



Identification and Prioritization Obstacles to Agricultural Exports of Mazandaran Province with Hybrid Approach

Tayebeh Heydari Ardi ^{1*} Majid Fattahi ²

1. PhD Student, Department of Business Management, Faculty of Humanities, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran.

2. Assistant Professor, Department of Business Management, Faculty of Humanities, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran.

ARTICLE INFORMATION

Type of Article:

Original Research

Pages: 64-72

Corresponding Author's Info

Email:

heydari.tayebe68@gmail.com

Article history:

Received: 22 May 2020

Revised: 08 July 2020

Accepted: 01 August 2020

Published online: 23 September 2020

Keywords:

agricultural exports of Mazandaran province, obstacles, fuzzy hierarchy analytical process, prioritize

ABSTRACT

Mazandaran province becomes one of the potential areas for agricultural production in Iran that with proper use of this potential can play a significant role in non-oil exports in the country. The main agricultural products of the province include citrus, flowers and ornamental plants and kiwi, which have a comparative advantage. But despite having a comparative advantage in the production of these products, unfortunately in the export stage and in international markets due to the existence of internal and external communication and restrictions, this advantage has been lost. The main purpose of this research was to identify and prioritize the barriers to the export of agricultural products in Mazandaran province, in which, while identifying the barriers to the export of these products, these barriers were also prioritized. This research is a descriptive and survey type. In the qualitative part of this study, the statistical population of this research is 8 agricultural export experts of Mazandaran province and in the quantitative part of the research, the statistical sample is all exporters active in the field of agricultural products export. The method and tool of data collection is library studies and field research that was done through a questionnaire. The reliability of the questionnaire was measured using Cronbach's alpha method and SPSS software, And its validity was done by confirmatory factor analysis with PLS software and to prioritize the approved barriers, we used FAHP multi-criteria decision making method. The results of this study show that export barriers include barriers related to the country of origin, which were more important than barriers related to the company and barriers related to the destination country. Among the components of these barriers, insufficient incentives for export, insufficient knowledge and information about potential markets and inappropriate monetary and exchange rate policies in the country of origin, respectively, have been introduced as the most important barriers to agricultural exports in Mazandaran province. At the end of this study, appropriate solutions were provided to remove these obstacles and improve the export of agricultural products in Mazandaran province.



This is an open access article under the CC BY license.

© 2020 The Authors.

How to Cite This Article: Heydari Ardi , T., Fattahi, M (2020). "Identification and Prioritization Obstacles to Agricultural Exports of Mazandaran Province with Hybrid Approach" . *Journal of Management, economics and Entrepreneurship* , 1(1): 64-72.



دوره اول، شماره اول، بهار ۱۳۹۹

شناسایی و الویت بندی موانع صادرات محصولات کشاورزی استان مازندران با رویکرد ترکیبی

طیبه حیدری آردی^۱ * مجید فتاحی^۲

۱ دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران. heydari.tayebe68@gmail.com

۲ استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران. Majid.fattahi59@gmail.com

چکیده

استان مازندران یکی از مناطق مستعد تولید محصولات کشاورزی در ایران محسوب می شود که با استفاده مناسب از این پتانسیل می تواند در توسعه صادرات غیر نفتی در کشور، نقش چشمگیری را ایفا کند. محصولات اساسی کشاورزی استان شامل مرکبات، گل و گیاهان زینتی و کیوی هستند که دارای مزیت نسبی صادرات هستند. اما علی رغم داشتن مزیت نسبی در تولید این محصولات، متأسفانه در مرحله صدور و در بازارهای بین المللی به دلیل وجود محدودیت ها و موانع داخلی و خارجی، این مزیت از دست رفته است. هدف اصلی این تحقیق شناسایی و الویت بندی موانع صادرات محصولات کشاورزی استان مازندران بود که در آن ضمن شناسایی موانع صادرات این محصولات، به الویت بندی این موانع نیز پرداخته شد. این تحقیق از نوع توصیفی و پیمایشی است که در بخش کیفی این مطالعه، جامعه آماری این تحقیق ۸ نفر از خبرگان صادرات محصولات کشاورزی استان مازندران و در بخش کمی تحقیق، نمونه آماری، کل صادرکنندگان فعال در حوزه صادرات محصولات کشاورزی این استان می باشد. روش و ابزار گردآوری اطلاعات، مطالعات کتابخانه ای و تحقیقات میدانی است که از طریق پرسشنامه انجام شد. پایایی پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ و با استفاده از نرم افزار SPSS، سنجیده شده است و اعتبار آن نیز با تحلیل عاملی تاییدی با نرم افزار PLS صورت پذیرفت و برای الویت بندی موانع تایید شده، برای روش تصمیم گیری چند معیاره FAHP استفاده کردیم. نتایج این تحقیق نشان می دهد که موانع صادرات شامل موانع مرتبط با کشور مبدأ که از درجه اهمیت بیشتری نسبت به موانع مرتبط با شرکت و موانع مرتبط با کشور مقصد برخوردار بودند. در بین مولفه های این موانع، به ترتیب کافی نبودن مشوق ها برای صادرات، کافی نبودن دانش و اطلاعات درباره بازارهای بالقوه و نامناسب بودن سیاست های پول و نرخ ارز در کشور مبدأ به عنوان مهم ترین موانع صادرات محصولات کشاورزی استان مازندران، معرفی شده اند. در پایان این مطالعه، راهکارهایی مناسب جهت برطرف کردن این موانع و بهبود وضعیت صادرات محصولات کشاورزی استان مازندران، ارائه شد.

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: علمی - پژوهشی

صفحات: ۶۴-۷۲

اطلاعات نویسنده مسئول

ایمیل:

heydari.tayebe68@gmail.com

سابقه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۹/۰۵

تاریخ ویرایش: ۱۳۹۸/۱۰/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۱/۰۱

تاریخ انتشار: ۱۳۹۹/۰۱/۰۱

واژگان کلیدی: صادرات محصولات

کشاورزی استان مازندران، موانع صادرات، فرآیند تحلیل سلسه مراتبی فازی، الویت-بندی



۱- مقدمه

استان مازندران که از مناطق مستعد تولید محصولات کشاورزی در ایران محسوب می شود، با استفاده مناسب از این پتانسیل خود می تواند در توسعه صادرات غیر نفتی در کشور، نقش مهم و چشمگیری را ایفا کند. طبق شواهد، اقتصاد ساکنان استان مازندران وابسته به فروش محصولات کشاورزی می باشد. بر اساس جدیدترین آمار منتشره از سازمان جهاد کشاورزی استان مازندران در سال ۱۳۹۳ نزدیک به ۵۹۲ هزار هکتار از زمین های زراعی و باغی استان، زیر کشت محصولات کشاورزی رفته اند که تنها حجم اندکی از این محصولات به بازارهای بین المللی صادر می شوند، قطعاً صادرات بیشتر این محصولات منجر به توسعه کشاورزی این استان خواهد شد. بر اساس نتایج تحقیقات نوروبی و ثریائی (۱۳۸۸)، محصولات اساسی کشاورزی استان مازندران شامل مرکبات، گل و گیاهان زینتی و کیوی هستند که دارای مزیت نسبی صادرات هستند، اما متأسفانه در مرحله صدور و در بازارهای بین المللی به دلیل وجود محدودیت ها و موانع داخلی و خارجی، این مزیت را از دست داده است. موضوع مورد مطالعه، شناسایی و الویت بندی موانع صادرات محصولات کشاورزی استان مازندران با رویکرد ترکیبی می باشد. موانع صادرات در پژوهش های مورگان (۱۹۹۷)^۱ به سه دسته موانع داخلی محلی صادرات، موانع بیرونی محلی صادرات و موانع بیرونی خارجی صادرات تقسیم شده است. در این مطالعه که سعی بر شناسایی موانع صادرات محصولات کشاورزی استان مازندران و الویت بندی آن ها با رویکرد ترکیبی^۲ می باشد.

۲- مبانی نظری تحقیق

بنا بر تعریف گمرک جمهوری اسلامی ایران، صادرات عبارتست از «فروش، معامله تهاتری و یا اهدای کالا و خدمات یک کشور به کشورهای دیگر، پس از انجام تشریفات

گمرکی و رعایت سایر مقررات». بخش کشاورزی یکی از بخش های مهم اقتصادی استان مازندران محسوب می شود و محصولات کشاورزی از عمده ترین کالاهای غیر نفتی به شمار می آیند، اهمیت و تأثیر صادرات این کالاها بر رشد اقتصادی بخش کشاورزی استان و در پی آن رشد اقتصادی کل کشور منجر می شود. بنابراین انجام مطالعات در این بخش، ضروری به نظر می رسد. با توجه به اهمیت صادرات محصولات کشاورزی در برنامه های توسعه اقتصادی دولت و هم چنین استان مازندران به عنوان یک سرزمین مستعد در تولید و پرورش محصولات کشاورزی متنوع، می تواند ما را در دستیابی به این اهداف کمک کند. اهداف کلی صادرات محصولات غیر نفتی در استان مازندران را می توان به موارد ذیل اشاره کرد: توسعه بازار محصولات فرآورده های کشاورزی استان، ارتقاء سطح امنیت سرمایه گذاری و بهبود سطح در آمد کشاورزان از ظرفیت صادرات کالای کشاورزی، ارتقاء بهره وری منابع و عوامل و فعالیت ها در بخش کشاورزی با تأکید بر تولید محصولات. عمده کالاهای صادراتی استان مازندران شامل: انواع مواد غذایی (محصولات لبنی، بیسکویت، پوره، نوشابه و آب معدنی، رب گوجه، آب میوه و کنسرتره و ...)، محصولات کشاورزی (مرکبات، کیوی، گل و گیاه، سیب درختی و ...)، انواع مواد معدنی، مصالح ساختمانی، ماشین آلات، لوله و پروفیل، مصنوعات چوبی و ...) می باشد. صادرات گمرکات استان مازندران اغلب به کشورهای آذربایجان، روسیه، قزاقستان، ترکمنستان، عراق، افغانستان، تاجیکستان، ترکیه، ازبکستان و عربستان می باشد (مدیریت گمرک استان مازندران، ۱۳۹۳). براساس آمارنامه سازمان جهاد کشاورزی استان مازندران، میزان صادرات محصولات کشاورزی استان مازندران در طی سال های ۹۳-۱۳۸۷، بیشترین صادرات محصولات کشاورزی در استان مازندران در سال های اخیر، مربوط به فرآورده های لبنی و مرکبات و کیوی و گل و گیاه زینتی می باشد.

¹. Morgan

² Mix Method

۳- روش تحقیق

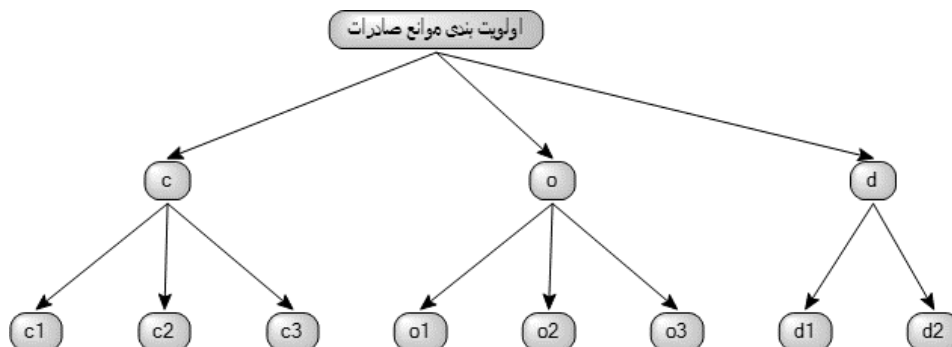
در این تحقیق در مرحله طراحی الگو با استفاده از راهبرد کیفی معیارها و زیر معیارهای موانع صادرات تعیین می شوند. با توجه به اجرای تحقیق، جامعه آماری در دو حیطة قابل بررسی است. حیطة اول شناسایی موانع مؤثر بر صادرات محصولات کشاورزی استان مازندران می باشد، بدین منظور از روش نمونه گیری گلوله برفی برای دستیابی به این افراد استفاده شد که در نهایت با ۸ نفر از مدیران و کارشناسان در پنج نهاد منتخب، مصاحبه صورت گرفت. در مرحله کمی مدل، برای الویت بندی موانع صادرات محصولات کشاورزی استان مازندران از راهبرد نمونه گیری هدفمند استفاده شد. با توجه به اطلاعات موجود، تعداد کل صادرکنندگان محصولات کشاورزی استان مازندران با جامعه ای با حجم ۴۰ نفر بدست آمد و کلیه افراد به عنوان نمونه پژوهش برای پاسخگویی به پرسشنامه ها، انتخاب شدند. شیوه گردآوری داده ها به منظور انجام پژوهش، در بخش کیفی، روش های جمع آوری اطلاعات عبارتند از مصاحبه تحقیق و بررسی اسناد و مدارک. در بخش کمی آزمون الگو، روش جمع آوری اطلاعات استفاده از دو پرسشنامه است. مؤلفه های پرسشنامه با توجه به مبانی نظری تحقیق و با توجه به بخش کیفی تحقیق استخراج شده است. برای ارزیابی روایی سازه پرسشنامه اولیه پژوهش حاضر، به وسیله نرم افزار PLSSmart، از روایی تشخیصی به روش تعیین شاخص میانگین واریانس استخراج شده^۱، استفاده شد. میزان پایایی پرسشنامه این تحقیق به وسیله نرم افزار SPSSwin20 و از روش آلفای کرونباخ بدست آمد. پرسشنامه ثانویه یا پرسشنامه AHP فازی که برای الویت بندی موانع صادرات تأیید شده طراحی شده است.

۴- یافته ها

مؤلفه های موانع و زیر معیارهای آن ها از طریق مصاحبه و مطالعات مبانی نظری پیشین، شناسایی شده و تعدادی از این

زیر معیارها با استفاده از آزمون تحلیل عاملی تأییدی تأیید شده اند که بر اساس آن ها، درخت سلسله مراتبی تصمیم یا الگوی نهایی این پژوهش، به منظور الویت بندی موانع صادرات محصولات کشاورزی استان مازندران به صورت نمودار (۱) نشان داده شده است که معیارها و زیر معیارهای تشکیل دهنده آن در جدول (۱) آمده است.

¹ Average variances extracted



نمودار ۱- درخت سلسله مراتبی تصمیم و الگوی نهایی پژوهش

جدول ۱- معیارها و زیر معیارهای هدف پژوهش

معیار	زیر معیار های تشکیل دهنده
شرکت (C)	سوال ۱۱: کافی نبودن دانش و اطلاعات درباره بازارهای بالقوه (قدرت اقتصادی مشتری، استاندارد کیفی مشتری، زمان نیاز مشتری، کیفیت بسته بندی و ذائقه مشتری و ...)
	سوال ۲۷: کافی نبودن مقبولیت کالاهای کشور در بازار هدف
	سوال ۳۶: پایین بودن فعالیت های بازاریابی بازرگانان در بازارهای هدف
مبدا (O)	سوال ۱: کافی نبودن مشوق ها برای صادرات
	سوال ۳: نامناسب بودن سیاست های پول و نرخ ارز در کشور
	سوال ۷: کند بودن و مشکلات دریافت و پرداختها از خریداران خارجی
مقصد (D)	سوال ۱۷: مزیت های رقابتی محلی در زمینه هزینه و بالا بودن قیمت تمام شده و محصول در مقایسه با رقابتی خارجی
	سوال ۳۲: وجود فساد اداری در کشور هدف

در این تحقیق به منظور سنجش معیارها از اعداد فازی مثلثی استفاده شده است.

جدول ۲- محاسبه درجه ارجحیت معیارهای سطح ۲ نسبت به اولویت بندی موانع صادرات

اولویت بندی موانع صادرات	c	o	d	درجه بزرگتری نهایی	اوزان نرمالایز شده
c	—	0.592	1	0.592	0.37
o	1	—	1	1	0.625
d	0.46 4	0.007	—	0.007	0.004
مجموع				1.599	1

منبع: (برگرفته از محاسبات تحقیق)

- براساس نتایج جدول فوق، اولویت بندی معیارهای سطح ۲ -۲ شرکت (C)
نسبت به اولویت بندی موانع صادرات عبارت است از:
-۳ مقصد (D)
-۱ مبدأ (O)

جدول ۳- محاسبه درجه ارجحیت زیر معیارهای سطح ۳ نسبت به c

c	c1	c2	c3	درجه بزرگتری نهایی	اوزان نرمالایز شده
c1	-	1	1	1	0.816
c2	۰.۲۲۵۲	-	1	۰.۲۲۵۲	۰.۱۸۳
c3	۰.۰۰۰۸	0.363	-	۰.۰۰۰۸	۰.۰۰۰۶
مجموع				1.226	1

منبع: (برگرفته از محاسبات تحقیق)

- براساس نتایج جدول فوق، اولویت بندی زیر معیارهای سطح ۲-۲ C۲
نسبت به C عبارت است از:
-۳ C۳
-۱ C۱

جدول ۴- محاسبه درجه ارجحیت زیر معیارهای سطح ۳ نسبت به o

o	o1	o2	o3	درجه بزرگتری نهایی	اوزان نرمالایز شده
o1	-	1	1	1	۰.۷۷۵
o2	۰.۲۸۵	-	1	۰.۲۸۵	۰.۲۲
o3	۰.۰۰۰۶	0.044	-	۰.۰۰۰۶	۰.۰۰۰۵
مجموع				1.291	1

- براساس نتایج جدول فوق، اولویت بندی زیر معیارهای سطح ۲.۲ O۲
نسبت به O عبارت است از:
۳.۳ O۳
.۱ O۱

جدول ۵- محاسبه درجه ارجحیت زیر معیارهای سطح ۳ نسبت به d

d	d1	d2	درجه بزرگتری نهایی	اوزان نرمالایز شده
d1	-	1	1	۰.۹۳

d2	+۰.۰۷۵	-	+۰.۰۷۵	+۰.۰۷
مجموع			۱.۰۷۵	1

منبع: (برگرفته از محاسبات تحقیق)

بر اساس نتایج جدول فوق، اولویت بندی زیر معیارهای سطح در این مرحله، وزن های سه معیار اصلی محاسبه می شود و ۳ نسبت به d عبارت است از:

کشاورزی به صورت زیر است:

D۱ .۱

D۲ .۲

جدول ۶- ماتریس اوزان نهایی معیار ها نسبت به اولویت بندی موانع صادرات

رتبه	وزن قطعی نهایی مؤلفه‌ها	مؤلفه
۲	0.37	c
۱	0.625	o
۳	0.004	d

منبع: (برگرفته از محاسبات تحقیق)

الویت زیر معیارهای عوامل فوق در جدول (۷) آمده است:

جدول ۷- ماتریس اوزان نهایی زیر معیار ها نسبت به اولویت بندی موانع صادرات

رتبه	وزن قطعی نهایی مؤلفه‌ها	مؤلفه
۲	۰.۳۰۱۹۲	c1
۴	۰.۰۶۷۷	c2
۸	۰.۰۰۰۲۲	c3
۱	۰.۴۸۱۳	o1
۳	۰.۱۳۷۵	o2
۶	۰.۰۰۳۱	o3
۵	۰.۰۰۳۷۲	d1

d2	۰۰۰۰۲۸	۷
----	--------	---

منبع: (برگرفته از محاسبات تحقیق)

۵- نتیجه گیری

پول و نرخ ارز در کشور و کند بودن و مشکلات دریافت و پرداخت ها از خریداران خارجی و زیر معیارهای کشور مقصد شامل مزیت های رقبای محلی در زمینه هزینه و بالا بودن قیمت تمام شده و محصول در مقایسه با رقبای خارجی و وجود فساد اداری در کشور هدف می باشد. هم چنین در وزن دهی زیر معیارهای مرتبط با این معیارها یا موانع مرتبط با آن ها، کافی نبودن مشوق ها برای صادرات در رتبه اول، کافی نبودن دانش و اطلاعات درباره بازارهای بالقوه (قدرت اقتصادی مشتری، استاندارد کیفی مشتری، زمان نیاز مشتری، کیفیت بسته بندی مشتری و ذائقه مشتری و...) در رتبه دوم و نامناسب بودن سیاست های پول و نرخ ارز در کشور در رتبه سوم قرار گرفته اند و کافی نبودن مقبولیت کالاهای کشور در بازار هدف و مزیت های رقبای محلی در زمینه هزینه و بالا بودن قیمت تمام شده و محصول در مقایسه با رقبای خارجی، کند بودن و مشکلات دریافت ها و پرداخت ها از خریداران خارجی، وجود فساد اداری در کشور هدف به ترتیب در رتبه چهارم تا هفتم قرار گرفته اند و پایین بودن فعالیت های بازاریابی بازرگانان در بازارهای هدف در رتبه آخر قرار گرفت. کافی نبودن مشوق ها برای صادرات به عنوان اولین مانع مهم صادرات محصولات کشاورزی استان مازندران شناخته شد، مشوق های صادراتی شامل جوایز صادراتی، حمایت از حمل و نقل صادراتی، اعطای تسهیلات مالی و اعتباری به صادرکنندگان و برنامه های آموزش و اطلاع رسانی می باشند. پیشنهادات این تحقیق شامل هدفمند کردن نحوه پرداخت جوایز صادراتی، بکارگیری نیروی انسانی متخصص آگاه به توسعه روز و آشنا به کاربرد لوازم عصر اطلاعات، اتخاذ سیاست های مناسب نرخ ارز، برگزاری آموزش در زمینه صادرات متناسب با نیاز تجار استان جهت صادر کنندگان و بنگاه ها و تشکل های صادرات، انجام تحقیقات و مطالعات

با شناسایی موانع صادرات محصولات کشاورزی و دسته بندی آن ها و الویت بندی این موانع، به صادرکنندگان و مدیران سازمان های فعال در حوزه صادرات و قانونگذاران و مجریان قوانین کمک می کند تا یا ارزیابی مستمر فعالیت ها، فرآیندها و درآمدهای صادراتی و میزان ارزآوری آن ها، نقاط قوت و حوزه های بهبود خود و موانع را شناسایی کرده و برای بهبود و رفع آن ها، برنامه ریزی کنند. ابعاد تشکیل دهنده موانع صادرات براساس مبانی نظری و پیشینه تحقیق شامل شرکت، کشور مبدأ و کشور مقصد است. معیارها و زیر معیارهای این تحقیق، در چاقوب مرحله کیفی پژوهش شناسایی شدند و در مرحله کمی تحقیق به تأیید رسیدند. در خصوص جایگاه هر یک از زیر معیارهای تشکیل دهنده ابعاد موانع صادرات نیز مدل نهایی موانع صادرات ارائه شد. بر مبنای این مدل، موانع صادرات به عنوان سطح اول و سه بعد شرکت، کشور مبدأ و کشور مقصد به عنوان سطح دوم و زیر معیارهای هر کدام از این ابعاد به عنوان سطح سوم انتخاب شدند. براساس دسته بندی موانع صادرات محصولات کشاورزی استان مازندران که در این مطالعه به صورت موانع مرتبط با شرکت و کشور مبدأ و کشور مقصد صورت گرفته است را می توان در مطالعات مورگان (۱۹۹۷)، که موانع صادرات را به سه دسته موانع داخلی محلی صادرات، موانع بیرونی محلی صادرات و موانع بیرونی خارجی صادرات تقسیم شده است. به تقسیم بندی موانع صادرات به موانع درون سازمانی و موانع داخلی و موانع بین المللی را می توان به نتایج پژوهش ناظمی و خانی (۱۳۹۰) اشاره کرد. زیر معیارهای شرکت شامل: کافی نبودن دانش و اطلاعات درباره بازارهای بالقوه، زیر معیارهای کشور مبدأ شامل کافی نبودن مشوق ها برای صادرات، نامناسب بودن سیاست های نرخ

- مدیریت گمرک استان، بررسی بازارهای هدف. سایت اینترنتی گمرک جمهوری اسلامی ایران، آمار گمرک استان مازندران سال های مختلف (۱۳۹۳-۱۳۸۷)، www.irico.org.

- میرقربانی گنجی، سید موسی، (۱۳۹۲). بررسی موانع توسعه ی صادرات غیرنفتی و شناسایی عوامل تقویت کننده ی صادرات، مدیریت صنعت هوشمند، سال ۱۶/شماره ۱۰/پیاپی ۱۵۱/دی ۱۳۹۲.

- ناظمی، شمس الدین، خانی، داوود، (۱۳۹۰). شناسایی و تحلیل مهم ترین فعالیت های بازدارنده اداری_ خدماتی صادرات کالاهای غیرنفتی در بنگاه های کوچک و متوسط (مطالعه موردی استان های خراسان رضوی و شمالی)، فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، شماره های ۲۱ و ۲۲، صص ۲۲۶-۲۰۳.

- نوروزی، قاسم، زمانیان، علیرضا و هاشمیان، علی اکبر، (۱۳۸۴). بررسی موانع تولید و بازاریابی صادراتی گل و گیاه در استان مازندران، مجله کشاورزی ایران، زاهدان، پنجمین کنفرانس اقتصاد کشاورزی ایران، مجموعه مقالات، صص ۷۰۵-۶۸۱.

- نوروزی، قاسم و ثریایی، علی، (۱۳۸۸). بررسی مزیت نسبی و اولوی تبندی بازارهای هدف صادراتی محصولات کشاورزی ایران: مطالعه موردی استان مازندران، ششمین کنفرانس اقتصاد کشاورزی ایران، کرج، <https://civilica.com/doc/87365>.

ب- منابع انگلیسی

-Morgan,R.,E. (1997)., Export Stimuli and Export Barrers: Evidence Research Studies, European Business., Review, vol.97,NO.2:PP.68-97.

در زمینه شناسایی موانع صادرات، اختصاص تسهیلات لازم جهت تشکیل و تقویت شرکت های بزرگ صادراتی و بازاریابی در استان و برقراری امکان مذاکرات مستقیم با مشتریان بالقوه بازار هدف می باشد.

ملاحظات اخلاقی: موارد مربوط به اخلاق در پژوهش و نیز امانت داری در استناد به متون و ارجاعات مقاله تماماً رعایت گردید.

تعارض منافع: تدوین این مقاله، فاقد هرگونه تعارض منافی بوده است.

سهم نویسندگان: نگارش مقاله تماماً توسط نویسندگان بصورت مشترک و برابر انجام گرفته است.

تشکر و قدردانی: از تمام کسانی که ما را در تهیه این مقاله یاری رسانده اند، سپاسگزاریم.

تأمین اعتبار پژوهش: این پژوهش بدون تأمین اعتبار مالی سامان یافته است.

منابع و مأخذ

الف. منابع فارسی

- راسخ جهرمی، عرفانه و عابدی، فریبا، (۱۳۹۰). بررسی رابطه صادرات بخش کشاورزی و رشد و توسعه کشاورزی (۱۳۵۵-۱۳۸۸)، فصلنامه پژوهش های رشد و توسعه اقتصادی، سال اول، شماره ۲، صص ۱۱۲-۹۵.

- سند راهبردی توسعه صادرات محصولات کشاورزی در خلال برنامه پنجم، (۱۳۹۱). وزارت بازرگانی www.moc.gov.ir.

- گزارش سالانه جهاد کشاورزی استان مازندران، (۱۳۹۳). سالنامه آماری جهاد کشاورزی استان مازندران.

indeveloping countries, international Journal of
Emerging Marketis. Vol.1No.3,pp.262-28

- Tesfom, G., and Lutz, C. (2006).,
Aclassification of export marketing Problems of
small and medium sized manufacturing firms