتری مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز hossein.poursmaeil@gmail.com

چکیده: راهبرد تشویق صادرات به عنوان یکی از راهبردهای اصلی در راستای سیاست کلان رشد اقتصادی محسوب می‌شود. برنامه ها و فعالیت‌های متعددی نیز در این راستا انجام شده است، بررسی ها نشان می‌دهد که کشور ایران باوجود برخورداری از پتانسیل‌های بالای صادراتی، سهم کمی از بازارهای بین‌المللی را در اختیار دارد و اگرچه از زمان تدوین برنامه سوم توسعه، صادرات ایران روند صعودی به خود گرفته‌است، اما همچنان فاصله زیادی با شرایط مطلوب وجود دارد. به عقیده صاحب‌نظران مسائل اقتصادی دلیل این رشد تا حدودی می‌تواند از برنامه‌های تشویقی دولت ناشی شود. پژوهش حاضر با هدف بررسی این مسئله، شرکت‌های فعال در زمینه صادرات در استان آذربایجان شرقی را به عنوان جامعه آماری و مدیران و کارشناسان این شرکت‌ها را که شامل 52 شرکت می‌باشند را به عنوان نمونه آماری انتخاب نمود. جهت جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه شمس الدوحه و علی¹ (2006) و حاوی 36 گویه استفاده‌شد و برای جمع‌آوری اطلاعات عمدتاً از روش‌های مطالعه کتابخانه‌ای از جمله مطالعه کتب و نشریات، پایان نامه‌ها، مقالات داخلی و خارجی و جستجو در پایگاه‌های اطلاعاتی اینترنت و تحقیقات پیشین استفاده شد و چون مطالعه به صورت میدانی انجام شد، محقق جهت جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز این پژوهش پرسشنامه‌ها را به تعداد لازم تکثیر و با مراجعه حضوری و پرسشنامه الکترونیک که در شبکه‌های اجتماعی بین پاسخ‌دهندگان منتشر کرد، اقدام به جمع‌آوری داده کرد. داده‌های جمع‌آوری شده از طریق معادلات ساختاری با استفاده از دو نرم افزار Spss و Lisrel تجزیه و تحلیل گردید. نتایج حاصل از تحلیل نشان داد که رابطه بین دانش صادرات با درک مدیر از بازار صادرات، تعهد، استراتژی و عملکرد صادراتی نیز معنی‌دار بوده اما رابطه بین تعهد صادراتی و درک مدیر از بازار صادرات با استراتژی صادرات مورد تأیید نمی‌باشد. همچنین نشان داده شد که بکارگیری مشوق‌های صادراتی دولت بر استراتژی‌ها و عملکرد صادراتی، تعهد و درک مدیر از بازار صادرات شرکت‌های صادرکننده تأثیرگذار بوده و موجب ارتقای عملکرد صادراتی شرکت‌های صادرکننده می‌شود.

کلید واژه‌ها: برنامه‌های تشویقی صادرات، عملکرد صادراتی صادرکنندگان و استان آذربایجان شرقی

Abstract: Export encourages strategy considered as one of the main strategies in line with macro-economic growth policy. Also, in this regard numerous programs and activities done. Surveys show that despite the high export potential of Iran, it possess a small share of the international markets. Since formulation of the third program of development, Iranian exports had an uptrend, but still the gap is considerable with the pleasant position. Economic reasons of this situation, according to the scientists, relates to the government export encourage programs. The aim of this study was to evaluate the effect of export encourage programs on export performance of the east Azerbaijan exporters. Companies active in the export in Eastern Azerbaijan as the statistical community and managers and experts of the company that includes 52 enterprises are selected as the statistical sample. The questionnaire of abldohah and Ali Shams (2006) that contains 36 questions were used to collect the data. Spss and Lisrel soft wares used to data analysis. And to collect data, mainly, library research methods have been used, including books and publications, theses, domestic and foreign articles, online databases and previous studies; and, since the study was conducted as field study, to collect the required data the researcher reproduced the questionnaires in necessary numbers, and, aimed to collect data in meetings or by the use of electronic questionnaire published on social networks among respondents. The results of the analysis showed significant relationship between export knowledge with the understanding of market, commitment, strategy and export performance. The relationship between export commitment and understanding of market with export strategy is not approved. Also use of government export encourage has effect on export strategies and performance, commitment and management understanding of the market.

Key keyword: export encourage programs, exporter performance, East Azerbaijan