

تعاون، سال بیست و دوم، دوره جدید، شماره ۶، تابستان ۱۳۹۰

**اثر متغیرهای «اندازه بنگاه» و «سابقه صادراتی» بر موانع ادراک شده در
فرایند اداری-خدماتی صادرات
مطالعه موردی تعاونیهای شمال شرق کشور**

دکتر شمس‌الدین ناظمی^۱، دکتر علی شیرازی^۲، داوود خانی^۳

تاریخ پذیرش: ۹۰/۵/۲۳

تاریخ دریافت: ۸۹/۱۲/۱۰

چکیده

در طول دو دهه پیش، صادرات یکی از فعالیتهای اقتصادی محسوب شده که نسبت به دیگر فعالیتهای رشد بیشتری داشته است. همچنین در سطح شرکت، صادرات به عنوان امکانی برای فروش بیشتر، سودآوری بیشتر و استفاده از اقتصاد مقیاس برای کاهش هزینه‌های توسعه محصول و در نهایت، افزایش استاندارد زندگی برای مشتریان و بهبود کیفیت زندگی کاری کارکنان تلقی می‌شود. بنگاه‌های صادراتی پس از بازاریابی و تولید و آماده‌سازی محصول (بازرگانی محصول)، از راه تعامل با دستگاه‌های دولتی و خصوصی مختلف (نظیر گمرک، سازمان استاندارد، سازمان بازرگانی، اتاق بازرگانی، شرکتهای حمل و نقل و ...) فرایند

e-mail:nazemi_shm@um.ac.ir

۱. دانشیار گروه مدیریت دانشگاه فردوسی مشهد

e-mail:a-shirazi@um.ac.ir

۲. استادیار گروه مدیریت دانشگاه فردوسی مشهد

۳. کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی بین‌الملل، دانشگاه فردوسی مشهد

e-mail: davoud_khani@yahoo.com

صادرات و خروج محصول از کشور را طی می کنند. این بخش از فعالیتهای مربوط به صدور کالا از کشور را می توان تحت عنوان عوامل «اداری- خدماتی» صادرات نام برد.

در این راستا در پژوهش حاضر به تحلیل اثر تغییر «تجربه صادراتی» و «اندازه بنگاه» بر موانع فعالیتهای مختلف «اداری- خدماتی صادرات» از نگاه صادرکننده پرداخته خواهد شد؛ به عبارت دیگر ارزیابی صادرکننده از مجموع هزینههای مربوط به هر یک از فعالیتهای اداری- خدماتی صادرات اعم از هزینههای مربوط به نیروی کار، زمان و هزینههای مالی و این مسئله که آیا با تغییر تجربه و اندازه بنگاه تفاوت معناداری در موانع ادراک شده از هر یک از این فعالیتهای حاصل می شود یا خیر، بررسی و آزمون خواهد شد.

جامعه آماری این پژوهش کلیه بنگاههای تعاونی صادراتی مستقر در استانهای خراسان رضوی و خراسان شمالی را در بر می گیرد. روش پژوهش حاضر توصیفی و تحلیلی- پیمایشی است. به کمک نمونه گیری، دادههای مورد نیاز به صورت میدانی جهت آزمون فرضیه و دستیابی به هدف پژوهش، از تعداد ۵۴ بنگاه صادراتی از کل حجم جامعه آماری (۳۵۰ بنگاه) جمع آوری شد. بدین منظور پرسشنامه‌ای با رجوع به منابع کتابخانه‌ای، سازمانهای متولی امور اداری- خدماتی صادرات، صادرکنندگان خبره و استادان دانشگاهی تدوین شد که ضریب آلفای کرونباخ آن به میزان ۰/۸۴ محاسبه گردید.

ابزارهای مختلف آمار توصیفی و آمار استنباطی (ناپارامتریک)، به منظور آزمون فرضیات در نرم افزار آماری SPSS به کار گرفته شد. آزمون «کروسکال والیس» برای بررسی اثر «سابقه صادراتی» بر موانع فعالیتهای فرایند «اداری- خدماتی» و آزمون «من-ویننی» نیز برای سنجش اثر «اندازه بنگاه» بر فرایند مذکور مورد استفاده قرار گرفت.

نتایج آزمونهای مختلف نشان می دهند موانع ادراک شده از دو فعالیت «انتقال ارز به کمک صرافیها و ارتباطات شخصی» و «حل و فصل دعاوی» با افزایش سابقه صادراتی تغییر کرده و کاهش پیدا می کند. از سوی دیگر «اندازه بنگاه» در تغییر موانع ادراک شده از فعالیتهای اداری- خدماتی صادرات بی تأثیر است.

کلید واژه‌ها:

اندازهٔ بنگاه، سابقهٔ صادراتی، فرایند اداری، خدماتی، موانع ادراک شده از فعالیتهای اداری - خدماتی صادرات

مقدمه

داد و ستد کالا میان افراد بشر و جوامع مختلف از دیر باز تابع ضوابط و قواعد مشخصی بوده است، هر چند این ضوابط یا مقررات ممکن است بسیار ساده و ابتدایی باشند و شکل مدون و مکتوب نداشته باشد. به مرور زمان با رشد جوامع و رونق و توسعهٔ هر چه بیشتر داد و ستد، شرایط و مقررات تجارت از اهمیت و اعتبار لازم برخوردار شده و دولتها با اهدافی نظیر «ایجاد نظم و برقراری ضابطه در امر مبادلات خارجی»، «کسب درآمدهای ارزی»، «حفظ مصالح جامعه»، «حمایت از حقوق مصرف کننده»، «پشتیبانی از صنایع نوپا»، «جلوگیری از رقابتهای ناسالم» و «حفظ سطح اشتغال» و در پاره‌ای موارد «ملاحظات سیاسی»، به تدوین و تصویب مقرراتی دست زدند که «اصول و قواعد تجارت» یا «مقررات صادرات و واردات» نامیده شده است (دعایی، ۱۳۸۵، ۷۹).

اما افزایش بی‌رویهٔ قوانین و مقررات دست و پاگیر، نه تنها بازرگانان را دچار سردرگمی و یأس می‌کند، بلکه کارمندان و مدیران آنها و حتی قانونگذاران را از درک صحیح قوانین مختلف عاجز می‌سازد. البته این نکته نیز قابل ذکر است که همیشه وجود مقررات موجب پیدایش تشریفات نمی‌شود و گاه فقدان مقررات و روشهای روشن و ممیز زمینه‌ساز ایجاد تشریفات خودساخته است.

انواع سازمانهای دست اندرکار امر صادرات که می‌توانند در تسهیل و تسریع امر صادرات در کشورمان مؤثر باشند عبارتند از: اتاق بازرگانی، سازمان بازرگانی، گمرک، بانکها، شرکتهای بیمه، شرکتهای حمل و نقل، شرکتهای بازرسی، سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی، سازمان صنایع و معادن، سازمان جهاد کشاورزی، سازمان انرژی اتمی، شرکت پست و

شرکت مخابرات. دستگاه‌های مذکور (پس از تولید کالا) فعالیت‌هایی به منظور صدور محصول انجام می‌دهند که در این پژوهش فعالیت‌های «اداری- خدماتی» صادرات خوانده می‌شوند. از نگاه صادرکننده، هر یک از فعالیت‌های صورت گرفته در این دستگاه‌ها برای صدور محصول، با توجه به میزان صرف زمان، انرژی و هزینه صورت گرفته، از یک میزان مانع برخوردار است. این پژوهش با بررسی ادبیات موضوع و با نظر سنجی از صادرکنندگان اثر «اندازه بنگاه» و «تجربه صادراتی» را بر موانع هر یک از فعالیت‌های «اداری- خدماتی» صادرات بررسی می‌کند.

اهداف و فرضیات پژوهش

اهداف پژوهش عبارتند از:

۱. تحلیل اثر تجربه صادراتی بر موانع ادراک شده از فعالیت‌های «اداری- خدماتی» صادرات تعاونیها؛
۲. بررسی تأثیر اندازه بنگاه در موانع ادراکی از فعالیت‌های «اداری- خدماتی» بنگاه‌های صادراتی تعاونی.

و فرضیه‌های پژوهش عبارتند از:

۱. تجربه صادراتی بنگاه‌های تعاونی در موانع ادراک شده از هر یک از فعالیت‌های «اداری- خدماتی» پیش روی آنها مؤثر است.
۲. موانع ادراک شده از فعالیت‌های «اداری- خدماتی» بنگاه‌های تعاونی با تغییراندازه بنگاه صادراتی تفاوت می‌کند.

طرح مسئله

از دیرباز انگیزه‌ها و منافع صادرات همواره مورد توجه اقتصاددانان بوده به گونه‌ای که بعضی از دیدگاه‌های آنها حتی با توجه به قدمت ابراز آنها، هنوز هم تازگی خود را حفظ نموده است. برای مثال نظریات اندیشمند بزرگ علم اقتصاد، جان استوارت میل، که با نقل قول

و الهام از «دیوید ریکاردو» در قرن نوزدهم ارائه شد، به طور خلاصه شامل موارد زیر می‌باشد (هاشمیان اصفهانی، ۱۳۸۴، ۳۷-۳۸):

۱. به وسیله صادرات، یک کشور قادر به وارد کردن کالاهایی خواهد شد که خود نمی‌تواند تولید کند.

۲. با توسعه صادرات، نیروهای مولد جهانی در مکانها و بخشهایی به کار گرفته می‌شوند که از کارایی و بهره‌وری بیشتری برخوردار شوند و در نتیجه تولید جهانی به حداکثر میزان خود برسد.

۳. توسعه صادرات به‌طور طبیعی موجب کاهش قیمت‌های می‌شود و در نهایت مصرف‌کنندگان از آن منتفع می‌گردند.

۴. گسترش و تشویق صادرات عاملی است که موجب سازمان‌دهی تولید برای بازارهای بزرگتر می‌گردد و در نتیجه روشهای تولیدی مناسبتر و کم‌هزینه‌تر به دلیل فشرده‌گی رقابت در آن بازارها، به کار گرفته می‌شود.

۵. حقیقت این است که تولید بیشتر در یک مکان به هر روشی که باشد، در افزایش موجودی نیروهای مولد جهان مؤثر واقع می‌شود.

بنابراین توسعه صادرات موجب افزایش درآمد و اشتغال می‌شود و به‌علت صرفه‌جویی‌های ناشی از مقیاس یا بهبود روشهای تولیدی، کارایی و بهره‌وری عوامل تولید را ارتقا می‌دهد. در این راستا چنانچه ظرفیتهای استفاده نشده تولید و اشتغال در کشورهای در حال توسعه وجود داشته باشد (که عملاً وجود دارد) افزایش تولید و صادرات نه تنها قیمت‌های داخلی را افزایش نمی‌دهد، بلکه افزایش کارایی، صرفه‌جویی‌های مقیاس و بهبود تکنیکهای تولید، میزان تولید داخلی را (حتی با داده‌های ثابت) گسترش می‌دهد و قیمت‌های کالاهای تولید شده در داخل کشور را کاهش می‌دهد (هاشمیان اصفهانی، ۱۳۸۴، ۳۸).

فرایند صدور کالا را می‌توان به دو بخش عمده تقسیم نمود:

۱. بازاریابی، عقد قرارداد و تهیه و بسته‌بندی کالا؛

۲. بازرگانی (ارسال کالا به مشتری) (مولوی خراسانی، ۱۳۸۲، ۷۰).

یک بنگاه صادراتی پس از بازاریابی و تولید و آماده‌سازی محصول، در فرایند خروج کالا از کشور (بازرگانی محصول)، با امور بازرگانی مختلفی مواجه می‌شود که می‌توان آن را عوامل خارجی مؤثر بر موفقیت صادراتی بنگاه نامید. حال این سؤال اساسی مطرح می‌شود که در حالی که محصول، تولید شده و آماده صدور است، آیا «تجربه صادراتی» و «اندازه بنگاه» به عنوان دو متغیر تعدیل‌گر، می‌توانند در میزان موانع ادراک شده برای هر یک از فعالیتهای اداری - خدماتی صادرات تأثیر گذار باشند؟

در مطالعات انجام شده مرتبط با ادبیات موضوع تحقیق، تأثیر متغیرهای اندازه و سابقه در موانع فعالیتهای اداری و خدماتی صادرات به اشکال مختلف مورد بررسی قرار گرفته است. کریک و چادری (Crick & Chaundhry, 1997, 11) در پژوهشی که در خصوص مشکلات صادراتی صادرکنندگان انگلیسی انجام دادند، تأثیر اندازه بنگاه بر مقدار مشکل احساس شده از نظر مدیران را بررسی کردند که در هیچ‌یک از مشکلات «تهیه و تنظیم اسناد صادراتی مورد نیاز»، «انجام فعالیتهای مربوط به حمل و نقل»، «بیمه» و «انتقال ارز» (که از دسته فعالیتهای اداری - خدماتی اند) تفاوت معناداری میان شرکتهای بسیار کوچک (۱-۱۰ نفر کارکن) شرکتهای کوچک (۱۱-۵۰ نفر کارکن)، و شرکتهای متوسط (۱۲-۲۵۰ نفر کارکن) مشاهده نکردند، بلکه در زمینه مشکلات مربوط به فعالیتهایی نظیر «جمع‌آوری اطلاعات بازار» و «فعالیت فروش»، «کسب اطلاعات تجاری لازم»، «برقراری ارتباط»، و «تأمین مالی» (که در زمره فعالیتهای اداری - خدماتی صادرات نیستند) با تغییر اندازه بنگاه تفاوت مشاهده کردند.

در مطالعه‌ای که توسط لئونیدو (Leonidou, 2000, 140) در زمینه بررسی اثر سابقه صادرات و تجربه صادراتی بر موانع صادرات کشور در حال توسعه قبرس انجام شد، نتایج زیر حاصل گردید (جدول ۱):

جدول ۱. نتایج بررسی آماری تأثیر یا عدم تأثیر عوامل تجربه و اندازه بنگاه بر موانع

صادراتی

موانع صادراتی						شرح
فشارهای رقابتی	مشکلات اجرایی و ورود به بازارهای خارجی	بی‌علاقگی و بی‌توجهی دولت	قوانین و دیوانسالاری صادرات	تفاوت‌های محیطی	محدودیت‌های منابع شرکت	
-	✓	✓	✓	✓	✓	تجربه صادراتی (زیر ۱۰ سال/ بالای ۱۰ سال)
-	✓	-	-	-	-	تعداد کارکنان (زیر ۵۰ نفر/ بالای ۵۰ نفر)

* منبع: لئونیدو، ۲۰۰۰، ۱۴۰

با توجه به جدول ۱، تجربه صادراتی با تأثیر در پنج طبقه از موانع، بیشترین نقش را در تغییر موانع صادراتی دارد. یکی از این موانع پنج‌گانه، قوانین و دیوانسالاری صادرات است. همچنین مطابق این جدول، عامل تعداد کارکنان در مشکلات مربوط به قوانین و دیوانسالاری صادراتی بی‌تأثیر است.

پژوهش دیگری که توسط مجوچی و همکارانش (Majocchi & et al., 2005, 734) در زمینه آزمون تأثیر اندازه بنگاه و تجربه صادراتی بر کارایی صادرات در شرکتهای تولیدی ایتالیا طی سالهای ۱۹۹۷-۲۰۰۱ صورت گرفت، نشان داد که رابطه مثبت میان افزایش اندازه بنگاه و تجربه صادراتی با کارایی صادرات وجود دارد. مطابق این تحقیق، تجربه مرتبط با صادرات موجب افزایش عملکرد مثبت صادراتی است نه سن بنگاه.

با توجه به بررسیهای صورت گرفته، تأثیر متغیرهای تعدیل‌گر اندازه بنگاه و تجربه صادراتی در مسائل صادراتی بنگاه‌ها تا کنون در ایران بررسی نشده است.

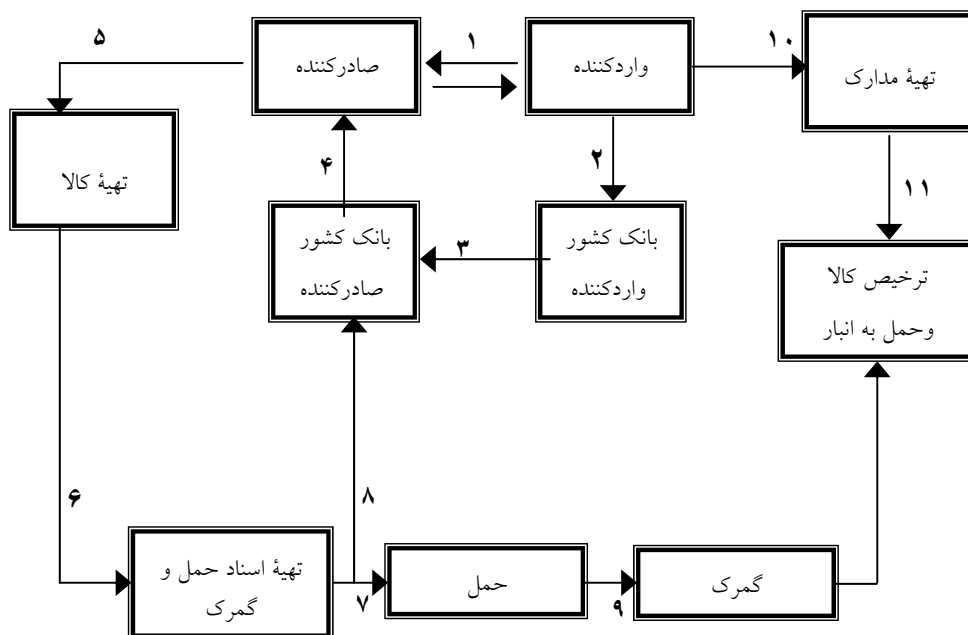
همچنان که مطالعات تأیید می‌کند می‌توان گفت مسئله بررسی موانع صادراتی، مسئله چند بعدی است، ضمن اینکه تابعی است از ویژگیهای سطح بنگاه نظیر کمبود تجربه کاری کارکنان (Crick & Chaudhry, 5, 1997).

مبانی نظری تحقیق

فرایند صادرات

صادرات عبارت است از عمل خارج کردن کالا از قلمرو گمرکی کشور (گمرک جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۹، بخش صادرات، پاراگراف ۲). قلمرو گمرکی کشور، مناطقی از قلمرو کشور است که در آنها مقررات گمرکی آن کشور به طور کامل اجرا می‌شود. اگر کشوری دارای مناطق آزاد تجاری-صنعتی نباشد، تمام قلمرو سیاسی آن کشور، قلمرو گمرکی آن نیز خواهد بود (زینال زاده، ۱۳۸۵).

می‌توان صادرات را در یک تقسیم‌بندی کلی به دو بخش: «بازاریابی و عقد قرارداد با مشتری و تهیه محصول» و «امور بازرگانی (ارسال محصول به مشتری)» تفکیک نمود. شکل ۱ شمایی کلی از این فرایند را نشان می‌دهد.



شکل ۱. شمای کلی از فرایند مبادله کالا (گوهریان، ۱۳۷۹؛ زینال زاده، ۱۳۸۵)

ارقام درج شده در شکل ۱ ترتیب عمومی تعاملات میان بخشهای مختلف دست‌اندرکار در فرایند مبادله محصول را نشان می‌دهد. ماهیت محصول مبادله شده، سیاست بنگاه‌های طرف معامله، سیاستهای تجاری دو کشور، امکانات موجود در فرایند مبادله و شرایط خاص زمانی و مکانی می‌توانند ترتیبات مذکور را با تغییر مواجه سازند.

مطابق آنچه در شکل ۱ نشان داده شده است، پس از تعامل میان خریدار محصول در کشور مقصد با فروشنده محصول در کشور مبدأ (فعالتهایی نظیر ارسال مشخصات محصول و بهای آن، پروفورما و نمونه کالا)، سفارش خرید و عقد قرارداد فروش صورت می‌پذیرد (گوهریان، ۱۳۷۹؛ زینال زاده، ۱۳۸۵).

در ادامه این فرایند، به منظور تبادل ارز حاصل از صادرات، درخواست گشایش اعتبار توسط واردکننده به بانک کشور خود ارسال می‌شود و به دنبال ارسال اعتبار اسنادی به بانک کشور صادرکننده از سوی بانک کشور واردکننده، صادرکننده محصول با اطلاع از وصول اعتبار اسنادی توسط بانک مبدأ اقدام به تهیه کالا، انعقاد قرارداد (های) حمل و تهیه مدارک لازم جهت صدور محصول (شامل: مجوز صادرکننده، اظهارنامه صادراتی، سیاهه تجارتي، بارنامه کالا، سیاهه کنسولی، گواهی مبدأ، گواهی بازرسی، رسید بندرگاه و ...) می‌کند و با ارسال کالا به سمت مقصد توسط شرکت (های) حمل و نقل، تهیه اسناد مورد نیاز جهت دریافت وجه کالا (نظیر اسناد حمل و نقل) و اخذ وجه مطابق قرارداد، از سوی صادرکننده انجام می‌گیرد (همان منبع).

موانع اداری - خدماتی صادرات

بر اساس مبانی نظری و مطالعات صورت گرفته توسط محقق در زمینه موانع پیش روی صادرکننده و تقسیم‌بندی‌های صورت گرفته از موانع صادراتی، می‌توان عوامل مؤثر بر «کمیت و کیفیت صدور محصولات غیرنفتی» را در دو طبقه کلی «موانع صادراتی در داخل کشور» و «موانع بین‌المللی» جای داد.

موانع صادرات در داخل کشور خود به سه دسته تحت عناوین «موانع درون بنگاه» که به مسائلی نظیر کیفیت عوامل تولیدی بنگاه می‌پردازد، «موانع اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، جمعیتی، طبیعی» که به مسائلی نظیر پدیده‌های طبیعی، عملکرد رقبا و مقررات اداری در کشور مقصد اشاره می‌کند و «موانع اداری- خدماتی» قابل تقسیم است. موانع اداری- خدماتی صادرات به دیوانسالاری و هزینه‌های بنگاه در فرایند صادرات محصول پس از تولید اشاره می‌کند که در بخشهای زیر مورد پژوهش قرار می‌گیرد:

- تهیه و تمدید کارت بازرگانی و گواهی مبدأ که توسط اتاق تعاون و سازمان بازرگانی انجام می‌پذیرد (نادری و دیگران، ۱۳۷۱).

- دریافت مجوزهای صدور محصول از سازمانهای متولی نظیر اداره کل استاندارد، جهاد کشاورزی، دامپزشکی، سازمان انرژی اتمی و ... (نادری و دیگران، ۱۳۷۱؛ سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۷۸).

- شناسایی و عقد قرارداد با شرکتهای حمل، تحویل محموله، صدور بارنامه و بیمه نامه (راشدی اشرفی، ۱۳۸۶).

- انجام تشریفات لازم در گمرک مبدأ و گمرک مرز (فتحی، ۱۳۸۱؛ سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۷۸).

- مسائل مربوط به دعاوی تجاری (اسماعیلی، ۱۳۸۹).

- انتقال ارز حاصل از صادرات محصول به داخل کشور (ترابی و وصالی، ۱۳۸۸،

بخش ب، پاراگراف ۱).

- استفاده از امکانات ارتباطی نظیر ایمیل، تلفن و پست (نادری و دیگران، ۱۳۷۱).

چارچوب نظری

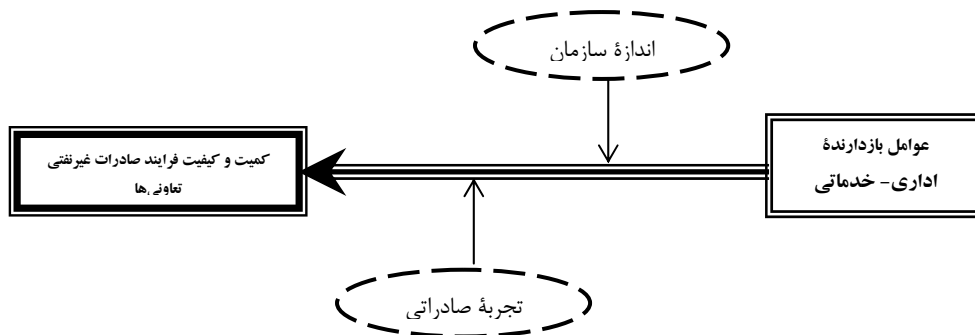
با توجه به مطالب پیشگفته موانع صادراتی را می‌توان در چهار دسته کلی تقسیم بندی

نمود.

هدف اصلی این تحقیق، شناسایی اثر دو عامل اندازه و سابقه صادراتی بر موانع موجود در فرایند «اداری- خدماتی صادرات» است که یکی از عوامل چهارگانه مؤثر در فرایند صادرات غیرنفتی می‌باشد. این دسته از موانع با «دوباره کاری‌ها»، «تأخیر در پاسخ‌گویی» و «رفت و برگشت‌های مکرر» موجب پیامدهایی نظیر آسیب‌دیدگی کالا، رکود سرمایه و سلب اعتبار صادرکننده نزد مشتری می‌گردد و با صرف انرژی، هزینه و زمان بر کاهش «کمیت و کیفیت فرایند صادرات و محصول صادراتی» تأثیر می‌گذارد.

اما صادرات نیازمند منابع و ابزارهای نسبتاً مهمی در زمینه مالی، مدیریتی و سازمانی است که نتایج فعالیتهای صادراتی با توجه به موجودی آن منابع می‌تواند تغییر کند. اگرچه صادرات فرصت مناسبی برای رشد و ترقی انواع بنگاه‌هاست، اما ارتباط میان «کارایی صادراتی» و «اندازه بنگاه» به مدت طولانی مورد بحث بوده است (Majocchi & et al., 2005, 720). در این راستا افزایش اندازه بنگاه بر اثر بالا رفتن ابزارهای مالی، مدیریتی و سازمانی، بررسی این ارتباط را توجیه‌پذیر می‌سازد.

آشنایی با قوانین بومی کشور و شیوه‌های برخورد مناسب با دیوانسالاری داخلی نیز در زمره آگاهی‌هایی است که با افزایش «تجربه بنگاه» بر آگاهی در این زمینه‌ها نیز افزوده می‌گردد؛ بنابراین بررسی ارتباط میان «تجربه صادراتی» و نیز نوع مسائلی که بنگاه در فرایند دیوانسالاری صادراتی در داخل کشور با آن مواجه است، مناسب به نظر می‌رسد. از این رو در بخش دوم این پژوهش به بررسی تأثیر این دو متغیر در موانع اداری- خدماتی صادرات پرداخته خواهد شد.



شکل ۲. مدل مفهومی تحقیق

روش شناسی پژوهش

جامعه و نمونه مورد مطالعه

جامعه آماری این پژوهش، کلیه بنگاه‌های تعاونی صادراتی مستقر در استانهای خراسان رضوی و خراسان شمالی است. مدیران صادرات بنگاه‌های صادراتی، به عنوان پرسش‌شوندگان مدنظر قرار گرفتند.

به منظور برآورد حجم نمونه در این پژوهش، با توجه به محدود بودن حجم جامعه (۳۵۰ بنگاه تعاونی صادراتی)، از فرمول زیر استفاده شد و به منظور برآورد واریانس جامعه، پیش‌نمونه‌گیری از تعداد ۲۰ بنگاه صادراتی انجام گرفت:

$$n_0 = \frac{N z_{\alpha}^2 \delta^2}{(N-1)e^2 + z_{\alpha}^2 \delta^2} = \frac{350 \times (1/96)^2 \times 11/82}{(350-1) \times (0/85)^2 + (1/96)^2 \times 11/82} = 53/43$$

بنابراین، تعداد ۶۵ بنگاه تعاونی صادراتی به کمک نمونه‌گیری تصادفی انتخاب و در پژوهش شرکت داده شدند که از این تعداد، پرسشنامه‌های ۵۴ بنگاه صادراتی به طور کامل دریافت شد و در تحلیلها مورد استفاده قرار گرفت.

۱۹ (۳۵٪) بنگاه پاسخ دهنده از استان خراسان شمالی و مابقی از استان خراسان رضوی بودند. ۱۹ بنگاه (۳۵٪) از نمونه‌ها نیز سابقه صادراتی کمتر از پنج سال، ۱۴ بنگاه (۲۵٪) سابقه

صادراتی پنج تا ده سال و ۲۱ بنگاه (۴۰٪) نیز بیش از ده سال سابقه‌ی صادراتی داشتند. حداقل ۴۸٪ از پاسخگویان محصول خود را به ترکمنستان صادر نموده و دست کم ۳۵٪ به افغانستان صادرات داشته‌اند.

ابزار جمع‌آوری داده‌ها

اطلاعات لازم در این پژوهش از دو شیوه «مراجعه به اسناد و مدارک» و «پرسشنامه» جمع‌آوری گردید. در بخش کتابخانه‌ای، از آمارهای رسمی، نتایج پژوهشهای صورت گرفته در زمینه‌ی صادرات و آخرین تحولات اداری-خدماتی صادرات، با رجوع به منابع معتبر اینترنتی و کتب و مقاله‌های مجلات معتبر داخل و خارج کشور بهره‌برداری گردید. در بخش میدانی، از پرسشنامه‌ی محقق‌ساخته‌ای استفاده گردید که با رجوع به منابع کتابخانه‌ای، سازمانهای متولی امور اداری-خدماتی صادرات، صادرکنندگان خبره و دانشگاهی تدوین شد.

پرسشنامه‌ی تحقیق حاضر شامل دو بخش است: در بخش اول ویژگیهایی از بنگاه صادرکننده مخاطب و فعالیت صادراتی آن، از جمله «سابقه‌ی صادرات» و «استان محل فعالیت»، مورد سؤال قرار گرفته است و در بخش دوم، فعالیتهایی که یک صادرکننده در بخش اداری-خدماتی با آن درگیر است، فهرست شده‌اند. مقابل هر فعالیت، طیفی یازده قسمتی که امکان انتخاب موانع فعالیت متناظر را از صفر تا ده به مخاطب می‌دهد، قرار داده شده است. انتخاب عدد بالاتر برای هر فعالیت، نشاندهنده‌ی موانع بیشتر برای آن عمل از نظر پاسخ‌دهنده است. به منظور سنجش پایایی، میزان ضریب آلفای کرونباخ در پیش‌نمونه (تعداد ۲۰ عدد) ۸۷ درصد و در کل نمونه‌ها ۸۴ درصد به دست آمد.

نتایج و بحث

در خصوص بهره‌گیری از آمار استنباطی به منظور اثبات فرضیه‌ها، از آنجا که تعداد نمونه‌ها در گروه‌های مقایسه از ۳۰ عدد کمتر است، از آزمون ناپارامتریک مناسب بهره گرفته

شده است (میرزایی و مدیرشها، ۱۳۸۶، ۱۰۹؛ والیمن، ۱۳۸۷، ۱۲۶). گفتنی است با توجه به اینکه آزمونهای ناپارامتریک را بدون هیچ پیش فرضی می توان مورد استفاده قرارداد (حسینی، ۱۳۸۲، ۳۳)، بنابراین امکان استفاده از آزمونهای ناپارامتریک برای کلیه فرضیه های این پژوهش وجود دارد (همان منبع، ۹).

۱. آزمون فرضیه های پژوهش

متغیرهای مورد استفاده در آزمونها در سه بخش کلی «متغیرهای موانع ادراک شده از فعالیتهای اداری - خدماتی صادرات»، «متغیر گروه سابقه صادراتی» و «متغیر گروه اندازه بنگاه» در جدول ۲ به تفصیل بیان شده اند.

جدول ۲. متغیرهای مورد استفاده در پژوهش و شیوه سنجش هر متغیر

متغیرهای موانع ادراک شده از فعالیتهای اداری - خدماتی صادرات							
(گمرک مرز) تطبیق محموله با پروانه صادر شده	(گمرک مبدأ)، ارزیابی کالا، پلمپ وسیله حامل کالا و ...	(گمرک مبدأ) ارائه تقاضای ارزیابی کالا و ...	شناسایی و عقد قرارداد با شرکت حمل	انتقال ارز به کمک صرافیه و ارتباطات شخصی	انتقال ارز توسط بانک	تهیه گواهی مبدأ	تهیه (تمدید) کارت بازرگانی
	حل و فصل دعاوی	شناسایی و عقد قرار داد، و ... با شرکت بازرسی	صدور سایر گواهیها و استانداردهای مورد درخواست مشتری	صدور گواهی و استاندارد اجباری	شرکت مخابرات	شرکت (های) پستی...	(گمرک مرز) خروج کالا از کشور
شیوه سنجش:							
طیفی یازده قسمتی برای هر متغیر امکان انتخاب میزان موانع هر فعالیت متناظر را از صفر تا ده به مخاطب می دهد.							
متغیر گروه «سابقه صادراتی»							
شیوه سنجش:							
با توجه به اطلاعات دریافتی از بخش اول پرسشنامه، هر عضو صادرکننده از جامعه نمونه در یکی از سه گروه «کمتر از ۵ سال»، «۵ تا ۱۰ سال»، و «بیشتر از ۱۰ سال» سابقه صادراتی جای گرفت.							
متغیر گروه «اندازه بنگاه»							
شیوه سنجش:							
با توجه به اطلاعات دریافتی از بخش اول پرسشنامه، هر عضو صادرکننده از جامعه نمونه در یکی از دو گروه «کمتر از ۵۰ نفر» و «بیشتر از ۵۰ نفر» جای گرفت.							

۱.۱. بررسی فرضیه اول

فرضیه‌های آزمون به صورت زیر مطرح می‌شوند:

تفاوت معناداری در میانگین موانع فعالیت اداری- خدماتی صادراتی i ام در هر یک از سه گروه «سابقه صادراتی» وجود ندارد (H_0).

میانگین میزان موانع فعالیت اداری- خدماتی صادراتی i ام در حداقل دو گروه از سه گروه «سابقه صادراتی»، با یکدیگر متفاوت است (H_1).

برای بررسی این فرضیه، اثر تجربه صادراتی در سه گروه «کمتر از ۵ سال»، «۵ تا ۱۰ سال» و «بیشتر از ۱۰ سال» بر میزان موانع ادراک شده از هر یک از فعالیتهای اداری- خدماتی صادراتی بررسی شده است (جدول ۳).

با توجه به آنچه بیان شد، برای تعداد نمونه کمتر از ۳۰ باید از آزمون ناپارامتریک استفاده کرد. با توجه به اینکه ارزیابی سه گروه مستقل (سابقه صادراتی) بر مبنای متغیر «میزان موانع ادراک شده برای هر فعالیت» (که دارای مقولات زیادی است) انجام می‌گیرد و از آنجا که موانع در مقیاسی پیوسته امتیازدهی می‌شوند و بنابراین به منظور بررسی این فرضیه، از آزمون «کروسکال-والیس» استفاده شد (جدول ۴) (حسینی، ۱۳۸۲، ۱۱۲).

جدول ۳. فراوانی آماره‌های توصیفی بر حسب سابقه صادراتی پاسخ‌دهندگان

میانگین رتبه	سابقه صادراتی (x)	فعالیت اداری - خدماتی صادرات	میانگین رتبه	سابقه صادراتی (x)	فعالیت اداری - خدماتی صادرات
۱۷/۸۱	(x<۵)	شرکت (های) پستی...	۲۶/۰۳	(x<۵)	تهیه (تمدید) کارت بازرگانی
۱۱/۷۱	(۵<x<۱۰)		۳۲/۲۵	(۵<x<۱۰)	
۱۱/۵۰	(۱۰<x)		۲۵/۶۸	(۱۰<x)	
۲۳/۸۸	(x<۵)	شرکت معابر	۲۶/۴۱	(x<۵)	تهیه گواهی مبدأ
۲۵/۴۶	(۵<x<۱۰)		۲۷/۳۸	(۵<x<۱۰)	
۲۵/۶۸	(۱۰<x)		۲۳/۵۰	(۱۰<x)	
۱۸/۲۹	(x<۵)	صدور گواهی و استاندارد اجباری	۱۷/۵۰	(x<۵)	انتقال ارز توسط بانک
۲۲/۸۵	(۵<x<۱۰)		۱۸/۲۷	(۵<x<۱۰)	
۲۳/۲۵	(۱۰<x)		۲۴/۲۳	(۱۰<x)	
۱۶/۶۹	(x<۵)	صدور سایر گواهی‌ها و استانداردهای مورد درخواست مشتری	۱۶/۷۰	(x<۵)	انتقال ارز به کمک صرافیه‌ها و ارتباطات شخصی
۱۳/۶۱	(۵<x<۱۰)		۲۶/۶۵	(۵<x<۱۰)	
۱۰/۵۶	(۱۰<x)		۲۳/۸۳	(۱۰<x)	
۱۲/۱۷	(x<۵)	شناسایی و عقد قرار داد و ... با شرکت بازرسی	۲۵/۷۴	(x<۵)	شناسایی و عقد قرار داد با شرکت حمل
۹/۱۷	(۵<x<۱۰)		۲۷/۰۰	(۵<x<۱۰)	
۸/۸۶	(۱۰<x)		۲۲/۷۵	(۱۰<x)	
۷/۰۰	(x<۵)	حل و فصل دعاوی	۲۵/۹۷	(x<۵)	(گمرک مبدأ) ارائه تقاضای ارزیابی کالا و ...
۱۶/۸۵	(۵<x<۱۰)		۲۷/۶۱	(۵<x<۱۰)	
۱۳/۹۶	(۱۰<x)		۲۷/۴۱	(۱۰<x)	
			۳۰/۵۳	(x<۵)	(گمرک مبدأ) ارزیابی کالا، پلمپ وسیله حامل کالا و ...
			۲۶/۰۴	(۵<x<۱۰)	
			۲۴/۸۹	(۱۰<x)	
			۳۰/۶۴	(x<۵)	(گمرک مرز) تطبیق محموله با پروانه صادر شده
			۲۲/۳۲	(۵<x<۱۰)	
			۲۴/۲۵	(۱۰<x)	
			۲۳/۳۸	(x<۵)	(گمرک مرز) خروج کالا از کشور
			۲۱/۰۴	(۵<x<۱۰)	
			۲۶/۰۹	(۱۰<x)	

منبع: محاسبات تحقیق

جدول ۴. مقایسهٔ موانع ادراکی از فعالیتهای اداری - خدماتی صادرات به تفکیک مقوله‌های

«سابقهٔ صادراتی» (آزمون کروسکال - والیس)

فعالیت اداری - خدماتی صادرات	آماره کای دو	سطح پوشش آماره (P)	فعالیت اداری - خدماتی صادرات	آماره کای دو	سطح پوشش آماره (P)
تهیهٔ (تمدید) کارت بازرگانی	۱/۸۶۶	۰/۳۹۳	شرکت (های) پستی...	۳/۸۲۹	۰/۱۴۷
تهیهٔ گواهی مبدأ	۰/۷۰۵	۰/۷۰۳	شرکت مخابرات	۰/۱۶۶	۰/۹۲۰
انتقال ارز توسط بانک	۲/۸۶۵	۰/۲۳۹	صدور گواهی و استاندارد اجباری	۱/۴۸۷	۰/۴۷۵
انتقال ارز به کمک صرافیها و ارتباطات شخصی	۴/۵۲۸	۰/۱۰۴	صدور سایر گواهیها و استانداردهای مورد درخواست مشتری	۲/۸۱۵	۰/۲۴۵
شناسایی و عقد قرارداد با شرکت حمل	۰/۷۸۵	۰/۶۷۵	شناسایی و عقد قرار داد، و ... با شرکت بازرسی	۱/۳۶۰	۰/۵۰۷
(گمرک مبدأ) ارائه تقاضای ارزیابی کالا و ..	۰/۱۱۶	۰/۹۴۴	حل و فصل دعاوی	۴/۴۷۶	۰/۱۰۷
(گمرک مبدأ) ارزیابی کالا، پلمپ وسیلهٔ حامل کالا و	۱/۴۰۶	۰/۴۹۵			
(گمرک مرز) تطبیق محموله با پروانه صادر	۲/۶۶۱	۰/۲۶۴			
(گمرک مرز) خروج کالا از کشور	۱/۱۷۵	۰/۵۵۶			

منبع: محاسبات تحقیق

با توجه به جدول ۴، در سطح معنی‌داری کمتر از ۱۰٪ می‌توان گفت موانع ادراک شده توسط صادرکننده در دو فعالیت «انتقال ارز به کمک صرافیها و ارتباطات شخصی» و «حل و فصل دعاوی» با افزایش سابقه صادراتی تغییر می‌کند. به بیان دیگر میان میزان موانع ادراکی از هر یک از این دو فعالیت در تعاونیهای صادراتی با سوابق مختلف، تفاوت معناداری مشاهده می‌شود. جدول ۳ نشان می‌دهد که موانع هر دو فعالیت مذکور با افزایش سابقه صادراتی افزایش می‌یابد.

۲.۱. بررسی فرضیه دوم

فرضیه‌های آزمون به صورت زیر مطرح می‌شوند:

تفاوت معناداری میان میانگین میزان موانع ادراک شده از هر یک از دو گروه «اندازه بنگاه صادراتی» در فعالیت اداری - خدماتی صادراتی H_0 وجود ندارد. میانگین میزان موانع گروه‌های «اندازه بنگاه صادراتی» در فعالیت اداری - خدماتی صادراتی H_1 با یکدیگر متفاوت است. برای بررسی این فرضیه، تأثیر اندازه بنگاه صادراتی در دو گروه «کمتر از ۵۰ نفر» و «بیشتر از ۵۰ نفر» بر میزان موانع هر یک از فعالیت‌های اداری - خدماتی صادراتی بررسی می‌گردد.

با توجه به آنچه در فصل اول بیان شد، برای تعداد نمونه کمتر از ۳۰ باید از آزمون ناپارامتریک استفاده کرد. از آنجا که از آزمون «من - ویتنی» برای مقایسه رتبه افراد در دو گروه مستقل استفاده می‌شود (حسینی، ۱۳۸۲، ۸۸)، بنابراین به منظور بررسی این فرضیه، این آزمون به کار رفت (جدول ۵).

جدول ۵. مقایسه موانع ادراک شده از فعالیتهای اداری - خدماتی صادرات به تفکیک گروههای

«اندازه بنگاه صادراتی»

(آزمون من - ویتنی)

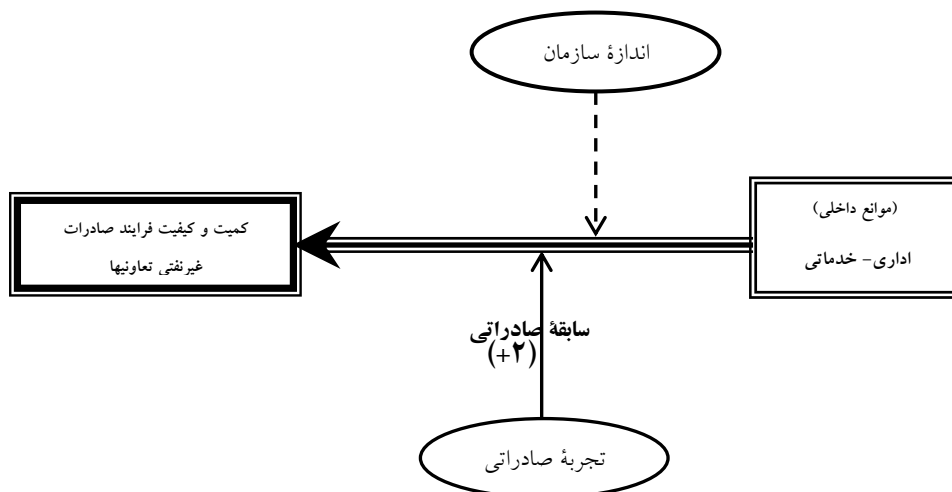
فعالیت اداری - خدماتی صادرات	آماره من-ویتنی	سطح پوشش آماره (P)	فعالیت اداری - خدماتی صادرات	آماره من-ویتنی	سطح پوشش آماره (P)
تهیه تمدید کارت بازرگانی	۲۶۸/۰۰۰	۰/۶۲۳	شرکت (های) پستی...	۵۹/۰۰۰	۰/۲۵۹
تهیه گواهی مبدأ	۲۴۴/۰۰۰	۰/۸۵۸	شرکت مخبرات	۲۱۸/۵۰۰	۰/۵۵۱
انتقال ارز توسط بانک	۱۴۴/۰۰۰	۰/۵۷۴	صدور گواهی و استاندارد اجباری	۱۷۷/۰۰۰	۰/۷۵۱
انتقال ارز به کمک صرافیها و ارتباطات شخصی	۱۸۰/۰۰۰	۰/۸۶۹	صدور سایر گواهیها و استانداردهای مورد درخواست مشتری	۵۴/۰۰۰	۰/۱۶۴
شناسایی و عقد قرارداد با شرکت حمل	۲۲۸/۵۰۰	۰/۷۱۲	شناسایی و عقد قرار داد و ... با شرکت بازرسی	۳۳/۰۰۰	۰/۳۱۸
(گمرک مبدأ) ارائه تقاضای ارزیابی کالا و..	۲۶۴/۵۰۰	۰/۸۶۲	حل و فصل دعاوی	۶۹/۰۰۰	۰/۷۰۸
(گمرک مبدأ) ارزیابی کالا، پلمپ وسیله حامل کالا و ...	۲۴۶/۵۰۰	۰/۵۸۶			
(گمرک مرز) تطبیق محموله با پروانه صادر شده	۲۰۲/۰۰۰	۰/۵۴۸			
(گمرک مرز) خروج کالا از کشور	۱۷۲/۰۰۰	۰/۵۰۸			

منبع: محاسبات تحقیق

با توجه به جدول ۵، در سطح معنی داری ۵٪ تفاوتی در میزان موانع ادراک شده توسط گروه‌های مختلف «اندازه بنگاه» از هر یک از فعالیتهای اداری- خدماتی صادراتی مشاهده نمی‌شود و فرضیه H_0 تأیید می‌گردد. به بیان دیگر با تغییر اندازه بنگاه، تفاوتی در موانع فعالیتهای فرایند اداری- خدماتی صادراتی ملاحظه نمی‌شود.

۲. مدل مفهومی تحقیق پس از تأیید و رد فرضیه‌ها

در این بخش مدل مفهومی تحقیق بر اساس تأیید یا رد فرضیه‌های مربوط به متغیرهای تعدیل‌گر تصویر می‌شود. پیکانهای توپر (\longrightarrow) تأیید فرضیه و پیکانهای نقطه‌چین (\dashrightarrow) رد فرضیه را نشان می‌دهد. علامت + نشان‌دهنده ارتباط مثبت معیار تعریف شده با موانع فعالیتی است که فرضیه بر اساس آن تأیید شده است و علامت - نیز به همین ترتیب، ارتباط منفی را نشان می‌دهد. رقم کنار علامتهای + و - نیز حاکی از تعداد فعالیتهای متأثر است.



شکل ۳. مدل مفهومی تحقیق بر اساس تأیید یا رد فرضیه‌ها

منبع: محاسبات تحقیق

همان‌طور که در شکل ۳ نشان داده شده است، هیچ‌یک از پانزده فعالیت اداری-خدماتی صادرات، از تغییر اندازه بنگاه متأثر نمی‌شوند. در مقابل، موانع دو فعالیت با تغییر سابقه صادراتی تغییر می‌کند، به‌طوری‌که با افزایش سابقه صادراتی، موانع ادراکی از هر دو فعالیت افزایش می‌یابد.

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

در فرضیه اول تأثیر تجربه صادراتی بر میزان و ماهیت موانع اداری-خدماتی صادرات بررسی شد. معیار «سابقه صادراتی»، به عنوان عامل سنجش «تجربه صادراتی»، مبنای بررسی این تأثیر قرار گرفت.

بر اساس جدول ۶، موانع ادراک شده از دو فعالیت در سطح معنی‌داری ۱۰٪، با تغییر سابقه صادراتی تفاوت می‌کند. علامت + یا - نمایش داده شده در ذیل هر فعالیت به ترتیب نشان‌دهنده ارتباط مثبت یا منفی موانع ادراکی از فعالیت، با معیار مربوط است.

نتایج حاصل نشان می‌دهد که افزایش سالهای صادرات نمی‌تواند تضمین‌کننده «کاهش موانع اداری-خدماتی صادرات» باشد و در شرایطی که سابقه صادراتی صادرکننده افزایش می‌یابد، با ایجاد حس کاذب، موجب بالا رفتن ریسک‌پذیری وی می‌گردد و با انجام معاملات خطرپذیرتر (تجارت در حجم ارزی بیشتر، یا تجارت با افرادی که به درستی صحت سوابق آنان شناسایی نشده و ممکن است متعهد به قواعد بازرگانی نباشند) موجب درگیری با مسائل قضایی و مشکلات عدیده در انتقال ارز به داخل کشور می‌شود. چون انتقال ارز از طریق بانک (در شرایط فعلی) تقریباً غیرممکن است، صادرکننده مجبور به استفاده از صرافیه‌ها یا ارتباط‌های شخصی می‌گردد و در این بخش نیز با مشکلاتی مواجه می‌شود. این مطلب نشان‌دهنده لزوم اطلاع‌رسانی مناسب از جانب بخش‌های متولی صادرات (از قبیل اتاق بازرگانی، سازمان توسعه و تجارت) در زمینه کشورهای مقصد صادراتی، چگونگی ارزیابی خریداران و نحوه انجام یک فروش مطمئن و با حداقل خطر است.

جدول ۶. خلاصه نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول

سابقه صادراتی (X) ($X < 5$) ($5 < X < 10$) ($10 < X$)	معیار
٪۱۰	سطح معنی داری آزمون
انتقال ارز به کمک صرافیه‌ها و ارتباطات شخصی (+)	نتایج (فعالیه‌های متأثر از سابقه صادراتی)
حل و فصل دعاوی (+)	

منبع: محاسبات تحقیق

با توجه به نظر کاتسیکیس و مورگان (۱۹۹۴) که بر اساس آن، مشکلات صادراتی که با افزایش تجربه صادراتی صادرکننده کاهش می‌یابد، مشکلاتی غیرواقعی و ادراکی خوانده شده و مشکلاتی ریشه‌ای قلمداد شده است که در سطوح مختلف تجربه صادراتی تغییر نمی‌کند (به نقل از کریک و چادری، ۱۹۹۷، ۴ و ۵)، نتایج حاصل از این فرضیه نشان می‌دهد نه تنها مشکل «انتقال ارز توسط بانک» (که بالاترین مانع را در میان فعالیه‌های اداری-خدماتی صادرات داراست) از تجربه صادراتی متأثر نیست، بلکه یک مشکل زیرساختی است. مشکلات «حل و فصل دعاوی» و «انتقال ارز به کمک صرافیه‌ها و ارتباطات شخصی» نیز که با بالا رفتن تجربه صادراتی، افزایش می‌یابند، مشکلات ریشه‌ای و واقعی‌اند. در پژوهش دیگری که توسط لئونیدو (۲۰۰۰، ص ۴۰۰۰) انجام شده است، تأثیر افزایش «تجربه صادراتی» در کاهش میزان موانع قوانین و دیوانسالاری صادرات مورد تأیید قرار گرفت که با نتایج فرضیه همسو نمی‌باشد.

در خصوص مقایسه نتایج حاصل از فرضیه مربوط به تغییر اندازه بنگاه و بررسی سایر پژوهشها، نتایج پژوهش انجام شده توسط کریک و چادری (۱۹۹۷، ص ۱۱) در انگلیس نشان داد با تغییر اندازه بنگاه (با معیار تعداد کارکنان)، موانع ادارک شده در امور اداری-خدماتی «تهیه و تنظیم اسناد صادراتی مورد نیاز»، «انجام فعالیتهای مربوط به حمل و نقل»، «بیمه»، و «انتقال ارز» تفاوت معناداری نمی کند که با نتایج این فرضیه همراستاست. در پژوهش انجام شده توسط لئونیدو (۲۰۰۰، ص ۱۳۷۰) تأثیر «اندازه بنگاه» (که با معیار تعداد کارکنان سنجیده شده بود)، در کاهش میزان مانع گری قوانین و دیوانسالاری صادرات مورد تأیید قرار نگرفت که با نتایج فرضیه همسوست.

نتایج همچنین نشان می دهد که میزان موانع هیچ یک از فعالیتهای با تغییر اندازه بنگاه تغییر نمی کند. تغییر در اندازه بنگاه نتیجه درک مدیران از تحولات محیطی و فرصتهای فراروی بنگاه است. متناسب با این فرصتها، اهداف و راهبردهایی که بنگاه را در انجام مأموریتها و حرکت به سمت چشم انداز خود یاری می کند باید تدوین گردد. از آنجا که اهداف و راهبرها از عوامل محتوایی مؤثر در ساختار سازمانی اند، بی توجهی به راهبردهای مطلوب موجب توسعه نامتوازن ساختار سازمانی و غفلت از رکن «نیروهای ستادی» به عنوان یکی از ارکان پنجگانه ساختار سازمانی است. به عبارت دیگر در بنگاههای صادراتی حوزه پژوهش، تغییرات اندازه بنگاه، به طور متناسب تمام ساختار سازمانی را پوشش نمی دهد به طوری که بنگاه بدون لحاظ اولویتهای استراتژیک خود، تمرکز بیشتر بر توسعه هسته عملیاتی (پیشتر عنوان شد که بنگاههای صادراتی مورد پژوهش، بنگاههای تولیدی هستند) یا سایر ارکان سازمانی (غیر از بخش ستادی سازمان) داشته و به پشتیبانی صادرات (که فرایند اداری-خدماتی صادرات را مدیریت می کند) توجه کافی نمی شود. از جمله عواملی که موجب بهبود عملکرد بخش ستادی سازمان می شود می توان موارد زیر را برشمرد:

بهره گیری از نیروهای متخصص در امر صادرات محصول ویژه بنگاه، آشنایی با ویژگیهای صادراتی کشور مقصد، توانمندسازی منابع انسانی بخش صادرات در برقراری تعامل

دوستانه و منطبق بر اصول تجارت با بخشهای مختلف برون‌سازمانی، استفاده از سیستمهای اطلاعاتی بروز با هدف دسترسی به آخرین تحولات و توانمندیها در ارائه امور اداری- خدماتی محیط بنگاه اعم از شرکتهای حمل و نقل و شرکتهای بازرسی و شرکتهای اعطا کننده استاندارد و شرکتهای ارائه دهنده خدمات صادراتی و سرانجام آگاهی از تغییرات صورت گرفته در مقررات اداری- خدماتی در بخشهای مختلف نظیر مقررات گمرکی، قوانین صدور مدارک و گواهیهای لازم و فرایندهای قضایی.

فرایند دریافت و پالایش بازخوردها و پیشنهادهای سیستم سازمانی و مدیریت انعکاس نتایج به درون سیستم به منظور دریافت نتیجه بهتر، یکی دیگر از عواملی است که در این گونه بنگاهها نادیده گرفته می شود. عدم انتقال مناسب عملکرد صادراتی به مدیریت ارشد و تحلیل ناقص و نادرست نتایج موجب می شود مسائل اداری- خدماتی صادرات نیز به عنوان بخشی از فرایند صادرات در سیستم بنگاه همچنان باقی بماند و با مانع گریهای خود، هرز منابع بنگاه را به دنبال داشته باشد.

نا آگاهی سطوح ارشد مدیریت از اهمیت بازاریابی و مشتری مداری در بنگاه را می توان مهمترین عامل توسعه نامتوازن ساختار این سازمانها دانست. اختلال در فرایند اداری- خدماتی صادرات، با تأخیر در وصول محموله به خریدار، بروز نقصان در محصول ارسالی و احتمال عدم ارسال کالا با مشخصات مورد نظر مشتری، موجب نارضایتی خریدار و کاهش ارتباط تجاری با صادرکننده خواهد شد. هزینههایی که بنگاه صادراتی در دراز مدت متحمل خواهد شد نیز در این میان غیرقابل اغماض است.

منابع

۱. اسماعیلی، حمیدرضا (۱۳۸۹)، ضرورت نهاد داوری در دعاوی بازرگانی، ماهنامه اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران، (۴۵)، ۱۱.
۲. ترابی، مهرانوش و ساناز وصالی (۱۳۸۸، ۱۲ آذر)، آثار و تبعات تحریم بانک‌ها در اقتصاد، دنیای اقتصاد، بازتابی ۱۳۸۹ از :
http://www.donya-e-eqtasad.com/Default_view.asp?@=186239
۳. حسینی، یعقوب (۱۳۸۲)، آمار ناپارامتریک روش تحقیق و نرم افزار آماری spss 10.0 تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
۴. دعایی، حبیب اله (۱۳۸۵)، مدیریت صادرات و واردات، مشهد: بیان هدایت نور.
۵. راشدی اشرفی، علیرضا (۱۳۸۶)، مجموعه اطلاعات مورد نیاز بازرگانی خارجی، تهران: قانون.
۶. زینال زاده، ایرج (۱۳۸۵)، مدیریت صادرات کالا و خدمات فنی و مهندسی، تهران: قانون.
۷. سازمان برنامه و بودجه (۱۳۷۸)، سند برنامه: برنامه توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۹-۱۳۸۳ (جلد ۲)، تهران: سازمان برنامه و بودجه- مرکز مدارک اقتصادی.
۸. فتحی، یحیی (۱۳۸۱)، موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای صادرات ایران در بازارهای هدف، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۹. گمرک جمهوری اسلامی ایران (۱۳۷۹)، دانستی‌های گمرک، بازتابی ۱۳۸۹ از:
<http://www.irica.gov.ir/Persian/Static/StView.aspx?ID=213>.
۱۰. گوهریان، محمد ابراهیم (۱۳۷۹)، مدیریت صادرات غیرنفتی، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۱۲. مولوی خراسانی، مهرداد (۱۳۸۲)، صادرات گام به گام (راهنمای عملی صادرات)، تهران: مبلغان.
۱۳. میرزایی، حمید و ناصر مدیرشها (۱۳۸۶)، مفاهیم اساسی در روش‌های تحقیق، تبریز: دانشگاه آزاد اسلامی تبریز.

۱۴. نادری، ابوالقاسم، احمد اخوی و شیرین حکیمی (۱۳۷۱)، بررسی مسائل و مشکلات صادرات غیرنفتی، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۱۵. والیمن، نیکولاس (۱۳۸۷)، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، ترجمه نیازی، بهادرانی و صلابت، تهران: پندارپارس.
۱۶. هاشمیان اصفهانی، مسعود (۱۳۸۴)، تعیین اولویت‌های سرمایه‌گذاری صنعتی جهت تقویت مزیت‌های نسبی صادرات صنعتی (ویرایش ۲)، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
17. Crick, D., S. Chaudhry (1997), Export problems and government assistance require by UK exporters, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 3(1): 3-18.
18. Leonidou, L. C. (2000), Barriers to export management: An organization and internationalization analysis, *Journal of International Management*, 6: 121-148.
19. Majocchi, A., E. Bacchiocchi, U. Mayrhofer (2005) Firm size, business experience and export intensity in SMEs: A longitudinal approach to complex relationships, *Journal of International Business Review*, 14: 716-738.