

Analyzing Export Barriers and Developing International Cooperation in the Oil Equipment Industries; A Study of Eurasia, Iraq, and Syria

Masoud Moghadam

Department of Business Administration,
Electronics Branch, Islamic Azad
University, Tehran, Iran.

Leila Andervazh*

Department of business management,
khorramshahr international
branch,khorramshahr,iran.

Esfandiar Doshmanziari

Department of Management, Islamshahr
Branch, Islamic Azad University,
Tehran, Iran.

Abstract

Focusing on localization and production of key equipment in the country's oil and gas industry not only helps self-sufficiency in the production of strategic sanctioned products, but also allows policymakers to build and modernize semi-active refineries by exporting this equipment produced in the refining industry. The purpose of this research is to analyze barriers to exports and develop international cooperation in the oil equipment industries; a study of Eurasia, Iraq, and Syria. This research is practical in terms of purpose because users can use its results. Also, the type of qualitative research is descriptive-exploratory. Because the research seeks to identify and analyze barriers to exports in the field of oil equipment industries. The research method is survey because it will be collected based on collecting information through interviews with experts in this industry. Many studies have been conducted on barriers to exports and non-oil exports, this research is the first to specifically analyze barriers in this industry in the field of oil equipment industries. Barriers were identified through interviews with 9 experts using the Delphi method, and 23 barriers were identified in 8 main groups. Based on the analyses, the major barriers to exports are, in order, "political and economic sanctions, currency transfer problems in the banking system, political instability and regional conflicts, high risk for foreign employers to cooperate with Iranian companies (secondary sanctions), and the inability to obtain the API monogram for Iranian manufacturers."

Keywords: Export barriers, Eurasian Union, oil equipment manufacturer

How to Cite: Moghadam,M. , Andervazh,L. and Doshmanziari,E. (2024). Analyzing Export Barriers and Developing International Cooperation in the Oil Equipment Industries; A Study of Eurasia, Iraq, and Syria. Journal of Intelligent Strategic Management, 3(4), 511-534.

doi: bumara. 3.2.11235564.358.33151



Intelligent Strategic Management (JISM) in Development and Evolution is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

© Authors

* Corresponding Author : drandervazh@gmail.com

تحلیل موانع صادرات و توسعه همکاری‌های بین‌المللی در صنایع تجهیزات نفت؛ مطالعه‌ای بر اوراسیا، عراق و سوریه

مسعود مقدم

گروه مدیریت بازرگانی، واحد الکترونیکی، دانشگاه آزاد اسلامی،
تهران، ایران.

لیلا آندرواژ*

گروه مدیریت بازرگانی، واحد بین‌المللی خرمشهر، دانشگاه آزاد
اسلامی، خرمشهر، ایران.

اسفندیار دشمن‌زیاری

گروه مدیریت، واحد اسلامشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

چکیده

تمرکز بر بومی‌سازی و تولید تجهیزات کلیدی در صنعت نفت و گاز کشور، نه تنها به خودکفایی در تولید محصولات استراتژیک تحریمی کمک می‌کند، بلکه به سیاست‌گذاران این امکان را می‌دهد که با صادرات این تجهیزات تولید شده در صنعت پالایش، به ساخت و نوسازی پالایشگاه‌های نیمه فعال پردازند. هدف از این تحقیق، تحلیل موانع صادرات و توسعه همکاری‌های بین‌المللی در صنایع تجهیزات نفت؛ مطالعه‌ای بر اوراسیا، عراق و سوریه است. این تحقیق از نظرهدف کاربردی است زیرا کاربران می‌توانند از نتایج آن استفاده کنند. همچنین نوع تحقیق کیفی از نوع توصیفی-اکتشافی است. زیرا تحقیق در پی شناسایی و تحلیل موانع صادرات در حوزه صنایع تجهیزات نفت است. روش تحقیق پیمایشی است زیرا بر اساس جمع‌آوری اطلاعات از طریق مصاحبه با خبرگان این صنعت گردآوری خواهد شد. تحقیقات بسیاری بر روی موانع صادرات و صادرات غیرنفتی صورت گرفته است، این تحقیق برای اولین بار بصورت اختصاصی در حوزه صنایع تجهیزات نفت به دنبال تحلیل موانع در این صنعت می‌باشد. شناسایی موانع از طریق مصاحبه با ۹ خبره با روش دلفی صورت گرفت و ۲۳ مانع در ۸ گروه اصلی شناسایی شد. بر اساس تحلیل‌های صورت گرفته، موانع مهم صادرات به ترتیب «تحریم‌های سیاسی و اقتصادی، مشکلات نقل و انتقال ارز در سیستم بانکی، بی‌ثباتی سیاسی و منازعات منطقه‌ای، ریسک بالای کارفرمایان خارجی برای همکاری با شرکت‌های ایرانی (تحریم‌های ثانوی) و عدم امکان اخذ مونوگرام API برای سازندگان ایرانی» می‌باشد.

کلیدواژه‌ها: موانع صادرات، اتحادیه اوراسیا، سازندگان صنایع تجهیزات نفت

استناد به این مقاله: مقدم، مسعود، آندرواژ، لیلا و دشمن‌زیاری، اسفندیار. (۱۴۰۳). تحلیل موانع صادرات و توسعه همکاری‌های بین‌المللی در صنایع تجهیزات نفت؛ مطالعه‌ای بر اوراسیا، عراق و سوریه. مدیریت استراتژیک هوشمند، ۳(۴)، ۵۱۱-۵۳۴.



مدیریت استراتژیک هوشمند (JISM) در توسعه و تکامل تحت مجوز بین‌المللی کزیتو کامنز با شرایط انتساب-غیرتجاری ۴.۰ منتشر می‌شود.

©نویسندگان

* نویسنده مسئول: drandervazh@gmail.com

مقدمه

صنایع نفت و گاز به عنوان یکی از اساسی‌ترین بخش‌های اقتصادی در بسیاری از کشورها نقش مهمی در تأمین انرژی و توسعه اقتصادی ایفا می‌کنند (رحیمی، حافظ ۱۳۹۵). با توجه به نیاز روزافزون جهانی به انرژی، صادرات تجهیزات نفتی می‌تواند منبع درآمد قابل توجهی برای کشورهای دارای منابع نفتی باشد. با این حال، موانع مختلفی از جمله مشکلات ساختاری، محدودیت‌های قانونی و تحریم‌های بین‌المللی می‌توانند چالش‌های جدی برای صادرات این تجهیزات ایجاد کنند.

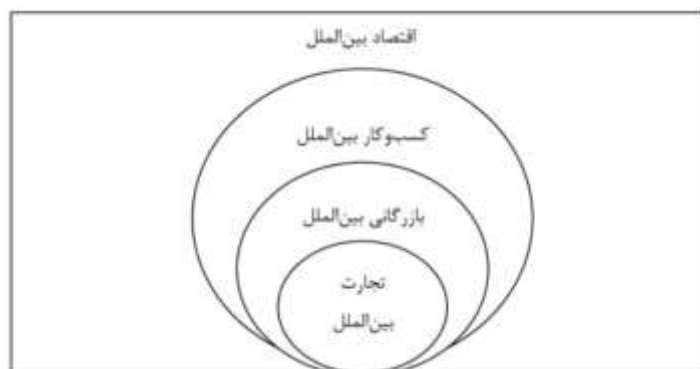
در این راستا، منطقه اوراسیا و کشورهای عراق و سوریه با داشتن منابع نفتی غنی، پتانسیل بالایی برای توسعه صادرات تجهیزات نفتی دارند. اما به دلیل وجود موانع متعدد، بهره‌وری و کارایی این صنعت در این مناطق تحت تأثیر قرار گرفته است (خادم شیرازی، فاطمه ۱۴۰۳). این مقاله به بررسی و تحلیل دقیق این موانع پرداخته و سعی در شناسایی مهم‌ترین چالش‌ها دارد.

بیان مساله

صادرات به عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی کشورها، نقش اساسی در تأمین درآمدهای ارزی، توسعه زیرساخت‌ها و پایداری اقتصادی دارد (محمدخانی و همکاران ۱۳۹۹). کشور ایران و دیگر کشورهای خاورمیانه با توجه به منابع غنی نفتی، سال‌هاست که به صادرات نفت خام و فرآورده‌های نفتی وابسته‌اند. با این حال، تغییرات در بازار جهانی و افزایش تمرکز بر انرژی‌های تجدیدپذیر، نیاز به کاهش اتکا به نفت خام و افزایش تولید و صادرات محصولات نفتی با ارزش افزوده بالا را ضروری کرده است (ترابی‌فرد و رزم آهنگ ۱۴۰۲). کشورهای صادرکننده نفت مانند ایران، عربستان و قطر به دنبال توسعه صنایع پایین‌دستی و استفاده از تکنولوژی‌های پیشرفته برای بهبود بهره‌وری و افزایش صادرات محصولات فرآوری شده هستند (موژی رید و همکاران، ۲۰۲۴).

مفاهیم «تجارت بین‌الملل»، «بازرگانی بین‌الملل»، «کسب و کار بین‌الملل» و «اقتصاد بین‌الملل» از جنبه‌های مختلف به ارتباطات تجاری و اقتصادی میان کشورهای مختلف پرداخته و هر کدام از آن‌ها به زوایای خاصی از این ارتباطات توجه دارند (محترم و همکاران، ۱۳۹۵).

در واقع اقتصاد بین‌الملل مفهومی بسیار کلی است که تجارت بین‌الملل در بین‌الملل در پایین‌ترین سطح آن قرار دارد (شکل ۱). بسیاری از تئوری‌های کلاسیک اقتصاددانان به تجارت بین‌الملل مربوط است (محترم و همکاران، ۱۳۹۵).



شکل ۱: مفاهیم مرتبط با بازاریابی بین‌الملل

تجارت بین‌الملل به تبادل کالا و خدمات میان کشورها اشاره دارد و از مهم‌ترین ارکان اقتصاد جهانی محسوب می‌شود. این مفهوم در درجه اول بر «مبادله کالا و خدمات» متمرکز است که از مرزهای ملی عبور می‌کند. تجارت بین‌الملل به کشورها این امکان را می‌دهد که کالاهایی را تولید کنند که در آن‌ها مزیت نسبی دارند و کالاهایی که به دلیل شرایط خاص خود در سایر کشورها تولید می‌شود، وارد کنند (سالواتوره، دومینیک، ۲۰۰۷).

پس از گسترش تجارت بین‌الملل، مواردی نظیر بیمه، روش‌های پرداخت، شرکت‌های حمل و نقل، قوانین دولتی و گمرکی و... برای ادامه تجارت در سطح بین‌المللی لازم و ضروری شد و این موضوع منجر به شکل‌گیری بازرگانی بین‌الملل گردید (رضوانی و کلابی، ۱۳۹۵).

کسب و کار بین‌الملل جامع‌ترین مفهوم در سطح خرد است که در دل اقتصاد بین‌الملل تعریف می‌شود. اساساً هر کسب و کار دارای ۴ جنبه کلیدی، شامل مالی، منابع انسانی، تولید و بازرگانی است. در کسب و کار بین‌الملل این ۴ جنبه بین‌المللی می‌شوند. به عبارت دیگر در کسب و کار بین‌الملل، فقط بخش بازرگانی بین‌المللی نیست، بلکه منابع انسانی، تولید و مدیریت مالی نیز جنبه بین‌المللی می‌گیرند (رضوانی و کلابی، ۱۳۹۵).

اقتصاد بین‌الملل بزرگترین سطح فعالیت‌های اقتصادی در سطح بین‌المللی می‌باشد. درک اقتصاد بین‌الملل مستلزم در نظر گرفتن جنبه‌هایی مانند عرضه و تقاضای بین‌المللی، قوانین مالیاتی بین‌المللی و غیره است. تغییرات در قیمت‌ها و میزان عرضه نیز ممکن است بر تقاضا و قیمت‌ها در سایر کشورها تأثیر بگذارد. علاوه بر این، به دلیل وجود قوانین، توافقات و

اتحادیه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی، نرخ مالیات متفاوت در کشورهای مختلف نیز می‌تواند بر سیاست‌های سایر کشورها مؤثر باشد (کروگمن و همکاران، ۱۳۹۸).

اهداف این تحقیق شامل شناسایی موانع صادرات، بررسی تأثیرات این موانع بر روند توسعه همکاری‌های بین‌المللی و پیشنهاد راهکارهایی برای بهبود شرایط است. از طریق مطالعات میدانی و بررسی داده‌های موجود، این تحقیق تلاش دارد تا راهنمایی برای سیاست‌گذاران و مدیران صنایع نفتی در جهت اتخاذ استراتژی‌های مناسب برای افزایش صادرات و توسعه همکاری‌های بین‌المللی ارائه دهد.

استفاده از نظر خبرگان این صنعت، با توجه به تجربیات ارزشمند آنان که در طی سالها تجربه به دست آمده است، می‌تواند بخش پنهان موانع صادرات که تاکنون به آن پرداخته نشده است را آشکار سازد. استفاده از این تجربیات نقشه راه مدیران و شرکتها برای رفع موانع موجود در مسیر صادرات محصولات و خدمات خود به سایر کشورها خواهد بود. این تحقیق می‌تواند در انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت (در حال حاضر با بیش از ۱۰۰۰ شرکت عضو) مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

جنبه جدید بودن و نوآوری در تحقیق:

از منظر جدید بودن و نوآوری در تحقیق بایستی اذعان داشت تحقیقاتی زیادی در خصوص مشکلات صادرات در حوزه‌های مختلف صورت گرفته است. اما درخصوص صنایع تجهیزات نفت، با توجه به اهمیت، استراتژیک بودن، مکمل و نقش پشتیبان صادرات و پالایش نفت و گاز، همچنین با در نظر گرفتن موفقیت شرکتهای تولید کننده داخلی در پروژه‌های ملی نفتی در سالهای اخیر از فازهای پارس جنوبی با مشارکت شرکتهای خارجی تا خط لوله گوره- جاسک توانمندی‌های شرکتهای تولید کننده در این صنعت در حد استانداردهای جهانی می‌باشد. در این پژوهش می‌خواهیم مشکلات مربوط به صادرات در این حوزه را بصورت تخصصی بررسی و شناسایی کنیم.

پیشینه پژوهش

متقی و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهش خود با عنوان «هزینه فرصت اقتصاد سیاسی ایران در سوریه بین سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۲۲»، به دنبال نشان دادن این موضوع بودند که ایران در موضع اقتصاد سیاسی نسبت به رقیبان منطقه‌ای خود در چه سطحی قرار دارد و اینکه چگونه بر پایه توان خود متعهد به حمایت از دولت سوریه شده است. نتایج بدست آمده از این تحقیق

مشخص می‌کند برای از میان بردن موانع صادرات به سوریه، ایران بایستی در بازسازی سوریه و سرمایه‌گذاری در تقویت و تجدید زیرساخت‌های آن کشور نقش پررنگ‌تر داشته باشد. جنگجوی شالدهی (۱۴۰۰) در تحقیقی به شناسایی و رتبه‌بندی موانع توسعه صادرات غیرنفتی پرداخته است. نتایج تحقیق ایشان موانع صادرات غیرنفتی را به ترتیب تحریم‌های اقتصادی، تجارت جهانی، شیوع ویروس کرونا در جهان، موانع اداری، عدم وجود قوانین محکم و جامع، تعدد بخشنامه‌ها و آیین‌نامه‌ها و نبود زیرساخت مناسب در مرزها معرفی نمود. مجدرضایی و مهدوی (۱۴۰۰) به شناسایی موانع رشد مبتنی بر صادرات در ایران با استفاده از درخت تصمیم‌گیری پرداخته‌اند. نتایج بدست آمده از پژوهش آنان نشان می‌دهد که در بحث رقابت‌پذیری قیمتی، موانع مقیدکننده شامل ریسک‌های کلان مانند کسری بودجه بالا، ریسک‌های خرد مانند فساد بالا، و بالابودن هزینه‌های تولید و بهره‌وری پایین نیروی کار می‌باشد.

بلاغی اینالو (۱۴۰۰) در رساله دکتری خود با عنوان «بررسی اثرات اقتصادی حذف تعرفه بین ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا» به شناسایی مافع اقتصادی ایران از گسترش روابط تجاری با اتحادیه اقتصادی اوراسیا پرداخته است. نتایج تحقیقات وی نشان می‌دهد، با کاهش نرخ تعرفه‌ها، منابع بین بخش‌های مختلف اقتصادی در ایران جابجا خواهد شد و در کوتاه مدت ممکن است کارایی لازم در سایر بخش‌ها را نداشته باشد و در نهایت در کوتاه مدت منجر به رفاه ایران کاهش یابد ولی در بلندمدت با آموزش و تجربه عوامل تولید در بخش دیگر رفاه افزایش یابد.

سیاحی (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «تجزیه و تحلیل اثرات سیاست‌های تجاری و صنعتی بر رشد صادرات ایران» نتایج خود را اینگونه اعلام نمود متغیرهای تجاری و صنعتی، تسهیلات پرداختی، تشکیل سرمایه ثابت، رابطه مبادله، شاخص وابستگی، نرخ ارز و تعرفه گمرکی بر رشد صادرات موثر است.

نجاتی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش خود با عنوان «تحلیل اثرات رفاهی آزادسازی تجاری با رویکرد الگوی تعادل عمومی محاسبه‌پذیر چند منطقه‌ای: مطالعه ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا» به بررسی آثار رفاهی آزادسازی تجاری بین ایران و اعضای اتحادیه اوراسیا پرداخته است. بر اساس نتایج این تحقیق مشخص شد که حذف کامل تعرفه‌های وارداتی بین ایران و کشورهای اتحادیه اقتصادی اوراسیا، اثرات رفاهی معناداری بر بخش‌های روسیه، ایران و قزاقستان ایجاد می‌کند ولی کشورهای ارمنستان و قرقیزستان عواید اندکی از این مهم خواهند

داشت. بیشترین آثار رفاهی بر ایران کاهش تعرفه‌ها از روسیه است و کاهش و حذف تعرفه‌ها بلاروس اثر منفی بر رفاه ایران خواهد گذاشت.

اسفندیاری (۱۳۹۹) به شناسایی و اولویت‌بندی موانع صدور خدمات فنی و مهندسی از طریق مناقصات بین‌المللی، مورد مطالعه: شرکت‌های ارائه دهنده خدمات فنی مهندسی در پروژه‌های عمرانی پرداخته است. نتایج تحقیق فوق، هشت عامل؛ دولت، ساختارهای مالی و بانکی، ساختار سازمانی، بازار، فرهنگ سازمانی، سرمایه انسانی، آموزش و سرمایه اجتماعی، به عنوان موانع اصلی در صدور خدمات فنی و مهندسی از طریق مناقصات بین‌المللی نشان می‌دهد.

رستگاریا (۱۳۹۹) در تحقیق خود با عنوان «طرح‌ریزی راهبردی صدور خدمات فنی و مهندسی، مورد مطالعه؛ صنعت آب و برق» مهم‌ترین موانع را، عدم حمایت دولت شامل ساختار و سازمان‌های مرتبط و همچنین عدم آشنایی با فنون بازاریابی به ویژه بازاریابی بین‌الملل در حوزه خدمات فنی مهندسی شناسایی نموده است.

مهرابی کرمانی (۱۳۹۹) در پژوهشی به شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر صادرات تجهیزات پزشکی به کشورهای عضو اتحادیه اوراسیا با استفاده از ترکیب روش‌های تصمیم‌گیری فازی پرداخته است. نتایج حاصل از تحقیق مشخص کرده است که مهم‌ترین شاخص‌های اصلی به ترتیب؛ عوامل سیاسی، مناسبات بین‌المللی، تحریم‌ها و محدودیت‌های تجاری، عوامل بازاریابی و عدم آشنایی با تکنیک‌های بازاریابی بین‌المللی می‌باشد.

زهدتاب (۱۳۹۸) در تحقیق خود به شناسایی موانع توسعه صادرات غیرنفتی در استان فارس با تاکید بر موانع نهادی پرداخته است. یافته‌های پژوهش وی نشان داد که ناکارآمدی نظام ارزی کشور و عدم وجود برنامه‌های مدون دولت در حوزه صادرات غیرنفتی به ویژه در استان فارس یک عامل نهادی است. همچنین وجود فساد اقتصادی مانند رانت جویی، واسطه‌گری و احتکار در رتبه دوم قرار داد. در نهایت وجود سیاست‌های متناقض در دولت رتبه سوم را به خود اختصاص داده است.

موژی رید و همکاران^۱ (۲۰۲۴) نقش بخش‌های نهادی غیرنفتی را در رشد اقتصاد عربستان سعودی طی سال‌های ۱۹۷۰-۲۰۲۰ بررسی می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که رشد بخش نفت در برابر شوک‌ها آسیب‌پذیرتر است و رشد اقتصادی منفی را برای دوره‌های طولانی منعکس می‌کند. با این حال، رشد بخش غیرنفتی ثابت است و شوک‌های منفی رشد اقتصادی را

1 Moodhi Raid, et al.

کاهش می‌دهد. هر دو بخش خصوصی و دولتی به ثبات اقتصادی کمک می‌کنند. مطالعات آنها تلاش‌ها برای تنوع بخشیدن به اقتصاد و تقویت عملکرد و پیوندهای متقابل بین بخش‌های مختلف، به‌ویژه بخش‌های دولتی و خصوصی را برای کمک به رشد اقتصادی منطبق بر چشم‌انداز ۲۰۳۰ توصیه می‌کند.

اوین‌اپره^۱ (۲۰۲۴) در مقاله خود به بررسی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و صادرات غیرنفتی در نیجریه پرداخته است. مطالعات وی بر پایه داده‌های سال ۱۹۸۶ تا ۲۰۲۰ و تحلیل حداقل مربعات معمولی استوار است. یافته‌ها نشان می‌دهد که تأثیر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر صادرات غیرنفتی مثبت است اما از نظر آماری معنی‌دار نیست. پس از ارزیابی دقیق داده‌های این مطالعه، مشخص شد که سرمایه‌گذاری در صنایع غیرنفتی تأثیر عملی بیشتری بر رشد اقتصادی نسبت به نفت دارد.

آرنوز و همدانی^۲ (۲۰۲۴) به بررسی نقش شرکت‌های کوچک و متوسط در ارتقای صادرات غیرنفتی در الجزایر در دوره ۲۰۱۴-۲۰۲۲ پرداخته‌اند. آنان برای تحلیل از یک رویکرد توصیفی-تحلیلی، شامل مطالعه موردی الجزایر در بازه زمانی ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۲ استفاده کردند. نتایج تحقیق بیانگر این بود که بنگاه‌های کوچک و متوسط یکی از مهم‌ترین ابزارهای توسعه صنعتی، هم در سطح محلی و هم در سطح جهانی محسوب می‌شوند.

روش تحقیق

روش تحقیق این پژوهش در ۷ گام به شرح زیر صورت می‌پذیرد:

۱- پارادایم: در این تحقیق از پارادایم تفسیری استفاده شده است. این پارادایم بر این ایده استوار است که واقعیت اجتماعی به صورت ذهنی و از طریق تعاملات انسانی ساخته می‌شود. از آنجا که هدف تحقیق، شناسایی موانع صادرات از دیدگاه خبرگان است، پارادایم تفسیری به محقق اجازه می‌دهد تا به درک عمیق‌تری از تجربیات، دیدگاه‌ها و تفسیرهای مشارکت‌کنندگان دست یابد.

۲- استراتژی: استراتژی تحقیق مورد استفاده در این مطالعه، موردی است. این استراتژی به محقق امکان می‌دهد تا به صورت عمیق و جامع، موانع صادرات را در یک صنعت یا منطقه خاص بررسی کند. با تمرکز بر یک یا چند مورد خاص، می‌توان به بینش‌های دقیق‌تری در مورد عوامل تأثیرگذار بر صادرات دست یافت.

1 Oyinpreye Apere, ThankGod.

2 Arnouz, A. & Hamdani, M.

3 Interpretivism

4 Case Study

۳- رویکرد: رویکرد این تحقیق، کیفی است. از آنجا که هدف تحقیق، شناسایی موانع صادرات از طریق مصاحبه با خبرگان است، رویکرد کیفی به محقق اجازه می‌دهد تا داده‌های غنی و توصیفی جمع‌آوری کند و به جای اندازه‌گیری کمی، به درک عمیق‌تری از پدیده مورد مطالعه برسد.

۴- تاکتیک: تاکتیک‌های مورد استفاده در این تحقیق شامل نمونه‌گیری هدفمند و طراحی سوالات مصاحبه نیمه‌ساختاریافته است. نمونه‌گیری هدفمند به محقق کمک می‌کند تا خبرگان با تجربه و دانش کافی در حوزه صادرات را انتخاب کند. همچنین، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته این امکان را فراهم می‌کند تا سوالات اصلی تحقیق پوشش داده شود، در عین حال فضای کافی برای بیان دیدگاه‌های شخصی خبرگان وجود داشته باشد.

۵- جمع‌آوری داده‌ها: در این تحقیق، از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته به عنوان روش اصلی جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. مصاحبه‌ها با خبرگان حوزه صادرات (مانند مدیران شرکت‌های صادراتی، کارشناسان بازرگانی و اساتید دانشگاهی) انجام می‌شود. هر مصاحبه به صورت حضوری یا آنلاین انجام شده تا امکان تحلیل دقیق‌تر فراهم شود.

۶- فرمت اطلاعات: اطلاعات جمع‌آوری شده در این تحقیق به صورت جداول، نمودارها و متن‌های توصیفی سازمان‌دهی می‌شوند تا تحلیل‌ها به شکل جامع و قابل فهم ارائه شوند. این داده‌ها شامل نظرات، تجربیات و پیشنهادات خبرگان در مورد موانع صادرات است.

۷- تجزیه و تحلیل داده‌ها: برای تحلیل داده‌های کیفی جمع‌آوری شده، از تحلیل تماتیک^۱ استفاده می‌شود. در این روش، متن‌های مصاحبه‌ها به دقت بررسی شده و تم‌ها یا الگوهای کلیدی مرتبط با موانع صادرات استخراج می‌شوند. این تم‌ها می‌توانند شامل موانع مالی، قانونی، فنی، فرهنگی و غیره باشند. تحلیل تماتیک به محقق کمک می‌کند تا به درک جامعی از موضوع دست یابد و نتایج را به صورت ساختارمند ارائه کند.

این تحقیق با استفاده از ۷ گام اصلی روش تحقیق، به شناسایی موانع صادرات از طریق مصاحبه با خبرگان می‌پردازد. با انتخاب پارادایم تفسیری، استراتژی موردی و رویکرد کیفی، این مطالعه به دنبال درک عمیق‌تری از تجربیات و دیدگاه‌های خبرگان است. روش جمع‌آوری داده‌ها (مصاحبه نیمه‌ساختاریافته) و تحلیل تماتیک داده‌ها، به محقق کمک می‌کند تا موانع کلیدی صادرات را شناسایی کرده و راهکارهای مناسبی برای رفع آنها ارائه دهد. این تحقیق از نظرهدف کاربردی است زیرا نتایج این تحقیق می‌تواند برای

سیاست‌گذاران، مدیران و فعالان حوزه صادرات مفید باشد و به بهبود فرآیندهای صادراتی کمک کند.

بر این اساس برای شناسایی موانع، جامعه آماری این پژوهش شامل تعداد ۹ نفر از خبرگان آشنا به موضوع تحقیق که حداقل دارای مدرک کارشناسی ارشد و سابقه ۲۰ سال کار مرتبط و در سمت‌های مدیریتی مرتبط فعالیت داشته‌اند استفاده شده است که پس از ۳ مرحله مصاحبه به روش نیمه‌ساختاریافته منتج به اجماع خبرگان گردید.

یافته‌ها

پس از سه مرحله مصاحبه با خبرگان و تحلیل‌های صورت گرفته روی نظرات ایشان، در مجموع موانع صادرات در دو دسته، موانع برون سازمانی و موانع درون سازمانی و شامل ۸ عامل اصلی و ۲۳ مولفه بگونه‌ای شناسایی شده‌اند که ۵ عامل اصلی جزو «موانع برون سازمانی» و ۳ عامل اصلی جزو «موانع درون سازمانی» می‌باشد.

تحلیل یافته‌ها

۱- موانع برون سازمانی:

عوامل برون سازمانی عواملی خارج از محیط سازمان را شامل می‌شوند که تحت کنترل سازمان نیستند ولی تأثیر قابل توجهی بر عملکرد و استراتژی‌های سازمان دارند. در پژوهش حاضر، عوامل برون سازمانی شناسایی شده با عنوان «موانع برون سازمانی» صادرات صنایع تجهیزات نفت به اتحادیه اوراسیا و کشورهای عراق و سوریه، شامل ۵ عامل اصلی به شرح زیر می‌باشد:

۱-۱- موانع ساختاری و سیاست‌های خارجی:

این موانع شامل ۴ مولفه به شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول ۱: موانع ساختاری و سیاست‌های خارجی

ابعاد	عوامل اصلی	کد مولفه	مولفه‌ها
		O-1-1	۱-۱-۱- تحریم‌های سیاسی و اقتصادی
موانع برون سازمانی (O)	موانع ساختاری و سیاست‌های خارجی (O-1)	O-1-2	۱-۱-۲- ریسک بالای کارفرمایان خارجی برای همکای با شرکت‌های ایرانی (تحریم‌های ثانوی)
		O-1-3	۱-۱-۳- سیاست‌های اقتصادی کشورهای موردنظر (محدودیت واردات از سوی کشورهای هدف)
		O-1-4	۱-۱-۴- بی‌ثباتی سیاسی و منازعات منطقه‌ای

۲-۱- سیاست‌های داخلی:

این موانع شامل ۴ مولفه به شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول ۲: سیاست‌های داخلی

ابعاد	عوامل اصلی	کد مولفه	مولفه‌ها
		O-2-1	۱-۲-۱- اجرایی نشدن استراتژی‌های دولت برای صادرات تجهیزات نفتی
		O-2-2	۱-۲-۲- سیاست‌های ارزی دولت
موانع برون سازمانی (O)	۱-۲- سیاست‌های داخلی (O-2)	O-2-3	۱-۲-۳- فقدان متولی، مرجع و اطلاعات جامع و دقیق از بازارهای هدف (عدم وجود دانش کافی از بازارهای هدف)
		O-2-4	۱-۲-۴- محدودیت‌های تخصیص انرژی به بخش صنایع (مانند برق و گاز) که منجر به کاهش حجم و بهره‌وری تولید می‌گردد

۳-۱- موانع مالی و بانکی:

این موانع شامل ۳ مولفه به شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول ۳: موانع مالی و بانکی

ابعاد	عوامل اصلی	کد مولفه	مولفه‌ها
موانع برون سازمانی (O)	-۱-۳ موانع مالی و بانکی (O-3)	O-3-1	۱-۳-۱- مشکلات نقل و انتقال ارز در سیستم بانکی
		O-3-2	۱-۳-۲- مشکلات ضمانت‌نامه بانکی برای شرکت در مناقصات بین‌المللی
		O-3-3	۱-۳-۳- ناکافی بودن تسهیلات بانکی با نرخ پایین برای تولید کنندگان داخلی

۴-۱- موانع تجاری و بازرگانی:

این موانع شامل ۳ مولفه به شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول ۴: موانع تجاری و بازرگانی

ابعاد	عوامل اصلی	کد مولفه	مولفه‌ها
موانع برون سازمانی (O)	-۱-۴ موانع تجاری و بازرگانی (O-4)	O-4-1	۱-۴-۱- حضور موثر شرکت‌های معتبر خارجی در بازار هدف
		O-4-2	۱-۴-۲- عدم شرکت موثر در نمایشگاه‌های تخصصی کشورهای هدف جهت معرفی سازندگان داخلی و نمایش توانمندی‌های آنها
		O-4-3	۱-۴-۳- عدم کارآمدی اصناف و اتحادیه‌های موثر در جهت پیشبرد اهداف صادراتی

۵-۱- موانع قانونی:

این موانع شامل ۲ مولفه به شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول ۵: موانع قانونی

ابعاد	عوامل اصلی	کد مولفه	مولفه‌ها
موانع برون سازمانی (O)	-۱-۵ موانع قانونی (O-5)	O-5-1	۱-۵-۱- ناکارآمدی قوانین مالیاتی و تضامین نسبت به سایر رقبای خارجی در کنسرسیوم‌های بین‌المللی
		O-5-2	۱-۵-۲- ناکارآمدی و ضعیف بودن مشوق‌های صادراتی در مقایسه با رقبای خارجی

۲- موانع درون سازمانی:

عوامل درون سازمانی، مواردی مانند فرهنگ سازمان، ساختار، کارکنان و منابع داخلی را شامل می‌شود. این عوامل مستقیماً بر عملکرد سازمان تأثیر می‌گذارند و می‌توانند نقاط قوت و ضعف داخلی را تعیین کنند. در پژوهش حاضر، عوامل درون سازمانی شناسایی شده با عنوان «موانع درون سازمانی» صادرات صنایع تجهیزات نفت به اتحادیه اوراسیا و کشورهای عراق و سوریه، شامل ۳ عامل اصلی به شرح زیر می‌باشد:

۲-۱- موانع بازاریابی و برند:

این موانع شامل ۲ مولفه به شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول ۶. موانع بازاریابی و برند

ابعاد	عوامل اصلی	کد مولفه	مولفه‌ها
موانع درون سازمانی (I)	موانع بازاریابی و برند (I-1)	I-1-1	۱-۱-۲- ناشناخته بودن برند سازمان در بازار بین‌المللی
		I-1-2	۲-۱-۲- عدم امکان اخذ مونوگرام API برای سازندگان ایرانی

۲-۲- موانع فنی و کیفی:

این موانع شامل ۲ مولفه به شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول ۷. موانع فنی و کیفی

ابعاد	عوامل اصلی	کد مولفه	مولفه‌ها
موانع درون سازمانی (I)	موانع فنی و کیفی (I-2)	I-2-1	۱-۲-۲- عدم برخورداری از مزیت کیفیت نسبی در مقایسه با رقبای خارجی
		I-2-2	۲-۲-۲- استفاده از تکنولوژی نسل قدیم بخصوص در تجهیزات با فناوری بالا نسبت به تکنولوژی‌های روز دنیا

۳-۲- موانع فرهنگ سازمانی:

این موانع شامل ۳ مولفه به شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول ۸. موانع فرهنگ سازمانی

ابعاد	عوامل اصلی	کد مولفه	مولفه‌ها
موانع درون سازمانی (I)	موانع فرهنگ سازمانی (I-3)	I-3-1	۲-۳-۱- مشکل فرهنگ سازمانی در بین سازندگان داخلی جهت تشکیل کنسرسیوم‌های مشارکتی
		I-3-2	۲-۳-۲- توجه به منافع کوتاه مدت در تشکیل کنسرسیوم‌ها از سوی سازندگان داخلی
		I-3-3	۲-۳-۳- عدم باور به اهمیت صادرات و اقدام عملی در این خصوص از سوی سازندگان داخلی

بحث و نتیجه‌گیری

این تحقیق به دنبال تحلیل موانع صادرات و توسعه همکاری‌های بین‌المللی در صنایع تجهیزات نفت؛ مطالعه‌ای بر اوراسیا، عراق و سوریه است که با توجه به موارد مطرح شده، عمده‌ترین موانع صادرات به شرح زیر می‌باشد:

الف- در خصوص موانع ساختاری و سیاست‌های خارجی ۴ عامل شناسایی شده‌اند.

۱- تحریم‌های سیاسی و اقتصادی به عنوان اصلی‌ترین عامل که هم بصورت مستقیم و هم بصورت غیرمستقیم بر صادرات صنایع تجهیزات نفتی اثر منفی گذاشته است.

۲- ریسک بالای کارفرمایان خارجی برای همکاری با شرکت‌های ایرانی (تحریم‌های ثانوی) مانع دوم شناسایی شده است. این عامل باعث می‌گردد شرکت‌ها و کارفرمایان خارجی متأثر از تحریم‌های سیاسی و اقتصادی تمایل زیادی به همکاری با شرکت‌های ایرانی نداشته باشند و این فرصت در اختیار سایر شرکت‌های خارجی قرار گیرد.

۳- سیاست‌های اقتصادی کشورهای موردنظر (محدودیت واردات از سوی کشورهای هدف) سومین عامل موانع ساختاری و سیاست‌های خارجی می‌باشد. بسیاری از کشورهای سیاست خودکفایی و عدم وابستگی به کشورهای دیگر را در استراتژی‌های کلان خود قرار داده‌اند. در سال‌های اخیر کشور عراق نیز با همین رویکرد سعی در کاهش وابستگی به انرژی و گاز ایران دارد. از این رو پروژه‌های بزرگی را با مشارکت شرکت‌های بزرگ اروپایی مانند توتال در حال اجرا دارد. بنابراین تمامی تجهیزات موردنیاز ساخت این پروژه‌ها توسط

شرکت‌های اروپایی و یا شرکت‌های آسیایی طرف قرارداد با آنها تامین خواهد شد. اسفندیاری (۱۳۹۹) محدودیت‌های صادراتی را یکی از اصلی‌ترین مانع صدور خدمات فنی و مهندسی شناسایی کرده است.

۴- بی‌ثباتی سیاسی و منازعات منطقه‌ای عامل بعدی موانع ساختاری و سیاست‌های خارجی می‌باشد. بسیاری از تصمیمات اقتصادی، تحت تاثیر شرایط سیاسی و امنیتی می‌باشد. لذا با توجه به شرایط سیاسی و امنیتی، به خصوص در کشورهای سوریه و عراق، ریسک اقتصادی شرکت‌های صادرکننده برای همکاری‌های اقتصادی با کشورهای مذکور بسیار بالا می‌باشد. ملکی (۱۳۹۶) بی‌ثباتی سیاسی را یکی از موانع صادرات غیرنفتی بر عملکرد شرکت‌های صادراتی استان آذربایجان غربی شناسایی کرده است.

ب- در رابطه با سیاست‌های داخلی نیز ۴ عامل شناسایی شده‌اند:

۵- اجرایی نشدن استراتژی‌های دولت برای صادرات تجهیزات نفتی، یکی از موانع و مشکلات سازندگان داخلی محسوب می‌گردد. تغییر مکرر سیاست‌ها و اجرایی نشدن سیاست‌های دولت، صادرکنندگان را با انبوهی از مشکلات مواجه ساخته است.

۶- سیاست‌های ارزی دولت، دومین مانع سیاست‌های شناسایی شده است. تغییر سیاست و قوانین ارزی در سال‌های اخیر به یکی از بزرگترین دغدغه‌های شرکت‌های صادرکننده تبدیل شده است. بر اساس نتایج تحقیق زهتاب (۱۳۹۸) ناکارآمدی نظام ارزی به عنوان یکی از موانع صادرات غیرنفتی در استان فارس شناخته شده است.

۷- فقدان متولی، مرجع و اطلاعات جامع و دقیق از بازارهای هدف (عدم وجود دانش کافی از بازارهای هدف)، یکی دیگر از موانع صادرات در حوزه سیاست‌های داخلی می‌باشد. اصناف و اتاق‌های بازرگانی بایستی نگاه ویژه به این موضوع داشته باشند و جمع‌آوری اطلاعات دقیق از بازارهای مورد هدف بطوریکه قابل استفاده و بهره‌برداری باشد، باید یکی از اساسی‌ترین وظایف آنها محسوب گردد و برای این موضوع اقدام عملی و کافی داشته باشند. متأسفانه بسیاری از صادرکنندگان بعد از مراجعه به اصناف و اتاق‌های بازرگانی با اطلاعات مبهم و ناکارآمد مواجه می‌گردند. همچنین این مراکز می‌توانند نقش تصمیم‌سازی برای دولت و تدوین سیاست‌های اقتصادی داشته باشند.

۸- محدودیت‌های تخصیص انرژی به بخش صنایع (مانند برق و گاز) که منجر به کاهش حجم و بهره‌وری تولید می‌گردد. این عامل در سال‌های اخیر با بحران انرژی برق در تابستان و قطع مکرر گاز در زمستان به خصوص در شهرک‌های صنعتی، مشکلات بسیار زیادی در

تولید و بهره‌وری برای سازندگان داخلی به وجود آورده است. دولت مردان و سیاست‌گذاران داخلی باید این نکته را مدنظر قرار دهند که افزایش تولید و بهره‌وری، بدون داشتن انرژی امکان‌پذیر نخواهد بود. در بسیاری از موارد کاهش تولید و تاخیر در تحویل پروژه‌ها در سال‌های اخیر، ناشی از کمبود دسترسی انرژی برای سازندگان بوده است.

ج- در رابطه با موانع مالی و بانکی ۳ عامل شناسایی گردید:

۹- مشکلات نقل و انتقال ارز در سیستم بانکی اولین مانع صادرات در حوزه موانع مالی و بانکی شناسایی شده است. اسفندیاری (۱۳۹۹) نقش دولت را به عنوان اصلی‌ترین مانع صدور خدمات فنی و مهندسی شناسایی کرده است. بر اساس نتایج تحقیق ایشان دولت به عنوان یک عامل اساسی عمل کرده است، به این معنا که موانع ناشی از ساختار دولت بیشترین تأثیر را در ناکامی صادرات خدمات فنی و مهندسی از طریق مناقصات بین‌المللی در سال‌های اخیر داشته‌اند.

۱۰- مشکلات ضمانت‌نامه بانکی برای شرکت در مناقصات بین‌المللی، دومین مانع موانع مالی و بانکی می‌باشد. در واقع ضمانت‌نامه بانکی جزو لاینفک قراردادهای تجاری می‌باشد که شرکت‌های ایرانی برای دریافت ضمانت‌نامه با مشکلات زیادی به خصوص در سطح بانک‌های بین‌المللی مواجه هستند. رستگاریا (۱۳۹۹) در نتایج تحقیق خود مشکل ضمانت‌نامه بانکی را به عنوان یکی از موانع طرح‌ریزی راهبردی صدور خدمات فنی و مهندسی (مورد مطالعه: صنعت آب و برق) شناسایی نموده است.

۱۱- ناکافی بودن تسهیلات بانکی با نرخ پایین برای تولیدکنندگان داخلی، سومین عامل موانع مالی و بانکی است. تسهیلات بدون کارمزد و کافی نقش بسزایی در افزایش تولید و کاهش مشکلات مالی برای تولیدکنندگان دارد. مقایسه میزان تسهیلات، فرآیند پرداخت، سود و کارمزد تسهیلاتی که در اختیار تولیدکنندگان چینی و هندی قرار می‌گیرد با آنچه که به عنوان تسهیلات بانکی به تولیدکنندگان ایرانی پرداخت می‌شود، بیانگر ناکافی و بی‌اثر بودن این نوع تسهیلات برای پیشبرد سیاست‌های افزایش تولید می‌باشد.

د- موانع تجاری و بازرگانی نیز شامل ۳ مولفه می‌باشد:

۱۲- حضور موثر شرکت‌های معتبر خارجی در بازار هدف، اولین مانع شناسایی شده برای صادرات و شرکت در کنسرسیوم‌ها در موانع تجاری و بازرگانی است. شرکت‌های معتبر خارجی اعم از اروپایی و آسیایی (شامل شرکت‌های کره‌ای، چینی و هندی) با حضور موثر و جایگاه معتبر در بازار صنایع تجهیزات نفت توانسته‌اند سهم بسیار بزرگی از بازار خاورمیانه

و اتحادیه اوراسیا را از آن خود کنند. متأسفانه شرکت‌های خصوصی توان رقابت با آنها را نداشته و شرکت‌های سرمایه‌گذاری دولتی و نیمه دولتی مانند «شستا» و... هیچ استراتژی برای ورود موثر به این بازارها را ندارند.

۱۳- عدم شرکت موثر در نمایشگاه‌های تخصصی کشورهای هدف جهت معرفی سازندگان داخلی و نمایش توانمندی‌های آنها، دومین مانع تجاری و بازرگانی می‌باشد. شرکت موثر در نمایشگاه‌های تخصصی در کشورهای هدف و برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی و دعوت از مراجع تصمیم‌گیرنده جهت حضور در این نمایشگاه‌ها به منظور معرفی توانمندی‌های سازندگان ایرانی نقش بسیار زیادی در ورود به بازارهای بین‌المللی دارد. عدم تخصیص بودجه مناسب و مشکلات مدیریتی حضور سازندگان داخلی را کم‌رنگ و کم‌اثر ساخته است.

۱۴- عدم کارآمدی اصناف و اتحادیه‌های موثر در جهت پیشبرد اهداف صادراتی، یکی دیگر از عوامل موثر بر عدم موفق صادرات و شرکت در کنسرسیوم‌ها می‌باشد. اتاق‌های بازرگانی و حتی سفارت‌خانه‌ها می‌توانند نقش عمده‌ای در پیشبرد اهداف صادراتی داشته باشند.

۵- موانع قانونی نیز شامل ۲ مولفه می‌باشد:

۱۵- ناکارآمدی قوانین مالیاتی و تضامین نسبت به سایر رقبای خارجی در کنسرسیوم‌های بین‌المللی، اولین مانع قانونی در صادرات و شرکت در کنسرسیوم‌ها می‌باشد. قوانین مالیاتی و تضامین در سیستم بانکی ایران قابل قیاس با کشورهای چین و هند نمی‌باشد از این رو مشکلات زیادی پیش‌روی شرکت‌های ایرانی برای شرکت در کنسرسیوم‌ها قرار می‌دهد.

۱۶- ناکارآمدی و ضعیف بودن مشوق‌های صادراتی در مقایسه با رقبای خارجی، دومین مانع قانونی است. مشوق‌های صادراتی موثر در کشورهای چین و هند برای صادرکنندگان چینی و هندی، فضای رقابتی بسیار مناسبی را در اختیار آنها قرار داده است. کاهش قیمت برای شرکت در مناقصات بین‌المللی و بهره‌مندی از سود حاصل از مشوق‌های صادراتی، نقطه قوت تولیدکنندگان این کشورها برای برنده شدن در مناقصات می‌باشد. این مساله در نتایج تحقیق اسفندیاری (۱۳۹۹) نیز بعنوان مانع مهمی برای صدور خدمات فنی و مهندسی مطرح شده است.

و- موانع بازاریابی و برند شامل ۲ مولفه می باشد:

۱۷- ناشناخته بودن برند سازمان در بازار بین‌المللی، عدم وجود برنامه و استراتژی در شرکت‌های ایرانی برای حضور در بازارهای بین‌المللی، مشکلات بازاریابی و ناشناخته بودن برندهای ایرانی در صنایع تجهیزات نفت، به عنوان هفدهمین مانع شناسایی شده است.

۱۸- عدم امکان اخذ مونوگرام API برای سازندگان ایرانی جزو موانعی است که به صورت غیرمستقیم ناشی از تحریم‌های سیاسی و اقتصادی می‌باشد. از آنجا که مونوگرام API به عنوان نشان استاندارد بین‌المللی برای محصولات مورد استفاده در صنایع نفت، گاز و پتروشیمی به شمار می‌رود و شرکت‌های ایرانی امکان انجام ممیزی و اخذ این استاندارد را ندارند، عملاً محصولات آنها حتی با قیمت مناسب‌تر مورد تایید و پذیرش کارفرمایان بین‌المللی قرار نمی‌گیرد و این امر تاثیر بسزایی در صادرات صنایع تجهیزات نفت دارد.

ز- در رابطه با موانع فنی و کیفی ۲ عامل شناسایی گردید:

۱۹- عدم برخورداری از مزیت کیفیت نسبی در مقایسه با رقبای خارجی، بهره‌گیری از تکنولوژی‌های مدرن، روش‌های نوین تولید و دسترسی به مواد اولیه با کیفیت و ارزان، باعث شده است شرکت‌های فعال اروپایی و آسیایی در حوزه صنعت نفت، گاز و پتروشیمی سطح کیفیت خود را تا اندازه‌ای ارتقا دهند که کیفیت محصولات شرکت‌های ایرانی زیرسایه آنها قرار می‌گیرد.

۲۰- استفاده از تکنولوژی نسل قدیم بخصوص در تجهیزات با فناوری بالا نسبت به تکنولوژی‌های روز دنیا، نیز یکی دیگر از موانع فنی و کیفی می‌باشد. تجهیزات با فناوری بالا، مانند سنسورها، ترنس‌میتورها، مبدل‌ها، سیستم و تجهیزات کنترلی جزو تجهیزات پرمصرف دقیق و با ارزش افزوده بالا در صنعت نفت، گاز و پتروشیمی می‌باشد که برای تولید آنها، به فناوری و تکنولوژی‌های روز دنیا نیاز است. شرکت‌های ایرانی برای دستیابی به این فناوری‌ها و یا حتی تولید مشارکتی با شرکت‌های شناخته شده در این صنعت، با مشکل و تحریم مواجه هستند.

ح- موانع فرهنگ سازمانی شامل ۳ مولفه می باشد:

۲۱- مشکل فرهنگ سازمانی در بین سازندگان داخلی جهت تشکیل کنسرسیوم‌های مشارکتی، به عنوان نهمین مانع در مشارکت در کنسرسیوم‌های بین‌المللی شناسایی شد. عدم داشتن روحیه تیمی و مشارکتی در مدیران سازمان‌ها، یکی از اساسی‌ترین مشکلات در کنسرسیوم‌های مشارکتی می‌باشد.

۲۲- توجه به منافع کوتاه مدت در تشکیل کنسرسیوم‌ها از سوی سازندگان داخلی، سومین مانع در صادرات و تشکیل کنسرسیوم‌های بین‌المللی شناسایی شده است. تجارت بین‌المللی و ورود به بازارهای بین‌المللی استراتژی و دید بلند مدت را طلب می‌کند. توجه به منافع کوتاه مدت مانعی بزرگ در سر راه شرکت‌های ایرانی جهت دستیابی به اهداف بلند مدت و حضور در بازارهای جهانی می‌باشد.

۲۳- عدم باور به اهمیت صادرات و اقدام عملی در این خصوص از سوی سازندگان داخلی، نیز یکی دیگر از موانع فرهنگ سازمانی می‌باشد. با توجه به شرایط اقتصادی کنونی و کوچکتر شدن مرزهای اقتصادی بین کشورهای دنیا، پیشرفت به سمت اقتصاد بین‌المللی از حیاتی‌ترین نیازهای کسب و کار در دنیای امروز می‌باشد. متأسفانه نگاه‌های کوتاه مدت و عدم بینش لازم نزد مدیران، لزوم این امر در بسیاری از شرکت‌ها درک و نهادینه نشده است. با توجه به موارد مطرح شده، بطور کلی اگر بخواهیم موانع اصلی را مورد بحث قرار دهیم، «موانع ساختاری و سیاست‌های خارجی، موانع مالی و بانکی، موانع بازاریابی و برند، سیاست‌های داخلی، موانع فرهنگ سازمانی، موانع تجاری و بازرگانی، موانع قانونی و موانع فنی و کیفی» به ترتیب بیشترین نقش در عدم موفقیت صادرات در حوزه صنایع تجهیزات نفت در سالهای اخیر را داشته‌اند. بایستی توجه داشت که عوامل فوق، منشا «برون سازمانی» و درون سازمانی» را به صورت همزمان دارند، بنابراین ضرورت توجه شرکت‌های صادرکننده به عوامل بیرونی و درونی امری اجتناب‌ناپذیر خواهد بود که این نکته در نتایج تحقیق ملکی (۱۳۹۶) نیز اشاره شده است.

براساس نتایج بدست آمده از پژوهش، پیشنهاد می‌گردد:

الف- در خصوص موانع ساختاری و سیاست‌های خارجی، دولت با عضویت در اتحادیه‌های منطقه‌ای مانند اوراسیا و همچنین تشکیل کنسرسیوم‌های بین‌المللی و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های کشورهای هدف، تاثیر تحریم‌ها را کاهش داده و از این طریق صادرات تسهیل و ارز آوری توسط صادرکنندگان افزایش یابد.

ب- در خصوص موانع مالی و بانکی، دولت می‌تواند با عضویت در بانک‌های مشارکتی بین‌المللی موانع بانکی و مالی را در سطح بین‌المللی مرتفع سازد. عضویت و مشارکت در بانک‌های بین‌المللی نیازمند ایجاد زیرساخت‌های مناسب و اجرای دستورالعمل‌های بین‌المللی مانند عضویت در «گروه ویژه اقدام مالی» می‌باشد.

ج- در رابطه با موانع بازاریابی و برند، سازندگان داخلی بایستی ورود به بازارهای بین‌المللی را در استراتژی‌ها و برنامه‌های بلند مدت خود قرار داده و اقدامات عملی موثر در این خصوص انجام دهند. ایجاد واحد مستقل بازرگانی یا فروش بین‌الملل و اخذ استانداردهای معادل مانند «سازمان بین‌المللی استاندارد» می‌تواند تا حدودی مشکلات استاندارد را برای حضور در بازارهای بین‌المللی برطرف سازد.

د- سیاست‌های داخلی دولت بایستی در جهت کمک به صادرات و صادرکنندگان تغییر یابد. سیاست‌های ارزی، توزیع انرژی و ... علاوه بر رونق تولید و اقتصاد نقش موثری در ارزآوری خواهد داشت.

ه- در خصوص موانع فرهنگ سازمانی، باید دقت داشت که این امر جزو موانع درون سازمانی می‌باشد. این بدان معنی است که سازمان‌ها و شرکت‌ها بایستی خود به ارتقای فرهنگ سازمانی درونی بپردازند. نگاه بلند مدت به کسب و کار و داشتن استراتژی‌های بلند مدت برای رشد و ارتقای تجارت، افزایش روحیه همکاری و کار تیمی در مدیران می‌تواند منافع بسیار زیادی در بلند مدت برای کسب و کارها ایجاد نماید.

و- در رابطه با موانع تجاری و بازرگانی، بایستی با تقویت اصناف، اتحادیه‌ها نقش آنها را در مناسبات تجاری ارتقا داد. همچنین با برگزاری و مشارکت موثر در نمایشگاه‌های بین‌المللی، سازندگان می‌توانند برای ورود به بازارهای بین‌المللی گام‌های موثری برداشته و نام و برند خود را در بازارهای هدف معرفی نمایند.

ز- موانع قانونی، یکی از عوامل مهم و تاثیرگذار در صادرات می‌باشد. اصلاح و بازنگری قوانین مربوط به مالیات و همچنین تقویت مشوق‌های صادراتی برای صادرکنندگان، می‌تواند محرک بسیار قوی برای صادرکنندگان و افزایش صادرات باشد.

ح- موانع فنی و کیفی، که جزو موانع درون سازمانی می‌باشد بایستی با برنامه‌ریزی در راستای بهبود کیفیت و انتقال تکنولوژی‌های جدید و همچنین استفاده از روش‌های نوین تولید، توسط شرکت‌ها و تولیدکنندگان داخلی اجرا و بکار گرفته شود تا بتوانند در بازارهای بین‌المللی ورود و در آنها حضور مستمر داشته باشند.

محدودیت‌های تحقیق

این تحقیق نیز مانند هر پژوهش دیگر با محدودیت‌هایی مواجه بود. برخی از محدودیت‌های تحقیق به شرح زیر می‌باشد:

- الف- عدم تمایل پاسخگویی و یا پاسخ‌های روشن به برخی مسایل توسط مدیران ارشد
- ب- عدم وجود و دسترسی به اطلاعات دقیق و مفصل به دلیل حفظ حریم خصوصی شرکت‌ها و یا مقررات مربوط به شرکت‌های سهامی
- ج- محدودیت‌های زمانی و دشواری‌های ملاقات با مدیران ارشد
- د- تنوع در تجربیات مدیران گاهی باعث بروز تناقض در تشخیص یا اهمیت یک مساله می‌گردد
- ه- تفاوت‌های فرهنگی و اعتقادی می‌تواند بر نحوه بیان نظرات و برداشت‌ها تأثیر بگذارد

پیشنهاداتی برای پژوهش‌های آتی

- با توجه به اهمیت صادرات و گسترده‌گی صنعت نفت، گاز و پتروشیمی و همچنین صنایع مربوط به آن پیشنهاد می‌گردد جهت تکمیل تحقیق حاضر می‌توان به موارد زیر پرداخت:
- الف- این تحقیق برای شناسایی موانع صادرات صنایع تجهیزات نفت در منطقه اوراسیا و کشورهای عراق و سوریه متمرکز بود. برای واکاوی بیشتر می‌توان این موانع رو در هر یک از حوزه‌ها و کشورهای فوق بصورت خاص بررسی نمود.
- ب- با توجه به گسترده‌گی صنایع تجهیزات نفت، می‌توان هر یک از حوزه‌های تخصصی مانند تجهیزات ثابت، تجهیزات دوار، ابزارهای کنترلی و اندازه‌گیری و ... را در حال حاضر در کشور تولید می‌گردد، مورد تحقیق و بررسی قرار داد.
- ج- با توجه به تنوع موانع اصلی مانند سیاسی، مالی، قانونی و ... پیشنهاد می‌گردد هر یک از این موانع بطور خاص مورد تحقیق و بررسی قرار گیرد.

منابع

- اسفندیاری، نرجس. (۱۳۹۹). شناسایی و اولویت‌بندی موانع صدور خدمات فنی و مهندسی از طریق مناقصات بین‌المللی، مورد مطالعه: شرکت‌های ارائه دهنده خدمات فنی مهندسی در پروژه‌های عمرانی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت کسب و کار، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان.
- بلاغی اینالو، یاسر. (۱۴۰۰). بررسی اثرات اقتصادی حذف تعرفه بین ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا. رساله دکتری، رشته علوم اقتصادی، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه شهید باهنر کرمان.
- جنگجوی شالدهی، علیرضا. (۱۴۰۰). شناسایی و رتبه‌بندی موانع توسعه صادرات. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مهندسی صنایع، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی و غیردولتی مهر آستان.
- ترابی فرد، میلاد و رزم‌آهنگ، مهدی. (۱۴۰۲). ابتکار راهبردی ایران؛ جانمایی جدید و باز تعریف نقش ایران در اقتصاد جهان؛ خنثی سازی تحریم به چه معناست؟. ماهنامه گزارش‌های کارشناسی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دوره ۳۱ شماره ۲ اردیبهشت ۱۴۰۲، تهران، ایران.
- خادم شیرازی، فاطمه. (۱۴۰۳). فرصت‌ها و چالش‌های تجارت خارجی ایران با آسیای مرکزی. مرکز بین‌المللی مطالعات صلح، تهران، ایران.
- رحیمی، حافظ. (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین اقتصاد و منابع انرژی و تاثیرات آن‌ها بر محیط زیست. سومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در علوم و تکنولوژی، ۱۹ تیر ۱۳۹۵، برلین، آلمان.
- رستگاریانیا، مهدی. (۱۳۹۹). طرح‌ریزی راهبردی صدور خدمات فنی و مهندسی، مورد مطالعه؛ صنعت آب و برق. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت کسب و کار، دانشکده مدیریت، اقتصاد و مهندسی پیشرفت، دانشگاه علم و صنعت ایران.
- رضوانی، مهران و کلابی، امیر محمد. (۱۳۹۵). کسب و کار بین‌الملل (رویکردی جامع و کاربردی)، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، تهران، ایران.
- زهدتاب، محمد. (۱۳۹۸). شناسایی موانع توسعه صادرات غیرنفتی در استان فارس با تاکید بر موانع نهادی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته علوم اقتصادی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز.

سالواتوره، دومینیک. (۲۰۰۷). اقتصاد بین الملل: تجارت بین الملل. ترجمه ارباب، حمیدرضا. چاپ یازدهم ۱۴۰۰، انتشارات نشر نی، رشت، ایران.

سیاحی، الفیه. (۱۳۹۹). تجزیه و تحلیل اثرات سیاست‌های تجاری و صنعتی بر رشد صادرات ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته اقتصاد، دانشکده علوم اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز.

کروگمن، پل آر؛ اوبستفلد، موریس و ملیتز، مارک ج. (۱۳۹۸). اقتصاد بین‌الملل نظریه و سیاست. جلالی، عبدالمجید و شیوایی، الهام، چاپ اول، همدان، انتشارات نور علم.

متقی، افشین؛ شفیعی، بابک و متقی سمیرا. (۱۴۰۲). هزینه فرصت اقتصاد سیاسی ایران در سوریه بین سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۲۲. فصلنامه غرب آسیا، سال اول، محترم، رحیم و نصیری سوادکوهی، رضا. (۱۳۹۵). بازرگانی بین‌الملل تئوری‌ها و کاربردها. چاپ اول، تهران، انتشارات چاپ و نشر بازرگانی.

محمدخانی، سمانه؛ فطرس، محمدحسن؛ مولایی، محمد. (۱۳۹۹). سنجش اثرات کوتاه‌مدت و بلندمدت عوامل موثر بر صادرات گروه‌های محصولات با فناوری بالا در ایران. فصلنامه علمی تحقیقات مدل سازی اقتصادی، شماره ۴۱، پاییز ۱۳۹۹.

مجد رضایی، حورا و مهدوی ابوالقاسم. (۱۴۰۰). شناسایی موانع رشد مبتنی بر صادرات در ایران با استفاده از درخت تصمیم‌گیری. فصلنامه اقتصاد و الگوسازی، دوره ۱۲، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۰.

مهرابی کرمانی، آبتین. (۱۳۹۹). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر صادرات تجهیزات پزشکی به کشورهای عضو اتحادیه اوراسیا با استفاده از ترکیب روش‌های تصمیم‌گیری فازی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم و فناوری‌های نوین، دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران.

نجاتی، مهدی؛ بهمنی، مجتبی؛ جلالی، عبدالحمید و بلاغی اینالو، یاسر. (۱۳۹۹). تحلیل اثرات رفاهی آزادسازی تجاری با رویکرد الگوی تعادل عمومی محاسبه‌پذیر چند منطقه‌ای: مطالعه ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا. فصلنامه اقتصاد و الگوسازی، دوره ۱۱، شماره ۱، بهار ۱۳۹۹.

Arnouz, Abdelatif. & Hamdani, Mahieddine. (2024). The Role Of Small And Medium-sized Enterprises In Promoting Non-oil Exports In Algeria During The Period 2014-2022. CERIST, Volume 23, No. 2, 2024-01-30.

- Moodhi Raid, Nisar Ahmad, Salim A. Bagadeem, Jumah Alzyadat & Hisham Alhawal.(2024). The non-oil institutional sectors and economic growth in Saudi Arabia, Cogent Economics & Finance, VOL. 12, NO. 1. 2300819, DOI: 10.1080/23322039.2023.2300819, <https://doi.org/10.1080/23322039.2023.2300819>
- Oyinpreye Apere,ThankGod.(2024). Foreign Direct Investment and Non-Oil Exports in Nigeria. International Journal of Strategic Research in Education, Technology and Humanities. Volume 12, No 1, April 2024.
- Paul Robin Krugman. (2017). International Economics Theory and Policy. Pearson India. ISBN-10:9332586551