



## شناسنامه طرح پژوهشی



دانشگاه کردستان  
University of Kurdistan  
پانگه‌وی کوردستان

### عنوان طرح پژوهشی:

شناسایی پتانسیل‌ها، چالش‌ها و راهبردهای عملیاتی ارتقای روابط تجاری استان کردستان ایران با اقلیم کردستان عراق

**Identifying Potentials, Challenges and Operational Strategies to Promote Trade Relations between Kurdistan Province of Iran and Kurdistan Region of Iraq**

### شورای پژوهشی اتاق ایران

مجریان: دکتر خالد احمدزاده و دکتر سامان قادری

همکاران اصلی: مهتاب ساعدموجشی، عبدالباسط محمدی و مسلم یعقوبی

ناظران و مشاوران علمی: دکتر تیمور رحمانی و دکتر حجت‌الله میرزایی

سفارش دهنده: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سندج

تاریخ انتشار: اسفندماه ۱۴۰۲

طبقه‌بندی موضوعی: تجارت بین‌الملل

واژه‌های کلیدی: پتانسیل و چالش‌های تجاری، راهبردهای تجاری، استان کردستان، اقلیم کردستان عراق، SWOT و QSPM

نشانی: تهران، خیابان طالقانی، نبش خیابان شهید موسوی (فرصت)، پلاک ۱۷۵

## فهرست مطالب

.....	پیش‌گفتار و قدردانی	.....	أ
.....	چکیده:	.....	ج
.....	فصل اول: کلیات پژوهش	.....	۱
.....	۱-۱ مقدمه	.....	۲
.....	۲-۱ بیان مسئله	.....	۲
.....	۳-۱ ضرورت و اهمیت پژوهش	.....	۵
.....	۴-۱ اهداف پژوهش	.....	۶
.....	۵-۱ سؤال‌های پژوهش	.....	۶
.....	۶-۱ دستاوردهای کاربردی طرح	.....	۷
.....	۷-۱ جنبه‌های نوآوری طرح در مقایسه با کارهای مشابه انجام شده	.....	۸
.....	۸-۱ دستاوردهای مورد انتظار طرح در رابطه با نظام سیاست‌گذاری کشور	.....	۸
.....	۹-۱ جامعه آماری	.....	۹
.....	۱۰-۱ روش گردآوری و تحلیل داده‌ها	.....	۹
.....	۱۱-۱ سازمان‌دهی پژوهش	.....	۱۲
.....	۱۲-۱ قلمرو زمانی و مکانی پژوهش	.....	۱۳
.....	۱۳-۱ جمع‌بندی فصل:	.....	۱۳
.....	فصل دوم: ادبیات موضوع (مبانی نظری و پیشینه پژوهش)	.....	۱۴
.....	۱-۲ مقدمه	.....	۱۵
.....	۲-۲ نظریه‌های تجارت بین‌الملل	.....	۱۶
.....	۱-۲-۲ نظریه‌های کلاسیک تجارت	.....	۱۷

۱۷.....	مرکانتیلیسم.....	۱-۱-۲-۲
۱۷.....	نظریه مزیت مطلق.....	۲-۱-۲-۲
۱۸.....	نظریه مزیت نسبی.....	۳-۱-۲-۲
۱۹.....	نظریه هزینه فرصت.....	۴-۱-۲-۲
۱۹.....	نظریه فراوانی عامل یا نظریه هکشر- اوهلین (H-O).....	۵-۱-۲-۲
۲۰.....	نظریه‌های جدید تجارت.....	۲-۲-۲
۲۱.....	نظریه تشابه ترجیحات.....	۱-۲-۲-۲
۲۱.....	مزیت نسبی پویا.....	۲-۲-۲-۲
۲۲.....	مزیت رقابتی.....	۳-۲-۲-۲
۲۲.....	مدل جاذبه.....	۴-۲-۲-۲
۲۳	راهبردهای تجارت خارجی	۳-۲
۲۴.....	سیاست‌های درون‌گرا.....	۱-۳-۲
۲۴.....	سیاست‌های برون‌گرا.....	۲-۳-۲
۲۵	موانع و محدودیت‌های تجاری	۴-۲
۲۸	عوامل تأثیرگذار بر تجارت	۵-۲
۳۴	پیشینه پژوهش	۶-۲
۴۰	اسناد فرادست	۷-۲
۴۰.....	سند راهبرد ملی توسعه صادرات غیرنفتی کشور.....	۱-۷-۲
۴۰.....	چشم‌انداز صادرات غیرنفتی ایران.....	۱-۱-۷-۲
۴۰.....	اهداف بنیادین.....	۲-۱-۷-۲
۴۰.....	الزامات دستیابی به اهداف.....	۳-۱-۷-۲
۴۱.....	راهبردهای اصلی و فرعی توسعه صادرات غیرنفتی کشور.....	۴-۱-۷-۲
۴۳.....	اولویت‌های پیشنهادی در راهبردهای توسعه صادرات غیرنفتی.....	۵-۱-۷-۲
۴۴.....	سند نقشه راه توسعه صادرات کشور (۱۳۹۹-۱۴۰۴).....	۶-۱-۷-۲

۴۴.....	چشم‌انداز نقشه‌راه توسعه صادرات کشور.....	۲-۷-۲
۴۴.....	ضرورت تدوین نقشه‌راه توسعه صادرات.....	۱-۲-۷-۲
۴۵.....	اهداف تدوین نقشه‌راه توسعه صادرات.....	۲-۲-۷-۲
۴۵.....	رویکردهای تدوین نقشه‌راه توسعه صادرات.....	۳-۲-۷-۲
۴۵.....	چارچوب مفهومی تدوین نقشه‌راه توسعه صادرات.....	۴-۲-۷-۲
۴۶.....	الزامات تحقق اهداف نقشه راه توسعه صادرات.....	۵-۲-۷-۲
۴۸.....	برنامه‌های پیشنهادی توسعه صادرات غیرنفتی.....	۶-۲-۷-۲
۵۰.....	سند آمایش مراکز لجستیک کشور.....	۳-۷-۲
۵۰.....	تعاریف و مفاهیم.....	۱-۳-۷-۲
۵۱.....	مشکلات لجستیک کشور.....	۲-۳-۷-۲
۵۲.....	اهداف و استراتژی‌های توسعه مراکز لجستیک در ایران.....	۳-۳-۷-۲
۵۳.....	اهداف اصلی پیاده‌سازی سند آمایش مراکز لجستیک کشور.....	۴-۳-۷-۲
۵۳.....	برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت.....	۴-۷-۲
۵۳.....	چشم‌انداز صنعت، معدن و تجارت در افق سال ۱۴۰۴.....	۱-۴-۷-۲
۵۴.....	اهداف کلی بخش.....	۲-۴-۷-۲
۵۴.....	راهبردهای آمایش بخش صنعت، معدن و تجارت.....	۳-۴-۷-۲
۵۵.....	راهبردهای توسعه بخش صنعت، معدن و تجارت.....	۴-۴-۷-۲
۵۶.....	موضوعات راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت.....	۵-۴-۷-۲
۵۷.....	سند راهبردی آمایش استان کردستان.....	۵-۷-۲
۵۷.....	اهداف بنیادین توسعه فضای استان کردستان.....	۱-۵-۷-۲
۵۷.....	نقش استان کردستان در تقسیم کار ملی و منطقه‌ای.....	۲-۵-۷-۲
۵۹.....	واکاوی سند آمایش استان کردستان از منظر اقتصادی.....	۶-۷-۲
۶۰.....	برنامه راهبردی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان.....	۷-۷-۲
۶۰.....	بیانیه مأموریت سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان.....	۱-۷-۷-۲
۶۰.....	چشم‌انداز سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان در افق ۱۴۰۴.....	۲-۷-۷-۲
۶۱.....	اهداف کلی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان.....	۳-۷-۷-۲

۶۱.....	راهبردهای بخش صنعت در راستای راهبردها و سیاست‌های اجرایی وزارت متبوع.....	۴-۷-۷-۲
۶۲.....	راهبردهای بخش معدن در راستای راهبردها و سیاست‌های اجرایی وزارت متبوع.....	۵-۷-۷-۲
۶۲.....	راهبردهای بخش تجارت در راستای راهبردها و سیاست‌های اجرایی وزارت متبوع.....	۶-۷-۷-۲
۶۲.....	الزامات تحقق اهداف و اجرای برنامه‌ها.....	۷-۷-۷-۲
۶۳	بررسی تجارب موفق تجارت	۸-۲
۶۳.....	کشور ترکیه.....	۱-۸-۲
۶۴.....	کشور امارات.....	۲-۸-۲
۶۶.....	کشور چین.....	۳-۸-۲
۷۱	جمع‌بندی فصل	۹-۲
۷۲.....	فصل سوم: روش شناسی.....	-۳
۷۳	مقدمه	۱-۳
۷۳	ساختار روش شناسی پژوهش	۲-۳
۷۳	جامعه‌ی آماری	۳-۳
۷۴	روش گردآوری داده‌ها	۴-۳
۷۴.....	روش کیفی: مصاحبه‌ی عمیق.....	۱-۴-۳
۷۵.....	روش کمی: پرسشنامه.....	۲-۴-۳
۷۵	فرآیند تحلیل داده‌ها	۵-۳
۷۸.....	شاخص‌های تجاری.....	۱-۵-۳
۷۸.....	شاخص‌های ساده، موزون و ترکیبی.....	۱-۱-۵-۳
۷۸.....	شاخص مزیت نسبی آشکارشده.....	۲-۱-۵-۳
۷۹.....	شاخص اکمال تجاری.....	۳-۱-۵-۳
۷۹.....	ماتریس (SWOT) و ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM).....	۲-۵-۳
۷۹.....	گام اول: سنجش وضعیت (بررسی محیط داخلی و محیط خارجی).....	۱-۲-۵-۳

۸۰	گام دوم: تعیین موقعیت راهبردی.....	۲-۲-۵-۳
۸۵	گام سوم: تدوین راهبرد.....	۳-۲-۵-۳
۸۵	گام چهارم: اولویت‌بندی راهبرد از طریق ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM).....	۴-۲-۵-۳
۸۹	تحلیل عاملی.....	۳-۵-۳
۹۱	آزمون فریدمن.....	۴-۵-۳
۹۲	آزمون T تک نمونه‌ای.....	۵-۵-۳
۹۲	آلفای کرونباخ.....	۶-۵-۳
۹۳	فصل چهارم: تحلیل داده‌ها و ارائه یافته‌ها.....	۴-۴
۹۴	مقدمه	۱-۴
۹۴	معرفی محدوده مطالعاتی	۲-۴
۹۴	معرفی کشور ایران.....	۱-۲-۴
۹۵	معرفی کشور عراق.....	۲-۲-۴
۹۸	معرفی استان کردستان.....	۳-۲-۴
۱۰۰	تجارت خارجی استان کردستان.....	۱-۳-۲-۴
۱۰۲	بازارچه‌های مرزی استان کردستان.....	۲-۳-۲-۴
۱۰۳	الف. بازارچه مرزی باشماق مریوان.....	
۱۰۴	ب. بازارچه مرزی سیران بند بانه.....	
۱۰۴	پ. بازارچه سیف سقز.....	
۱۰۵	معرفی اقلیم کردستان.....	۴-۲-۴
۱۰۷	نقش دولت اقلیم کردستان در تجارت و سرمایه‌گذاری.....	۱-۴-۲-۴
۱۰۸	سرمایه‌گذاری در اقلیم کردستان.....	۲-۴-۲-۴
۱۱۱	گزارش وزارت برنامه‌ریزی اقلیم کردستان عراق در سال ۲۰۲۲.....	۳-۴-۲-۴
۱۱۵	گزارش گروه تجارت وزارت برنامه‌ریزی اقلیم کردستان عراق در سال ۲۰۱۸.....	۴-۴-۲-۴
۱۱۶	مبادلات تجارت خارجی (ایران، عراق، استان کردستان و اقلیم کردستان)	۳-۴

۱۱۶.....	۱-۳-۴ مبادلات تجارت خارجی استان کردستان.....
۱۲۵.....	۲-۳-۴ مبادلات تجاری ایران در سال ۱۴۰۱.....
۱۲۵.....	۱-۲-۳-۴ کشورهای عمده مقصد صادرات.....
۱۲۶.....	۲-۲-۳-۴ کشورهای عمده مقصد واردات.....
۱۲۶.....	۳-۲-۳-۴ صادرات به کشور عراق و شرکای عمده تجاری از طریق گمرکات استان کردستان در سال ۱۴۰۱.....
۱۲۷.....	۴-۲-۳-۴ واردات ایران از کشور عراق و شرکای عمده تجاری از طریق گمرکات استان کردستان در سال ۱۴۰۱.....
۱۲۸.....	۳-۳-۴ مبادلات تجاری ایران در نه ماهه سال ۱۴۰۲.....
۱۳۰.....	۴-۳-۴ عملکرد گمرکات استان کردستان.....
۱۳۰.....	۵-۳-۴ محصولات صادراتی از گمرکات استان کردستان به کشور عراق.....
۱۳۱.....	۶-۳-۴ آمار تجارت نه ماهه ۱۴۰۲ و سال ۱۴۰۱ گمرکات استان کردستان.....
۱۳۲.....	۷-۳-۴ وضعیت قاچاق در گمرکات استان کردستان.....
۱۳۳	۴-۴ تحلیل شاخص‌ها و پتانسیل‌های تجاری
۱۳۳.....	۱-۴-۴ شاخص سنتی باز بودن تجاری.....
۱۳۵.....	۲-۴-۴ شاخص جهانی شدن اقتصادی (KOF).....
۱۴۰.....	۳-۴-۴ شاخص اکمال تجاری (TCI).....
۱۴۳.....	۴-۴-۴ شاخص شدت تجاری (مزیت نسبی آشکار شده).....
۱۴۵.....	۵-۴-۴ شاخص پتانسیل صادرات (EPI).....
۱۴۶.....	۱-۵-۴-۴ روش‌شناسی شاخص پتانسیل صادرات.....
۱۴۶.....	۶-۴-۴ مدل جاذبه و پتانسیل تجارت.....
۱۵۰.....	۷-۴-۴ شاخص پیچیدگی اقتصادی.....
۱۵۳.....	۱-۷-۴-۴ سهم بخش‌های مختلف صادراتی ایران از بازار جهانی.....
۱۵۴.....	۸-۴-۴ شاخص پتانسیل ساده تجاری.....
۱۵۶.....	۹-۴-۴ شاخص تنوع و تمرکز صادرات.....
۱۵۶.....	۱-۹-۴-۴ شاخص تنوع صادرات.....
۱۵۹.....	۲-۹-۴-۴ شاخص تنوع صادراتی از گمرکات استان کردستان به کشور عراق.....



۱۶۰.....	شاخص تمرکز صادرات..... ۳-۹-۴-۴
۱۶۲.....	شاخص نفوذ بازار..... ۱۰-۴-۴
۱۶۵.....	نتیجه‌گیری کلی از شاخص‌های تجاری..... ۱۱-۴-۴
۱۶۶	تحلیل مصاحبه‌ها ۵-۴
۱۸۸	فرآیند طراحی و توزیع پرسشنامه ۶-۴
۱۹۷	آزمون T تک نمونه‌ای ۷-۴
۲۱۰	استخراج نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید بر اساس خروجی آزمون T تک نمونه‌ای ۸-۴
	تعیین حوزه‌ی راهبردی بر اساس ماتریس‌های IFE و EFE، ارائه راهبردها و اولویت‌بندی راهبردها بر اساس ماتریس ۹-۴
۲۱۵	QSPM
۲۱۶.....	ارزیابی عوامل داخلی (IFE)..... ۱-۹-۴
۲۲۱.....	ارزیابی عوامل خارجی (EFE)..... ۲-۹-۴
۲۲۴.....	تعیین موقعیت راهبردی..... ۳-۹-۴
۲۲۷.....	ارائه راهبردها..... ۴-۹-۴
۲۳۳.....	اولویت‌بندی راهبردها بر اساس ماتریس QSPM..... ۵-۹-۴
۲۳۹.....	جمع‌بندی ماتریس SWOT و ماتریس QSPM..... ۶-۹-۴
۲۳۹	تحلیل عامل تأییدی ۱۰-۴
۲۳۹.....	مدل اندازه‌گیری..... ۱-۱۰-۴
۲۳۹.....	پایایی شاخص‌ها (بارهای بیرونی یا بارهای عاملی)..... ۱-۱-۱۰-۴
۲۴۴.....	پایایی سازگاری درونی (آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی)..... ۲-۱-۱۰-۴
۲۴۵.....	روایی واگرا..... ۳-۱-۱۰-۴
۲۴۶.....	مدل ساختاری..... ۲-۱۰-۴
۲۴۶.....	ضریب مسیر (Path Coefficient)..... ۱-۲-۱۰-۴
۲۴۷.....	ضریب تعیین (Coefficient of Determination (R2))..... ۲-۲-۱۰-۴

۲۴۸.....	۳-۱۰-۴ جمع‌بندی تحلیل عامل تأییدی.....
۲۵۱	۱۱-۴ شناسایی و اولویت‌بندی موانع و چالش‌ها
۲۶۴.....	۵- فصل پنجم: جمع‌بندی و ارائه برنامه عملیاتی.....
۲۶۵	۱-۵ مقدمه
۲۶۶	۲-۵ محدودیت‌های پژوهش
۲۶۷	۳-۵ ارائه برنامه‌های عملیاتی و دستگاه‌های متولی آن
۲۷۶.....	۶- پیوست.....
۲۷۷	۱-۶ اسامی مصاحبه‌شوندگان در استان کردستان
۲۷۹	۲-۶ اسامی مصاحبه‌شوندگان در اقلیم کردستان
۲۸۱	۳-۶ پرسشنامه
۲۸۹	۴-۶ نمونه‌های از عکس‌های میدانی مصاحبه‌شوندگان
۲۹۴.....	منابع:.....

## فهرست جداول:

- جدول ۱-۱: مصاحبه‌شوندگان استان کردستان و اقلیم کردستان ..... ۹
- جدول ۱-۲: سازمان‌دهی پژوهش ..... ۱۲
- جدول ۱-۲: نظریه‌های کلاسیک تجارت بین‌الملل ..... ۲۰
- جدول ۲-۲: نظریه‌های مدرن تجارت بین‌الملل ..... ۲۳
- جدول ۲-۳: عوامل تأثیرگذار بر تجارت ..... ۳۳
- جدول ۲-۴: پیشینه پژوهش ..... ۳۴
- جدول ۲-۵: راهبردهای اصلی و فرعی توسعه صادرات غیرنفتی ..... ۴۱
- جدول ۲-۶: برنامه‌های پیشنهادی توسعه صادرات غیرنفتی ..... ۴۸
- جدول ۲-۷: نقش استان کردستان در تقسیم کار ملی و منطقه‌ای ..... ۵۷
- جدول ۲-۸: هدف، راهبردها و برنامه‌های پیشنهادی در سند آمایش استان کردستان ..... ۵۹
- جدول ۲-۹: مفاهیم بررسی شده در فصل دوم ..... ۷۱
- جدول ۳-۱: جامعه‌ی آماری پژوهش ..... ۷۴
- جدول ۳-۲: سؤالات مطرح شده در مصاحبه ..... ۷۵
- جدول ۳-۳: مراحل به دست آوردن عدد مربوط به IFE ..... ۸۱
- جدول ۳-۴: مراحل به دست آوردن عدد مربوط به EFE ..... ۸۳
- جدول ۳-۵: فرآیند انجام ماتریس SWOT و QSPM (سنجش وضعیت، تعیین موقعیت راهبردی، تدوین راهبرد و اولویت‌بندی راهبرد) ..... ۸۸
- جدول ۳-۶: مراحل انجام تحلیل عامل تأییدی در نرم‌افزار SmartPLS ..... ۹۰
- جدول ۴-۱: معرفی کشور ایران ..... ۹۴
- جدول ۴-۲: معرفی کشور عراق ..... ۹۵
- جدول ۴-۳: کالاهای صادراتی و وارداتی کشور عراق و ایران ..... ۹۷
- جدول ۴-۴: مقاصد صادراتی و وارداتی کشور عراق و ایران ..... ۹۷
- جدول ۴-۵: معرفی استان کردستان ..... ۹۸
- جدول ۴-۶: وضعیت ناخالص داخلی استان در سال ۱۳۹۸ (میلیون ریال-درصد) ..... ۱۰۰
- جدول ۴-۷: ارزش و حجم صادرات استان به تفکیک بخش‌های اقتصادی ..... ۱۰۰
- جدول ۴-۸: ارزش و حجم واردات استان به تفکیک بخش‌های اقتصادی ..... ۱۰۱
- جدول ۴-۹: ارزش و حجم تجارت خارجی استان به تفکیک گمرک‌ها و بازارچه‌های استان ..... ۱۰۱
- جدول ۴-۱۰: تراز بازرگانی، ارزش تجارت خارجی و متوسط قیمت کالاهای صادراتی و وارداتی استان ..... ۱۰۲

- جدول ۴-۱۱: معرفی اقلیم کردستان ..... ۱۰۵
- جدول ۴-۱۲: ارزش مبادلات تجاری استان کردستان طی دوره (۱۴۰۱-۱۳۸۴) بر حسب دلار ..... ۱۱۷
- جدول ۴-۱۳: مبادلات وزنی تجارت استان کردستان طی دوره (۱۴۰۱-۱۳۸۴) بر حسب تن ..... ۱۲۰
- جدول ۴-۱۴: سهم هر کدام از اجرای مبادلات تجاری استان کردستان طی دوره زمانی (۱۴۰۱-۱۳۸۴) ..... ۱۲۲
- جدول ۴-۱۵: مقایسه مبادلات بازرگانی ایران در سال ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ ..... ۱۲۵
- جدول ۴-۱۶: مقاصد صادراتی و وارداتی کشور ایران در سال ۱۴۰۱ ..... ۱۲۵
- جدول ۴-۱۷: واردات و صادرات ایران از کشور عراق و شرکای عمده تجاری از طریق گمرکات استان کردستان در سال ۱۴۰۱ ..... ۱۲۷
- جدول ۴-۱۸: مقایسه مبادلات بازرگانی ایران در نه‌ماهه سال ۱۴۰۲ ..... ۱۲۸
- جدول ۴-۱۹: مقاصد صادراتی و وارداتی کشور ایران در نه‌ماهه سال ۱۴۰۲ ..... ۱۲۹
- جدول ۴-۲۰: مقایسه ارزش صادرات به کشور عراق از گمرکات مناطق مختلف ..... ۱۲۹
- جدول ۴-۲۱: عملکرد ارزی (میلیون دلار) صادرات گمرکات استان کردستان در هفت ماهه ۱۴۰۲ در مقایسه با سال ۱۴۰۱ ..... ۱۳۰
- جدول ۴-۲۲: رتبه گمرکات استان کردستان در رویه‌های صادرات و واردات هفت ماهه ۱۴۰۲ ..... ۱۳۰
- جدول ۴-۲۳: آمار تجارت نه‌ماهه ۱۴۰۲ و سال ۱۴۰۱ گمرکات استان کردستان ..... ۱۳۱
- جدول ۴-۲۴: وضعیت قاچاق در استان کردستان ..... ۱۳۲
- جدول ۴-۲۵: وضعیت ورود و خروج تعداد مسافر و ماشین در مرزهای استان کردستان ..... ۱۳۳
- جدول ۴-۲۶: وضعیت ورود و خروج وسایل نقلیه (کامیون و خودرو سواری) در مرزهای استان کردستان ..... ۱۳۳
- جدول ۴-۲۷: شاخص باز بودن تجاری ایران طی سال‌های ۲۰۱۳-۲۰۲۲ ..... ۱۳۴
- جدول ۴-۲۸: شاخص‌ها و زیر شاخص‌های جهانی شدن KOF ..... ۱۳۶
- جدول ۴-۲۹: شاخص اکمال تجاری بین صادرات ایران و واردات هفت شریک تجاری منتخب طی سال‌های ۲۰۰۳-۲۰۲۲ ..... ۱۴۱
- جدول ۴-۳۰: پتانسیل بالقوه صادراتی ایران (میلیارد دلار) ..... ۱۵۵
- جدول ۴-۳۱: شاخص تنوع کالاهای صادراتی ایران طی سال‌های ۲۰۰۳-۲۰۲۲ ..... ۱۵۸
- جدول ۴-۳۲: شاخص تمرکز کالاهای صادراتی ایران (شاخص هرفیندال) طی سال‌های ۱۳۸۳-۱۳۹۹ ..... ۱۶۱
- جدول ۴-۳۳: شاخص نفوذ در بازار صادراتی طی سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۲ ..... ۱۶۳
- جدول ۴-۳۴: مشخصات مصاحبه‌شوندگان ..... ۱۶۶
- جدول ۴-۳۵: سؤالات اصلی مطرح شده در مصاحبه ..... ۱۶۷
- جدول ۴-۳۶: تعداد، درصد و رتبه کدهای استخراج به تفکیک ابعاد (استان کردستان) ..... ۱۶۷

- جدول ۴-۳۷: گد‌های استخراج شده از مصاحبه‌ها در استان کردستان ..... ۱۶۸
- جدول ۴-۳۸: تعداد، درصد و رتبه گد‌های استخراج به تفکیک ابعاد (اقلیم کردستان) ..... ۱۸۰
- جدول ۴-۳۹: گد‌های استخراج شده از مصاحبه‌ها در اقلیم کردستان ..... ۱۸۰
- جدول ۴-۴۰: بخش‌های پرسشنامه و محتوای سؤالات ..... ۱۸۸
- جدول ۴-۴۱: مشخصات پاسخ‌دهندگان و داوران پرسشنامه ..... ۱۹۰
- جدول ۴-۴۲: طراحی سؤالات طیف لیکرت پرسشنامه بر اساس خروجی‌های به دست آمده از ادبیات موضوع، اسناد فرادست و مصاحبه‌ها ..... ۱۹۲
- جدول ۴-۴۳: آزمون T تک نمونه‌ای ..... ۱۹۹
- جدول ۴-۴۴: شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید در روابط تجاری استان و اقلیم کردستان ..... ۲۱۰
- جدول ۴-۴۵: ارزیابی عوامل داخلی (IFE) در تجارت استان و اقلیم کردستان ..... ۲۱۶
- جدول ۴-۴۶: ارزیابی عوامل خارجی (EFE) در تجارت استان و اقلیم کردستان ..... ۲۲۱
- جدول ۴-۴۷: تدوین راهبردها ..... ۲۲۷
- جدول ۴-۴۸: اولویت‌بندی راهبردها بر اساس ماتریس QSPM ..... ۲۳۳
- جدول ۴-۴۹: اولویت‌بندی راهبردها بر اساس امتیازهای نهایی کسب‌شده ..... ۲۳۷
- جدول ۴-۵۰: بار عاملی شاخص‌ها ..... ۲۴۰
- جدول ۴-۵۱: آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی ..... ۲۴۵
- جدول ۴-۵۲: میانگین واریانس استخراج شده (AVE) و مجذور \*AVE's ..... ۲۴۶
- جدول ۴-۵۳: ضریب مسیر، آماره T و ارزش P ..... ۲۴۷
- جدول ۴-۵۴: ضریب تعیین ..... ۲۴۷
- جدول ۵-۱: راهبردها، برنامه‌های عملیاتی و دستگاه‌های متولی ..... ۲۶۸
- جدول ۶-۱: اسامی مصاحبه‌شوندگان در استان کردستان ..... ۲۷۷
- جدول ۶-۲: اسامی مصاحبه‌شوندگان در اقلیم کردستان ..... ۲۷۹

## فهرست نمودار

- نمودار ۱-۱: فرآیند تحلیل داده‌های کمی ..... ۱۱
- نمودار ۱-۳: مراحل تحلیل کمی پژوهش ..... ۷۷
- نمودار ۱-۴: نرخ استفاده از تجارت الکترونیک در کردستان عراق ..... ۱۱۱
- نمودار ۲-۴: دلایل کاربرد کم کانال‌های دیجیتالی نسبت به تلفن همراه در اقلیم کردستان عراق ..... ۱۱۲
- نمودار ۳-۴: مقایسه فروش محصولات اقلیم کردستان در بازار داخلی، استان‌های عراق، کشورهای همسایه و کشورهای خارجی ..... ۱۱۲
- نمودار ۴-۴: برنامه‌ریزی برای صادرات در بین تولیدکنندگان اقلیم کردستان عراق ..... ۱۱۳
- نمودار ۵-۴: دلایل نداشتن صادرات در بین تولیدکنندگان اقلیم کردستان عراق ..... ۱۱۳
- نمودار ۶-۴: استفاده از خدمات بانکی در اقلیم کردستان عراق ..... ۱۱۴
- نمودار ۷-۴: دلایل نداشتن حساب بانکی (عدم استفاده از خدمات بانکی) در اقلیم کردستان عراق ..... ۱۱۴
- نمودار ۸-۴: سهم اقلیم کردستان عراق از واردات به عراق در سال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ ..... ۱۱۶
- نمودار ۹-۴: ارزش مجموع کل مبادلات تجاری استان طی دوره (۱۳۸۴-۱۴۰۱) بر حسب دلار ..... ۱۱۸
- نمودار ۱۰-۴: ارزش اجزای مبادلات تجاری استان کردستان طی دوره (۱۳۸۴-۱۴۰۱) بر حسب دلار ..... ۱۱۸
- نمودار ۱۱-۴: ارزش کل صادرات استان کردستان طی دوره (۱۳۸۴-۱۴۰۱) بر حسب دلار ..... ۱۱۹
- نمودار ۱۲-۴: ارزش مجموع کل مبادلات وزنی تجارت استان کردستان طی دوره (۱۳۸۴-۱۴۰۱) بر حسب تن ..... ۱۲۱
- نمودار ۱۳-۴: ارزش مجموع کل صادرات استان کردستان طی دوره (۱۳۸۴-۱۴۰۱) بر حسب تن ..... ۱۲۱
- نمودار ۱۴-۴: سهم هر کدام از اجرای مبادلات تجاری استان کردستان طی دوره زمانی (۱۳۸۴-۱۴۰۱) ..... ۱۲۳
- نمودار ۱۵-۴: متوسط نرخ رشد تبادلات تجاری از گمرکات استان کردستان طی سال‌های ۱۳۸۴-۱۴۰۱ (ارزش دلاری) ..... ۱۲۴
- نمودار ۱۶-۴: متوسط نرخ رشد تبادلات تجاری از گمرکات استان کردستان طی سال‌های ۱۳۸۴-۱۴۰۱ (ارزش وزنی) ..... ۱۲۴
- نمودار ۱۷-۴: محصولات صادراتی از گمرکات استان کردستان در سال ..... ۱۳۰
- نمودار ۱۸-۴: روند شاخص جهانی شدن اقتصادی در ایران طی بازه زمانی ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۹ ..... ۱۳۷
- نمودار ۱۹-۴: درصد سهم محصولات مختلف در سبد صادراتی کشور ایران طی سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۲۱ ..... ۱۳۸
- نمودار ۲۰-۴: روند سهم بخش‌های مختلف از سبد صادراتی کشور ایران طی سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۲۱ ..... ۱۳۹
- نمودار ۲۱-۴: سهم بخش‌های مختلف از سبد صادراتی کشور ایران (بدون بخش مواد معدنی) در طی سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۲۱ ..... ۱۳۹
- نمودار ۲۲-۴: روند شاخص اکمال تجاری برای هفت شریک عمده تجاری ایران ..... ۱۴۲

- نمودار ۴-۲۳: مزیت نسبی صادراتی آشکار شده کالاهای صادراتی کشور در سال ۲۰۲۱ ..... ۱۴۳
- نمودار ۴-۲۴: مزیت نسبی صادراتی آشکار شده کالاهای صادراتی کشور در سال ۲۰۲۰ ..... ۱۴۴
- نمودار ۴-۲۵: روند مزیت نسبی صادراتی آشکار شده ده گروه برتر صادراتی کشور در طی سال‌های ۲۰۱۵-۲۰۲۱ ..... ۱۴۵
- نمودار ۴-۲۶: پتانسیل‌های صادراتی ایران به جهان ..... ۱۴۷
- نمودار ۴-۲۷: پتانسیل‌های صادراتی ایران به کشور عراق ..... ۱۴۸
- نمودار ۴-۲۸: بهترین محصولات ایران برای تنوع در صادرات به عراق ..... ۱۴۹
- نمودار ۴-۲۹: بازارهای دارای بیشترین پتانسیل برای محصولات صادراتی ایران ..... ۱۴۹
- نمودار ۴-۳۰: کشورهای دارای پتانسیل صادراتی به کشور عراق ..... ۱۵۰
- نمودار ۴-۳۱: شاخص و رتبه پیچیدگی اقتصادی ایران طی سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۲۱ ..... ۱۵۲
- نمودار ۴-۳۲: پیچیدگی اقتصادی محصولات صادراتی ایران در سال ۲۰۲۱ ..... ۱۵۲
- نمودار ۴-۳۳: سهم بخش‌های مختلف صادراتی ایران از بازار جهانی طی سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۲۱ (با وجود بخش مواد معدنی) ..... ۱۵۳
- نمودار ۴-۳۴: سهم بخش‌های مختلف صادراتی ایران از بازار جهانی طی سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۲۱ (بدون بخش مواد معدنی) ..... ۱۵۴
- نمودار ۴-۳۵: پتانسیل صادراتی ایران به هفت شریک عمده تجاری (میلیارد دلار) ..... ۱۵۶
- نمودار ۴-۳۶: سهم بخش‌های مختلف از تنوع محصولات جدید در طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۲۱ ..... ۱۵۷
- نمودار ۴-۳۷: وضعیت شاخص تنوع کالاهای صادراتی ایران طی سال‌های ۲۰۰۳-۲۰۲۲ ..... ۱۵۹
- نمودار ۴-۳۸: شاخص تنوع صادراتی از گمرکات استان کردستان به کشور عراق ..... ۱۶۰
- نمودار ۴-۳۹: وضعیت شاخص تمرکز صادرات طی سال‌های ۱۳۸۳-۱۳۹۹ ..... ۱۶۱
- نمودار ۴-۴۰: وضعیت شاخص نفوذ در بازارهای صادراتی طی سال‌های ۲۰۱۳-۲۰۲۲ ..... ۱۶۴
- نمودار ۴-۴۱: درصد گداهای استخراج شده از مصاحبه در استان کردستان در شش بُعد (زیرساختی، اقتصادی-مالی، حقوقی-قانونی، سیاسی-امنیتی، مدیریتی-درون‌بخشی و اجتماعی-فرهنگی) ..... ۱۶۸
- نمودار ۴-۴۲: درصد گداهای استخراج شده از مصاحبه در اقلیم کردستان در شش بُعد (زیرساختی، اقتصادی-مالی، حقوقی-قانونی، سیاسی-امنیتی، مدیریتی-درون‌بخشی و اجتماعی-فرهنگی) ..... ۱۸۰
- نمودار ۴-۴۳: تحصیلات پاسخ‌دهندگان پرسشنامه ..... ۱۹۱
- نمودار ۴-۴۴: بخش فعالیت پاسخ‌دهندگان پرسشنامه ..... ۱۹۱
- نمودار ۴-۴۵: شغل پاسخ‌دهندگان پرسشنامه ..... ۱۹۱

## فهرست تصاویر

- تصویر ۱-۲: مدل مفهومی نقشه راه توسعه صادرات کشور ..... ۴۷
- تصویر ۲-۲: انواع خدمات مراکز لجستیک ..... ۵۱
- تصویر ۳-۲: برنامه‌ها و راهکارهای وزارت راه و شهرسازی برای بهبود وضعیت لجستیک ایران ..... ۵۳
- تصویر ۳-۱: فلوچارت مراحل انجام پژوهش (جامعه‌ی آماری، فرآیند گردآوری و تحلیل داده) ..... ۷۳
- تصویر ۳-۲: ماتریس دکارتی برای تعیین موقعیت راهبردی ..... ۸۴
- تصویر ۳-۳: تصویر سمت راست، مدل تکوینی (ترکیبی) و تصویر سمت چپ، مدل انعکاسی ..... ۹۰
- تصویر ۱-۴: دلایل سرمایه‌گذاری و تجارت با اقلیم کردستان ..... ۱۱۰
- تصویر ۲-۴: تلفیق مفاهیم استخراج شده از ادبیات موضوع، تجارب، اسناد فرادست و نتایج مصاحبه برای طراحی سؤالات طیف لیکرت پرسشنامه ..... ۱۸۸
- تصویر ۳-۴: موقعیت راهبردی ..... ۲۲۴
- تصویر ۴-۴: اولویت‌بندی راهبردها ..... ۲۳۸
- تصویر ۵-۴: مدل تحلیلی پژوهش (مدل تحلیل عامل تأییدی مرتبه دوم) ..... ۲۴۹
- تصویر ۶-۴: مدل تحلیلی پس از انجام تکنیک Bootstrapping ..... ۲۵۰
- تصویر ۱-۵: کلیت فرایند پژوهش در پنج فصل ..... ۲۶۵



## پیش‌گفتار و قدردانی

توسعه ارتباط و تعامل سازنده دانشگاه‌ها با دستگاه‌های اجرایی دولتی و نهادهای بخش خصوصی جامعه یکی از مؤلفه‌های کلیدی در هم‌افزایی دانش و تجربه در راستای رشد و پیشرفت کشور محسوب می‌گردد. این مهم می‌تواند همراه با شناخت و به‌کارگیری پتانسیل‌ها و توانمندی‌های دانشگاه و بخش خصوصی و فعالان اقتصادی، کمک شایانی به ترسیم و عملیاتی نمودن چشم‌انداز و برنامه‌های راهبردی آن‌ها بنمایاند.

رسالت دانشگاه‌ها آموزش و تربیت نیروی انسانی کارآمد و متخصص، انجام پژوهش اعم از پژوهش بنیادی، توسعه‌ای و کاربردی، توسعه کارآفرینی، تجاری‌سازی دانش و تبدیل ایده به پدیده و نیز مسئولیت‌پذیری و تأثیرگذاری اجتماعی می‌باشد و در این راستا دانشگاه کردستان به‌عنوان دانشگاهی جامع، آموزش‌مدار، پژوهش‌محور و کارآفرین در قالب یک نهاد اجتماعی کارا با هدف تعالی آموزش و توسعه دانش، یکی از مراجع علمی ممتاز غرب کشور با تعاملات منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی از طریق تعامل با نهادهای دیگر و در یک هم‌بافت اجتماعی، با پرورش دانش‌آموختگان توانمند، مسئولیت‌تاریخی را برای خود رقم زده است.

از سوی دیگر اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران به‌عنوان یک نهاد مدنی مترقی در راستای توسعه پایدار کشور به پشتوانه منابع انسانی توانمند و متعهد، ضمن تأکید بر تأمین منافع اعضای خود در جهت دستیابی به مصالح ملی و توسعه نظام اقتصادی کشور با هدف تلاش برای ارتقای جایگاه بخش خصوصی، ایجاد فضای مساعد کارآفرینی و رفع موانع کسب‌وکار، ارتقای جایگاه جهانی ایران در حوزه اقتصاد، بالنده‌سازی تفکر اقتصادی جامعه و حضور مردم در اقتصاد فرامعیشی، ارائه مشورت و مشارکت در فرایند تصمیم‌سازی‌ها و تصمیم‌گیری‌های کلان اقتصادی کشور، ساماندهی مرجعیت اطلاعات و مشاوره در بخش‌های مختلف اقتصاد ملی و بین‌المللی و هدایت و ساماندهی شکل‌های فعالان اقتصادی کشور ایفای نقش اثربخش در جامعه نموده است که این رویکرد در دیگر اتاق‌های بازرگانی کشور از جمله اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سنندج نیز تبلور یافته است.

در این راستا طرح مطالعاتی "شناسایی پتانسیل‌ها، چالش‌ها و راهبردهای عملیاتی ارتقای روابط تجاری استان کردستان ایران با اقلیم کردستان عراق" به اهتمام و حمایت‌های سه‌جانبه مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی ایران و معاونت پژوهش و نوآوری دانشگاه کردستان و مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی سنندج تصویب و اکنون خاتمه یافته است. طرح حاضر در پنج فصل شامل کلیات طرح، ادبیات موضوع (مبانی نظری و سوابق مطالعاتی پیشین)، روش‌شناسی، تحلیل داده‌ها و ارائه یافته‌ها، نتیجه‌گیری و توصیه‌های سیاستی و عملیاتی تدوین شده است. نتایج عملیاتی طرح می‌تواند در جهت توسعه بیش از پیش تجارت و ارتقای تبادلات استان کردستان و اقلیم کردستان عراق با مشارکت فعال بخش‌های خصوصی و دولتی طرفین، ثمرات ارزشمندی در جهت ثروت‌آفرینی، ایجاد ارزش افزوده و رشد اقتصادی کشور به‌همراه داشته باشد.

در پایان بر خود لازم می‌دانیم مراتب سپاس و قدرشناسی خود را از ریاست محترم، مدیر و همکاران گرانقدر مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی ایران و ریاست محترم و معاون ارجمند پژوهش و نوآوری دانشگاه کردستان و هیات رئیسه محترم، دبیر کل گرامی و مسئول پژوهش اتاق بازرگانی سنندج به جهت استقبال، حمایت و بسترسازی برای انجام این فعالیت پژوهشی

کاربردی داشته باشیم. بدون شک راهنمایی‌ها، رهنمودهای ارزنده و مساعدت‌های قابل تقدیر ناظران و مشاوران ارجمند علمی و دانشگاهی طرح و نیز شورای محترم پژوهشی اتاق ایران در این راستا بسیار اثربخش و کارگشا بوده است و سپاسگزاریم. همراهی‌ها، مساعدت‌ها و زحمات فراوان هیات رئیسه، ریاست و دبیر محترم اجرایی اتاق بازرگانی سنندج، کارکنان خدوم اتاق‌های ایران، سنندج و دانشگاه کردستان در جهت پیشبرد امورات اجرایی طرح مطالعاتی را بسیار ارج می‌نهیم. تلاش‌های فراوان و خالصانه، زحمات ارزشمند و ماندگار علمی، پژوهشی و اجرایی همکاران گران‌قدر و اصلی طرح مطالعاتی در به ثمر رسیدن این فعالیت ارزشمند بسیار شایان تقدیر است و برای بزرگواران خانم مهتاب ساعد و آقای عبدالباسط محمدی آرزوی توفیق روزافزون و سربلندی را داریم.

لازم به ذکر است حضور در عرصه تحقیق در اقلیم کردستان و انجام پیمایش با رویکرد علمی و کاربردی و در زمره تحقیقات بین‌المللی منطقه‌ای، تجربه موفق طرح مطالعاتی کنونی بوده و همراه با برگزاری نشست و مصاحبه با مدیران ارشد دستگاه‌های اجرایی دولتی و بخش خصوصی، فعالان اقتصادی اتاق‌های بازرگانی، نهادها، اتحادیه‌ها، انجمن‌ها و اساتید و خبرگان دانشگاهی در استان کردستان و اقلیم کردستان از نقاط قوت این فعالیت علمی می‌باشد که مراتب سپاس فراوان خود را خدمت همه این سروران برای دراختیار قرار دادن وقت گران‌بها و تجربیات ارزنده‌شان، خالصانه ابراز می‌داریم. امید آن را داریم یافته‌های علمی، راهبردی و عملیاتی طرح بتواند دریچه‌ای رو به افق توسعه بگشاید و با نگاهی نو در آینده شاهد ارتقای دیپلماسی تجاری، اشتغال‌زایی، امنیت سرمایه‌گذاری و هم‌افزایی برنامه‌های استراتژیک طرفین تجاری در ایران، استان کردستان، اقلیم کردستان و عراق باشیم.

### مجریان طرح:

خالد احمدزاده

سامان قادری

(اعضای هیات علمی دانشگاه کردستان در گروه علوم اقتصادی)

## چکیده:

امروزه با توجه به اهمیت روزافزون تجارت بین‌الملل، بسیاری از کشورها در روابط خارجی خود، تجارت با همسایگان را در اولویت فعالیت‌های اقتصادی قرار داده‌اند. در سال‌های اخیر با شدت یافتن تحریم‌ها در ایران، استفاده از ظرفیت‌های منطقه‌ای و بین‌المللی و اهمیت توسعه صادرات غیرنفتی کشور بیشتر نمایان شده است. این در حالی است که ایران به واسطه‌ی موقعیت راهبردی و مزیت‌های ژئوپلیتیکی از فرصت‌های بسیاری برای توسعه‌ی روابط تجاری خود با کشورهای همسایه از جمله عراق و اقلیم کردستان عراق برخوردار است. کشور عراق همواره به‌عنوان مهم‌ترین فرصت اقتصادی و تجاری برای ایران مطرح بوده و استان کردستان ایران و اقلیم کردستان عراق به‌عنوان دروازه‌ی مبادلاتی بین این دو کشور عمل کرده‌اند. در سال‌های اخیر تجارت استان کردستان با اقلیم کردستان عراق نه تنها تحت تأثیر شرایط و اوضاع داخلی ایران بوده بلکه از سیاست‌ها و اقدامات اخذ شده از سوی کشور عراق و اقلیم کردستان نیز تأثیر پذیرفته است. شرایط مذکور در ابعاد مختلفی در سطح ملی و استانی بر فرایند مراودات تجاری بین استان کردستان و اقلیم کردستان تأثیرگذار بوده است. در این راستا طرح مطالعاتی حاضر با هدف "شناسایی پتانسیل‌ها، چالش‌ها و ارائه راهبردهای عملیاتی ارتقای روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان" تدوین و به نگارش درآمده است. مبانی نظری موضوع، سوابق مطالعاتی پیشین و بهره‌گیری از اسناد بالادستی کشور و استان کردستان در ادبیات موضوع به آن‌ها پرداخته شده است.

در پژوهش حاضر داده‌ها و اطلاعات مورد استفاده از سه طریق داده‌های آماری، مصاحبه و پرسشنامه گردآوری شده است. در فرآیند تحلیل شاخص‌های تجاری و شناسایی مزیت‌ها و پتانسیل‌های تجاری استان کردستان و اقلیم کردستان از داده‌های موجود و قابل دسترس در سایت‌های معتبر و سازمان و نهادهای مختلف داخلی و بین‌المللی استفاده شد. بررسی سهم و روند مبادلات تجاری ایران، عراق، استان و اقلیم کردستان طی دوره‌های زمانی مختلف به صورت محصولات عمده وارداتی و صادراتی، شرکای عمده تجاری، عملکرد گمرکات و بازارچه‌های مرزی استان کردستان بررسی و تحلیل شده است. شاخص‌های تجاری عمده از قبیل باز بودن تجاری، اکمال تجاری، پتانسیل صادراتی، مدل جاذبه، پیچیدگی اقتصادی، جهانی شدن، تمرکز و تنوع تجاری و نفوذ بازار نیز در راستای اهداف طرح، طی دوره‌های مختلف برای ایران و عراق محاسبه و تحلیل شده است. اطلاعات مربوط به سایر بخش‌های پیمایشی، از طریق مشاهده، مصاحبه و پرسشنامه در استان کردستان ایران و اقلیم کردستان عراق حاصل شده است. مصاحبه حضوری با ۹۸ نفر از افراد صاحب‌نظر در حوزه تجارت استان و اقلیم (بازرگانان، مدیران، کارشناسان و اساتید دانشگاه) انجام شده است.

برای شناسایی پتانسیل‌های تجارت استان کردستان و اقلیم کردستان، پرسشنامه‌ای در سه بخش (اطلاعات فردی، سؤالات طیف لیکرت و سؤالات باز) طراحی گردید و ۱۶۹ پرسشنامه از سوی فعالان حوزه‌ی تجاری استان کردستان پاسخ داده شد. برای بررسی پایایی و اعتبار پرسشنامه، نتایج پرسشنامه‌ها در نرم‌افزار SPSS27 مورد تحلیل قرار گرفت و آلفای کرونباخ با مقدار ۰.۹۴۶ بیانگر سازگاری درونی و اعتبار بالای سؤالات پرسشنامه بود.

نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید روابط تجاری استان کردستان و اقلیم کردستان بر اساس ماتریس SWOT شناسایی شد و بر اساس موقعیت راهبردی محافظه‌کارانه، سیزده راهبرد اصلی برای ارتقاء روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان

تدوین گردید. در ادامه بر اساس تحلیل عامل تأییدی میزان تأثیرگذاری عوامل مؤثر بر تجارت استان کردستان و اقلیم کردستان ارزیابی شدند. نتایج به دست آمده از تحلیل گویای این بود که عامل مدیریت اجرایی و بازاریابی در جایگاه اول، عامل سیاسی-امنیتی و عامل اقتصادی-مالی هر دو در جایگاه دوم، عامل حقوقی-قانونی در جایگاه سوم، عامل مدیریت اداری در جایگاه چهارم، عامل زیرساختی در جایگاه پنجم و عامل اجتماعی-فرهنگی در جایگاه ششم به ترتیب اولویت بر روابط تجاری استان و اقلیم کردستان تأثیرگذار بودند. در پایان از طریق آزمون فریدمن و فراوانی کُدهای مصاحبه، موانع و چالش‌های موجود در روابط تجاری استان و اقلیم کردستان از دیدگاه فعالان تجاری دو طرف در شش بُعد: زیرساختی، اقتصادی-مالی، سیاسی-امنیتی، حقوقی-قانونی، مدیریتی-درون‌بخشی و اجتماعی-فرهنگی شناسایی شد.

در پایان بر اساس راهبردهای استخراجی حاصل از یافته‌های طرح، برنامه‌های عملیاتی و دستگاه‌های متولی اجرایی آن تدوین گردید تا به عنوان دستورکار اجرایی در اختیار سیاست‌گذاران ملی و استانی در بخش دولتی و بخش خصوصی قرار گیرد و در این راستا توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل، تجاری و فناوری، ارتقای دیپلماسی تجاری، رقابت‌پذیری و ماندگاری در بازار، توانمندسازی بهره‌مندی از پتانسیل‌های مرزی و اشتغال‌زایی، امنیت اقتصادی و جذب و نگهداشت سرمایه، تقویت نهادی، تقویت سلامت اداری و حقوقی، هم‌افزایی برنامه‌های استراتژیک طرفین تجاری در کشور ایران و استان کردستان و نیز کشور عراق و اقلیم کردستان تحقق یابد.

فصل اول: کلیات پژوهش

## ۱-۱ مقدمه

در چند سال اخیر با شدت یافتن تحریم‌ها و محدودیت‌های تجاری برای ایران، اهمیت توجه به گسترش روابط تجاری با کشورهای همسایه از جمله عراق بیش‌ازپیش نمایان شده است. ایران با دارا بودن حدود ۱۴۰۰ کیلومتر مرز مشترک، طولانی‌ترین مرز خاکی را با کشور عراق دارد و همین مسئله مهم‌ترین فرصت اقتصادی برای بازرگانان و تولیدکنندگان ایرانی قلمداد می‌شود (رستمی و همکاران، ۱۳۹۹). طی سال‌های اخیر وجود روابط عمیق سیاسی و اقتصادی بین ایران و عراق، زمینه برقراری روابط اقتصادی استان کردستان ایران با منطقه اقلیم کردستان عراق را فراهم کرده است. اقلیم کردستان عراق، محدوده‌ی نیمه‌مستقل سیاسی و اقتصادی است که با مساحتی حدود ۵۰ هزار کیلومتر مربع همواره به‌عنوان دروازه‌ی مبادلاتی بین ایران و عراق مورد توجه این دو کشور بوده است. اقلیم کردستان امن‌ترین منطقه در کشور عراق است و طی سال‌های اخیر به علت وجود ثبات، شاهد جهش چشمگیر اقتصادی بوده است. این اقلیم با دارا بودن ۲۳۰ کیلومتر مرز مشترک با استان کردستان، موقعیت ممتازی برای گسترش روابط اقتصادی بین دو کشور را فراهم کرده است (حاجی‌نوروزی و همکاران، ۱۳۹۰؛ نجات‌نیا، ۱۳۹۷). در این فصل ابتدا مسئله پژوهش به تفصیل بیان خواهد شد و در ادامه اهمیت و ضرورت پژوهش، سؤالات و اهداف پژوهش، جامعه و نمونه آماری و سازمان‌دهی پژوهش ارائه خواهد گردید.

## ۲-۱ بیان مسئله

تجارت بین‌الملل مهم‌ترین بستر تعامل اقتصادی کشورها با یکدیگر است؛ یکی از ایده‌های نظری مهم در حوزه‌ی اقتصاد، استفاده از ظرفیت تجارت خارجی برای ایجاد رشد اقتصادی است (Balaguer et al., 2015). در دهه‌های اخیر سازمان تجارت جهانی بر اهمیت تجارت بین‌الملل به‌عنوان اهرم اصلی رشد اقتصادی کشورها تأکید داشته است (World Trade Organization, 2016). امروزه تجارت بین‌الملل به نحو گسترده‌ای در دستور کار تمامی کشورهای جهان قرار گرفته است چراکه پویایی اقتصاد جوامع در گرو تجارت آزاد بین کشورها و جریان آزاد کالا و خدمات بین جوامع است (Balassa & Bauwens, 1987) و درعین حال رونق تجارت بین‌الملل در کاهش نوسانات اقتصادی کشورها بسیار تأثیرگذار است (Caselli et al., 2020). امروزه با توجه به اهمیت روزافزون اقتصاد بین‌الملل، بسیاری از کشورها در روابط خارجی خود، تجارت با همسایگان را در اولویت فعالیت‌های اقتصادی خود قرار داده‌اند چراکه این امر از یک سو به واسطه کاهش فاصله جغرافیایی، هزینه‌های تجاری را کاهش می‌دهد و از دیگر سو افزایش مبادلات تجاری و اقتصادی منجر به تقویت سایر تعاملات (سیاسی، امنیتی و ...) بین دو کشور می‌شود (کیایی و همکاران، ۱۳۹۹).

ایران با دارا بودن موقعیت راهبردی و مزیت‌های ژئوپلیتیکی، فرصت‌های بسیاری برای گسترش روابط تجاری با کشورهای همسایه دارد، امروزه در ایران با توجه به اهمیت توسعه صادرات غیرنفتی و استفاده از ظرفیت‌های منطقه‌ای و بین‌المللی، اهمیت بهره‌گیری هرچه بیشتر از این مزیت‌های ژئوپلیتیکی و توسعه‌ی روابط تجاری با کشورهای همسایه بیشتر نمایان شده است. در سال‌های اخیر روابط اقتصادی و بازرگانی ایران با کشورهای طرف تجاری خود از جمله کشورهای همسایه دستخوش تحولات مختلفی شده است؛ کشور عراق همواره به‌عنوان مهم‌ترین فرصت اقتصادی در کشورهای همسایه مطرح

بوده است، به طوری که ایران پس از چین با کشور عراق بیشترین حجم صادراتی را داشته است. در سال ۱۴۰۱ بیشترین میزان صادرات ایران بعد از چین (با رقمی بالغ بر ۱۴۷۳۳ میلیون دلار و سهم ۲۷.۲۱ درصد از کل ارزش صادرات)، به مقصد عراق با ارزش ۱۰۲۳۸ میلیون دلار و سهم ۱۸.۹۹ درصدی از کل میزان صادرات کشور بوده است و در سال ۱۴۰۰ بیشترین میزان صادرات ایران بعد از چین (با رقمی بالغ بر ۱۴۵۹۶ میلیون دلار و سهم ۳۰.۱۳ درصد از کل ارزش صادرات)، به مقصد عراق با ارزش ۸۹۰۱ میلیون دلار و سهم ۱۸.۳۷ درصدی از کل میزان صادرات کشور بوده است و در سال ۱۳۹۹ هم ارزش صادرات ایران ۳۴۸۶۱ میلیون دلار گزارش شده که کشور عراق پس از چین با رقمی بالغ بر ۷۴۳۱ میلیون دلار سهم ۲۱.۳۲ درصدی از این بازار را به خود اختصاص داده است، همچنین آمارهای اعلام شده از سوی گمرک ایران حاکی از آن است که ارزش تجارت ایران با عراق ۱۰ برابر تجارت ایران با کشورهای اتحادیه اروپا است (گمرک ج.ا. ایران، ۱۴۰۱).

در حال حاضر اقلیم کردستان بازار مناسب و پایگاه قابل اطمینانی برای فعالان اقتصادی استان کردستان ایران محسوب می‌شود. موقعیت جغرافیایی، وجود مرزهای مشترک و امن، اشتراکات تاریخی، اجتماعی، فرهنگی و مذهبی، قدمت روابط تجاری، اعتماد طرفین و ... از جمله مزایایی است که تجار و بازرگانان استان و اقلیم کردستان از آن بهره‌مند هستند، علاوه بر مزیت‌های ذکر شده در سال‌های اخیر شکل‌گیری مرزهای رسمی (باشماق مریوان و سیرانبند بانه)، گمرکات (باشماق مریوان، سیرانبند بانه، سنندج)، بازارچه رسمی (سیف سقر)، بازارچه‌های غیررسمی موقت (دره‌وران مریوان، پیران مریوان، خان شیخان مریوان، هنگ‌زال بانه، مله‌خور سروآباد)، منطقه ویژه اقتصادی بانه، منطقه آزاد تجاری-صنعتی بانه و مریوان و تعاونی‌های مرزنشین از جمله مواردی است که ارتباط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان عراق را تسهیل کرده است این در حالی است که استان کردستان با اتخاذ سیاست‌های مناسب می‌تواند مراودات تجاری با کردستان عراق را افزایش دهد، از سوی دیگر افزایش همکاری با اقلیم کردستان عراق، دستیابی به بازار کل عراق را تسهیل می‌بخشد و می‌تواند مانند پلی بین ایران و سایر مناطق عراق عمل کند.

کشور عراق و اقلیم کردستان به دلایل مختلفی از قبیل پیامدهای ناشی از جنگ، تغییر حکومت‌ها، نفوذ گروه‌های تندرو همچنین بحران‌های اخیر سوریه در بخش‌های مختلف اقتصادی با ضعف‌های قابل توجهی مواجه بوده است بنابراین برای رفع این مشکلات در صدد بازسازی زیرساخت‌های اقتصادی و توسعه‌ای خود برآمده است؛ در همین راستا کشور عراق و اقلیم کردستان نیازمند سرمایه‌گذاری خارجی و تأمین کالاهای ضروری خود از سوی کشورهای منطقه‌ای به خصوص کشورهای همسایه است. با توجه به شرایط موجود، بیشتر کشورهای منطقه از جمله؛ ایران، ترکیه، چین، امارات متحده عربی، عربستان و ... به منظور تصاحب سهم بیشتر از بازار عراق و اقلیم کردستان، خواهان سرمایه‌گذاری بیشتر در حوزه‌های مختلف اقتصادی و تجاری هستند (گمرک ج.ا. ایران، ۱۳۹۹). وضعیت موجود حاکی از آن است که حضور رقبای تجاری ایران در عراق و به ویژه در اقلیم کردستان نسبت به قبل بسیار پررنگ‌تر شده است. طبق آمارهای اعلام شده از سوی سازمان توسعه و تجارت ایران در سال ۲۰۱۸ بیشترین حجم واردات عراق از سوی کشور امارات متحده عربی (با ارزش ۱۱.۵ میلیارد دلار) بوده که ایران پس از امارات با حجم ۸.۹ میلیارد دلار در جایگاه دوم قرار گرفته است اما گزارش‌های اعلام شده در سال ۲۰۲۰ بیانگر آن است که جایگاه ایران در بین واردکنندگان اصلی به عراق تنزل یافته است و کشورهای رقیب ایران از جمله ترکیه، چین،

هندوستان و ... توانسته‌اند از ایران پیشی گیرند و فرصت سرمایه‌گذاری بیشتری در این بازار را به خود اختصاص دهند (سازمان توسعه و تجارت ایران، ۱۳۹۹).

بر اساس داده‌های آماری نقشه تجارت و مطالعات میدانی در عراق، روابط تجاری و اقتصادی ایران و عراق تاکنون بر مبنای یک اقتصاد کاملاً سنتی بوده است، به طوری که در سال ۲۰۱۸، از مجموع ۶۶ میلیارد دلار صادرات، بیش از ۴۷ میلیارد دلار و به عبارتی بیش از ۷۱ درصد به سوخت‌ها و مواد معدنی اختصاص داده شده است. این در حالی است که ترکیه در سال ۲۰۱۷ در صادرات غیرنفتی (۱۰ گروه کالایی) در بازار عراق پیشرو بوده و صادرات ایران قابل قیاس با ترکیه نیست. در مقام مقایسه، ترکیه ۱۰ گروه کالایی به ارزش بیش از ۵/۳ میلیارد دلار به عراق صادر کرده است که سهم ایران در این ۱۰ گروه کالایی، ۲/۳ میلیارد دلار بوده است (رستمی و همکاران، ۱۳۹۹).

ارزش صادرات استان کردستان در سال ۱۴۰۰ به میزان ۴۳۲ میلیون دلار و به وزن ۹۴۹ هزار تن بوده که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۳۶ درصد از لحاظ ارزشی و ۳۹ درصد از لحاظ وزنی کاهش یافته است. بیشترین سهم صادراتی استان مربوط به گمرک باشماق ۷۰٪ می‌باشد. صادرات سایر گمرکات استان در سال ۱۴۰۰ برابر با ۱۰۵۳ هزار تن به ارزش ۵۳۶ میلیون دلار که در مقایسه با مشابه سال گذشته به لحاظ وزنی ۴۲٪ و به لحاظ ارزشی ۲۶٪ کاهش یافته است. واردات استان در سال ۱۴۰۰ بالغ بر ۳۰ هزار تن به ارزش ۴۱/۷ میلیون دلار که نسبت به مدت مشابه سال گذشته به لحاظ وزنی ۲۶٪ و به لحاظ ارزشی ۲۳٪ کاهش یافته است، که نشان از کاهش شدید کل مبادلات استان کردستان در سال ۱۴۰۰ در مقایسه با مدت مشابه سال قبل است (گمرکات استان کردستان، ۱۴۰۰). همچنین شواهد حاکی از آن است که حضور ترکیه به عنوان رقیب تجاری ایران در بازارهای اقلیم کردستان عراق به مراتب بیشتر از خود بازار عراق است، از این رو ایران برای حفظ جایگاه قبلی خود و بهره‌گیری هرچه بیشتر از این بازار لازم است راهبردهای کاربردی را اتخاذ نماید که در این میان راهبردهای اتخاذ شده باید بر اهمیت و جایگاه ویژه استان کردستان و کردستان عراق در مراودات تجاری ایران با عراق تأکید داشته باشد.

در مورد نقش محوری استان کردستان در تجارت ایران با عراق می‌توان به حجم مراودات تجاری استان کردستان اشاره کرد؛ به عنوان مثال در سال ۱۳۹۹ حجم تجارت ایران با عراق حدود ۵۰۱۲ میلیارد دلار بوده است که استان کردستان با ۶۸۸ میلیون دلار، ۱۳۵ درصد از کل حجم تجارت در گمرکات ایران را به خود اختصاص داده است؛ لازم به ذکر است در سال ۱۳۹۹ صادرات ایران به عراق حدود ۵ میلیارد دلار بوده است که گمرک باشماق با ۵۱۲ میلیون دلار حجم صادرات بعد از پرویزخان (۷۲۲ میلیون دلار) در جایگاه دوم قرار گرفته است همچنین در سال ۱۳۹۹ واردات ایران از عراق ۱۳۴ میلیون دلار گزارش شده که گمرک باشماق با ۲۳ میلیون دلار حجم واردات در جایگاه نخست قرار گرفته است (اتاق بازرگانی تهران، ۱۳۹۹؛ گمرک ج.ا. ایران، ۱۳۹۹). مجموع نتایج مطالعات انجام شده بیانگر این موضوع است که حجم وسیعی از روابط تجاری ایران و عراق به واسطه استان کردستان و اقلیم کردستان عراق صورت می‌گیرد که همین امر بر اهمیت جایگاه ویژه استان کردستان در مراودات تجاری بین عراق و ایران تأکید دارد.

در حال حاضر وضعیت تجارت ایران با عراق و تنزل جایگاه آن در بین شرکای اقتصادی و تجاری اصلی عراق، علی‌رغم آنکه متأثر از شرایط تحریم‌ها بوده است موانع و چالش‌های همچون: زیرساختی، اقتصادی و مالی، سیاسی و امنیتی، حقوقی و



قانونی، مدیریتی و درون‌بخشی و اجتماعی و فرهنگی نیز توانسته است این شرایط را تشدید کند؛ این عوامل بر میزان سهم تجارت و صادرات ایران به‌ویژه استان کردستان با اقلیم کردستان عراق بسیار تأثیرگذار بوده است. در حال حاضر وضعیت اقتصادی موجود استان کردستان بیانگر این امر است که حفظ و ایجاد اشتغال و همچنین استمرار تولید در بسیاری از واحدهای تولیدی صادرات‌محور این استان منوط به بهره‌گیری هرچه بیشتر از پتانسیل‌های تجاری موجود در مرز مشترک آن با اقلیم کردستان است؛ بنابراین این استان در راستای حفظ جایگاه اقتصادی و توسعه‌ی مبادلات تجاری خود باید به بهره‌گیری مؤثر از این پتانسیل‌ها و کاهش موانع تجاری موجود بپردازد.

با توجه به موارد ذکر شده، انجام مطالعه و پژوهش علمی در خصوص شناسایی پتانسیل‌ها، چالش‌ها و ارائه راهبردهای عملیاتی ارتقای روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان عراق ضرورت می‌یابد. این پژوهش می‌تواند به‌عنوان تدوین بسته سیاستی راهبردی توسعه تجارت استان کردستان و اقلیم کردستان عراق در اختیار سیاست‌گذاران، تصمیم‌گیران ملی و استانی، تجار و فعالین اقتصادی قرار گیرد. اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سندج به‌عنوان نماینده بخش خصوصی و با دارا بودن نقش محوری در تجارت بین استان کردستان و اقلیم کردستان، وظیفه دارد در راستای تسهیل و توسعه تجارت بین آن‌ها تدوین این طرح پژوهشی را در اولویت مطالعاتی خود قرار دهد. با توجه به مرزی بودن استان وجود فعالین اقتصادی در بخش تجارت، مسائل مهمی در مورد تجارت مرزی در جلسات تخصصی استانی مطرح می‌شود و همین امر ضرورت هدایت این مباحث در قالب یک طرح پژوهشی در سطح استانی را نمایان می‌کند.

### ۳-۱- ضرورت و اهمیت پژوهش

امروزه با توجه به اهمیت روزافزون تجارت بین‌الملل، بسیاری از کشورها در روابط خارجی خود، تجارت با همسایگان را در اولویت فعالیت‌های اقتصادی خود قرار داده‌اند. در سال‌های اخیر با شدت یافتن تحریم‌ها در ایران، استفاده از ظرفیت‌های منطقه‌ای و بین‌المللی و اهمیت توسعه صادرات غیرنفتی کشور بیشتر نمایان شده است، این در حالی است که ایران به‌واسطه‌ی موقعیت راهبردی و مزیت‌های ژئوپلیتیکی از فرصت‌های بسیاری برای توسعه‌ی روابط تجاری خود با کشورهای همسایه از جمله عراق و اقلیم کردستان عراق برخوردار است.

کشور عراق همواره به‌عنوان مهم‌ترین فرصت اقتصادی و تجاری برای ایران مطرح بوده و استان کردستان و اقلیم کردستان به‌عنوان دروازه‌ی مبادلاتی بین این دو کشور عمل کرده‌اند. طی چند سال گذشته تجارت استان کردستان با اقلیم کردستان نه تنها تحت تأثیر شرایط و اوضاع داخلی ایران بوده بلکه از سیاست‌ها و اقدامات اخذ شده از سوی کشور عراق و اقلیم کردستان نیز تأثیر پذیرفته است. شرایط مذکور در ابعاد مختلفی در سطح ملی و استانی بر فرایند مراودات تجاری بین استان کردستان و اقلیم کردستان تأثیرگذار بوده است. بر همین اساس در راستای مسائل مطرح شده، پژوهش حاضر سعی دارد با به‌کارگیری نظرات فعالین اقتصادی و افراد صاحب‌نظر در بخش تجارت استان کردستان و اقلیم کردستان عراق، ضمن شناسایی پتانسیل‌ها و چالش‌های (زیرساختی، اقتصادی و مالی، سیاسی و امنیتی، حقوقی و قانونی، مدیریتی و درون‌بخشی، اجتماعی و فرهنگی)

در روابط تجاری بین آن‌ها به ارائه‌ی راهبردهای عملیاتی بپردازد که علاوه بر کاهش دادن موانع تجاری به ارتقاء روابط تجاری بین استان کردستان و اقلیم کردستان عراق منجر شود.

## ۴-۱ اهداف پژوهش

### هدف اصلی:

شناسایی پتانسیل‌ها، چالش‌ها و راهبردهای عملیاتی ارتقای روابط تجاری استان کردستان ایران با اقلیم کردستان عراق

### اهداف فرعی:

- شناسایی مهم‌ترین پتانسیل‌ها، مزیت‌ها و شاخص‌های تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان
- شناسایی نقاط قوت و ضعف در توسعه تجارت استان کردستان با اقلیم کردستان
- شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها در توسعه تجارت استان کردستان با اقلیم کردستان
- ارائه و اولویت‌بندی راهبردهای عملیاتی توسعه تجارت استان کردستان با اقلیم کردستان
- شناسایی و اولویت‌بندی چالش‌ها و موانع زیرساختی در روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان از دیدگاه متخصصان حوزه تجارت خارجی و بازرگانان طرفین
- شناسایی و اولویت‌بندی چالش‌ها و موانع اقتصادی و مالی در روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان از دیدگاه متخصصان حوزه تجارت خارجی و بازرگانان طرفین
- شناسایی و اولویت‌بندی چالش‌ها و موانع سیاسی و امنیتی در روابط تجاری استان کردستان ایران با اقلیم کردستان عراق از دیدگاه متخصصان حوزه تجارت خارجی و بازرگانان طرفین
- شناسایی و اولویت‌بندی چالش‌ها و موانع حقوقی و قانونی در روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان از دیدگاه متخصصان حوزه تجارت خارجی و بازرگانان طرفین
- شناسایی و اولویت‌بندی چالش‌ها و موانع مدیریتی و درون‌بخشی در روابط تجاری استان کردستان ایران با اقلیم کردستان عراق از دیدگاه متخصصان حوزه تجارت خارجی و بازرگانان طرفین
- شناسایی و اولویت‌بندی چالش‌ها و موانع اجتماعی و فرهنگی در روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان از دیدگاه متخصصان حوزه تجارت خارجی و بازرگانان طرفین
- تدوین بسته سیاستی- راهبردی ارتقاء روابط تجاری استان کردستان ایران با اقلیم کردستان عراق

## ۵-۱ سؤال‌های پژوهش

- مهم‌ترین پتانسیل‌ها، مزیت‌ها و شاخص‌های تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان کدام‌اند؟
- مهم‌ترین نقاط قوت و ضعف در توسعه تجارت استان کردستان با اقلیم کردستان کدام‌اند؟
- مهم‌ترین فرصت‌ها و تهدیدها در توسعه تجارت استان کردستان با اقلیم کردستان کدام‌اند؟

- مهم‌ترین راهبردهای عملیاتی توسعه تجارت استان کردستان با اقلیم کردستان کدام‌اند؟
- مهم‌ترین چالش‌ها و موانع زیرساختی در روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان از دیدگاه متخصصان حوزه تجارت خارجی و بازرگانان طرفین کدام‌اند؟
- مهم‌ترین چالش‌ها و موانع اقتصادی و مالی در روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان از دیدگاه متخصصان حوزه تجارت خارجی و بازرگانان طرفین کدام‌اند؟
- مهم‌ترین چالش‌ها و موانع سیاسی و امنیتی در روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان از دیدگاه متخصصان حوزه تجارت خارجی و بازرگانان طرفین کدام‌اند؟
- مهم‌ترین چالش‌ها و موانع حقوقی و قانونی در روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان از دیدگاه متخصصان حوزه تجارت خارجی و بازرگانان طرفین کدام‌اند؟
- مهم‌ترین چالش‌ها و موانع مدیریتی و درون‌بخشی در روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان از دیدگاه متخصصان حوزه تجارت خارجی و بازرگانان طرفین کدام‌اند؟
- مهم‌ترین چالش‌ها و موانع اجتماعی و فرهنگی در روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان از دیدگاه متخصصان حوزه تجارت خارجی و بازرگانان طرفین کدام‌اند؟

## ۶-۱ دستاوردهای کاربردی طرح

تجارت خارجی همواره یکی از دغدغه‌های اصلی برنامه‌ریزان، سیاست‌گذاران و متولیان اقتصاد در بخش‌های دولتی و خصوصی در سطح ملی - منطقه‌ای است. استان کردستان به‌عنوان یکی از استان‌های مرزی ایران در مراودات تجاری خود با اقلیم کردستان با مشکلات و موانع متعددی در حوزه‌های مختلف (زیرساختی، اقتصادی و مالی، سیاسی و امنیتی، حقوقی و قانونی، مدیریتی و درون‌بخشی، اجتماعی و فرهنگی) مواجه است که همین امر بر کیفیت ارتباط و کمیت مراودات بین آن‌ها تأثیرگذار بوده است؛ در این میان یکی از دغدغه‌های اصلی نظام سیاست‌گذاری استان، کمبود پژوهش‌های علمی و کاربردی جامع در حوزه تجارت خارجی جهت هدایت صحیح نظام تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری استان است. پژوهش حاضر با شناسایی پتانسیل‌ها و چالش‌های پیشرو در تجارت استان کردستان با اقلیم کردستان سعی دارد به ارائه راهبردهای عملیاتی و پیشنهاداتی در قالب تدوین بسته سیاستی راهبردی توسعه روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان بپردازد؛ هدف از این کار هدایت صحیح نظام تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی استان به‌منظور بهره‌گیری مناسب از پتانسیل‌ها و کاهش موانع تجارت استان کردستان با اقلیم کردستان، در راستای ارتقا تجارت استان و توسعه تجارت ایران است. لازم به ذکر است پژوهش حاضر می‌تواند به‌عنوان یک الگوی تجارت مرزی در اختیار سایر استان‌های مرزی کشور با در نظر گرفتن اقتضائات ساختاری آن مناطق قرار گیرد.

## ۷-۱ جنبه‌های نوآوری طرح در مقایسه با کارهای مشابه انجام شده

نیود بسته سیاستی راهبردی در زمینه توسعه روابط تجارت خارجی استان کردستان با اقلیم کردستان، همواره به عنوان خلاء اساسی در توسعه اقتصادی استان کردستان مطرح بوده است. تاکنون مطالعات مدون و کاربردی در زمینه تجارت استان کردستان با اقلیم کردستان انجام نشده است، همین موضوع علاوه بر اهمیت پژوهش، به عنوان جنبه نوآورانه آن نیز مطرح است. از سوی دیگر پژوهش حاضر با نگاهی جامع‌نگر به بررسی و شناسایی مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار (عوامل زیرساختی، اقتصادی و مالی، سیاسی و امنیتی، حقوقی و قانونی، مدیریتی و درون‌بخشی، اجتماعی و فرهنگی) در روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان عراق می‌پردازد که این امر با بهره‌گیری از نظرات خبرگان و بازرگانان استان کردستان و اقلیم کردستان عراق صورت می‌گیرد.

## ۸-۱ دستاوردهای مورد انتظار طرح در رابطه با نظام سیاست‌گذاری کشور

دستاوردهای کاربردی این پژوهش در ارتباط با نظام سیاست‌گذاری استان و کشور به‌ویژه اهداف اتاق به شرح ذیل می‌تواند باشد:

- پتانسیل‌ها و چالش‌های شناسایی شده روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان به منظور بررسی همه‌جانبه سیاست‌های تجاری استان با اقلیم، جهت در اختیار قرار گرفتن؛ رایزنان بازرگانی، برنامه‌ریزان و تصمیم‌گیرندگان بخش خصوصی و دولتی به‌ویژه اتاق‌های بازرگانی
- در اختیار قرار دادن اطلاعات مربوط به مبادلات تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان در راستای افزایش قدرت چانه‌زنی رایزنان بازرگانی در سطح استانی و ملی
- ارتباط و همکاری استراتژیک و از پیش تعیین شده اقتصادی و تجاری بازرگانان استان با بازرگانان و مقامات اقلیم کردستان
- مشخص شدن موقعیت استراتژی تجارت استان با اقلیم کردستان عراق در راستای ایفای مناسب‌ترین استراتژی تجاری برای مسئولان و برنامه‌ریزان ملی و منطقه‌ای
- راه‌حل‌جویی چالش‌ها و مشکلات فراراه توسعه تجاری استان و کشور در راستای اثرگذاری در مصوبات قانونی و بخشنامه‌های تجاری ایران با هدف تسهیل و توسعه تجارت استان و کشور
- به‌کارگیری پژوهش حاضر توسط بخش اقتصادی و تجاری کنسولگری ایران در اقلیم کردستان عراق
- یافته‌ها و دستاوردهای مطالعه روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان عراق، به عنوان پایلوت و الگویی برای سایر استان‌های مرزی کشور
- یکپارچه‌سازی و ایجاد رویه واحد در تهیه و شناسایی پتانسیل‌ها و اولویت‌بندی چالش‌های تجاری کشور و سایر استان‌های مرزی

## ۹-۱ جامعه آماری

جامعه آماری پژوهش شامل متخصصان حوزه تجارت خارجی استان کردستان ایران و اقلیم کردستان عراق است که در حوزه‌های مختلف نهادی با موضوع تجارت خارجی در ارتباط هستند (بازرگانان، اساتید و نخبگان دانشگاهی، کارشناسان و مدیران اجرایی امور برنامه‌ریزی و توسعه اقتصادی- تجاری در دستگاه‌های اجرایی استان کردستان و اقلیم کردستان عراق).

در مطالعه حاضر ضمن بررسی ادبیات موضوع و سوابق مطالعاتی پیشین، نظر خبرگان در قالب مصاحبه عمیق اخذ می‌شود. برای استخراج سؤالات نهایی جهت تدوین پرسشنامه؛ نخست از مستندات و تحقیقات پیشین در خصوص نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای حوزه تجارت به همراه چالش‌ها و موانع حوزه‌های زیرساختی، اقتصادی و مالی، سیاسی و امنیتی، حقوقی و قانونی، مدیریتی و درون‌بخشی، اجتماعی و فرهنگی گردآوری و بررسی می‌شود. این موارد و آیتم‌ها از طریق مصاحبه عمیق با خبرگان و صاحب‌نظران اخذ می‌شود. مطابق اصول علمی و روش‌شناسی در مصاحبه عمیق رسیدن به نقطه اشباع نظری در تحقیق مهم و مبناست (Guest et al., 2006). دستیابی به این نقطه که بعد از آن پاسخ‌ها تکراری می‌باشد از ۷ نفر مصاحبه‌شونده خبره تا بالای ۳۰ نفر هم می‌تواند اتفاق بیفتد. بنابراین ذکر دقیق تعداد افراد مصاحبه‌شونده در وضعیت فعلی برای مصاحبه عمیق مشکل است و دراثنا فرایند تحقیق مشخص می‌شود. لازم به ذکر است فعالان تجاری استان کردستان و اقلیم کردستان عراق برای مصاحبه عمیق در اولویت می‌باشند. موارد فوق‌الذکر به شرح جدول ۲-۱ می‌باشد:

جدول ۲-۱: مصاحبه‌شوندگان استان کردستان و اقلیم کردستان

گروه‌های شغلی	مصاحبه‌شوندگان	توضیحات
بخش خصوصی	بازرگانان فعال استان کردستان و اقلیم کردستان، واحدهای تولیدی فعال در امر تجارت استان، اتاق‌های بازرگانی، اتحادیه‌ها، انجمن‌های تجاری، اتاق تعاون، تعاونی‌های مرزنشین، خانه صنعت	بازرگانان فعال، تولیدکننده‌های صادرات محور شاخص، رؤسا، مدیران و کارشناسان خبره اتاق‌های بازرگانی دو طرف (سندج، سلیمانیه، اربیل، حل بیجه، دهوک، اتاق‌های بازرگانی مشترک ایران و عراق)، اتحادیه‌ها و انجمن‌های تخصصی حوزه تجارت خارجی استان کردستان و اقلیم کردستان (۱۰ تا ۲۰ نفر)
بخش دولتی	گمرکات، استانداری، سازمان صمت، جهاد کشاورزی، کنسولگری، راهداری، بانک‌های عامل	رؤسا، معاونین و کارشناسان متخصص حوزه تجارت خارجی استان کردستان ایران و اقلیم کردستان عراق (۷ تا ۱۲ نفر)
بخش دانشگاهی	اساتید، پژوهشگران و صاحب‌نظران دانشگاهی	اساتید و کارشناسان متخصص حوزه تجارت خارجی استان کردستان ایران و اقلیم کردستان عراق (۳ تا ۵ نفر)

## ۱۰-۱ روش گردآوری و تحلیل داده‌ها

روش پژوهش حاضر روش ترکیبی (کیفی و کمی) است. بر همین اساس گردآوری داده‌ها به دو صورت خواهد بود؛ در روش کیفی از مصاحبه عمیق و در روش کمی از پرسشنامه برای بهره‌گیری از نظرات متخصصان حوزه تجارت خارجی

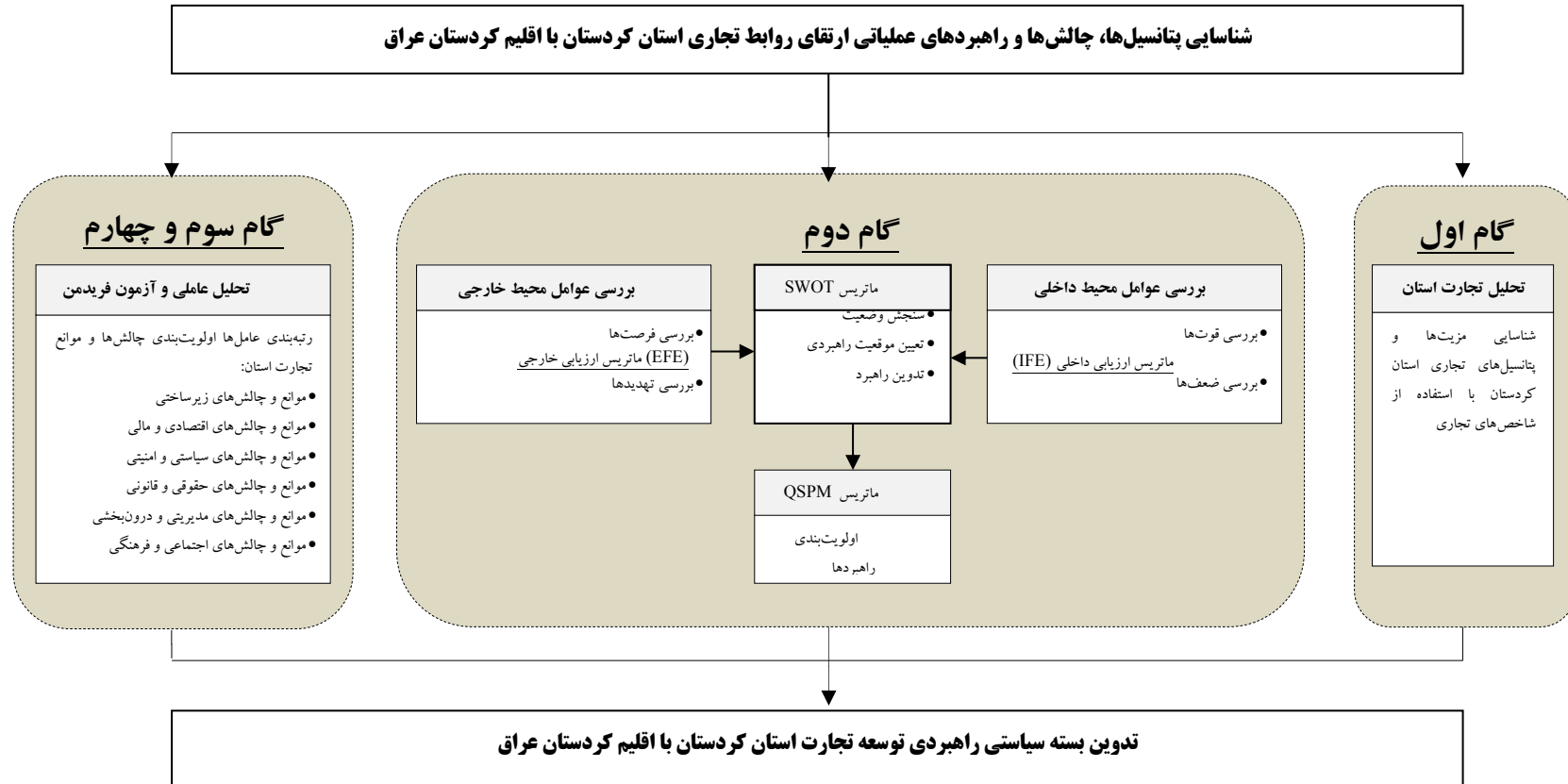
استان کردستان و اقلیم کردستان عراق بهره خواهیم گرفت. لازم به ذکر است همراه با انجام مصاحبه عمیق، مشاهده مستقیم نیز در میدان مطالعه انجام می‌گیرد.

در قسمت تحلیل داده‌ها نخست با بهره‌گیری از مستندات و کلیه داده‌های آماری تجارت در دسترس استان کردستان با اقلیم کردستان و شاخص‌های تجاری از جمله (شاخص‌های ساده، موزون و ترکیبی، شاخص مزیت نسبی آشکار شده و شاخص اکمال تجاری) به شناسایی مزیت‌ها و پتانسیل‌های تجاری استان کردستان و اقلیم کردستان پرداخته خواهد شد. در مرحله دوم با استفاده از ماتریس SWOT و ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM)<sup>۱</sup> به سنجش وضعیت موجود، تدوین راهبرد و اولویت‌بندی راهبردها می‌پردازیم. در مرحله بعد با بهره‌گیری از ادبیات تحقیق معیارهای موانع مؤثر بر روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان شناسایی شده و سپس با روش تحلیل عاملی مهم‌ترین معیارهای مؤثر در روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان بررسی می‌شوند. در نهایت با به‌کارگیری آزمون فریدمن به اولویت‌بندی موانع و چالش‌های (زیرساختی، اقتصادی و مالی، سیاسی و امنیتی، حقوقی و قانونی، مدیریتی و درون‌بخشی، اجتماعی و فرهنگی) خواهیم پرداخت. در نمودار 2- نمای کلی از تحلیل داده‌های کمی پژوهش ارائه گردیده است:

---

<sup>۱</sup> Quantitative Strategy Planning Matrix

نمودار ۲-۱: فرآیند تحلیل داده‌های کمی



## ۱-۱ سازمان‌دهی پژوهش

این پژوهش در پنج فصل سازمان‌دهی شده است. در فصل اول کلیات پژوهش، اهداف و سؤالات پژوهش، و در فصل دوم مبانی نظری و پیشینه تجربی ارائه شده است. در فصل سوم روش‌شناسی پژوهش، معرفی جامعه و نمونه آماری بیان شده است. در فصل پنجم نیز تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش انجام شده و در پایان در فصل پنجم نیز جمع‌بندی و پیشنهادات بیان شده است. در جدول ۱-۱ مراحل انجام پژوهش و سازمان‌دهی پژوهش به تفکیک ارائه شده است.

جدول ۱-۱: سازمان‌دهی پژوهش

شناسایی پتانسیل‌ها، چالش‌ها و راهبردهای عملیاتی ارتقای روابط تجاری استان کردستان ایران با اقلیم کردستان عراق						کلیات پژوهش
بیان مسئله	اهداف پژوهش	سؤالات پژوهش	ضرورت پژوهش	نوآوری پژوهش	کاربست پژوهش	
مبانی نظری			پیشینه پژوهش			
<ul style="list-style-type: none"> <li>تجارت بین‌الملل</li> <li>تجارت مرزی و منطقه‌ای</li> <li>تجارت ایران و عراق</li> <li>تجارت استان کردستان</li> <li>بررسی داده‌های آماری</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>بررسی مطالعات داخلی در حوزه تجارت خارجی ایران (با تأکید بر تجارت مرزی و تجارت با عراق)</li> <li>بررسی مطالعات خارجی در حوزه تجارت خارجی (با تأکید بر تجارت مرزی) در سایر کشورهای جهان</li> </ul>			
جامعه‌ی آماری		روش جمع‌آوری داده		روش تحلیل		روش‌شناسی
<ul style="list-style-type: none"> <li>بخش خصوصی (بازرگانان استان و اقلیم)</li> <li>بخش دولتی (مدیران، متخصصان حوزه تجارت استان و اقلیم)</li> <li>بخش دانشگاهی (اساتید دانشگاهی استان و اقلیم)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>روش ترکیبی (کیفی و کمی)</li> <li>روش کیفی: مصاحبه عمیق و مشاهده مستقیم</li> <li>روش کمی: پرسشنامه</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>ماتریس SWOT ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) به منظور سنجش وضعیت و تدوین راهبرد</li> <li>به کارگیری ماتریس QSPM به منظور اولویت‌بندی راهبردها</li> <li>به کارگیری تحلیل عاملی و آزمون فریدمن برای اولویت‌بندی موانع و چالش‌ها</li> </ul>		
شناسایی مزیت‌ها و پتانسیل‌های تجاری استان کردستان با استفاده از شاخص‌های تجاری						گام نخست
ماتریس SWOT، ماتریس (IFE) و ماتریس (EFE)، ماتریس (QSPM)						گام دوم
<ul style="list-style-type: none"> <li>به کارگیری ماتریس SWOT</li> <li>به کارگیری ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)</li> <li>ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM)</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>سنجش وضعیت تجارت استان کردستان با اقلیم کردستان</li> <li>تعیین موقعیت راهبردی چهارگانه (موقعیت: تهاجمی، محافظه‌کارانه، رقابتی و تدافعی)</li> <li>تدوین راهبرد بر اساس موقعیت راهبردی</li> <li>اولویت‌بندی راهبردهای اتخاذ شده</li> </ul>			
به کارگیری تحلیل عاملی و آزمون فریدمن (Friedman Test) برای اولویت‌بندی موانع و چالش‌ها در ابعاد:						گام سوم
زیرساختی	اقتصادی و مالی	سیاسی و امنیتی	حقوقی و قانونی	مدیریتی درون‌بخشی	اجتماعی و فرهنگی	
تدوین بسته سیاستی راهبردی توسعه روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان در راستای هدایت صحیح نظام تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی در سطح استان کردستان و ایران						نتیجه‌گیری



## ۱-۱۲ قلمرو زمانی و مکانی پژوهش

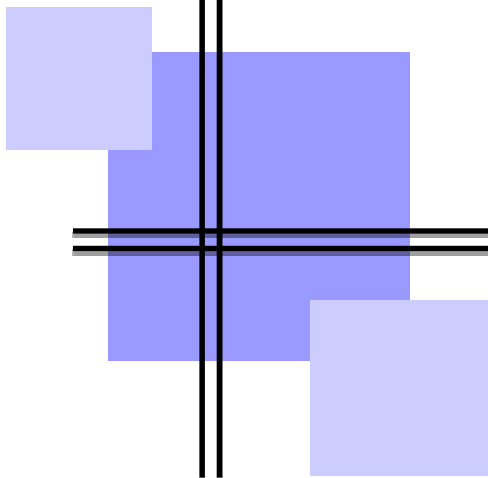
این پژوهش با هدف شناسایی پتانسیل‌ها، چالش‌ها و راهبردهای عملیاتی ارتقای روابط تجاری استان کردستان ایران با اقلیم کردستان عراق در بازه‌ی زمانی سال ۱۴۰۱-۱۴۰۲ تعریف شده است.

## ۱-۱۳ جمع‌بندی فصل:

در این فصل ابتدا مسئله‌ی موردنظر به همراه اهمیت و ضرورت انجام آن تشریح گردید و در ادامه اهداف و سؤالات پژوهش به وضوح بیان شد. در این بخش به صورت کلی جامعه‌ی آماری و روش گردآوری و تحلیل داده ارائه گردید و پس از تعریف مفاهیم پژوهش، سازمان‌دهی پژوهش مشخص شد.



فصل دوم: ادبیات موضوع (مبانی نظری و پیشینه پژوهش)



## ۱-۲ مقدمه

هدف از تدوین و نگارش فصل حاضر بررسی نظریه‌های مهم و مطرح در حوزه‌ی تجارت بین‌الملل و بررسی پژوهش‌های انجام شده در حوزه‌ی تجارت به‌خصوص تجارت خارجی و تجارت با همسایگان است. مفاهیم این فصل درک بهتر موضوع پژوهش و تحقق اهداف آن می‌تواند نقش تأثیرگذاری داشته باشد.

تجارت بین‌الملل از جمله موضوعاتی است که در جهان گذشته‌ای طولانی دارد و ملت‌ها از دیرباز برای برآوردن نیازها و دستیابی به کالاها و خدمات سایر کشورها به مبادله‌ی خارجی می‌پرداختند (دینی ترکمانی، ۱۳۹۱). اقتصاددانان تجارت بین‌الملل را موتور محرکه‌ی رشد اقتصادی جوامع دانسته‌اند و امروزه این موضوع به محور اصلی توسعه‌ی اقتصادی کشورهایی تبدیل شده که قادر به رقابت و ارائه‌ی محصولات و خدمات خود به تمام نقاط جهان هستند (Niebles-Nunez et al., 2020)، به‌طوری‌که شرایط کنونی جهانی شدن و انقلاب صنعتی جدید زمینه‌ی به حداکثر رساندن فرآیندهای مبادله‌ی کالا و خدمات را بین کشورها فراهم کرده است (Lacka et al., 2020).

تجارت اساساً یک تحول بین‌المللی کالاها، نهاده‌ها و فناوری است که رفاه را از دو طریق ارتقا می‌دهد. بازار تولید یک کشور را فراتر از مرزهای ملی گسترش می‌دهد و ممکن است قیمت‌های بهتری را از طریق صادرات تضمین کند. از طریق واردات، کالاها، نهاده‌ها و فناوری‌هایی را در دسترس قرار می‌دهد که یا در دسترس نیستند یا فقط با قیمت‌های بالاتر در دسترس هستند، بنابراین مصرف‌کنندگان را به سطح بالاتری از رضایت می‌رساند (Vijayasri, 2013). تجارت بین‌الملل از طریق افزایش کارایی، صرفه‌های اقتصادی ناشی از مقیاس، تخصیص منابع بر اساس مزیت رقابتی، افزایش رقابت، کاهش قیمت و تنوع محصولات امکان دستیابی به منافع بیشتر را برای کشورها فراهم می‌کند (Talles Girardi de Mendonça et al., 2006; Wei & Liu, 2014)، اهمیت این موضوع تا حدی است که یکی از ایده‌های نظری مهم در زمینه اقتصاد، استفاده از ظرفیت تجارت خارجی برای ایجاد رشد اقتصادی است (Balaguer et al., 2015).

در دنیای مدرن امروز که وابستگی‌های متقابل اقتصادی تا حدی است که دیگر به‌سختی می‌توان نمونه‌ای از اقتصادهای بسته را یافت. تجارت بین‌الملل به کشورهای توسعه‌یافته اجازه می‌دهد تا از منابع خود مانند فناوری، سرمایه و نیروی کار به‌طور مؤثر استفاده کنند (Vijayasri, 2013)، بسیاری از کشورها ضمن توجه به اهمیت تجارت بین‌الملل به‌عنوان مهم‌ترین عامل رشد و توسعه‌ی اقتصادی، سعی دارند با پیوستن به زنجیره‌ی ارزش جهانی و توسعه‌ی صادرات زمینه‌ی رقابت‌پذیری، افزایش ارزش افزوده محصولات، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و ایجاد فرصت‌های شغلی در کشور را فراهم کنند (کیایی و همکاران، ۱۳۹۹).

امروزه در کنار اهمیت روزافزون تجارت خارجی، بسیاری از کشورها در روابط تجاری خود تجارت با همسایگان را در اولویت فعالیت‌های اقتصادی خود قرار داده‌اند. تجارت با همسایگان از یک سو با کاهش فاصله جغرافیایی هزینه‌های تجاری را کاهش می‌دهد و از سوی دیگر افزایش مبادلات تجاری و اقتصادی سبب افزایش تعاملات سیاسی و امنیتی نیز می‌شود. در واقع تجارت با همسایگان فرصت بی‌بدیلی را برای توسعه‌ی روابط تجاری و تنوع‌بخشی به شرکای تجاری فراهم می‌کند (کیایی و همکاران، ۱۳۹۹).

با توسعه روابط تجاری بین کشورها، نظریات مختلف اقتصادی مطرح شده، در صدد طراحی مکانیزم‌هایی برای حداکثر کردن رفاه و منافع ملت‌های جوامع شرکت‌کننده در نظام تجارت جهانی بوده‌اند. یا توجه به اینکه یکی از موضوعات مهم در گسترش تجارت خارجی، بررسی الگوها و نظریه‌های مهم و مطرح در تجارت بین‌الملل است (ابریشمی و همکاران، ۱۳۸۸)، در ادامه سعی بر آن است با بررسی نظریه‌های کلاسیک و مدرن در حوزه تجارت، به تأثیر مثبت گسترش تجارت بر افزایش تولید و ارتقای سطح رفاه پردازیم.

## ۲-۲ نظریه‌های تجارت بین‌الملل

یکی از الزام‌های گسترش تجارت خارجی، بررسی الگوهای مدرن تجارت بین‌الملل برای شناسایی عوامل مؤثر بر تجارت کشورهاست. رشد بالای اقتصادهای نوظهور (نسبت به میانگین رشد جهانی)، افزایش تولید و تجارت شبکه‌های خرد و حذف تدریجی موانع تجاری از مهم‌ترین دلایل رشد سریع کشورهای در حال توسعه بوده است (هراتی و همکاران، ۱۳۹۴).

گسترش تجارت در دنیا، الگوی اقتصادی کشورهای با اقتصاد بسته را به نظام‌های باز اقتصادی پویا، تغییر داده است. اقتصاددانان به لحاظ نظری، از اثر مثبت گسترش تجارت بر افزایش تولید و ارتقای سطح رفاه پشتیبانی می‌کنند. در این مورد می‌توان به نظریه مزیت مطلق آدام اسمیت، نظریه مزیت نسبی ریکاردو، نظریه وفور عوامل هکشر-اوهلین، جانسون، جونز، استالپر و ساموئلسن اشاره کرد. لئونتیف برای آزمون نظریه هکشر-اوهلین، نسبت سرمایه به تولید و نیروی کار را برای صادرات واردات آمریکا محاسبه کرد. در ادامه، هاربلر با طرح نظریه تقسیم کار ناقص، عقیده داشت، تقسیم کار بین‌الملل، به هر کشوری که وارد اقتصاد جهانی شود توانایی‌های لازم را می‌بخشد تا قادر به تخصص در تولید کالاهایی باشد که تولید و صدور آن‌ها به نحو بهتر و ارزان‌تری امکان‌پذیر است. از نظر وی، تقسیم کار بین‌الملل و تجارت جهانی از جمله عوامل اساسی ایجاد بهزیستی اقتصادی و افزایش درآمد ملی هستند (Spencer, 1986). نظریه‌های جدید تجارت بین‌الملل با تأکید بر نقش مهم عوامل غیرقیمتی مانند کیفیت نهادها در توسعه تجارت، بیان می‌کنند، تغییرات نهادی با ایجاد یک ساختار باثبات برای کنش متقابل انسان‌ها، ناطمینانی را در بازار کاهش می‌دهند و در نهایت، موجب گسترش تجارت می‌شود (Dollar & Kraay, 2002).

به دلیل اهمیت آشکاری که دادوستد بین‌المللی برای کشورها دارد، اقتصاددانان همواره تلاش کرده‌اند تا تئوری‌هایی را ارائه دهند که بتواند نیروهایی که انگیزه تجارت را به وجود می‌آورند تبیین نمایند. دولت‌ها با استفاده از این تئوری‌ها، سیاست‌های را به کار می‌گیرند که برای صنایع و شهروندان کشورشان منافی را در بر داشته باشد (اسماعیل پور، ۱۳۹۰).

در این بخش به معرفی مفاهیم و نظریات مهم در تجارت بین‌الملل می‌پردازیم، چراکه برای یافتن سیاست تجاری مطلوب باید با نظرات و دیدگاه‌های مختلفی که در این زمینه وجود دارد آشنا شد. نظریات محض تجارت بر تجارت آزاد تأکید دارند، زیرا تجارت آزاد باعث افزایش درآمد و مصرف در جامعه می‌شود. در این باره اندیشمندان زیادی نظراتی را در مورد رابطه علت معلولی تجارت و رشد مطرح کردند (طیبه، ۱۳۹۰).

در کل نظریه‌های محض موجود در حوزه تجارت به دو دسته نظریات کلاسیک و مدرن تقسیم می‌شود. بر اساس نظریه‌های کلاسیک، تجارت بین کشورها ناشی از متفاوت بودن مزیت مطلق و نسبی تولید کالاها و خدمات و تفاوت در

تکنولوژی و فور نسبی عوامل می‌باشد که می‌توان در قالب الگوهای اسمیت، ریکاردو و هکشر-اوهلین توضیح داد. اما نظریه‌های نوین تجارت تأکید بیشتری بر توضیح علت تجارت درون صنعت<sup>۱</sup> که سهم مهمی از تجارت (مخصوصاً بین کشورهای صنعتی) را تشکیل می‌دهند نموده‌اند. علاوه بر اجماع نسبی جهانی مبنی بر گسترش تجارت بین‌المللی و به وجود آمدن نظریه‌های نوین تجارت طی سه دهه گذشته که تلاش نموده‌اند تجارت درون صنعت را توضیح دهند، رشد و توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و فراهم شدن زمینه‌های تجارت الکترونیکی بین‌المللی و اقتصاد دیجیتالی نیز نقش مهمی در رشد تجارت بین‌المللی داشته است (شاه‌حسینی و همکاران، ۱۴۰۰).

## ۲-۲-۱ نظریه‌های کلاسیک تجارت

### ۲-۲-۱-۱ مرکانتیلیسم<sup>۲</sup>

از نظر تاریخی مرکانتیلیسم به‌عنوان اولین نظریه تجارت بین‌المللی در نظر گرفته می‌شود. این نظریه تحت سلطه بحث‌ها و سیاست‌های تجارت فرامرزی در غرب بین قرن‌های ۱۶ و ۱۸ بود. این مدل تأکید می‌کند که کشورها باید هم‌زمان واردات را از طریق تعرفه‌ها و سهمیه‌بندی‌ها منع کنند و علاوه بر جمع‌آوری فلزات گران‌بها، صادرات را از طریق یارانه‌ها و حمایت‌های صادراتی تشویق کنند. مرکانتیلیسم تجارت صادراتی را به دلیل افزایش کالا (ثروت) کشور و بالعکس به واردات، ترویج می‌کنند. این نظریه استدلال می‌کرد که برای حفظ تعادل تجاری مطلوب یک کشور، جایگزینی واردات و انباشت ثروت مالی (عمدتاً طلا و نقره) باید تشویق شود و صادرات باید ترویج شود. به گفته توماس مون<sup>۳</sup>، یکی از مروجین برجسته مرکانتیلیسم، «ابزار معمولی برای افزایش ثروت و گنجینه ما تجارت خارجی است که در آن ما باید همیشه این قانون را رعایت کنیم؛ سالیانه بیش از آنچه از ارزش آن‌ها مصرف می‌کنیم به غریبه‌ها بفروشیم». این نظریه فرض می‌کرد که جهان دارای مقدار ثابت و محدودی از ثروت است. بنابراین، برای اینکه یک ملت ثروت خود را بهبود بخشد، باید به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم برخی از منابع را از کشور دیگری بگیرد (Terzea, 2016; Verter, 2015).

### ۲-۲-۱-۲ نظریه مزیت مطلق<sup>۴</sup>

این نظریه توسط آدام اسمیت<sup>۵</sup> (۱۷۷۶) که به‌عنوان پدر اقتصاد مدرن شناخته می‌شود و اولین کسی بود که از تجارت آزاد حمایت کرد، ابداع شد. او مزیت مطلق را فرآیندی تعریف می‌کند که طی آن یک فرد یا کشور می‌تواند محصولی خاص را با هزینه کمتری نسبت به کشور دیگر یا در کشور دیگر تولید کند. بنابراین کشوری که فراتر از مرزهای ملی تجارت می‌کند، باید در تولید کالاهایی تخصص داشته باشد که نسبت به کشور دیگر مزیت مطلق دارد (Terzea, 2016; Verter, 2015). آدام اسمیت مبنای تحلیل از اقتصاد و تجارت را بر تقسیم کار و تخصص نهاد. وی بیان کرد تقسیم کار جهانی، هزینه

<sup>1</sup> Intra-Industry Trade

<sup>2</sup> Mercantilism

<sup>3</sup> Thomas Mun

<sup>4</sup> Absolute Advantage Theory

<sup>5</sup> Adam Smith

تولید را کاهش و باعث تخصیص بهتر منابع می‌شود. او استدلال نمود که از طریق تجارت آزاد هر کشور می‌تواند در تولید کالایی تخصص پیدا کند که در آن‌ها دارای مزیت مطلق است (یعنی آن کالا را با کارایی بیشتر نسبت به کشورهای دیگر تولید کند) و کالایی را وارد کند که در آن‌ها مزیت مطلق ندارد (یعنی دارای کارایی لازم برای تولید آن نیست). بدین ترتیب با تخصیص بهینه عوامل تولید در سطح جهان، تولید جهان افزایش می‌یابد و رفاه همه کشورهای افزایش می‌یابد زیرا که مزایای تقسیم کار و تخصص، تولید بیشتر و کم‌هزینه‌تر هر دو محصول را میسر می‌سازد (سالواتوره، ۱۳۸۸). نکته‌ی مهم این است که نظریه مزیت مطلق آدام اسمیت نتوانست تمام جنبه‌های تجارت را در دنیا توجیه کند. بر این اساس بود که نظریه‌پردازانی دیگر از جمله ریکاردو<sup>۱</sup>، هابزلر<sup>۲</sup>، رابرت تورنز<sup>۳</sup> در پی گسترش این نظریه برآمدند.

### ۲-۱-۲-۳ نظریه مزیت نسبی<sup>۴</sup>

برای پرداختن به برخی مسائل که در نظریه مزیت مطلق پاسخ داده نشد، نظریه مزیت نسبی توسط دیوید ریکاردو (۱۸۱۷) ارائه شد. ریکاردو استدلال می‌کرد که کشورها به طور متقابل از تجارت سود خواهند برد، حتی اگر یکی از آن‌ها در تولید همه کالاهایی که تجارت می‌کنند نسبت به دیگری برتری مطلق داشته باشد. ریکاردو تأکید کرد که کشور باید در تولید کالاهایی که بالاترین تولید را با هزینه فرصت کمتر نسبت به کشور دیگر داشته باشد، تخصص داشته باشد. مسلماً تا زمانی که هزینه‌های تولید بین کشورهایی که تجارت می‌کنند متفاوت باشد، هر کشور دارای مزیت نسبی برای محصولی است که بالاترین راندمان تولید را به ثبت رسانده است (Terzea, 2016; Verter, 2015).

ریکاردو تجارت بین‌الملل را در چارچوب نظریه اصلی ارزش کار خود مورد تحلیل قرار داده و از همین رو توانست از آدام اسمیت بسیار فراتر رفته و مزیت «تجارت آزاد» بر «عدم تجارت» را نه تنها در شرایط قیمت‌های ارزان‌تر و گران‌تر کالا در دو کشور بلکه در قیمت‌ها و هزینه‌های نسبی تولید آن‌ها جست‌وجو کند. در چارچوب نظریه ارزش - کار او هزینه تولید اساساً به وسیله کار تعیین می‌شود و ریشه اختلاف در هزینه نسبی اساساً اختلاف در تخصص و کیفیت کار تولیدی می‌باشد. اصل برتری نسبی به این مفهوم است که یک کشور باید در تولید و صادرات کالایی تخصص یابد که بتواند آن کالا را به طور نسبی با پایین‌ترین هزینه تولید کند. بر اساس این اصل، تجارت، کلیه کشورها را قادر می‌سازد که از محدوده منابع خود فراتر رفته و کالاهایی را مصرف کنند که خارج از مرز امکانات تولید آن‌ها می‌باشد. بنابراین نظریه تجارت آزاد بین‌الملل به نفع کلیه کشورها خواهد بود (سالواتوره، ۱۳۸۸). منتقدان این نظریه تأکید کردند که این نظریه نتوانست دلایلی را توضیح دهد که چرا بهره‌وری نیروی کار و فناوری‌ها بین کشورهایی که درگیر تجارت هستند متفاوت است. تئوری نسبت‌های عامل بر اساس مدل مزیت نسبی تلاش کرد تا روشن کند که چرا بهره‌وری نیروی کار و فناوری در کشورها متفاوت است (Verter, 2015).

<sup>1</sup> Ricardo

<sup>2</sup> Haberlar

<sup>3</sup> Robert Torrens

<sup>4</sup> Comparative Advantage Theory

## ۴-۱-۲-۲ نظریه هزینه فرصت<sup>۱</sup>

هابرلر نظریه مزیت نسبی خود را بر پایه نظریه هزینه فرصت تشریح نمود. طبق نظریه هزینه فرصت هابرلر هزینه تولید یک کالا عبارت است از مقداری کالای دیگری که باید از تولید آن صرف نظر کرد تا منابع کافی برای تولید یک واحد اضافی از کالای اول فراهم شود. بر این اساس کشوری که دارای هزینه فرصت کمتری در تولید یک کالا است در تولید آن کالا مزیت نسبی دارد. در اینجا این فرض که نیروی کار تنها عامل تولید است یا نیروی کار همگن است وجود ندارد. او نیز قدمی نظریات سنتی تجارت را به جلوتر برد و نظریه مزیت نسبی ریکاردو که بر اساس نظریه ارزش کار بنا نهاده شده بود را از بن‌بست خارج ساخت (سالواتوره، ۱۳۸۸).

## ۵-۱-۲-۲ نظریه فراوانی عامل<sup>۲</sup> یا نظریه هکشر- اوهلین<sup>۳</sup> (H-O)

نظریه هکشر- اوهلین توسط (هکشر، ۱۹۱۹ و اوهلین، ۱۹۳۳) ابداع شد و بر اساس مزیت نسبی ریکاردو است اما برخلاف آنچه ریکاردو اعتقاد داشت تفاوت در مزیت نسبی به دلیل تفاوت در بهره‌وری عوامل تولید است، هکشر و اوهلین تفاوت در مزیت نسبی را ناشی از تفاوت در میزان بهره‌مندی کشورها از عوامل طبیعی تولید می‌دانستند و همچنین نظریه فراوانی عامل هم نامیده می‌شود، زیرا تأکید می‌کند که الگوی تولید و تجارت در سراسر مرزهای ملی به فراوانی عوامل داخلی بستگی دارد. تجارت خارجی به دلیل تفاوت در هزینه‌های نسبی عوامل تولید که ناشی از منابع فراوان یا ناکافی (کار و سرمایه) در داخل کشورها است، صورت می‌گیرد. نظریه هکشر- اوهلین در توضیح دلایل تفاوت میان قیمت نسبی کالاها در دو کشور، نظریه مکملی را ارائه می‌کنند که در آن دلیل این اختلاف را تفاوت در استعدادهای عوامل تولید، تکنولوژی و یا ذائقه مردم کشورها بیان می‌دارند. بر طبق نظریه هکشر- اوهلین هر کشور به صدور کالایی اقدام خواهد کرد که عوامل تولید نسبتاً ارزان و فراوانی را برای تولید آن در اختیار داشته باشد و کالایی را وارد خواهد کرد که در تولید آن مجبور است عوامل تولید نسبتاً گران و کمیاب به کار برد (Terzea, 2016; Verter, 2015). در جدول ۱-۲ خلاصه‌ی نظریه‌های کلاسیک تجارت بین‌الملل ذکر شده است.

1 Opportunity Cost Theory  
 2 Factor Endowment Theory  
 3 Heckscher-ohlin

جدول ۲-۱: نظریه‌های کلاسیک تجارت بین‌الملل

نام نظریه	نظریه پرداز (سال)	خلاصه نظریه
مرکانتیلیسم Mercantilism	توماس مون (۱۶۶۴)	کشورها باید هم‌زمان واردات را از طریق تعرفه‌ها و سهمیه‌بندی‌ها منع کنند و علاوه بر جمع‌آوری فلزات گرانبها، صادرات را از طریق یارانه‌ها و حمایت‌های صادراتی تشویق کنند.
مزیت مطلق Absolute Advantage	آدام اسمیت (۱۷۷۶)	هر کشور در تولید و صدور کالایی تخصص یابد که آن را با کارایی بیشتر نسبت به سایر عوامل تولید می‌کند.
مزیت نسبی Comparative Advantage	دیوید ریکاردو (۱۸۱۷)	کشوری که دارای عدم مزیت مطلق است، در تولید و صدور کالایی تخصص یابد که دارای عدم مزیت مطلق کمتر است.
هزینه فرصت Opportunity Cost	هابرلر (۱۹۳۶)	هر کشور کالایی را تولید و صادر کند که دارای هزینه فرصت کمتری است.
فراوانی عامل Factor Endowment	هکشر (۱۹۱۹) - اوهلین (۱۹۳۳)	هر کشور کالایی را تولید و صادر کند که عوامل تولید نسبتاً ارزان و فراوان را با شدت بیشتری به کار گیرد.

## ۲-۲-۲ نظریه‌های جدید تجارت

بر مبنای نظریه‌های کلاسیک تجارت بین‌الملل، کشورها با یکدیگر تفاوت دارند. لذا هر اندازه تفاوت موجود میان کشورها بیشتر باشد، انگیزه بیشتری برای تجارت متقابل فراهم می‌آید. نکته‌ی مهم در مورد نظریه‌های کلاسیک تجارت بین‌الملل این است که نمی‌تواند تجارت از نوع درون صنعت را توضیح دهد بیشتر تجارت بین صنعت را می‌تواند توضیح دهد چراکه تجارت درون صنعت به‌مانند ورود و صدور هم‌زمان کالاهای صنعتی است که به صنعت خاصی اختصاص دارد (گاندولفو، ۱۳۸۰). با توجه به الگوهای غیرقابل توضیح تجارت، نیاز به نظریه‌های مدرن تجارت بین‌الملل اجتناب‌ناپذیر است (Verter, 2015).

نظریه‌های معطوف به عوامل جدید با معرفی عوامل تولیدی جدیدی همچون سرمایه انسانی و فن‌آوری جدید و همچنین عوامل طرف تقاضا سعی کردند تا ضعف نظریات کلاسیک را برطرف کنند. نظریات فن‌آوری جدید با طرح مباحثی چون شکاف فن‌آوری و مزیت فن‌آوری در پی افزایش قدرت توضیح‌دهندگی فضای تجارت بین‌الملل از دهه ۶۰ به بعد برآمد (حسینی، ۱۳۸۳). پس از جنگ جهانی دوم، لئونتیف (۱۹۵۴) با ارائه‌ی شواهدی از الگوی تجارت خارجی ایالات متحده‌ی آمریکا، قدرت توضیح‌دهندگی نظریات کلاسیک مزیت (نظریاتی که بر مواردی چون نسبت‌های عوامل تولید تأکید داشتند) را مورد تشکیک و تردید قرار داد و به دنبال همین موضوع نظریه‌های عوامل جدید<sup>۱</sup> و فناوری جدید<sup>۲</sup> ظهور پیدا کردند.

<sup>۱</sup> Neo-factors

<sup>۲</sup> Neo-technology



نظریه‌های معطوف به فناوری جدید سعی داشتند با معرفی نقش رقابت ناقص و با تأکید بر عواملی چون شکاف و مزیت فناوری، قدرت توضیح دهندگی نظریات جدید تجارت بین‌الملل را بالا ببرند؛ اما نظریه‌های عوامل جدید با معرفی عواملی چون سرمایه انسانی، ضعف نظریات سنتی را پوشش دادند (Verter, 2015). این نظریه‌ها به واقعیاتی چون رقابت ناقص، مقیاس تولید و فن‌آوری‌های نوآورانه در فضای واقعی تجارت و رقابت توجه داشتند و در نهایت با در نظر گرفتن عوامل سیاسی، اجتماعی و نهادی در قالب مزیت رقابتی نمود یافتند (کیایی و همکاران، ۱۳۹۹).

## ۱-۲-۲-۲ نظریه تشابه ترجیحات<sup>۱</sup>

این نظریه توسط لیندر<sup>۲</sup> در سال ۱۹۶۱ برای توصیف الگوهای تجارت جهانی مطرح شد. لیندر یک تحلیل تجربی را پس از فرضیه لئونتیف اجرا کرد. نتایج او نشان می‌دهد که به جای تفاوت در سمت عرضه عوامل تولید که توسط نسبت‌های عامل H-O فرض می‌شود، محصولات عمدتاً بر اساس ساختارهای تقاضای مشابه در کشورها معامله می‌شوند. لیندر استدلال کرد که کشورهایی با تقاضاهای مشابه برای کالاها ممکن است صنایع مرتبط ایجاد کنند. از این رو، آن‌ها با یکدیگر در محصولات متمایز تجارت خواهند کرد. لیندر فرض می‌کند مصرف‌کنندگانی که در کشورهایی با سطوح درآمد سرانه و توسعه مشابه زندگی می‌کنند، ممکن است سلیقه‌های یکسانی داشته باشند و به نسبت محصولات با کیفیت یکسانی مصرف کنند. بنابراین، این کشورها احتمالاً به تجارت و مصرف یکسانی از کالاها و خدمات می‌پردازند. با استفاده از رویکردهای لیندر، اکثر مطالعات اقتصادسنجی ارتباط مثبتی بین سهم تجارت درون صنعتی و سطح متوسط درآمد سرانه در کشورها پیدا کرده‌اند (Bergstrand, 1990).

بر این اساس پذیراترین بازارها برای صادرات، کشورهایی هستند که سطح درآمد و سلیقه‌شان همانند درآمد و سلیقه کشور صادرکننده است و این همان جایی است که اصطلاح تشابه ترجیح مطرح می‌شود. نظر لیندر تجارت کالاهای صنعتی که سلیقه و صرفه‌های مقیاس دارای اهمیت ویژه هستند کاربرد دارد ولی از نظر وی تجارت محصولات اولیه را می‌توان توسط نظریه‌ی سنتی تجارت توضیح داد (Linder, 1961).

## ۲-۲-۲-۲ مزیت نسبی پویا<sup>۳</sup>

واژه‌ی مزیت نسبی پویا را ابتدا کروگمن<sup>۴</sup> (۱۹۸۷) و سپس گروسمن و هلپمن<sup>۵</sup> (۱۹۹۱) به کار گرفتند. امروزه مزیت نسبی را نه تنها متکی بر فراوانی عامل و توانمندی‌های موجود می‌دانند بلکه معتقدند مزیت نسبی می‌تواند اکتسابی باشد و در طول زمان همراه با تغییر در موجودی عوامل تولید و تکنولوژی تغییر یابد و این باور وجود دارد که علاوه بر منابع (به‌واسطه اکتشافات

<sup>1</sup> Country Similarity Theory

<sup>2</sup> Linder

<sup>3</sup> Dynamic Comparative Advantage

<sup>4</sup> Krugman

<sup>5</sup> Grossman and Helpman

منابع)، کارایی در تولید، تخصص و مهارت نیز از جمله عواملی هستند که سبب تغییر در مزیت نسبی کشورها می‌شوند (حسینی و احتیاطی، ۱۳۸۵).

### ۳-۲-۲-۲ مزیت رقابتی<sup>۱</sup>

مزیت رقابتی وضعیتی است که بنگاه را قادر می‌سازد با کارایی بالاتر و به کارگیری روش‌های برتر، محصول را با کیفیت بالاتر عرضه کنند و در فرآیند رقابت سود بیشتری را کسب نماید. یک واحد اقتصادی زمانی دارای مزیت رقابتی است که بتواند به دلایل خاصی که ناشی از ویژگی‌های آن واحد است (مانند وضعیت مکانی، تکنولوژی، پرسنلی و...) به طور مداوم تولیدات خود را نسبت به رقبای خویش با هزینه‌ی پایین‌تر و کیفیت بالاتر عرضه کند (ممی‌پور و نجفی، ۱۳۹۵).

جهانی‌شدن تولید موجب شده است که مواد اولیه، ماشین‌آلات و بسیاری از خدمات مربوط در سطح بین‌المللی در دسترس باشد. همچنین جابجایی نیروی انسانی و سرمایه نیز مشکل کمبود آن‌ها را در بسیاری از کشورها از بین برده است. امروزه نه تنها امکان دسترسی به عوامل بلکه دانش کاربرد آن‌ها نقش تعیین‌کننده‌ای در موقعیت رقابتی دارد. شرکت‌های چندملیتی از مزیت‌های نسبی کشورها سودمند می‌شوند زیرا فعالیت‌های مختلف خود را بر اساس مزیت‌های نسبی کشورها در جهان مستقر می‌کنند. این شرکت‌ها حتی برای مخارج تحقیق و توسعه به مزیت‌های کشورهای مختلف توجه دارند و از منافع ناشی از دسترسی به مهارت‌ها بهره می‌برند.

مزیت رقابتی از طریق فرآیند پیچیده‌ای ایجاد می‌شود. تفاوت در ساختار اقتصاد ملی، فرهنگ، ارزش‌ها، نهادها و تاریخ کشورها در رقابت‌مندی بنگاه‌ها تأثیر دارد و کشوری که بتواند از این عوامل استفاده مؤثر نماید، شرایطی را فراهم می‌آورد که نقش بنگاه‌های آن در اقتصاد بین‌الملل افزایش یابد. بدین ترتیب ایجاد، حفظ و توسعه مزیت رقابتی در سطح بنگاه، بخش و اقتصاد ملی به عنوان یک رویکرد در توسعه اقتصادی درآمده و افزایش توان رقابت به عنوان چالش اصلی تجارت بین‌الملل و برنامه‌های توسعه اقتصادی مطرح شده است (حسینی و احتیاطی، ۱۳۸۵).

### ۴-۲-۲-۲ مدل جاذبه<sup>۲</sup>

با وجود اینکه مدل‌های نظری و تجربی مختلفی در توضیح تجارت بین کشورها وجود دارد اما در سال‌های اخیر یکی از پرکاربردترین مدل‌های تجربی، مدل جاذبه بوده است. مدل جاذبه اولین بار در سال ۱۹۶۲ توسط تین برگن<sup>۳</sup> به منظور توضیح جریان‌های تجاری متقابل مورد استفاده قرار گرفت. طبق این الگو، حجم جریان‌های تجاری، جریان‌های سرمایه‌ای، جریان‌های نیروی انسانی (میزان مهاجرت) و مبادلات اطلاعاتی میان کشورها تابعی از اندازه‌ی اقتصاد دو کشور و فاصله‌ی جغرافیایی آن‌هاست که برای اندازه اقتصاد غالباً متغیر تولید ناخالص داخلی مدنظر قرار می‌گیرد و برای فاصله‌ی جغرافیایی، مسافت بین پایتخت دو کشور محاسبه می‌شود (یزدانی و همکاران، ۱۳۹۶).

<sup>1</sup> Competitive Advantage

<sup>2</sup> Gravity Model

<sup>3</sup> Tinbergen

این مدل استدلال می‌کند که اقتصادهای بزرگ‌تر نسبت به اقتصادهای کوچک احتمال بیشتری برای تولید کالاها و خدمات برای مصارف داخلی و صادرات دارند. علاوه بر این، این اقتصادها از محصولات فروخته شده خود در آمد بیشتری ایجاد می‌کنند و راه را برای خرید محصولات وارداتی بیشتر توسط مردم هموار می‌کنند (Krugman & Obstfeld, 2009). از زمان ارائه‌ی الگوی جاذبه توسط تین برگن، این الگو تکامل نظری بسیار هدفمندی را طی نیم قرن مطالعه‌ی اقتصاددانان حوزه‌ی تجارت بین‌الملل طی کرده است و به دلیل ماهیت پویای این نظریه همچنان مباحث جدیدی از الگوسازی، تصریح و حتی فرموله کردن در خصوص آن مطرح شده است (شاه‌حسینی و دیگران، ۱۴۰۰). در جدول ۲-۲ خلاصه‌ی نظریه‌های مدرن تجارت بین‌الملل ذکر شده است.

جدول ۲-۲: نظریه‌های مدرن تجارت بین‌الملل

نام نظریه	نظریه پرداز (سال)	خلاصه نظریه
تشابه ترجیحات	لیندر (۱۹۶۱)	سلیقه و صرفه‌های مقیاس در تعیین مزیت و توضیح تجارت کالاهای صنعتی، اهمیت بیشتری دارند.
مزیت نسبی پویا	کروگمن (۱۹۸۷)	مزیت اکتسابی است و همراه با تغییر در موجودی عوامل و فناوری تغییر می‌کند.
مزیت رقابتی	پورتر (۱۹۹۰)	دانش بنگاه‌ها در کاربرد عوامل، نقش تعیین کننده در مزیت دارد.
جاذبه	تین برگن (۱۹۶۲)	حجم جریان‌های تجاری میان کشورها تابعی از اندازه‌ی اقتصاد دو کشور و فاصله‌ی جغرافیایی آن‌هاست.

## ۳-۲ راهبردهای تجارت خارجی

امروزه بسیاری از کشورهای جهان برای دستیابی به توسعه، راه تجارت را برگزیده‌اند و با به کارگیری راهبردها و سیاست‌های تجاری در جهت اهداف توسعه‌ای به پیشرفت و توسعه‌ی سریع تر دست یافته‌اند. از نظر سیاست‌گذاران راهبردهای تجاری در ترکیب با راهبردهای توسعه‌ای مهم‌ترین روش برای نیل به رشد و توسعه‌ی اقتصادی هستند. اگر سیاست‌های تجارت خارجی یک کشور در چارچوب یک راهبرد بازرگانی صحیح پیش رود تجارت خارجی صرفاً وسیله‌ای برای اصلاح مازاد یا کمبود تولید داخلی نیست، بلکه به عنوان عامل تعیین کننده‌ی رشد اقتصادی وسیله‌ی ارتقای فناوری، کارایی و بهره‌وری کل عوامل شناخته خواهد شد.

راهبردهای تجاری عبارت است از تمام تدابیر و روش‌هایی که یک کشور برای تنظیم روابط اقتصادی ساکنین قلمرو ملی خود، در چارچوب اهدافی مشخص با سایر کشورها اتخاذ می‌کند و به صورت نسبی یا مطلق اعمال می‌کند. راهبردها شامل عناصر ذهنی و عینی نیز می‌باشند که از سوئی نظریات تجارت را در بر می‌گیرند و تکنیک‌هایی را لحاظ می‌نمایند و از سوی دیگر متناسب با نظام سیاسی و اقتصادی حاکم و مقتضیات زمانی هستند. بر این مبنا در هر کشور مجموعه‌ای از سیاست‌ها که شامل تحدید یا تشویق مبادلات تجاری درجات گوناگون هستند به کار گرفته می‌شود (التجائی و پور باقر، ۱۳۹۳).

در واقع سیاست‌های تجاری عبارت است از مجموعه‌ای از ابزارهای مداخله در تجارت (میرجلیلی، ۱۳۸۹) و یا قوانین و مقررات حاکم بر تجارت خارجی کشور که به وسیله‌ی قانون‌گذار وضع شده و به مرحله اجرا درمی‌آید. هدف از اجرای این

سیاست‌ها ایجاد درآمد برای دولت و تحت تأثیر قرار دادن جریان تجارت خارجی، حمایت از صنایع داخلی و تشویق صادرات است (نظری و شایان، ۱۴۰۰). سیاست‌های تجاری معمولاً موضوعاتی مانند تعرفه‌ها، مشوق‌ها، سهمیه‌ها، مالیات‌ها، گمرکات و اداری، یارانه‌ها، قوانین مبدأ، کمک‌ها و سرمایه‌گذاری، ترویج صادرات، تسهیل تجارت و تنوع را پوشش می‌دهد. بنابراین نقش تجارت خارجی در دستیابی به سرعت بیشتر توسعه اقتصادی به‌خوبی شناخته شده است. از این‌رو، برنامه‌ریزی تجارت خارجی را نمی‌توان از استراتژی توسعه کلی جدا کرد (Vijayasri, 2013).

در این بخش به طور اجمالی به بررسی راهبردهای درون‌گرا و برون‌گرا و گونه‌های جدیدی که از تلفیق این دو راهبرد به دست می‌آید می‌پردازیم.

## ۲-۳-۱ سیاست‌های درون‌گرا

با نگاهی به تاریخ اقتصادی و بررسی روند تجارت میان ملل مختلف به‌راحتی می‌توان دریافت که سیاست‌های درون‌گرا متکی بر نیرو توان داخلی کشورهاست. کشورهایی که این سیاست‌ها را بر می‌گزینند با استفاده از انواع حمایت‌ها و محدودیت‌های تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای واردات خود را محدود و بیشتر بر تولید کالاهای مشابه خارجی اصرار می‌ورزند با ادامه این فرایند کشورها برای ساخت کالای نهایی و مونتاژی خود نیازمند ارز هستند. از جمله سیاست‌های درون‌گرا می‌توان به سیاست‌های جانشینی واردات اشاره نمود.

سیاست جانشینی واردات برای تشویق و تسریع تولید داخلی و با اعتقاد به بالا بودن آثار مثبت ایجاد صنعت در داخل به کار گرفته می‌شود. در مراحل اولیه اجرای سیاست سرمایه‌گذاری در رشته‌هایی از صنعت صورت می‌گیرد که بازار مصرف آن‌ها از قبل توسط کالاهای وارداتی ایجاد شده است. سیاست حمایتی در این مرحله تعیین انواع تعرفه بر کالاهای وارداتی مصرفی است. مرحله دوم توسعه در سیاست مذکور جانشینی واردات کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای است و حمایت‌ها در این مرحله می‌بایست به گونه‌ای باشد که مواد اولیه واسطه‌ای داخلی در تولید کالاهای مورد استفاده قرار گیرد. البته وارد نمودن کالاهای سرمایه‌ای جهت تولید آن‌ها در داخل اثر ارتباطی بیشتری ایجاد می‌نماید، زیرا در این حالت ارتباط‌های پیشین و پسین به حداکثر می‌رسند و این روند متضمن رشد اقتصادی مداوم در یک دوره بلندمدت می‌باشد (اسدی و قره‌باغیان، ۱۳۷۵).

## ۲-۳-۲ سیاست‌های برون‌گرا

از دهه ۱۹۷۰ شک و تردیدهای بسیاری در خصوص موفقیت سیاست جانشینی واردات در حل مسائل توسعه کشورها ایجاد شد و این امر موجب تقویت موضع اقتصاددانان کلاسیک و نئوکلاسیک گردید که صادرات را دلیل رشد و توسعه اقتصادی می‌دانستند. سیاست توسعه صادرات در چارچوب سیاست نظر به خارج مطرح شده است و معرف گرایش به آزادی در تجارت بین‌الملل است. این سیاست نشان می‌دهد که یک ملت تا چه اندازه متوجه بازار خارجی و تابع نیازهای آن است، چراکه فشار رقابت در بازار جهانی می‌تواند به تولید باکیفیت‌تر و کاهش ناکارایی‌های تولیدکنندگان داخلی نیز منجر شود.

تجربه نشان می‌دهد که عملکرد رشد در استراتژی‌های توسعه صادرات در مقایسه با استراتژی‌های جانشینی واردات رضایت‌بخش‌تر بوده است. توضیح و تفسیر این مشاهدات متکی بر جنبه‌های متنوع و مفید رقابت در بازار جهانی از جمله

استفاده بیشتر از ظرفیت کارخانه، صرفه‌جویی‌های ناشی از مقیاس، انگیزه‌های بهبود و اصلاحات فنی، تربیت نیروی کار با کیفیت بالاتر و مدیریت رقابت بین‌المللی است. کشورهایی که سیاست‌های برون‌گرا خود را با تعدیلات مناسب در نرخ ارز، آزادسازی تجارت و بازار سرمایه، اتخاذ سیاست‌های کلان اقتصادی مناسب و ایجاد ثبات در نرخ تورم آغاز نموده‌اند توانسته‌اند با شتاب بخشیدن به رشد صادرات خود امکان تخصیص بهینه منابع، استفاده بیشتر از ظرفیت‌های موجود و افزایش اشتغال را فراهم سازند. در مقابل، کشورهای با سیاست درون‌گرا با بازارهای موازی ارز، کنترل قیمت‌ها، جیره‌بندی ارز، تورم بالا، داشتن سقف برای اعتبارات بانکی دارای رشد کم بوده‌اند.

طی دو دهه گذشته در اغلب کشورهای در حال توسعه دولت‌گرایی، درون‌گرایی، حمایت‌گرایی و اتخاذ و اعمال سیاست‌های جان‌شینی واردات به سیاست‌های ایجاد فضای باز اقتصادی و برون‌گرایی مبدل شده است و از موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای به شدت کاسته شده و رژیم‌های ارزی و تجاری آزاد جایگزین آن شده است (فرهادی، ۱۳۸۳). هرچند هر یک از این استراتژی‌ها را می‌توان به صورت جداگانه تعریف نمود، اما باید در نظر داشت که این دو استراتژی لازم و ملزوم یکدیگرند، به گونه‌ای که در کشورهایی با جمعیت بالا و فور منابع طبیعی می‌بایست استراتژی جایگزینی واردات اعمال نمود و پس از گذر از مرحله بلوغ صنعتی طی چند دهه به سیاست درهای باز روی آورد (التجائی و پورباقر، ۱۳۹۳).

## ۲-۴ موانع و محدودیت‌های تجاری

رفع موانع تجارت خارجی یکی از مهم‌ترین اهداف مقرر در مقدمه موافقت‌نامه مؤسس سازمان تجارت جهانی است که اگر با مقررات صحیح توأم گردد به روان‌سازی تجارت و کاهش هزینه‌های تجارت میان کشورهای عضو منجر شده و از این طریق به افزایش رقابت‌پذیری صادراتی کشورها کمک شایانی می‌نماید. طرفداران تجارت آزاد به مقررات‌گذاری تجاری به مثابه مانعی بر سر راه تجارت می‌نگرند و از این جهت همواره سعی دارند تا آن را محدود نمایند (ضیایی‌بیگدلی و صلحی، ۱۳۹۹). آزادسازی تجاری به طور ساده عبارت است از حذف (کاهش) موانع تجاری در تجارت بین‌الملل است. موانع تجاری در صحنه تجارت جهانی انواع متنوعی دارد (سالم و یوسف‌پور، ۱۳۹۱).

با وجود اینکه تجارت آزاد رفاه جهانی را حداکثر می‌کند و دلایلی قوی بر برقراری تجارت آزاد ارائه شده است، اما برخی از کشورها برای حفظ منافع گروه‌های خاص داخلی انواع موانع تجاری را وضع می‌کنند. در مقابل دلایل مدافعان تجارت آزاد، دلایل متعددی از سوی طرفداران سیاست تجاری (حمایت‌گرایی تجاری) ارائه شده که عبارت از حمایت از صنایع نوزاد (نوپا)، منشاء درآمد برای دولت، بهبود رابطه مبادله، مبارزه با قیمت‌شکنی (دامپینگ)، امنیت ملی، بهبود وضعیت اشتغال و تراز پرداخت‌ها، حمایت از تولید مواد غذایی اساسی و غیره است (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۳).

به‌طور کلی موضوع اصلی در حوزه تجارت این است که چه عواملی تقویت‌کننده و تضعیف‌کننده تجارت میان کشورهاست. فهم «راز تجارت گمشده»<sup>۱</sup> مهم‌ترین مسئله در حوزه تجارت است. حجم تجارت بین‌المللی بسیار کمتر از

پیش‌بینی تئوری اقتصادی است (Trefler, 1995). به عبارتی سیاست‌گذاران و اقتصاددانان به دنبال پاسخ‌گویی به این پرسش هستند که «چرا حجم تجارت تحقق‌یافته برای کشورها، کمتر از تجارت پیش‌بینی شده است؟» (de Jong & Bogmans, 2011). از این رو پژوهش‌های مختلفی در این حوزه انجام شده که بیانگر اثرات مثبت و منفی متغیرهای مختلف بر حجم تجارت است.

بررسی‌های انجام شده گویای این است که عواملی همچون تحریم‌های اقتصادی (آذربایجانی و همکاران، ۱۳۹۴؛ کازرونی و همکاران، ۱۳۹۴)، محصور بودن به خشکی (آذربایجانی و همکاران، ۱۳۹۴)، فاصله بین شرکای تجاری (کازرونی و همکاران، ۱۳۹۴)، تفاوت اقتصادی (Ulengin et al., 2015)، موانع نظارتی (Wilson et al., 2003)، اثر منفی و معنی‌دار و عواملی همانند تولید ناخالص داخلی شرکای تجاری (ضیایی بیگدلی و همکاران، ۱۳۹۲؛ لطفعلی‌پور و همکاران، ۱۳۹۰)، تولید سرانه شرکای تجاری (شکیبایی و همکاران، ۱۳۹۰)، اندازه اقتصاد (آذربایجانی و همکاران، ۱۳۹۴؛ رازینی و همکاران، ۱۳۹۴؛ کازرونی و همکاران، ۱۳۹۴)، اندازه بازار (Aller et al., 2015؛ رازینی و همکاران، ۱۳۹۴)، موافقت‌های تجاری (Álvarez et al., 2018؛ لطفعلی‌پور و همکاران، ۱۳۹۰)، بهبود در گمرکات و استفاده بیشتر از تجارت الکترونیک (de Jong & Bogmans, 2011; Wilson et al., 2003) اثر مثبت و معنی‌داری بر حجم تجارت دارد.

افزون بر موارد فوق، نهادها و زیرساخت‌ها به‌عنوان مجموعه‌ای از عوامل فرهنگی و اجتماعی، قوانین و خدمات زیربنایی از جمله عوامل کلیدی اثرگذار بر تجارت دوجانبه کشورها می‌باشد (Aghasafari et al., 2019). نهادها<sup>۱</sup> نیز به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های مهم و اثرگذار بر تجارت میان کشورها، یکی از موضوعات اساسی در ادبیات تجارت به‌شمار می‌رود. نهادها به‌عنوان مجموعه‌ای از عوامل اجتماعی، قوانین، باورها و ارزش‌هایی تعریف می‌شوند که بر رفتار فردی و اجتماعی اثرگذار است (Greif, 2006). از سویی دیگر زیرساخت‌های کشورها همانند شبکه‌های حمل‌ونقل هوایی و ریلی و گستره شبکه‌های ارتباطی همانند استفاده از تلفن‌های ثابت و غیرثابت (همراه)، نیز نقش تعیین‌کننده‌ای بر تجارت میان کشورها دارد (De, 2006). بعضی از موانع جغرافیایی تجارت شامل؛ هزینه‌های حمل‌ونقل، تعرفه‌ها و سهمیه‌ها، تأخیر و مشکلات مذاکره برای یک معامله می‌باشد (Eaton & Kortum, 2002).

همچنین شرایط نامطلوب عوامل تولید، زیرساخت‌ها و خدمات پشتیبانی و راندمان حمل‌ونقل و لجستیک پایین، هزینه‌های تولید و تجارت را افزایش داده است (امانی فرد و همکاران، ۱۴۰۰). در این راستا، مطالعات (Hornok & Koren, 2015) بیانگر این مطلب است که هزینه‌های تجارت خارجی به‌ویژه در کشورهای درحال توسعه هنوز بالاست و مهم‌ترین موانع تجارت را مشکلات اداری از جمله مقررات پیچیده، بوروکراسی اداری، و انتظار طولانی مدت برای ترخیص کالا از گمرک بیان می‌کند.

در کنار موارد ذکر شده تعرفه‌ها و غیر تعرفه‌ها نیز نقش مهمی در روند مبادلات تجاری بین کشورها داشتند. ابزارهای حمایت یا از دید کشور مقابل موانع تجاری به دو گروه موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای قابل تقسیم هستند. وضع تعرفه یا موانع غیرتعرفه‌ای نظیر سهمیه‌بندی واردات علاوه بر این که درآمدی را نصیب دولت می‌کند و تولیدات داخل را مورد حمایت قرار

1 Institutions

می‌دهد، هزینه‌هایی را نیز برای مصرف‌کنندگان داخلی و کل اقتصاد دربر دارد. البته موانع غیر تعرفه‌ای در مقایسه با موانع تعرفه‌ای از شفافیت کمتری برخوردار هستند و آثار سوئی بیشتری مانند ناکارایی مکانیزم تجاری و مختل شدن روابط تجاری میان کشورها را به دنبال دارند (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۳).

در چارچوب سازمان تجارت جهانی، آزادسازی تجاری و دسترسی به بازار از طریق رفع تدریجی موانع غیرتعرفه‌ای و تبدیل آن به تعرفه‌ها، تثبیت سقف تعرفه‌ها و تعهد به کاهش تدریجی سطح تعرفه‌ها صورت می‌گیرد. آزادسازی تجارت در عرصه‌ی بین‌الملل، از طریق کاهش تعرفه‌ها و حذف سایر موانع غیرتعرفه‌ای صورت گرفته و موجب رشد تجارت، بالا رفتن ظرفیت‌های ایجاد درآمد، شکل‌گیری رقابت میان کالاها از لحاظ کیفیت و قیمت، افزایش امنیت غذایی برای تمامی افراد جامعه و مصرف‌کنندگان و به‌طور کلی تأثیر مثبت بر رفاه جامعه و کاهش فقر شده است (World Trade Organization, 2016).

در حال حاضر یکی از مهم‌ترین عواملی که در عرصه‌ی بین‌المللی، بر تجارت آزاد و دستیابی به پیش‌نیازهای ضروری توسعه‌ی پایدار، تأثیر منفی می‌گذارد، اقدامات و موانع غیرتعرفه‌ای در تجارت بین‌الملل است که اغلب بر اساس ضرورت‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی توسط برخی از کشورها اعمال می‌شوند. موانع غیرتعرفه‌ای به طیف وسیعی از اقدامات، سیاست‌ها و مقررات (به‌جز تعرفه که برای حمایت از صنایع داخلی صورت می‌گیرد) اطلاق می‌شود. این موانع در مقایسه با تعرفه‌ها شفافیت کمتری دارد و دارای آثار سوئی همچون ناکارایی سازوکار تجاری و مختل کردن روابط تجاری میان کشورهاست. همکاری و ایجاد انسجام در سیاست‌های ملی و بین‌المللی موجب ایجاد آثار مثبت متقابل بین این موانع و از بین رفتن آثار محدودکننده موانع غیرتعرفه‌ای بر تجارت می‌شود (سالم و یوسف‌پور، ۱۳۹۱).

موانع غیرتعرفه‌ای به‌عنوان دومین عامل بازدارنده صادرکنندگان در جهان شناخته شده است. علت اصرار سازمان جهانی تجارت بر حذف بسیاری از موانع غیرتعرفه‌ای، آثار متعدد زیان‌بار آنها بر تجارت بین‌الملل می‌باشد (عباسی و همکاران، ۱۳۹۰). موانع غیرتعرفه‌ای در عمل منجر به افزایش قیمت‌ها، طولانی‌تر شدن زمان دسترسی افراد به محصولات ضروری و موردنیاز، تأثیرات منفی بر توان مالی آنها و امکان عدم دسترسی به منابع غذایی می‌گردد (World Trade Organization, 2016). با توجه به اینکه موانع غیرتعرفه‌ای نقش مهم و تأثیرگذاری در شرایط دسترسی به بازار و هزینه‌ها، هم در عرصه‌ی تجارت بین‌الملل و هم در سطح ملی دارند بررسی ماهیت آنها اهمیت دارد. موانع غیرتعرفه‌ای طیف وسیعی از اقدامات را در برمی‌گیرند و می‌توان آنها را به دو دسته‌ی اصلی موانع فنی و غیر فنی تقسیم کرد.

منظور از موانع غیرتعرفه‌ای فنی، اقدامات نظارتی داخلی است و شامل تمامی مقررات، ضوابط فنی و استانداردهایی است که مربوط به حصول اطمینان از واجد شرایط بودن کالاهای وارداتی می‌باشد. هدف از اعمال آنها، دستیابی کشور مورد نظر به اهداف مشروع و قانونی خود، نظیر حفظ سلامت، بهداشت و ایمنی تمام اقشار و آحاد جامعه و حفظ محیط‌زیست می‌باشد که رعایت آنها برای ورود کالاها اجباری بوده و در زمره موانع فنی فرا راه تجارت قرار می‌گیرند. از طرفی دیگر ممکن است اعمال این قبیل اقدامات و قوانین داخلی کشورها، نظیر محدودیت‌های مقداری، برقراری سهمیه‌ها، نظام‌های صدور مجوز واردات، مقررات بهداشتی، ممنوعیت‌ها و غیره، برخلاف آزادسازی تجاری عمل کنند، به‌نحوی که در عمل موجب



تغییر در حجم واردات یک کشور، تغییر در قیمت‌ها یا هردوی آن‌ها شده و با اعمال این‌گونه محدودیت‌ها ضربه مهلکی بر آزادسازی تجاری در عرصه بین‌الملل وارد نمایند (شکیبی و عامری، ۱۴۰۱).

در مقابل، موانع غیرتعرفه‌ای غیرفنی قرار می‌گیرند. این موانع به هرگونه محدودیت، مانع بازدارنده و تحدیدکننده تجارت خارجی اطلاق می‌شود که در زمره تعرفه‌ها و از نوع موانع فنی و اعمال استانداردها و مقررات فنی نبوده و در طبقه‌بندی مربوط به موانع فنی نمی‌گنجد. حوزه اقدامات و موانع غیرفنی فرا راه تجارت، بسیار گسترده و درعین حال، سیال است و طیف وسیعی از موانع محسوس و نامحسوس و آشکار و پنهان را شامل می‌شود که به‌طور مستقیم با هدف تأثیر بر میزان و قیمت کالاهای مبادله شده صورت می‌گیرد و آثار اقتصادی بر جای می‌گذارند (DITC, 2010).

بر اساس گزارش سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD) روندهای گمرکی و اداری از موانع غیرتعرفه‌ای در تجارت میان کشورهای در حال توسعه بوده که تأثیر منفی بر سطح تجارت میان آن‌ها دارد. علاوه بر وجود موانع غیرتعرفه‌ای در بازارهای خارجی، موانع غیرتعرفه‌ای در بازار داخلی کشورهای در حال توسعه نیز وجود دارد. سازمان جهانی تجارت، موانع غیرتعرفه‌ای داخلی تجارت همچون، تشریفات بیش از حد گمرک‌ها، مقررات صادرات و واردات، عدم همکاری میان گمرکات و دیگر نهادهای حکومتی، عدم استفاده کافی از فناوری اطلاعات، اطلاعات نامتقارن و عدم شفافیت را به‌عنوان مسائل مربوط به تسهیل تجارت دسته‌بندی کرده است که این موانع غیرتعرفه‌ای هزینه تجارت را افزایش داده و در نتیجه رقابت‌پذیری آن را در بازار خارجی کاهش می‌دهد. بنابراین، تأثیر موانع غیرتعرفه‌ای بر افزایش هزینه‌های تجاری، به‌ویژه در کشورهای کم‌درآمد که با وجود ظرفیت‌های محدود، به دلیل رشد صادرات خود، مجبور به پایبندی به این قبیل اقدامات می‌شوند، بیشتر مشهود است (شکیبی و عامری، ۱۴۰۱).

## ۲-۵ عوامل تأثیرگذار بر تجارت

امروزه بسیاری از کشورها در روابط تجاری خود، تجارت با همسایگان را در اولویت فعالیت‌های اقتصادی خود قرار داده‌اند. تجارت بین کشورها ضمن ایجاد تعامل و پویایی اقتصادی در کاهش نوسانات اقتصادی آنان تأثیرگذار است. بررسی ادبیات نشان می‌دهد که جریان تجاری بین کشورها متأثر از شرایط و عوامل مختلف می‌باشد.

عوامل زیرساختی یکی از عوامل حیاتی در حمایت از تجارت است. فوجیمورا در پژوهش خود ارتباط میان زیرساخت‌های حمل‌ونقلی و جریان تجاری را نشان می‌دهد. نتایج پژوهش‌های وی بیانگر آن است که سرمایه‌گذاری در زیربنای اقتصادی به‌طور مستقیم باعث رشد اقتصادی گردیده و همچنین باعث کاهش در هزینه‌های حمل‌ونقلی شده، این کاهش در هزینه‌های حمل‌ونقل از یک طرف باعث افزایش در جریان تجاری گشته و از طرف دیگر انگیزه‌ای برای ورود شرکت‌های منطقه‌ای و چندملیتی ایجاد کرده که همین موضوع منجر به افزایش جریان تجاری و رشد اقتصادی می‌شود (Fujimura, 2004).

سنساسی نیز در پژوهشی زیرساخت‌های حمل‌ونقل را به‌عنوان عامل کلیدی بر رقابت بین‌الملل معرفی می‌کند. وی این موضوع را بیان می‌کند که کیفیت زیرساخت‌ها و گستردگی آن، توزیع و ظرفیت امکانات لجستیکی در یک کشور همگی



نقش مهمی در طراحی استراتژی‌های تجاری با هدف افزایش سهم یک کشور از بازار بین‌المللی دارد. وی در مقاله خود با به‌کارگیری مدل گرانثی و استفاده از داده‌های صادرات دو جانبه اهمیت اقدامات لجستیکی در سطح منطقه را برجسته می‌کند. یافته‌ها بیانگر این است که تعداد، اندازه و کیفیت امکانات لجستیکی بر جریان صادرات تأثیر مثبت دارد (Bensassi et al., 2015).

یکی دیگر از عوامل تأثیرگذار بر تجارت ویژگی‌های اقتصادی-مالی است. این عامل بیشتر به ویژگی‌هایی مانند نقش بانک‌ها، صرافی‌ها، بیمه‌ها، تحریم‌های بانکی و... اشاره دارد. از این رو برخی از مطالعات نشان دادند ویژگی‌هایی مانند نقش بانک‌ها، صرافی‌ها، بیمه‌ها بر جریان تجاری بین کشورها تأثیرگذارند. نیپمن و اسمیت ایسنلر در پژوهی به نقش بانک‌ها در تجارت بین‌المللی می‌پردازند. آن‌ها بیان می‌کنند که بانک‌ها با تضمین پرداخت‌های بین‌المللی و در نتیجه کاهش ریسک معاملات تجاری، نقش مهمی در تسهیل تجارت بین‌المللی ایفا می‌کنند. این مقاله از داده‌های بانکی ایالات متحده برای مستندسازی الگوهای تجربی جدید در مورد استفاده از اعتبار اسنادی<sup>۱</sup> و ضمانت‌نامه‌های بانکی<sup>۲</sup> مشابه استفاده کرده است. تجزیه و تحلیل نشان داده که تأمین مالی تجارت، یک تجارت بزرگ و بسیار متمرکز است. این فرآیند تقریباً ۲۰ درصد از صادرات ایالات متحده را شامل می‌شود و پنج بانک برتر بیش از ۹۰ درصد ضمانت‌ها را تمدید می‌کنند. نتایج بیانگر آن است که صادرکنندگان بیشترین استفاده از اعتبار اسنادی را هنگام صادرات به کشورهایی با سطح ریسک متوسط دارند. علاوه بر این، در مواقعی که کسری بودجه و عدم اطمینان کل زیاد است، بیشتر به این ابزار تکیه می‌کنند. با این حال، شرکت‌ها به طور یکسان به تغییرات نرخ بهره و ریسک جهانی واکنش نشان نمی‌دهند. کشورهایی که به کشورهای پرخطر و کم‌خطر صادرات دارند، بیشترین میزان استفاده از اعتبار اسنادی را تنظیم می‌کنند (Niepmann & Schmidt-Eisenlohr, 2017).

کابالرو و همکارانش نیز در پژوهشی ارتباط بین تأمین مالی بین‌المللی و تجارت را بررسی کردند. یافته‌های آنان بیانگر این است که پیوندهای بین‌المللی بانک‌ها موجب افزایش صادرات می‌شود. ارتباطات بانکی برای هر دو کشور در هر سال از طریق وام‌دهی سندیکایی فرامرزی بین دو بانکی که به هم متصل هستند اندازه‌گیری می‌شود. آن‌ها در پژوهش خود با به‌کارگیری مدل گرانثی به مدل‌سازی تجارت برای ۶۶ کشور طی ۲۴ سال پرداختند. یافته‌های آنان بیانگر این است که در دو کشور ارتباطات جدید بانک‌ها منجر به افزایش جریان‌های تجاری بین این دو کشور می‌شود. در واقع مکانیسم این اثر نقشی است که پیوندهای بانکی در کاهش ریسک صادرات ایفا می‌کنند. این پژوهشگران با به‌کارگیری داده‌های تجارت در بخش صنعت و کنترل اثرات ثابت دو کشور دریافتند که پیوندهای بانکی جدید تأثیرات بیشتری بر تجارت صنایعی دارند که تمایل به ریسک صادراتی بیشتری دارند (Caballero et al., 2018).

بیمه‌ها هم به‌عنوان یکی از ویژگی‌های ساختار اقتصادی مالی در فرآیند تجارت بسیار تأثیرگذار است. تجارت بین کشورها در حال حاضر در جهان رابطه تنگاتنگی با بیمه دارد. بیمه وسیله‌ای برای جبران خسارت اقتصادی است که نقش مهمی در تجارت بین‌المللی ایفا می‌کند. توسعه تجارت بین‌الملل نه تنها باعث پیشرفت صنعت بیمه می‌شود، که به نوبه خود صنعت

<sup>1</sup> Letter of Credit

<sup>2</sup> Bank guarantees

بیمه را ملزم به ارائه خدمات بهتر به منظور تضمین توسعه بی‌نظیر تجارت بین‌المللی می‌کند (Long & Zhou, 2017). بخش بیمه به عنوان یکی از ارکان کلیدی بخش خدمات مالی، عنصر اصلی ماتریس تجارت و توسعه است. به عنوان یک خدمات زیرساختی و تجاری، یک بخش بیمه با عملکرد خوب نقش مهمی در توسعه اقتصادی نه تنها در سطح کلان اقتصادی، بلکه از نظر فعالیت‌های افراد و مشاغل ایفا می‌کند.

نوسانات نرخ ارز و ناهماهنگی نرخ ارز یکی دیگر از ویژگی‌های اقتصادی مالی است که نقش مهمی در جریان تجارت دارد. اوپین و روتا در پژوهشی تأثیر نوسانات نرخ ارز<sup>۱</sup> بر تجارت بین‌المللی و ناهماهنگی ارز<sup>۲</sup> را بررسی کردند. به طور متوسط، نوسانات نرخ ارز تأثیر منفی (حتی اگر زیاد نباشد) بر جریان تجاری دارد. میزان این تأثیر به عوامل متعددی از جمله وجود ابزارهای پوشش ریسک، ساختار تولید (به عنوان مثال رواج شرکت‌های کوچک) و درجه یکپارچگی اقتصادی در بین کشورها بستگی دارد. موضوع دوم ناهماهنگی نرخ ارز است که پیش‌بینی می‌شود در مدل‌های دارای چسبندگی قیمت اثرات کوتاه‌مدتی داشته باشد. با این حال، تأثیر دقیق به تعدادی از ویژگی‌ها، مانند استراتژی قیمت‌گذاری شرکت‌های درگیر در تجارت بین‌المللی و اهمیت شبکه‌های تولید جهانی بستگی دارد (Auboin & Ruta, 2013). سالواتور و همکارانش در پژوهشی، بزرگ بودن نوسانات نرخ ارز را به عنوان جدی‌ترین عدم تقارن در اقتصاد جهان امروز مطرح کردند. آن‌ها معتقدند نوسانات نرخ ارز با تخصص بین‌المللی و تجارت مبتنی بر مزیت نسبی تداخل دارد و به حمایت‌گرایی می‌انجامد. آن‌ها در پژوهشی که انجام دادند دریافتند که این عدم تقارن و نوسانات نرخ ارز صرفاً مشکلات ارز نیست بلکه بازتابی از عدم تعادل‌های اساسی در مناطق اصلی اقتصاد جهانی (ایالات متحده آمریکا، اتحادیه پولی اروپا، ژاپن و چین) هستند (Salvatore et al., 2005).

مؤسسات اعتباری صادرات<sup>۳</sup> یکی دیگر از مواردی است که نقش مهمی در جریان تجارت دارد. صادرات برای اقتصاد کشورها امری مهم و تأثیرگذار است، این موضوع سبب شده دولت‌ها تدابیری در راستای تحریک و تشویق صادرات ارائه دهند. مؤسسات اعتبار صادرات، نهادهای ذی‌مدخل در امر توسعه صادرات هستند. آژانس‌های اعتبار صادراتی به طور سنتی به عنوان ابزاری برای دولت‌ها برای حمایت از شرکت‌های ملی در تجارت صادراتی خود و افزایش ظرفیت اقتصاد برای نفوذ به بازارهای خارجی تلقی می‌شدند. از سال ۱۹۱۹ که اولین نمایندگی در انگلستان با هدف تضمین صادرات به بازارهایی که تحت پوشش بیمه‌گران خصوصی نیستند، ECAها آخرین راه‌حل بیمه در برابر ریسک‌های سیاسی و ریسک‌های تجاری بوده‌اند که توسط بازارهای خصوصی قابل بیمه نبوده‌اند (Ascari, 2007). سه شکل حمایت ECA به صورت بیمه، ضمانت و تسهیلات وام یا اعتبار است. ECAها انواع بیمه‌نامه‌های اعتبار صادراتی را به صادرکنندگان و مؤسسات مالی ارائه می‌کنند تا ریسک بازپرداخت مطالبات خارجی به دلیل رویدادهای سیاسی و تجاری را کاهش دهند. وام‌های ارائه شده، مستقیماً توسط برخی ECAها برای غلبه بر شکاف‌های مالی و رقابت در برابر رقابت یارانه‌ای خارجی با کمترین نرخ بهره مجاز بر اساس دستورالعمل‌های بین‌المللی داده می‌شود. این کار معمولاً به صورت محدود انجام می‌شود، زیرا هدف آن‌ها رقابت با بخش

<sup>1</sup> Exchange Rate Volatility

<sup>2</sup> Currency Misalignments

<sup>3</sup> Export Credit Agency (ECA)

خصوصی نیست. با کاهش ریسک بازپرداخت، ضمانت‌های ECA به وام‌دهندگان این امکان را می‌دهد تا با نرخ‌های رقابتی ثابت یا شناور، منابع مالی را به صادرکنندگان و یا مشتریان خارجی خود ارائه دهند (Raquel & Krauss, 2011). در ایران صندوق ضمانت صادرات به‌مثابه مؤسسات اعتبار صادراتی است. در اوایل دهه ۵۰ به دنبال کاهش ارزش دلار در مقابل ریال و در نتیجه کمبود درآمدهای نفتی، صندوق ضمانت صادرات با همکاری آنکتاد، به‌عنوان تنها شرکت دولتی بیمه اعتبار صادراتی تحت نظرات وزارت اقتصاد با هدف توسعه صادرات و پوشش صادرکنندگان در مقابل خطرات سیاسی اقتصادی تأسیس شد (جعفری، ۲۰۲۲).

استفاده از کنترل قیمت<sup>۱</sup> در بازارهای نوظهور و اقتصادهای درحال توسعه، از جمله برای مواد غذایی و کالاهای اصلی وارداتی و صادراتی گسترده است. اگرچه گاهی اوقات از کنترل قیمت به‌عنوان ابزاری برای سیاست اجتماعی استفاده می‌شود، اما کنترل قیمت‌ها می‌تواند سرمایه‌گذاری و رشد را کاهش دهد، پیامدهای فقر را بدتر کند، کشورها را متحمل بار مالی سنگینی کند و اجرای مؤثر سیاست پولی را پیچیده کند. جایگزینی کنترل قیمت‌ها با شبکه‌های ایمنی اجتماعی گسترده و هدفمندتر، همراه با اصلاحات برای تشویق رقابت و یک محیط نظارتی سالم، می‌تواند طرفدار فقرا و رشد باشد. چنین اصلاحاتی باید به‌دقت اطلاع‌رسانی و ترتیب داده شوند تا از پذیرش سیاسی و اجتماعی اطمینان حاصل شود. در صورت وجود، نظام‌های کنترل قیمت باید شفاف باشند و توسط صندوق‌های تثبیت‌کننده با سرمایه خوب یا استراتژی‌های پوشش ریسک ملی برای تضمین پایداری مالی حمایت شوند.

کنترل دستوری نرخ ارز یا نرخ ارز ترجیحی یکی دیگر از شاخص‌هایی است که بر فرآیند تجارت تأثیرگذار است. کنترل دستوری قیمت ارز، ولو با هدف جلوگیری از افزایش قیمت‌ها، هم از منظر حقوقی و هم از منظر اقتصادی امری نادرست و محکوم به شکست است. بررسی روند تاریخی اقتصاد ایران نشان می‌دهد که گزینش نرخ ارز ترجیحی و توزیع ارز با قیمت‌های دستوری، یکی از راهکارهای شایع و اولیه دولت‌ها در سال‌های وقوع بحران ارزی بوده است و با تغییر دولت‌ها صرفاً عناوین و نرخ‌های اجرای آن تغییر کرده و در عمل چیزی جز تصویب یک نرخ معین و سرکوب سایر نرخ‌ها به‌وقوع نپیوسته است (مددی، ۱۴۰۰).

تحریم‌های اقتصادی یکی دیگر از ویژگی‌هایی است که در فرآیند تجارت تأثیرگذار است. تحریم‌های اقتصادی با بدتر کردن شرایط اقتصاد کلان در اقتصادهای هدف و همچنین محدود کردن دسترسی آنان به سرمایه بین‌المللی احتمال وقوع بحران‌های سیستماتیک بانکی را افزایش می‌دهند. هاتپگلو پنکسن با جمع‌آوری داده‌هایی برای بیش از ۱۲۵ اقتصاد نوظهور در سال‌های ۱۹۷۰ تا ۲۰۰۵ نشان دادند که تحریم‌ها احتمال بروز بحران‌های بانکی را افزایش می‌دهند. همچنین نتایج آنان نشان داده که تحریم‌های مالی بیشتر از تحریم‌های تجاری برای ثبات سیستم‌های بانکی مضر است. یکی از پیامدهای اصلی این یافته‌ها این است که تحریم‌ها به‌عنوان شوک‌های خارجی می‌توانند به‌طور بالقوه بر ثبات مالی کشورهای هدف اثر نامطلوب بگذارند و همچنین رشد اقتصادی، ثبات سیاسی و شرایط بشردوستانه را بی‌ثبات کنند (Hatipoglu & Peksen, 2016).

<sup>۱</sup> Price Control

اثر فساد بر تجارت هم یکی دیگر از ویژگی‌های مهم بر مبادلات اقتصادی است. فساد به دلیل اثرات زیان‌بار آن بر رشد و توسعه اقتصادی منفور است. از ارائه خدمات عمومی جلوگیری می‌کند، نابرابری‌ها را افزایش می‌دهد و سرمایه‌گذاری‌ها را سرکوب می‌کند به حدی که بانک جهانی آن را بزرگ‌ترین مانع توسعه اقتصادی و اجتماعی اعلام کرده است (World Bank, 2007). کنترل فساد و ترویج عدالت در بازارها هسته اصلی استراتژی‌های توسعه است. تحقیقات در مورد علل فساد در سال‌های اخیر زیاد شده و عوامل بسیاری از جمله جنبه‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و نهادی را شناسایی کرده است. درحالی‌که بسیاری از مطالعات علل نهادی و فرهنگی فساد را بررسی کرده‌اند، بخش کوچکی از ادبیات بر ماهیت فساد در اقتصاد باز متمرکز شده است. تحقیقات نشان دادند که درجه کمتر رقابت خارجی، رانت‌ها را افزایش می‌دهد و فرصت‌های بیشتری برای فساد فراهم می‌کند. همچنین در برخی مطالعات تجربی نشان داده شده که آزادسازی تجاری گسترده می‌تواند به کاهش فساد کمک کند (Majeed, 2014).

با جهانی شدن مداوم اقتصادهای جهان، سرمایه‌گذاری مشترک<sup>۱</sup> (JVs) به عنصر مهمی از استراتژی‌های بین‌المللی بسیاری از شرکت‌ها تبدیل شده است. این سرمایه‌گذاری‌ها شامل دو یا چند سازمان از نظر قانونی مجزا هستند که هر یک به طور فعال در فعالیت‌های تصمیم‌گیری واحد تجاری مشترک شرکت می‌کنند. اگر دفتر مرکزی حداقل یکی از سازمان‌های مادر خارج از کشور عملیات JV باشد، یا اگر سرمایه‌گذاری دارای سطح قابل توجهی از عملیات در بیش از یک کشور باشد، آنگاه به‌عنوان یک سرمایه‌گذاری مشترک بین‌المللی (IJV) در نظر گرفته می‌شود (Geringer & Hebert, 1989, 1991). در سرمایه‌گذاری مشترک که نوعی همکاری تجاری قلمداد می‌شود، طی آن طرفین مدیریت فعالیت خاصی را به‌نحو مشترک بر عهده می‌گیرند و در سود و زیان حاصله شریک می‌شوند (خارکش و فتحی‌زاده، ۱۳۹۸).

ثبات سیاسی یکی از مهم‌ترین عوامل در مسیر رشد اقتصادی محسوب می‌شود. امروزه اقتصاددانان بر این باور رسیدند که بی‌ثباتی در ساختارهای سیاسی می‌تواند آثار بسیار مخرب و زیانباری بر پیکره اقتصاد کشورها تحمیل کند و عملکرد اقتصادی را تحت تأثیر قرار دهد. بی‌ثباتی سیاسی از طریق چهار کانال بر عملکرد اقتصادی تأثیر می‌گذارد. به‌عنوان نخستین مورد بی‌ثباتی منجر به متزلزل شدن حقوق مالکیت فردی می‌شود که مانعی برای سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت و معاملات اقتصادی می‌باشد. دیگر اینکه عدم وجود یک سیستم سیاسی باثبات پیش‌بینی‌ناپذیر ماهیت و عملکرد دولت‌های آینده و تغییرات سازمانی را غیرممکن می‌سازد. این عامل باعث می‌شود تا سرمایه‌گذاران محیط‌های قابل پیش‌بینی را ترجیح دهند. سوم اینکه بی‌ثباتی احتمالی شرکت افراد فرصت طلب در فعالیت‌های واسطه‌گری را افزایش می‌دهد که منابع را به‌سوی فعالیت‌های غیر مولد سوق دهد. در آخر زمانی که مبارزات سیاسی با خشونت و اعمال زور همراه شود باعث تخریب دارایی‌ها شده و تهدیدی برای سرمایه‌گذاران محسوب می‌شود. علاوه بر این گسترده شدن خشونت منجر می‌شود تا بازارها به حالت تعطیل و یا نیمه تعطیل درآیند که صدمه جدی به ساختار اقتصادی وارد خواهد کرد (اصغر پور و همکاران، ۱۳۹۲).

<sup>۱</sup> Joint Ventures

## جدول ۲-۳: عوامل تأثیرگذار بر تجارت

منابع	شاخص
(Francois & Manchin, 2007; Ismail & Mahyideen, 2015; Kyvik Nordås & Piermartini, 2004) (باوی et al., & جهانگیری, ۱۳۹۸; هوشمند)	زیرساخت جاده‌ای (تراکم شبکه جاده‌ها، کیفیت تسهیلات جاده‌ای، آسفالت جاده‌ها، کل شبکه‌های جاده‌ای)
(Francois & Manchin, 2007; Ismail & Mahyideen, 2015; Kyvik Nordås & Piermartini, 2004) (باوی & جهانگیری, ۱۳۹۸)	زیرساخت‌های حمل و نقل هوایی
(Ismail & Mahyideen, 2015)- (باوی et al., 1385 & جهانگیری, ۱۳۹۸; هوشمند)	زیرساخت‌های حمل و نقل ریلی
(Francois & Manchin, 2007; Ismail & Mahyideen, 2015)	خطوط تلفن ثابت
(Francois & Manchin, 2007; Ismail & Mahyideen, 2015)	مشترکین تلفن همراه
(Ismail & Mahyideen, 2015; Kyvik Nordås & Piermartini, 2004) (Bensassi et al., 2015) (باوی & جهانگیری, ۱۳۹۸; معمارنژاد, ۱۳۹۹)	دسترسی به اینترنت - پهنای باند تسهیلات لجستیکی (کیفیت، اندازه، تعداد)
(باوی & جهانگیری, ۱۳۹۸)	فرآیند ترخیص کالا (کاهش زمان توقف، تحویل به موقع، سرعت در عملیات تخلیه و بارگیری، تجهیزات مدرن تخلیه و بارگیری)
(باوی & جهانگیری, ۱۳۹۸; معمارنژاد, ۱۳۹۹) (Ismail & Mahyideen, 2015; Kyvik Nordås & Piermartini, 2004)	زیرساخت‌های بندرگاه‌ها
(باوی & جهانگیری, ۱۳۹۸)	ارائه خدمات فنی و پشتیبانی (ارائه خدمات ایمن و صحیح، امکان ردیابی محموله، ظرفیت و کیفیت خدمات پشتیبانی تجاری، خدمات فنی ارائه شده در مناطق آزاد، سهولت انجام حمل و نقل با قیمت رقابتی، اجرای معافیت‌های مالیاتی)
(Caballero et al., 2018; Niepmann & Schmidt-Eisenlohr, 2017)	خدمات و تسهیلات بانک‌ها
	صرافی‌ها
(International Association of Insurance Supervisors, 2007; M. Long & Zhou, 2017)	بیمه‌ها و ضمانت‌نامه‌های صادراتی
(Auboin & Ruta, 2013; Eric & Alfred, 1982; Rose, 1991).	نوسانات نرخ ارز
(Auboin & Ruta, 2013; Salvatore et al., 2005).	ناهماهنگی نرخ ارز
(Ascari, 2007; Raquel & Krauss, 2011)-(جعفری, ۲۰۲۲)	مؤسسات اعتبار صادراتی (صندوق ضمانت صادرات)
(مددی, ۱۴۰۰)	کنترل دستوری نرخ ارز (نرخ ارز ترجیحی)
(Hatipoglu & Peksen, 2016)	تحریم‌های اقتصادی
(Majeed, 2014; World Bank, 2007)	فساد و رانت
(Geringer & Hebert, 1989, 1991) (خارکش & فتحی‌زاده, ۱۳۹۸)	سرمایه‌گذاری مشترک
(اصغر پور و همکاران, ۱۳۹۲)	بی‌ثباتی سیاست‌های کلان اقتصادی (تجاری، ارزی، پولی و مالی)

## ۶-۲ پیشینه پژوهش

در این قسمت سعی بر آن است به بررسی پژوهش‌های مختلف در حوزه‌ی تجارت خارجی بپردازیم. مرور پژوهش‌های داخلی و خارجی نقش مهمی درک بهتر موضوع و تسهیل فرآیند پژوهش حاضر دارد.

## جدول ۲-۴: پیشینه پژوهش

نام نویسنده (سال)	عنوان پژوهش	کلیات پژوهش
نجفی و همکاران (۱۴۰۲)	مدل‌سازی تجارت خارجی با تأکید بر شاخص‌های تحریم و ریسک ژئوپلیتیک	شناسایی و اولویت‌بندی متغیرهای مؤثر بر تجارت خارجی ایران با تأکید بر شاخص‌های تحریم و ریسک ژئوپلیتیک را مورد مطالعه قرار داده‌اند و بدین منظور از مدل‌سازی‌های میانگین‌گیری بیزین، پویا و انتخابی با بکارگیری ۴۵ متغیر مؤثر بر تجارت خارجی در بازه سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۴۰۰ صورت گرفته است. بر اساس نتایج حاصل مدل کارای منتخب در مطالعه متغیرهای تحریم‌ها، شاخص نهادی ساختاری، نرخ ارز مؤثر حقیقی، پیچیدگی صادرات، نرخ بهره، فضای کسب و کار، باز بودن اقتصاد، نرخ رشد اقتصادی، ریسک ژئوپلیتیک، تورم و شاخص ادغام تجاری (شاخص گروبل و لوید) از جمله متغیرهای غیرشکندنده مؤثر بر تجارت خارجی شناسایی شده می‌باشند. با توجه به نتایج متغیرهای تحریم، ریسک ژئوپلیتیک، نرخ بهره، بر تجارت خارجی تأثیر منفی و سایر متغیرها تأثیر مثبتی بر تجارت خارجی داشتند. به علاوه حجم تجارت خارجی ایران با توجه به بالا بودن سطح احتمال وقوع متغیرهای غیرشکندنده با نوسان بالایی روبرو است و در این راستا با توجه به تأثیرگذاری ریسک‌های ژئوپلیتیک و تحریم بر تجارت خارجی کشور، بهبود سیاست‌های انعطاف‌پذیری و تاب‌آوری اقتصادی باید در دستور سیاست‌گذاران قرار گیرد.
رستمی و همکاران (۱۳۹۹)	مضامین و چالش‌های ظرفیت راهبردی صادرات ایران در بازار عراق (مطالعه تطبیقی ایران و ترکیه در بازار عراق)	این پژوهش از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته هدفمند با روش نمونه‌برداری گلوله برفی با افراد صاحب‌نظر در زمینه تجارت خارجی با عراق و بهره‌گیری از داده‌های آماری مرکز بین‌المللی تجارت به شناسایی عوامل راهبردی و چالش‌های در حال ظهور در تجارت خارجی بین ایران و عراق پرداخته است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که در تجارت خارجی بین ایران و عراق چالش‌های مهمی از قبیل: دیپلماسی اقتصادی، کیفیت، ارزش افزوده، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، حمایت دولت، توسعه و نوسازی زیرساخت‌ها، ناکارآمد بودن شرکت‌های مدیریت صادرات، عدم تنوع صادرات، پیچیدگی اقتصادی و تغییر ساختار اقتصاد بر مبنای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی وجود دارد. در این پژوهش بر اهمیت تغییرات ساختاری و به کارگیری شاخص‌های پیچیدگی اقتصادی در تولید محصولات مبتنی بر علم و فناوری به عنوان مهم‌ترین راهکار اقتصاد و پیش‌نیاز در تجارت خارجی ایران تأکید شده است.
کیایی و همکاران (۱۳۹۹)	ارائه راهبرد تعاملات تجاری ایران و عراق بر مبنای تحلیل اهمیت-عملکرد	هدف پژوهش، ارائه راهبرد تعاملات تجاری بین ایران و عراق، مبتنی بر شناسایی بخش‌های کلیدی مزیت دار اقتصاد ایران است. از این‌رو بر مبنای روش حذف فرضی و شاخص مزیت نسبی آشکارشده (RCA)، بخش‌های کلیدی و مزیت صادراتی ایران به مقصد عراق مدل‌سازی شده است. نتایج مدل‌سازی نشان داده است که هفت بخش از اقتصاد ایران

نام نویسنده (سال)	عنوان پژوهش	کلیات پژوهش
		بخش‌های کلیدی مزیت‌دار است که شامل: ساخت آهن و فولاد پایه، ساخت چرم و محصولات وابسته، ساخت لوازم‌خانگی، ساخت، تعمیر و نصب سایر مصنوعات طبقه‌بندی نشده در جای دیگر و بازیافت، ساخت ماشین‌آلات چندمنظوره، ساخت چوب و محصولات چوبی و چوب‌پنبه‌ای، ساخت انواع محصولات غذایی و آشامیدنی‌ها می‌باشند. راهبرد سیاستی پیشنهادی به منظور افزایش دایره منفعت کشور، نخست حفظ و ادامه‌ی استراتژی‌های موجود، توجه به ارتباط بین شاخص‌ها و میزان اهمیت آن‌ها در سرمایه‌گذاری است.
طرح پژوهشی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی (۱۳۹۹)	تدوین سند نقشه راه تجارت توسعه صادرات کشور ۱۴۰۴-۱۳۹۹	این پژوهش جهت تدوین سند نقشه راه توسعه صادرات غیرنفتی کشور برای پنج سال آینده انجام شده است. این پژوهش با نگاهی جامع به دو طرف عوامل عرضه و تقاضا ضمن ارائه‌ی تصویری از روند تجارت خارجی در یک دهه و آسیب‌شناسی صادرات غیرنفتی کشور سندی در دو سطح سیاست افقی (سطح کلان و کارکردی) و عمودی (سیاست‌های بخشی و گزینشی) تدوین کرده است. بدین ترتیب پس از تعیین اهداف، رویکردها و الزامات تحقق اهداف، تقسیم وظایف نهادی و برنامه‌های پیشنهادی برای توسعه صادرات غیرنفتی ارائه شده است.
آقاصفیری و همکاران (۱۳۹۸)	بررسی نقش نهادها و زیرساخت‌ها بر تجارت دوجانبه ایران با شرکای عمده تجاری	این مطالعه با بهره‌گیری از الگوی جاذبه و روش درست‌نمایی شبه‌بیشینه پوآسن به بررسی نقش نهادها و زیرساخت‌ها بر تجارت دوجانبه ایران و شرکای اصلی تجاری پرداخته است. نتایج به دست آمده از داده‌های حجم تجارت ایران و شرکای تجاری در حال توسعه و توسعه‌یافته در دوره‌ی زمانی ۱۳۸۲ تا ۱۳۹۵ بیانگر آن است که اثرات متقابل شاخص‌های مختلف نهادی بر تجارت دوجانبه ایران با شرکای تجاری در حال توسعه و نیز شرکای تجاری توسعه‌یافته منفی و معنی‌دار است. به گونه‌ای که ایران متمایل به تجارت بیش‌تر با کشورهای دارای فساد کم‌تر، ثبات سیاسی بالاتر، مجری قوانین تسهیل‌کننده تجارت و با دموکراسی بیشتر است. اثرگذاری مثبت و معنی‌دار متغیرهای تفاوت شاخص‌های نهادی بر تجارت دوجانبه ایران با شرکای تجاری در حال توسعه و نیز شرکای اصلی توسعه‌یافته نشان داد که ایران با توجه به داشتن نهادهای ضعیف، متمایل به تجارت بیش‌تر با شرکایی است که دارای تفاوت نهادی بیش‌تر یا نهادهای قوی‌تر هستند. در نهایت، نتایج اثرات متقابل مثبت و معنی‌دار زیرساخت‌های حمل‌ونقل هوایی، شبکه ریلی، اشتراکات تلفن ثابت و اشتراکات تلفن همراه ایران و شرکای تجاری بر تجارت دوجانبه ایران با شرکای تجاری در حال توسعه و نیز شرکای تجاری توسعه‌یافته گویای آن است که این زیرساخت‌ها تسهیل‌کننده تجارت میان ایران و شرکای تجاری است.
حسین پور خوش‌قلب و همکاران (۱۳۹۸)	بررسی مشکلات و موانع صادرات فرآورده‌های نفتی به کشور عراق	این پژوهش به بررسی موانع و مشکلات صادرات فرآورده‌های نفتی ایران به کشور عراق پرداخته است و از طریق پرسشنامه از نظرات کارشناسان و مدیران شرکت ملی نفت بهره‌گرفته است. یافته‌های پژوهش و نتایج حاصل از به‌کارگیری مدل‌سازی معادلات ساختاری بیانگر این است که متغیرهای فقدان منابع سازمانی، سازمان‌های مرتبط و پشتیبان، تقاضا، عوامل تولید، عوامل توزیع و دولت تأثیر مثبت و معناداری بر صادرات نفت به کشور عراق دارد.



نام نویسنده (سال)	عنوان پژوهش	کلیات پژوهش
رستمی و همکاران (۱۳۹۸)	ارائه الگوی اسلامی تجارت خارجی با رویکرد دیپلماسی اقتصاد مقاومتی (مورد مطالعه روابط تجاری ایران و عراق)	در این پژوهش از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته و پرسشنامه به نظرسنجی از کارشناسان خبره حوزه‌ی تجارت خارجی و دیپلماسی اقتصادی پرداخته شده است. در کل ۱۵ مضمون اصلی بر الگوی تجارت خارجی ایران تأثیرگذار بوده است. یافته‌های پژوهش بیانگر این موضوع است که تغییر و تحول بنیادین به‌عنوان اصلی‌ترین عامل در صدر و عواملی از قبیل تکمیل زنجیره تأمین، توسعه تولید و تعمیق ساخت داخل و کیفیت نهادی از الگو، از جمله عواملی است که در تجارت خارجی ایران با رویکرد دیپلماسی اقتصاد مقاومتی بیشترین تأثیر را داشته است.
یزدانی و شریفی شیفته (۱۳۹۸)	خلق تجارت دوجانبه ناشی از تشکیل D8 در کشورهای عضو آن: رویکرد تفاضل در تفاضل‌ها	این پژوهش با هدف برآورد اثر تشکیل گروه D8 بر تجارت کشورهای عضو می‌باشد. برای استخراج اثر خالص تشکیل این گروه بر تجارت کشورهای عضو از الگوی جاذبه در قالب داده‌های ترکیبی طی سال‌های ۲۰۱۴-۱۹۹۰ و رویکرد تفاضل در تفاضل (DID) و روش حداکثر درست‌نمایی پوآسن‌نما استفاده شده است. نتایج حاکی از آن بود که تجارت دوجانبه کشورها با اندازه اقتصاد و زبان مشترک رابطه مستقیم و با فاصله کشورها، رابطه عکس دارد.
یزدانی و همکاران (۱۳۹۶)	اثرات مرزی در تجارت دوجانبه ایران و شرکای برتر تجاری: رویکرد الگوی جاذبه غیرخطی	این پژوهش با روش‌های غیرخطی الگوی جاذبه به بررسی اثرات مرزی در تجارت دوجانبه بین ایران و شرکای برتر تجاری آن طی سال‌های ۲۰۱۴-۱۹۸۸ پرداخته است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد متغیر فاصله به‌عنوان نماینده اثرات مرزی در بررسی الگوی تجاری اقتصاد ایران و شرکای برتر تجاری نسبت به سایر متغیرها بسیار پراهمیت بوده است.
حیدری فیروزجایی (۱۳۹۷)	شناسایی و اولویت‌بندی موانع گمرکی فراروی صادرکنندگان استان مازندران و ارائه راهکار (مورد مطالعه بندر امیرآباد)	در این پژوهش از طریق مصاحبه و پرسشنامه با خبرگان عرصه صادرات، ۴ مقوله کلی شامل: موانع انسانی آموزشی، موانع سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، موانع قانونی مقرراتی و موانع لجستیکی گمرک هدف شناسایی شده است. ممانعت و عدم همراهی گمرک در واردکردن پول کالا به‌صورت ارز از گروه موانع قانونی مقرراتی به‌عنوان مهم‌ترین مانع و عدم تجربه کافی در بروز نقض فنی در گروه انسانی و آموزشی به‌عنوان کم‌اهمیت‌ترین مانع در نتایج کلی پژوهش رتبه‌بندی شده است.
هوشمند و همکاران (۱۳۹۵)	تأثیر زیرساخت‌های حمل‌ونقل زمینی بر حجم تجارت بین‌المناطق ایران با کشورهای اکو	پژوهش به بررسی تأثیر زیرساخت‌های حمل‌ونقلی (ریلی و جاده‌ای) منطقه اکو بر تجارت درون منطقه‌ای ایران با سایر کشورهای پرداخته است و با به‌کارگیری داده‌های ترکیبی و مدل جاذبه نشان داده که افزایش هزینه‌های حمل‌ونقل (فاصله جغرافیایی) حجم تجاری را کاهش داده و تأثیر وجود زیرساخت‌های حمل‌ونقلی نیز باعث افزایش جریان تجاری شده است.
مؤمنی (۱۳۹۳)	بررسی و شناسایی چالش‌های موجود در فرایند ترخیص کالا و ارائه راهکارها	در این پژوهش از طریق پرسش‌نامه از نظرات کارگزاران گمرکی، نمایندگان شرکت‌ها و مؤسسات تجاری و کارشناسان گمرک استان تهران بهره گرفته شده است. نتایج پژوهش بیانگر این است که هماهنگی و تعامل بین سازمان‌های ذی‌ربط، آموزش به‌موقع رویه‌های گمرکی، استفاده از تکنولوژی روز، اطلاع‌رسانی به مشتریان، عدم دخالت بی‌مورد مراکز متعدد دولتی، کاهش تشریفات گمرکی، رعایت احترام متقابل و تناسب انبارها با حجم کالاها گمرک دارای تأثیر معناداری بر فرایند ترخیص کالا دارند.



نام نویسنده (سال)	عنوان پژوهش	کلیات پژوهش
رحمانی و دیگران (۱۳۹۱)	شناسایی و اولویت‌بندی موانع صادرات و ارائه راهکارهای توسعه صادرات صنایع کوچک و متوسط در صنایع غذایی آذربایجان غربی	پژوهش به شناسایی و اولویت‌بندی موانع صادرات و ارائه راهکارهای توسعه صادرات صنایع کوچک و متوسط در صنایع غذایی آذربایجان غربی پرداخته است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که از میان ۹ عامل شناسایی شده عامل قوانین و مقررات، سیستم بانکی و اخذ مجوزهای بهداشتی به ترتیب مهم‌ترین موانع توسعه صادرات بوده‌اند.
طحان و همکاران (۱۳۹۱)	بررسی موانع و مشکلات مربوط به صادرات محصولات تولیدی شرکت‌های کوچک و متوسط استان سمنان	این پژوهش از طریق پرسش‌نامه، از نظرات مدیران و مسئولین شرکت‌های کوچک و متوسط صنعتی در استان سمنان در خصوص مهم‌ترین موانع و مشکلات بنگاه‌های کوچک و متوسط بهره گرفته است. نتایج حاصل از رتبه‌بندی موانع صادراتی این بنگاه‌ها از طریق آزمون فریدمن بیانگر آن است که ضعف شرکت‌ها در زمینه شناخت مسائل بازار و دانش بازاریابی، پایین بودن استاندارد و کیفیت محصولات تولیدی، عدم وجود راهبرد صادراتی در صنایع و کمبود تسهیلات بازرگانی خارجی ارائه شده از سوی دستگاه‌های ذی‌ربط از مهم‌ترین موانع و مشکلات پیش روی بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی استان جهت صادرات محصولات تولیدی می‌باشند.
مدهوشی و تار (۱۳۸۶)	استراتژی‌های توسعه صادرات غیرنفتی استان مازندران	در این پژوهش با استفاده از شاخص‌های مزیت نسبی آشکار، اقلام صادراتی مزیت‌دار در استان مازندران شناسایی و پس از بررسی بازارهای هدف با استفاده از تکنیک SWOT به بررسی نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات در مورد این اقلام پرداخته شده است. یافته‌ها بیانگر این است بخش کشاورزی و صنعت دارای مزیت نسبی بوده و در بخش کشاورزی؛ اقلام گل و گیاه، مرکبات و کیوی دارای مزیت نسبی بوده است.
(Jungmittag, 2019)	محدودیت‌های تجارت خدمات و بین‌المللی کردن تجارت خرده‌فروشی	محدودیت‌های نظارتی جدی‌ترین سیاست برای بهبود عملکرد اقتصادی بخش خدمات، به‌ویژه در بسیاری از فعالیت‌های خدماتی فنی مهندسی است؛ جایی که موانع نظارتی برای تجارت و رقابت هنوز گسترده است. پس از ترکیب بازارهای بین‌المللی و گسترده‌گی ارائه خدمات اکنون توجه به بازارهای خدمات متمرکز شده است. در کنار سایر اقدامات سیاسی، این امر مستلزم رفع موانعی است که ناشی از محدودیت تجارت خدمات و مقررات ضد بازار رقابتی محصولات است. نتایج تخمین برای گستره فعالیت‌های خرده‌فروشی تجارت خارجی در این مطالعه نشان می‌دهد که محدودیت تجارتي باعث افزایش مشکل در زمینه صادرات می‌شود.
(Kim, 2019)	تأثیر محدودیت‌های مالی بر عملکرد صادرات شرکت‌ها در طول بحران مالی جهانی و شواهد اقتصاد برای کشور کره جنوبی	هدف پژوهش بررسی تأثیر محدودیت‌های مالی بر عملکرد صادرات شرکت‌ها، با تأکید ویژه بر ساختار مالکیت شرکت‌ها می‌باشد. نتایج تجربی این مطالعه نشان می‌دهد که شرکت‌های چندملیتی خارجی (MNC) و شرکت‌های تحت تأثیر محدودیت مالی در هر دو دوره بحران و غیر بحران تحت تأثیر قرار نمی‌گیرند و حاکی از مزایای مالکیت خارجی است. با این حال، شرکت‌های داخلی بیشتر از محدودیت‌های مالی صادرات در سال‌های بحران رنج می‌برند.

نام نویسنده (سال)	عنوان پژوهش	کلیات پژوهش
(Karam & Zaki, 2019)	چرا کشورهای منا تجارت بیشتری نمی‌کنند؟ نفرین نهادهای بازرگانی کشور قرار دارد. ناقص	پژوهش نشان می‌دهد که مطالعات تجربی در رویکرد گرانشی، تأثیر مستقیم نهادها در تجارت را بررسی می‌کند و بیانگر این است که تجارت دوجانبه به میزان قابل توجهی تحت تأثیر کیفیت نهادهای بازرگانی کشور قرار دارد.
Devadason ) (et al., 2018	پتانسیل‌ها و موانع تجارت در شراکت مالزی و شیلی	این پژوهش به ارزیابی پتانسیل و موانع تجاری در همکاری مالزی و شیلی پرداخته است. مدل جاذبه به منظور بررسی عوامل تعیین‌کننده و پتانسیل نیروی کار تبدیل شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که جریان تجارت دوجانبه مدل گرانی استاندارد، تجارت بین دو کشور را مثبت ارزیابی می‌کند. پایه‌های نظری جدیدی برای مدل جاذبه به ارزیابی دقیق‌تر منجر شده است و تفسیر بهتر الگوها در جریان تجارت دوجانبه فراتر از عوامل تعیین‌کننده طبیعی مانند اندازه اقتصادی و فاصله است.
Gul & ) M.yasin, (2011	پتانسیل تجاری پاکستان: کاربرد مدل جاذبه	در این پژوهش به بررسی پتانسیل تجاری پاکستان با استفاده از مدل جاذبه تعمیم‌یافته و روش داده‌های پنل پرداخته شده و داده‌های پنل را برای دوره ۲۰۰۵-۱۹۸۱ در ۴۲ کشور مورد استفاده قرار گرفته است. نتایج نشان داد که بیشترین میزان پتانسیل تجاری پاکستان با کشورهای منطقه آرام آسیا، اقیانوسیه (اتحادیه کشورهای عضو آسیای جنوب شرقی و آسه‌آن)، خاورمیانه، آمریکای لاتین و آمریکای شمالی می‌باشد.
Kabir & ) (Salim, 2010	آیا مدل جاذبه می‌تواند تجارت کشورهای خلیج بنگال را توضیح دهد؟	این پژوهش به بررسی عوامل مؤثر بر تجارت متقابل کشورهای خلیج بنگال در دوره ۱۹۹۵-۲۰۰۸ با استفاده از داده‌های تلفیقی پرداخته است. یافته‌های این پژوهش نشان داد که جریان تجاری موجود در این کشورها از فرضیه لیندر پیروی می‌کند. همچنین نتایج برآورد الگوی تجارت آن‌ها نشان داد که فاصله جغرافیایی اثر منفی قابل توجهی بر تجارت دارد.
Papazoglou ) (et al., 2006	پیش‌بینی یک مدل گرانشی از اثرات تجاری بالقوه گسترش اتحادیه اروپا: درس‌هایی از سال ۲۰۰۴ وابستگی در مسیر ادغام	پژوهش با استفاده از داده‌های سال ۲۰۰۴، تأثیر الحاق کشورهای جدید به اتحادیه اروپا را بر تجارت اعضای اتحادیه مورد بررسی قرار داده است. نتایج این مطالعه نشان داد که مرز مشترک و درآمد اعضای جدید اتحادیه اروپا از جمله عوامل مؤثر بر تجارت دوجانبه اعضای اتحادیه اروپا و اعضای جدید این اتحادیه است و فاصله، اثر منفی بر تجارت دوجانبه آن‌ها دارد.
(Batra, 2004)	پتانسیل تجارت جهانی هند: رویکرد مدل جاذبه، شورای هند برای تحقیق در مورد روابط اقتصادی بین‌المللی	در این پژوهش با استفاده از مدل جاذبه تعمیم‌یافته، پتانسیل تجاری هند مورد تحلیل قرار گرفته است. این مطالعه نشان می‌دهد که هند دارای حداکثر پتانسیل تجاری در منطقه آسیا و اقیانوس آرام و پس از آن اروپای غربی و آمریکای شمالی است. بالاترین پتانسیل برای گسترش تجارت با چین، انگلیس، ایتالیا و فرانسه وجود دارد. نتایج نشان می‌دهد که هند به‌طور بالقوه می‌تواند ده برابر و یا بیشتر سطح تجارت فعلی را با برخی کشورهای دیگر از جمله کشورهای آسیای مرکزی، مانند گرجستان و ازبکستان به دست آورد.

کلیات پژوهش	عنوان پژوهش	نام نویسنده (سال)
<p>در این پژوهش رابطه بین تسهیل تجارت و جریان‌های تجاری در منطقه آسیا و اقیانوسیه را تحلیل می‌کند. داده‌های خاص کشور برای کارایی بندر، محیط گمرکی، محیط نظارتی و استفاده از تجارت الکترونیکی برای ایجاد شاخص‌هایی برای اندازه‌گیری تسهیل تجارت استفاده می‌شود. رابطه بین این شاخص‌ها و جریان‌های تجاری با استفاده از مدل گرانشی که شامل تعرفه‌ها و سایر متغیرهای استاندارد است، برآورد می‌شود. افزایش کارایی بندر تأثیر مثبت و بزرگی بر جریان تجاری دارد. موانع نظارتی مانع از تجارت می‌شود. بهبود در گمرکات و استفاده بیشتر از تجارت الکترونیک به طور قابل توجهی تجارت را گسترش می‌دهد.</p>	<p>تسهیل تجارت و توسعه اقتصادی: رویکردی جدید برای تعیین کمیت تأثیر</p>	<p>Wilson et ) (al., 2003</p>

## ۷-۲ اسناد فرادست

در این بخش اسنادی از قبیل سند راهبرد ملی توسعه‌ی صادرات غیرنفتی کشور، سند نقشه‌راه توسعه صادرات کشور، سند آمایش مراکز لجستیک کشور، برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت، سند راهبردی آمایش استان کردستان، سند آمایش استان کردستان از منظر اقتصادی و برنامه راهبردی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان بررسی شده است.

### ۱-۷-۲ سند راهبرد ملی توسعه‌ی صادرات غیرنفتی کشور<sup>۱</sup>

#### ۱-۱-۷-۲ چشم‌انداز صادرات غیرنفتی ایران

در چارچوب چشم‌انداز بیست‌ساله، مقرر است ج.ا.ایران با توجه به توانمندی‌ها و ظرفیت‌های بالای اقتصادی نسبت به افزایش سهم خود از تجارت جهانی حرکت نموده و به توازن تجاری در صادرات واردات نایل آمده و دارای اقتصادی متنوع با سهم غالب بخش غیرنفتی و غیردولتی باشد، و بر راهبرد توسعه صادرات به‌ویژه در بخش خدمات و تولید محصولات با فناوری بالا تأکید گردد و نقش مدیریتی ایران در توزیع و با ترانزیت انرژی، افزایش فرصت‌های صادراتی، جذب سرمایه و فناوری‌های پیشرفته و کمک به استقرار نظام پولی، بانکی و بیمه‌ای مستقل کمک کشورهای منطقه‌ای و اسلامی و دوست با هدف کاهش وابستگی به سیستم پولی نظام سلطه محقق گردد.

#### ۲-۱-۷-۲ اهداف بنیادین

- دستیابی به سبد صادراتی و تنوع کالاها و خدمات و پایداری توسعه صادرات اقلام موجود
- ماندگاری و حفظ سهم در بازارها، دستیابی به تنوع بازارهای صادراتی
- دستیابی به جایگاه بالاتر ج.ا.ایران در تجارت خارجی منطقه و سهم بالاتر تجارت ایران از جهان
- دستیابی به سهم متوازن، عادلانه و متناسب با مزیت‌ها در صادرات استان‌های کشور
- ارتقاء سطح رقابتمندی کالاها و خدمات صادراتی
- دستیابی به خدمات پیشرفته و رقابتی پشتیبانی صادرات.
- دستیابی به بنگاه‌های شایسته صادراتی و در کلاس جهانی

#### ۳-۱-۷-۲ الزامات دستیابی به اهداف

- تداوم و تخصیص مشوق‌های صادراتی
- تداوم حمایت‌های ترویجی صادرات به روال سال‌های گذشته

<sup>۱</sup> سند راهبرد ملی توسعه‌ی صادرات غیرنفتی کشور در سال ۱۳۹۸ توسط معاونت حقوقی ریاست جمهوری؛ معاونت تدوین، تنقیح و انتشار قوانین و مقررات

- تداوم سیاست‌های حمایتی دولت از صادرات غیرنفتی
- تداوم جذابیت صادرات در حد فعلی
- واقعی شدن نرخ ارز
- تورم یک‌رقمی

## ۲-۷-۱-۴ راهبردهای اصلی و فرعی توسعه صادرات غیرنفتی کشور

جدول ۲-۵: راهبردهای اصلی و فرعی توسعه صادرات غیرنفتی

ابعاد	راهبردها
مساعدسازی محیط اجتماعی و فرهنگی صادرات	<ul style="list-style-type: none"> <li>• فرهنگ‌سازی صادرات</li> <li>• نهادینه‌سازی ارزش‌های صادراتی (نشان‌ها، علائم، مدال‌ها و...)</li> <li>• آموزش عمومی مباحث مرتبط با صادرات</li> </ul>
ارتقاء فناوری در سطح ملی	
قوانین، مقررات و سیاست‌های تجاری در سطح ملی	<ul style="list-style-type: none"> <li>• قوانین و مقررات مرتبط با مباحث اقتصادی، به‌ویژه تجارت (قانون تجارت، قانون گمرک، قانون کار و...)</li> <li>• تنظیم سیاست‌های تجاری سازگار با راهبرد توسعه‌ی صادرات</li> </ul>
رقابتمندی اقتصاد ملی	<ul style="list-style-type: none"> <li>• خصوصی‌سازی و رقابت</li> <li>• سرمایه‌گذاری خارجی</li> <li>• سیاست‌های پولی و مالی</li> <li>• انطباق سیاست ارزی با الزامات بخش صادرات</li> <li>• بهره‌وری</li> <li>• مباحث عمومی رقابتمندی صادرات کالاها و خدمات</li> <li>• کاهش قیمت تمام‌شده صادرات کالاها و خدمات</li> <li>• بازنگری، اصلاح و طراحی مجدد مشوق‌های صادراتی با هدف تسهیل، روان‌سازی و افزایش اثربخشی مشوق‌ها</li> </ul>
توسعه و ارتقاء زیرساخت‌های عمومی مناسب صادرات	<ul style="list-style-type: none"> <li>• شبکه حمل‌ونقل</li> <li>• شبکه‌های ارتباطی و مخابراتی</li> <li>• ارتقاء زیرساخت‌های گمرکی</li> </ul>
ایجاد، توسعه، تجهیز و بهبود زیرساخت‌های تخصصی صادرات کالاها و خدمات	<ul style="list-style-type: none"> <li>• آمایش سرزمینی تجارت</li> <li>• مباحث عملیاتی صادرات (حمل‌ونقل صادراتی و...)</li> <li>• مناطق آزاد تجاری و صنعتی، ویژه اقتصادی</li> </ul>
ترویج، تسهیل و لجستیک تجارت	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ترویج تجارت</li> <li>• تسهیل تجارت</li> <li>• لجستیک تجارت</li> </ul>

راهنما	ابعاد
<ul style="list-style-type: none"> <li>رقابتی نمودن خدمات بانکی</li> <li>تأمین مالی صادرات</li> <li>خطوط اعتباری</li> <li>ارتقاء، بهبود نظام بانکی پشتیبانی صادرات</li> <li>بازگشایی بخش خدمات مالی و بانکی و اتصال بازارهای پولی و سرمایه‌ی داخلی و خارجی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>تأمین مالی صادرات، خدمات بانکی موردنیاز برای صادرات کالاها و خدمات</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>بیمه‌های صادراتی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>توسعه بیمه‌های صادراتی و سرمایه‌گذاری</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>مدیریت کیفیت صادرات کالاها و خدمات ایران</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>فرهنگ‌سازی بسته‌بندی</li> <li>هوشمندی بسته‌بندی صادراتی</li> <li>رویدادهای مرتبط با بسته‌بندی</li> <li>کاهش هزینه‌های تأمین فناوری، ماشین‌آلات و مواد بسته‌بندی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ارتقاء بسته‌بندی کالاها صادراتی ایران</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>آمار تجارت خارجی</li> <li>دایرکتوری‌ها</li> <li>بانک‌های اطلاعاتی</li> <li>تجارت الکترونیک به عنوان توانمندسازی و به‌منزله‌ی بازار</li> <li>سایت‌های اینترنتی دستگاه و بنگاه‌ها</li> <li>اطلاع‌رسانی تجاری</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>مدیریت اطلاعات تجارت خارجی</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>سهم غالب بخش غیردولتی و دستیابی به بخش خصوصی توانمند در صادرات و تولید</li> <li>تجدید ساختار بنگاه‌ها</li> <li>کمک به کاهش و رفع نقاط ضعف و تقویت نقاط قوت بنگاه‌های صادراتی</li> <li>یکپارچه‌سازی بنگاه‌های کوچک و متوسط</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>توسعه‌ی بنگاه‌های شایسته‌ی اقتصادی</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>توسعه صادرات کالاها و خدمات صادراتی فعلی</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>تولید کالاها صادراتی جدید</li> <li>توسعه‌ی صادرات انواع خدمات</li> <li>حرکت در جهت ارتقاء ارزش افزوده کالاها و خدمات صادراتی</li> <li>تأسیس، ارتقاء و بهبود واحدهای فرآوری، بسته‌بندی و سورتنینگ</li> <li>توسعه‌ی صادرات بر اساس حرکات راهبردی بنگاه‌های ایرانی</li> <li>تشویق و جذب سرمایه‌گذاری‌های مستقیم خارجی صادرات‌گرای غیرنفتی</li> <li>هدایت سرمایه‌گذاری‌های داخلی به فعالیت‌های صادراتی و مرتبط با صادرات</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>تنوع‌بخشی به ظرفیت‌های صادراتی کشور و تولید کالاها و خدمات جدید صادراتی</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>رشد پایدار توسعه‌ی صادرات محور</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>توسعه‌ی بخش تعاون</li> </ul>

راهنمدها	ابعاد
<ul style="list-style-type: none"> <li>• برخورداری از زیرساخت‌های تسهیل‌کننده</li> <li>• توانمندسازی تعاونی‌های کشور در امر صادرات</li> <li>• گسترش رقابت‌پذیری محصولات و خدمات</li> <li>• کاهش ریسک صادرات</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تحقیقات بازارهای صادراتی</li> <li>• برنامه‌های راهبردی بازاریابی و توصیه‌های محصول - بازار</li> <li>• حفظ و افزایش سهم بازار (محصولات فعلی در بازارهای فعلی)</li> <li>• تنوع‌بخشی به بازارهای صادراتی</li> <li>• رویدادهای بازاریابی و تجاری</li> <li>• نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها</li> <li>• هیئت‌های تجاری، بازاریابی، سرمایه‌گذاری و حقیقت‌یاب</li> <li>• تبلیغات و نام و نشان‌ها</li> <li>• اتاق‌های مشترک، تشکل‌های تجار ایرانی مقیم خارج</li> <li>• حضور فیزیکی دائمی در بازارهای صادراتی</li> <li>• آموزش‌های تخصصی بازاریابی</li> <li>• خدمات تخصصی بازاریابی صادراتی</li> </ul>	ماندگاری در بازارها و تنوع بازارهای صادراتی کالاها و خدمات ایران
<ul style="list-style-type: none"> <li>• موافقت‌نامه‌های دوجانبه، چندجانبه، منطقه‌ای و بلوک‌بندی‌ها</li> <li>• سازمان‌ها و مجامع بین‌المللی مرتبط با تجارت</li> <li>• توسعه‌ی تجارت بین کشورهای اسلامی</li> <li>• ارتقاء و بهبود مبادلات مرزی با کشورهای همسایه</li> <li>• پیش‌بینی موضوعات مؤثر بر توسعه‌ی صادرات در موافقت‌نامه‌های دوجانبه و چندجانبه بر اساس چارچوب‌های جهانی سازمان تجارت جهانی</li> </ul>	توسعه روابط اقتصادی و تجاری دوجانبه و چندجانبه و توسعه زیرساخت‌های تجارت ایران و سایر کشورها
<ul style="list-style-type: none"> <li>• اجرای برنامه راهبردی استان‌ها</li> <li>• مزیت‌های استانی</li> <li>• نظارت بر اجرای طرح "هدایت صادرات" در استان‌ها</li> </ul>	توسعه‌ی صادرات استان‌ها
<ul style="list-style-type: none"> <li>• شکستن فضای تحریم‌ها علیه ج.ا.ایران</li> <li>• راهبردهای تبدیل تهدیدها به فرصت‌ها</li> </ul>	مقابله با تحریم‌های بین‌المللی و پیامدهای آن بر صادرات غیرنفتی

## ۲-۷-۱-۵ اولویت‌های پیشنهادی در راهبردهای توسعه صادرات غیرنفتی

- انطباق سیاست ارزی با الزامات بخش صادرات
- مباحث عمومی رقابت‌مندی صادرات کالاها و خدمات

- بازرنگری، اصلاح و طراحی مجدد مشوق‌های صادراتی با هدف تسهیل، روان‌سازی و افزایش اثربخشی مشوق‌ها
- تسهیل تجارت
- رقابتی نمودن خدمات بانکی
- پیوند بازارهای پولی و مالی و سرمایه داخلی و خارجی
- تولید کالاهای صادراتی جدید
- هدایت سرمایه‌گذاری‌های داخلی به فعالیت‌های صادراتی و مرتبط با صادرات
- تشویق و جذب سرمایه‌گذاری‌های مستقیم خارجی صادرات‌نگرای غیرنفتی
- برنامه‌های راهبردی بازاریابی و توصیه‌های محصول - بازار
- مزیت‌های استانی
- شکستن فضای تحریم‌ها علیه ج.ا.ایران
- راهبردهای تبدیل تهدیدها به فرصت‌ها

#### ۲-۷-۱-۶ سند نقشه راه توسعه صادرات کشور (۱۳۹۹-۱۴۰۴)

بررسی وضعیت تجارت خارجی کشور در یک دهه اخیر، حاکی از ضرورت توجه بیشتر به توسعه صادرات غیرنفتی و اثرگذاری آن بر رشد اقتصادی کشور است که از مؤلفه‌های کلیدی در تحرک بخشی به تولید (جهش تولید) به شمار می‌رود. در این ارتباط، تجزیه و تحلیل عملکرد تجارت خارجی نشان می‌دهد که کشور نیازمند اقدامات جدی در دستیابی به اهداف اسناد بالادستی به‌ویژه در مقایسه با رقبای منطقه‌ای است و ادامه روند کنونی اقتصاد کشور را از مسیر ترسیم شده در اسناد بالادستی دور می‌کند.

#### ۲-۷-۲ چشم‌انداز نقشه‌راه توسعه صادرات کشور

جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۴۰۴ کشوری است با درآمد سرانه صادراتی حداقل ۱۰۰۰ دلار در بخش کالاهای غیرنفتی (بدون گازها و میعانات)، از لحاظ تجاری رقابت‌پذیر، با بخش خصوصی توانمند و پویا، بهره‌مند از بازارهای پایدار و سبک کالا و خدمات متنوع با ارزش افزوده بالا با کمک دیپلماسی تجاری فعال، با تأکید بر گسترش تجارت با کشورهای آسیای جنوب غربی (کشورهای سند چشم‌انداز).

#### ۱-۲-۷-۲ ضرورت تدوین نقشه‌راه توسعه صادرات

- ایجاد درک مشترک و هماهنگی بین دستگاه‌های ذی‌مدخل در صادرات؛
- حمایت همه‌جانبه هدفمند از صادرات کالاها و خدمات، به تناسب ارزش افزوده و با خالص ارزآوری مثبت؛
- پیش‌بینی‌پذیری آثار سیاست‌های دولت توسط فعالان بخش خصوصی؛
- بازبینی و به‌روزرسانی کلیه قوانین و مقررات حوزه تجارت خارجی با توجه به مقتضیات و تحولات جهانی با رویکرد ایجاد ثبات در قوانین و مقررات؛



- ضرورت هماهنگی سیاست‌های تنظیم بازار با سیاست‌های توسعه صادرات.

### ۲-۲-۷-۲ اهداف تدوین نقشه‌راه توسعه صادرات

- بهبود تراز تجاری غیرنفتی کشور؛
- افزایش ماندگاری کالاهای صادراتی؛
- حضور و ارتقاء در زنجیره‌های ارزش جهانی و منطقه‌ای؛
- افزایش تنوع کالاها و بازارهای صادراتی؛
- افزایش پیچیدگی کالاهای صادراتی (به لحاظ ارزش افزوده و محتوای فناورانه) و سبب صادراتی رشدزای اقتصادی؛
- افزایش توانمندی بخش خصوصی.

### ۳-۲-۷-۲ رویکردهای تدوین نقشه‌راه توسعه صادرات

- افزایش تاب‌آوری اقتصاد در مقابله با آثار ناشی از تحریم؛
- حمایت از تولید رقابت‌پذیر (درون‌زا) و صادراتی (برون‌گرا)؛
- توسعه صادرات خدمات فنی-مهندسی و گردشگری؛
- افزایش صادرات به کشورهای منطقه (با تأکید بر بازارهای جدید)؛
- استفاده بهره‌ورتر از ظرفیت‌های استان‌های مرزی، بازارچه‌ها، مناطق آزاد و ... در راستای توسعه صادرات و سرمایه‌گذاری مشترک با کشورهای هم‌جوار؛
- توسعه صادرات صنایع پایین‌دستی و تبدیلی (منبع محور مانند پتروشیمی، فلزات و کشاورزی و...) و اجتناب از خام‌فروشی؛
- ایجاد و گسترش خوشه‌های صادراتی، شرکت‌های مدیریت صادرات و کنسرسیوم‌های صادراتی جهت صادرات محصولات نهایی بنگاه‌های کوچک و متوسط؛
- چابک‌سازی فرایندهای صادراتی و ارتقاء نظامات پشتیبان صادرات.

### ۴-۲-۷-۲ چارچوب مفهومی تدوین نقشه‌راه توسعه صادرات

چارچوب مفهومی تصویر ۱-۲ مشتمل بر دو سطح سیاست‌های افقی (سطح کلان و کارکردی) و عمودی (سیاست‌های بخشی و گزینشی) به شرح زیر است:

- **سطح کلان:** این سطح مشتمل بر سیاست خارجی فعال و کنش‌گرا و انسجام‌بخشی به سیاست‌های کلان کشور در حوزه‌های پولی، ارزی، مالی، تجاری، فضای کسب‌وکار است.
- **سطح کارکردی:** این سطح متمرکز بر برنامه‌های دسترسی به بازار، سیاست‌های صنعتی و تجاری، عوامل مؤثر بر تولید صادرات گرا و زیرساخت‌های ارتقای تجارت و سرمایه‌گذاری است.

**سطح بخشی (عمودی):** در این سطح بر اولویت‌های کالایی و کشوری برای صادرات با رویکرد ارتقاء پیچیدگی، تنوع و ماندگاری کالاهای صادراتی در بازارهای هدف تمرکز شده است.

## ۵-۲-۷-۲ الزامات تحقق اهداف نقشه راه توسعه صادرات

### الزامات سطح کلان:

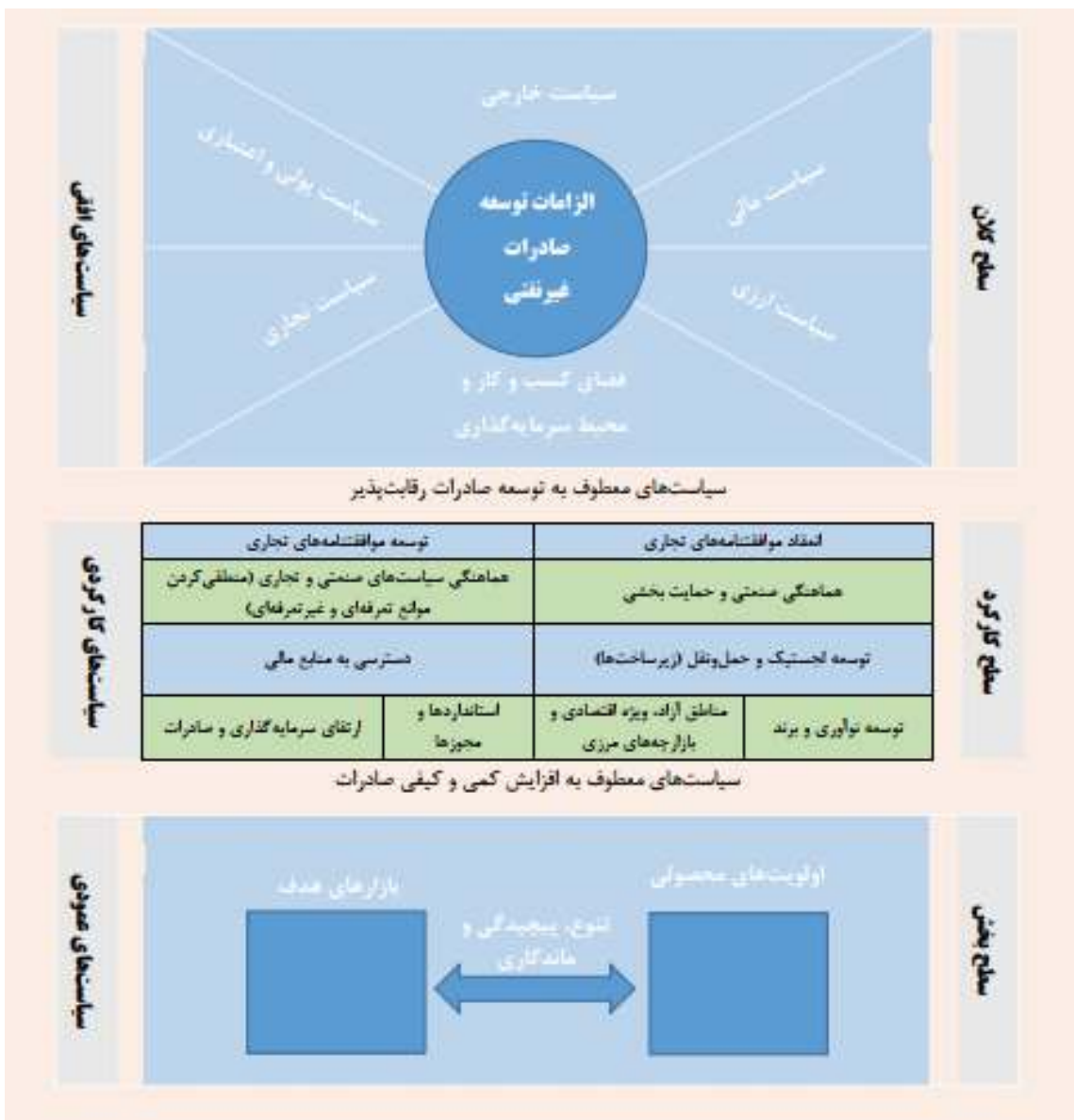
- اصلاح و هماهنگی سیاست‌های پولی، مالی، ارزی با سیاست تجاری به منظور توسعه صادرات؛
- تدوین سیاست‌های یکپارچه صنعتی، معدنی، کشاورزی، تجاری، فناوری، زیست‌محیطی و آمایشی؛
- لزوم سیاست خارجی فعال و تعامل‌گرا با جهان در راستای گسترش تجارت خارجی؛
- بهبود فضای کسب و کار و محیط سرمایه‌گذاری

### الزامات سطح کارکردی عمودی:

- حرکت به سمت تولید رقابتی جهت رقابت با واردات و رقبای خارجی در بازارهای صادراتی از طریق ایجاد توانمندی‌ها و انباشت ظرفیت‌های مولد؛
- لزوم توسعه و ایجاد موافقت‌نامه‌های تجاری دو/چندجانبه؛
- لزوم توسعه کمی و کیفی و همه‌جانبه زیرساخت‌های سخت‌افزاری (لجستیک و حمل‌ونقل) و نرم‌افزاری (دسترسی به منابع مالی)؛
- لزوم توسعه زیرساخت‌های ارتقای تجارت و سرمایه‌گذاری.

### الزامات اجرای نقشه‌راه:

- تقسیم کار دستگاهی، هماهنگی و همکاری بین ارکان و تصمیم‌گیران ملی و رصد و پایش اجرای برنامه‌ها؛
- تأمین منابع و اعتبارات موردنیاز برنامه‌ها؛
- راه‌اندازی، تکمیل و توسعه سامانه‌ها و زیرساخت‌های موردنیاز



تصویر ۲-۱: مدل مفهومی نقشه راه توسعه صادرات کشور

## ۶-۲-۷-۲ برنامه‌های پیشنهادی توسعه صادرات غیرنفتی

جدول ۲-۶: برنامه‌های پیشنهادی توسعه صادرات غیرنفتی

سیاست‌ها	برنامه‌ها
<ul style="list-style-type: none"> <li>انعقاد موافقت‌نامه دو چندجانبه با شرکای تجاری به‌ویژه با کشورهای آسیای جنوب غربی</li> <li>رفع موانع موجود در اجرای موافقت‌نامه اوراسیا؛</li> <li>پیگیری موافقت‌نامه تجارت آزاد با اوراسیا؛</li> <li>پیگیری و اجرایی شدن انعقاد موافقت‌نامه‌های گمرکی با کشورها؛</li> <li>پیگیری و اجرایی شدن انعقاد موافقت‌نامه‌های بیمه و بانک؛</li> <li>انعقاد پیمان‌های پولی دو چندجانبه و قراردادهای تهاتری با شرکای تجاری</li> </ul>	۱. انعقاد و توسعه موافقت‌نامه‌های تجاری
<ul style="list-style-type: none"> <li>افزایش سرمایه صندوق ضمانت صادرات</li> <li>افزایش سرمایه بانک توسعه صادرات متناسب با مأموریت و شرایط حاکم بر صادرات</li> <li>توسعه ضمانت‌نامه‌ها و بیمه صادراتی</li> <li>توسعه خطوط اعتباری با کشورهای طرف تجاری</li> <li>احصاء و به‌کارگیری روش‌های نوین تأمین مالی صادرات</li> <li>تسهیل تأمین مالی بنگاه‌ها از بازار سرمایه</li> </ul>	۲. تسهیل دسترسی به منابع مالی
<ul style="list-style-type: none"> <li>پیگیری و ارائه تسهیلات لازم جهت تجهیز و نوسازی بنگاه‌های فعال در عرصه لجستیک به‌منظور ارائه خدمات یکپارچه</li> <li>ایجاد و توسعه زیرساخت‌های زمینی (جاده‌ای و ریلی) و هوایی با بازارهای هدف به‌ویژه کشورهای همسایه</li> <li>ارائه تسهیلات لازم (مالی و زمین) و جلب مشارکت بخش خصوصی جهت سرمایه‌گذاری در پایانه‌های صادراتی، بنادر خشک و گمرکات مرزی</li> <li>ایجاد شرکت‌های مشترک حمل‌ونقل با برخی از شرکای تجاری</li> <li>ایجاد خطوط مشترک کشتیرانی و برقراری خطوط منظم آن</li> </ul>	۳. توسعه لجستیک و حمل‌ونقل
<ul style="list-style-type: none"> <li>پیگیری اجرای موافقت‌نامه‌های استاندارد با کشورهای دارای موافقت‌نامه</li> <li>امضا و اجرای موافقت‌نامه‌های استاندارد با شرکای تجاری فاقد موافقت‌نامه</li> <li>ایجاد و تجهیز آزمایشگاه و مراکز کنترل فنی در بنادر و مرزها</li> </ul>	۴. تسهیل ترخیص کالا
<ul style="list-style-type: none"> <li>تدوین سند راهبردی توسعه مناطق ویژه اقتصادی با رویکرد جذب سرمایه‌گذاری و توسعه صادرات</li> <li>تعیین تکلیف مناطق ویژه اقتصادی غیرفعال با تأکید بر مکان‌یابی مناسب، توسعه صادرات و توسعه خوشه‌ها</li> <li>ساماندهی معافیت‌های بازارچه‌های مرزی، پبله‌وری و ته‌لنجی به‌منظور کاهش هزینه‌های اجتماعی ناشی از آن</li> </ul>	۵. مناطق آزاد، ویژه اقتصادی و بازارچه‌های مرزی
<ul style="list-style-type: none"> <li>توسعه خوشه‌های ملی و منطقه‌های صادراتی با رویکرد مزیت‌های منطقه‌ای</li> <li>کمک و تسهیل ایجاد کنسرسیوم‌های صادراتی و توسعه شرکت‌های مدیریت صادرات</li> <li>تدوین برنامه حضور بنگاه‌ها در زنجیره ارزش جهانی و منطقه‌ای (صنعت و خدمات)</li> <li>کمک و تسهیل به تکمیل زنجیره‌های تولید و صادرات محصولات مزیت‌دار بین شرکای تجاری و ایران</li> <li>بازنگری بسته مشوق‌های صادراتی با رویکرد توسعه مشارکت بخش خصوصی و پایدارسازی منابع بودجه‌ای</li> </ul>	۶. هماهنگی صنعتی و حمایت بخشی

سیاست‌ها	برنامه‌ها
<ul style="list-style-type: none"> <li>• کمک و تسهیل به ایجاد پیوند میان بنگاه‌های دانش‌بنیان و SMEها</li> <li>• راه‌اندازی کلینیک جذب فناوری</li> <li>• ایجاد مرکز توسعه برند ایران با هدف تقویت برند ملی، محصولی و بنگاهی</li> <li>• تدوین برنامه تقویت برند ملی و منطقه‌ای</li> <li>• گسترش فناوری جدید (IT) و استارت‌آپ‌ها در حوزه صادرات</li> <li>• گسترش فناوری در دستگاه‌های متولی صادرات جهت دیجیتالی شدن کلیه فرآیندهای صادراتی</li> </ul>	<p>۷. توسعه فناوری، نوآوری و برند</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تدوین برنامه منطقی‌سازی و کاهش تدریجی نرخ‌های تعرفه به منظور کاهش قاچاق و آمادگی حضور در پیوندهای تجاری</li> <li>• طراحی و اعمال مشوق‌های مؤثر و کارآمد جهت ورود سرمایه‌های خارجی به بخش‌های اولویت‌دار و انتقال فناوری</li> <li>• پیگیری و اجرایی شدن موافقت‌نامه‌های سرمایه‌گذاری موجود</li> <li>• تدوین مشوق‌های لازم جهت پیوند بین بنگاه‌های تولیدکننده کالاهای خام با شرکت‌های بزرگ به منظور ضابطه‌مند نمودن عوارض صادراتی بر کالاهای خام</li> <li>• لزوم هماهنگی بین سیاست تجارت خارجی و تنظیم بازار داخلی</li> <li>• اتخاذ تمهیدات لازم جهت فعال‌سازی کمیسیون‌های مشترک در راستای اجرایی شدن موافقت‌نامه‌ها</li> <li>• اتخاذ تدابیر حمایتی تجاری در مقابله با تحریم‌ها، اقتصاد مقاومتی و ...</li> <li>• به‌روزرسانی قانون مقررات صادرات و واردات با رویکرد ایجاد ثبات در قوانین تجاری کشور</li> <li>• ساماندهی کارت‌های بازرگانی با رویکرد تخصصی شدن تجارت</li> <li>• به‌روزرسانی مستمر ارزش گمرکی کالاهای صادراتی با کمک اتحادیه‌های صادراتی</li> </ul>	<p>۸. هماهنگی سیاست تجاری و سرمایه‌گذاری</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• دیپلماسی اقتصادی تجاری فعال در راستای توسعه صادرات</li> <li>• ضرورت انسجام نهادی در حوزه سیاست‌گذاری تجاری با مدیریت واحد سازمان توسعه تجارت ایران</li> <li>• ایجاد و پایدارسازی منابع مالی مستقل برای سازمان توسعه تجارت ایران (نظیر ثبت سفارش، درآمد سایت نمایشگاهی تهران و فروش خدمات)</li> <li>• ادغام شرکت سهامی نمایشگاه‌ها در سازمان توسعه تجارت ایران به‌عنوان بازوی ترویجی و مالی</li> <li>• رتبه‌بندی سایت‌های نمایشگاهی کشور و ارائه برنامه ارتقای سایت‌های پایین‌تر از استاندارد جهانی</li> <li>• ایجاد مراکز تجاری و شوروم‌ها در بازارهای هدف توسط بخش خصوصی (پرداخت بخش مهمی از هزینه‌های راه‌اندازی)</li> <li>• توسعه دفاتر تجاری خارج از کشور (نیرو امکانات) با رویکرد توسعه سهم بخش خصوصی</li> <li>• پیگیری سرمایه‌گذاری‌های مشترک استان‌های مرزی با کشورهای هم‌جوار در کالاهای دارای مزیت</li> <li>• ارتقای نقش اتحادیه‌های صادراتی (مشارکت در نحوه تخصیص جوایز و مشوق‌های صادراتی - مشارکت در تصمیم‌سازی)</li> <li>• توسعه برنامه‌های ترویجی (شامل بخش صنعت، معدن و کشاورزی):</li> <li>• تحقیقات بازاریابی</li> </ul>	<p>۹. ارتقای سرمایه‌گذاری و صادرات</p>

سیاست‌ها	برنامه‌ها
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• بسته‌بندی صادراتی</li> <li>• تبلیغات صادراتی</li> <li>• برپایی نمایشگاه‌های تخصصی و اختصاصی داخل و خارج</li> <li>• اعزام و پذیرش هیئت تجاری</li> <li>• اطلاع‌رسانی تجاری و پیش‌آگاهی</li> <li>• آموزش تجار و بازرگانان</li> <li>• برگزاری همایش‌های معرفی بازار</li> <li>• کلینیک صادراتی</li> <li>• برگزاری روز ملی صادرات</li> <li>• برگزاری جشنواره‌های صادرات</li> <li>• برگزاری جشنواره برند ملی</li> </ul>

## ۲-۷-۳ سند آمایش مراکز لجستیک کشور<sup>۱</sup>

### ۲-۷-۳-۱ تعاریف و مفاهیم

مهم‌ترین عامل رقابت صنایع، تولیدکنندگان و ارائه‌کنندگان خدمات، هزینه‌های موجود در زنجیره‌های تأمین است. صاحبان کالا و مدیران زنجیره‌های تأمین تلاش‌های گسترده‌ای در جهت کاهش این هزینه‌ها صورت می‌دهند. از جمله این تلاش‌ها انجام مطالعات برنامه‌ریزی لجستیک و حمل و نقل است و در این میان، مطالعات کاربری زمین در برنامه‌ریزی حمل و نقل و طراحی مکانی شبکه حمل و نقل نقش ویژه‌ای دارند. محل قرارگیری نقاط تولید و جذب سفر در زنجیره‌های تأمین و همچنین مسیرهای ارتباطی آن‌ها از مهم‌ترین ورودی‌های هر پروژه برنامه‌ریزی در زمینه لجستیک و حمل و نقل است.

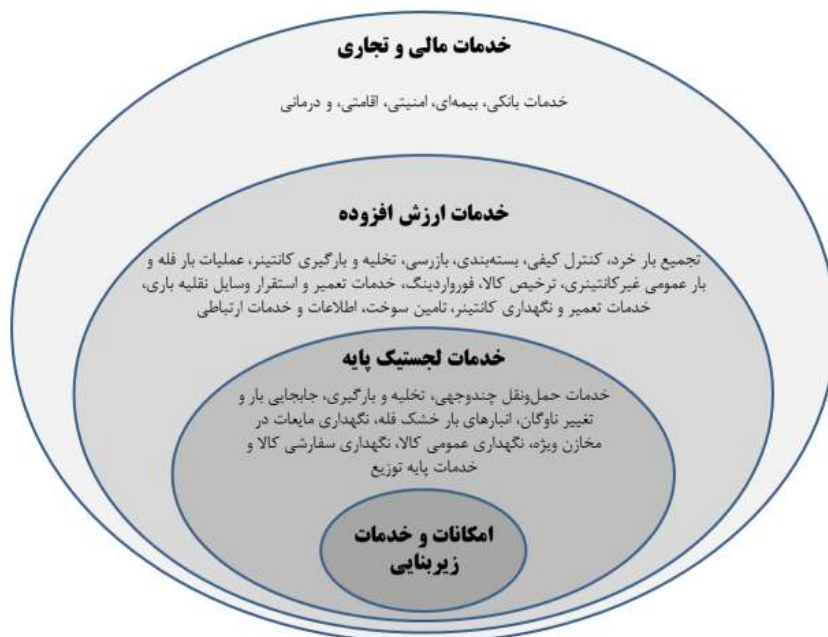
یکی از راه‌حل‌هایی که از دهه ۱۹۷۰ در اروپا به منظور افزایش بهره‌وری در زنجیره تأمین و کاهش هزینه‌های لجستیک ارائه شد و به سرعت جایگاه ویژه‌ای در مدیریت زنجیره تأمین یافت، ایجاد نقاط خاص لجستیکی با هدف تجمیع فعالیت‌های لجستیک، تخصصی‌سازی و افزایش کیفیت و گستره خدمات لجستیک بود. این نقاط که با انواع و عناوین مختلفی در جهان شناخته می‌شوند در واقع ارائه خدمات عمومی لجستیک و خدمات ارزش‌افزوده به جریان‌های کالا را بر عهده دارند. اما انواع خدماتی که در آن‌ها ارائه می‌شود، انواع دسترسی‌های حمل و نقلی و سطح عملکردی این مراکز در مفهوم، نام و تعریف هر نوع از مراکز تأثیرگذار است.

مرکز لجستیک محدوده مشخصی است که به منظور تجمیع فعالیت‌های مرتبط با لجستیک و حمل و نقل کالا در بُعد داخلی یا بین‌المللی و در جهت بهینه‌سازی فرآیندها و کاهش هزینه‌ها ایجاد می‌شود. مراکز لجستیک با توجه به سطوح عملکردی،

<sup>۱</sup> سند آمایش مراکز لجستیک کشور در سال ۱۳۹۷ توسط معاونت حمل و نقل وزارت راه و شهرسازی جمهوری اسلامی ایران، دفتر طرح جامع و مدل‌های

حمل و نقل تدوین شد.

انواع خدمات قابل ارائه در آنها، نوع باری که در آنها پردازش خواهد شد، حیطه جغرافیایی فعالیت و انواع دسترسی حمل‌ونقلی به سطوح مختلفی تقسیم می‌شوند. در تصویر ۲-۲ انواع خدماتی که در مراکز لجستیک ارائه می‌شود نشان داده شده است.



تصویر ۲-۲: انواع خدمات مراکز لجستیک

مراکز لجستیک کشور شامل: بندریابی، شهر لجستیک، دهکده لجستیک، پارک لجستیک، مرکز لجستیک مرزی، پایانه بار (پایانه ترکیبی، پایانه جاده‌ای، پایانه مرزی و پایانه صادراتی) و انبار و مرکز توزیع محلی است.

## ۲-۳-۷-۲ مشکلات لجستیک کشور

بررسی‌های کارشناسی و نظرات نخبگان نشان می‌دهد روان نبودن و هزینه بالای حمل‌ونقل مشکلات اصلی حمل‌ونقل بار در ایران است. روان نبودن به معنای کارا نبودن فرآیندهای حمل ترکیبی (از بندر به جاده یا ریل و تبادل بار بین ریل و جاده) به‌روز نبودن تکنولوژی‌ها و عدم یکپارچگی اسناد و فرآیندها است. هزینه بالای حمل به معنی پایین بودن سهم حمل ریلی به عنوان شیوه حمل دارای صرفه اقتصادی، بهره‌وری پایین در حمل‌ونقل جاده‌ای به خاطر فرسودگی ناوگان و بالا بودن شاخص سیر خالی ناوگان است.

پایین بودن سهم ریلی همچنین موجب شده است بخش حمل‌ونقل بار هزینه‌های زیادی برای کل جامعه به همراه داشته باشد. طبق مطالعه اتحادیه اروپا مصرف سوخت جاده حدود ۷ برابر (۴۴.۵ لیتر به ازای ۷.۶ لیتر به ازای ۱۰۰۰ تن - کیلومتر) آلاینده‌گی جاده حدود ۸ برابر و هزینه‌های ناشی از سوانح و حوادث جاده‌ای حدود ۸۵ برابر از ریل بیشتر است. این اعداد نشان می‌دهد که با توجه به سهم بالای جاده در حمل‌ونقل بار در ایران نسبت به کشورهای توسعه‌یافته، بخش حمل‌ونقل، هزینه‌های قابل توجهی به کل جامعه تحمیل می‌کند.

## ۲-۷-۳-۳ اهداف و استراتژی‌های توسعه مراکز لجستیک در ایران

در حوزه توسعه شبکه ریلی و زیرساخت‌های حمل‌ونقل ترکیبی، دو سیاست کلی دنبال می‌شود. سیاست اول اتصال به مراکز تولید عمده بار صنعتی و معدنی توسط خطوط آنتنی و دیگری توسعه شبکه حمل‌ونقل ترکیبی بار بر اساس تقاضای پیش‌بینی شده در طرح‌های جامع حمل‌ونقل و آمایش لجستیک کشور است. در سیاست اول، با توسعه خطوط آنتنی و رساندن شبکه ریلی به معادن و مراکز صنعتی کلان، مطلوبیت شیوه ریلی برای این گروه کالاها افزایش می‌یابد. به گفته معاون امور فنی و زیربنایی شرکت راه‌آهن با احداث ۱۱۱ کیلومتر شبکه، می‌توان ۵۳ مرکز بار را به شبکه متصل کرد و در حدود ۲۰ میلیون تن بار را به شبکه ریلی جذب کرد. این خطوط آنتنی از ۱ تا ۳۰ کیلومتر طول دارند. در سیاست دوم، توسعه شبکه بر اساس پیش‌بینی تقاضای بار و با جهت‌گیری افزایش سهم ریلی صورت می‌گیرد. در حقیقت راهکارها و استراتژی‌های عملیاتی بر پایه توسعه بهینه شبکه صورت می‌پذیرد. با اتخاذ این دو سیاست کلان، زیرساخت مناسب برای افزایش سهم ریلی شکل می‌گیرد. در تصویر ۲-۳ به صورت شماتیک، برنامه‌ها و راهکارهای وزارت راه و شهرسازی برای بهبود وضعیت لجستیک ایران نشان داده شده است. با توجه به شکل زیر اتخاذ پنج استراتژی:

- هوشمندسازی حمل‌ونقل بار (زیرساخت، ناوگان و فرآیندها)
- یکپارچه‌سازی فرآیندها، سیستم‌های اطلاعاتی و اسناد حمل بار
- تسهیل شکل‌گیری شرکت‌های لجستیک و حمل ترکیبی بار
- به کارگیری ابزارهای نوین حمل ترکیبی
- ایجاد مراکز لجستیک و پایانه‌های ترکیبی حمل بار

به همراه سیاست‌های مناسب مالی تشویق‌کننده حمل‌ونقل ریلی می‌توان در جهت افزایش بهره‌وری و کارایی بخش لجستیک گام برداشت.





تصویر ۲-۳: برنامه‌ها و راهکارهای وزارت راه و شهرسازی برای بهبود وضعیت لجستیک ایران

## ۴-۳-۷-۲ اهداف اصلی پیاده‌سازی سند آمایش مراکز لجستیک کشور

اهداف اصلی پیاده‌سازی سند آمایش مراکز لجستیک کشور شامل:

- کاهش قیمت تمام شده بار
- افزایش سهم ریلی از طریق تجمع بار در مراکز لجستیک و اتصال آن‌ها به ریل
- انتقال حمل‌بار در مسافت طولانی به ریل
- فراهم‌سازی ایجاد قطار برنامه‌ای
- افزایش کیفیت خدمات لجستیک از طریق تجمع آن‌ها در مراکز
- کاهش زمان حمل‌ونقل ترکیبی
- کاهش تلفات جاده‌ای و افزایش سایر منافع اجتماعی
- کاهش ضایعات بار و هزینه‌های لجستیکی

## ۴-۷-۲ برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت

### ۱-۴-۷-۲ چشم‌انداز صنعت، معدن و تجارت در افق سال ۱۴۰۴

در راستای سند چشم‌انداز کشور، چشم‌انداز بخش صنعت، معدن و تجارت در افق سال ۱۴۰۴ به شرح ذیل ترسیم شده است:

"بخش صنعت، معدن و تجارت به عنوان پیشران اقتصاد کشور، رقابت‌پذیر در بازارهای بین‌المللی، بالنده، درون‌زا،

برونگرا و در تراز کشور نوظهور صنعتی"

## ۲-۷-۴-۲ اهداف کلی بخش

در راستای تحقق اهداف چشم‌انداز صنعت، معدن و تجارت در افق سال ۱۴۰۴ ویژگی‌های ترسیم شده در جایگاه کشور نوظهور صنعتی، اهداف کلی در ۱۳ محور مشخص گردیده است. این اهداف شامل مهم‌ترین مؤلفه‌هایی هستند که در صورت برنامه‌ریزی صحیح و اجرای دقیق برنامه‌ها، بخش صنعت، معدن و تجارت پیش‌ران رشد اقتصادی کشور به نحو قابل قبولی خواهد بود.

به منظور اولویت‌بندی اهداف کلان، طی مطالعه انجام شده با استفاده از روش علمی، نظرات مدیران ارشد در حوزه‌های صنعت، معدن و تجارت و همچنین نمایندگان بخش خصوصی و شورای مشورتی در خصوص اولویت‌بندی اهداف کلان بخش، اقدام گردید که این اهداف به ترتیب اولویت به شرح ذیل می‌باشند:

۱. ارتقای بهره‌وری در بخش
۲. افزایش جذب سرمایه‌گذاری خارجی
۳. افزایش رقابت‌پذیری صنعتی کشور
۴. افزایش سهم ارزش افزوده بخش از تولید ناخالص داخلی به منظور صنعتی نمودن کشور
۵. افزایش سهم صادرات صنعتی کشور در صادرات صنعتی جهان
۶. افزایش سهم و نقش بخش خصوصی در فعالیت‌های بخش صنعت، معدن و تجارت
۷. افزایش سهم تولیدات با فناوری متوسط و بالا در ارزش افزوده و صادرات صنعتی کشور
۸. توسعه اشتغال پایدار در بخش صنعت، معدن و تجارت
۹. ارتقای سهم بخش خصوصی واقعی در واگذاری مالکیت واحدهای صنعتی و معدنی و تجاری
۱۰. افزایش کارایی نظام توزیع کالا و خدمات
۱۱. افزایش سهم ارزش افزوده صنعتی کشور در ارزش افزوده صنعتی جهان
۱۲. الحاق به سازمان جهانی تجارت و بهره‌برداری از ظرفیت‌های آن
۱۳. ارتقای شاخص‌های زیست‌محیطی در راستای دستیابی به اهداف توسعه پایدار

## ۲-۷-۴-۳ راهبردهای آمایش بخش صنعت، معدن و تجارت

با توجه به اهمیت موضوع برنامه‌ریزی در اسناد بالادستی کشور و لزوم دستیابی به اهداف رشد و توسعه کشور از ابعاد مختلف در سند چشم‌انداز، ۱۴۰۴ لازم است به نظام برنامه‌ریزی در تمامی مناطق، بخش‌ها و استان‌های کشور در تمامی ابعاد بیش از پیش توجه شود. یکی از حوزه‌های مهم برنامه‌ریزی منطقه‌ای که نباید در سطح استان‌ها مغفول واقع شود، تدوین راهبردها در حوزه آمایش سرزمین است که در خصوص آن نگاه ملی و تخصصی به امر آمایش، اثربخشی امر برنامه‌ریزی در این حوزه را دوچندان می‌سازد.

همچنین در راستای جهت‌گیری توسعه کشور که بر توسعه درون‌زا و برون‌گرا استوار است، توسعه صنعتی به دلیل قدرت ایجاد تحول در کل اقتصاد، نه یک انتخاب بلکه یک ضرورت است که با رویکرد تأمین و ارتقاء نیازهای داخلی و دستیابی به

بازارهای بین‌المللی و با تکیه بر قابلیت‌ها و مزیت‌های نسبی و رقابتی محقق می‌گردد. به همین منظور و در راستای پیشبرد سیاست‌های کلی آمایش سرزمین و با رعایت اصول مصوب آمایش سرزمین از جمله گسترش عدالت اجتماعی و تعادل‌های منطقه‌ای، ملی، افزایش کارایی و بازدهی اقتصادی، حفاظت محیط‌زیست، صیانت از منابع طبیعی و رعایت ملاحظات دفاعی - امنیتی و پدافند غیرعامل، راهبردهای مرتبط با آمایش صنعتی، معدنی و تجاری کشور به شرح زیر در سال ۱۳۹۲ تدوین گردیده و در معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری وقت مورد تصویب نیز قرار گرفته است:

۱. توسعه صنایع بر مبنای مزیت‌های نسبی و طبیعی قابل تبدیل به مزیت‌های رقابتی مناطق و نقش محوری فعالیت‌ها و قابلیت‌های مناطق در چارچوب تقسیم کار ملی با تأکید بر تکمیل زنجیره ارزش.
۲. تقویت و توسعه نهادها و امکانات و الزامات تسهیل‌کننده تولید با توجه به قابلیت‌های مناطق مختلف کشور.
۳. ایجاد زمینه‌های لازم برای حمایت از شکل‌گیری سرمایه‌گذاری‌های محلی، منطقه‌ای و ملی، ارتقاء توانایی‌های مناطق و رشد قابلیت‌های کارآفرینی بخش غیردولتی در بخش صنعت، معدن و تجارت.
۴. توسعه صنایع با قابلیت صادرات محصول در نزدیکی کریدورها و مبادی ورودی و خروجی کشور مشروط به وجود توجیهات فنی و اقتصادی
۵. ارتقاء توان رقابتی از طریق ایجاد و توسعه خوشه‌ها و شبکه‌ها در بین واحدهای صنعتی و معدنی و تجاری در پهنه کشور
۶. تقویت و تجهیز مبادی ورود و خروج کالا و شبکه‌های حمل‌ونقل، متناسب با کریدورها و شبکه‌های بین‌المللی ترانزیت کالا و بازارهای عرضه و تقاضا
۷. ساماندهی و پیکربندی شبکه لجستیک داخلی کشور با تعیین نقش استان‌ها در نظام سلسله مراتبی تأمین و توزیع و ذخیره‌سازی کالای کشور
۸. بهره‌برداری بهینه از مناطق آزاد تجاری ویژه اقتصادی با رعایت الزامات اثربخشی و متناسب با زیرساخت‌های اساسی موجود با هدف هماهنگی نظام مدیریت این مناطق با سیاست‌های توسعه صنعتی و تجاری کشور و استفاده از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های تخصصی این مناطق با محوریت و تمرکز بر توسعه صادرات غیرنفتی.
۹. توسعه زیرساخت‌های تجاری مناطق مرزی با اولویت (هابها، مراکز لجستیکی، پایانه‌های صادراتی، نمایشگاه‌های ملی و بین‌المللی و بازارچه‌های مرزی) از طریق جلب مشارکت کشورهای هم‌جوار و منطقه
۱۰. تقویت ارتباط بین شبکه‌های حمل‌ونقل کالای کشور از طریق ایجاد پایانه‌های حمل‌ونقل ترکیبی در بنادر تجاری و نقاط مهم اتصالات ریلی و جاده‌ای کشور

#### ۲-۷-۴- راهبردهای توسعه بخش صنعت، معدن و تجارت

انتخاب راهبردهای تعیین شده بر مبنای مطالعات بررسی تطبیقی برخی کشورهای درحال توسعه و نوظهور صنعتی و همچنین بر اساس نظرات خبرگان، طی برگزاری جلسات کارشناسی، بررسی و جمع‌بندی گردیده است. راهبردهای توسعه بخش صنعت، معدن و تجارت عبارتند از:

۱. افزایش توان رقابت‌پذیری بنگاه‌ها
۲. توسعه مشارکت در سرمایه‌گذاری خارجی
۳. توسعه تجارت و تعاملات بین‌المللی با مشارکت بنگاه‌های داخلی و خارجی
۴. توسعه فناوری، نوآوری و تحقیق و توسعه در جهت نوسازی و روزآمدسازی صنایع کشور
۵. توسعه صنایع نوین و دانش‌بنیان
۶. توسعه خوشه‌ها و شبکه‌های تولیدی و صادراتی بر محور صنایع پیشران
۷. تبدیل واحدهای صنعتی و معدنی مستعد در هر رشته به واحدهای بزرگ‌مقیاس
۸. ایجاد تنوع در ابزارهای تأمین منابع مالی
۹. برندسازی و ارتقای اعتبار نام و نشان تجاری محصولات داخلی
۱۰. ایجاد و توسعه توانمندی طراحی، مهندسی و ساخت تجهیزات صنعتی و زیربنایی
۱۱. توسعه اکتشاف، استخراج و تولید فلزات استراتژیک
۱۲. تکمیل و توسعه زنجیره ارزش فعالیت‌های معدنی و صنایع مربوط
۱۳. نوین‌سازی نظام توزیع
۱۴. کاهش هزینه مبادله کالا و خدمات
۱۵. توسعه تجارت الکترونیک و ایجاد فروشگاه‌های بزرگ و شبکه‌ای
۱۶. توسعه صنایع متکی و مرتبط با نفت و گاز
۱۷. توسعه منابع انسانی و افزایش ظرفیت مدیریتی و تخصصی بخش
۱۸. نوسازی و بهسازی نظام‌های مدیریتی

## ۲-۷-۴-۵ موضوعات راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت

مطابق چارچوب ارائه شده برای تحقق اهداف تعیین شده در راستای راهبردهای بخش، موضوعات راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت به شرح زیر انتخاب گردیده است.

۱. بهبود مستمر سهولت انجام کسب‌وکار (تأکید بر بهبود شاخص‌های ۹۵ گانه بانک جهانی)
۲. پشتیبانی از تولید و عرضه کالا و خدمات مبتنی بر فناوری با ارزش افزوده بالا
۳. بهبود و توسعه روابط تجاری بین‌المللی و تسهیل تجارت در فضای رقابتی با اولویت صادرات غیرنفتی
۴. توانمندسازی بخش خصوصی و رفع موانع توسعه آن
۵. تسهیل در ارتقای سطح فناوری، توسعه صنایع پیشرفته و خدمات مرتبط
۶. تکمیل زنجیره ارزش فعالیت‌های معدنی، صنایع مربوطه و پشتیبانی از تولید کالاهای واسطه‌ای
۷. جلب و توسعه سرمایه‌گذاری خارجی در بخش صنعت، معدن و تجارت
۸. پشتیبانی از سرمایه‌گذاری در ایجاد و توسعه زیرساخت‌های بخش

۹. تأمین و توزیع مناسب کالاها و خدمات و تسهیل و نوین‌سازی جریان کالا و خدمات
۱۰. پشتیبانی و حمایت از مصرف تولیدات داخلی
۱۱. پشتیبانی از بهبود راندمان مصرف انرژی در فرآیندها و کالاهای تولیدی
۱۲. ارتقای توانمندی و شایستگی سرمایه‌های انسانی با تکیه بر فرهنگ اسلامی-ایرانی
۱۳. ارتقای فرهنگ و دانش عمومی برای پشتیبانی از توسعه صنعتی

## ۲-۷-۵ سند راهبردی آمایش استان کردستان

### ۲-۷-۵-۱ اهداف بنیادین توسعه‌ی فضای استان کردستان

- اهداف کلان توسعه‌ی فضای استان کردستان بر اساس چارچوب نظری مستخرج از مسائل، ارزش‌ها و مأموریت‌های منطقه، موضوعات راهبردی و همچنین منشور توسعه‌ی فضای به شرح زیر است:
- رقابت‌پذیری و الگوهای اقتصادی تحول‌یافته مبتنی بر کارآفرینی، بهره‌وری و نوآوری منطقه‌ای در تناسب با ساختار بازارهای فرا منطقه‌ای.
  - هم‌پیوندی عملکردی - کالبدی با شبکه‌ها و کریدورهای سرزمینی و فرا سرزمینی
  - دیپلماسی منطقه‌ای توسعه‌یافته و تقویت نقش هم‌پیوندی مرزهای بین‌المللی استان مبتنی بر رویکردهای ژئوپلیتیکی و هیدروپلیتیکی سرزمین
  - زیست‌پذیری و کیفیت زندگی ارتقاء یافته مکان در راستای جذب و نگهداشت سرمایه‌های انسانی منطقه

### ۲-۷-۵-۲ نقش استان کردستان در تقسیم‌کار ملی و منطقه‌ای

در این بخش نقش استان کردستان در تقسیم‌کار ملی و منطقه‌ای در قالب موضوعات جدول ۲-۷ آورده شده است.

**جدول ۲-۷:** نقش استان کردستان در تقسیم‌کار ملی و منطقه‌ای

امنیتی - دفاعی
توسعه‌ی هماهنگ مناطق مرزی از طریق تقویت امور زیربنایی و بهره‌گیری از مزیت نسبی جهت توسعه از ظرفیت گردشگری، آموزشی، بازرگانی و تعامل فرامرزی.
ارتقاء فعالیت‌های توسعه‌ای ملی و استانی در مناطق مرزی و استقرار مناسب جمعیت
توسعه فعالیت‌های اطلاعاتی و تقویت دیپلماسی مرزی
بهره‌گیری از مشارکت مرزنشینان در طرح‌های امنیتی
تأکید بر توسعه مناطق مرزی برای بهبود شرایط زندگی و افزایش سطح توسعه این مناطق به منظور ارتقای امنیت مرزهای کشور
ساماندهی نقاط مرزی و پایانه‌های مرزی استان و به‌ویژه باشماق و توسعه‌ی زیرساخت‌های فیزیکی و ارتباطی آن‌ها در جهت تأمین ارتباط و عبور و مرور بهینه کالا و مسافر در مرزهای استان با کردستان عراق و مبادلات بین‌المللی
اقتصادی
به کار بستن رویکرد کارآفرینی، اشتغال‌زایی و حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط دانش‌بنیان
توسعه اقتصاد صادرات محور و تقویت اقتصاد روستایی

فعال‌سازی منطقه آزاد تجاری مریوان به عنوان مرکز مبادلات تجارت استان با سطح عملکرد فرامنطقه‌ای
توسعه زیرساخت‌های منطقه آزاد تجاری و مناطق ویژه اقتصادی جهت توسعه فعالیت‌های تجاری و تولیدی در راستای تحکیم پیوند با بازارهای ملی و فراملی، توسعه خدمات بازرگانی نوین و تقویت زیرساخت‌های موردنیاز آن.
تولیدکننده گندم، علوفه و تبدیل به مراکز عمده تولید و پرورش ماهیان سرد آبی با هدف کمک به تأمین امنیت غذایی کشور و صادرات به عراق
سندج به عنوان مرکز مدیریت و راهبری تعاملات ایران و آسیای جنوب غربی با تأکید بر سازمان‌دهی عملکردی، نهادی و کالبدی منطقه در تنظیم تعاملات اقتصادی اجتماعی غرب کشور
توسعه و افزایش سهم صنعت در اقتصاد استان با تأکید بر ایجاد خوشه‌های صنعتی، صنایع دانش‌بنیان و مونتاژ، صنایع تبدیلی و تکمیلی، صنایع کوچک و متوسط اشتغال‌زا و با هدف تأمین بازار منطقه و کشورهای همسایه.
دگرگونی ساختار فعالیت‌های صنعتی و خدماتی آن‌ها در راستای افزایش سهم فعالیت‌های دانش پایه و زمینه‌سازی برای هدایت سرمایه‌گذاری‌های متمایل به این مناطق
توسعه صنایع تبدیلی و بسته‌بندی فرآورده‌های کشاورزی
توسعه خدمات بازرگانی با توجه به هم‌جواری آن با عراق و جهت‌گیری‌های توسعه استان
تمرکز بر صنایع واسطه‌ای در غرب کشور با تأکید بر ماندن ارزش افزوده حاصل از آن در استان
بسترسازی و تقویت نقش خدمات حمل‌ونقل و کالا و مسافر در شهرستان‌های سندج، بانه و مریوان
تقویت نقش بازارچه‌ها و فعالیت‌های بازرگانی به منظور تقویت و رونق اقتصاد منطقه‌ای در شهرستان بانه و مریوان
<b>زیرساخت-اطلاعاتی و ارتباطی</b>
تقویت و تجهیز شبکه‌های زیربنایی استان به منظور پشتیبانی از مبادلات و ارتباطات ملی و منطقه‌ای
ارتقاء سهم و جایگاه استان در شبکه ارتباطات ملی به‌ویژه در بهره‌مندی از فیبر نوری
بهره‌مندی استان از حمل‌ونقل ریلی به منظور ارتقاء جایگاه استان در شبکه مبادلات و تقویت پیوندهای ملی و منطقه‌ای
تأکید بر تقویت و توسعه محور میانی استان (سقز-سندج-کرمانشاه) به عنوان محور اصلی توسعه با توجه به لزوم انتشار توسعه در قلمرو استان و تکوین محور توسعه غرب کشور
توسعه و تجهیز فرودگاه سندج برای گسترش حمل‌ونقل هوایی و پروازهای بین‌المللی
تقویت و توسعه خطوط انتقال نیرو در فضاها و محورهای اولویت‌دار توسعه استان به‌ویژه محورهای اصلی و شرقی-غربی استان
ارتقاء کمی و کیفی شبکه زیرساخت‌ها و خدمات حمل‌ونقل جاده‌ای استان متناسب با نقش و جایگاه ارتباطی و مبادلات فرا استانی
تجهیز محورهای ترانزیتی استان به سامانه‌ها و خدمات ایمنی حمل‌ونقل و استراحت‌گاهی تسهیل و تسریع در ارتباطات و مبادلات فراملی
ارتقاء کیفی شبکه جاده‌ای ترانزیتی استان متناسب با عملکردها و نقش استان در صادرات واردات و ترانزیت کالا و مبادلات فرامرزی استان
سازمان‌دهی شبکه زیرساخت‌های حمل‌ونقل برای بهره‌برداری بهینه از موقعیت استان در محور غرب کشور و در ارتباط با اقلیم کردستان عراق
گسترش شبکه خطوط راه‌آهن کشور و استان تا نقطه مرزی باشماق و اتصال آن به شبکه حمل‌ونقل ریلی اقلیم کردستان عراق
توسعه ارتباطات و زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات با اقلیم کردستان عراق و اتصال به شبکه جهانی فیبر نوری
تسریع در امر تکمیل راه‌های ارتباطی شهرستان مریوان به دیگر شهرستان‌ها، که شامل راه‌های مریوان-کامیاران، مریوان سقز و مریوان بانه به منظور بهره‌گیری اقتصادی از مزیت‌های نسبی مرزی بودن و ایجاد تحرک در امر بازرگانی منطقه با کشور همسایه و درون کشور
مطالعه و احداث راه‌آهن و اتصال استان به شبکه سراسری راه‌آهن کشور
توسعه ارتباطات و زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات با اقلیم کردستان عراق و اتصال به شبکه جهانی فیبر نوری

ژئوپلیتیک
سندج به عنوان مرکز مدیریت و راهبری تعاملات ایران و آسیای جنوب غربی با تأکید بر سازمان‌دهی عملکردی، نهادی و کالبدی شهر در تنظیم تعاملات اقتصادی، اجتماعی کشور
سازمان‌دهی نقاط مرزی و پایانه‌های مرزی استان به‌ویژه باشماق، و توسعه زیرساخت‌های فیزیکی و ارتباطی آن‌ها در جهت تأمین ارتباط و عبور و مرور بهینه کالا و مسافر در مرزهای استان با کردستان عراق و مبادلات بین‌المللی

## ۲-۷-۶ واکاوی سند آمایش استان کردستان از منظر اقتصادی

در این سند ۱۶ هدف تعریف شده که فقط دو هدف آن به روابط بین استان کردستان و اقلیم کردستان اشاره شده است. در ادامه این دو هدف به‌همراه راهبردها و پروگرام‌های پیشنهادی در سند آمایش استان کردستان تبیین شده است.

جدول ۲-۸: هدف، راهبردها و برنامه‌های پیشنهادی در سند آمایش استان کردستان

هدف	راهبرد	برنامه‌ی عملیاتی
ارتقاء سهم مبادلات فراملی استان کردستان در کلیه زمینه‌ها (بازرگانی، فرهنگی، ورزشی و هنری) به‌ویژه سامان‌یابی مبادلات مرزی	بهره‌گیری از موقعیت جغرافیایی استان در تولید و صدور کالا و خدمات به کشور عراق	<ul style="list-style-type: none"> <li>ایجاد امکانات و توسعه‌ی پایگاه‌های عملیات بازرگانی فراملی</li> <li>ایجاد بندر خشک و منطقه آزاد تجاری-صنعتی در شهرستان مریوان</li> <li>ایجاد مناطق ویژه اقتصادی</li> <li>ایجاد منطقه اقتصادی (صنعتی و تجاری) مشترک ایران و عراق</li> <li>تجهیز و ساماندهی مراکز نگهداری کالا (سوله و سردخانه)</li> <li>تجهیز مراکز نگهداری غلات</li> <li>تجهیز شبکه توزیع کالا با فناوری نوین و روش‌های مدرن</li> <li>راه‌اندازی مراکز تسهیل و توسعه خدمات مالی و سرمایه‌گذاری</li> <li>ایجاد محوطه‌های نمایشگاهی در مراکز عمده توزیع و مبادله کالا و نمایشگاه‌های دائمی فرش دستباف</li> <li>ساماندهی مبادلات مرزی غیررسمی، جهت حمایت و تقویت تعاونی‌های مرزنشینان در شهرستان‌های بانه، مریوان، سقز و سروآباد و ایجاد گسترش تشکل‌های حرفه‌ای و صنفی از کارگران شاغل در این مناطق</li> <li>ایجاد مراکز و شعب ستاد تشویق و حمایت از سرمایه‌گذاری استان کردستان و مرکز خدمات سرمایه‌گذاری استان کردستان در مرکز کشور، مراکز استان و قطب‌های مالی کشور، اربیل و سلیمانیه اقلیم کردستان و سایر کشورهای منطقه که به‌واسطه‌ی هم‌وطنان گُرد ساکن و مهاجر و یا قابلیت‌ها و سازوکارهای مالی و اقتصادی امکان سرمایه‌گذاری در استان کردستان را دارند.</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• تکمیل، تجهیز و گسترش شبکه حمل و نقل جاده‌ای و گسترش شبکه بزرگراهی و شریانی استان</li> <li>• تجهیز استان به شبکه حمل و نقل ریلی و اتصال آن به شبکه کشوری و بین‌المللی</li> <li>• آماده‌سازی فرودگاه‌های استان برای فعالیت حمل و نقل هوایی با عملکرد داخلی، منطقه‌ای و بین‌المللی</li> <li>• ساماندهی و تجهیز راهوندهای کریدورهای ترانزیتی و شریانی استان</li> <li>• تجهیز راهداری استان و ایجاد مدیریت مشترک کریدورهای منطقه‌ای</li> <li>• تجهیز پایانه‌های استان و پایانه‌های مرزی به فناوری نوین و مدیریت فرابخشی</li> <li>• رفع نقاط حادثه‌خیز در محورهای ارتباطی</li> <li>• ایجاد شبکه هوشمند مدیریت حمل و نقل</li> <li>• تقویت شبکه خطوط انتقال نیرو و مولدهای انرژی</li> <li>• ارتقاء کیفیت و گسترش شبکه انتقال فرآورده‌های نفتی / استفاده از انرژی‌های نو</li> </ul>	<p>توسعه و تجهیز زیرساخت‌های استان برای رشد فعالیت‌های اقتصادی و ایفای نقش فرمانطقه‌ای</p>	<p>توسعه‌ی زیربنایها و زیرساخت‌های استان مشتمل بر گسترش فیبر نوری، شبکه‌های ارتباطی و حمل و نقل و شبکه‌های انتقال انرژی</p>
---	--	---

## ۲-۷-۷-۲ برنامه راهبردی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان

### ۲-۷-۷-۲ بیانیه مأموریت سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان

در راستای مأموریت وزارت صنعت، معدن و تجارت مندرج در سند برنامه راهبردی وزارت متبوع، بیانیه مأموریت سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان به شرح زیر تعیین می‌گردد:

"سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان همسو با سیاست‌های مندرج در برنامه راهبردی وزارت و سایر اسناد بالادستی، حمایت از سرمایه‌گذاری در مسیر توسعه بخش خصوصی و بهبود مستمر شاخص‌های بهره‌وری در بخش‌های صنعت، معدن و تجارت را وظیفه خود تلقی می‌نماید. از این رو مصمم است با برنامه‌ریزی، مشاوره، پاسخگویی مناسب، نظارت دقیق و حمایت همه‌جانبه از مزیت‌های نسبی و رقابتی استان در بخش‌های سه‌گانه صنعت، معدن و تجارت گام‌های مؤثری برای ارتقاء جایگاه استان در بین سایر استان‌های کشور برداشته و از این طریق در جهت تحقق سیاست‌ها و اهداف اقتصاد مقاومتی و به‌علاوه ایجاد اشتغال و توسعه پایدار و ارتقاء شاخص‌های رفاهی مردم استان بکوشد. برای تحقق این اهداف، سازمان ضمن جلب مشارکت دستگاه‌های اجرایی و اداری سطح استان کردستان، از سایر منابع و نیروی انسانی متخصص و موجود خود به نحو احسن استفاده می‌نماید."

### ۲-۷-۷-۲ چشم‌انداز سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان در افق ۱۴۰۴

در راستای تحقق اهداف چشم‌انداز کشور وزارت صنعت، معدن و تجارت، چشم‌انداز سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان در افق ۱۴۰۴ به شرح زیر ترسیم می‌گردد:

"سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان به‌عنوان پیشران توسعه اقتصادی استان می‌کوشد با تأکید بر حمایت از فناوری‌های نوین، حوزه‌های اولویت‌دار، مزیت‌های نسبی و رقابتی استان کردستان و جلب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و



خارجی، ضمن تلاش برای ارتقاء سطح رفاه عمومی و تحقق توسعه پایدار استان، به دنبال کسب جایگاه شایسته و درخور متناسب با پتانسیل‌ها و استعدادهای استان در حوزه‌های صنعت، معدن و تجارت باشد. به نحوی که در افق ۱۴۰۴ از نظر شاخص‌های توسعه صنعتی به خصوص سرمایه‌گذاری به عمل آمده به رده‌ی استان‌های میانه جدول (رتبه پانزدهم کشور) ارتقاء یافته و با توسعه و تقویت زیرساخت‌ها به قطب معدنی و تجارت خارجی کشور تبدیل شود."

### ۲-۷-۷-۳ اهداف کلی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان

- ارتقاء شاخص‌های بهره‌وری مرتبط با بخش‌های سه گانه صنعت، معدن و تجارت
- ارتقاء سهم ارزش افزوده از تولید ناخالص داخلی استان در بخش‌های سه گانه صنعت، معدن و تجارت
- تقویت صادرات
- حمایت از تولید داخلی کشور و تقویت فرهنگ مصرف تولیدات داخلی
- افزایش سهم تولید در صنایع با فناوری بالا و متوسط و صنایع تأثیرگذارتر در ارتقاء سهم ارزش افزوده استان
- ایجاد و توسعه اشتغال از طریق گسترش و ایجاد صنایع منتخب و مزیت‌های رقابتی استان کردستان
- ارتقاء سهم بخش خصوصی در سرمایه‌گذاری‌های صنعتی، معدنی و تجاری استان
- توسعه برنامه‌ریزی مبنی بر فناوری اطلاعات و کاربردهای آن و ارتقاء بهبود زیرساخت‌های مرتبط با آن
- افزایش رقابت‌پذیری صنعتی استان
- تقویت صادرات و افزایش سهم صادرات استان در آمار صادرات کشور
- رعایت الزامات و استانداردهای زیست‌محیطی در راستای دستیابی به اهداف توسعه پایدار استان کردستان و ارتقاء شاخص‌های زیست‌محیطی، ایمنی و بهداشت

### ۲-۷-۷-۴ راهبردهای بخش صنعت در راستای راهبردها و سیاست‌های اجرایی وزارت متبوع

- افزایش توان رقابت‌پذیری بنگاه‌های صنعتی
- توسعه سرمایه‌گذاری خارجی
- توسعه فناوری، نوآوری و تحقیق و توسعه در جهت نوسازی و روزآمدسازی صنایع استان
- توسعه صنایع نوین و دانش‌بنیان
- توسعه خوشه‌ها و شبکه‌های تولیدی و صادراتی بر محور صنایع پیشران
- تبدیل واحدهای صنعتی مستعد در هر رشته به واحدهای بزرگ مقیاس
- ایجاد تنوع در ابزارهای تأمین منابع مالی
- ایجاد و توسعه توانمندی طراحی، مهندسی و ساخت تجهیزات صنعتی و زیربنایی
- توسعه صنایع متکی و مرتبط با نفت و گاز
- توسعه منابع انسانی و افزایش ظرفیت مدیریتی و تخصصی بخش صنعت
- نوسازی و بهسازی نظام‌های مدیریتی

## ۲-۷-۷-۵ راهبردهای بخش معدن در راستای راهبردها و سیاست‌های اجرایی وزارت متبوع

- افزایش توان رقابت‌پذیری بنگاه‌های معدنی
- توسعه سرمایه‌گذاری خارجی
- توسعه فناوری، نوآوری و تحقیق و توسعه در جهت نوسازی و روزآمدسازی معادن استان
- تبدیل واحدهای معدنی مستعد در هر رشته به واحدهای بزرگ‌مقیاس
- توسعه اکتشاف، استخراج و تولید فلزات استراتژیک
- تکمیل و توسعه زنجیر ارزش فعالیت‌های معدنی و صنایع مربوطه

## ۲-۷-۷-۶ راهبردهای بخش تجارت در راستای راهبردها و سیاست‌های اجرایی وزارت متبوع

- افزایش توان رقابت‌پذیری بنگاه‌های تجاری
- توسعه تجارت و تعاملات بین‌المللی با مشارکت بنگاه‌های داخلی و خارجی
- برندسازی و ارتقاء اعتبار نام و نشان تجاری محصولات داخلی
- کاهش هزینه مبادلات کالا و خدمات
- توسعه تجارت الکترونیک و ایجاد فروشگاه‌های بزرگ و شبکه‌ای
- توسعه منابع انسانی و افزایش ظرفیت مدیریتی و تخصصی بخش تجارت
- نوسازی و بهسازی نظام‌های مدیریتی

## ۲-۷-۷-۷ الزامات تحقق اهداف و اجرای برنامه‌ها

اجرائی شدن اثربخش راهبردها و سیاست‌ها در جهت تحقق کامل اهداف تعیین شده، نیازمند برآورده شدن الزامات زیر

می‌باشد:

- پذیرش اولویت تولید در کلیه سطوح تصمیم‌گیری
- تکریم و ارج نهادن به سرمایه‌گذاری و سرمایه‌گذار در بخش‌های مولد اقتصادی
- هدایت منابع مالی استان به بخش‌های مولد اقتصادی به‌ویژه صنعت و معدن
- رفع محدودیت‌های بین‌المللی و گسترش روابط اقتصادی و تجاری
- وجود فضای مناسب کسب‌وکار
- تأمین زیرساخت‌های موردنیاز بخش توسط سایر دستگاه‌های اجرایی استان
- شایسته‌سالاری، شفاف‌سازی و تحکیم حکمرانی خوب در تمامی دستگاه‌ها
- جلوگیری از واردات غیررسمی کالا
- اصلاح قوانین محل تولید و تجارت در بخش و ثبات قوانین و مقررات جاری
- حمایت بخش‌های فرهنگی و رسانه‌ای از توسعه صنعتی استان

## ۸-۲ بررسی تجارب موفق تجارت

### ۱-۸-۲ کشور ترکیه

جمهوری ترکیه کشوری با درآمد متوسط به بالاست که در شاخص‌های انسانی سال ۲۰۲۰ رتبه ۵۴ از ۱۸۹ را کسب کرده است. موقعیت جغرافیایی و اقتصاد پویا، آن را به یک بازیگر کلیدی منطقه‌ای و بین‌المللی تبدیل کرده است. ترکیه از سال ۲۰۰۰ به طور متوسط ۵ درصد رشد اقتصادی سالانه را تجربه کرده است (World Food Programme, 2022).

در سال ۲۰۲۱، ترکیه رتبه ۱۹ اقتصاد جهان از نظر تولید ناخالص داخلی (بر حسب دلار فعلی آمریکا)، رتبه ۲۸ در کل صادرات، رتبه ۲۶ در کل واردات، رتبه ۶۸ بر اساس سرانه تولید ناخالص داخلی و رتبه ۴۲ پیچیده‌ترین اقتصاد بر اساس شاخص پیچیدگی اقتصادی<sup>۱</sup> (ECI) را داشته است.

بیشترین صادرات ترکیه خودرو (۱۰ میلیارد دلار)، جواهرات (۶۸ میلیارد دلار)، نفت پالایش شده (۶۵۳ میلیارد دلار)، وسایل نقلیه موتوری: قطعات و لوازم جانبی (۸۷۰۱ تا ۸۷۰۵) (۵۹۴ میلیارد دلار) و کامیون‌های تحویل (۵۸ میلیارد دلار) است. بیشتر این کالاها به آلمان (۱۹۸ میلیارد دلار)، ایالات متحده (۱۴۸ میلیارد دلار)، بریتانیا (۱۴۲ میلیارد دلار)، ایتالیا (۱۱۶ میلیارد دلار) و عراق (۱۱۱ میلیارد دلار) صادر می‌شود. در سال ۲۰۲۱، ترکیه بزرگ‌ترین صادرکننده میله آهن خام (۴۸ میلیارد دلار)، فرش دستبافت (۲۷۱ میلیارد دلار)، آرد گندم (۱۰۱۱ میلیارد دلار)، سنگ مرمر، تراورتن و آلابستر (۸۰۰ میلیون دلار) و رادیاتور آهن (۶۷۵ میلیون دلار) در جهان بود.

عمده واردات ترکیه نفت پالایش شده (۱۰۸ میلیارد دلار)، ضایعات آهن (۱۰۳ میلیارد دلار)، خودرو (۶۹۸ میلیارد دلار)، گاز نفت (۶۸۲ میلیارد دلار) و وسایل نقلیه موتوری: قطعات و لوازم جانبی (۸۷۰۱ تا ۸۷۰۵) (۶۵۷ میلیارد دلار) است. بیشتر این کالاها از چین (۳۱۶ میلیارد دلار)، آلمان (۲۴۲ میلیارد دلار)، روسیه (۲۰۱ میلیارد دلار)، ایالات متحده (۱۲۴ میلیارد دلار) و ایتالیا (۱۱۳ میلیارد دلار) وارد می‌شود.

در سال ۲۰۲۱، ترکیه بزرگ‌ترین واردکننده ضایعات آهن (۱۰۳ میلیارد دلار)، نخ‌های مصنوعی غیر خرده‌فروشی (۱۶۵ میلیارد دلار)، اسیدهای پلی‌کربوکسیلیک (۱۵۲ میلیارد دلار)، الیاف منگنه مصنوعی فرآوری نشده (۶۲۸ میلیون دلار) و دانه‌های آفتابگردان (۴۵۳ میلیون دلار) در جهان بود (OECD, World, 2023).

استراتژی صادرات ترکیه برای سال ۲۰۲۳ توسط وزارت بازرگانی (در آن زمان وزارت اقتصاد) و مجمع صادرکنندگان ترکیه در سال ۲۰۰۹ آغاز شد. هدف اصلی این استراتژی این است که اقتصاد ترکیه در سال ۲۰۲۳ به یکی از ۱۰ اقتصاد بزرگ جهان تبدیل شود و ۱۵ درصد از حجم تجارت جهان را به خود اختصاص دهد. علاوه بر این، برنامه‌ریزی شده است که در سال ۲۰۲۳ نسبت صادرات به واردات به ۸۰ درصد برسد.

<sup>۱</sup> ECI: Economic Complexity Index

این استراتژی به جای تمرکز بر اهداف کوتاه‌مدت، چشم‌اندازی بلندمدت دارد. برای دستیابی به اهداف بلندمدت، استراتژی جدید، هر دو بخش تولید و صادرات را در بر می‌گیرد. در این راستا، استراتژی صادرات ترکیه یک برنامه تولید در راستای عملکرد صادراتی را تعیین می‌کند. ساختار اساسی این استراتژی، انتقال تولید از بخش‌های با فناوری پایین به مناطق با ارزش افزوده بالا و دستیابی به سرمایه‌گذاری‌های جدید در بخش‌های با فناوری پیشرفته است.

برای دستیابی به این اهداف استراتژی؛ برخی اقدامات حیاتی توسط ترکیه در حال اجرا هستند، این اقدامات عبارتند از:

- انجام پروژه‌های تحقیق و توسعه<sup>۱</sup> (R&D) و توسعه رقابت بین‌المللی به منظور افزایش ظرفیت صادرات بخشی.
- افزایش تعداد شرکت‌های ملی در نمایشگاه‌های بین‌المللی، هیئت‌های تجاری عمومی و بخشی و خرید مأموریت در بازارهای هدف.
- اجرای استراتژی تنوع‌بخشی و کشوری در ترکیب صادرات
- تمرکز فعالیت‌های تجاری در بازارهای هدف
- افزایش ظرفیت صادراتی بنگاه‌های کوچک و متوسط<sup>۲</sup> (SMEs)
- افزایش تعداد برندهای جهانی ترکیه در جهان
- تبدیل استانبول به مرکز مد، نمایشگاه و تجارت بین‌المللی
- تأمین نهاده‌های حیاتی برای صادرات
- ایجاد خوشه‌های بخشی برای کسب رقابت‌پذیری در بازارهای بین‌المللی
- بهبود امکانات لجستیکی ترکیه
- توسعه ابزارهای جدید تأمین مالی صادرات

به طور خلاصه، "استراتژی صادرات ترکیه برای سال ۲۰۲۳" ساختار صادراتی مدرن و منعطف را هدف قرار داده است که مبتنی بر فناوری پیشرفته و تحقیق و توسعه (Research and Development) است تا با نوسازی ساختار صادرات ترکیه به نیازهای محیط تجاری امروز و آینده پاسخ دهد ([www.trade.gov.tr](http://www.trade.gov.tr)).

## ۲-۸-۲ کشور امارات

در سال ۲۰۲۱، کشور امارات رتبه ۲۳ در کل صادرات، رتبه ۲۲ در کل واردات و رتبه ۵۵ پیچیده‌ترین اقتصاد بر اساس شاخص پیچیدگی اقتصادی (ECI) را داشته است.

بیشترین صادرات امارات متحده عربی نفت خام (۵۸.۵ میلیارد دلار)، نفت پالایش شده (۴۲.۵ میلیارد دلار)، طلا (۳۲.۸ میلیارد دلار)، تجهیزات پخش (۱۶.۵ میلیارد دلار) و الماس (۱۳.۶ میلیارد دلار) است. بیشتر این محصولات به هند (۴۲ میلیارد دلار) ژاپن (۲۴.۸ میلیارد دلار)، چین (۲۲.۸ میلیارد دلار)، عربستان سعودی (۲۲.۳ میلیارد دلار) و عراق (۱۴.۳ میلیارد دلار)

<sup>۱</sup> R&D: Research & Development

<sup>۲</sup> (SEMs) Small And Medium Enterprises: بنگاه‌های کوچک و متوسط

صادر می‌شود. در سال ۲۰۲۱، امارات متحده عربی بزرگ‌ترین صادرکننده گوگرد (۹۳۷ میلیون دلار)، سنگ آهک (۵۵۳ میلیون دلار) و شن و سنگ خرد شده (۳۷۱ میلیون دلار) در جهان بود.

بیشترین واردات امارات متحده عربی طلا (۴۶ میلیارد دلار)، تجهیزات پخش (۱۸.۵ میلیارد دلار)، نفت پالایش شده (۱۶.۷ میلیارد دلار)، الماس (۱۳.۶ میلیارد دلار) و خودرو (۹.۳ میلیارد دلار) است. بیشتر این محصولات از چین (۴۶.۴ میلیارد دلار)، هند (۲۵.۴ میلیارد دلار)، ایالات متحده (۱۴.۹ میلیارد دلار)، عربستان سعودی (۱۴ میلیارد دلار) و آلمان (۸.۴۴ میلیارد دلار) وارد می‌شود. در سال ۲۰۲۱، امارات متحده عربی بزرگ‌ترین واردکننده قایق‌های یدک‌کش (۱.۰۲ میلیارد دلار) و Pitch Coke (۱۳۶ میلیون دلار) در جهان بود (OEC. World, 2023).

کشور امارات یکی از ۲۰ صادرکننده‌های برتر جهان است. امارات به بیش از ۱۸۰ کشور جهان محصول صادر می‌کند و عربستان سعودی برترین بازار صادراتی امارات محسوب می‌شود. وزارت اقتصاد کشور امارات اعلام داشته که هدف کشور افزایش ۵۰ درصدی صادرات ملی است. این وزارتخانه این هدف را با این شعار بیان کرده: "وارد بازارهای جهانی شوید و صادرات امارات متحده عربی را تقویت کنید".

وزارت اقتصاد امارات، برنامه‌های راهبردی را برای بهبود صادرات امارات و افزایش آگاهی در مورد محصولات امارات در صنایع هدف بازارهای خارجی توسعه و اجرا می‌کند. هدف این وزارتخانه ارتقاء و رونق صادرات ملی از طریق شرکت در نمایشگاه‌ها و همایش‌های بین‌المللی، تبادل هیئت‌ها و بازدیدهای رسمی، راه‌اندازی رویدادهای مجازی، برگزاری نشست‌های دوره‌ای با صادرکنندگان، انتشار نشریات و مطالعات آموزنده و توسعه سیاست‌های ویژه است. اهداف یکی از این سیاست‌ها ارتقای جایگاه امارات به عنوان یک مرکز جهانی برای بازارهای طلا و جواهرات است ([www.moec.gov.ae](http://www.moec.gov.ae)).

### برنامه‌های استراتژیک: دستور کار ملی برای توسعه صادرات غیرنفتی

هدف این دستور کار تقویت صادرات ملی و تعیین خطوط کلی تجارت خارجی امارات و توسعه بازارهای جهانی، پیوند آن‌ها با نیازها و قابلیت‌های واقعی صادرکنندگان در امارات است. این دستور کار به شرکت‌های صادرکننده اجازه می‌دهد تا وارد بازارهای تخصصی شوند و بازارهای در حال رشد و امیدوارکننده‌ی جدید را هدف قرار دهند که محصولات با کیفیت بالا و رقابتی امارات را ترویج می‌کند.

از جمله اهداف این دستور کار، تقویت موقعیت پیشرو امارات به عنوان قطب منطقه‌ای و بین‌المللی برای صادرات مجدد و افزایش مشارکت شرکت‌های ملی در صادرات امارات است. همچنین این دستور کار به دنبال افزایش کارایی محصولات ملی و افزایش رقابت‌پذیری آن‌ها در بازارهای جهانی، هماهنگ کردن تلاش‌های ملی نهادهای فدرال و محلی و تقویت یکپارچگی بین آن‌ها و استفاده از فناوری‌های مدرن در مشاغل است که از جریان کالاها پشتیبانی می‌کنند.

این دستور کار از ۱۴ بخش حیاتی و اولویت‌دار (صنعت فلز، مصالح ساختمانی، خدمات مالی، طلا و فلزات گران‌بها، صنعت دفاعی، صنعت غذا، خدمات آموزشی، بخش لجستیک، انرژی تجدیدپذیر، صنایع دارویی و بهداشتی، نوآوری و خدمات الکترونیکی، هتل و خدمات گردشگری، صنعت پتروشیمی و صنعت پلاستیک) در امارات حمایت می‌کند و هدف آن تقویت تجارت خارجی امارات و افزایش درصد صادرات ملی در مقایسه با صادرات مجدد به میزان ۵۰ درصد از کل صادرات طی

چند سال آینده است. این دستور کار همچنین بر تلاش‌های ملی برای دستیابی به استراتژی‌های امارات در بخش‌های اولویت‌دار از جمله صنایع پیشرفته و امنیت غذایی استوار است ([www.moec.gov.ae](http://www.moec.gov.ae)).

## ۲-۸-۳ کشور چین

چین اصلاحات تجاری خود را در سال ۱۹۷۸ انجام داد و تلاش کرد تا با راه‌اندازی شرکت‌های صادرات محور و سرمایه‌گذاری خارجی، حجم صادرات خود را افزایش دهد. در همین حال، چین سیستم اقتصادی ملی خود را اصلاح کرد و رقابت صادرات صنعت تولید را افزایش داد. بنابراین، حجم تجارت خارجی چین به سرعت رشد کرده است. به عنوان مثال، ارزش کل واردات و صادرات چین از تنها ۲۰.۶۰ میلیارد دلار در سال ۱۹۷۸ به ۲۲۰۷.۲۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۹ افزایش یافت. در ۳۱ سال، ارزش تجارت خارجی چین ۱۰۶ برابر شده و میانگین رشد سالانه ۱۶.۳ درصدی را به ثبت رسانده است. بر این اساس، با باز شدن اقتصاد چین، میزان وابستگی اقتصادی چین به تجارت خارجی به ۴۴.۹ درصد رسیده است.

رقابت دائمی و فزاینده صادرات چین نیز، خود را در تغییر محسوس در تراز تجارت خارجی چین نشان داده است. با وجود رشد سریع اقتصادی چین که به افزایش حجم واردات کمک کرده است، تجارت خارجی چین از سال ۱۹۹۴ تعادل مطلوبی را به ثبت رسانده است. بسیاری از محققان احساس می‌کنند چین در حال تکرار تاریخ ایالات متحده، آلمان و ژاپن است، که «سال‌ها در دوره‌ای که رقابت‌پذیری صنعت تولید با سرعتی سریع قوی‌تر می‌شود، تراز تجاری مطلوبی را نشان می‌دهد». محققان همچنین خاطر نشان می‌کنند که چین تراز تجاری مطلوبی را برای چند سال حفظ خواهد کرد.

از سال ۱۹۷۸ تا ۲۰۰۹، نسبت کالاهای اولیه در صادرات چین از ۵۴ درصد به ۵.۳ درصد کاهش یافت و درصد محصولات تولیدی از ۴۶ درصد به ۹۴.۷ درصد افزایش یافت. در سال ۲۰۰۶، چین از نظر حجم تولید بیش از ۱۷۰ نوع محصول، رتبه اول جهانی را به خود اختصاص داد و همچنین از نظر حجم صادرات ۷۷۴ نوع محصول، رتبه اول جهانی را به خود اختصاص داد. بنابراین چین از صادرکننده محصولات اولیه به صادرکننده عمده محصولات تولیدی تبدیل شده است. از جمله، درصد مربوط به محصولات الکترومکانیکی در کل کالاهای صادراتی چین به ۵۹.۳ درصد و درصد مربوط به محصولات جدید و با فناوری پیشرفته ۳۱.۴ درصد (سال ۲۰۰۹) است که تقریباً با میانگین سطوح ثبت شده در OECD<sup>۱</sup> برابر است (G. Long, 2010).

در سال ۲۰۰۱، چین به سازمان تجارت جهانی<sup>۲</sup> (WTO) پیوست. این نقطه عطف در ادغام چین در جهانی شدن اقتصادی بود که مرحله تاریخی جدیدی از اصلاحات و گشایش را رقم زد. چین از زمان الحاقش به WTO یکی از مدافعان قوی تجارت آزاد بوده است. چین به طور همه‌جانبه به تعهدات خود نسبت به سازمان تجارت جهانی عمل کرده است، بازار خود را به طور قابل توجهی به روی جهان باز کرده است، و نتایج دوجانبه سودمند و برد-برد را در مقیاس وسیع‌تری ارائه کرده است (The State Council Information Office of the People's Republic of China, 2018). چین به لطف مازاد تجاری عظیم خود در چند سال گذشته، به بزرگ‌ترین صادرکننده جهان تبدیل شده است و در بین بزرگ‌ترین واردکنندگان جهان در رتبه

<sup>۱</sup> Organisation for Economic Co-operation and Development: سازمان همکاری اقتصادی و توسعه

<sup>۲</sup> World Trade Organization: سازمان تجارت جهانی

دوم قرار دارد. علی‌رغم سیاست‌های سخت‌گیرانه‌اش، این کشور نسبتاً به روی تجارت خارجی باز است. طبق گزارش بانک جهانی، در سال ۲۰۲۰ کشور چین ۳۷ درصد از تولید ناخالص داخلی خود را از طریق تجارت کسب کرده است (Santandertrade.com, 2023).

در سال ۲۰۲۱، چین دومین اقتصاد جهان از نظر تولید ناخالص داخلی (بر حسب دلار فعلی آمریکا) بود. این کشور رتبه اول در کل صادرات، رتبه دوم در کل واردات، رتبه ۵۸ بر اساس سرانه تولید ناخالص داخلی و رتبه ۲۵ پیچیده‌ترین اقتصاد بر اساس شاخص پیچیدگی اقتصادی (ECI) را داشته است.

بیشترین صادرات چین تجهیزات پخش (۲۳۱ میلیارد دلار)، کامپیوتر (۱۹۲ میلیارد دلار)، مدارهای مجتمع (۱۵۸ میلیارد دلار)، قطعات ماشین‌های اداری (۱۰۱ میلیارد دلار) و تلفن (۵۳.۹ میلیارد دلار) است. بیشتر این محصولات به ایالات متحده (۵۳۰ میلیارد دلار)، هنگ‌کنگ (۳۲۳ میلیارد دلار)، ژاپن (۱۶۸ میلیارد دلار)، کره جنوبی (۱۴۰ میلیارد دلار) و آلمان (۱۳۴ میلیارد دلار) صادر می‌شود. در سال ۲۰۲۱، چین بزرگ‌ترین صادرکننده تجهیزات پخش (۲۳۱ میلیارد دلار)، رایانه (۱۹۲ میلیارد دلار)، قطعات ماشین‌های اداری (۱۰۱ میلیارد دلار)، تلفن (۵۳.۹ میلیارد دلار)، و دستگاه‌های نیمه‌هادی (۴۹.۲ میلیارد دلار) در جهان بود.

مهم‌ترین واردات چین نفت خام (۲۰۸ میلیارد دلار)، مدارهای مجتمع (۱۷۱ میلیارد دلار)، سنگ آهن (۱۴۶ میلیارد دلار)، گاز نفت (۵۶.۶ میلیارد دلار) و سنگ مس (۵۲.۴ میلیارد دلار) است. بیشتر این محصولات از کره جنوبی (۱۵۸ میلیارد دلار)، ژاپن (۱۵۳ میلیارد دلار)، ایالات متحده (۱۵۱ میلیارد دلار)، استرالیا (۱۳۸ میلیارد دلار) و چین تایپه (۱۲۶ میلیارد دلار) وارد می‌شود (OECD, 2023).

دولت چین در مواجهه با منابع انرژی ناکافی و همچنین فشار شدید فزاینده بر محیط طبیعی کشور، به شدت از ضرورت تغییر شیوه توسعه اقتصادی چین آگاه شده است. در سال‌های اخیر، دولت چین یک مفهوم علمی توسعه را مطرح کرده است که بر اساس آن لازم است روابط بین اقتصاد، جامعه، جمعیت، منابع و محیط‌زیست به‌طور کلی برنامه‌ریزی شود. ایجاد یک کشور صرفه‌جو در منابع، دوستدار محیط‌زیست و نوآور، به کشور اجازه می‌دهد تا به روشی هماهنگ و پایدار توسعه یابد. تحت هدایت مفهوم علمی توسعه، نیاز به تغییر حالت رشد تجارت خارجی و اجرای استراتژی تجارت خارجی پایدار است (G. Long, 2010).

## استراتژی تجارت پایدار چین

### سیر کلی اندیشه برای استراتژی توسعه پایدار تجارت خارجی

اقتصاد و توسعه تجارت چین هر دو استراتژی جدیدی را پذیرفته‌اند. در آینده، چین باید استراتژی توسعه اقتصادی خود را مطابق با مفهوم علمی توسعه خود تنظیم کند. کلمات کلیدی راهنمای جدید برای توسعه آینده عبارتند از: نخست مردم نوآوری، توسعه متعادل و پایدار، و هماهنگی اجتماعی. چین از حالت توسعه گسترده سابق خود به حالت توسعه فشرده تغییر خواهد کرد.



به همین ترتیب، استراتژی تجارت نیز باید از صادرات محور به یک استراتژی پایدار تغییر کند. استراتژی تجارت خارجی پایدار جزء مهمی از استراتژی توسعه اقتصادی هماهنگ و پایدار را تشکیل می‌دهد و همچنین مکمل دومی است. از یک سو، اجرای استراتژی تجارت خارجی پایدار به تحقق توسعه اقتصادی پایدار کمک می‌کند. از سوی دیگر، استراتژی تجارت خارجی پایدار متکی بر دگرگونی شیوه توسعه اقتصادی و ارتقای ترکیب صنعتی چین است. سه رکن برای استراتژی تجارت پایدار عبارتند از: پایداری اقتصادی، پایداری اجتماعی و پایداری محیطی.

برای رسیدن به هدف پایداری اقتصادی، چین:

- افزایش ارزش افزوده صادرات از طریق نوآوری.
- افزایش پیوند ارزش افزوده خدمات محصولات صادراتی؛
- افزایش رقابت بین‌المللی بخش‌های خدماتی و توسعه تجارت خدمات؛
- چین با استفاده از شرکت‌های فراملیتی، برندهای درجه یک و شبکه‌های بازاریابی بین‌المللی را افزایش دهد.
- ایفای نقش فعال در سیستم‌های چندجانبه و منطقه‌ای برای ایجاد یک محیط خارجی بهتر

توسعه تجارت همچنین پیامدهای اجتماعی بسیار عمیقی در چین دارد. صادرات چین عمدتاً محصول نیروی کار است. چند ده میلیون کارگر مهاجر در بخش صادرات کار می‌کنند که در چین پایین‌ترین درآمد را دارند. بنابراین صادرات نقش مهمی در ایجاد وفاق اجتماعی از نظر ایجاد مشاغل غیر کشاورزی، افزایش درآمد کارگران مهاجر و کاهش نابرابری درآمد ایفا کرده است.

## وظایف محوری تحت استراتژی تجارت خارجی پایدار

### ۱. ارتقاء بخش‌های تولیدی.

ارتقاء بخش‌های تولیدی وظیفه‌اش افزایش ارزش‌های فناوری محصولات صادراتی است که به معنای طولانی کردن پیوند ارزش افزوده محصولات صادراتی در چین و همچنین افزایش ارزش افزوده فناوری‌ها است. برای تحقق این هدف، از یک سو، تشویق مستمر شرکت‌های سرمایه‌گذاری خارجی برای انتقال بیشتر امکانات تحقیق و توسعه (همراه با فناوری‌های پیچیده‌تر در اختیارشان) به چین و افزایش سرریز اثرات در چین ضروری است. از سوی دیگر، شرکت‌های داخلی باید تشویق شوند تا از فرصت‌های به وجود آمده در نتیجه جهانی شدن اقتصادی استفاده کامل کنند، فعالیت‌های نوآوری فنی را در سراسر جهان انجام دهند و صادرات آن کالاها را با IPR<sup>1</sup> خود حمایت و تقویت کنند.

### ۲. طولانی شدن پیوند ارزش افزوده خدمات و محصولات صادراتی

در حال حاضر، زنجیره ارزش محصولات حاصل از تجارت فرآوری در چین بر روی پیوند مونتاژ کار فشرده همگرا شده و دارای پیوند ارزش افزوده خدمات بسیار کوتاه است. قیمت نهایی فروش کالاهای صادراتی چین اغلب چند برابر یا حتی بیش

<sup>1</sup> Intellectual Property Rights



از ۱۰ برابر قیمت حمل و نقل در کشتی است. برای طولانی تر کردن خدمات زنجیره ارزش افزوده محصولات صادراتی، انجام نکات زیر لازم است:

- ایجاد فضای سرمایه گذاری بهتر، جذب شرکت‌های چندملیتی برای انتقال مقر منطقه‌ای خود به چین و انجام فعالیت‌های مدیریتی با ارزش افزوده بالا در چین
- باز کردن صنعت خدمات به بیرون در مقیاس بزرگ‌تر و ارتقاء سطح مهارت‌های خدمات
- کمک به شرکت‌های داخلی در ایجاد برندهای کلاس جهانی و شبکه‌های بازاریابی بین‌المللی و به اشتراک گذاری ارزش افزوده خارج از پیوند خدمات.

### ۳. افزایش رقابت بین‌المللی بخش‌های خدماتی

برخلاف افزایش سریع رقابت‌پذیری تجارت کالا و تعادل مطلوب تجاری، تجارت خدمات چین عقب‌مانده است. در واقع، تجارت خدمات چین تعادل نامطلوب طولانی مدتی را به ثبت رسانده است. در سال ۲۰۰۹، چین از نظر ارزش صادراتی تجارت در خدمات رتبه پنجم را در جهان کسب کرد. که مجموعاً ۱۲۸.۷ میلیارد دلار آمریکا (۳.۹ درصد از بازار جهانی) بود. چین از نظر ارزش واردات در رتبه چهارم جهان قرار گرفت که مجموعاً ۱۵۷.۵ میلیارد دلار (۵.۱ درصد از بازار جهانی) بود و کسری تجاری چین در خدمات به ۲۸.۸ میلیارد دلار آمریکا رسید. برای افزایش ارزش صادراتی تجارت در خدمات لازم است:

- برای توسعه تجارت در خدمات اهمیت فوق‌العاده‌ای قائل شد و محیط قانونی و سیاستی بهتری را برای توسعه تجارت در خدمات فراهم کرد.
- تجارت خدمات را به خارج در مقیاس بزرگ‌تری باز کرد و حالت‌های خدمات پیشرفته، شیوه‌های مدیریتی و استعدادها را راه‌اندازی کرد.
- فرصت‌های قابل توجهی را که از برون‌سپاری خدمات فراساحلی به وجود می‌آید استفاده کرد و از طریق برون‌سپاری خدمات، از صادرات حمایت کرد.

### ۴. بهبود ساختار کالاهای وارداتی و صادراتی

اولین کار این است که حجم صادراتی محصولات که مبتنی بر منابع‌اند، انرژی‌خوارند و آلودگی شدیدی ایجاد می‌کنند را کاهش دهیم. در سال ۲۰۰۶، ارزش کل صادرات چین برای آن دسته از محصولات که مبتنی بر منابع هستند، انرژی زیادی مصرف می‌کنند و آلودگی شدیدی تولید می‌کنند، ۸۸.۲ میلیارد دلار آمریکا بود که باعث شد این کشور با کمبود شدید منابع انرژی وضعیت بدتر آلودگی محیط‌زیست مواجه شود. از سال ۲۰۰۵، دولت چین سیاست‌ها و اقدامات متعددی (از جمله کاهش یا لغو تخفیف مالیات بر ارزش افزوده صادراتی، اعمال مالیات‌های صادراتی، ممنوعیت تجارت پردازش و کاهش کل حجم صادرات) را اتخاذ کرده و حجم صادرات محصولات که مبتنی بر منابع‌اند و آلودگی شدید ایجاد می‌کنند را کاهش داده است. در آینده، دولت چین باید تلاش‌های خود را در اجرای سیاست‌ها و اقدامات فوق افزایش دهد. دوم، باید تلاش کرد تا:

- تضمین تأمین منابع انرژی از خارج کشور؛
  - افزایش سرمایه‌گذاری در اکتشاف و توسعه منابع انرژی در خارج از کشور
  - بهبود روابط اقتصادی، تجاری، سیاسی و دیپلماتیک بین چین و کشورهای صادرکننده منابع انرژی
  - برای اطمینان از تأمین منابع انرژی، قراردادهای تأمین بلندمدت با این کشورها امضا کنند
  - تأثیر نوسانات قیمت‌های بازار نقدی بر چین را کاهش دهد
  - ایجاد کانال‌های حمل‌ونقل بین‌المللی ایمن
- سوم، افزایش حجم واردات فناوری‌ها و تجهیزات پیشرفته، به‌ویژه فناوری‌ها و تجهیزات سازگار با محیط‌زیست و افزایش بهره‌وری از منابع انرژی توصیه می‌شود.
- چهارم، لازم است واردات کالاهای حساس به محیط‌زیست (مانند تولید ضایعات خانگی و منابع ضایعاتی و غیره) به شدت محدود شود واردات آن دسته از کالاهای مصرفی که برای منابع و محیط طبیعی مفید نیستند، محدود شود. مانند خودروهایی با ظرفیت انتشار بالا).

#### ۵. تکمیل سیستم و مکانیسم استراتژی تجارت پایدار

- اول، لازم است در مذاکرات چندجانبه و منطقه‌ای در مورد قوانین تجاری مشارکت فعال داشته باشیم و سیستم تجاری چندجانبه آزادتر، باثبات‌تر و شفاف‌تر را حفظ کنیم.
- ثانیاً، توصیه می‌شود قوانین و مقررات زیست‌محیطی و همچنین اجرای این قوانین و مقررات کامل شود و بنگاه‌های تولیدی برای کنترل هزینه‌های زیست‌محیطی مربوطه خود بسیج شوند.
- سوم، باید برای تسهیل منطقی شدن قیمت منابع انرژی، منابع و زمین و افزایش مالیات بر منابع تلاش کرد.
- چهارم، لغو اساسی تخفیف مالیات بر ارزش افزوده برای صادرات آن دسته از محصولات که انرژی‌خوارند، یا آلودگی شدید دارند یا مبتنی بر منابع هستند و امکان تحمیل مالیات‌های زیست‌محیطی بر صادرات بررسی شود.
- پنجم، همچنین پیشنهاد می‌شود آن دسته از سیستم‌های مدیریتی که بر واردات محصولات حساس به محیط‌زیست نظارت می‌کنند، از جمله مالیات‌های زیست‌محیطی بر واردات، ممنوعیت صادرات، بازرسی و قرنطینه، استانداردهای زیست‌محیطی، گواهی‌های زیست‌محیطی و نشان‌های زیست‌محیطی، تکمیل شوند.
- ششم، لازم است تلاش‌ها در خصوص حفاظت از حقوق مالکیت معنوی افزایش یابد.

#### ۶. تقویت شرکت‌های چندملیتی چینی

پرورش مجموعه‌ای از شرکت‌های چندملیتی چینی ابزاری برای ارتقای موقعیت چین در صحنه بین‌المللی «تقسیم کار» و افزایش تعداد حقوق مالکیت‌های معنوی خود چین، برندهای درجه یک جهانی و شبکه‌های بازاریابی بین‌المللی است. چین وارد مرحله جدیدی از سرمایه‌گذاری در خارج از کشور شده است و باید از تجربه ثابت شده سایر کشورها در این زمینه با در نظر گرفتن شرایط خود و تشویق و حمایت از ظهور شرکت‌های چندملیتی خود درس بگیرد (G. Long, 2010)

## ۹-۲ جمع‌بندی فصل

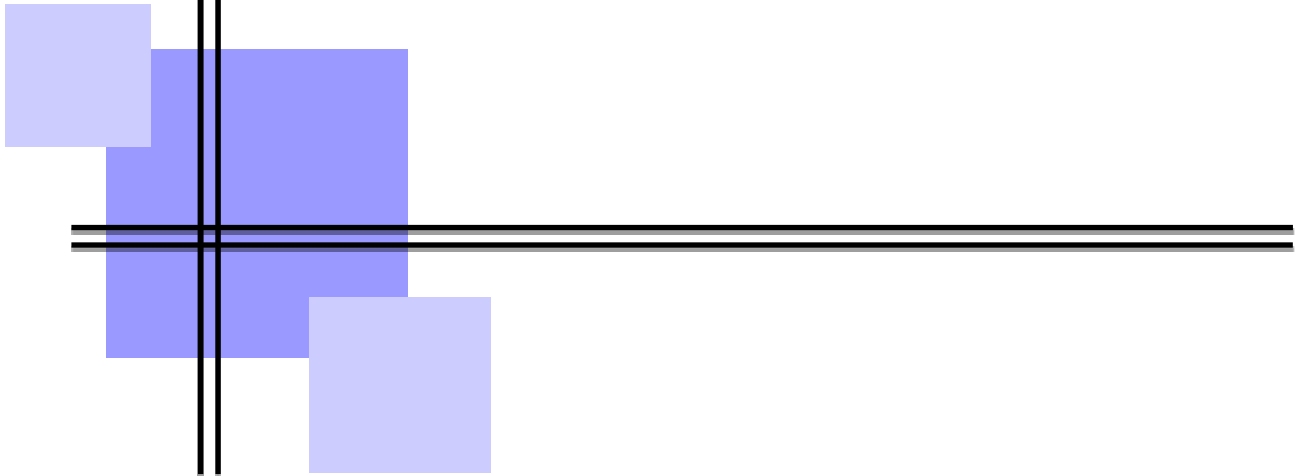
مطالب این فصل در پنج بخش تدوین شده است. در بخش نخست نظریه‌های کلاسیک و جدید تجارت بین‌الملل بررسی شده است. در بخش دوم برای تبیین بهتر چارچوب پژوهش حاضر، مفاهیم تجارت بین‌الملل از جمله راهبردهای تجارت خارجی، موانع و محدودیت‌های تجاری و همچنین عواملی که بر تجارت تأثیرگذار هستند بررسی شده است. در بخش سوم پیشینه پژوهش در قالب مروری بر پژوهش‌های داخلی و خارجی انجام شده است. در بخش چهارم هم برای آشنایی بیشتر با راهبردها و سیاست‌هایی که در سطح کشور و استان برای ضرورت و تسهیل تجارت تدوین شده اسناد فرادست کشوری و استانی مورد بررسی قرار گرفته است. در پایان تلاش شده به رویکردهایی که سایر کشورها در زمینه تجارت داشتند و سبب موفقیت آنان در سطح بین‌الملل شده اشاره شود.

### جدول ۲-۹: مفاهیم بررسی شده در فصل دوم

مراحل	مفاهیم بررسی شده در فصل دوم		
گام اول	بررسی نظریه‌های تجارت بین‌الملل		
	نظریه‌های جدید تجارت (نظریه تشابه ترجیحات، نظریه مزیت نسبی پویا، نظریه مزیت رقابتی، مدل جاذبه)	نظریه‌های کلاسیک تجارت (نظریه مرکانتلیسم، نظریه مزیت مطلق، نظریه مزیت نسبی، نظریه هزینه فرصت)	
گام دوم	بررسی مفاهیم تجارت بین‌الملل		
	عوامل تأثیرگذار بر تجارت (عوامل زیرساختی، اقتصادی-مالی، سیاسی-امنیتی، حقوقی-قانونی، مدیریتی، اجتماعی فرهنگی)	موانع و محدودیت‌های تجاری	راهبردهای تجارت خارجی (سیاست‌های درون‌گرا، سیاست برون‌گرا)
گام سوم	پیشینه پژوهش		
	بررسی پژوهش‌ها و مطالعات خارج از کشور	بررسی پژوهش‌ها و مطالعات داخل کشور	
گام چهارم	بررسی اسناد فرادست		
	اسناد فرادست استانی • سند راهبردی آمایش استان کردستان • واکاوی سند آمایش استان کردستان از منظر اقتصادی • برنامه راهبردی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان	اسناد فرادست کشوری • سند راهبرد ملی توسعه صادرات غیرنفتی کشور • سند نقشه‌راه توسعه صادرات کشور (۱۴۰۴-۱۳۹۹) • سند آمایش مراکز لجستیک کشور • برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت	
گام پنجم	بررسی تجارب تجارت سایر کشورها		
	کشور چین	کشور امارات متحده عربی	کشور ترکیه



فصل سوم: روش‌شناسی



### ۱-۳ مقدمه

در این فصل، روش‌شناسی مورد بحث قرار می‌گیرد و در آن با توجه به اهداف و چارچوب نظری تحقیق، روش پژوهش و شیوه‌هایی که در این مطالعه مورد استفاده قرار می‌گیرد تشریح می‌شود. در این بخش مواردی همچون جامعه‌ی آماری، روش‌های جمع‌آوری داده، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه و ابزارهای تجزیه و تحلیل داده‌ها مورد بحث قرار می‌گیرند.

### ۲-۳ ساختار روش‌شناسی پژوهش

در

تصویر ۱-۳: فلوچارت مراحل انجام پژوهش (جامعه‌ی آماری، فرآیند گردآوری و تحلیل داده)

جامعه‌ی آماری، فرآیند گردآوری داده‌های کیفی و کمی به همراه فرآیند تجزیه و تحلیل کیفی و کمی داده‌ها ذکر شده است.



تصویر ۱-۳: فلوچارت مراحل انجام پژوهش (جامعه‌ی آماری، فرآیند گردآوری و تحلیل داده)

### ۳-۳ جامعه‌ی آماری

جامعه آماری پژوهش شامل متخصصان حوزه تجارت خارجی استان کردستان ایران و اقلیم کردستان عراق است که در حوزه‌های مختلف نهادی با موضوع تجارت خارجی در ارتباط هستند. در واقع در این پژوهش از نظرات متخصصان و

صاحب‌نظران بخش‌های خصوصی، دولتی و دانشگاهی در استان کردستان و اقلیم کردستان بهره‌گرفتیم. بازرگانان، اساتید و نخبگان دانشگاهی، کارشناسان و مدیران اجرایی امور برنامه‌ریزی و توسعه‌ی اقتصادی-تجاری در دستگاه‌های اجرایی استان کردستان و اقلیم کردستان عراق از جمله‌ی این متخصصان و صاحب‌نظران هستند. موارد فوق‌الذکر به صورت کامل در جدول ۳-۱ ذکر شده است.

جدول ۳-۱: جامعه‌ی آماری پژوهش

گروه‌های شغلی	مصاحبه‌شوندگان	توضیحات
بخش خصوصی	بازرگانان فعال استان کردستان و اقلیم کردستان، واحدهای تولیدی فعال در امر تجارت استان، اتاق-های بازرگانی، اتحادیه‌ها، انجمن‌های تجاری، اتاق تعاون، تعاونی‌های مرزنشین، خانه صنعت	بازرگانان فعال، تولیدکننده‌های صادرات محور شاخص، رؤسا، مدیران و کارشناسان خبره اتاق‌های بازرگانی دو طرف (سندج، سلیمانیه، اربیل، حلبچه، دهوک، اتاق‌های بازرگانی مشترک ایران و عراق)، اتحادیه‌ها و انجمن‌های تخصصی حوزه تجارت خارجی استان کردستان و اقلیم کردستان (۱۰ تا ۲۰ نفر)
بخش دولتی	گمرکات، استانداری، سازمان صمت، جهاد کشاورزی، کنسولگری، راهداری، بانک‌های عامل	رؤسا، معاونین و کارشناسان متخصص حوزه تجارت خارجی استان کردستان و اقلیم کردستان (۷ تا ۱۲ نفر)
بخش دانشگاهی	اساتید، پژوهشگران و صاحب‌نظران دانشگاهی	اساتید و کارشناسان متخصص حوزه تجارت خارجی استان کردستان و اقلیم کردستان (۳ تا ۵ نفر)

### ۳-۴ روش گردآوری داده‌ها

روش پژوهش حاضر روش ترکیبی<sup>۱</sup> (کیفی و کمی) است. بر همین اساس گردآوری داده‌ها به دو صورت خواهد بود؛ در روش کیفی از مصاحبه عمیق و در روش کمی با توزیع حدود ۱۰۰ پرسشنامه از نظرات متخصصان حوزه تجارت خارجی استان کردستان و اقلیم کردستان بهره خواهیم گرفت. لازم به ذکر است علاوه بر انجام مصاحبه عمیق و استفاده از پرسشنامه از مشاهده مستقیم در میدان مطالعه نیز استفاده می‌کنیم.

### ۳-۴-۱ روش کیفی: مصاحبه‌ی عمیق

در پژوهش حاضر به منظور بهره‌گیری بهتر از نظرات و دیدگاه متخصصان و صاحب‌نظران از روش کیفی مصاحبه عمیق استفاده کردیم. در واقع مصاحبه عمیق این امکان را به تیم پژوهش می‌دهد که بدون محدودیت از دیدگاه متخصصان و صاحب‌نظران بهره بگیرد. از متخصصان و کارشناسان در مورد عواملی که بر روابط تجاری بین استان کردستان و اقلیم کردستان تأثیرگذار است سؤالاتی پرسیدیم. سؤالات مصاحبه در جدول ۲-۳ ذکر شده است. در واقع این مصاحبه‌ها موضوعاتی از قبیل:

<sup>۱</sup> Mix Method

عوامل زیرساختی، اقتصادی و مالی، سیاسی و امنیتی، حقوقی و قانونی، مدیریتی و درون‌بخشی، اجتماعی و فرهنگی که بر روابط تجاری بین استان کردستان و اقلیم کردستان تأثیرگذار است را در بر می‌گرفت.

نکته‌ی مهمی که در انجام مصاحبه مهم است رسیدن به نقطه‌ی اشباع نظری<sup>۱</sup> است (Guest et al., 2006). دستیابی به این نقطه که بعد از آن پاسخ‌ها تکراری شود از ۷ نفر مصاحبه‌شونده خبره تا بالای ۳۰ نفر هم می‌تواند اتفاق بیفتد. بنابراین ذکر دقیق تعداد افراد مصاحبه‌شونده در وضعیت فعلی برای مصاحبه عمیق مشکل است و در اثنای فرآیند تحقیق مشخص می‌شود. لازم به ذکر است فعالان تجاری استان کردستان و اقلیم کردستان برای مصاحبه عمیق در اولویت می‌باشند.

### جدول ۲-۳: سؤالات مطرح شده در مصاحبه

سؤال	مؤلفه
- به نظر شما کدام چالش‌ها و موانع زیرساختی در روابط تجاری بین استان کردستان و اقلیم کردستان وجود دارد؟	زیرساختی
- به نظر شما چالش‌ها و موانع اقتصادی و مالی در روابط تجاری بین استان کردستان و اقلیم کردستان چه مواردی است؟	اقتصادی و مالی
- به نظر شما چه چالش‌ها و موانع سیاسی و امنیتی در روابط تجاری بین استان کردستان و اقلیم کردستان وجود دارد؟	سیاسی و امنیتی
- به نظر شما چالش‌ها و موانع حقوقی و قانونی در روابط تجاری بین استان کردستان و اقلیم کردستان کدامند؟	حقوقی-قانونی
- به نظر شما چه چالش‌ها و موانع مدیریتی و درون‌بخشی در روابط تجاری بین استان کردستان و اقلیم کردستان وجود دارد؟	مدیریتی
- به نظر شما چه چالش‌ها و موانع اجتماعی و فرهنگی در روابط تجاری بین استان کردستان و اقلیم کردستان وجود دارد؟	درون‌بخشی
	اجتماعی و فرهنگی

### ۳-۴-۲ روش کمی: پرسشنامه

سؤالات پرسشنامه نیز بر اساس گویه‌های به دست آمده از ادبیات موضوع (مستندات و تحقیقات پیشین در خصوص نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای حوزه تجارت به همراه چالش‌ها و موانع حوزه‌های زیرساختی، اقتصادی و مالی، سیاسی و امنیتی، حقوقی و قانونی، مدیریتی و درون‌بخشی، اجتماعی و فرهنگی) و همچنین به همراه آیتم‌های استخراج شده از طریق مصاحبه عمیق با خبرگان و صاحب‌نظران در قالب طیف لیکرت<sup>۲</sup> تدوین می‌شود.

### ۳-۵ فرآیند تحلیل داده‌ها

فرآیند تحلیل داده‌های این پژوهش در دو بخش تحلیل کیفی و تحلیل کمی انجام می‌شود. قسمت تحلیل کیفی فقط شامل تحلیل تماتیک است، این تحلیل برای داده‌های به دست آمده از مصاحبه استفاده می‌شود. قسمت تحلیل کمی شامل چهار بخش است. در بخش اول با بهره‌گیری از مستندات و کلیه داده‌های آماری تجارت در دسترس استان کردستان با اقلیم کردستان و شاخص‌های تجاری از جمله (شاخص‌های ساده، موزون و ترکیبی، شاخص مزیت نسبی آشکار شده و شاخص اکمال تجاری)

<sup>1</sup> Data Saturation

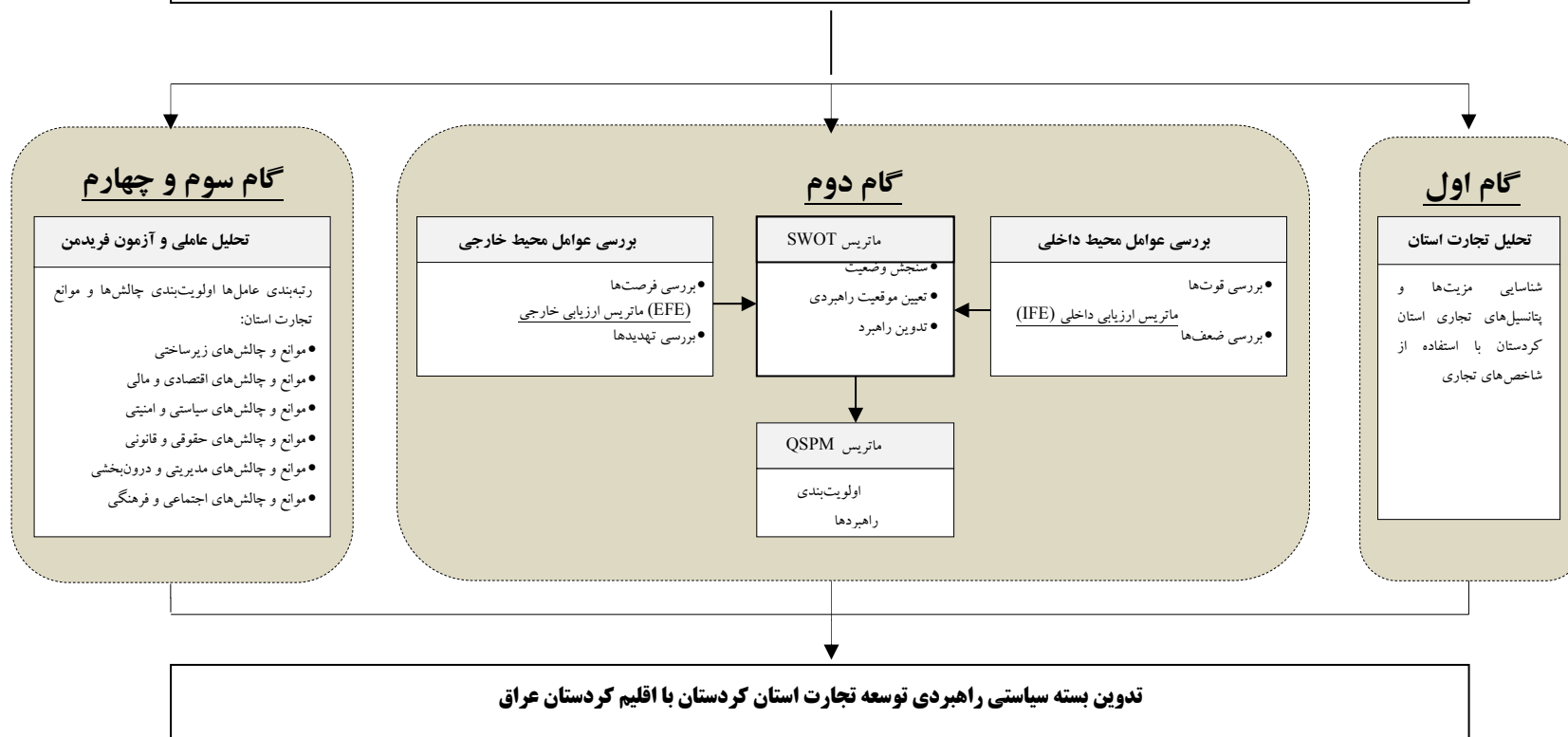
<sup>2</sup> Likert Scale

به شناسایی مزیت‌ها و پتانسیل‌های تجاری استان کردستان و اقلیم کردستان عراق می‌پردازیم؛ در بخش دوم برای سنجش وضعیت موجود، تدوین راهبرد و اولویت‌بندی راهبردها از ماتریس SWOT و ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM)<sup>۱</sup> استفاده می‌کنیم. در بخش سوم برای رتبه‌بندی عواملی که بر روابط تجاری بین استان کردستان و اقلیم کردستان تاثیرگذارند از تحلیل عاملی استفاده می‌کنیم و در پایان در بخش چهارم با به‌کارگیری آزمون فریدمن به اولویت‌بندی موانع و چالش‌های (زیرساختی، اقتصادی و مالی، سیاسی و امنیتی، حقوقی و قانونی، مدیریتی و درون‌بخشی، اجتماعی و فرهنگی) خواهیم پرداخت. در نمودار ۳-۱ نمای کلی از مراحل تحلیل کمی پژوهش ارائه گردیده است:

<sup>۱</sup> Quantitative Strategy Planning Matrix



شناسایی پتانسیل‌ها، چالش‌ها و راهبردهای عملیاتی ارتقای روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان عراق



نمودار ۳-۱: مراحل تحلیل کمی پژوهش

### ۳-۵-۱ شاخص‌های تجاری

جهت بررسی مزیت‌ها و پتانسیل‌های تجاری کشورهای ایران و عراق با تأکید بر استان کردستان و اقلیم کردستان از شاخص‌های تجاری زیر بهره گرفته خواهد شد:

#### ۳-۵-۱-۱ شاخص‌های ساده، موزون و ترکیبی

با بررسی مطالعات داخلی و خارجی در حوزه تجارت همواره استفاده از روندها و بررسی تحلیل آن‌ها طی دوره زمانی، بسیار مورد تأکید قرار گرفته است. نمود بارز آن در گزارشات و مستندات علمی سازمان‌های بین‌المللی، منطقه‌ای، کشوری و استانی بسیار مرسوم است و به زبانی ساده سعی در بررسی جزئیات و موارد پیرامونی روند تغییرات تجارت اعم از صادرات واردات دارد.

بهره‌گیری از شاخص‌های ساده وزنی شامل نرخ رشد صادرات، نرخ رشد واردات، نرخ رشد تولید ناخالص داخلی به صورت سالیانه و با استفاده از نرخ رشدهای مرکب وزنی طی یک دوره زمانی معین مرسوم می‌باشد. شاخص‌های دیگری از قبیل نسبت صادرات یا واردات به تولید ناخالص داخلی به تفکیک کشورها و بخش‌های اقتصادی (کشاورزی، صنعت، معدن، خدمات و...)، روند، نرخ رشد و سهم صادرات یا واردات هر کشور از کل صادرات منطقه به تفکیک در بخش‌های اقتصادی مختلف از جمله این موارد می‌باشد. در صورت در دسترس بودن داده‌های آماری، مبدأ و مقصد کالاهای تجاری برای تحلیل بیشتر در این پژوهش در نظر گرفته خواهد شد. لازم به ذکر است در تجارت استان با اقلیم کردستان در کنار تجارت رسمی، تجارت غیررسمی سهم قابل توجهی را به خود اختصاص می‌دهد بنابراین در این مطالعه با مراجعه به مراکز مرتبط، داده‌های آماری که در زمینه قاچاق کالا در دسترس باشد در کنار سایر اطلاعات تجاری ذکر و تحلیل خواهد شد. همچنین در کنار این شاخص‌ها به صورت عینی تلاش خواهد شد نیازمندی‌های اقلیم کردستان، متناسب با داده‌های در دسترس نیز احصاء گردد.

#### ۳-۵-۱-۲ شاخص مزیت نسبی آشکارشده

شاخص مزیت نسبی آشکارشده یک شاخص اقتصادی است که امکان محاسبه مزیت نسبی یک کشور در تولید یک محصول خاص را فراهم می‌کند و ابزاری مناسب برای اندازه‌گیری مزیت نسبی کشورها در تولید محصولات مختلف است. شاخص مزیت نسبی آشکارشده در ساده‌ترین شکل عبارت است از:

$$ACA_{ij} = (X_{ij} / \sum X_{ij}) / (\sum X_{ij} / \sum \sum X_{ij}) \quad \text{رابطه (۱)}$$

صورت کسر مبین درصد سهم صادرات کشور  $i$  در گروه کالای  $i$  از صادرات جهانی آن گروه کالا و مخرج کسر نشان‌دهنده درصد سهم صادرات کل کشور  $j$  از کل صادرات جهان است. ارزش بیشتر از یک، مبین وجود مزیت نسبی صادراتی آشکارشده کشور  $i$  در مورد صادرات کالای  $i$  می‌باشد. هر چه تعداد کالاهای مشابه که دو کشور در آن دارای مزیت نسبی بیشتر از یک باشند، کمتر باشد، امکان تجارت بین دو کشور افزایش می‌یابد. البته مزیت نسبی هر کشور در صادرات کالاهای مختلف اطلاعات سودمندی در مورد تعداد و تنوع محصولات دارای مزیت نسبی هر کشور و رقابت یا عدم رقابت کشورها برای صدور محصولات مورد نظر ارائه می‌دهد (یزدانی و محبی‌نیا، ۱۴۰۰).

### ۳-۱-۵-۳ شاخص اکمال تجاری

درجه اکمال تجاری از مقایسه درجه همخوانی صادرات یک کشور با واردات شریک تجاری آن کشور، به دست می‌آید. در واقع اکمال تجاری مشخص می‌کند که تا چه اندازه تخصص یک کشور در صادرات، تقاضای وارداتی کشور شریک تجاری خود را تأمین می‌کند. لازم به ذکر است در حوزه تجارت معمولاً از شاخص‌هایی که بیانگر سطح توانمندسازی در تجارت باشد نیز استفاده خواهد شد. بررسی قابلیت‌های نهادی، ارتباط رشد جمعیت و دسترسی بازار و درآمد سرانه کشورها برای دستیابی به رشد تجاری با رویکرد توسعه صادرات و اقتصاد باز جمله مواردی است که در مطالعه حاضر نیز می‌تواند مورد کاوش و ارزیابی قرار گیرد.

### ۳-۵-۲ ماتریس (SWOT) و ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM)

دلیل به کارگیری ماتریس SWOT و QSPM تحقق اهداف زیر است: سنجش وضعیت، تعیین موقعیت راهبردی، تدوین راهبرد و اولویت‌بندی راهبرد است. سه هدف (گام) اول از طریق ماتریس SWOT و هدف آخر یعنی اولویت‌بندی راهبرد از طریق ماتریس QSPM تحقق می‌یابد که در ادامه به بررسی آن‌ها می‌پردازیم.

### ۳-۲-۵-۳ گام اول: سنجش وضعیت (بررسی محیط داخلی و محیط خارجی)

در مرحله سنجش وضعیت این تکنیک ابزاری برای بازشناسی قوت‌ها و ضعف‌ها (در محیط داخلی) و بازشناسی فرصت‌ها و تهدیدها (در محیط خارجی) است (موحد و کهزادی، ۱۳۸۹). منطق این رویکرد این است که از طریق شناسایی نقاط قوت (Strength)، ضعف (Weakness)، فرصت (Opportunitie) و تهدید (Threat) سعی دارد قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر برساند و ضعف‌ها و تهدیدهای موجود در هر زمینه را کاهش دهد. این منطق اگر درست به کار گرفته شود نتایج بسیار خوبی برای انتخاب و طراحی یک راهبرد اثربخش خواهد داشت (پیرز و رابینسون، ۱۳۸۳).

**الف) بررسی محیط داخلی:** ماتریس SWOT برای بررسی محیط داخلی به بازشناسی قوت‌ها و ضعف‌ها می‌پردازد. **قوت‌ها:** وجود یک منبع، مهارت و یا مزیت در یک مجموعه و یا یک حوزه، نقطه قوت و یا قدرت محسوب می‌گردد. این امر بدان معناست که یک مجموعه یا محیط در قیاس با سایر مجموعه‌ها و یا محیط‌ها از یک مزیت یا صلاحیت ممتاز برخوردار است که به آن برتری می‌بخشد.

**ضعف‌ها:** محدودیت‌ها یا عدم کارایی در استفاده از منابع، مهارت‌ها و توانایی که موانع جدی برای عملکرد موفقیت‌آمیز یک مجموعه یا یک محیط برنامه‌ریزی ایجاد می‌نمایند، به عنوان ضعف شناخته می‌شوند. در این راستا فقدان منابع، تسهیلات، توانایی‌های مدیریت و... می‌توانند ضعف محسوب شوند. نتیجه اینکه شناسایی و فهم قوت‌ها و ضعف‌های کلیدی یک مجموعه به محدود کردن بدیل‌ها و انتخاب استراتژی کمک می‌نماید (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۸۵).

**ب) بررسی محیط خارجی:** ماتریس SWOT برای بررسی محیط خارجی به بازشناسی فرصت‌ها و تهدیدات خارجی می‌پردازد.

**فرصت‌ها:** موقعیت‌های مطلوب و مهم در محیط به شمار می‌آیند. به عنوان مثال شناسایی بخش‌های ناشناخته یک محیط و یا تغییر در شرایط رقابت یا مقررات، تغییرات تکنولوژی و... ممکن است نشان‌دهنده روندهای کلیدی در محیط یا منبع فرصت‌های احتمالی برای آن باشد.

**تهدیدها:** منظور از تهدیدات، موقعیت‌های نامطلوب اما مهم در محیط می‌باشد که موانعی اساسی برای موقعیت جاری یا آتی مورد نظر محیط ایجاد می‌نمایند. با توجه به آنچه عنوان گردید، شناخت فرصت‌ها و تهدیدات کلیدی که یک مجموعه یا حوزه با آن روبروست به برنامه‌ریزان و مدیران جهت شناسایی بدیل‌های واقعی که از میان آن‌ها می‌تواند استراتژی مناسب را انتخاب نمایند، کمک نموده و حوزه‌های اثربخش را نیز روشن می‌سازد (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۸۵).

### ۳-۵-۲ گام دوم: تعیین موقعیت راهبردی

در مرحله بعد، ماتریس SWOT با استفاده از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)<sup>۱</sup> و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)<sup>۲</sup> موقعیت راهبردی چهارگانه (تهاجمی، محافظه‌کارانه، رقابتی و تدافعی) محیط را مشخص می‌کند و امکان تدوین راهبردها را مهیا می‌کند (موحدی و دیگران، ۱۳۹۱). در ادامه به بررسی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی و تعیین موقعیت راهبردی در ماتریس چهارگانه دکارتی می‌پردازیم.

#### الف. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)

ماتریس ارزیابی عوامل داخلی یکی از مراحل است که برای تعیین موقعیت راهبردی چهارگانه (تهاجمی، محافظه‌کارانه، رقابتی و تدافعی) به کار می‌رود. این ماتریس به ارزیابی و بررسی نقاط قوت و ضعف موجود در سیستم می‌پردازد. فرآیند ارزیابی عوامل داخلی طی پنج مرحله زیر انجام می‌شود:

۱. تعیین عوامل داخلی تأثیرگذار (قوت‌ها و ضعف‌ها): به کمک نظرات خبرگان، لیستی از عوامل داخلی یعنی قوت‌ها و ضعف‌ها تهیه می‌شود، این لیست باید بین ۲۰-۱۰ عامل باشد.

۲. رتبه‌بندی عوامل داخلی (دادن رتبه ۱ تا ۴ به هر یک از گویه‌ها بر اساس تأثیری که در هدف نهایی دارند): این امتیازات توسط صاحب‌نظران و متخصصان داده می‌شود. تعبیر هر یک از امتیازات می‌تواند بدین ترتیب باشد: ۴ قوت طلایی (واکنش خیلی خوب)؛ ۳ قوت قابل‌اعتنا (واکنش خوب)؛ ۲ ضعف قابل‌اعتنا (واکنش بد و منفی)؛ ۱ ضعف جدی (واکنش خیلی بد).

۳. تعیین ضریب اهمیت داخلی: این ضرایب از صفر (بی‌اهمیت) تا یک (بسیار مهم) می‌باشند. به هر عامل یک ضریب وزنی بین صفر (بی‌اهمیت) تا یک (بسیار مهم) اختصاص داده می‌شود. جمع ضرایب وزنی اختصاص داده شده باید مساوی یک شود. (جهت انجام این کار پیشنهاد می‌شود به هر عامل عددی بین ۱ تا ۵ اختصاص داده شود سپس ستون نرمالیزه شود تا وزن‌های بین صفر تا یک برای هر عامل بدست آید و مجموع اوزان نیز یک شود).

<sup>1</sup> Internal Factor Evaluation

<sup>2</sup> External Factor Evaluation

۴. تعیین نمره نهایی عوامل داخلی از طریق حاصل ضرب "ضرب اهمیت" در "رتبه نهایی" است. بدین منظور ضریب اهمیت هر عامل را در رتبه نهایی حاصل از متوسط نقطه نظرات خبرگان ضرب نموده، عدد به دست آمده در ستون نمره نهایی ثبت می‌شود.

۵. برای به دست آمدن عدد مربوط به IFE باید جمع ستون "نمره نهایی" به دست آید که عددی بین ۱ تا ۴ است. امتیاز ۴ بیانگر این است که سیستم دارای موقعیتی برجسته است به عبارتی نشان‌دهنده واکنش خیلی خوب آن مجموعه در استفاده از قوت‌ها و به حداقل رساندن ضعف‌هاست. امتیاز ۱ هم بیانگر این است که آن مجموعه در استفاده از قوت‌ها و پرهیز از ضعف‌ها توانمند نبوده است. امتیاز ۲.۵ هم امتیازی متوسط برای آن سیستم محسوب می‌شود.

جدول ۳-۳: مراحل به دست آوردن عدد مربوط به IFE

نمره نهایی	ضرب اهمیت	رتبه نهایی	رتبه (طیف لیکرت)				قوت‌ها	ردیف
			ضعف اساسی	ضعف	قوت	قوت اساسی		
حاصل ضرب رتبه نهایی در ضرب اهمیت	این ضرایب از صفر (بی‌اهمیت) تا یک (بسیار مهم) است.	متوسط رتبه‌بندی خبرگان	۱	۲	۳	۴		
							S1	
							S2	
							Sn	
نمره نهایی	ضرب اهمیت	رتبه نهایی	رتبه (طیف لیکرت)				ضعف‌ها	ردیف
								W1
								W2
								Wn
مجموع اعداد این ستون IFE عدد است.	جمع ضرایب وزنی این ستون باید مساوی ۱ شود.	مجموع						

### ب). ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)

- ماتریس ارزیابی عوامل خارجی به ارزیابی و بررسی فرصت‌ها و تهدیدات سیستم می‌پردازد. فرآیند ارزیابی عوامل خارجی طی پنج مرحله زیر انجام می‌شود:
۱. تعیین عوامل خارجی تأثیرگذار (قوت‌ها و ضعف‌ها): به کمک نظرات خبرگان، لیستی از عوامل خارجی یعنی فرصت‌ها و تهدیدها تهیه می‌شود، این لیست باید بین ۲۰-۱۰ عامل باشد.
  ۲. رتبه‌بندی عوامل خارجی (دادن رتبه ۱ تا ۴ به هر یک از گویه‌ها بر اساس تأثیری که در هدف نهایی دارند): این امتیازات توسط صاحب‌نظران و متخصصان داده می‌شود. تعبیر هر یک از امتیازات می‌تواند بدین ترتیب باشد: ۴ فرصت طلایی (واکنش خیلی خوب)؛ ۳ فرصت قابل‌اعتنا (واکنش خوب)؛ ۲ تهدید قابل‌اعتنا (واکنش بد و منفی)؛ ۱ تهدید جدی (واکنش خیلی بد).
  ۳. تعیین ضریب اهمیت خارجی: این ضرایب از صفر (بی‌اهمیت) تا یک (بسیار مهم) می‌باشند. به هر عامل یک ضریب وزنی بین صفر (بی‌اهمیت) تا یک (بسیار مهم) اختصاص داده می‌شود. جمع ضرایب وزنی اختصاص داده شده باید مساوی یک شود. (جهت انجام این کار پیشنهاد می‌شود به هر عامل عددی بین ۱ تا ۵ اختصاص داده شود سپس ستون نرمالیزه شود تا وزن‌های بین صفر تا یک برای هر عامل بدست آید و مجموع اوزان نیز یک شود).
  ۴. تعیین نمره نهایی عوامل خارجی از طریق حاصل ضرب "ضریب اهمیت" در "رتبه نهایی" است. بدین منظور ضریب اهمیت هر عامل را در رتبه نهایی حاصل از متوسط نقطه نظرات خبرگان ضرب نموده، عدد به دست آمده در ستون نمره نهایی ثبت می‌شود.
  ۵. برای به دست آمدن عدد مربوط به EFE باید جمع ستون "نمره نهایی" به دست آید که عددی بین ۱ تا ۴ است. امتیاز ۴ بیانگر این است که سیستم دارای موقعیتی برجسته است به عبارتی نشان‌دهنده واکنش خیلی خوب آن مجموعه در استفاده از فرصت‌ها و به حداقل رساندن تهدیدهاست. امتیاز ۱ هم بیانگر این است که آن مجموعه در استفاده از فرصت‌ها و پرهیز از تهدیدها توانمند نبوده است. امتیاز ۲.۵ هم امتیازی متوسط برای آن سیستم محسوب می‌شود.
- در جدول ۳-۳ و جدول ۴-۳ سعی شده نحوه‌ی تشکیل ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی و فرآیند به دست آمدن اعداد مربوط به IFE و EFE ذکر شود.

جدول ۴-۳: مراحل به دست آوردن عدد مربوط به EFE

ردیف	فرصت‌ها	رتبه (طیف لیکرت)				رتبه نهایی	ضریب اهمیت	نمره نهایی
		تهدید اساسی	تهدید	فرصت	فرصت اساسی			
		۱	۲	۳	۴	متوسط رتبه‌بندی خبرگان	این ضرایب از صفر (بی‌اهمیت) تا یک (بسیار مهم) است.	حاصل ضرب رتبه نهایی در ضریب اهمیت
O1								
O2								
On								
ردیف	تهدیدها	رتبه (طیف لیکرت)				رتبه نهایی	ضریب اهمیت	نمره نهایی
T1								
T2								
Tn								
		<b>مجموع</b>					جمع ضرایب وزنی این ستون باید مساوی ۱ شود.	مجموع اعداد این ستون عدد EFE است.

### ج). تعیین مختصات راهبردی

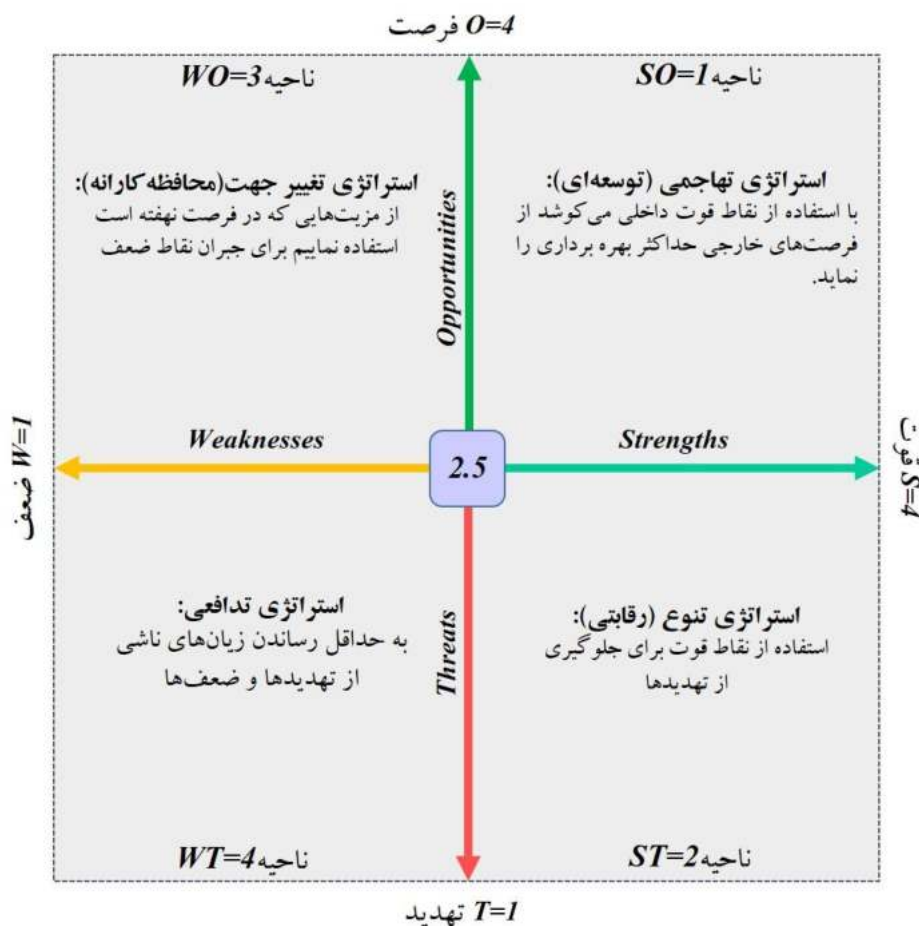
پس از تهیه ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی، موقعیت راهبردی بر اساس محل تلاقی مختصات به دست آمده یعنی (IFE, EFE) مشخص می‌شود. در کل چهار دسته استراتژی WO، ST، WO، WT در این مدل مطرح می‌گردد، این استراتژی‌ها حاصل بررسی دوبه‌دو عوامل داخلی و خارجی باهم هستند. در این ماتریس به‌طور کلی استراتژی‌ها مبتنی بر قوت و ضعف تعریف می‌شوند.

یک: استراتژی‌های مبتنی بر قوت ماتریس SWOT

استراتژی‌های قوت - فرصت (SO)؛ استراتژی‌های قوت - تهدید (ST)

دو: استراتژی‌های مبتنی بر ضعف ماتریس SWOT

استراتژی‌های ضعف - فرصت (WO)؛ استراتژی‌های ضعف - تهدید (WT)



تصویر ۲-۳: ماتریس دکارتی برای تعیین موقعیت راهبردی

پس از اینکه موقعیت راهبردی مشخص شد بر اساس موقعیتی که به دست می‌آید تدوین راهبردها آغاز می‌شود. کاربرد دیگر مدل SWOT مقایسه نظام‌یافته‌ای از فرصت‌ها و تهدیدهای کلیدی خارجی با ضعف‌ها و قوت‌های داخلی است که به



منظور تشخیص یکی از چهار الگوی میان موقعیت‌های داخلی و خارجی موسسه صورت می‌گیرد. این الگوها منجر به استراتژی‌هایی می‌شوند که موارد ذیل را پیشنهاد می‌کنند:

- خانه یکم: استراتژی تهاجمی (توسعه‌ای) را توصیه می‌کند.
- خانه دوم: استراتژی تنوع (رقابتی) را توصیه می‌کند.
- خانه سوم: استراتژی با گرایش تغییر جهت (محافظه کارانه) را حمایت می‌کند.
- خانه چهارم: استراتژی تدافعی را توصیه می‌کند.

### ۳-۲-۵-۳ گام سوم: تدوین راهبرد

مواجه دادن عوامل اصلی داخلی و خارجی و تدوین استراتژی‌های SO، ST، WO، WT از مشکل‌ترین بخش‌های تهیه ماتریس SWOT می‌باشد و به قضاوت و قدرت تجزیه و تحلیل خوبی نیاز دارد.

- در اجرای استراتژی‌های SO سیستم با استفاده از نقاط قوت داخلی می‌کوشد از فرصت‌های خارجی حداکثر بهره‌برداری را نماید. هر سیستمی به دنبال این است که همیشه در این موقعیت قرار داشته باشد تا بتواند با بهره‌گیری از نقاط قوت داخلی از فرصت‌ها و رویدادهای خارجی حداکثر استفاده را بنماید. معمولاً هر سیستمی سعی دارد به چنین موقعیتی برسد و ارزش‌ها و دارایی‌های خود را به مزیت رقابتی تبدیل کند.
- هدف از استراتژی‌های WO این است که سیستم‌ها از مزیت‌های نهفته در فرصت‌ها در راستای جبران نقاط ضعف استفاده می‌کنند. گاهی سیستم‌ها در خارج از خود فرصت‌های بسیار مناسبی دارند اما به دلیل ضعف داخلی نمی‌توانند از این فرصت‌ها بهره‌برداری کنند.
- یک سیستم در اجرای استراتژی‌های ST می‌کوشد با بهره‌گیری از نقاط قوت داخلی از تأثیرات منفی تهدیدات خارجی جلوگیری کند و یا تهدیدات را از بین ببرد.
- هدف یک سیستم در اجرای استراتژی‌های WT کم کردن نقاط ضعف داخلی و پرهیز از تهدیدات ناشی از محیط خارجی است. سیستمی که بیشترین عواملش در این خانه متمرکز باشد وضعیت مناسبی نداشته و در موضع مخاطره‌آمیزی قرار خواهد گرفت بنابراین هر سیستمی سعی دارد از چنین وضعیتی پرهیز کند.

### ۳-۲-۵-۴ گام چهارم: اولویت‌بندی راهبرد از طریق ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM)

در ادامه برای اولویت‌بندی راهبردهای تدوین شده از ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM) استفاده خواهد شد. این ماتریس یکی از تکنیک‌ها و ابزارهای بسیار شایع در ارزیابی گزینه‌های استراتژیک و مشخص نمودن جذابیت بین استراتژی‌هایی است که در مرحله‌ی تصمیم‌گیری مورد استفاده قرار می‌گیرد، این تکنیک مشخص می‌نماید که کدام یک از گزینه‌های استراتژیک انتخاب شده، امکان‌پذیر است و به عبارتی دیگر استراتژی‌ها را اولویت‌بندی می‌نماید (اعرابی، ۱۳۸۹).

در واقع، ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی از ابزارها و روش‌های پیچیده‌ای است که به سازمان‌ها و مدیران ارشد این امکان را می‌دهد که بر اساس عوامل استراتژیک داخلی (نقاط ضعف و قوت) و عوامل استراتژیک خارجی (فرصت‌ها و

تهدیدها)، به صورت عینی، انواع استراتژی‌های مناسب را مورد ارزیابی قرار دهند. مراحل انجام این روش به طور خلاصه به شرح زیر می‌باشد.

- **مرحله اول:** قوت‌ها و ضعف‌های داخلی به همراه فرصت‌ها و تهدیدات خارجی در ستون راست QSPM فهرست می‌شود. این اطلاعات باید مستقیماً از ماتریس‌های IFE و EFE حاصل شوند. حداقل ۱۰ عامل بحرانی خارجی و ۱۰ عامل بحرانی داخلی باید در ماتریس QSPM ارائه شود.
- **مرحله دوم:** برای هر عامل بحرانی وزنی در نظر گرفته می‌شود. این وزن‌ها دقیقاً از ماتریس‌های IFE و EFE استخراج و درج می‌شود و در ستون دوم در برابر عوامل بحرانی قرار داده می‌شوند.
- **مرحله سوم:** در ستون سوم بر اساس موقعیت راهبردی که تعیین شد یکی از استراتژی‌های چهارگانه **WT**، **WO**، **ST**، **SO** درج می‌شود. هر یک از ستون‌های مربوط به انواع استراتژی به دو زیرستون تقسیم می‌شود، یک زیرستون مربوط به امتیاز جذابیت است و زیرستون دیگر نمره کل جذابیت است. در زیرستون امتیاز جذابیت، هر عامل استراتژیک با استراتژی مورد نظر سنجیده می‌شود و این سؤال مطرح می‌شود که "آیا این عامل در انتخاب استراتژی مذکور تأثیرگذار است؟" و سپس به آن امتیازی از ۱ تا ۴ داده می‌شود. سپس امتیازات ستون دوم (وزن عوامل) در امتیاز جذابیت ضرب می‌شود و امتیاز کل جذابیت در زیرستون دوم ذکر می‌شود.
- **مرحله چهارم:** در این مرحله برای هر استراتژی مجموع نمره کل آن‌ها محاسبه می‌شود که عدد به دست آمده بیانگر امتیاز اولویت آن استراتژی است هرچقدر عدد بزرگ‌تر باشد بیانگر آن است که آن استراتژی جذابیت بیشتری دارد. محدودیت مهمی که در مورد ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی وجود دارد این است که همیشه نیازمند یک قضاوت همراه با بصیرت است و معمولاً فرض بر این است که استراتژیست در این خصوص آگاهی لازم را داراست. میزان و امتیاز جذابیت هر چند بر مبنای اطلاعات هدف قرار داده شده است، ولی باز هم نیازمند تصمیم همراه با قضاوت است.

جدول ۳-۳: فرآیند اولویت‌بندی راهبرد در ماتریس QSPM

موقعیت راهبردی		موقعیت راهبردی		موقعیت راهبردی		وزن عوامل	عوامل داخلی و خارجی
نمره کل	نمره جذابیت	نمره کل	نمره جذابیت	نمره کل	نمره جذابیت		
							S1
							.
							Sn
							W1
							.
							Wn
							O1
							.
							On
							T1
							.
							Tn
مجموع اعداد این ستون، امتیاز استراتژی محسوب می‌شود		مجموع اعداد این ستون، امتیاز استراتژی محسوب می‌شود		مجموع اعداد این ستون، امتیاز استراتژی محسوب می‌شود		جمع‌بندی	

جدول ۵-۳: فرآیند انجام ماتریس SWOT و QSPM (سنجش وضعیت، تعیین موقعیت راهبردی، تدوین راهبرد و اولویت‌بندی راهبرد)

روش		مراحل	نام ماتریس
بازشناسی قوت‌ها (Strengths) و ضعف‌ها (Weaknesses)	بررسی محیط داخلی	گام اول: سنجش وضعیت	SWOT
بازشناسی فرصت‌ها (Opportunities) و تهدیدات (Threats)	بررسی محیط خارجی		
<ul style="list-style-type: none"> <li>تهیه لیستی از قوت‌ها و ضعف‌ها</li> <li>تعیین رتبه‌ی آن‌ها از ۱ تا ۴ بر اساس نظرات متخصصان</li> <li>تعیین ضریب اهمیت آن‌ها، به هر عامل صفر (بی‌اهمیت) تا یک (بسیار مهم) ضریب داده شود.</li> <li>تعیین نمره نهایی هر عامل از طریق حاصل ضرب رتبه و ضریب اهمیت آن‌ها</li> <li>محاسبه‌ی نمره نهایی محیط داخلی که حداقل ۱ و حداکثر ۴ است.</li> </ul>	بررسی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)		
<ul style="list-style-type: none"> <li>تعیین لیستی از فرصت‌ها و تهدیدات</li> <li>تعیین رتبه‌ی آن‌ها از ۱ تا ۴ بر اساس نظرات متخصصان</li> <li>تعیین ضریب اهمیت آن‌ها، به هر عامل صفر (بی‌اهمیت) تا یک (بسیار مهم) ضریب داده شود.</li> <li>تعیین نمره نهایی هر عامل از طریق حاصل ضرب رتبه و ضریب اهمیت آن‌ها</li> <li>محاسبه‌ی نمره نهایی محیط خارجی که حداقل ۱ و حداکثر ۴ است.</li> </ul>	بررسی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)	گام دوم: تعیین موقعیت راهبردی	
<ul style="list-style-type: none"> <li>نمرات نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی را وارد می‌کنیم محل تلاقی آن‌ها موقعیت راهبردی را مشخص می‌کند.</li> <li>در کل چهار دسته استراتژی ST، WO، SO، WT در این مدل مطرح می‌گردد که بر اساس موقعیتی که به دست آمده تدوین راهبردها صورت می‌گیرد.</li> </ul>	تعیین موقعیت در ماتریس دکارتی		
	در این مرحله بر اساس موقعیت راهبردی که در مرحله‌ی قبل مشخص شده تدوین راهبردها صورت می‌گیرد.	گام سوم: تدوین راهبرد	
<ul style="list-style-type: none"> <li>فرصت‌ها و تهدیدات خارجی و قوت‌ها و ضعف‌های داخلی سازمان را در ستون راست QSPM فهرست می‌نمایند.</li> <li>برای هر عامل بحرانی امتیازی در نظر گرفته می‌شود.</li> <li>امتیازهای جذابیت اعدادی بین ۱ تا ۴ است، این امتیازها بر اساس جذابیت نسبی هر استراتژی به استراتژی دیگر داده می‌شود.</li> <li>جمع امتیازات جذابیت محاسبه می‌شود. این کار با ضرب امتیاز هر عامل در امتیاز جذابیت در هر ردیف حاصل می‌شود و نشان دهنده جذابیت نسبی آن استراتژی می‌باشد. امتیاز بالاتر به معنی جذابیت بیشتر آن استراتژی می‌باشد.</li> </ul>		گام چهارم: اولویت‌بندی راهبرد	QSPM

### ۳-۵-۳ تحلیل عاملی<sup>۱</sup>

تحلیل عاملی تکنیکی است که کاهش تعداد زیادی از متغیرهای وابسته به هم را به صورت تعداد کوچک‌تری از ابعاد پنهان یا مکنون امکان‌پذیر می‌سازد. هدف تحلیل عاملی تشخیص عامل‌های مشاهده‌ناپذیر بر پایه مجموعه‌ای از متغیرهای مشاهده‌پذیر است (Yong & Pearce, 2013). تحلیل عاملی به یکی از دو روش اکتشافی و تأییدی مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این پژوهش برای بررسی رابطه بین متغیرها از تحلیل عاملی تأییدی<sup>۲</sup> استفاده خواهیم کرد.

تحلیل عامل تأییدی زمانی به کار گرفته می‌شود که یک مدل از پیش تعیین شده‌ای وجود داشته باشد و پژوهشگر روابط بین متغیرها و عوامل را مشخص کرده باشد. تحلیل عامل تأییدی نوعی از مدل معادلات ساختاری (SEM)<sup>۳</sup> است، تحلیل‌های مربوط به مدل‌های معادلات ساختاری معمولاً در نرم‌افزارهای مختلفی از قبیل: AMOS, LISREL, SmartPLS انجام می‌شود، در این پژوهش از طریق نرم‌افزار SmartPLS تحلیل عامل تأییدی را انجام خواهیم داد. در واقع مزیت به کارگیری نرم‌افزار SmartPLS نسبت به نرم‌افزارهای دیگری که تحلیل عامل تأییدی در آن انجام می‌شود این است زمانی که حجم نمونه کم باشد، متغیرها دارای توزیع نرمال نباشند و دقت پیش‌بینی بسیار مهم باشد می‌تواند تحلیل و خروجی مطلوبی ارائه دهد (Haenlein & Kaplan, 2004; Wong, 2013). در مورد حجم نمونه برای انجام تحلیل در نرم‌افزار SmartPLS بسیاری از پژوهشگران مطالعاتی را با حجم نمونه ۲۷۴-۵۰ انجام دادند (Sander & Lee, 2014)، اگرچه PLS به دلیل توانایی خود در رسیدگی به حجم نمونه‌های کوچک شناخته می‌شود اما تحقیقات قبلی نشان دادند که حداقل ۱۰۰ عدد حجم نمونه معمولاً نقطه شروع خوبی در انجام مدل‌سازی مسیر است (Wong, 2013).

هر SEM از مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری تشکیل شده است. مدل اندازه‌گیری<sup>۴</sup> بیانگر رابطه‌ی بین متغیرهای آشکار و پنهان است و مدل ساختاری<sup>۵</sup> بیانگر روابط بین متغیرهای مستقل وابسته (یا روابط بین متغیرهای پنهان) است.

در مدل معادلات ساختاری دو نوع مقیاس اندازه‌گیری وجود دارد که شامل مقیاس اندازه‌گیری ترکیبی (تکوینی)<sup>۶</sup> و مقیاس اندازه‌گیری انعکاسی<sup>۷</sup> است. زمانی که شاخص‌ها باعث ایجاد متغیر پنهان شوند و بین خودشان قابل تعویض نباشند مقیاس اندازه‌گیری ترکیبی (تکوینی) یا مدل علی<sup>۸</sup> است. به طور کلی، در این مقیاس اندازه‌گیری شاخص‌ها می‌توانند همبستگی مثبت، منفی یا فاقد همبستگی با هم باشند. در صورت استفاده از مقیاس اندازه‌گیری تکوینی نیازی به گزارش پایایی شاخص‌ها، پایایی همسانی درونی و روایی تمایز وجود ندارد. اگر شاخص‌ها بسیار همبسته و قابل تعویض باشند، مقیاس اندازه‌گیری

<sup>1</sup> Factor Analysis

<sup>2</sup> Confirmatory Factor Analysis

<sup>3</sup> Structural Equation Modeling (SEM)

<sup>4</sup> Measurement Model or External (Outer) Model

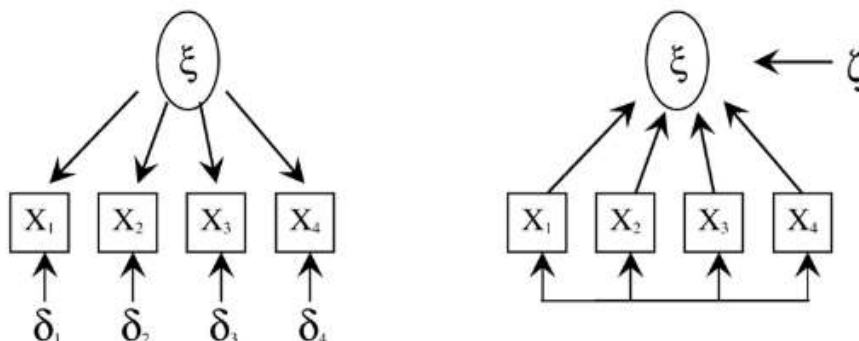
<sup>5</sup> Structural Model or Internal (Inner) Model

<sup>6</sup> Formative Measurement Scale

<sup>7</sup> Reflective Measurement Scale

<sup>8</sup> Causal Model

انعکاسی یا مدل تأثیری<sup>۱</sup> هستند و پایایی و روایی آن‌ها باید به طور کامل مورد بررسی قرار گیرد (Wong, 2013). در تصویر ۳-۳ مقیاس اندازه‌گیری مدل تکوینی و انعکاسی نشان داده شده است.



تصویر ۳-۳: تصویر سمت راست، مدل تکوینی (ترکیبی) و تصویر سمت چپ، مدل انعکاسی

در نرم‌افزار SmartPLS برای برازش مدل مفهومی که برای تحلیل عامل تأییدی پیشنهاد شده چون مدل انعکاسی است باید پایایی شاخص‌ها<sup>۲</sup>، شاخص‌های آلفای کرونباخ<sup>۳</sup>، ضریب پایایی ترکیبی<sup>۴</sup> (CR) و میانگین واریانس استخراج شده<sup>۵</sup> (AVE) گزارش شود. در جدول ۳-۶ فرآیند انجام تحلیل عامل تأییدی بیان شده است.

جدول ۳-۶: مراحل انجام تحلیل عامل تأییدی در نرم‌افزار SmartPLS

مدل	ارزیابی	مراحل	آستانه‌ها
مدل اندازه‌گیری	پایایی	پایایی شاخص‌ها (Indicator Reliability)	مقدار مطلق بار عاملی هر متغیر حداقل ۰.۷ یا بالاتر باشد. اگر تحقیق اکتشافی باشد، ۰.۴ یا بالاتر قابل قبول است.
		پایایی سازگاری درونی (Internal Consistency) (Reliability)	آلفای کرونباخ: مقدار ۰.۷ حداقل معیار قابل قبول است، اما در پژوهش‌های اکتشافی و پژوهش‌هایی با سؤالات کم، مقدار ۰.۶ قابل قبول است.
	روایی	روایی همگرا (Convergent validity)	پایایی ترکیبی باید بزرگ‌تر از ۰.۷ باشد. اگر تحقیق اکتشافی باشد ۰.۶ یا بالاتر قابل قبول است. روایی همگرا، میانگین واریانس استخراج شده (AVE) هر متغیر پنهان را ارزیابی می‌کند. اگر مقدار AVE بزرگ‌تر از ۰.۵ باشد قابل قبول است و اعتبار همگرا مورد تأیید است.
مدل ساختاری	ضریب مسیر	-	ضریب مسیر روابط بین متغیرهای پنهان را نشان می‌دهد. ضریب مسیر مقادری بین ۱ و -۱ است. هر چه این مقدار به ۱ نزدیک‌تر باشد تأثیر قوی و مستقیم و هر چه به -۱ نزدیک‌تر باشد تأثیر قوی و غیرمستقیم است.
	ضریب تعیین (R <sup>2</sup> )	-	R <sup>2</sup> تأثیر یک متغیر برون‌زا را بر روی یک متغیر درون‌زا نشان می‌دهد که در آن سه مقدار ۰.۱۹، ۰.۳۳ و ۰.۶۷ برای نشان دادن مقادیر ضعیف، متوسط و قوی تعیین شده است.

<sup>1</sup> Effect Model

<sup>2</sup> Indicator Reliability

<sup>3</sup> Cronbach's Alpha

<sup>4</sup> Composite Reliability (CR)

<sup>5</sup> Average Variance Extracted (AVE)

### ۳-۵-۴ آزمون فریدمن<sup>۱</sup>

در قسمت پایانی پژوهش نیز به منظور اولویت‌بندی چالش‌ها و موانعی از قبیل (زیرساختی، اقتصادی و مالی، سیاسی و امنیتی، حقوقی و قانونی، مدیریتی و درون‌بخشی، اجتماعی و فرهنگی) که در فرآیند کار شناسایی شده آزمون فریدمن استفاده می‌شود. در واقع آزمون فریدمن یک آزمون ناپارامتری است که برای مقایسه سه یا بیش از سه گروه وابسته که حداقل در سطح رتبه‌ای اندازه‌گیری می‌شوند، مورد استفاده قرار می‌گیرد. این آزمون می‌تواند در مورد داده‌های پیوسته (فاصله‌ای یا نسبی) نیز به کار برده شود، اما در هنگام محاسبه این داده‌ها نیز رتبه‌بندی آن‌ها مدنظر قرار می‌گیرد.

آزمون فریدمن معادل ناپارامتری آزمون F وابسته در تحلیل واریانس اندازه‌های تکراری است. در این حالت برای اجرای تحلیل واریانس داده‌های تکرار شده ضرورتی به وجود فرضیاتی مانند نرمال بودن توزیع، برابری واریانس‌ها و پیوسته بودن مقیاس وجود ندارد؛ بنابراین در تحلیل واریانس اندازه‌های تکراری چنانچه یک یا همه فرضیات ابتدایی مذکور رد شوند، آزمون فریدمن استفاده می‌شود.

فرضیه صفر در این آزمون بیان می‌کند که توزیع مشاهدات در سنجش‌های تکرار شده یکسان هستند. یا به عبارت دیگر میان توزیع‌های ایجاد شده در اثر سنجش‌های مکرر روی یک گروه و یا بین گروه‌های هم‌تا در زمینه متغیر وابسته تفاوتی وجود ندارد. محاسبه‌ی آماره‌ی فریدمن که آن را با  $\chi_r^2$  نشان می‌دهند با استفاده از رابطه زیر امکان‌پذیر است به دو روش صورت می‌گیرد:

$$\chi_r^2 = \frac{SS_{br}}{\frac{k(k+1)}{12}} \quad \text{رابطه (۱)}$$

که در آن  $SS_{br}$  مجموع مجذورات رتبه‌ای بین توزیع‌ها و  $k$  تعداد مقوله‌ها یا توزیع‌ها می‌باشد که رتبه‌بندی در مورد آن‌ها صورت می‌گیرد.

$$\chi_r^2 = \frac{12}{Nk(k+1)} \sum (T_g)^2 - 2N(k+1) \quad \text{رابطه (۲)}$$

که در آن  $N$  تعداد آزمودنی‌ها،  $k$  تعداد مقوله‌ها یا توزیع‌ها می‌باشد که رتبه‌بندی در مورد آن‌ها صورت می‌گیرد و  $T_g$  جمع رتبه‌های گروه  $g$  ام می‌باشد. مقدار  $SS_{br}$  نیز از رابطه زیر حاصل می‌شود:

$$SS_{br} = \frac{\sum (T_g)^2}{N} - \frac{(T_{all})^2}{N_a} \quad \text{رابطه (۳)}$$

در این رابطه  $N_a$  تعداد کل رتبه‌های تمام گروه‌ها و  $T_{all}$  جمع کل رتبه‌های اختصاص داده شده به آزمودنی‌ها می‌باشند. مقدار آماره این آزمون با مقدار بحرانی حاصل از جدول توزیع کای دو با  $k-1$  درجه آزادی و در سطح اطمینان مورد نظر که معمولاً ۹۵٪ می‌باشد، مقایسه می‌شود. چنانچه  $\chi_r^2$  بزرگ‌تر از مقدار بحرانی جدول باشد، فرضیه صفر تأیید نمی‌شود. (Chatfield & Mander, 2009).

<sup>۱</sup> Friedman Test

### ۳-۵-۵ آزمون T تک نمونه‌ای

یکی از مهم‌ترین آزمون‌های میانگین جامعه، آزمون T تک نمونه‌ای<sup>۱</sup> است. این آزمون زمانی به کار می‌رود که بخواهیم در یک جامعه آماری حول یک میانگین مشخص، وضعیت متغیرها را بسنجیم. نکته مهم دیگری که در مورد این آزمون وجود دارد این است که نتایج به دست آمده از این آزمون قابل تعمیم به کل جامعه است. در مورد معناداری آزمون T دو حالت وجود دارد:

**حالت اول:**  $Sig \geq 0.05$ ، این بدین معناست که مقدار متغیر ارزیابی شده با فاصله اطمینان ۹۵٪ با میانگین اختلافی ندارد و تقریباً در حد میانگین است. به عبارت دیگر پاسخ‌دهندگان در پاسخ به آن سؤال گزینه متوسط را انتخاب کردند.

**حالت دوم:**  $Sig < 0.05$ ، این بدین معناست که مقدار متغیر ارزیابی شده با فاصله اطمینان ۹۵٪ با میانگین اختلاف دارد، یعنی مقدار متغیر یا بزرگ‌تر و یا کوچک‌تر از مقدار میانگین است. در این شرایط باید مقدار t را بررسی کنیم، دو حالت وجود دارد یا t مثبت است یا t منفی است. در صورتی که مقدار t مثبت باشد یعنی مقدار آن شاخص بزرگ‌تر از حد میانگین است، یعنی پاسخ‌دهندگان در پاسخ به سؤال مربوطه بیشتر دو گزینه زیاد و خیلی زیاد را انتخاب کردند. در صورتی که مقدار t منفی باشد، مقدار آن شاخص کوچک‌تر از حد میانگین است، یعنی پاسخ‌دهندگان در پاسخ به سؤال مربوطه بیشتر دو گزینه کم و خیلی کم را انتخاب کردند (Gerald, 2018).

### ۳-۵-۶ آلفای کرونباخ

آلفا توسط لی کرونباخ<sup>۲</sup> در سال ۱۹۵۱ برای ارائه معیاری از سازگاری درونی<sup>۳</sup> یک آزمون یا مقیاس ایجاد شد و به صورت عددی بین ۰ و ۱ بیان می‌شود. سازگاری درونی میزانی را توصیف می‌کند که همه آیتم‌ها در یک آزمون مفهوم یا ساختار یکسانی را اندازه‌گیری می‌کنند و از این رو به ارتباط متقابل آیتم‌های درون آزمون مرتبط است. سازگاری درونی باید قبل از استفاده آزمون برای اهداف تحقیقاتی یا آزمایشی تعیین شود تا از اعتبار اطمینان حاصل شود. تعداد آیتم‌های آزمایشی، ارتباط متقابل و ابعاد آیتم‌ها بر مقدار آلفا تأثیر می‌گذارد. گزارش‌های مختلفی در مورد مقادیر قابل قبول آلفا وجود دارد که از ۰.۷۰ تا ۰.۹۵ متغیر است. مقدار کم آلفا می‌تواند به دلیل تعداد کم سؤالات، ارتباط ضعیف بین آیتم‌ها یا ساختارهای ناهمگن باشد. به عنوان مثال، اگر آلفای پایین به دلیل همبستگی ضعیف بین آیتم‌ها باشد، برخی از آیتم‌ها باید مورد بازبینی قرار گیرند و یا باید حذف شوند (Tavakol & Dennick, 2011).

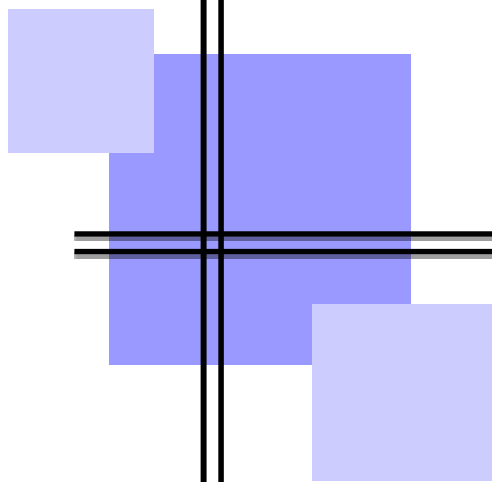
1. One Sample T-Test

2. Lee Cronbach

3. Internal Consistency



فصل چهارم: تحلیل داده‌ها و ارائه یافته‌ها



## ۱-۴ مقدمه

در این بخش سعی داریم پس از معرفی کلی از محدوده مطالعاتی، در راستای دستیابی به اهداف پژوهش به ارائه تحلیل‌های انجام شده پردازیم. در بخش نخست با استفاده از داده‌های موجود و در دسترس، تحلیل و شناسایی پتانسیل‌ها، مزیت‌ها و شاخص‌های تجاری صورت گرفت. در بخش دوم با تحلیل پرسشنامه توزیع شده و به کارگیری آزمون T تک نمونه‌ای به شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید در روابط تجاری استان و اقلیم کردستان پرداختیم. در بخش سوم با به کارگیری ماتریس SWOT و ماتریس QSPM ارائه و اولویت‌بندی راهبردهای عملیاتی تجارت استان و اقلیم کردستان انجام شد. در بخش چهارم با به کارگیری تحلیل عامل تأییدی به بررسی میزان اهمیت عوامل تأثیرگذار در روابط تجاری استان و اقلیم کردستان پرداختیم. در پایان در راستای شناسایی و اولویت‌بندی موانع و چالش‌های موجود در روابط تجاری استان و اقلیم کردستان آزمون فریدمن استفاده شد.

## ۲-۴ معرفی محدوده مطالعاتی

در این بخش سعی بر آن است به معرفی اجمالی از دو کشور ایران و عراق و نیز استان کردستان و اقلیم کردستان پردازیم.

### ۱-۲-۴ معرفی کشور ایران

جدول ۱-۴: معرفی کشور ایران

رتبه کل در واردات جهان	رتبه کل در صادرات جهان	جمعیت کشور ایران	
رتبه ۷۰ از بین ۲۲۶ کشور	رتبه ۸۵ از بین ۲۲۶ کشور	۸۰ میلیون نفر	
	کل واردات	کل صادرات	
	۲۸.۷ میلیارد دلار	۱۴.۱ میلیارد دلار	

مأخذ: سایت رصدخانه پیچیدگی اقتصادی، طبق گزارش سال ۲۰۲۱ (<https://oec.world/en>)

در سال ۲۰۲۱، ایران رتبه ۸۵ اقتصاد جهان از نظر کل صادرات و رتبه ۷۰ در کل واردات را داشت.

**واردات:** بیشترین واردات ایران، تجهیزات پخش (۳۸۶ میلیارد دلار)، ذرت (۱.۵۲ میلیارد دلار)، سویا (۸۷۰ میلیون دلار)، وسایل نقلیه موتوری، قطعات و لوازم جانبی (۸۷۰.۱ تا ۸۷۰.۵) (۷۳۴ میلیون دلار) و برنج (۶۷۱ میلیون دلار) هستند. بیشتر این محصولات از چین (۸.۲۷ میلیارد دلار)، امارات متحده عربی (۶.۵۸ میلیارد دلار)، ترکیه (۲.۶۶ میلیارد دلار)، برزیل (۱.۹۴ میلیارد دلار) و آلمان (۱.۶۴ میلیارد دلار) وارد می‌شود.

**صادرات:** بیشترین صادرات ایران پلیمرهای اتیلن (۳.۲ میلیارد دلار)، آجیل (۹۲۵ میلیون دلار)، آهن نیمه‌تمام (۸۱۶ میلیون دلار)، مس تصفیه شده (۶۷۳ میلیون دلار) و الکل‌های غیر حلقوی (۵۶۱ میلیون دلار) هستند. بیشتر این محصولات به چین (۵.۹۴ میلیون دلار)، ترکیه (۲.۷۲ میلیارد دلار)، پاکستان (۶۱۴ میلیون دلار)، ارمنستان (۴۰۶ میلیون دلار) و هند (۳۷۹ میلیون دلار) صادر می‌شود جداول (۴-۳ و ۴-۴).

در سال ۲۰۲۱، ایران در مجموع ۱۴ میلیارد دلار صادرات داشت و رتبه ۸۵ صادرکننده جهان را به خود اختصاص داد. صادرات ایران از ۷۵.۹ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶ به ۱۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۱ کاهش یافته است جدول ۴-۱، یعنی طی این پنج سال ایران شاهد کاهش حجم صادرات خود به میزان ۶۱.۹ میلیارد دلار بوده است. در سال ۲۰۲۱ برترین محصول صادراتی ایران، نفت خام بوده که به میزان ۳.۲ میلیارد دلار صادرات داشته و برترین مقصد صادراتی ایران، کشور چین بوده که به میزان ۵.۹۴ میلیارد دلار به این کشور صادرات داشته است (OECD World, 2023).

#### ۴-۲-۲ معرفی کشور عراق

جدول ۲-۴: معرفی کشور عراق

رتبه کل در واردات جهان	رتبه کل در صادرات جهان	جمعیت کشور عراق	
رتبه ۵۵ از بین ۲۲۶ کشور	رتبه ۴۵ از بین ۲۲۶ کشور	۴۰.۵ میلیون نفر	
	کل واردات	کل صادرات	
	۵۲.۱ میلیارد دلار	۸۲.۵ میلیارد دلار	

مأخذ: سایت رصدخانه پیچیدگی اقتصادی، طبق گزارش سال ۲۰۲۱ (<https://oec.world/en>)

کشور عراق، امروزه به‌عنوان یکی از فرصت‌های اقتصادی در جهان مطرح است. این کشور ۴۰ میلیون نفری با وسعت ۴۳۸ هزار کیلومتر مربع (۲۷٪ خاک ایران)، سومین صادرکننده نفت جهان بوده و موقعیت استراتژیک جغرافیایی آن و راه‌یابی به آب‌های آزاد و نیز ویرانی حاصل از سال‌های جنگ داخلی و خارجی و نیاز وافر و ضروری به تمامی کالاها و خدمات تولیدی جهان بر اهمیت آن افزوده است.

در ارزیابی کشورها بر اساس دویژگی نیاز و اعتبار مالی، کشور عراق از معدود کشورهای دارای منابع و اعتبارات مالی وافر می‌باشد که به بازسازی ساختاری در تمامی زمینه‌های اقتصادی، صنعتی، کشاورزی، خدماتی، راه و ساختمان و... به شدت نیازمند است و هر ساله دولت این کشور بودجه‌ای معادل ۲۰۰ میلیارد دلار جهت واردات انواع کالا، خدمات و بازسازی کشور برآورد می‌نماید که به دلیل جنگ‌های داخلی با کمی کاهش و کندی، این بودجه هزینه می‌گردد. هم‌اکنون با تمام اختلافات و جنگ‌های داخلی مجدداً هزینه‌های اختصاصی جهت بازسازی عراق تا ۳۰۰ میلیارد در سال افزایش یافته است.

گرایش مردم عراق به تجارت و عدم وجود میزان کافی نیروی کار متخصص و پایین بودن سطح عمومی سواد و عدم علاقه‌مندی به کار و تولید باعث گردیده این کشور صرفاً واردکننده باشد. در بسیاری موارد ساخت‌وسازها و بازسازی این کشور بر اساس استعانت از شرکت‌های خدمات فنی و مهندسی خارجی و به صورت برگزاری مناقصات بین‌المللی به انجام می‌رسانند. استراتژی تولید در عراق نیز بر پایه سرمایه، دانش فنی و نیروی کار خارجی در حال شکل‌گیری است.

کشور عراق دارای ۱۸ استان می‌باشد که بر اساس قانون اساسی مصوب بعد از سقوط رژیم بعث عراق در سال ۲۰۰۳ میلادی، استان‌های این کشور به صورت فدرالی اداره می‌شوند. سه استان شمالی عراق به نام سلیمانیه، اربیل و دهوک با اعلام حکومت خودمختار تحت یک فدرال به مرکزیت اربیل اداره می‌شوند (نجات‌نیا، ۱۳۹۷).

**مرور اجمالی بر تجارت عراق:** در سال ۲۰۲۱، عراق رتبه ۵۰ اقتصاد جهان از نظر تولید ناخالص داخلی (دلار فعلی آمریکا)، رتبه ۴۵ در کل صادرات، رتبه ۵۵ در کل واردات، رتبه ۹۸ بر حسب سرانه تولید ناخالص داخلی و رتبه ۱۱۲ بر حسب پیچیده‌ترین اقتصاد بر اساس شاخص پیچیدگی اقتصادی داشته است جدول ۴-۲.

**واردات:** بیشترین واردات عراق نفت پالایش شده (۵.۵۴ میلیارد دلار)، تجهیزات پخش (۳.۱۱ میلیارد دلار)، اتومبیل (۲.۲۲ میلیارد دلار)، جواهرات (۲.۲۱ میلیارد دلار) و داروهای بسته‌بندی شده (۱.۰۹ میلیارد دلار) هستند. بیشتر محصولات از امارات متحده عربی (۱۴.۳ میلیارد دلار)، ترکیه (۱۱.۱ میلیارد دلار)، چین (۱۰.۷ میلیارد دلار)، هند (۲.۰۳ میلیارد دلار) و آلمان (۱.۰۶ میلیارد دلار) وارد می‌شود. در سال ۲۰۲۱، عراق بزرگ‌ترین واردکننده آرد گندم (۴۸۸ میلیون دلار) در جهان بود.

**صادرات:** بیشترین صادرات عراق شامل نفت خام (۷۲ میلیارد دلار)، نفت پالایش شده (۵.۴۹ میلیارد دلار)، طلا (۲۰۰۸ میلیارد دلار)، کک نفتی (۵۴۲ میلیون دلار) و گاز نفت (۱۵۷ میلیون دلار) است. بیشتر کالاها به هند (۲۳.۵ میلیارد دلار)، چین (۲۳.۳ میلیارد دلار)، یونان (۸.۷ میلیارد دلار)، کره جنوبی (۴.۶۷ میلیارد دلار) و ایتالیا (۳.۹۷ میلیارد دلار) صادر می‌شود جداول (۴-۳ و ۴-۴).

در سال ۲۰۲۱، عراق در مجموع ۸۱.۱ میلیارد دلار صادرات داشت و این کشور را به رتبه ۴۵ صادرکننده در جهان تبدیل کرد. صادرات عراق از ۴۵.۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶ به ۸۱.۱ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۱ افزایش یافته است، یعنی طی پنج سال اخیر میزان صادرات عراق به میزان ۳۵.۳ میلیارد دلار افزایش یافته است. در سال ۲۰۲۱ برترین محصول صادراتی عراق، نفت خام بوده که میزان ۷۲ میلیارد دلار صادرات داشته و برترین مقصد صادراتی عراق، کشور هند بوده که به میزان ۲۳.۵ میلیارد دلار به این کشور صادرات داشته است (Oec.World, 2023).

در سال ۲۰۱۸، صادرات ایران به عراق ۸.۹۵ میلیارد دلار بود. صادرات ایران به عراق از ۳۱.۱ میلیون دلار در سال ۱۹۹۸ به ۸.۹۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۸ رسیده است، به عبارتی طی این ۲۰ سال صادرات ایران به عراق با نرخ سالانه ۳۲.۷ درصد افزایش یافته است. ایران در سال ۲۰۱۸ هیچ خدماتی به عراق صادر نکرد. در سال ۲۰۱۸، صادرات عراق به ایران ۵۷.۴ میلیون دلار بود. صادرات عراق به ایران از ۳۰.۳ میلیون دلار در سال ۱۹۹۸ به ۵۷.۴ میلیون دلار در سال ۲۰۱۸ رسیده است. به عبارتی طی این ۲۰ سال صادرات عراق به ایران با نرخ سالانه ۳.۲۴ درصد افزایش یافته است.

**جدول ۳-۴:** کالاهای صادراتی وارداتی کشور عراق و ایران

کشور	تجارت	نام کالا			
		رتبه اول	رتبه دوم	رتبه سوم	رتبه چهارم
عراق	صادرات	نفت خام (۷۲ میلیارد دلار)	نفت پالایش شده (۵.۴۹ میلیارد دلار)	طلا (۲.۰۸ میلیارد دلار)	کوک نفتی (۵۴۲ میلیون دلار)
	واردات	نفت پالایش شده (۵.۵۴ میلیارد دلار)	تجهیزات پخش (۳.۱۱ میلیارد دلار)	اتومبیل (۲.۲۲ میلیارد دلار)	جواهرات (۲.۲۱ میلیارد دلار)
ایران	صادرات	پلیمرهای اتیلن (۳.۲ میلیارد دلار)	آجیل (۹۲۵ میلیون دلار)	آهن نیمه تمام (۸۱۶ میلیون دلار)	مس تصفیه شده (۶۷۳ میلیون دلار)
	واردات	تجهیزات پخش (۳.۸۶ میلیارد دلار)	ذرت (۱.۵۲ میلیارد دلار)	سویا (۸۷۰ میلیون دلار)	وسایل نقلیه موتوری، قطعات و لوازم جانبی (۷۳۴ میلیون دلار)

مأخذ: سایت رصدخانه پیچیدگی اقتصادی، طبق گزارش سال ۲۰۲۱ (<https://oec.world/en>)

**جدول ۴-۴:** مقاصد صادراتی وارداتی کشور عراق و ایران

کشور	تجارت	کشورهای طرف معامله			
		رتبه اول	رتبه دوم	رتبه سوم	رتبه پنجم
عراق	صادرات	هند (۲۳.۵ میلیارد دلار)	چین (۲۳.۳ میلیارد دلار)	یونان (۸.۷ میلیارد دلار)	کره جنوبی (۴.۶۷ میلیارد دلار)
	واردات	امارات (۱۴.۳ میلیارد دلار)	ترکیه (۱۱.۱ میلیارد دلار)	چین (۱۰.۷ میلیارد دلار)	هند (۲.۰۳ میلیارد دلار)
ایران	صادرات	چین (۵.۹۴ میلیارد دلار)	ترکیه (۲.۷۲ میلیارد دلار)	پاکستان (۶۱۴ میلیون دلار)	ارمنستان (۴۰۶ میلیون دلار)
	واردات	چین (۸.۲۷ میلیارد دلار)	امارات (۶.۵۸ میلیارد دلار)	ترکیه (۲.۶۶ میلیارد دلار)	برزیل (۱.۹۴ میلیارد دلار)

مأخذ: سایت رصدخانه پیچیدگی اقتصادی، طبق گزارش سال ۲۰۲۱ (<https://oec.world/en>)

در یک مقایسه کلی در سال ۲۰۲۱، ایران در شاخص پیچیدگی اقتصادی رتبه ۶۷ و با صادرات کل (۱۴ میلیارد دلار) رتبه ۸۵ را به خود اختصاص داده است. در همان سال عراق در شاخص پیچیدگی اقتصادی با رتبه ۱۱۲ و با صادرات کل (۸۱.۱ میلیارد دلار) رتبه ۴۵ را به خود اختصاص داده است. در سال ۲۰۲۱، کشورهایی که بیشتر از عراق، از ایران واردات داشتند ترکیه (۲.۷۲ میلیارد دلار)، پاکستان (۶۱۴ میلیون دلار) و ارمنستان (۴۰۶ میلیون دلار) بودند. در سال ۲۰۲۱، کشورهایی که بیشتر از ایران، از عراق وارد داشتند هند (۲۳.۵ میلیارد دلار)، چین (۲۳.۳ میلیارد دلار) و یونان (۸.۷ میلیارد دلار) بودند (Oec.World, 2023).

### ۴-۲-۳ معرفی استان کردستان

جدول ۵-۴: معرفی استان کردستان

جمعیت بیکار	جمعیت فعال	جمعیت شاغل	جمعیت استان کردستان	مساحت استان
۶۲ هزار نفر	۵۲۹ هزار نفر	۴۶۷ هزار نفر	۱/۶۰۳ میلیون نفر	۲۸۲۰۳ کیلومتر مربع
رتبه درآمد سرانه در کشور	میزان درآمد سرانه (میلیون ریال)	محصول ناخالص داخلی استان در سال ۱۳۹۸ (به قیمت جاری)	نرخ بیکاری	نرخ مشارکت اقتصادی
۲۹	۲۰۰/۸۳	۳۲۹،۴۵۹،۹۴۶ میلیون ریال	۱۱/۷ درصد	۴۲.۲ درصد
ارزش مبادلات بازرگانی خارجی استان کردستان	ارزش واردات انواع کالاها از گمرکات استان کردستان	ارزش صادرات کالاهای غیرنفتی از گمرکات استان کردستان	عملکرد درآمدهای عمومی استان	رشد شاخص کل قیمت کالاها و خدمات مصرفی نسبت به سال قبل
۱۰۲۰۸۵/۵ میلیارد ریال	۴۸۶۵/۸ میلیارد ریال	۹۷۲۱۹/۶ میلیارد ریال	۱۴۱۰۴/۷ میلیارد ریال	۴۱ درصد



مأخذ: مرکز آمار ایران (اطلاعات استان‌ها)

استان کردستان با مساحتی حدود ۲۸۲۰۳ کیلومتر مربع در غرب ایران قرار دارد و از شمال به استان‌های آذربایجان غربی و بخشی از زنجان، از شرق به استان همدان و بخش دیگری از زنجان، از جنوب به استان کرمانشاه و از مغرب به کشور عراق (استان کردنشین سلیمانیه) محدود می‌گردد.

استان کردستان با برخورداری از موقعیت استراتژیک و منابع غنی شرایط جغرافیایی مناسب و مستعدی را برای توسعه اقتصادی در بخش‌های تجارت، کشاورزی، صنعت و خدمات دارا می‌باشد. کردستان به دلیل هم‌جواری با کشور عراق و دارا بودن حدود ۲۳۰ کیلومتر مرز مشترک با منطقه اقلیم کردستان عراق و سابقه تجارت یکصد ساله با توجه به وجود مشابهت‌های تاریخی، فرهنگی و ارتباط خویشاوندی بین شهروندان دو کشور به صورت طبیعی از پتانسیل‌های بسیار بالایی برای ایجاد روابط تجاری و اقتصادی برخوردار بوده و می‌تواند پل ارتباطی بسیار خوبی برای فعالیت اقتصادی دیگر استان‌های کشور نیز باشد.

بخش بازرگانی داخلی و خارجی استان دارای توانمندی‌ها و ظرفیت‌های بالقوه است که در صورت بهره‌گیری از این فرصت‌های تجاری می‌توان به هدف توسعه پایدار بازرگانی خارجی و داخلی استان دست یافت. موقعیت مرزی و جغرافیایی استراتژیک و مستعد برای توسعه تجارت خارجی با تأکید بر حوزه‌های صنعت، معدن، تجارت و کشاورزی (وجود ۲۳۰ کیلومتر مرز مشترک با کشور عراق و قرار گرفتن در کریدور شمال غرب - جنوب و شرق - غرب کشور) با بهره‌برداری از این مزیت و احداث و اتصال خط ریلی سنندج به باشماق و باشماق به کردستان عراق، راه‌اندازی منطقه آزاد تجاری و همچنین احداث بندر خشک در مرکز استان در قالب مجموعه امکانات زیربنایی همچون پایانه‌های بار و مسافر، مراکز نگهداری و دپوی کالا (انبار و سردخانه) و ... امکان ترانزیت کالا به عراق، ترکیه، اردن، سوریه و در نهایت اروپا در کمترین زمان ممکن فراهم خواهد بود.

همچنین استان کردستان در بخش تجارت داخلی در سال‌های اخیر نهادسازی و بسترسازی مطلوبی برای بهره‌گیری از این فرصت‌ها فراهم شده است که شامل وجود سه بازارچه مرزی با حضور ۱۲۰۰۰ نفر تاجر و بازرگان محلی و تجارت مرزی زیاد در سال که به دلیل وجود ساختار مناسب ظرفیت و کشش تبادل کالا در سطح کشور و استان عملکرد بسیار مطلوب و بالایی داشته است. از لحاظ تشکل‌های مردمی صادراتی در استان ۱۳ تعاونی مرزنشین با حدود ۲۸۲۰۰۰ نفر جمعیت مرزنشین و تشکل‌های رسمی صادراتی بازرگانی از سال ۱۳۱۴ تأسیس شده‌اند و برخورداری از اتاق‌های فعال و پویای بازرگانی، تعاون و صنعت دارای ساختار نیروی انسانی فرهیخته برای فعالیت در عرصه تجارت خارجی می‌باشد و این موفقیت سبب شده گمرک استان نقشی ترانزیتی را برای انتقال و گردش کالا از کشورهای همسایه غربی ترکیه، عراق، سوریه و لبنان به سایر استان‌های کشور را به عهده گیرد (ko.mefa.ir, 1401).

تحولات تولید ناخالص داخلی مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده سطح رفاه و اشتغال در یک جامعه می‌باشد. به همین دلیل یکی از محوری‌ترین اهداف سیاست‌گذاری اقتصادی در هر کشور، پایدار کردن دوره‌های رونق و کوتاه کردن دوره‌های رکود اقتصادی است. افزایش مستمر تولید ناخالص داخلی واقعی (تحت عنوان رشد مستمر اقتصادی) یکی از اهداف مهم دولت‌ها در اقتصاد به‌شمار می‌رود؛ زیرا این افزایش نه تنها باعث افزایش شاغلین جامعه می‌شود بلکه درآمدهای مالیاتی دولت را نیز بهبود می‌بخشد.

بر اساس آخرین اطلاعات منتشر شده محصول ناخالص تولیدی استان و سرانه آن در سال ۱۳۹۸ به ترتیب برابر ۳۲۹۴۵۹۹۴۶ و ۲۰۰۸۳ میلیون ریال بوده است که نسبت به سال قبل رشد ۳۹.۹۱ و ۳۸.۸۳ درصدی را داشته است. استان کردستان با سهم ۰.۹۲ درصدی از تولید کل کشور در رتبه ۲۸ قرار دارد. رتبه ۲۹ استان از نظر شاخص محصول ناخالص داخلی سرانه، نشان از وضعیت نامناسب تولید در این استان می‌باشد جدول ۴-۶ (گزارش اقتصادی استان کردستان، ۱۴۰۰).

جدول ۶-۴: وضعیت ناخالص داخلی استان در سال ۱۳۹۸ (میلیون ریال-درصد)

عنوان	سال ۱۳۹۷	سال ۱۳۹۸	سال ۱۳۹۸		
			تغییرات	سهم نسبی در کشور	رتبه در کشور
محصول ناخالص داخلی (به قیمت جاری)	۲۳۵۴۸۷۷۲۶	۳۲۹۴۵۹۹۴۶	۳۹.۹۱	۰.۹۲	۲۸
محصول ناخالص داخلی سرانه (به قیمت جاری)	۱۴۴.۶۵	۲۰۰.۸۳	۳۸.۸۳	-	۲۹

مأخذ: گزارش اقتصادی استان کردستان، ۱۴۰۰

#### ۴-۲-۳-۱ تجارت خارجی استان کردستان

طبق جداول (۷-۴ و ۸-۴) کالاهای صادراتی وارداتی از گمرکات استان کردستان به دو بخش کشاورزی و صنعت و معدن تقسیم شده‌اند، در بخش خدمات تجاری ثبت شده‌ای صورت نگرفته است. بخش کشاورزی پیش‌تاز صادرات کالا در سال ۱۴۰۰ بوده است. ارزش صادرات بخش کشاورزی ۲۱۳ میلیون دلار بوده وزن این گروه کالایی نیز ۵۴۴۱۴۰ تن بوده است. نکته قابل توجه این است که بخش کشاورزی به لحاظ ارزشی نسبت به سال ۱۳۹۹ کاهش معادل ۴۲.۱- و به لحاظ وزنی ۴۶.۴- درصد را تجربه کرده است. در بخش صنعت و معدن نیز در سال ۱۴۰۰، میزان ۳۷۷۶۵۱ تن کالا به ارزش ۱۹۸ میلیون دلار صادر شده است که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل از نظر وزنی و ارزشی به ترتیب با ۴۸.۹ و ۳۲ درصد کاهش همراه بوده است. همچنین ارزش واردات به تفکیک دو بخش کشاورزی و صنعت و معدن در سال ۱۴۰۰ به ترتیب برابر ۰.۰۴ و ۱۱۴ میلیون دلار بوده که تغییرات ۸۹.۹- و ۱۳۲.۷ درصدی را داشته‌اند (گزارش اقتصادی استان کردستان، ۱۴۰۰).

جدول ۷-۴: ارزش و حجم صادرات استان به تفکیک بخش‌های اقتصادی

عنوان	سال ۱۳۹۹	سال ۱۴۰۰	تغییرات (درصد)	
ارزش صادرات بخش‌های اقتصادی (میلیون دلار)	بخش کشاورزی	۳۶۸	۲۱۳	-۴۲.۱
	بخش صنعت و معدن	۲۹۱	۱۹۸	-۳۲
	بخش خدمات	-	-	-
حجم صادرات بخش‌های اقتصادی (تن)	بخش کشاورزی	۱۰۱۴۵۸۷	۵۴۴۱۴۰	-۴۶.۴
	بخش صنعت و معدن	۵۳۴۷۳۹	۳۷۷۶۵۱	-۴۸.۹
	بخش خدمات	-	-	-

مأخذ: گزارش اقتصادی استان کردستان، ۱۴۰۰



**جدول ۸-۴:** ارزش و حجم واردات استان به تفکیک بخش‌های اقتصادی

تغییرات (درصد)	سال ۱۴۰۰	سال ۱۳۹۹	عنوان
-۸۹.۹	۰.۰۴	۳.۷	بخش کشاورزی
۱۳۲.۷	۱۱۴	۴۹	بخش صنعت و معدن
-	-	-	بخش خدمات
-۹۹.۲	۴۴	۵۴۹۶	بخش کشاورزی
۲۵.۴	۴۳۹۶۹	۳۵۰۶۷	بخش صنعت و معدن
-	-	-	بخش خدمات

مأخذ: گزارش اقتصادی استان کردستان، ۱۴۰۰

استان کردستان دارای سه گمرک رسمی است. ارزش و حجم مبادلات گمرک‌های رسمی و بازارچه‌های رسمی استان در جدول آورده شده است. طبق جدول ۴-۹ در سال ۱۴۰۰ بیشترین ارزش صادرات از مبادی گمرک‌های استان مربوط به گمرک رسمی زریوار (باشماق) بوده است، همچنین بیشترین میزان واردات نیز مربوط به گمرک زریوار (باشماق) مریوان می‌باشد. قابل ذکر است که در گمرک بانه مبادلات تجاری صورت نمی‌گیرد.

**جدول ۹-۴:** ارزش و حجم تجارت خارجی استان به تفکیک گمرک‌ها و بازارچه‌های استان

تغییرات (درصد)	سال ۱۴۰۰	سال ۱۳۹۹	عنوان
-۲۱	۱۱۱	۱۴۰	بازارچه سیرانبد بانه
۶	۱۸	۱۷	سنندج
-۴۲	۳۰۲	۵۱۷	زریوار (باشماق)
-۱۰	۴۰۳	۴۴۸	بازارچه سیرانبد بانه
۲.۱	۴۷	۴۶	سنندج
-۵۴	۱	۱۰۷۰	زریوار (باشماق)
۵۵۰	۱۳	۲	بازارچه سیرانبد بانه
-۵۸	۸	۱۹	سنندج
-۸	۳۳	۳۶	زریوار (باشماق)
۲۰۰	۳	۱	بازارچه سیرانبد بانه
-۵۰	۱	۲	سنندج
-۲۹	۲۹	۴۱	زریوار (باشماق)

مأخذ: گزارش اقتصادی استان کردستان، ۱۴۰۰

بر اساس جدول (۴-۱۰) آمار گمرک‌های استان کردستان در سال ۱۴۰۰ میزان صادرات کالا به لحاظ وزنی ۹۴۸ هزار تُن کالا به ارزش ۴۳۲ میلیون دلار از مبادی گمرک‌ها صادر شده است که در مقایسه با سال گذشته به لحاظ وزنی ۶۸ درصد افزایش و به لحاظ ارزشی ۳۵ درصد کاهش داشته است. همچنین در این سال ۴۷ هزار تُن کالا به ارزش ۱۱۸ میلیون دلار از

گمرک‌های استان واردات صورت گرفته است که در مقایسه با سال گذشته به لحاظ وزنی ۹.۳ درصد و به لحاظ ارزشی ۱۱۴.۵ درصد رشد داشته است (همان، ۱۴۰۰).

یکی از شاخص‌های عملکرد دولت‌ها در بخش تجارت خارجی، تراز تجاری یا بازرگانی است که گویای میزان منفعتی است که کشور از رابطه تجاری با سایر کشورها به دست می‌آورد. به این معنا که هرچه میزان صادرات از واردات بیشتر باشد، سود (منابع ارزی) بیشتری نصیب اقتصاد خواهد شد. طبق جدول (۴-۱۰) تراز تجاری استان در سال ۱۴۰۰ با مازاد ۳۱۳ میلیون دلاری مواجه بوده که نسبت به سال قبل کاهش ۴۹.۴ داشته است. افزایش واردات بیش از افزایش صادرات در سال ۱۴۰۰ بوده که این امر دلیل منفی شدن تغییرات تراز بازرگانی نسبت مدت مشابه سال قبل بوده است (همان، ۱۴۰۰).

**جدول ۱۰-۴:** تراز بازرگانی، ارزش تجارت خارجی و متوسط قیمت کالاهای صادراتی وارداتی استان

عنوان	سال ۱۳۹۹	سال ۱۴۰۰	تغییرات (درصد)	
تراز بازرگانی (میلیون دلار)	۶۱۹	۳۱۳	-۴۹.۴	
میزان ترانزیت کالا از طریق حمل و نقل جاده‌ای (ترانزیت خارجی) (میلیون دلار)	۴۳۵۷	۶۵۲۷	۴۹.۸	
واردات	ارزش واردات (میلیون دلار)	۵۵	۱۱۸	۱۱۴.۵۵
	حجم واردات (هزار تن)	۴۳	۴۷	۹.۳
	متوسط قیمت کالاهای وارداتی (دلار بر تن)	۱۷۹۱	۲۴۸۶	۳۸.۸۱
صادرات	ارزش صادرات (میلیون دلار)	۶۷۴	۴۳۲	-۳۵.۹۱
	حجم صادرات (هزار تن)	۵۶۳	۹۴۸	۶۸.۳۸
	متوسط قیمت کالاهای صادراتی (دلار بر تن)	۴۳۱.۲۲	۴۵۵	۵.۵۷

مأخذ: گزارش اقتصادی استان کردستان، ۱۴۰۰

#### ۴-۲-۳-۲ بازارچه‌های مرزی استان کردستان

در حال حاضر اقلیم کردستان بازار مناسب و پایگاه قابل اطمینانی برای فعالان اقتصادی استان کردستان و کشور ایران محسوب می‌شود. موقعیت جغرافیایی، وجود مرزهای مشترک و امن، اشتراکات تاریخی، اجتماعی، فرهنگی و مذهبی، قدمت روابط تجاری، اعتماد طرفین و ... از جمله مزایایی است که تجار و بازرگانان استان و اقلیم کردستان از آن بهره‌مند هستند، علاوه بر مزیت‌های ذکر شده در سال‌های اخیر شکل‌گیری مرزهای رسمی (باشماق مریوان و سیرانبند بانه)، گمرکات (باشماق مریوان، سیرانبند بانه، سنندج)، بازارچه رسمی (سیف سقز)، بازارچه‌های غیررسمی موقت (دره‌وران مریوان، پیران مریوان، خان شیخان مریوان، هنگ‌ژال بانه، مله‌خور سروآباد)، منطقه ویژه اقتصادی بانه، تعاونی‌های مرزنشین از جمله مواردی است که ارتباط تجاری استان کردستان با کشور عراق و به‌ویژه اقلیم کردستان را تسهیل کرده است.

بازارچه‌های مرزی در استان کردستان نقش مهمی در تبادل کالا و خدمات با کشور عراق دارند و به عنوان پلی برای صادرات کالاهای کشور به کشورهای همسایه نیز عمل می‌کنند. به همین دلیل، برخی از این بازارچه‌ها به عنوان مهم‌ترین مراکز تجاری و تبادل کالا و خدمات در استان کردستان شناخته می‌شوند که در ادامه توضیحاتی در ارتباط با بازارچه‌های مرزی استان کردستان به طور مختصر ارائه شده است.

## الف. بازارچه مرزی باشماق مریوان

وجود عواملی مانند تاریخچه مبادلات مرزی و حجم کالاهای مبادله شده در منطقه مرزی مریوان، باعث تشکیل اولین بازارچه مرزی در استان کردستان در حاشیه روستای باشماق در سال ۱۳۷۳ شد. این بازارچه در فاصله تقریبی ۱۵ کیلومتری از شهر مریوان و حدود ۶ کیلومتر تا اولین شهر مرزی استان سلیمانیه (شهر پنجوین) و حدود ۱۳۰ کیلومتر تا مرکز استان سلیمانیه (شهر سلیمانیه) قرار دارد. طول این مسیر، که جاده‌ای آسفالتی و غیراستاندارد است، با عبور از شهرهای پنجوین، سید صادق و چند شهرک و محدوده روستاهای اطراف، به سلیمانیه ختم می‌گردد.

امور مبادلات رسمی کالا، تردد اتباع دو طرف و همچنین ترانزیت کالا از طریق مسیر این بازارچه و جاده منتهی به سلیمانیه انجام می‌پذیرد. یکی از شاخص‌های مهم بازارچه باشماق، صادرات آن است که همواره در هر دوره از فعالیت بر وارداتش فزونی داشته است. حجم مبادلات، به‌ویژه صادرات، از زمان تأسیس آن تاکنون علی‌رغم سیر نزولی پیلهوران که ناشی از کناره‌گیری پیلهوران ضعیف یا ناآشنایی برخی از آن‌ها با روند و اصول تجارت بوده است، صعودی بوده است.

شایان ذکر است در سال ۱۳۹۹ صادرات ایران به عراق حدود ۵ میلیارد دلار بوده است که گمرک باشماق با ۵۱۲ میلیون دلار حجم صادرات بعد از پرویزخان (۷۲۲ میلیون دلار) در جایگاه دوم قرار گرفته است همچنین در سال ۱۳۹۹ واردات ایران از عراق ۱۳۴ میلیون دلار گزارش شده که گمرک باشماق با ۲۳ میلیون دلار حجم واردات در جایگاه نخست قرار گرفته است (اتاق بازرگانی تهران، ۱۴۰۰؛ گمرک ج.ا. ایران، ۱۴۰۰).

قابل توجه است که این آمار و ارقام در سال ۱۴۰۱ نشان از کاهش چشمگیر صادرات از گمرک باشماق بوده به گونه‌ای که صادرات ایران به عراق حدود ۱۰ میلیارد دلار بوده است که گمرک باشماق با ۳۲۵ میلیون دلار حجم صادرات بعد از پرویزخان (۵۳۴ میلیون دلار) همچنان در جایگاه دوم قرار گرفته است. همچنین در سال ۱۴۰۱ واردات ایران از عراق ۱۹۷ میلیون دلار گزارش شده که گمرک باشماق با ۳۹ میلیون دلار حجم واردات در جایگاه نخست قرار گرفته است (گمرک ج.ا. ایران، ۱۴۰۱). با توجه به افزایش دو برابری صادرات ایران به عراق از سال ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱، اما صادرات از گمرک باشماق حدود ۴۳ درصد در طی این دو سال کاهش یافته است.

عمده کالاهایی که از طریق این بازارچه به شمال عراق صادر شده‌اند عبارتند از:

- در گروه کشاورزی: سیب‌زمینی، گوجه‌فرنگی، برگ زردآلو، انواع میوه، جوجه یک‌روزه و انواع محصولات جالیزی
- در گروه صنعتی و پتروشیمی: مصنوعات فلزی، ظروف پلاستیکی، رنگ روغن، دارو، فرش‌های ماشینی و مواد پاک‌کننده.

- در گروه معدنی: کاشی، سیمان، گچ، سنگ‌های ساختمانی

- در بخش واردات: تا قبل از سال ۱۳۷۹ کالاهایی چون برنج و چای و بعد از آن موز، وسایل الکترونیکی و لامپ‌های روشنایی ساخت کشور آلمان از اقلام وارداتی قطعی بوده‌اند کالاهایی چون قراضه آهن‌آلات، فلزات ورق‌های زائد از واردات موقت و اقلامی چون گندم، حبوبات و قیر از کالاهایی بوده‌اند که به مقصد کشورهای آسیای میانه و افغانستان ترانزیت شده‌اند. غیر از مبادله کالا در بازارچه مذکور حجم فعالیت آن سبب فعالیت گروه‌ها و بخش‌های مختلف دولتی و غیردولتی نیز گردیده

است به طوری که در بخش اداری بازارچه نمایندگان اداراتی چون گمرک، بازرگانی، فرمانداری و بخش خصوصی نیز سه گروه عمده با عناوین بازرگانان، تعاونی‌های مرزنشین و پیلهوران فعالیت می‌نمایند. در بخش خدمات نیز عده زیادی از نیروهای فعال محلی در بخش حمل‌ونقل و خدمات خصوصی فعالیت می‌نمایند (گمرک ج.ا. ایران، ۱۴۰۱).

### ب. بازارچه مرزی سیران بند بانه

بازارچه سیران بند بانه، دومین بازارچه مرزی استان کردستان، در لحاظ میزان معاملات، تعداد فعالان و شاغلین و زمان شروع فعالیت، رتبه دوم را در بین بازارچه‌های استان به خود اختصاص داده است. استمرار تبادلات مرزی در طول نوار مرزی مناطق زریوار علیا، کانی سور، بوالحسن، چومان و نور باعث شده است که در سال ۱۳۷۴، با تخلیه بازارچه قبلی در روستای مرزی تخلیه شده سیران بند به عنوان محل رسمی دادوستد با شمال عراق تعیین گردد.

این بازارچه، از طریق راه ارتباطی آسفالته، ۱۸ کیلومتری شهر بانه و ۳۰ کیلومتری شهر پنجوین در استان سلیمانیه عراق قرار دارد. این بازارچه، که در سال تأسیس با ۶۰۰ نفر پیلهور بومی فعالیت خود را شروع کرد، در اثر ضعف مالی، پیلهورانی و کم‌سودای آن‌ها نسبت به امور تخصصی صادرات و واردات، تعداد فعالان در آن به حدود هشتاد نفر در سال ۱۳۸۰ کاهش یافت و اکنون نیز به کمتر از ۱۰ نفر پله‌ور کاهش پیدا کرده است. سیمان، شیشه، انواع مصنوعات پلاستیکی، پوکه و مصالح ساختمانی، انواع میوه و صیفی‌جات و آهن از عمده‌ترین کالاهایی است که از این مرز به اقلیم کردستان عراق صادر می‌شود. از سال ۷۴ زمزمه‌های رسمی شدن مرز سیرانبند بانه آغاز شد و مصوبه آن در دولت نهم به تصویب رسید و در پی آن نشست‌های ۲ طرفه در سطح استاندار کردستان و مسئولان اقلیم کردستان و نمایندگان آن‌ها برگزار و چندی پیش مجدداً بحث رسمی شدن این بازارچه از مقامات وزارت امور خارجه پیگیری شد و در نهایت در سال ۱۳۹۹ خبر رسمی شدن مرز سیرانبند بانه را از طرف دولت مرکزی عراق اعلام کرد و این خواسته دیرینه مرزنشینان محقق گردید.

با رسمی شدن مرز سیرانبند بانه زمینه را برای ایجاد اشتغال و سرمایه‌گذاری بیشتر در این منطقه و به‌ویژه منطقه آزاد تجاری-صنعتی را بیشتر خواهد کرد و با توجه به موقعیت جغرافیایی، تردد مسافران از این مرز رسمی رو به ازدیاد است. افزایش ۳۹ درصدی صادرات از بازارچه مرزی سیرانبند بانه در سال ۱۳۹۹، ارزش وزنی صادرات کالا را به هفت هزار و ۸۹۰ تن کالا با ارزش ۴۶۲ میلیون ۸۶۶ هزار دلار کالا رسانده که از این بازارچه به اقلیم کردستان عراق صادر شده است. واردات کالا برای نخستین بار سال ۱۳۹۹ از بازارچه سیرانبند بانه آغاز شده که تاکنون ۵۱۳ هزار ۲۲۹ دلار کالا از این مرز وارد شده است (اتاق بازرگانی تهران، ۱۴۰۰؛ گمرک ج.ا. ایران، ۱۴۰۰).

### ب. بازارچه سیف سقز

بازارچه مرزی شهرستان سقز، سومین نقطه مبادلات مرزی در استان کردستان است. این مکان در نزدیکی روستای مرزی و تخلیه شده‌ای به نام سیف، در محور جاده سقز-مریوان واقع شده است. اولین روستای دارای سکنه نزدیک به این بازارچه، روستای بسطام است که به فاصله ۷ کیلومتر از آن قرار دارد و طول مسافت آن تا شهر سقز ۸۰ کیلومتر است. با وجود مشکلات ارتباطی مذکور، فعالیت این بازارچه سبب ایجاد ارتباط بین روستاهای دورافتاده منطقه و همچنین شمال عراق شده است. با وجود عواملی مانند وضعیت توپوگرافی مسیر ارتباطی، عدم وجود امکانات زیربنایی و خدمات اداری، فاصله بازارچه از نقاط

شهری، نامساعد بودن مسیر ارتباطی با شهرهای شمال عراق و طولانی بودن دوره بارندگی در طول سال، حجم فعالیت اقتصادی و نقش بازارچه در ایجاد اشتغال و صادرات به شمال عراق نسبت به بازارچه‌های دیگر استان کاهش یافته است. با این حال، بازارچه مذکور از سال ۱۳۷۷ تاکنون با همکاری محدودی از پيله‌وران و سه تعاونی مرزنشین، با وجود موانع و مشکلات، فعالیت خود را ادامه داده است. در قسمت صادرات این بازارچه، کالاهایی همچون پوشاک، محصولات پلاستیکی، گونی کنفی، مواد خوراکی، میوه‌های مختلف و فرش‌های ماشینی مورد مبادله قرار گرفته‌اند. همچنین، در قسمت واردات، برنج، چای و موز به عنوان اقلامی شاخص در این بازارچه معرفی شده‌اند. با وجود اینکه توجیه اقتصادی برای این بازارچه ممکن است وجود نداشته باشد، یک نکته مهم که باید به آن اشاره کرد، حداقل فایده‌ای که این بازارچه داشته و دارد، کنترل بهداشتی کالاهای وارد شده به کشور و کاهش قاچاق کالا با توجه به دور بودن محل آن از نقاط شهری و مسکونی است که با توجه به این موضوع، هزینه‌های دولت در مبارزه با قاچاق کالا کاهش یافته است.

با تحلیلی دقیق از فعالیت بازارچه‌های مرزی در استان کردستان، می‌توان نتیجه گرفت که این نقاط به‌جز نقشی که در صادرات کالا به شمال عراق دارند، همواره در ایجاد درآمد و اشتغال منطقه در بخش‌های مختلفی مانند حمل‌ونقل، خدمات خصوصی و دولتی مؤثر بوده‌اند. این بازارچه‌ها نه تنها در سطوح داخلی، بلکه برای کشور مقابل نیز ایجاد درآمد و اشتغال نموده‌اند و در نهایت در امنیت اقتصادی کشور نقش مثبتی داشته‌اند. اثر مالی این بازارچه‌ها در حدی بوده که هر ساله درآمدهای قابل توجهی از طریق گمرکات و فرمانداری‌های مرزی وصول و به خزانه دولت واریز شده است. (اتاق بازرگانی تهران، ۱۴۰۰؛ گمرک ج.ا. ایران، ۱۴۰۰).

#### ۴-۲-۴ معرفی اقلیم کردستان

جدول ۱۱-۴: معرفی اقلیم کردستان

واحد پول	زبان	پایتخت	جمعیت اقلیم کردستان
دینار عراق	کردی (عربی و انگلیسی رایج است)	اربیل	۶.۲ میلیون نفر
سرايه تولید ناخالص داخلی	میانگین حقوق ماهانه	نرخ بیکاری	نیروی کار
۷۰۳۸ دلار آمریکا	۴۰۰-۸۰۰ دلار آمریکا	۱۴٪	۲.۵ میلیون نفر



مأخذ: سایت دولت اقلیم کردستان (<https://gov.krd/english>)

کشور عراق دارای ۱۸ استان می‌باشد که بر اساس قانون اساسی مصوب بعد از سقوط رژیم بعث عراق در سال ۲۰۰۳ میلادی، استان‌های این کشور به صورت فدرالی اداره می‌شوند (نجات‌نیا، ۱۳۹۷). اقلیم کردستان یک منطقه نیمه خودمختار واقع در شمال عراق است که از شرق با ایران، از شمال با ترکیه و از غرب با سوریه همسایه است. این کشور توسط دولت اقلیم

کردستان (KRG)<sup>۱</sup> اداره می‌شود و دارای نهاد قانون‌گذاری خاص خود، پارلمان کردستان است. این منطقه به چهار استان تقسیم شده است که هر کدام دارای چندین ناحیه است. اربیل به عنوان پایتخت این منطقه به همراه سایر شهرهای بزرگ از جمله سلیمانیه و دهوک عمل می‌کند. اقلیم کردستان از چهار استان اربیل، سلیمانیه، دهوک و حلبچه تشکیل شده است و هر استان به چندین ناحیه تقسیم می‌شود (Gov.krd, 2023).

اگر چه زیرساخت‌های اقتصادی در اقلیم کردستان ضعیف است اما با توجه به وجود امنیت نسبی در این منطقه، اقلیم کردستان اقدامات قابل توجهی به منظور توسعه و پیشرفت و جذب سرمایه‌گذاری‌های بین‌المللی برای بازسازی کردستان و ارائه الگویی از توسعه انجام داده و در این راستا قراردادهای کلانی با ترکیه، کشورهای غربی و نیز کشورهای عربی انجام داده‌اند. مهم‌ترین منابع اقتصادی اقلیم نفت و گاز، کشاورزی، توریسم و تجارت است.

اقلیم کردستان نفت خیزترین بخش سرزمین عراق است. مقامات اقلیم قراردادهایی برای مطالعه، استخراج و صدور نفت از اقلیم کردستان به سایر کشورها امضا نموده‌اند. حدود ۵۰ شرکت خارجی و داخلی از ۲۶ کشور در امر نفت و گاز اقلیم فعال هستند. دولت اقلیم کردستان در امر صادرات نفت و گاز برنامه گسترده‌ای را در ده سال آینده دارد و در صدد است که تا سال ۲۰۲۰ صادرات نفت اقلیم به ۳ میلیون بشکه نفت برسد و چهارمین صادرکننده نفت جهان شود. اکنون اقلیم کردستان به عنوان یک واقعیت جدید و دروازه ورود به عراق مطرح می‌گردد و دولت‌ها و بخش‌های خصوصی به سرعت در حال سرمایه‌گذاری و ایفای نقش در این رابطه و تثبیت حضور خود در منطقه می‌باشند.

حضور ۴۰ سرکنسولگری، نمایندگی خارجی و دفاتر تجاری در اربیل زمینه‌ساز حضور روزافزون نمایندگی و شرکت‌های خارجی در اقلیم کردستان شده است. در مجموع حدود ۱۱۵۰۰ شرکت داخلی و خارجی در اقلیم به ثبت رسیده است. بیش از ۲۶۵۰ شرکت خارجی در اقلیم کردستان به ثبت رسیده که از این تعداد فقط در اربیل ۱۲۰۰ شرکت مربوط به ترکیه می‌باشد. تعداد شرکت‌های ایرانی ثبت شده در اقلیم حدود ۴۶۰ شرکت می‌باشند.

میزان سرمایه‌گذاری در اقلیم کردستان تاکنون به ۲۴ میلیارد دلار رسیده است. کشورهایایی که به طور چشمگیر در حال سرمایه‌گذاری در اقلیم هستند می‌توان به آمریکا، آلمان، فرانسه، انگلیس، ایتالیا، روسیه، اوکراین، ترکیه، سوریه، اردن، امارات، کویت، هند، کره، چین و ژاپن اشاره کرد. بیشترین سرمایه‌گذاری‌ها در بخش ساختمانی، صنعت و توریسم بوده است. این سرمایه‌گذاری‌ها در بخش صنعت، نفت و گاز بیش از دیگر بخش‌ها بوده است. اقلیم کردستان حداکثر با ۴٪ مالیات بر کالاها به عنوان یک منطقه آزاد تجاری شناخته می‌شود.

دو فرودگاه بین‌المللی اربیل و سلیمانیه بر توسعه روابط خارجی این منطقه بسیار مؤثر بوده است. فرودگاه اربیل تا سال ۱۹۹۱ پادگان نظامی بود و در سال ۲۰۰۴ بیشتر از آن برای فرود هواپیماهای جنگی آمریکایی استفاده می‌شد. این فرودگاه در دهه ۲۰۰۰ میلادی رتبه بین‌المللی گرفت. بسته شدن مکرر فرودگاه‌های دیگر شهرهای بزرگ عراق همچون بغداد و بصره به رونق این فرودگاه کمک کرده است. افتتاح فرودگاه جدید اربیل در فروردین ۹۰ فرصت مهم دیگری برای افزایش پروازها

<sup>۱</sup> Kurdistan Regional Government

فراهم آورده است. این فرودگاه جنب فرودگاه قبلی و با مشارکت ترکیه ساخته شد. در هر هفته بیش از یک صد پرواز خارجی به ۱۳ کشور که دارای خطوط پرواز مستقیم به اربیل هستند، صورت می‌گیرد و این به سرعت در حال افزایش است. اقلیم کردستان با سه کشور جمهوری اسلامی ایران، ترکیه و سوریه مرز مشترک دارد. مرزهای رسمی اقلیم کردستان با جمهوری اسلامی ایران شامل: مرز تمرچین - حاج عمران (استان آذربایجان غربی)، مرز باشماق (استان کردستان) و مرز پرویز خان (استان کرمانشاه) است. معابر و مرزهای غیررسمی اقلیم کردستان با جمهوری اسلامی ایران شامل: کیله سردشت - قلعه دیزه (استان آذربایجان غربی)، سیرانبند بانه (استان کردستان)، شیخ صله - پشته (استان کرمانشاه) و شوشمی (استان کرمانشاه) است. مرز رسمی اقلیم کردستان با کشور ترکیه مرز ابراهیم خلیل است. مرز غیررسمی اقلیم کردستان با کشور سوریه مرز فیش خاپور (قامیشلو) و ربیعه است (Sulaymaniyah.mfa.gov.ir)

#### ۴-۲-۴-۱ نقش دولت اقلیم کردستان در تجارت و سرمایه‌گذاری

اقلیم کردستان با داشتن فضای سیاسی پایدار، نیروی کار ماهر و موقعیت استراتژیک خود، این پتانسیل را دارد که دروازه‌ای برای سرمایه‌گذارانی باشد که به دنبال استفاده از بازار بزرگ عراق و همچنین بازارهای گسترده‌تر خاورمیانه و اروپا هستند. در چهار سال گذشته (۲۰۲۳-۲۰۱۹)، دولت اقلیم کردستان (KRG) رشد سرمایه‌گذاری قابل توجهی را در همه بخش‌ها تجربه کرده است. پتانسیل و فضای مطلوب سرمایه‌گذاری منطقه باعث جذب سرمایه‌گذاران داخلی و بین‌المللی شده است. بخش‌های کلیدی مانند: انرژی، زیرساخت‌ها، گردشگری، کشاورزی و فناوری شاهد سرمایه‌گذاری‌های قابل توجهی بوده‌اند که باعث ایجاد شغل، توسعه زیرساخت‌ها و پیشرفت کلی اقتصادی شده‌اند. منابع و محیط تجاری مناسب منطقه بیانگر اعتماد به ثبات است. تعهد حکومت اقلیم کردستان به تقویت یک اکوسیستم توانمند، متضمن فرصت‌های امیدوارکننده برای رشد و شکوفایی مستمر در همه بخش‌ها است.

دولت با تقویت روابط بین‌الملل از طریق گفتگوهای استراتژیک، مأموریت‌های دیپلماتیک و موافقت‌نامه‌های تجاری سودمند دوجانبه، روابط قوی با کشورهای سراسر جهان برقرار کرد. این تلاش‌های هماهنگ، تبادل دانش، فناوری و سرمایه‌گذاری را تسهیل کرد و کسب و کارهای محلی با دسترسی به بازارهای جدید فرصتی برای گسترش پیدا کردند. با درک نیاز مبرم به راه‌حل‌های انرژی پایدار، دولت هدف خود را گسترش انرژی خورشیدی در منطقه، پذیرش انرژی‌های تجدیدپذیر به عنوان سنگ‌بنای توسعه اقتصادی، تشویق پروژه‌های خورشیدی، جذب سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های خورشیدی و ترویج فعالانه اتخاذ شیوه‌های انرژی پاک کرد.

تعهد دولت اقلیم کردستان به تقویت کارآفرینی محلی، محیطی مناسب برای کسب و کارها شکوفا و نوآر را ایجاد کرده است. با تکیه بر پایه‌های قوی مشارکت جهانی، دولت برنامه‌های صادرات استراتژیک را برای افزایش دیده شدن محصولات محلی در بازارهای بین‌المللی ترویج داد. صادرات انار به امارات دستاورد مهمی بود، این دستاورد نشان‌دهنده تعهد دولت به ترویج محصولات محلی و گسترش دامنه آن‌ها در صحنه بین‌المللی بود.

یکی از مهم‌ترین دستاوردهای دولت اقلیم کردستان ایجاد فرصت و ارتقای نیروی کار بود. طی چهار سال گذشته، دولت با موفقیت بیش از ۲۰۴۵۵ شغل به طور مستقیم و ۳۴۲۳۹ شغل غیرمستقیم از طریق پروژه‌های سرمایه‌گذاری متنوع در همه



بخش‌ها ایجاد کرده است که بر چشم‌انداز اقتصادی منطقه تأثیر می‌گذارد. دولت در طول فعالیت خود به دنبال فرصت‌ها و جذب سرمایه‌گذاران جدیدی بوده که به رشد و توسعه منطقه کمک کنند. دولت با ایجاد یک محیط تجاری مطلوب و اجرای سیاست‌های استراتژیک تلاش داشته سرمایه‌گذاران ملی و بین‌المللی را تشویق کند تا نقش مهمی در شکل دادن به آینده سرمایه‌گذاری اقلیم کردستان ایفا کنند.

از زمان تصویب قانون سرمایه‌گذاری اقلیم کردستان در سال ۲۰۰۶، این اقلیم سرمایه‌گذاری قابل توجهی را از سوی سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی جذب کرده است. این قانون مشوق‌های مختلفی مانند: معافیت‌های مالیاتی، بازگرداندن سرمایه پروژه به سرمایه‌گذاران ارائه می‌کند و با سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی به‌طور یکسان رفتار می‌کند (Gov.krd, 2023). نوزاد شیخ کمیل، مدیر کل بازرگانی وزارت تجارت و صنعت اقلیم کردستان گفت: صادرات اقلیم کردستان در سال ۲۰۲۲ نسبت به سال ۲۰۲۱ به ۶۷۲ میلیون و ۷۶۷ هزار دلار واردات به ۱۵ میلیارد و ۴۰۳ میلیون دلار افزایش یافته است. در سال ۲۰۲۲، وزارت تجارت و صنعت ۵۲۰۴ مجوز واردات و ۱۶۸ مجوز صادرات برای انواع کالاهای کشاورزی و صنعتی اقلیم کردستان صادر کرده است. بر اساس آمار سال گذشته، ۱۰۵۱۲۶ دستگاه خودرو به اقلیم کردستان وارد شده است. عمده کالاهای صادراتی اقلیم کردستان در سال ۲۰۲۲ عبارتند از: مواد معدنی، انار، رب گوجه‌فرنگی، تاهینی، انواع رب، مرغ، قطعات یدکی خودروهای شکسته. یکی از راهبردهای اقتصادی دولت اقلیم کردستان افزایش صادرات و افزایش تجارت بوده است که برای این منظور توجه به بخش‌های کشاورزی، صنعتی و تجاری ادامه خواهد داشت.

#### ۲-۴-۲- سرمایه‌گذاری در اقلیم کردستان

از زمان تصویب قانون سرمایه‌گذاری اقلیم کردستان در سال ۲۰۰۶، این منطقه سرمایه‌گذاری قابل توجهی را از سوی سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی جذب کرده است. این قانون مشوق‌های مختلفی مانند معافیت‌های مالیاتی و بازگرداندن سرمایه پروژه به سرمایه‌گذاران ارائه می‌کند و با سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی به‌طور مساوی رفتار می‌کند. اقلیم کردستان با داشتن فضای سیاسی پایدار، نیروی کار ماهر و موقعیت استراتژیک خود، این پتانسیل را دارد که دروازه‌ای برای سرمایه‌گذارانی باشد که به دنبال استفاده از بازار بزرگ عراق و همچنین بازارهای گسترده‌تر خاورمیانه و اروپا هستند.

اقلیم کردستان به منظور جذب سرمایه‌های بیشتر و تسهیل در شروع و بهره‌برداری از پروژه‌های خود برای سرمایه‌گذاران، مشوق‌های زیر را بر اساس قانون سرمایه‌گذاری (شماره ۴ سال ۲۰۰۶) از طریق هیئت سرمایه‌گذاری ارائه می‌کند:

- تخصیص زمین برای پروژه‌های سرمایه‌گذاری و تأمین آب و برق
- معافیت از مالیات و عوارض غیر گمرکی به مدت ۱۰ سال
- معافیت از مالیات و عوارض تجهیزات و ماشین‌آلات وارداتی برای پروژه
- معافیت از عوارض گمرکی مواد اولیه وارداتی به مدت ۵ سال
- بازگرداندن کامل سود و سرمایه سرمایه‌گذاری
- مشوق‌های اضافی برای پروژه‌ها در مناطق کمتر توسعه‌یافته و سرمایه‌گذاری مشترک بین سرمایه‌گذاران داخلی و

خارجی



## دلایل سرمایه‌گذاری در اقلیم کردستان عراق

منطقه کردستان از نظر منابع طبیعی از جمله نفت و گاز طبیعی غنی است و دارای زمین‌های حاصلخیز و آب‌وهوای مناسب برای کشاورزی است. اقتصاد منطقه در حال رشد است و فرصت‌هایی را برای سرمایه‌گذاران فراهم می‌کند تا در توسعه اقتصادی منطقه مشارکت کنند و از بازار در حال گسترش آن بهره‌مند شوند. علاوه بر این، عوامل دیگری نیز وجود دارد که اقلیم کردستان را به یک مقصد عالی و جذاب برای سرمایه‌گذاری تبدیل می‌کند، از جمله:

**ثبات سیاسی و اقتصادی:** اقلیم کردستان عراق مقصدی باثبات و جذاب برای سرمایه‌گذاری است، به‌ویژه برای سرمایه‌گذاران خارجی که قصد سرمایه‌گذاری در عراق را دارند. امنیت و ثبات، آن را به مکانی ایده‌آل برای سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی برای ایجاد و توسعه کسب‌وکار خود تبدیل کرده است.

**قانون سرمایه‌گذاری مطلوب:** قانون سرمایه‌گذاری اقلیم کردستان مشوق‌های متعددی از جمله تخصیص زمین، معافیت‌های مالیاتی و بازگرداندن کامل سود و سرمایه برای سرمایه‌گذاران فراهم می‌کند. این شرایط مطلوب سرمایه‌گذاری، انجام تجارت در منطقه را برای سرمایه‌گذاران آسان‌تر می‌کند.

**نیروی کار ماهر و تحصیل کرده:** اقلیم کردستان دارای نیروی کار ماهر و تحصیل کرده است که یک منبع آماده از استعدادها را برای سرمایه‌گذاران فراهم می‌کند تا در هنگام ایجاد عملیات در منطقه از آن بهره ببرند.

**موقعیت استراتژیک:** منطقه کردستان از نظر استراتژیک در قلب خاورمیانه و در تقاطع اروپا، آسیا و منطقه MENA قرار دارد. این امر آن را به دروازه‌ای ایده‌آل برای سرمایه‌گذارانی که به دنبال دسترسی به این بازارها هستند تبدیل می‌کند.

**بخش‌های متنوع سرمایه‌گذاری:** علاوه بر این، این منطقه سرمایه‌گذاری‌های قابل توجهی در بهبود زیرساخت‌های خود انجام داده است، از جمله ساخت جاده‌ها و فرودگاه‌های جدید، که انتقال کالا و دسترسی به بازارها را برای سرمایه‌گذاران آسان می‌کند. همچنین دولت فعالانه به دنبال جذب سرمایه‌گذاری بیشتر است و نهادی اختصاصی برای کمک به سرمایه‌گذاران و تسهیل فرآیند سرمایه‌گذاری دارد.

**امنیت در اقلیم کردستان:** اقلیم کردستان به خاطر امنیت خود شناخته شده است و در طول دو دهه گذشته تا حد زیادی از حوادث امنیتی اجتناب کرده است. این امنیت به سرمایه‌گذاران و صاحبان کسب‌وکار اعتماد به نفس داده است تا پروژه‌های سرمایه‌گذاری را آغاز کنند و به کسب‌وکارها اجازه می‌دهد بدون وقفه یا نگرانی برای ایمنی کارکنان خود فعالیت کنند. هم از نظر سیاسی و هم از نظر اقتصادی، اقلیم کردستان در سال‌های اخیر ثبات نسبی را تجربه کرده است. علیرغم برخی چالش‌ها و حتی در زمان درگیری در عراق، دولت اقلیم کردستان (KRG) توانسته است یک محیط سیاسی نسبتاً باثبات و فضای مساعدی را برای شرکت‌ها و سازمان‌های بین‌المللی برای فعالیت در منطقه حفظ کند.

**فضای کسب‌وکار در اقلیم کردستان:** فراوانی منابع طبیعی اقلیم کردستان و بازار آزاد آن کمک قابل توجهی به رشد اقتصاد و گسترش بخش خصوصی آن کرده است. ایجاد دو فرودگاه بین‌المللی در اربیل و سلیمانیه ادغام منطقه در بازار تجارت جهانی را تسهیل کرده و دسترسی آن به سایر نقاط جهان را افزایش داده است. این منطقه به دلیل فضای تجاری مناسب و

موقعیت استراتژیک در تقاطع عراق، ایران، ترکیه و سوریه، به یک مرکز تجاری پررونق تبدیل شده است که شرکت‌های داخلی و بین‌المللی را برای ایجاد و گسترش فعالیت در منطقه جذب می‌کند (Invest.gov.krd, 2023).



تصویر ۱-۴: دلایل سرمایه‌گذاری و تجارت با اقلیم کردستان

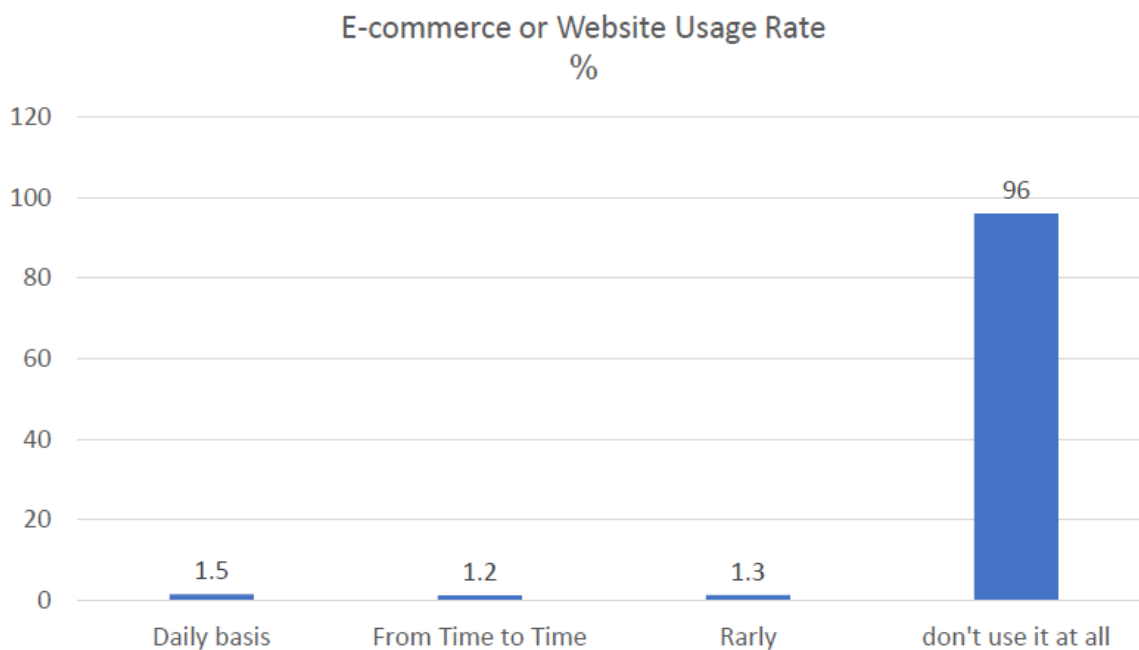
منطقه کردستان در قلب خاورمیانه واقع شده است و از نظر استراتژیک در تقاطع اروپا، خاورمیانه و آسیا قرار دارد. اقلیم کردستان عراق به‌عنوان نقطه حساس و مرکز سرمایه‌گذاری در عراق، بستری ایده‌آل برای شروع تجارت در کل عراق می‌باشد. اقلیم کردستان به دلیل موقعیت خاص و استراتژیکی که در خاورمیانه دارد علاوه بر بازارهای داخلی عراق، به‌عنوان دروازه‌ای بهینه برای تجارت با منطقه اطراف تلقی می‌شود. تصویب برنامه‌های توسعه و بازسازی توسط دولت اقلیم کردستان و در نتیجه افزایش تقاضای بازار کار ساخت‌وساز یکسو عدم توانایی تأمین بودجه کافی توسط دولت از سوی دیگر، زمینه‌ساز ورود سرمایه‌گذاران خصوصی داخلی و خارجی در این برنامه شده است. به‌طوریکه میزان سرمایه‌گذاری در کردستان در سال ۲۰۱۷ مبلغ ۷۱۲ میلیون دلار بوده که در سال ۲۰۱۸ میزان سرمایه‌گذاری به ۳.۶ میلیارد دلار رسیده است. از آنجایی که وجود مشوق‌ها و امتیازات اقتصادی برای سرمایه‌گذاران خارجی نیز از عوامل اصلی اقتصاد در حال رشد است، در همین راستا دولت اقلیم جهت رفاه و افزایش انگیزه سرمایه‌گذاران خارجی قوانین سرمایه‌گذاری را به‌صورت زیر در نظر گرفته است؛

۱. قوانین یکسان برای تمامی سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی
۲. اجازه انتقال کامل سود حاصل از سرمایه‌گذاری به کشور سرمایه‌گذار

۳. اجازه دارا بودن تمام حق سرمایه‌گذاری روی هر پروژه برای تمامی سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی
  ۴. معافیت از مالیات و عوارض گمرکی به مدت ۱۰ سال (اگر شریک عراقی درصد بیشتری از سهام برخوردار باشد ممکن است این موضوع تا ۱۵ سال نیز تمدید گردد).
  ۵. امکان استفاده از نیروی کار غیرعراقی در پروژه‌های سرمایه‌گذاری وجود دارد.
  ۶. امکان اجاره زمین برای احداث پروژه‌های سرمایه‌گذاری قابل تمدید تا ۵۰ سال و همچنین استفاده از وام
  ۷. پروژه‌های سرمایه‌گذاری زیر نظر سازمان بیمه عراق بیمه می‌شود.
- وجود این قوانین مفید سرمایه‌گذاری، این منطقه را به یکی از بهترین مناطق سرمایه‌گذاری در تمام خاورمیانه تبدیل کرده است (سازمان توسعه تجارت ایران، ۱۳۹۹).

#### ۳-۴-۲-۴ گزارش وزارت برنامه‌ریزی اقلیم کردستان عراق در سال ۲۰۲۲

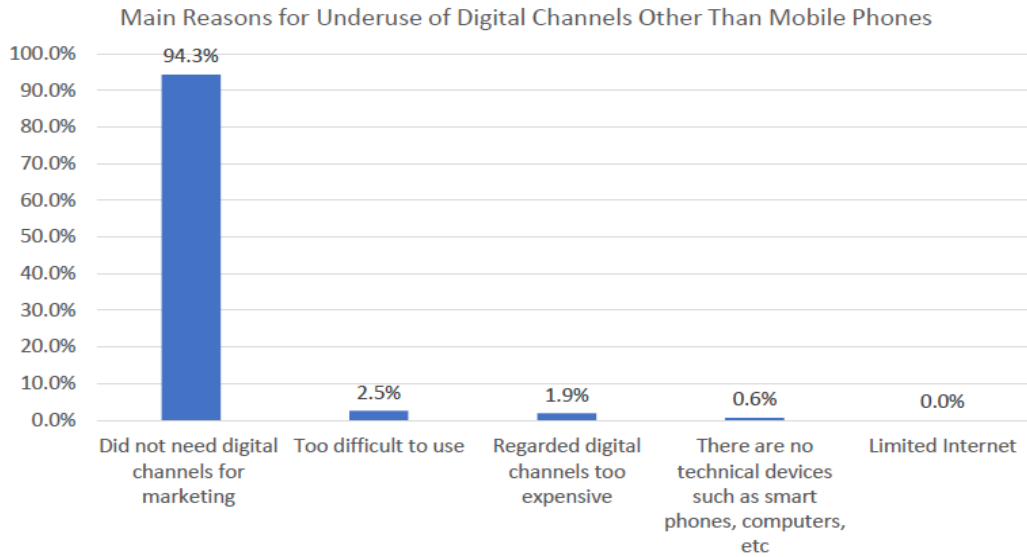
مطابق نمودار (۴-۱) گزارش وزارت برنامه‌ریزی اقلیم کردستان عراق در دسامبر سال ۲۰۲۲ در ارتباط با نرخ استفاده از تجارت الکترونیک در کردستان عراق نشان می‌دهد که ۹۶ درصد از فعالان اقتصادی و بازرگانان اقلیم کردستان به‌طور کلی با نحوه استفاده از وبسایت‌ها و تجارت الکترونیک آشنایی ندارند.



نمودار ۴-۱: نرخ استفاده از تجارت الکترونیک در کردستان عراق

مأخذ: گزارش وزارت برنامه‌ریزی اقلیم کردستان عراق (دسامبر ۲۰۲۲) <https://krso.gov.krd/en/statistics/trade>

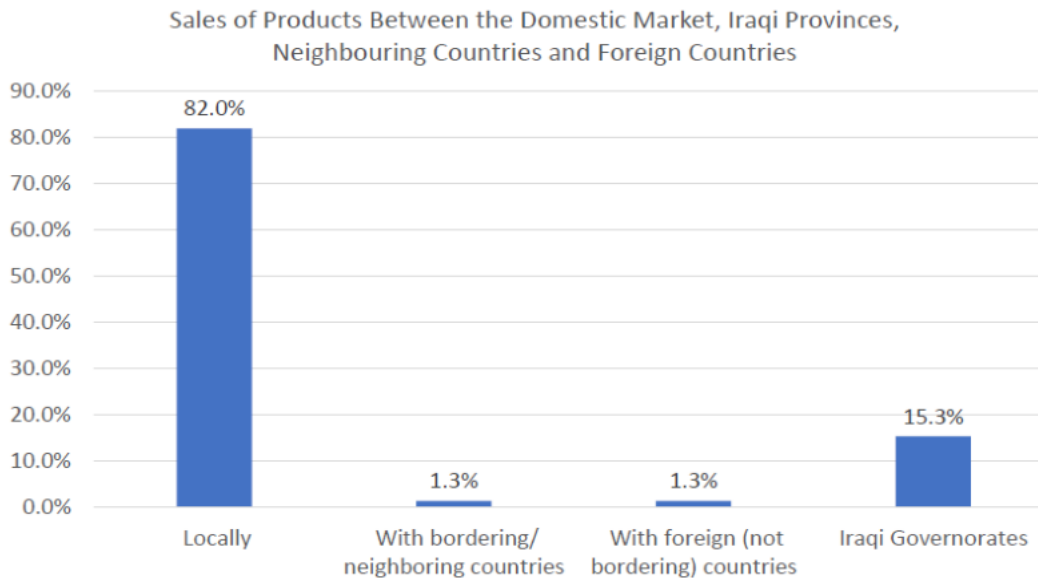
همچنین مطابق گزارش مذکور، عدم نیاز به کانال‌های دیجیتال برای بازاریابی، دلیل کاربرد کم کانال‌های دیجیتالی نسبت به تلفن همراه در اقلیم کردستان عراق بوده است.



نمودار ۴-۲: دلایل کاربرد کم کانال‌های دیجیتالی نسبت به تلفن همراه در اقلیم کردستان عراق

مأخذ: گزارش وزارت برنامه‌ریزی اقلیم کردستان عراق (دسامبر ۲۰۲۲) <https://krso.gov.krd/en/statistics/trade>

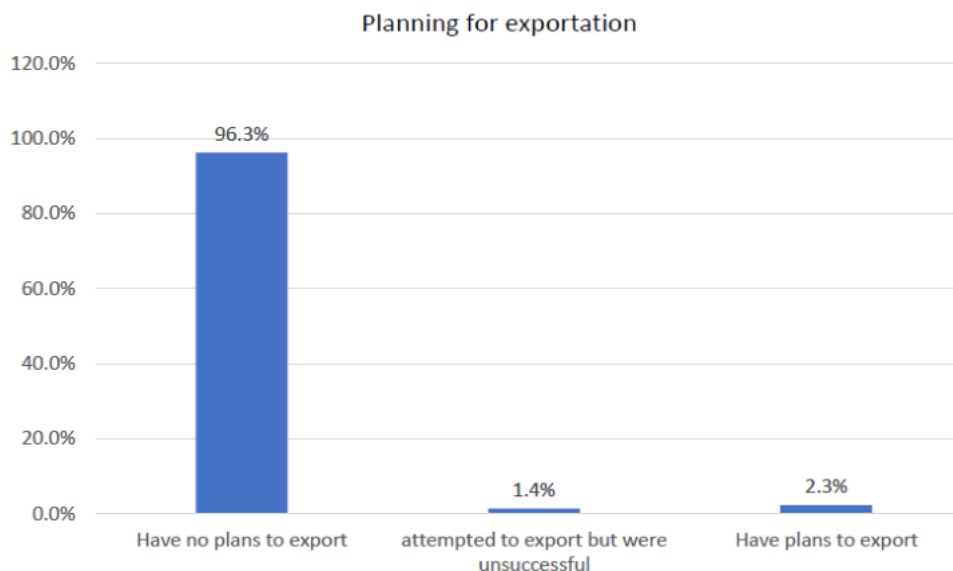
مطابق نمودار (۳-۴) گزارش وزارت برنامه‌ریزی اقلیم کردستان عراق در دسامبر سال ۲۰۲۲ برابر ۸۲ درصد از فروش محصولات اقلیم کردستان در بازار داخلی، ۱۵/۳ درصد در استان‌های عراق، ۱/۳ درصد در کشورهای همسایه و ۱/۳ درصد در کشورهای خارجی بوده است که نشان می‌دهد قدرت صادراتی کشور عراق بسیار ضعیف بوده و بیشتر محصولات تولیدی در داخل کشور مصرف می‌شود.



نمودار ۴-۳: مقایسه فروش محصولات اقلیم کردستان در بازار داخلی، استان‌های عراق، کشورهای همسایه و کشورهای خارجی

مأخذ: گزارش وزارت برنامه‌ریزی اقلیم کردستان عراق (دسامبر ۲۰۲۲) <https://krso.gov.krd/en/statistics/trade>

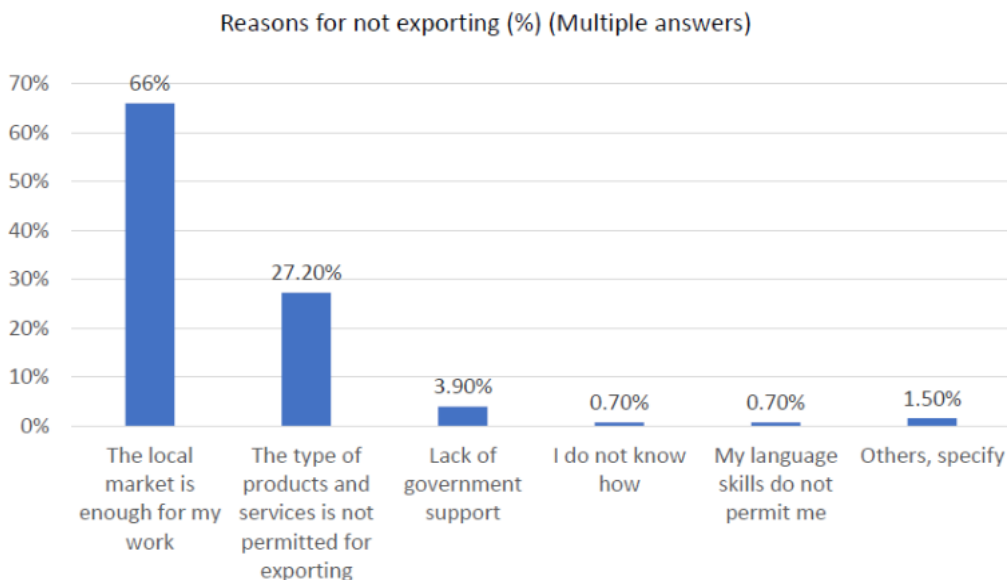
مطابق نمودار (۴-۴) گزارش وزارت برنامه‌ریزی اقلیم کردستان عراق در دسامبر سال ۲۰۲۲، تولیدکنندگان عراقی به‌طور کلی برنامه‌ای برای صادرات نداشته و تنها ۲/۳ درصد از تولیدکنندگان برنامه‌ریزی برای صادرات به خارج از اقلیم کردستان عراق داشته‌اند.



**نمودار ۴-۴:** برنامه‌ریزی برای صادرات در بین تولیدکنندگان اقلیم کردستان عراق

مأخذ: گزارش وزارت برنامه‌ریزی اقلیم کردستان عراق (دسامبر ۲۰۲۲) <https://krso.gov.krd/en/statistics/trade>

همچنین مطابق نمودار (۴-۵) گزارش وزارت برنامه‌ریزی اقلیم کردستان عراق در دسامبر سال ۲۰۲۲، کافی دانستن بازار محلی برای کار کردن و فروش دلیل اصلی نداشتن انگیزه برای صادرات به خارج از اقلیم کردستان عراق بوده است.

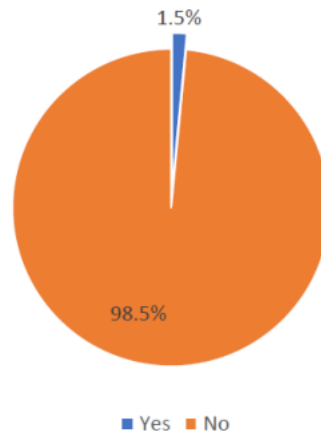


**نمودار ۴-۵:** دلایل نداشتن صادرات در بین تولیدکنندگان اقلیم کردستان عراق

مأخذ: گزارش وزارت برنامه‌ریزی اقلیم کردستان عراق (دسامبر ۲۰۲۲) <https://krso.gov.krd/en/statistics/trade>

مطابق نمودار (۴-۶) گزارش وزارت برنامه‌ریزی اقلیم کردستان عراق در دسامبر سال ۲۰۲۲، تنها ۱.۵ درصد از تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی در اقلیم کردستان عراق از خدمات بانکی استفاده می‌کنند و اعتماد به سیستم بانکی در سطح بسیار پایینی قرار دارد.

Usage of Bank Services – Business Bank Account

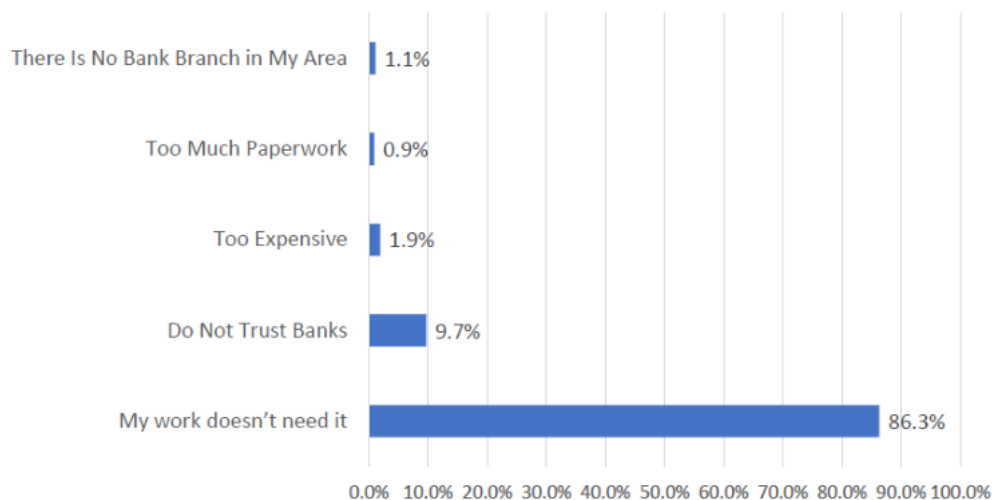


**نمودار ۴-۶:** استفاده از خدمات بانکی در اقلیم کردستان عراق

مأخذ: گزارش وزارت برنامه‌ریزی اقلیم کردستان عراق (دسامبر ۲۰۲۲) <https://krso.gov.krd/en/statistics/trade>

مطابق نمودار (۴-۷) گزارش وزارت برنامه‌ریزی اقلیم کردستان عراق در دسامبر سال ۲۰۲۲ برابر ۸۶/۳ درصد از تولیدکنندگان و فعالان بازرگانی اقلیم کردستان عراق نیازی به داشتن حساب بانکی برای کسب‌وکار خود ندیده‌اند و ۹/۷ درصد از پاسخ‌دهندگان به بانک‌ها اعتماد لازم را ندارند.

Reasons for not having a Bank Account



**نمودار ۴-۷:** دلایل نداشتن حساب بانکی (عدم استفاده از خدمات بانکی) در اقلیم کردستان عراق

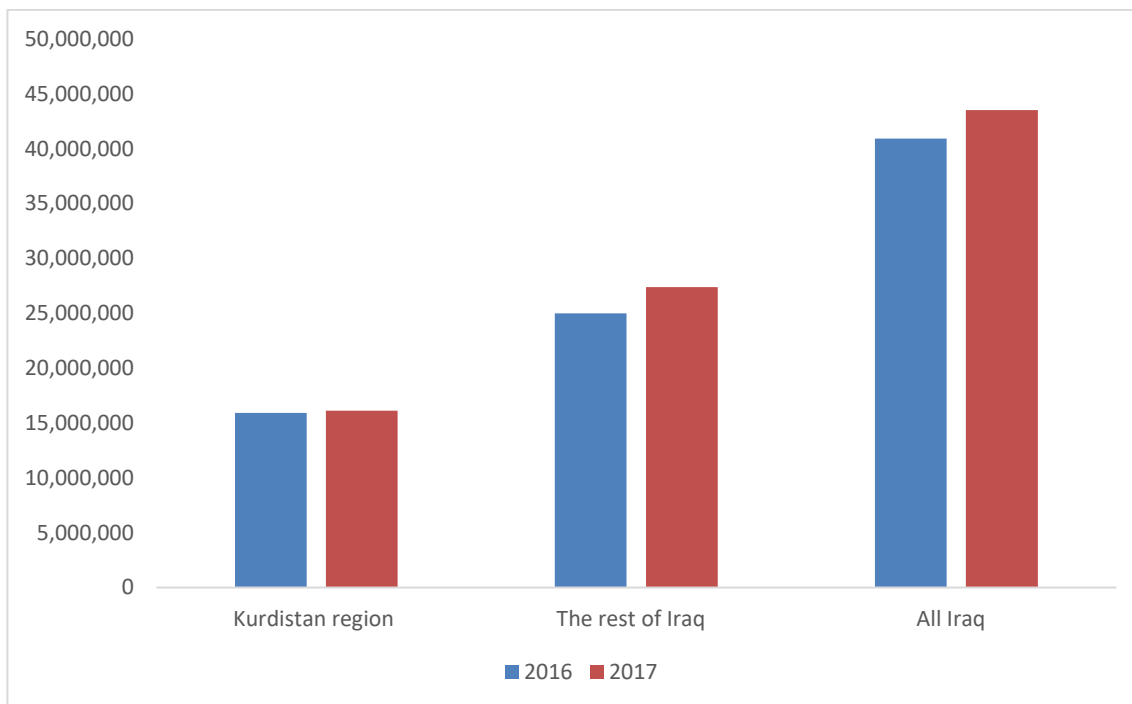
مأخذ: گزارش وزارت برنامه‌ریزی اقلیم کردستان عراق (دسامبر ۲۰۲۲) <https://krso.gov.krd/en/statistics/trade>

#### ۴-۲-۴ گزارش گروه تجارت و وزارت برنامه‌ریزی اقلیم کردستان عراق در سال ۲۰۱۸

امروزه داشتن یک برنامه اقتصادی جامع برای کشورهای توسعه یافته بسیار حائز اهمیت است. این کشورها تلاش می‌کنند تا تمام منابع انسانی و اقتصادی خود را به کار گیرند تا به سطح بالایی از اقتصاد دست یابند. به همین دلیل بازرگانی خارجی جایگاه مهمی را در سیاست اقتصادی این کشورها در برنامه‌ریزی و اجرای برنامه‌های توسعه اقتصادی دارد. صادرات به طور مستقیم درآمد ملی را افزایش می‌دهد، در حالی که واردات به طور غیرمستقیم اقتصاد ملی را از طریق تأمین کالاهای مصرفی، کالاهای سرمایه‌ای، ابزارها و تجهیزات تولیدی موردنیاز برای توسعه و افزایش میانگین درآمد ملی، حمایت می‌کند. عراق یکی از کشورهای خاورمیانه است که به‌ویژه پس از سال ۲۰۰۴، وضعیت اقتصادی آن موضوع تحقیقات سیاست خارجی و اقتصادی بین‌المللی شد، زمانی که وضعیت اقتصادی آن بدتر شد. نفت خام منبع درآمد اصلی عراق است که تخمین زده شده است که کشور عراق حدود ۱۴۰ میلیارد بشکه نفت ذخیره دارد. میانگین صادرات نفت در سال ۲۰۱۶ در جنوب عراق، که ۹۰٪ از درآمد عراق و ۸۰٪ از تبادلات خارجی عراق را تشکیل می‌دهد، روزانه ۳/۳ میلیون بشکه بود. تولید ناخالص داخلی سرانه در سال ۲۰۱۶ به میزان ۴۱۸۰ دلار بود. توزیع تولید ناخالص داخلی در بخش‌های اقتصادی حدود ۵.۷٪ در زراعت، ۴۵٪ در صنعت و ۴۹/۳٪ در بخش خدمات بود. نرخ رشد تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۱۶ نسبت به سال ۲۰۱۵، ۱۰/۳٪ بود که بیشتر به دلیل افزایش قیمت نفت خام بود.

تغییر در سیاست‌های سیستمی در سال ۲۰۰۴، رشد جمعیت، افزایش درآمد سرانه، و تلاش برای تأمین نیازهای بازار، عواملی هستند که باعث افزایش سریع میزان واردات در عراق از ۱۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۴ به حدود ۴۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶ شد.

از یک‌سو، رشد واردات، توسعه بازار و فعالیت‌های تجاری را گسترش داده است و از سوی دیگر، عامل رکود کشور عراق در زمینه کشاورزی، صنعت و بخش سرمایه‌گذاری شده است. به عنوان مثال، میزان واردات در زمینه تولید حیوانات، سبزیجات، میوه‌ها، روغن‌ها و نوشیدنی‌ها از ۲.۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۴ به بیش از ۱۰.۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶ رسید. به عبارت دیگر، برای رشد جمعیت ۴۰٪، میزان واردات این موارد حدود ۴.۲۹ برابر افزایش یافت. رشد واردات در زمینه خودروها و قطعات یدکی آن از ۱.۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۴ به ۵.۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶، ۴.۱ برابر افزایش یافت.



نمودار ۴-۱: سهم اقلیم کردستان عراق از واردات به عراق در سال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷

مأخذ: گروه برنامه‌ریزی و وزارت صنعت و تجارت اقلیم کردستان عراق

Source: ministry of trade and industry/planning department

در سال ۲۰۱۷، واردات عراق و اقلیم کردستان عراق از ۱۰۲ کشور صورت گرفت. برای سال ۲۰۱۷، اطلاعات از ۸۲ کشور دریافت شده است، اما اطلاعات از ۲۰ کشور دیگر دریافت نشده است، بنابراین، اطلاعات ۲۰ کشور بر اساس سال ۲۰۱۶ تخمین زده شده است. داده‌های مبادلات تجاری از منابع خارجی گرفته شده و قیمت واردات در نقاط گمرکی کشورهای صادرکننده با استفاده از روش FOB (Free On Board) اندازه‌گیری شده است.

برای اقلیم کردستان عراق، واردات شامل کالاهایی است که از چهار نقطه مرزی اصلی (ابراهیم خلیل، حاجی عمران، باشماق و پرویزخان) وارد شده است. به عنوان مثال، از مجموع ارزش ۷.۶ میلیارد دلار وارداتی که در سال ۲۰۱۶ از ترکیه به عراق وارد شده، فقط ۱۰۰ میلیون دلار از نقاط مرزی دیگر وارد شده است و مابقی واردات به ارزش ۵.۷ میلیارد دلار از طریق مرزهای اقلیم کردستان عراق و توسط تاجران کردستان به عراق آورده شده است.

#### ۴-۳ مبادلات تجارت خارجی (ایران، عراق، استان کردستان و اقلیم کردستان)

##### ۴-۳-۱ مبادلات تجارت خارجی استان کردستان

مبادلات تجاری استان کردستان مشتمل بر صادرات استان و سایر گمرکات، واردات و ترانزیت طی دوره (۱۴۰۱-۱۳۸۴)

به استناد آمارها و اطلاعات داده‌ای اداره گمرکات و سازمان صمت استان کردستان به شرح جدول ۴-۱۲ می‌باشد:

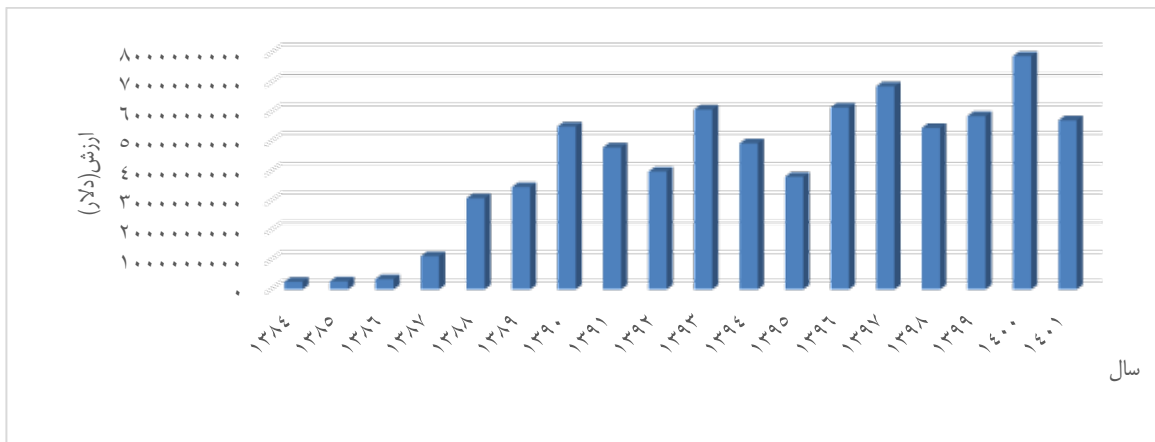


مجموع کل مبادلات تجاری استان کردستان طی سال‌های (۱۴۰۱-۱۳۸۴) به ارزش ۷۵/۶۶ میلیارد دلار می‌باشد. مجموع ارزش کل صادرات استان برابر ۱۵/۷۹ میلیارد دلار بوده که صادرات سایر گمرکات علیرغم عدم اعلام گزارش مبالغ آن در سال‌های (۸۸-۱۳۸۴) برابر ۵/۸۳ میلیارد دلار و صادرات استان معادل ۹/۹۶ میلیارد دلار می‌باشد. میزان ارزش واردات و ترانزیت به ترتیب برابر ۸۴۹/۷۸ میلیون دلار و ۵۹/۰۱ میلیارد دلار می‌باشد که واردات به نسبت مجموع کل صادرات و ترانزیت استان میزان پائینی می‌باشد که در سال‌های اخیر با روند فزاینده همراه شده است؛ به طوری که در سال ۱۴۰۱ دارای بیشترین ارزش دلاری (۱۵۵/۰۳ هزار دلار) می‌باشد. واردات استان در ابتدای دوره زمانی فوق‌الذکر کمتر از ۲۰ هزار دلار بوده است. در جدول (۴-۱۲) و نمودارهای (۴-۹)، (۴-۱۰) و (۴-۱۱) ارزش مبادلات تجاری و اجزای آن به تفکیک برای استان کردستان طی دوره مورد مطالعه آورده شده است:

**جدول ۱۲-۴: ارزش مبادلات تجاری استان کردستان طی دوره (۱۴۰۱-۱۳۸۴) بر حسب دلار**

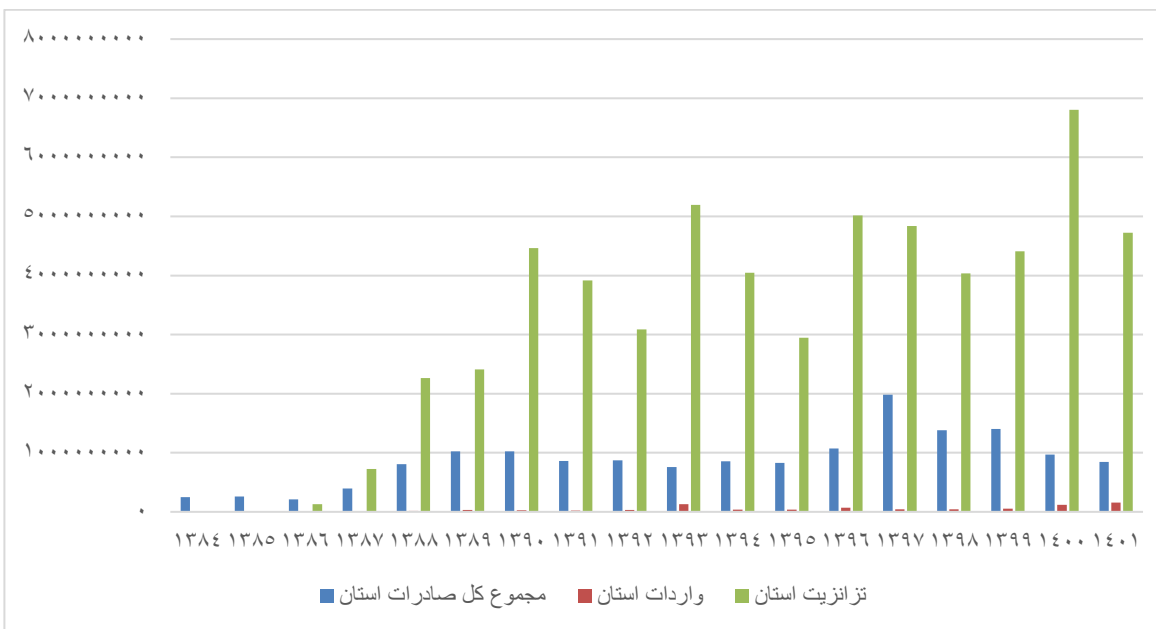
سال	صادرات استان	صادرات سایر گمرکات	مجموع کل صادرات خروجی از گمرکات استان	واردات	ترانزیت	مجموع کل مبادلات تجاری استان کردستان
۱۳۸۴	۲۵۱,۱۷۱,۰۹۰	-	۲۵۱,۱۷۱,۰۹۰	۸,۴۰۶,۵۴۷	۱,۱۷۹,۷۱۹	۲۶۰,۷۵۷,۳۵۶
۱۳۸۵	۲۵۸,۶۵۸,۳۴۴	-	۲۵۸,۶۵۸,۳۴۴	۱۳,۱۲۸,۵۵۸	۱۳,۶۰۶	۲۷۱,۸۰۰,۵۰۸
۱۳۸۶	۲۱۱,۱۶۷,۲۹۸	-	۲۱۱,۱۶۷,۲۹۸	۷,۸۲۰,۶۰۹	۱۲۹,۲۵۳,۸۶۰	۳۴۸,۲۴۱,۷۶۷
۱۳۸۷	۳۹۴,۸۶۱,۶۹۷	-	۳۹۴,۸۶۱,۶۹۷	۳,۹۳۳,۸۱۲	۷۲۴,۹۲۹,۸۴۵	۱,۱۲۳,۷۲۵,۳۵۴
۱۳۸۸	۸۰۶,۴۶۵,۷۳۰	-	۸۰۶,۴۶۵,۷۳۰	۱۴,۱۲۸,۸۹۰	۲,۲۶۴,۲۴۴,۸۶۹	۳,۰۸۴,۸۳۹,۴۸۹
۱۳۸۹	۷۷۵,۲۸۲,۴۷۷	۲۴۸,۰۰۰,۰۰۰	۱,۰۲۳,۲۸۲,۴۷۷	۳۱,۰۷۵,۷۶۲	۲,۴۱۱,۶۲۴,۴۵۴	۳,۴۶۵,۹۸۲,۶۹۳
۱۳۹۰	۷۶۷,۳۰۳,۴۷۰	۲۵۸,۰۰۰,۰۰۰	۱,۰۲۵,۳۰۳,۴۷۰	۲۴,۶۱۵,۹۶۹	۴,۴۶۱,۲۰۲,۵۵۵	۵,۵۱۱,۱۲۱,۹۹۴
۱۳۹۱	۶۹۱,۶۵۰,۲۷۹	۱۷۲,۰۰۰,۰۰۰	۸۶۳,۶۵۰,۲۷۹	۲۱,۵۲۶,۸۵۵	۳,۹۱۷,۶۸۹,۸۲۴	۴,۸۰۲,۸۶۶,۹۵۸
۱۳۹۲	۵۱۴,۷۰۹,۱۵۵	۳۵۵,۶۴۳,۱۸۹	۸۷۰,۳۵۲,۳۴۴	۳۲,۷۱۸,۹۹۲	۳,۰۸۵,۰۵۵,۹۶۵	۳,۹۸۸,۱۲۷,۳۰۱
۱۳۹۳	۴۸۱,۰۷۴,۴۶۵	۲۷۶,۳۰۲,۶۴۲	۷۵۷,۳۷۷,۱۰۷	۱۳۲,۳۲۹,۶۳۲	۵,۱۹۶,۱۰۵,۸۰۱	۶,۰۸۵,۸۱۲,۵۴۰
۱۳۹۴	۴۷۴,۳۰۵,۶۴۷	۳۸۰,۸۵۸,۳۳۸	۸۵۵,۱۶۳,۹۸۵	۳۷,۱۷۹,۳۶۰	۴,۰۴۸,۰۸۰,۵۶۲	۴,۹۴۰,۴۲۳,۹۰۷
۱۳۹۵	۳۵۹,۵۶۷,۹۲۳	۴۶۸,۲۸۲,۲۲۴	۸۲۷,۸۵۰,۱۴۷	۳۷,۶۱۴,۹۲۴	۲,۹۴۷,۷۰۵,۸۶۰	۳,۸۱۳,۱۷۰,۹۳۱
۱۳۹۶	۴۹۲,۷۷۵,۳۹۱	۵۷۹,۰۶۵,۸۱۷	۱,۰۷۱,۸۴۱,۲۰۸	۶۸,۸۳۶,۸۳۳	۵,۰۱۳,۸۱۴,۰۶۶	۶,۱۵۴,۴۹۲,۱۰۷
۱۳۹۷	۱,۲۲۸,۹۵۷,۸۲۸	۷۵۵,۴۷۶,۰۲۸	۱,۹۸۴,۴۳۳,۸۵۶	۴۵,۷۷۵,۶۹۲	۴,۸۳۹,۰۲۳,۳۴۴	۶,۸۶۹,۲۳۲,۸۹۲
۱۳۹۸	۷۰۳,۷۰۸,۸۵۷	۶۷۸,۴۳۵,۴۸۵	۱,۳۸۲,۱۴۴,۳۴۲	۴۲,۸۷۲,۴۵۶	۴,۰۳۶,۸۷۳,۳۸۴	۵,۴۶۱,۸۹۰,۱۸۲
۱۳۹۹	۶۷۴,۹۸۳,۱۷۸	۷۲۹,۳۶۸,۰۵۶	۱,۴۰۴,۳۵۱,۲۳۴	۵۴,۴۹۰,۶۱۵	۴,۴۰۶,۷۹۹,۴۹۹	۵,۸۶۵,۶۴۱,۳۴۸
۱۴۰۰	۴۳۲,۰۸۸,۳۰۸	۵۳۶,۲۵۲,۰۵۲	۹۶۸,۳۴۰,۳۶۰	۱۱۸,۲۹۹,۰۳۰	۶,۸۰۵,۳۳۶,۸۰۹	۷,۸۹۱,۹۷۶,۱۹۹
۱۴۰۱	۴۴۳,۸۱۰,۱۷۹	۳۹۸,۹۱۱,۷۱۴	۸۴۲,۷۲۱,۸۹۳	۱۵۵,۰۳۱,۴۹۵	۴,۷۲۲,۸۰۷,۸۴۳	۵,۷۲۰,۵۶۱,۲۳۱
مجموع	۹,۹۶۲,۵۴۱,۳۱۶	۵,۸۳۶,۵۹۵,۵۴۵	۱۵,۷۹۹,۱۳۶,۸۶۱	۸۴۹,۷۸۶,۰۳۱	۵۹,۰۱۱,۷۴۱,۸۶۵	۷۵,۶۶۰,۶۶۴,۷۵۷

مأخذ: گمرک استان کردستان و محاسبات پژوهش



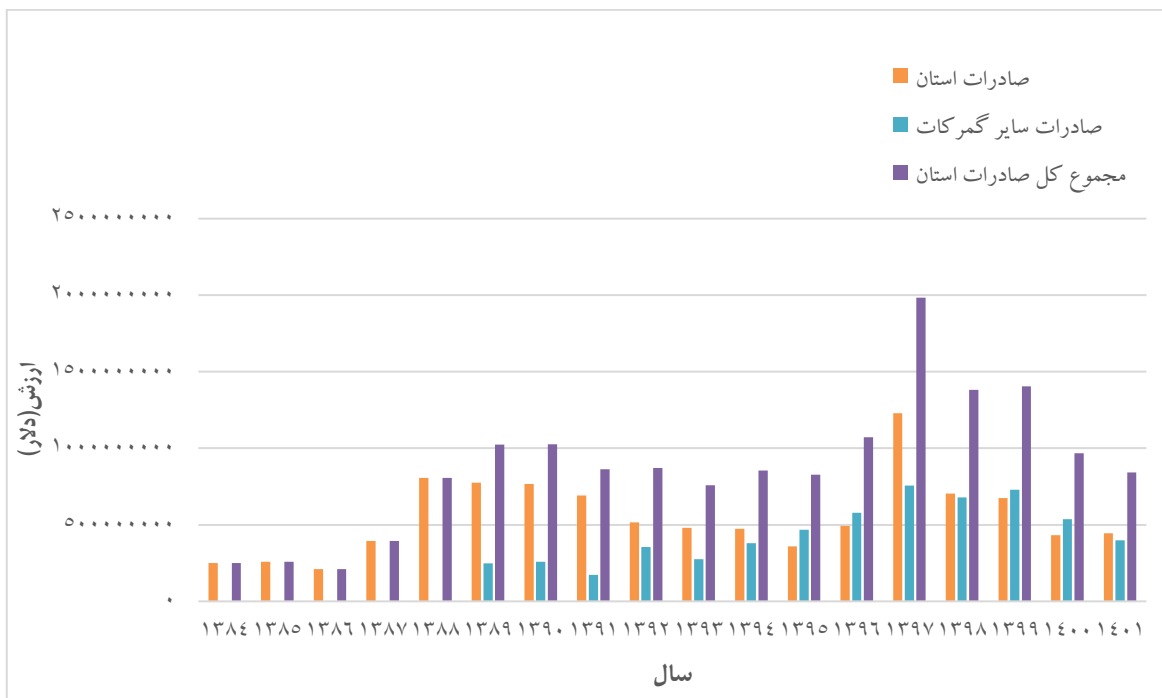
نمودار ۹-۴: ارزش مجموع کل مبادلات تجاری استان طی دوره (۱۳۸۴-۱۴۰۱) بر حسب دلار

مأخذ: گمرک استان کردستان و محاسبات پژوهش



نمودار ۱۰-۴: ارزش اجزای مبادلات تجاری استان کردستان طی دوره (۱۳۸۴-۱۴۰۱) بر حسب دلار

مأخذ: گمرک استان کردستان و محاسبات پژوهش



نمودار ۴-۱: ارزش کل صادرات استان کردستان طی دوره (۱۴۰۱-۱۳۸۴) بر حسب دلار

مأخذ: گمرک استان کردستان و محاسبات پژوهش

با بررسی مبادلات تجاری استان به لحاظ وزنی، موارد زیر قابل بیان می‌باشد:

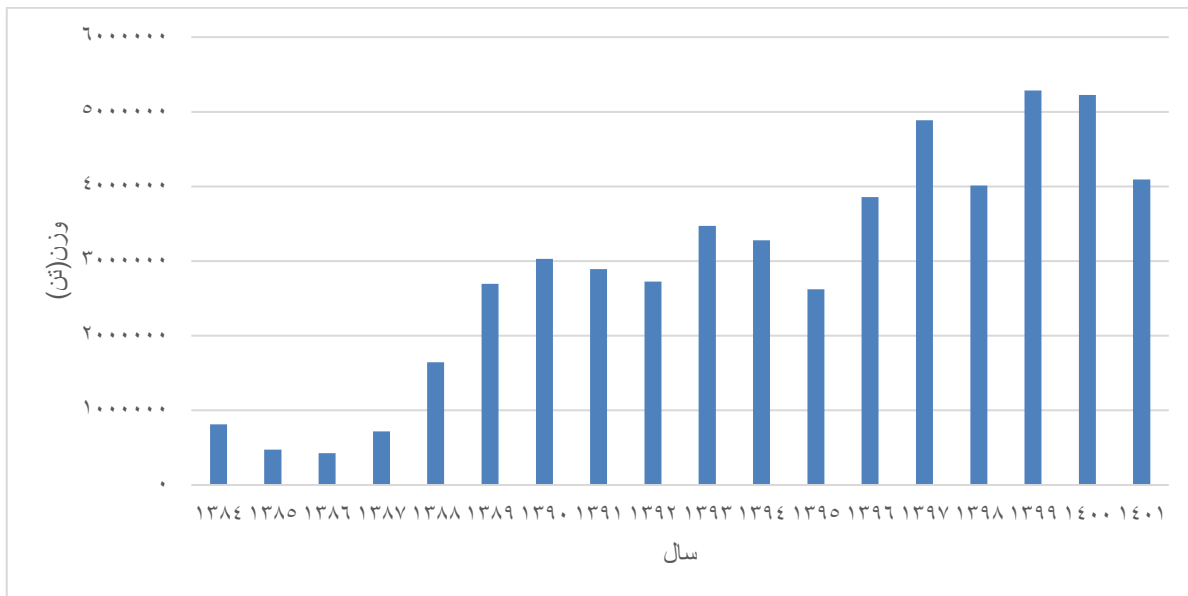
طی دوره زمانی (۱۴۰۱-۱۳۸۴)، مجموع کل مبادلات تجاری استان به لحاظ وزنی دارای ۵۲/۱۴ میلیون تن می‌باشد که صادرات استان (۱۵/۶۶ میلیون تن) بوده و با لحاظ صادرات سایر گمرکات در مجموع کل صادرات استان برابر ۲۳/۵۳ میلیون تن بوده است. به علاوه میزان وزنی واردات استان و نیز ترانزیت به ترتیب معادل ۵۱۴ هزار تن و ۲۸/۱ میلیون تن می‌باشد. مبادلات تجاری استان به صورت وزنی طی دوره ۱۸ ساله اخیر تقریباً روند صعودی داشته و در سال ۱۳۹۹ در بالاترین سطح خود معادل ۴/۸۹ میلیون تن بوده است.

صادرات استان کردستان به صورت وزنی دارای یک روند نوسانی می‌باشد. در ابتدا، وسط و انتهای دوره زمانی (۱۴۰۱-۱۳۸۴) روند کاهشی را دارا بوده است. صادرات سایر گمرکات نیز روندی نسبتاً یکسان را مانند صادرات استان به لحاظ وزنی داشته است. در جدول ۴-۱۳، نمودارهای (۴-۱۲) و (۴-۱۳) مبادلات وزنی تجارت و اجزای آن به تفکیک برای استان کردستان (بر حسب تن) طی دوره (۱۴۰۱-۱۳۸۴) آورده شده است:

جدول ۱۳-۴: مبادلات وزنی تجارت استان کردستان طی دوره (۱۴۰۱-۱۳۸۴) بر حسب تن

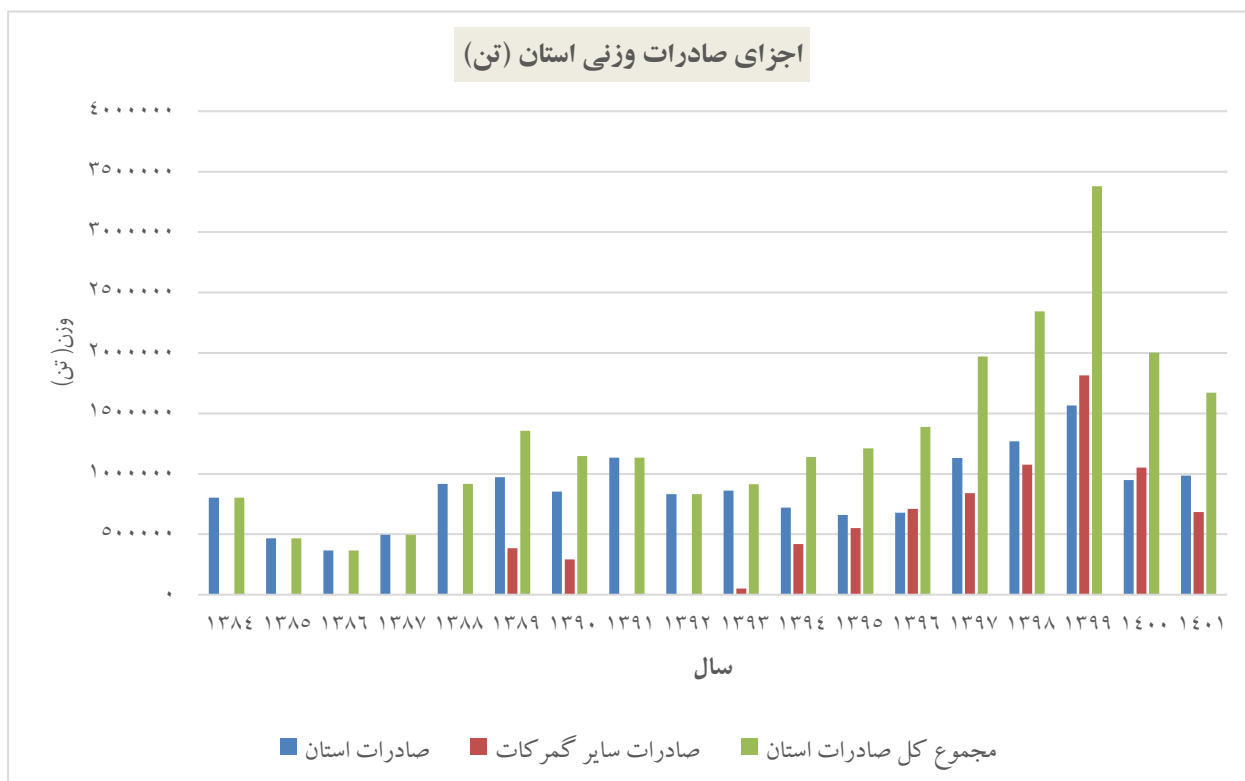
سال	صادرات استان	صادرات سایر گمرکات	مجموع کل صادرات خروجی از گمرکات استان	واردات	ترانزیت	مجموع کل مبادلات تجاری استان کردستان
۱۳۸۴	۸۰۱,۵۳۶	-	۸۰۱,۵۳۶	۴,۲۲۵	۶,۴۷۶	۸۱۲,۲۳۷
۱۳۸۵	۴۶۵,۳۱۸	-	۴۶۵,۳۱۸	۶,۷۶۴	۳	۴۷۲,۰۸۵
۱۳۸۶	۳۶۴,۷۸۹	-	۳۶۴,۷۸۹	۳,۶۷۹	۵۹,۲۶۸	۴۲۷,۷۳۶
۱۳۸۷	۴۹۵,۷۷۰	-	۴۹۵,۷۷۰	۲,۴۵۹	۲۲۰,۹۷۷	۷۱۹,۲۰۶
۱۳۸۸	۹۱۷,۰۴۰	-	۹۱۷,۰۴۰	۱۹,۲۰۶	۷۰۹,۷۰۵	۱,۶۴۵,۹۵۱
۱۳۸۹	۹۷۲,۶۲۵	۳۸۴,۰۰۰	۱,۳۵۶,۶۲۵	۲۳,۷۶۳	۱,۳۱۳,۸۱۹	۲,۶۹۴,۲۰۷
۱۳۹۰	۸۵۳,۹۱۴	۲۹۳,۰۰۰	۱,۱۴۶,۹۱۴	۲۱,۴۲۴	۱,۸۶۲,۶۳۷	۳,۰۳۰,۹۷۵
۱۳۹۱	۱,۱۳۵,۰۳۱	-	۱,۱۳۵,۰۳۱	۱۷,۱۰۷	۱,۷۳۸,۲۳۰	۲,۸۹۰,۳۶۸
۱۳۹۲	۸۳۱,۲۸۷	-	۸۳۱,۲۸۷	۱۴,۸۵۹	۱,۸۷۸,۷۲۸	۲,۷۲۴,۸۷۴
۱۳۹۳	۸۶۲,۲۷۸	۵۰,۵۸۶	۹۱۲,۸۶۴	۸۹,۸۷۲	۲,۴۶۶,۶۶۸	۳,۴۶۹,۴۰۴
۱۳۹۴	۷۲۰,۶۷۰	۴۱۸,۳۸۲	۱,۱۳۹,۰۵۲	۲۵,۸۰۰	۲,۱۱۲,۶۸۹	۳,۲۷۷,۵۴۱
۱۳۹۵	۶۶۰,۱۱۵	۵۵۰,۰۲۶	۱,۲۱۰,۱۴۱	۳۵,۹۶۳	۱,۳۷۶,۰۸۶	۲,۶۲۲,۱۹۰
۱۳۹۶	۶۷۸,۵۱۳	۷۰۸,۹۰۸	۱,۳۸۷,۴۲۱	۶۵,۷۹۹	۲,۴۰۴,۵۹۴	۳,۸۵۷,۸۱۴
۱۳۹۷	۱,۱۲۹,۹۱۰	۸۴۰,۱۰۰	۱,۹۷۰,۰۱۰	۱۳,۸۳۶	۲,۹۰۲,۹۶۲	۴,۸۸۶,۸۰۸
۱۳۹۸	۱,۲۶۹,۰۱۶	۱,۰۷۴,۵۵۶	۲,۳۴۳,۵۷۲	۴۰,۰۴۸	۱,۶۲۶,۲۶۴	۴,۰۰۹,۸۸۴
۱۳۹۹	۱,۵۶۵,۱۳۶	۱,۸۱۳,۷۶۰	۳,۳۷۸,۸۹۶	۴۱,۷۷۸	۱,۸۶۵,۳۷۹	۵,۲۸۶,۰۵۳
۱۴۰۰	۹۴۸,۵۹۵	۱,۰۵۲,۶۷۷	۲,۰۰۱,۲۷۲	۴۷,۵۹۵	۳,۱۷۵,۱۱۳	۵,۲۲۳,۹۸۰
۱۴۰۱	۹۸۶,۷۹۱	۶۸۳,۵۰۳	۱,۶۷۰,۲۹۴	۳۹,۷۸۳	۲,۳۸۲,۵۷۴	۴,۰۹۲,۶۵۱
مجموع	۱۵۶۵۸,۳۳۴	۷,۸۶۹,۴۹۸	۲۳,۵۲۷,۸۳۲	۵۱۳,۹۶۰	۲۸,۱۰۲,۱۷۲	۵۲,۱۴۳,۹۶۴

مأخذ: گمرک استان کردستان و محاسبات پژوهش



نمودار ۱۳-۴: ارزش مجموع کل مبادلات وزنی تجارت استان کردستان طی دوره (۱۳۸۴-۱۴۰۱) بر حسب تن

مأخذ: گمرک استان کردستان و محاسبات پژوهش



نمودار ۱۳-۴: ارزش مجموع کل صادرات استان کردستان طی دوره (۱۳۸۴-۱۴۰۱) بر حسب تن

مأخذ: گمرک استان کردستان و محاسبات پژوهش

طی دوره (۱۴۰۱-۱۳۸۴) سهم مجموع کل صادرات استان (صادرات استان و صادرات سایر گمرکات)، واردات و ترانزیت از کل مبادلات تجاری استان کردستان باید اذعان داشت که: واردات استان کردستان دارای پایین‌ترین سهم از مجموع کل مبادلات تجاری را دارا بوده است؛ به طوری که طی دوره مذکور این سهم کمتر از ۵ درصد و در اکثر سال‌ها کمتر از ۱ درصد بوده است. ترانزیت بالاترین سهم را از کل مبادلات تجاری استان داشته و در اکثر سنوات سهم آن در بازه (۷۰-۸۰ درصد) بوده است. در سال‌های ۱۴۰۰ و ۱۳۸۶ به ترتیب بالاترین (۸۶/۲ درصد) و کمترین (۳۷/۱ درصد) سهم از کل مبادلات دارا بوده است.

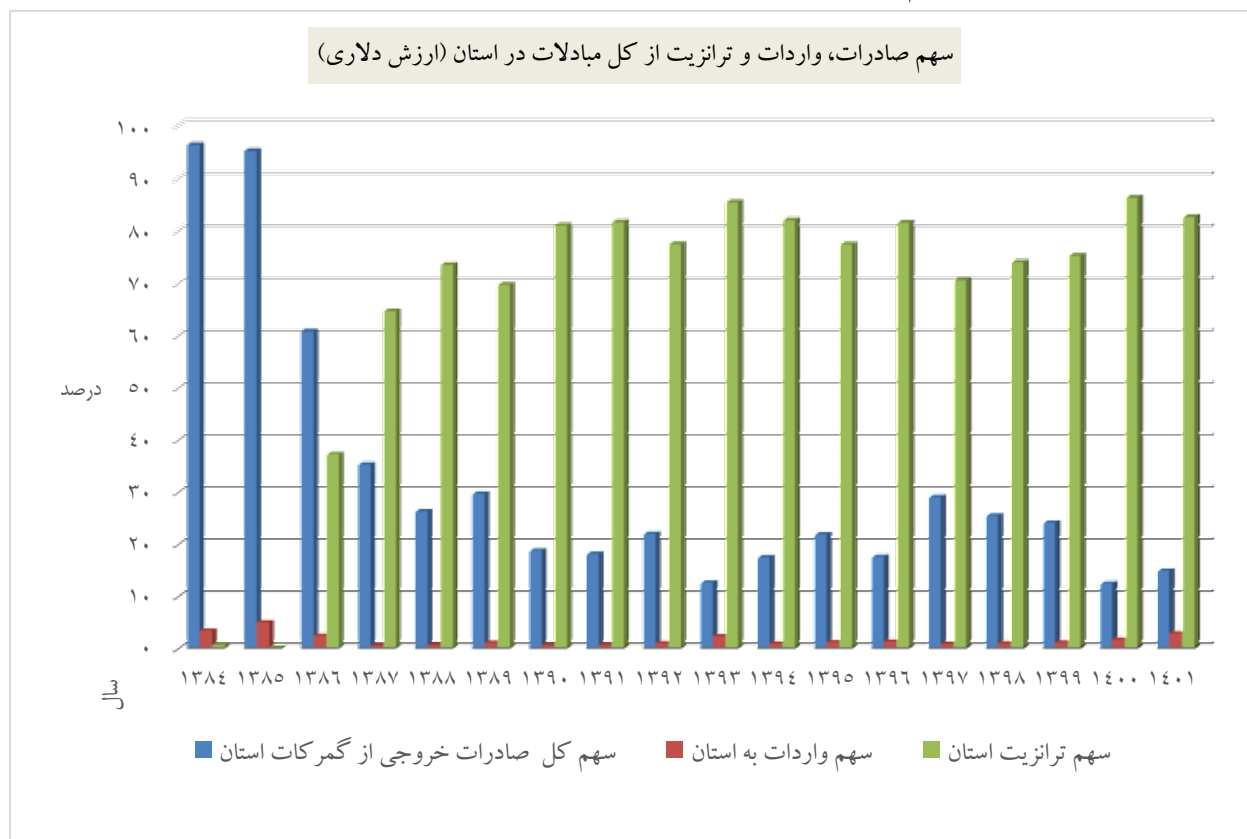
**جدول ۱۴-۴: سهم هر کدام از اجرای مبادلات تجاری استان کردستان طی دوره زمانی (۱۴۰۱-۱۳۸۴)**

سال	سهم صادرات سایر گمرکات از کل مبادلات	سهم کل صادرات خروجی استان از کل مبادلات	سهم واردات استان از کل مبادلات	سهم ترانزیت استان از کل مبادلات	سهم صادرات استان از کل مبادلات
۱۳۸۴	۰.۰	۹۶.۳	۳.۲	۰.۵	۹۶.۳
۱۳۸۵	۰.۰	۹۵.۲	۴.۸	۰.۰	۹۵.۲
۱۳۸۶	۰.۰	۶۰.۶	۲.۲	۳۷.۱	۶۰.۶
۱۳۸۷	۰.۰	۳۵.۱	۰.۴	۶۴.۵	۳۵.۱
۱۳۸۸	۰.۰	۲۶.۱	۰.۵	۷۳.۴	۲۶.۱
۱۳۸۹	۷.۲	۲۹.۵	۰.۹	۶۹.۶	۲۲.۴
۱۳۹۰	۴.۷	۱۸.۶	۰.۴	۸۰.۹	۱۳.۹
۱۳۹۱	۳.۶	۱۸.۰	۰.۴	۸۱.۶	۱۴.۴
۱۳۹۲	۸.۹	۲۱.۸	۰.۸	۷۷.۴	۱۲.۹
۱۳۹۳	۴.۵	۱۲.۴	۲.۲	۸۵.۴	۷.۹
۱۳۹۴	۷.۷	۱۷.۳	۰.۸	۸۱.۹	۹.۶
۱۳۹۵	۱۲.۳	۲۱.۷	۱.۰	۷۷.۳	۹.۴
۱۳۹۶	۹.۴	۱۷.۴	۱.۱	۸۱.۵	۸.۰
۱۳۹۷	۱۱.۰	۲۸.۹	۰.۷	۷۰.۴	۱۷.۹
۱۳۹۸	۱۲.۴	۲۵.۳	۰.۸	۷۳.۹	۱۲.۹
۱۳۹۹	۱۲.۴	۲۳.۹	۰.۹	۷۵.۱	۱۱.۵
۱۴۰۰	۶.۸	۱۲.۳	۱.۵	۸۶.۲	۵.۵
۱۴۰۱	۷.۰	۱۴.۷	۲.۷	۸۲.۶	۷.۸

مأخذ: گمرک استان کردستان و محاسبات پژوهش

در جدول ۱۴-۴ و نمودار ۴-۱۴، روند تغییرات در سهم هر کدام از اجرای مبادلات تجاری استان کردستان طی دوره زمانی (۱۴۰۱-۱۳۸۴) نشان داده شده است. سهم کل صادرات استان از مجموع مبادلات تجاری در سال‌های ابتدای دوره (۸۸-

۱۳۸۴) به دلیل عدم گزارش اطلاعات صادرات سایر گمرکات و ترانزیت از ۹۶/۳ درصد تا ۳۵/۱ درصد متغیر می‌باشد. بعد از سال ۱۳۸۸، سهم صادرات از کل مبادلات روند کاهشی داشته و به کمتر از ۲۰ درصد رسیده است؛ به طوری که در سال‌های انتهایی بازه زمانی مذکور به کمترین میزان خود (۵/۵ درصد در سال ۱۴۰۰) و (۷/۸ درصد در سال ۱۴۰۱) رسیده است. سهم صادرات سایر گمرکات نیز در اکثر سال‌ها کمتر از ۱۰ درصد بوده است. این در حالی است که روند تغییرات در سهم مجموع کل صادرات استان تقریباً شبیه سهم صادرات سایر گمرکات بوده است.

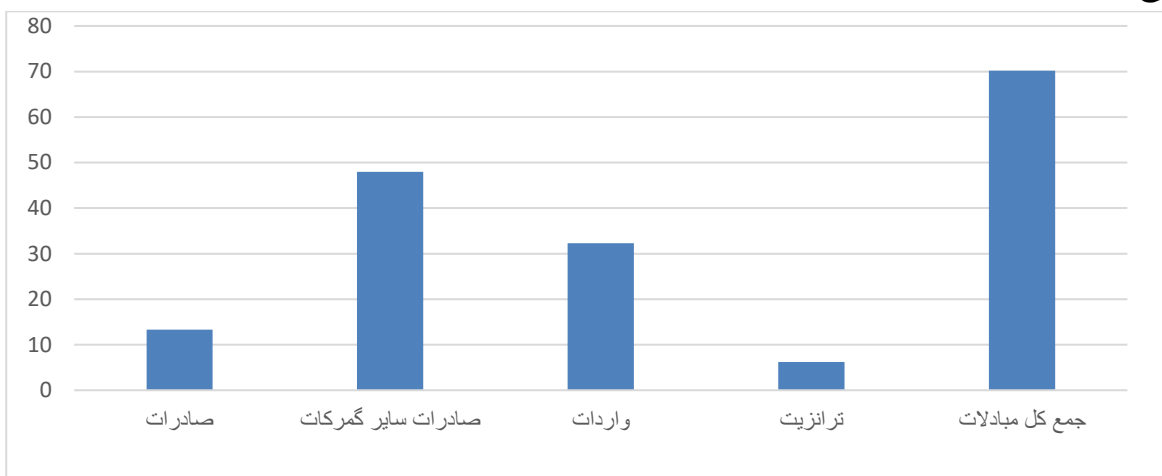


نمودار ۴-۱۴: سهم هر کدام از اجرای مبادلات تجاری استان کردستان طی دوره زمانی (۱۳۸۴-۱۴۰۱)

مأخذ: گمرک استان کردستان و محاسبات پژوهش

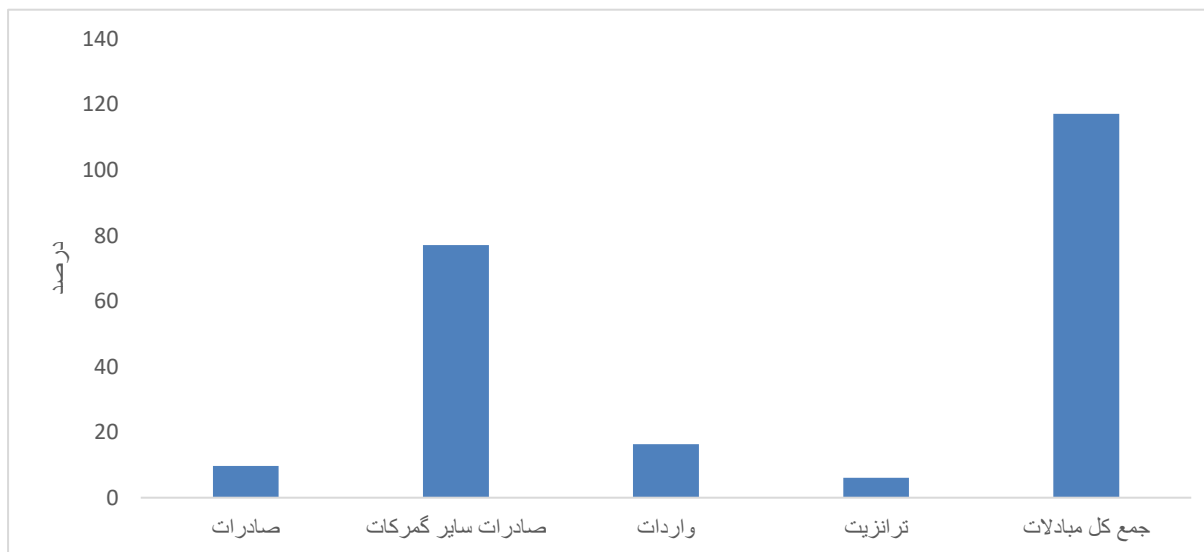
طبق نمودار ۴-۱۵ و نمودار ۴-۱۶ در دوره زمانی از سال ۱۳۸۴ تا ۱۴۰۱، متوسط نرخ رشد تبادلات تجاری از گمرکات استان کردستان نمایانگر تغییرات مهمی در حجم تجارت است. ارزش دلاری وزنی صادرات از گمرکات این استان در این دوره زمانی به ترتیب با نرخ متوسطی حدود ۱۳/۳۳ و ۹/۷۲ درصد در هر سال افزایش یافته و ارزش دلاری وزنی صادرات سایر گمرکات نیز با نرخ ۴۸ و ۴۵/۴۴ درصد در هر سال رشد داشته است لازم به است که آمار صادرات سایر گمرکات در طی سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۹ در دسترس نبوده است. از سوی دیگر، ارزش دلاری وزنی واردات از گمرکات استان کردستان با نرخ متوسط حدود ۳۰/۳۲ و ۳۶/۱۶ درصد در هر سال افزایش یافته و ترانزیت تجاری با نرخ حدود ۲۳/۶ و ۱۲/۶ درصد در هر سال

رشد داشته است. جمع کل مبادلات تجاری نیز با نرخ متوسطی حدود ۷۰/۱۹ و ۱۱۷/۱۹ درصد در هر سال افزایش یافته است. این نرخ‌های رشد نشان‌دهنده اهمیت و تغییرات مهمی در تبادلات تجاری استان کردستان در این دوره زمانی هستند.



**نمودار ۱۵-۴:** متوسط نرخ رشد تبادلات تجاری از گمرکات استان کردستان طی سال‌های ۱۳۸۴-۱۴۰۱ (ارزش دلاری)

مأخذ: گمرک استان کردستان و محاسبات پژوهش



**نمودار ۱۶-۴:** متوسط نرخ رشد تبادلات تجاری از گمرکات استان کردستان طی سال‌های ۱۳۸۴-۱۴۰۱ (ارزش وزنی)

مأخذ: گمرک استان کردستان و محاسبات پژوهش



#### ۴-۳-۲ مبادلات تجاری ایران در سال ۱۴۰۱

طی سال ۱۴۰۱ و به استناد آمار و اطلاعات سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران، مبادلات بازرگانی کشور ایران به شرح جدول ۴-۱۵ بوده است: میزان صادرات قطعی کالاهای غیرنفتی کشور (به استثنای نفت خام، نفت کوره، نفت سفید و نیز بدون صادرات از محل صادرات چمدانی) بالغ بر ۱۲۴/۲۵۲ میلیون تن و به ارزش ۵۴/۱۳۹ میلیارد دلار بوده که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل افزایشی ۱/۱۴ درصدی در وزن و ۱۱/۰۱ درصدی در ارزش دلاری داشته است. به علاوه میزان واردات کشور در این مدت با کاهش ۹/۳۳ درصدی در وزن و افزایشی ۱۳/۸۱ درصدی در ارزش دلاری در مقایسه با مدت مشابه سال ۱۴۰۰ به ۳۷/۳۵۸ میلیون تن و ۶۰/۳۰۹ میلیارد دلار رسیده است.

جدول ۱۵-۴: مقایسه مبادلات بازرگانی ایران در سال ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱

فعالیت	سال ۱۴۰۱		سال ۱۴۰۰		درصد تغییرات نسبت به سال قبل	
	وزن (میلیون تن)	ارزش (میلیارد دلار)	وزن (میلیون تن)	ارزش (میلیارد دلار)	وزن	دلار
صادرات	۱۲۴/۲۵۲	۵۴/۱۳۹	۱۲۲/۸۵۲	۴۸/۷۷۲	۱/۱۴	۱۱/۰۱
واردات	۳۷/۳۵۸	۶۰/۳۰۹	۴۱/۲۰۱	۵۲/۹۹۳	-۹/۳۳	۱۳/۸۱

مأخذ: سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران

#### ۴-۳-۱ کشورهای عمده مقصد صادرات

طبق جدول ۴-۱۶ طی سال ۱۴۰۱، بیشترین میزان صادرات کشور به مقصد کشورهای چین با رقمی بالغ بر ۱۴/۷۷۳ میلیارد دلار و سهم ۲۷/۲۱ درصد از کل ارزش صادرات، عراق با ۱۰/۲۳۸ میلیارد دلار و سهم ۱۸/۹۹ درصد، ترکیه با ۷/۶۳۸ میلیارد دلار و سهم ۱۴/۱۱ درصد، امارات متحده عربی با ۶/۲۰۳ میلیارد دلار و سهم ۱۱/۴۶ درصد و هند با ۲/۱۲۷ میلیارد دلار و سهم ۳/۹۳ درصد از کل ارزش، صورت گرفته است.

جدول ۱۶-۴: مقاصد صادراتی و وارداتی کشور ایران در سال ۱۴۰۱

کشور	کشورهای طرف معامله ایران در سال ۱۴۰۱				
	رتبه اول	رتبه دوم	رتبه سوم	رتبه چهارم	رتبه پنجم
کشور	چین	عراق	ترکیه	امارات متحده عربی	هند
	ارزش (میلیارد دلار)	۱۰/۲۳۸ (میلیارد دلار)	۷/۶۳۸ (میلیارد دلار)	۶/۲۰۳ (میلیارد دلار)	۲/۱۲۷ (میلیارد دلار)
	درصد	۱۸/۹۹	۱۴/۱۱	۱۱/۴۶	۳/۹۳
کشور	امارات متحده عربی	چین	ترکیه	هند	آلمان
	ارزش (میلیارد دلار)	۱۵/۵۳۸ (میلیارد دلار)	۶/۱۵۷ (میلیارد دلار)	۲/۹۴۳ (میلیارد دلار)	۲/۰۳۰ (میلیارد دلار)
	درصد	۲۶/۲۶	۱۰/۲۱	۴/۸۸	۳/۳۷

مأخذ: سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران

#### ۴-۳-۲-۲- کشورهای عمده مقصد واردات

طی سال ۱۴۰۱، کشور امارات متحده عربی با اختصاص سهم ۳۰/۷۶ درصدی از کل ارزش واردات به ارزش ۱۸/۵۵۳ میلیارد دلار در جایگاه نخست کشورهای طرف معامله عمده در واردات قرار گرفته است. به علاوه کشورهای چین (با ۱۵/۵۳۸ میلیارد دلار و سهم ۲۶/۲۶ درصد)، ترکیه (با ۶/۱۵۷ میلیارد دلار و سهم ۱۰/۲۱ درصد)، هند (با ۲/۹۴۳ میلیارد دلار و سهم ۴/۸۸ درصد) و آلمان (با ۲/۰۳۰ میلیارد دلار و سهم ۳/۳۷ درصد) جزو کشورهای عمده طرف معامله مبدأ واردات ایران بوده‌اند جدول ۴-۱۶. طی سال ۱۴۰۱، میزان ترانزیت خارجی کشور حدود ۱۳/۰۳۲ میلیون تن بوده که نسبت به رقم ۱۲/۶۳۱ میلیون تن در مدت مشابه سال ۱۴۰۰، افزایشی ۳/۱۷ درصدی داشته است.

#### ۴-۳-۲-۳- صادرات به کشور عراق و شرکای عمده تجاری از طریق گمرکات استان کردستان در سال

۱۴۰۱

به استناد آمار و اطلاعات داده‌ای سایت رسمی گمرک جمهوری اسلامی ایران، میزان مبادلات تجاری کشور طی در سال ۱۴۰۱ به شرح زیر می‌باشد:

- صادرات غیرنفتی به کشور عراق دارای ارزش بالغ بر ۱۰/۲۸ میلیارد دلار و برابر ۲۷/۱۷ میلیون تن می‌باشد. این در حالی است که کشور عراق به‌عنوان دومین مقصد صادراتی عمده کشور در سال ۱۴۰۱ دارای سهم ۱۹ درصدی در ساختار تجارت ایران می‌باشد. واردات از کشور عراق به لحاظ وزنی برابر ۱۷۸/۶۸ تن و ارزش ۱۶۹/۹۱ میلیون دلار می‌باشد.
- میزان وزنی صادرات به کشور عراق از "مرز باشماق" بالغ بر ۵۴۷/۱۳ هزار تن و دارای ارزش ۳۲۴/۰۷ میلیون دلار بوده است. صادرات به دیگر کشورها غیر از عراق (هند، سوریه، ترکمنستان، ایتالیا و هلند) از طریق این مرز ۴/۳۸۳ هزار تن و ارزش بالغ بر ۶/۰۱۹ میلیون دلار است جدول ۴-۱۷. مقایسه تفاوت سهم بالای وزنی و ارزش دلاری صادرات به کشور عراق از گمرک باشماق مریوان نسبت به دیگر مقاصد صادراتی ایران در کشورهای دیگر دنیا بر اهمیت مرز اقتصادی باشماق و هم‌جواری آن با اقلیم کردستان عراق دلالت دارد.
- محصولات عمده صادراتی کشور از طریق گمرک باشماق شامل تخم خوراکی پرندگان، گوجه‌فرنگی تازه یا سرد کرده، محصولات زراعی و باغی و لبنی، محصولات اسفنجی و آهن‌آلات، مصنوعات فلزی و پلاستیکی، کاشی و سرامیک و فرش می‌باشد.
- میزان وزنی صادرات به کشور عراق از "گمرک سنندج" برابر ۴۴۵/۱۸ هزار تن و دارای ارزش ۱۰۸/۴۴ میلیون دلار می‌باشد. این در حالی است که صادرات وزنی به دیگر کشورهای مختلف مقصد صادراتی ایران - غیر از کشور عراق - از طریق گمرک سنندج معادل ۶/۱۹ هزار تن و به ارزش ۱۱/۸۵ میلیون دلار بوده است جدول ۴-۱۷. کشورهای عراق، افغانستان، سوریه، ونزوئلا، عمان، روسیه، ترکیه، پاکستان و ترکمنستان به ترتیب بیشترین ارزش دلاری به‌عنوان مقصد صادراتی ایران داشته‌اند. لازم به ذکر است در گزارش سایت گمرک ایران ([www/https://irica.ir](http://www/https://irica.ir)) به سیف سقز و سیرانبند بانه اشاره‌ای نشده است.

#### ۴-۳-۲-۴ واردات ایران از کشور عراق و شرکای عمده تجاری از طریق گمرکات استان کردستان در سال ۱۴۰۱

به استناد آمارها و اطلاعات سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران، میزان واردات ایران (وزنی-ارزش) از طریق گمرک باشماق مریوان و گمرک سنندج به صورت زیر قابل بیان می‌باشد:

- طی سال ۱۴۰۱، میزان واردات ایران از طریق گمرک باشماق مریوان دارای وزن ۳۰/۸۹ هزار تن و ارزش ۳۹/۱۲ میلیون دلار بوده است. کشورهای عراق، امارات متحده عربی، انگلستان، ترکیه و چین به‌عنوان مبدأ وارداتی ایران از مرز باشماق به ترتیب سهم را به ترتیب دارا بوده‌اند. از طریق گمرک باشماق، ارزش دلاری واردات از عراق بالغ بر ۳۰/۵۷ میلیون دلار بوده و سایر کشورهای مذکور در جایگاه مبدأ وارداتی ایران تنها ۸/۵۴ میلیون دلار بوده است جدول ۴-۱۷ و تفاوت آن مشهود است.

- از طریق گمرک باشماق، محصولات عمده وارداتی از همه کشورهای دنیا در سال ۱۴۰۱ بر آلیاژهای آلومینیم، آهن آلات و محصولات سرمیکی دلالت دارد.

- طی سال ۱۴۰۱، میزان واردات ایران از کشورهای مختلف دنیا از طریق گمرک سنندج دارای وزن ۱۰/۸۳ هزار تن و ارزش ۵۶/۶۷ میلیون دلار بوده است. واردات از کشور عراق از طریق گمرک سنندج به لحاظ وزنی و ارزش به ترتیب بالغ بر ۴/۵۶ هزار تن و ۲۰/۹۵ میلیون دلار می‌باشد جدول ۴-۱۷. کشورهای اصلی مبدأ واردات ایران از گمرک سنندج شامل عراق، ترکیه، چین، آلمان، امارات، سوئیس می‌باشد. محصولات عمده وارداتی از کشورهای مذکور به داخل ایران از گمرک سنندج شامل مولد گازی، دستگاه تهویه، ماشین ظرف شویی، رخت شویی، وسایل آشپزخانه می‌باشد.

**جدول ۴-۱۷:** واردات و صادرات ایران از کشور عراق و شرکای عمده تجاری از طریق گمرکات استان کردستان در سال ۱۴۰۱

کشورهای طرف معامله				تجارت	گمرکات استان کردستان
سایر کشورها		عراق			
ارزش (میلیون دلار)	وزن (هزار تن)	ارزش (میلیون دلار)	وزن (هزار تن)		
۶۰۱۹	۴۳۸۳	۳۲۴۰۷	۵۴۷۱۳	صادرات	باشماق
۸۵۴	-	۳۰۵۷	-	واردات	
۱۱۸۵	۶۱۹	۱۰۸۴۴	۴۴۵۱۸	صادرات	سنندج
۳۵۷۲	۶۲۷	۲۰۹۵	۴۵۶	واردات	

مأخذ: سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران

### ۴-۳-۳ مبادلات تجاری ایران در نه ماهه سال ۱۴۰۲

طی نه‌ماهه سال ۱۴۰۲ و به استناد آمار و اطلاعات سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران، مبادلات بازرگانی کشور ایران به شرح جدول ۴-۱۸ بوده است:

میزان صادرات قطعی کالاهای غیرنفتی کشور (به استثنای نفت خام، نفت کوره، نفت سفید و نیز بدون صادرات از محل صادرات چمدانی) بالغ بر ۱۰۱/۹۰۴ میلیون تن و به ارزش ۳۶/۴۳۲ میلیارد دلار بوده که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل افزایشی ۲۶/۴۸ درصدی در وزن و کاهشی ۰/۶۸ درصدی در ارزش دلاری داشته است. به علاوه میزان واردات کشور در این مدت نه‌ماهه از سال با افزایشی ۶/۰۴ درصدی در وزن و ۱۲/۲۹ درصدی در ارزش دلاری در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته به ۲۸/۷۳۷ میلیون تن و ۴۸/۳۵۸ میلیارد دلار رسیده است.

جدول ۴-۱۸: مقایسه مبادلات بازرگانی ایران در نه‌ماهه سال ۱۴۰۲

فعالیت	نه‌ماهه سال ۱۴۰۲		نه‌ماهه سال ۱۴۰۱		درصد تغییرات نسبت به مدت مشابه سال قبل	
	وزن (میلیون تن)	ارزش (میلیارد دلار)	وزن (میلیون تن)	ارزش (میلیارد دلار)	وزن	دلار
صادرات	۱۰۱/۹۰۴	۳۶/۴۳۲	۸۰/۵۶۷	۳۶/۶۸۴	۲۶/۴۸	-۰/۶۸
واردات	۲۸/۷۳۷	۴۸/۳۵۸	۲۷/۱۰۰	۴۳/۰۶۶	۶/۰۴	۱۲/۲۹

مأخذ: سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران

بر اساس جدول ۴-۱۹ طی نه‌ماهه سال ۱۴۰۲، بیشترین میزان صادرات به مقصد کشورهای چین (بالغ بر ۱۰/۳۱۲ میلیارد دلار با سهم ۲۸/۳۰ درصد از کل ارزش صادرات)، عراق (با ۶/۹۲۰ میلیارد دلار و سهم ۱۸/۹۹ درصد)، امارات متحده عربی (با ۴/۷۰۵ میلیارد دلار و ۱۲/۹۱ درصد)، ترکیه (با ۳/۲۶۳ میلیارد دلار و سهم ۸/۹۶ درصد) و هند (با ۱/۶۵۳ میلیارد دلار و سهم ۴/۵۴ درصد) صورت گرفته است.

طی نه‌ماهه سال ۱۴۰۲، کشور امارات متحده عربی با اختصاص سهم ۳۱/۰۴ درصدی از کل ارزش واردات به ارزش ۱۵/۰۰۹ میلیارد دلار در جایگاه نخست کشورهای طرف معامله عمده در واردات قرار گرفته است. به علاوه کشورهای چین (با ۱۳/۷۴۲ میلیارد دلار و سهم ۲۸/۴۲ درصد)، ترکیه (با ۵/۲۶۵ میلیارد دلار و سهم ۱۰/۸۹ درصد)، آلمان (با ۱/۵۹۹ میلیارد دلار و سهم ۳/۳۱ درصد) و هند (با ۱/۴۲۸ میلیارد دلار و سهم ۲/۹۵ درصد) جزو کشورهای عمده طرف معامله مبدأ واردات ایران بوده‌اند جدول ۴-۱۹.

طی نه‌ماهه سال ۱۴۰۲، میزان ترانزیت خارجی کشور حدود ۱۲/۶۳۴ میلیون تن بوده که نسبت به رقم ۱۰/۱۴۶ میلیون تن در مدت مشابه سال ۱۴۰۱، افزایشی ۲۴/۵۲ درصدی داشته است.

**جدول ۱۹-۴:** مقاصد صادراتی وارداتی کشور ایران در نه‌ماهه سال ۱۴۰۲

کشورهای طرف معامله ایران در نه‌ماهه سال ۱۴۰۲						تجارت
رتبه اول	رتبه دوم	رتبه سوم	رتبه چهارم	رتبه پنجم		
کشور	چین	عراق	امارات متحده عربی	ترکیه	هند	صادرات
ارزش دلاری	(۱۰.۳۱۲ میلیارد دلار)	(۶.۹۲۰ میلیارد دلار)	(۴.۷۰۵ میلیارد دلار)	(۳.۲۶۳ میلیارد دلار)	(۱.۶۵۳ میلیارد دلار)	
درصد	۲۸.۳۰	۱۸.۹۹	۱۲.۹۱	۸.۹۶	۴.۵۴	
کشور	امارات متحده عربی	چین	ترکیه	آلمان	هند	واردات
ارزش دلاری	(۱۵.۰۰۹ میلیارد دلار)	(۱۳.۷۴۲ میلیارد دلار)	(۵.۲۶۵ میلیارد دلار)	(۱.۵۹۹ میلیارد دلار)	(۱.۴۲۸ میلیارد دلار)	
درصد	۳۱.۰۴	۲۸.۴۲	۱۰.۸۹	۳.۳۱	۲.۹۵	

مأخذ: سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران

طبق جدول ۴-۲۰ طی نه‌ماهه سال ۱۴۰۲، میزان صادرات ایران به کشورهای مختلف دنیا از طریق "گمرک باشماق مریوان" دارای وزن ۵۵۸/۵۸۲ هزار تن و ارزش ۳۰۱/۱۱۶ میلیون دلار بوده است. از طریق گمرک باشماق، ارزش دلاری صادرات به عراق بالغ بر ۲۹۲/۶۵۵ میلیون دلار بوده و سایر کشورهای مقصد صادراتی تنها ۸/۴۶۰ میلیون دلار بوده است و تفاوت زیاد ارزش صادرات به دیگر کشورها از این گمرک شامل سوریه، هند، ترکیه، افغانستان، پاکستان، عمان و چین نسبت به کشور مقصد صادراتی عراق مشهود است.

طی نه‌ماهه سال ۱۴۰۲، میزان صادرات ایران از طریق گمرک سنندج دارای وزن ۲۶۱/۵۱۹ هزار تن و ارزش ۷۱/۷۳۵ میلیون دلار بوده است. صادرات به کشور عراق از طریق گمرک سنندج به لحاظ وزنی و ارزش به ترتیب بالغ بر ۲۵۸/۳۱۶ هزار تن و ۶۴/۰۸۸ میلیون دلار می‌باشد. کشورهای اصلی مقصد صادرات از گمرک سنندج شامل عراق، افغانستان، روسیه، امارات، سوریه، پاکستان، آذربایجان، گرجستان، قرقیزستان و هند می‌باشد.

ارزش صادرات به کشور عراق از طریق گمرکات کرمانشاه، ترمچین پیرانشهر و پرویزخان در مقایسه با گمرکات سنندج و باشماق مریوان طی نه‌ماهه سال ۱۴۰۲ در جدول ۴-۲۰ آورده شده است. ارزش وزن صادرات گمرک باشماق با گمرکات ترمچین و پیرانشهر و کرمانشاه دارای تشابه بیشتر است. جایگاه گمرک سنندج در راستای صادرات به عراق، اندک می‌باشد و گمرک پرویزخان در مقایسه جایگاه برتر و دارای تفاوت با دیگر گمرکات می‌باشد.

**جدول ۲۰-۴:** مقایسه ارزش صادرات به کشور عراق از گمرکات مناطق مختلف

صادرات-گمرکات	کرمانشاه	ترمچین پیرانشهر	پرویزخان	سنندج	باشماق مریوان
ارزش صادرات (میلیون دلار)	۲۵۱/۵۴۶	۲۹۲/۸۰۴	۴۳۷/۰۳۴	۶۴/۰۸۸	۲۹۲/۶۵۵
وزن صادرات (هزار تن)	۵۶۴/۰۰۸	۷۹۸/۵۴۱	۱۰۶۷/۵	۲۵۸/۳۱۶	۵۵۲/۸۲

مأخذ: سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران

### ۴-۳-۴ عملکرد گمرکات استان کردستان

جدول ۲۱-۴: عملکرد ارزی (میلیون دلار) صادرات گمرکات استان کردستان در هفت ماهه ۱۴۰۲ در مقایسه با سال ۱۴۰۱

گمرک / سال	۱۴۰۲	۱۴۰۱	درصد تغییرات	سهم مبادلات تجاری
باشماق	۲۴۶	۱۶۷	۴۸	۰.۶٪
سیرانبند	۳۷	۴۸	-۲۳	۰.۱٪
سندج	۱۴	۱۱	۲۰	

مأخذ: سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران

سهم گمرکات استان کردستان در حجم مبادلات تجاری (صادرات واردات) کشور از نظری وزنی ۰.۷٪ و از لحاظ ارزش دلاری ۰.۸٪ است.

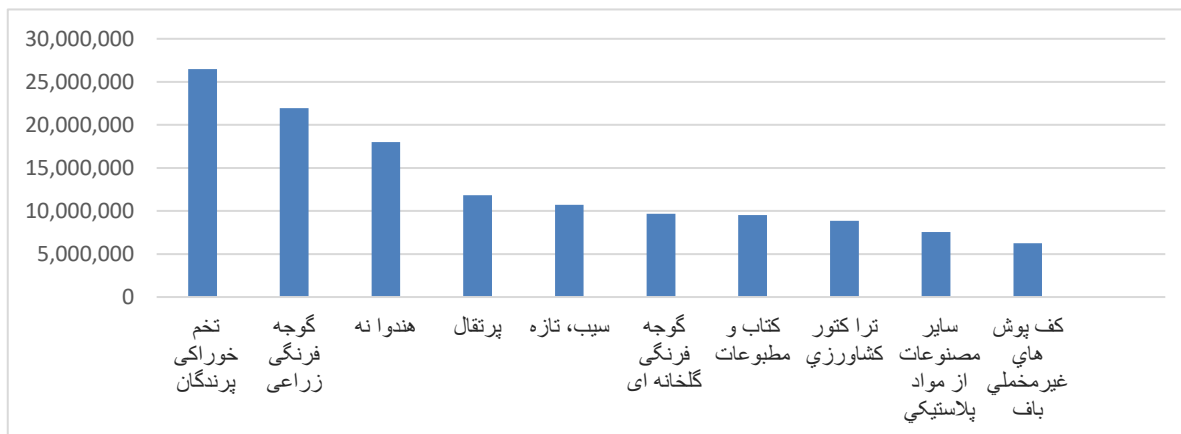
جدول ۲۲-۴: رتبه گمرکات استان کردستان در رویه‌های صادرات واردات هفت ماهه ۱۴۰۲

گمرک / سال	صادرات	واردات	ترانزیت مبدأ (۱۴۰۱)	ورود موقت
باشماق	۲۱	۲۶	۳	۱۱
سندج و سیرانبند	۶۰	۵۶	*	*
استان کردستان	۱۶	۱۸	*	*

مأخذ: سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران

### ۴-۳-۵ محصولات صادراتی از گمرکات استان کردستان به کشور عراق

در نمودار ۴-۱۷ ده محصول صادراتی دارای بیشترین ارزش دلاری بر اساس کد هشت‌رقمی HS از گمرکات استان کردستان به کشور عراق در سال ۱۴۰۱ نشان داده شده است. بیشترین صادرات را تخم خوراکی پرندگان، گوجه‌فرنگی زراعی و هندوانه با ارزش ۲۶.۴۷، ۲۱.۹۲ و ۱۸ میلیون دلار داشته‌اند.



نمودار ۴-۱۷: محصولات صادراتی از گمرکات استان کردستان در سال

مأخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران: <https://www.irica.ir> و محاسبات پژوهش

### ۴-۳-۶ آمار تجارت نه ماهه ۱۴۰۲ و سال ۱۴۰۱ گمرکات استان کردستان

جدول ۲۳-۴: آمار تجارت نه ماهه ۱۴۰۲ و سال ۱۴۰۱ گمرکات استان کردستان

اقلام عمده	نه ماه ۱۴۰۲	سال ۱۴۰۱
اقلام صادراتی	محصولات کشاورزی و باغی (۴۱٪) - محصولات صنعتی (۴۰٪) - محصولات شیمیایی و معدنی (۱۹٪) *انواع محصولات کشاورزی و باغی، مصنوعات فلزی و پلاستیکی، محصولات لبنی، کاشی و سرامیک، انواع شیشه، فرش و ...	محصولات کشاورزی و باغی (۵۲٪) - محصولات شیمیایی و معدنی (۳۰٪) - محصولات صنعتی (۱۸٪)
اقلام وارداتی	شمش آلومینیوم - ضایعات آلومینیوم - استرج فیلم - قطعات یدکی پکیج. اقلام عمده وارداتی بازارچه‌ها: ماشین لباسشویی و ظرف شویی - یخچال فریزر - کولرگازی - لوازم متفرقه آشپزخانه (آبمیوه گیری - مایکروفر - قهوه ساز - کارد و چنگال و...)	شمش آلومینیوم - ضایعات آلومینیوم - ضایعات پلاستیک و کارتن - آجر نسوز. اقلام عمده وارداتی بازارچه‌ها: ماشین لباسشویی و ظرف شویی - یخچال فریزر - کولرگازی - لوازم متفرقه آشپزخانه (آبمیوه گیری - مایکروفر - قهوه ساز - کارد و چنگال و...)
کشورهای هدف صادراتی	عراق (انواع کالاهای خوراکی و صنعتی و معدنی و پوشاک) - ترکیه (چوب تراش خورده) - سوریه (دنبه) - منجمد گوسفندی - هند (بشکه فلزی)، افغانستان، امارات متحده عربی و روسیه	عراق (انواع کالاهای خوراکی و صنعتی و معدنی و پوشاک) - ترکیه (چوب تراش خورده) - سوریه (دنبه منجمد گوسفندی) - هند (بشکه فلزی)
کشورهای هدف وارداتی	عراق، اسپانیا، آلمان، امارات، ترکیه و چین	
اقلام عمده ترانزیتی مبدأ	سوخت ها و مواد معدنی حاصل از آنها (۵۹٪) - ضایعات کارتن - ضایعات مس - تایر - کشنده ها و ... (۴۱٪) - اقلام عمده ترانزیت مقصد: سیگار - لاستیک ماشین - لوازم صوتی تصویری - پارچه - خشکبار - سوخت ها - خودروی سواری	سوخت ها و مواد معدنی حاصل از آنها (-) (۵۹٪) ضایعات کارتن - ضایعات مس - تایر - کشنده ها و ... (۴۱٪) اقلام عمده ترانزیت مقصد: سیگار - لاستیک ماشین - لوازم صوتی تصویری - پارچه - خشکبار - سوخت ها - خودروی سواری

مأخذ: سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران

#### ۴-۳-۷ وضعیت قاچاق در گمرکات استان کردستان

به استناد آمار و اطلاعات و داده‌های اخذ شده از اداره گمرک استان کردستان و سازمان صنعت، معدن و تجارت طی دوره (۱۴۰۱-۱۳۹۳) در خصوص وضعیت قاچاق در استان مطابق اطلاعات جدول ۴-۲۴ به موارد ذیل می‌توان اشاره نمود:

تعداد ۱۲۵۰۸ فقره قاچاق در استان گزارش و ثبت شده است که دارای ارزش معادل ۶۲/۵۳ میلیون دلار و برابر ارزش ۴۰۶/۰۸ میلیارد ریال می‌باشد (برآورد دلاری در گزارش اعلامی، کامل نیست). لازم بذکر است در برآورد ریالی و دلاری طی سنوات فوق‌الذکر، نوسان و تغییرات مبالغ اعلامی نسبتاً زیاد است و اعتبار آن‌ها گاهی هم مورد تأیید نمی‌باشد؛ به طوری که در سال‌های ۱۳۹۴ و ۱۳۹۵ برآورد قاچاق بالغ بر ۱۵۰ میلیارد ریال می‌باشد ولی در سال ۱۳۹۷، رقم اعلامی ۳۰۱/۷ میلیون ریال است.

اقلام عمده کشفیات قاچاق از گمرکات استان کردستان در سال ۱۴۰۱ (گازوییل - قطعات خودرو - روغن خوراکی - جگر مرغ - مشروبات و لوله پلی اتیلن و ...) و در سال ۱۴۰۲ (گازوییل - بنزین - مرغ - کنگر - یونجه) بوده است.

جدول ۲۴-۴: وضعیت قاچاق در استان کردستان

سال	قاچاق	
	ارزش (دلار)	ارزش (ریال)
۱۳۹۳	۱,۵۳۳,۴۷۹	-
۱۳۹۴	۸,۶۵۴,۸۳۹	۱۶۴,۴۴۵,۳۵۵,۵۷۴
۱۳۹۵	۲۰,۳۸۶,۹۸۷	۲۲۰,۶۹۵,۷۳۴,۶۳۲
۱۳۹۶	۲۲,۱۸۷,۶۹۹	-
۱۳۹۷	۴,۲۲۰,۸۲۹	۳۰۱,۷۴۰,۱۰۲
۱۳۹۸	۵,۵۴۵,۵۵۳	۶۳۰,۷۴۵,۹۲۳
۱۳۹۹	-	۲,۸۹۱,۸۶۸,۶۱۶
۱۴۰۰	-	۱۳,۸۰۶,۸۶۹,۷۹۰
۱۴۰۱	-	۳,۳۱۱,۸۷۲,۲۹۱
مجموع	۶۲,۵۲۹,۳۸۶	۴۰۶,۰۸۴,۱۸۶,۹۲۸

مأخذ: سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران

- گزارش نشده

به علاوه به استناد آمارهای در دسترس و اخذ شده از اداره کل گمرکات استان کردستان، طی سال‌های (۱۳۹۸-۱۳۹۳)، مجموع مسافران جابجا شده (ورودی و خروجی) ۴۷۴۶۴۲۶ نفر بوده است. تعداد ماشین‌های خارج شده از مرز طی ۶ سال مذکور ۹۶۷۵۱ ماشین بوده است. طی دوره زمانی (۱۴۰۱-۱۳۹۹) ورود و خروج ماشین به تفکیک خودروی سواری و کامیون در جداول ۴-۲۵ و ۴-۲۶ نشان داده شده است.



**جدول ۲۵-۴:** وضعیت ورود و خروج تعداد مسافر و ماشین در مرزهای استان کردستان

سال	تعداد خروج ماشین	تعداد مسافر ورودی	تعداد مسافر خروجی
۱۳۹۳	۲۵,۵۳۵	۵۰۷,۰۹۹	۵۱۱,۹۵۵
۱۳۹۴	۱۹,۰۰۶	۳۷۳,۱۴۲	۳۷۹,۶۱۷
۱۳۹۵	۱۲,۶۶۵	۲۵۹,۰۲۴	۲۷۲,۵۳۱
۱۳۹۶	۱۲,۸۷۸	۲۸۴,۰۳۵	۳۰۳,۵۴۰
۱۳۹۷	۱۱,۷۲۱	۳۴۳,۷۴۵	۳۶۰,۱۶۳
۱۳۹۸	۱۴,۹۴۶	۵۵۲,۶۷۵	۵۹۸,۹۰۰
مجموع	۹۶,۷۵۱	۲,۳۱۹,۷۲۰	۲,۴۲۶,۷۰۶

مأخذ: سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران

**جدول ۲۶-۴:** وضعیت ورود و خروج وسایل نقلیه (کامیون و خودرو سواری) در مرزهای استان کردستان

سال	ورود کامیون	خروج کامیون	ورود خودرو سواری	خروج خودرو سواری
۱۳۹۹	۱۹۷,۵۷۵	۳۵۳,۶۸۶	۳,۵۵۹	۴,۰۶۴
۱۴۰۰	۱۴۹,۲۳۳	۲۴۰,۶۹۳	۸,۶۸۹	۹,۳۰۰
۱۴۰۱	۷۹,۷۷۶	۱۷۲,۰۴۴	۱۷,۲۸۱	۱۶,۶۹۷
مجموع	۴۲۶,۵۸۴	۷۶۶,۴۲۳	۲۹,۵۲۹	۳۰,۰۶۱

مأخذ: سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران

#### ۴-۴ تحلیل شاخص‌ها و پتانسیل‌های تجاری

این بخش شامل شاخص‌هایی است که به‌طور خلاصه به اندازه، اهمیت، ترکیب و رشد تجارت خارجی (صادرات و واردات) می‌پردازد که دربرگیرنده شاخص‌های باز بودن تجاری، اکمال تجاری، پتانسیل تجاری و شدت تجاری است.

##### ۴-۴-۱ شاخص سنتی باز بودن تجاری

درجه باز بودن یک اقتصاد بیانگر میزان تبادل کالا و خدمات در یک اقتصاد با دنیای خارج در مقایسه با تولید ناخالص داخلی کشور است. باز بودن تجاری حاصل نسبت تجارت خارجی به تولید ناخالص داخلی است. این شاخص اهمیت صادرات واردات کالاها و خدمات را در اقتصاد یک کشور نشان می‌دهد و بیانگر میزان وابستگی تولیدکنندگان داخلی به تقاضای خارجی (صادرات) و مصرف‌کنندگان داخلی به عرضه خارجی (واردات) است. بین باز بودن تجاری و درآمد سرانه یک رابطه

مقعر برقرار است؛ بدین معنا که با افزایش درآمد سرانه، کشورها تمایل به تجارت بیشتر، اما با نرخ کاهنده دارند. دامنه ارزش‌ها: مقدار شاخص بالای ۱۰۰ نشان می‌دهد که مجموع صادرات واردات یک کشور بیش از تولید ناخالص داخلی بوده و مبادلات تجاری کشور با سایر کشورها در سطح بالایی است. همچنین ارزش شاخص کمتر از ۱۰۰ به معنای اتکای کمتر اقتصاد یک کشور به مبادلات تجاری با سایر کشورها است.

در ادامه طبق جدول ۲۷-۴ تحلیل مختصری از شاخص باز بودن تجاری ایران از سال ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۲ ارائه شده است. نتایج بررسی‌ها حاکی از آن است که شاخص باز بودن تجاری ایران از سال ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۲ بین ۳۹/۰۲ تا ۶۵/۰۵ درصد در نوسان بوده است. در بالاترین وضعیت، شاخص باز بودن تجاری برابر با ۶۵ درصد در سال ۲۰۱۸ و در پایین‌ترین وضعیت نیز ۳۹/۰۲ درصد مربوط به سال ۲۰۱۵ بوده است. افزایش عدد شاخص، نشان از وابستگی کشور به بازار عرضه و تقاضای بین‌المللی دارد؛ بنابراین در تفسیر این شاخص بایستی به تغییر اندازه اقتصاد (شاخص GDP) و حجم تجارت (صادرات + واردات) توجه شود. به عبارت دیگر بالا بودن شاخص باز بودن تجاری، در شرایطی مثبت ارزیابی می‌شود که اولاً تولید ناخالص داخلی و حجم تجارت خارجی هر دو رشد مثبتی را داشته باشند و ثانیاً رشد حجم تجارت خارجی بیشتر از رشد تولید ناخالص داخلی باشد. البته برای بررسی دقیق‌تر این موضوع که آیا افزایش تجارت خارجی به سود اقتصاد ملی است یا صرفاً ناشی از صادرات مواد خام و مورد نیاز کشور بوده است، باید اقلام صادراتی وارداتی به صورت جزئی‌تر بررسی و مطالعه شود.

جدول ۲۷-۴: شاخص باز بودن تجاری ایران طی سال‌های ۲۰۱۳-۲۰۲۲

سال	شاخص		سال	شاخص	
	رتبه در بین کشورهای جهان	باز بودن تجاری		رتبه در بین کشورهای جهان	باز بودن تجاری
۲۰۱۳	۱۴۱ از ۱۷۵	۵۰.۳۳	۲۰۱۸	۱۱۶ از ۱۷۴	۶۵.۰۵
۲۰۱۴	۱۵۷ از ۱۷۶	۴۴.۶۰	۲۰۱۹	۱۲۶ از ۱۶۷	۵۶.۱۷
۲۰۱۵	۱۶۱ از ۱۷۵	۳۹.۰۲	۲۰۲۰	۱۱۳ از ۱۵۶	۵۱.۲۹
۲۰۱۶	۱۴۹ از ۱۷۵	۴۳.۲۱	۲۰۲۱	۱۶۸ از ۱۷۸	۴۷.۲
۲۰۱۷	۱۴۳ از ۱۷۵	۴۸.۷۸	۲۰۲۲	۱۳۶ از ۱۶۱	۴۴.۳۷

source: [https://www.theglobaleconomy.com/rankings/trade\\_openness](https://www.theglobaleconomy.com/rankings/trade_openness)

مطابق با ارقام جدول ۲۷-۴، شاخص باز بودن تجاری ایران در سال ۲۰۱۸ شاهد رشد قابل توجهی نسبت به سال‌های قبل بوده و یکی از عوامل مؤثر در افزایش این شاخص روند نزولی تولید ناخالص داخلی طی سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۹ و افزایش حجم تجارت طی سال‌های فوق به خصوص در سال ۲۰۱۸ نسبت به سنوات گذشته بوده است. البته این روند چندان پایدار نبوده و از سال ۲۰۱۹ این شاخص روند نزولی خود را آغاز نمود، به گونه‌ای که در سال ۲۰۲۱ تقریباً میزان این شاخص به رقم سال ۲۰۱۷ نزدیک شده است. در تحلیل این روند نزولی می‌توان شیوع گسترده ویروس کرونا را یکی از عوامل مؤثر بر کاهش حجم تجارت طی سال‌های فوق دانست که به تبع آن میزان این شاخص نیز طی سال‌های فوق به تدریج کاهش یافته است.

#### ۴-۴-۲ شاخص جهانی شدن اقتصادی (KOF)

در این پژوهش علاوه بر شاخص سنتی بازبودن تجاری (که تنها جریان صادرات و واردات را بررسی می‌کند)، شاخص جدید جهانی شدن اقتصادی KOF ارائه می‌شود. شاخص جدید جهانی شدن اقتصادی KOF هم جریان‌های واقعی تجارت از قبیل تجارت و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و سرمایه‌گذاری در پرتفولیو هم موانع تجارت از قبیل محدودیت‌ها و تعرفه‌ها بر روی جریان‌های واقعی را در خود داشته و با یک ترکیب وزنی از همه متغیرهای مؤثر در جریان تجارت، شاخص جدید را محاسبه می‌کند.

واژه KOF در حقیقت عنوان یک مؤسسه اقتصادی در سوئیس است که در قسمت فدرال فناوری دانشگاه<sup>۱</sup> ETH در گروه‌های مدیریت، فناوری و اقتصاد فعالیت می‌کند. اسم این مؤسسه، مخفف عبارت آلمانی (Konjunkturforschungsstelle) به معنی مؤسسه تحقیقات در زمینه کسب‌وکار است. این مؤسسه اقتصادی با پیش‌بینی و مطالعات خود در زمینه کسب‌وکار توانسته است در سراسر کشور سوئیس شهرت بسزایی کسب نماید. شاخص جهانی شدن KOF نیز سالانه از سوی این مؤسسه منتشر می‌شود و همراه با آن جهانی شدن اقتصادی، جهانی شدن اجتماعی و جهانی شدن سیاسی نیز ارائه می‌شود. شاخص جهانی شدن در سال ۲۰۰۲ توسط این مؤسسه ساخته شد و در بهر<sup>۲</sup>، گاستن<sup>۳</sup> و مارتینز<sup>۴</sup> آن را بسط دادند.

از نظر این مؤسسه، جهانی شدن به روند ایجاد ارتباط میان عوامل در فواصل دور، از طریق جریان‌های مختلف از جمله: مردم، اطلاعات و افکار، کالا و سرمایه و... اشاره دارد. از دیدگاه این مؤسسه اقتصادی، جهانی شدن دارای سه جنبه بسیار مهم است: جهانی شدن اقتصادی، جهانی شدن سیاسی و جهانی شدن اجتماعی. داده‌ها به‌طور سالانه جمع‌آوری می‌شوند، اما از آنجا که همیشه داده‌ها برای تمامی سال‌ها و تمام کشورها به‌صورت کامل در دسترس نیست، سعی می‌شود تا داده‌ها به‌گونه‌ای اختیار شوند که رابطه خطی باهم نداشته باشند، بنابراین به‌جای استفاده از روش برون‌یابی خطی از روش درون‌یابی خطی استفاده می‌شود و آخرین داده در دسترس را به جای داده مفقود قرار می‌دهند. هرگاه داده‌ها برای تمامی یک دوره مفقود باشند، وزن‌ها برای تصحیح این عارضه دوباره تعدیل می‌شوند و اگر تمامی داده‌ها در این دوره صفر باشند، وزن آن را صفر در نظر می‌گیرند. اگر داده‌ها برای محدوده‌های بسیار کوچک جمع‌آوری شده باشند، در این حالت شاخص کلی و زیرشاخص‌ها قابل محاسبه نمی‌باشند. شایان توجه است که اگر بیش از ۴۰ درصد از داده‌های زیرین مفقود باشند و یا حداقل دو تا از سه زیرشاخص قابل محاسبه نباشند، در این حالت مشاهدات، مفقوده اعلام می‌شوند.

هر کدام از زیرشاخص‌های<sup>۵</sup> معرفی شده برای جهانی شدن اقتصادی و جهانی شدن اجتماعی و جهانی شدن سیاسی به یک عدد در بازه ۱ تا ۱۰۰ تبدیل می‌شوند. عدد ۱۰۰ بالاترین ارزش و عدد ۱ کمترین ارزش را دارد، سپس وزن‌هایی برای هر

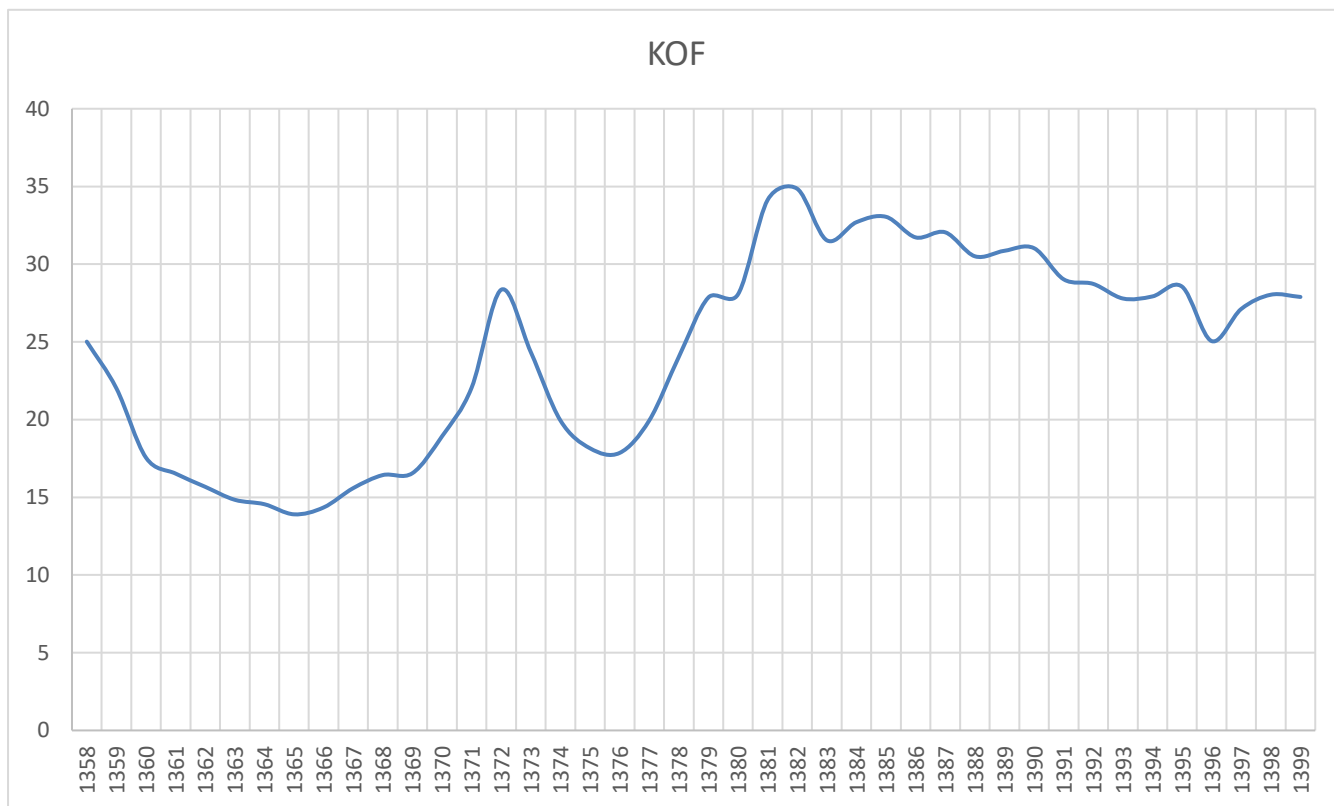
1. Eldgenossische Technische Hochschule Zurich(ETH)  
 2. Dreher  
 3. Gaston  
 4. Martens  
 5.Sub\_Index

زیرگروه به ترتیب جهانی شدن اقتصادی ۳۶ درصد و جهانی شدن اجتماعی ۳۷ درصد و جهانی شدن سیاسی ۲۶ درصد انتخاب می‌شود و در نهایت شاخص کلی که یک شاخص ترکیبی است، از مجموع وزنی این زیرشاخص‌ها به دست می‌آید. در جدول شاخص‌ها و زیر شاخص‌های جهانی شدن KOF ارائه شده است:

جدول ۲۸-۴: شاخص‌ها و زیر شاخص‌های جهانی شدن KOF

وزن (به درصد)	شاخص‌ها و متغیرها	وزن (به درصد)	شاخص‌ها و متغیرها
۳۷	جهانی شدن اجتماعی (ب)	۳۶	الف) جهانی شدن اقتصادی
۳۴	۱. داده‌هایی از تماس‌های شخصی	۵۰	۱. جریان‌های واقعی
۲۵	ترافیک تلفن	۲۱	تجارت (درصدی از GDP)
۴	نقل و انتقالات (درصدی از GDP)	۲۸	سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، موجودی‌ها (درصدی از GDP)
۲۶	گردشگری بین‌المللی	۲۴	سرمایه‌گذاری پرتفوی (درصدی از GDP)
۲۱	جمعیت اتباع خارجی در کشور (به صورت درصدی از جمعیت کل)	۲۷	پرداختی‌ها به اتباع خارجی (درصدی از GDP)
۲۵	نامه‌های بین‌المللی (سرانه)	۵۰	۲. محدودیت‌ها
۳۵	۲. داده‌های مربوط به جریان اطلاعات	۲۴	موانع پنهان واردات
۳۳	کاربران اینترنت (برای هر ۱۰۰۰ نفر)	۲۷	متوسط نرخ تعرفه
۳۶	تلویزیون (برای هر ۱۰۰۰ نفر)	۲۶	مالیات بر تجارت بین‌المللی (درصدی از درآمد جاری)
۳۲	تجارت در روزنامه‌ها (درصدی از GDP)	۲۳	محدودیت‌های حساب سرمایه
۳۷	۳. داده‌هایی از مجاورت فرهنگی	۲۷	ج) جهانی شدن سیاسی
۴۴	تعداد رستوران‌های مک‌دونالد (سرانه)	۲۵	سفارتخانه‌های مستقر در کشور
۴۵	تعداد فروشگاه‌های ایکیا (سرانه)	۲۸	عضویت در سازمان‌های بین‌المللی
۱۱	تجارت در کتاب (درصدی از GDP)	۲۲	میزان مشارکت در مأموریت‌های شورای امنیت سازمان ملل متحد
		۲۵	معاهده‌های بین‌المللی

منبع: مؤسسه‌ی اقتصادی KOF



نمودار ۱۸\_۴: روند شاخص جهانی شدن اقتصادی در ایران طی بازه زمانی ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۹

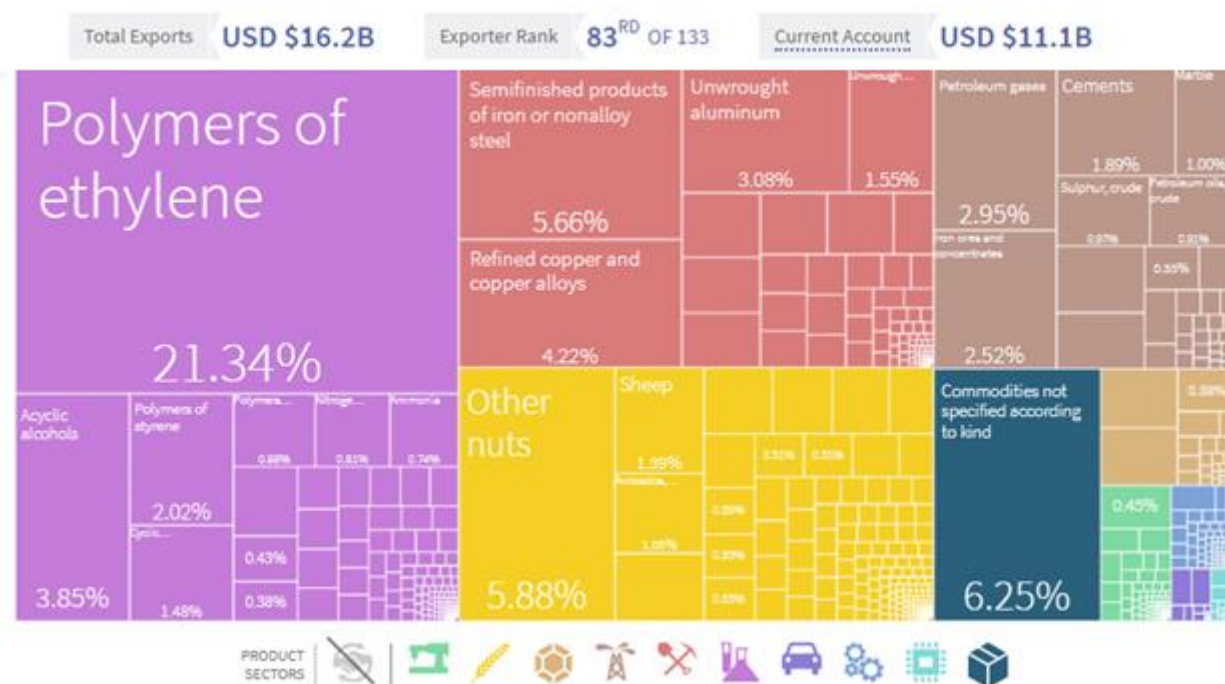
source: <https://kof.ethz.ch/en/forecasts-and-indicators/indicators/kof-globalisation-index.html>

نمودار ۱۸\_۴ روند شاخص جهانی شدن اقتصادی KOF را طی بازه زمانی ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۹ در ایران نشان می‌دهد. همان‌طور که از نمودار فوق مشاهده می‌گردد، تحریم‌های بین‌المللی بیشترین تأثیر را بر شاخص جهانی شدن اقتصادی در ایران دارد. از سال ۱۳۵۷ و با وقوع انقلاب و سپس در سال ۱۳۵۹ تا ۱۳۶۷ به دلیل جنگ، ارتباط ایران با کشورهای جهان به دلیل آشفتگی‌های اوایل انقلاب و جنگ کاهش یافته و باعث کاهش در شاخص جهانی شدن اقتصادی شده است. این روند تا پایان جنگ در سال ۱۳۶۷ ادامه داشته است. از سال ۱۳۶۸ تا سال ۱۳۷۲ و با افزایش سیاست‌های انبساط اقتصادی، ارتباط اقتصادی ایران با جهان افزایش داشته و به تبع آن بر روند شاخص صنعتی شدن نیز تأثیر مثبت داشته است. از سال ۱۳۷۳ تا سال ۱۳۷۶ به دلیل مسائل سیاسی، ارتباط اقتصادی ایران با جهان بلاخص کشورهای اروپایی روبه کاهش گذاشت و این بر روند شاخص جهانی شدن اقتصادی در ایران تأثیر منفی داشته است. از سال ۱۳۷۶ تا سال ۱۳۸۲ روند صعودی در شاخص را داشته‌ایم و از آن به بعد روند کاهشی را تجربه کرده و از مقدار حداکثر ۳۵ شاخص به میزان ۲۸ واحد در سال ۱۳۹۹ رسیده است.

### سبد صادراتی در سال ۱۴۰۱

ارزش صادرات ایران در سال ۱۴۰۱ بیش از ۱۰۸ میلیارد دلار بوده است و ارزش واردات ایران در سال ۱۴۰۱ بالغ بر ۱۲۰ میلیارد دلار بوده که ایران را با کسری تجاری کالا و خدمات مواجه کرده است. شایان ذکر است که از این میزان ارزش تجارت خارجی کالاهای غیرنفتی ایران در سال ۱۴۰۱ بالغ بر ۱۱۲ میلیارد دلار بوده که نسبت به سال ۱۴۰۰ رشد ۱۱ درصدی

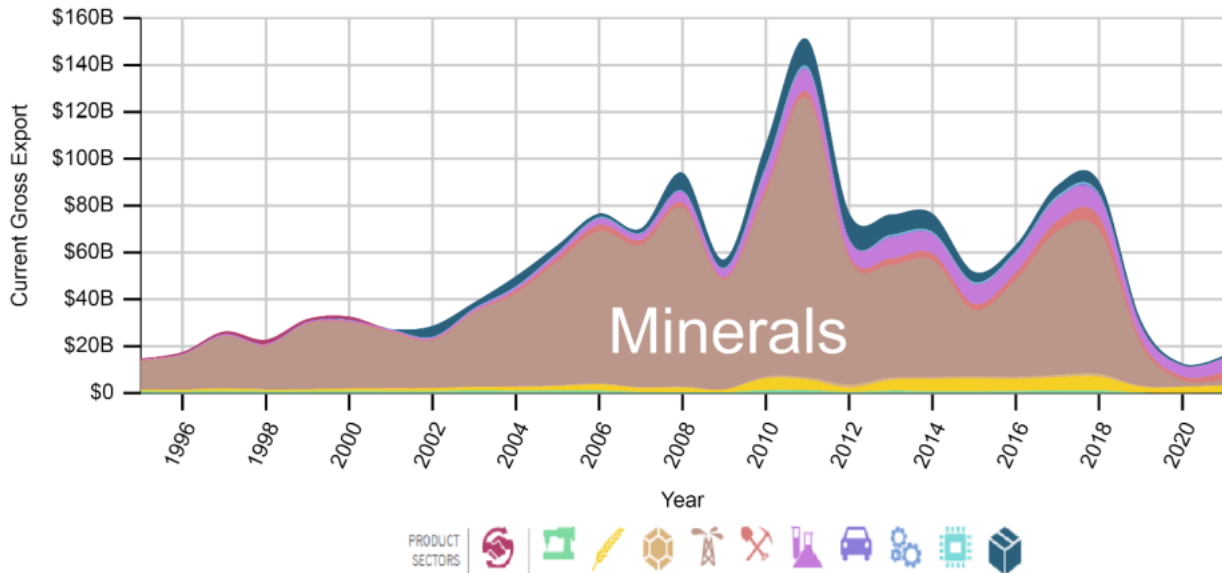
را ثبت کرده است. همچنین ارزش صادرات غیرنفتی در سال ۱۴۰۱، ۵۳ میلیارد و ۱۶۶ میلیون دلار و رشد ۹.۷ درصد نسبت به سال ۱۴۰۰ و ارزش واردات از تجارت کالاهای غیرنفتی در سال ۱۴۰۱ برابر ۵۹ میلیارد و ۶۵۵ میلیون دلار و دارای رشد ۱۲.۵ درصدی نسبت به سال ۱۴۰۰ داشته است. لازم به ذکر است که اصلی‌ترین کشورهای واردکننده کالاهای غیرنفتی ایران در سال ۱۴۰۱ به ترتیب چین با ۱۴.۵ میلیارد دلار و سهم ۲۷.۴۳ درصد رتبه اول و بعد از آن عراق با ۱۰.۲۳ میلیارد دلار و سهم ۱۹.۲۶ درصد رتبه دوم، ترکیه با ۷.۴۵ میلیارد دلار و سهم ۱۴.۰۳ درصدی رتبه سوم، امارات با ۵.۷۶ میلیارد دلار و سهم ۱۰.۸۵ درصدی رتبه چهارم و هند با ۲.۱۴ میلیارد دلار و سهم ۴.۰۴ درصدی بیشترین صادرات را از ایران داشته‌اند (گمرک ج.ا.ا، ۱۴۰۲). سه مقصد اول صادراتی کشور ایران در کالاهای نفتی و غیرنفتی نیز در سال ۲۰۲۱ به ترتیب چین، ترکیه و روسیه که به ترتیب ۴۰/۱۸، ۱۷/۴۵ و ۶/۰۱ درصد از صادرات ایران به این کشورها بوده است (اطلس پیچیدگی اقتصادی دانشگاه هاروارد، ۲۰۲۲). در نمودار زیر سهم محصولات مختلف در سبد صادراتی کشور ایران طی سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۲۱ بر اساس اطلاعات آماری سایت اطلس پیچیدگی اقتصادی دانشگاه هاروارد به صورت زیر است:



نمودار ۱۹\_۴: درصد سهم محصولات مختلف در سبد صادراتی کشور ایران طی سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۲۱

مأخذ: اطلس پیچیدگی اقتصادی دانشگاه هاروارد (<https://atlas.cid.harvard.edu>)

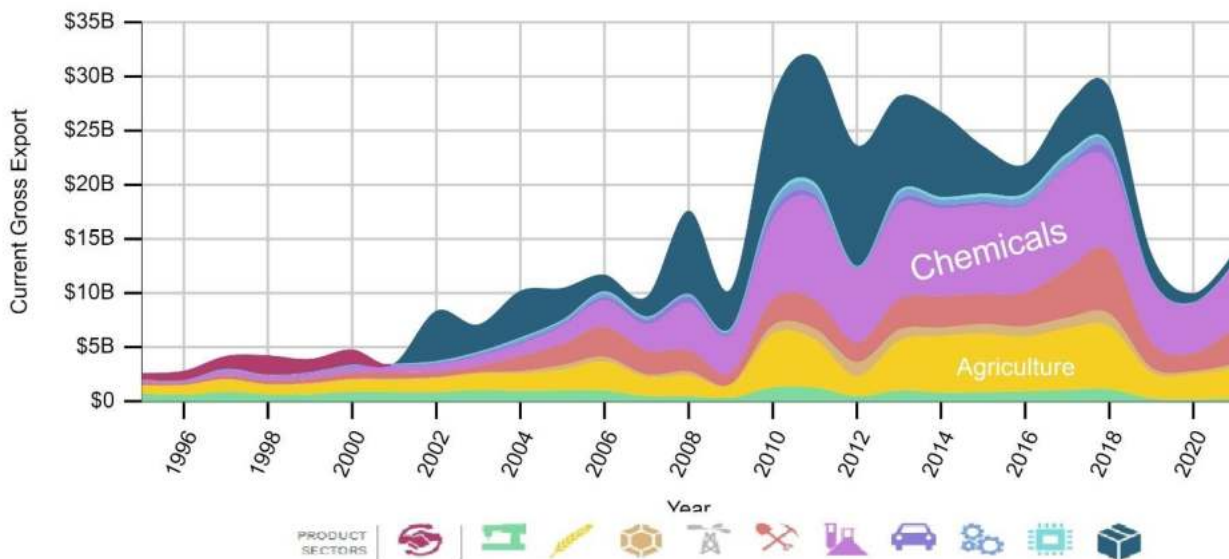
با توجه به نمودار ۱۹\_۴ که روند سهم بخش‌های مختلف از سبد صادراتی کشور ایران طی سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۲۱ نشان داده شده است، محصولات پتروشیمی و فلزات نسبت به سایر محصولات سهم بالایی در سبد صادراتی ایران طی سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۲۱ داشته‌اند.



نمودار ۴-۲۰: روند سهم بخش‌های مختلف از سبد صادراتی کشور ایران طی سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۲۱

مأخذ: اطلس پیچیدگی اقتصادی دانشگاه هاروارد (<https://atlas.cid.harvard.edu>)

همان‌طور که از نمودار ۴-۲۰ مشاهده می‌شود سهم مواد معدنی در طی سال‌های مورد اشاره بیشترین سهم را در سبد صادراتی ایران داشته است با حذف بخش مواد معدنی از نمودار ۴-۲۰، سهم سایر بخش‌ها در طی سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۲۱ در نمودار ۴-۲۱ بهتر نمایان شده است.



نمودار ۴-۲۱: سهم بخش‌های مختلف از سبد صادراتی کشور ایران (بدون بخش مواد معدنی) در طی سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۲۱

مأخذ: اطلس پیچیدگی اقتصادی دانشگاه هاروارد (<https://atlas.cid.harvard.edu>)



همان‌طور که نمودار ۴-۲۱ نشان می‌دهد محصولات پتروشیمی بعد از مواد معدنی بیشترین سهم را در سبد صادراتی ایران طی سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۲۱ داشته است.

#### ۴-۴-۳ شاخص اکمال تجاری (TCI)<sup>۱</sup>

شاخص اکمال تجاری (TCI) یکی از اصلی‌ترین شاخص‌ها برای بررسی امکان گسترش همکاری‌های تجاری است که نشان می‌دهد تا چه اندازه ترکیب کالاهای صادراتی یک کشور با ترکیب کالاهای وارداتی کشور شریک تجاری مطابقت دارد یا مکمل آن است. مقادیر بالا برای این شاخص، نشان‌دهنده ظرفیت بالای همکاری تجاری میان دو کشور است. این شاخص به‌ویژه در ارزیابی موافقت‌نامه‌های تجاری دوجانبه یا منطقه‌ای سودمند است.

این شاخص معیاری است که وضعیت کامل‌کنندگی بین تجارت دو کشور را نشان می‌دهد. بر این مبنا که ساختار صادراتی یک کشور تا چه اندازه با ساختار وارداتی کشور دیگر مطابقت دارد. این معیار با استفاده از رابطه زیر محاسبه می‌گردد:

$$TCI_{ij} = 100 \left( 1 - \sum_{k=1}^n \frac{|m_j^k - x_i^k|}{2} \right)$$

که  $x_i^k$  سهم صادرات (واردات) کالای  $k$  توسط کشور  $i$  (ج) در کل صادرات (واردات) آن کشور است. بیان ریاضی آن‌ها به صورت زیر می‌باشد:

$$m_j^k = \frac{M_{jw}^k}{M_{jw}} \quad \text{و} \quad x_i^k = \frac{X_{iw}^k}{X_{iw}}$$

اندیس‌های  $iw$  و  $jw$  به ترتیب بیانگر صادرات کشور  $i$  به جهان واردات کشور  $j$  از جهان است. این شاخص در واقع با توجه به مزیت صادراتی کشور  $i$  و نیاز وارداتی کشور  $j$  نشان می‌دهد ساختار صادراتی کشور  $i$  تا چه اندازه مشابه ساختار وارداتی کشور  $j$  است (سعیدی و همکاران، ۱۳۹۳).

دامنه ارزش شاخص بین صفر تا ۱۰۰ است و عدد ۱۰۰ نشان می‌دهد دو کشور شرکای تجاری ایده‌آل و کامل‌کننده یکدیگر هستند و عدد صفر نشان می‌دهد که دو کشور رقبای کاملی با یکدیگر هستند.

این شاخص در سطح کدهای دو، چهار و شش‌رقمی HS و همچنین بین دو کشور به صورت دوجانبه، بین یک کشور و یک منطقه و برای سال‌های مختلف قابل محاسبه است. در جدول ۲۹-۴ به‌عنوان نمونه اعداد این شاخص بین صادرات ایران واردات هفت شریک تجاری ایران در سطح کدهای ۶ رقمی HS با استفاده از رابطه فوق برای سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۲۲ محاسبه و ارائه شده است:

<sup>۱</sup> Trade Complementarity Index



جدول ۲۹-۴: شاخص اقبال تجاری بین صادرات ایران واردات هفت شریک تجاری منتخب طی سال‌های ۲۰۰۳-۲۰۲۲

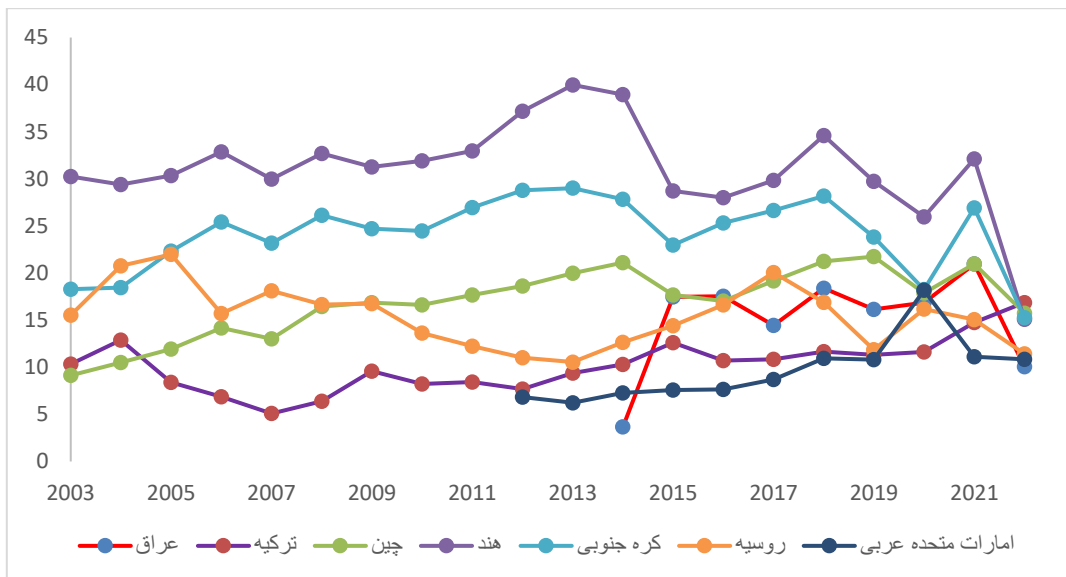
سال	کشورها					
	عراق	ترکیه	چین	هند	کره جنوبی	روسیه
۲۰۰۳	-	۱۰.۳۳۹۲۳	۹.۱۳۷۴۳۲	۳۰.۲۵۸۹۶	۱۸.۲۷۳۰۱	۱۵.۵۲۱۱۷
۲۰۰۴	-	۱۲.۸۹۷۰۵	۱۰.۴۹۵۱۱	۲۹.۴۱۱۰۸	۱۸.۴۶۲۳۵	۲۰.۷۷۲۵۲
۲۰۰۵	-	۸.۴۰۴۲۲۶	۱۱.۹۳۵۹۳	۳۰.۳۴۳۶۷	۲۲.۳۴۱۸	۲۱.۹۷۶۵۶
۲۰۰۶	-	۶.۸۷۶۹۸۶	۱۴.۱۶۵۰۱	۳۲.۸۵۴۲۸	۲۵.۴۳۱۹۱	۱۵.۶۹۱۹۷
۲۰۰۷	-	۵.۰۸۷۸۹۵	۱۳.۰۱۲۸۴	۲۹.۹۷۱۳۵	۲۳.۱۶۴۱۳	۱۸.۱۱۲۴۲
۲۰۰۸	-	۶.۳۸۲۶۳۲	۱۶.۴۴۵۹۷	۳۲.۶۸۵۳۵	۲۶.۱۴۴۵۷	۱۶.۶۵۹۷۱
۲۰۰۹	-	۹.۶۰۲۷۵۱	۱۶.۸۷۴۶۸	۳۱.۲۶۸۵۹	۲۴.۷۰۳۲	۱۶.۷۵۷۳۴
۲۰۱۰	-	۸.۲۲۸۵۷	۱۶.۶۱۸۳۶	۳۱.۸۹۷۳	۲۴.۴۶۰۵۸	۱۳.۶۳۷۲۹
۲۰۱۱	-	۸.۴۴۳۲۴	۱۷.۶۵۹۷۵	۳۲.۹۷۷۷۵	۲۶.۹۴۷۷۳	۱۲.۲۲۴۹۹
۲۰۱۲	-	۷.۶۸۶۰۲۶	۱۸.۶۲۲۴	۳۷.۱۶۱۷۲	۲۸.۷۷۷۹۱	۱۰.۹۹۸۲۷
۲۰۱۳	-	۹.۳۶۸۴۸۲	۱۹.۹۸۰۸۶	۳۹.۹۷۰۵۱	۲۹.۰۰۶۶۲	۱۰.۵۵۴۹
۲۰۱۴	۳.۶۵۸۱۰۸	۱۰.۲۹۵۲۴	۲۱.۱۰۵۲۷	۳۸.۹۴۴۵۷	۲۷.۸۲۰۱۳	۱۲.۶۲۹۴۵
۲۰۱۵	۱۷.۴۵۹۳۵	۱۲.۶۱۲۹۷	۱۷.۶۷۱۹۵	۲۸.۷۱۵۴۲	۲۲.۹۶۷۵۸	۱۴.۴۲۸۱۶
۲۰۱۶	۱۷.۵۳۸۶۴	۱۰.۷۱۱۸۳	۱۷.۰۱۹۶۱	۲۸.۰۱۶۱۴	۲۵.۳۱۵۲۶	۱۶.۶۲۵۰۶
۲۰۱۷	۱۴.۴۳۶۱	۱۰.۸۴۹۵	۱۹.۱۶۹۷	۲۹.۸۵	۲۶.۶۳۲۴۴	۲۰.۰۶۸۷۹
۲۰۱۸	۱۸.۴۰۰۹۸	۱۱.۶۴۹۳۲	۲۱.۳۲۲۷۱	۳۴.۵۹۴۹۸	۲۸.۱۷۲۷۶	۱۶.۹۰۳۸
۲۰۱۹	۱۶.۱۳۱۸۷	۱۱.۳۳۵۸۳	۲۱.۷۴۵۹۱	۲۹.۷۲۶۲۱	۲۳.۸۰۷۱۸	۱۱.۸۷۹۲۹
۲۰۲۰	۱۶.۸۶۷۹۲	۱۱.۶۳۵۰۳	۱۷.۸۷۵۸۸	۲۵.۹۷۹۱۲	۱۸.۲۶۸۲۸	۱۶.۱۷۴۳۴
۲۰۲۱	۲۰.۹۵۶۳۳	۱۴.۷۴۷۸۹	۲۰.۹۸۵۲۱	۳۲.۱۰۰۶	۲۶.۹۱۴۹۳	۱۵.۰۴۸۶۱
۲۰۲۲	۱۰.۰۶۲۰۵	۱۶.۸۶۶۱۴	۱۵.۷۲۱۵۱	۱۵.۰۸۰۱۱	۱۵.۲۵۲۸۷	۱۱.۴۱۱۸۹
حداقل	۳.۶۵۸۱۰۸	۵.۰۸۷۸۹۵	۹.۱۳۷۴۳۲	۱۵.۰۸۰۱۱	۱۵.۲۵۲۸۷	۱۰.۵۵۴۹
حداکثر	۲۰.۹۵۶۳۳	۱۶.۸۶۶۱۴	۲۱.۷۴۵۹۱	۳۹.۹۷۰۵۱	۲۹.۰۰۶۶۲	۲۱.۹۷۶۵۶

مأخذ: مرکز تجارت بین‌الملل (<https://www.trademapp.org>)، سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران (<https://irica.ir>) و

محاسبات پژوهش

بالاترین اقبال تجاری در صادرات ایران طی سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۲۱ به ترتیب با کشورهای هند، کره جنوبی، عراق و چین بوده و کشورهای ترکیه، روسیه و امارات متحده عربی در رتبه‌های بعدی قرار دارند. نتیجه به دست آمده نشان می‌دهد روند مناسب و رضایت‌بخشی در جهت افزایش میزان تطابق کالاهای متنوع صادراتی ایران با نیازهای متنوع وارداتی طرف‌های عمده تجاری طی سال‌های مورد بررسی شکل نگرفته است. هرچند این موضوع می‌تواند به روابط تجاری کشور مقابل نیز وابسته باشد.

شایان ذکر است علت انتخاب هفت کشور فوق از میان همه کشورها بدین سبب بوده که طی دو دهه گذشته این هفت کشور در مجموع بیشترین حجم تجارت با ایران را به خود اختصاص داده‌اند.



نمودار ۲۲\_۴: روند شاخص اکمال تجاری برای هفت شریک عمده تجاری ایران

مأخذ: مرکز تجارت بین‌الملل (<https://www.trademap.org>)، سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران (<https://irica.ir>) و محاسبات پژوهش.

در مورد کشور عراق، روند اکمال تجاری بین ایران و عراق در سال ۲۰۲۲ به طور اختصاصی اگر تفسیر گردد و از یک مقیاس ایده‌آل با عدد ۱۰۰ برای اندازه‌گیری میزان اکمال تجاری استفاده شود، به این معنا که اگر مقدار اکمال تجاری ۱۰۰ باشد، دو کشور شرکای تجاری ایده‌آل و کامل‌کننده یکدیگر هستند و عدد صفر نشان می‌دهد که دو کشور رقبای کاملی با یکدیگر هستند. نتایج نشان می‌دهد که در سال ۲۰۲۲، اکمال تجاری بین صادرات ایران و واردات عراق حدود ۱۰ درصد می‌باشد که نسبت به سال‌های قبل کاهش داشته و به عدد صفر و رقابتی شدن دو کشور نزدیک می‌شود.

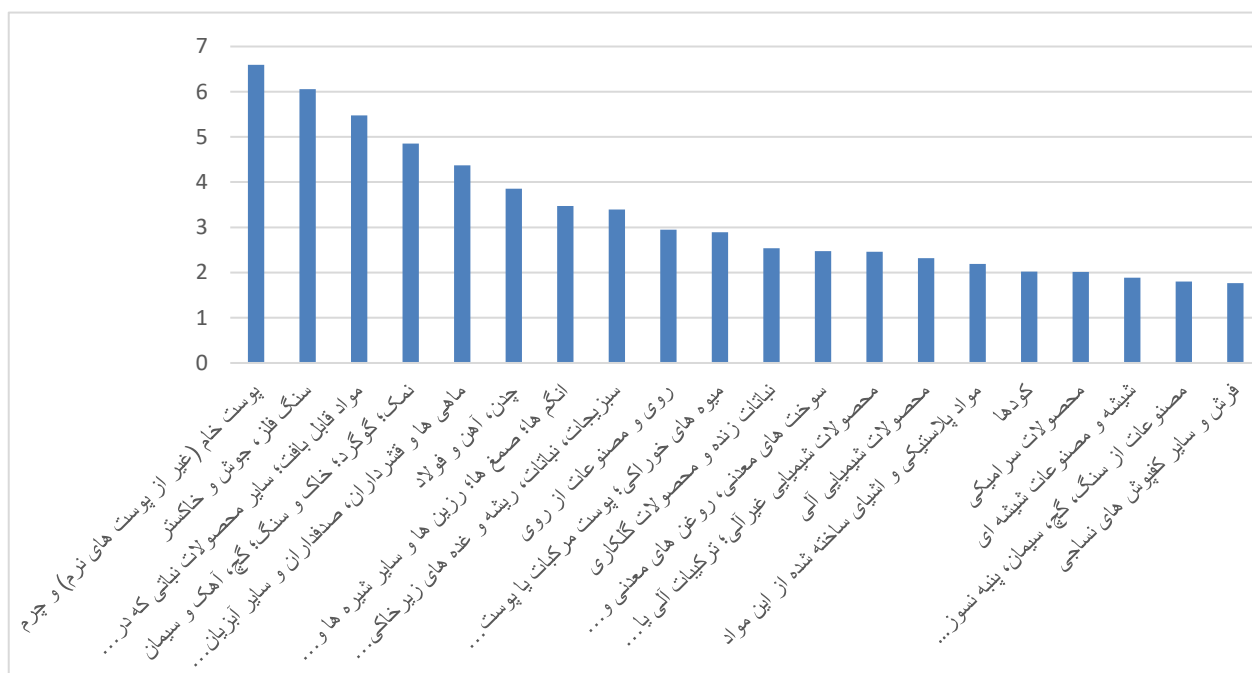
علاوه بر این، مشاهدات نشان می‌دهند که در طی دوره زمانی از سال ۲۰۰۳ تا ۲۰۲۲، میزان تکمیل‌کنندگی تجاری بین صادرات ایران و هند، کره جنوبی و چین نسبت به سایر کشورها بالاتر بوده است. نتیجه بدست آمده بدان معنی است که طی سال‌های مورد بررسی، روند افزایش میزان تطابق مستمر کالاهای متنوع صادراتی ایران با نیازهای متنوع وارداتی طرف‌های عمده تجاری، شکل مناسب و رضایت‌بخشی نداشته است.

#### ۴-۴-۴ شاخص شدت تجاری (مزیت نسبی آشکار شده)

شاخص شدت تجاری<sup>۱</sup> یا مزیت نسبی آشکار شده یک شاخص اقتصادی است که امکان محاسبه مزیت نسبی یک کشور در تولید یک محصول خاص را فراهم می‌کند و ابزاری مناسب برای اندازه‌گیری مزیت نسبی کشورها در تولید محصولات مختلف است. شاخص مزیت نسبی آشکار شده در ساده‌ترین شکل عبارت است از:

$$ACA_{ij} = (X_{ij} / \sum X_{ij}) / (\sum X_{ij} / \sum \sum X_{ij}) \quad \text{رابطه (۱):}$$

صورت کسر مبین درصد سهم صادرات کشور ز در گروه کالای  $i$  از صادرات جهانی آن گروه کالا و مخرج کسر نشان‌دهنده درصد سهم صادرات کل کشور  $Z$  از کل صادرات جهان است. ارزش بیشتر از یک، مبین وجود مزیت نسبی صادراتی آشکار شده کشور  $Z$  در مورد صادرات کالای  $i$  می‌باشد. در نمودار زیر بالاترین مزیت نسبی صادراتی آشکار شده کالاهای صادراتی کشور در سال ۲۰۲۱ برای بیست کد کالایی در طبقه‌بندی HS دو رقم نشان داده شده است.



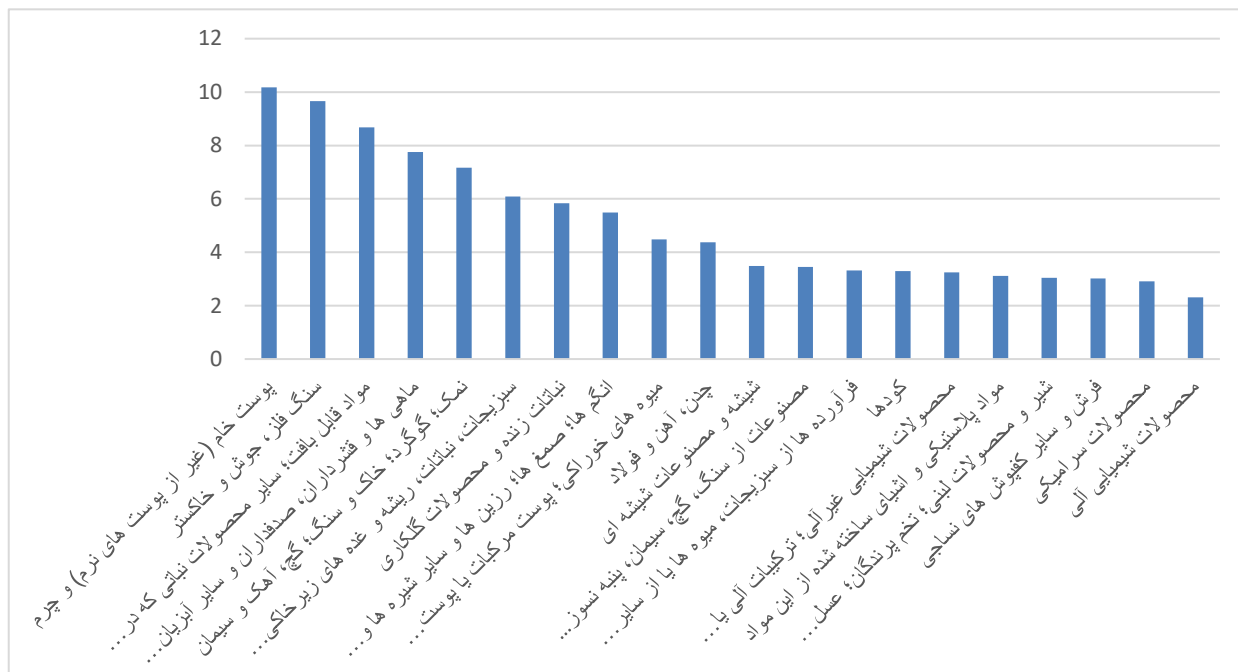
نمودار ۴-۲۳: مزیت نسبی صادراتی آشکار شده کالاهای صادراتی کشور در سال ۲۰۲۱

مأخذ: مرکز تجارت بین‌الملل (<https://www.trademap.org>) و محاسبات پژوهش.

همان‌طور که در نمودار ۴-۲۳ مشخص است پوست خام (غیر از پوست‌های نرم) و چرم، سنگ فلز، جوش و خاکستر و مواد قابل بافت به ترتیب بیشترین مزیت نسبی صادراتی و مقداری بیش از ۵ را در سال ۲۰۲۱ کسب کرده‌اند و مصنوعات سنگی و فرش و سایر کف‌پوش‌های نساجی رتبه ۱۹ و ۲۰ را در مزیت نسبی آشکار شده کسب کرده‌اند.

<sup>۱</sup> Trade Intensity Index

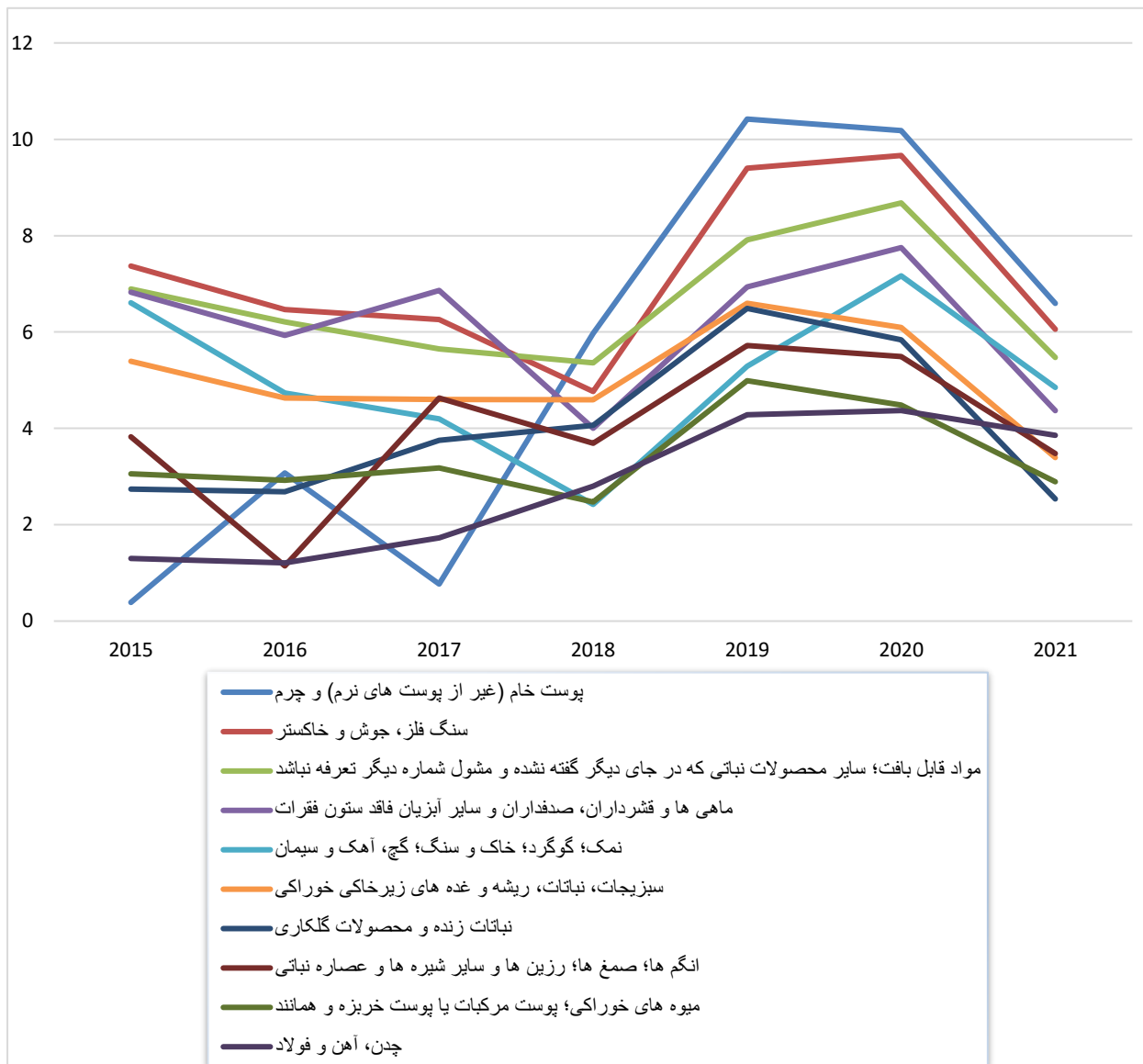
در نمودار ۲۴\_۴، بالاترین مزیت نسبی صادراتی آشکارشده کالاهای صادراتی کشور در سال ۲۰۲۰ مجدداً برای بیست کد کالایی در طبقه‌بندی HS دو رقم نشان داده شده است. همان‌طور که در نمودار نشان داده شده است مجدداً پوست خام (غیر از پوست‌های نرم) و چرم رتبه اول و سنگ فلز، جوش و خاکستر، رتبه دوم و مواد قابل بافت رتبه سوم در مزیت نسبی صادراتی در سال ۲۰۲۰ را کسب کرده‌اند و محصولات سرامیکی و محصولات شیمیایی آلی رتبه ۱۹ و ۲۰ را در مزیت نسبی آشکارشده کسب کرده‌اند.



نمودار ۲۴\_۴: مزیت نسبی صادراتی آشکارشده کالاهای صادراتی کشور در سال ۲۰۲۰

مأخذ: مرکز تجارت بین‌الملل (<https://www.trademap.org>) و محاسبات پژوهش.

در نمودار ۲۵\_۴ روند مزیت نسبی صادراتی آشکارشده برای ده گروه برتر صادراتی کشور از نظر مزیت نسبی در طبقه‌بندی HS دو رقم طی سال‌های ۲۰۱۵-۲۰۲۱ ارائه شده است. همان‌طور که مشخص است به‌طور کلی از ده گروه کالای برتر از نظر مزیت نسبی آشکارشده در کشور ۴ گروه شامل "پوست خام (غیر از پوست‌های نرم) و چرم"، "سبزی‌ها، نباتات، ریشه و غده‌های زیرخاکی خوراکی"، "نباتات زنده و محصولات گل‌کاری"، "انگم‌ها؛ صمغ‌ها؛ رزین‌ها و سایر شیره‌ها و عصاره نباتی" و "میوه‌های خوراکی؛ پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند" تا سال ۲۰۱۹ و ۶ گروه دیگر شامل "سنگ فلز، جوش و خاکستر"، "مواد قابل بافت؛ سایر محصولات نساجی" که در جای دیگر گفته نشده و مشمول شماره دیگر تعرفه نباشد"، "ماهی‌ها و قشرداران، صدف‌داران و سایر آبزیان فاقد ستون فقرات"، "نمک؛ گوگرد؛ خاک و سنگ؛ گچ، آهک و سیمان"، "چدن، آهن و فولاد" و "شیشه و مصنوعات شیشه‌ای" تا سال ۲۰۲۰ روند مثبتی را داشته‌اند و مزیت نسبی آن‌ها رشد داشته است اما در سال ۲۰۲۱ به یک‌باره کاهش مزیت نسبی در ده گروه اشاره شده قابل رؤیت است.



**نمودار ۴-۲۵:** روند مزیت نسبی صادراتی آشکار شده ده گروه برتر صادراتی کشور در طی سال‌های ۲۰۱۵-۲۰۲۱

مأخذ: مرکز تجارت بین‌الملل (<https://www.trademap.org>) و محاسبات پژوهش.

#### ۴-۵-۵ شاخص پتانسیل صادرات (EPI)

مرکز تجارت بین‌المللی (ITC) برای کمک به کشورها در شناسایی محصولات مستعد برای ترویج صادرات، روش‌شناسی ارزیابی پتانسیل صادرات را توسعه داده است. این روش بر تجزیه پتانسیل صادرات کشور به سه عامل اساسی تکیه دارد: عرضه، تقاضا و سهولت تجارت. بسته به نیازهای خاص هر کشور، دو رویکرد در دسترس است:

۱. شاخص پتانسیل صادرات (EPI) به کشورها کمک می‌کند تا در حوزه‌های صادراتی موجود خود را ارزیابی کرده و صادرات به بازارهای موجود و جدید افزایش دهند. با الهام از چارچوب تئوری جاذبه، EPI محصولاتی را که یک کشور به طور رقابتی صادر می‌کند و پتانسیل موفقیت در صادرات به بازار هدفی خاص دارند، شناسایی می‌کند

۲. شاخص تنوع محصول (PDI) به کشورها کمک می‌کند تا بخواهند و حوزه‌های صادراتی جدید را توسعه دهند. بر اساس مفهوم فضای محصولی هاسمن و هیدالگو<sup>۱</sup>، PDI محصولاتی را که کشور صادرکننده به صورت رقابتی صادر نمی‌کند، اما به نظر می‌آید با توجه به سبد صادراتی فعلی کشور و سبدهای صادراتی کشورهای مشابه، قابلیت صادرات دارند، شناسایی می‌کند.

ارزیابی‌های پتانسیل صادرات از دو شاخص تشکیل شده‌اند: EPI نشان‌دهنده ارزش‌های پتانسیلی صادرات محصولات صادراتی کشور در هر بازار (به صورت جدید یا قدیمی) است، در حالی که PDI فرصت‌های تنوع محصول در هر بازار داده شده را رتبه‌بندی می‌کند. این دو شاخص در نحوه‌ی در نظر گرفتن ظرفیت عرضه متفاوت هستند. اما شرایط تقاضا و دسترسی به بازار یکسان است.

#### ۴-۵-۱ روش‌شناسی شاخص پتانسیل صادرات

روش‌شناسی برای تخمین پتانسیل صادرات از یک مدل جاذبه مشخص شده در سطح محصول الهام گرفته است. نقطه شروع این است که در یک جهان بدون محدودیت، جریان‌های تجاری را می‌توان با ترکیب عوامل کشور  $\times$  محصول، واردکننده  $\times$  محصول و کشور  $\times$  واردکننده توصیف کرد

$$v_{ijk} = \alpha_{ik}\beta_{ij}\gamma_{jk} \quad (1)$$

که در آن  $v_{ijk}$  معادل صادرات از کشور  $i$  به محصول  $k$  در بازار  $j$  است. پارامتر  $\alpha_{ik}$  عملکرد صادراتی کشور  $i$  در محصول  $k$  را توصیف می‌کند،  $\gamma_{jk}$  نیز تقاضای بازار  $j$  برای محصول  $k$  و  $\beta_{ij}$  کلی از آسانی تجارت از  $i$  به  $j$  را نمایش می‌دهد. معادله (۱) به صورت اقتصادسنجی تخمین زده می‌شود و اختلاف بین مقادیر متناسب واقعی می‌تواند به عنوان پتانسیل بی‌استفاده تفسیر شود. اما این رویکرد در این زمینه به دلایل متعددی ناکارآمد است: اولاً، اندازه یک مدل مشخص شده در سطح محصول و کشور بسیار بزرگ خواهد بود. دوماً، کیفیت داده‌های سه‌بعدی ( $v_{ijk}$ ) اغلب پایین‌تر از داده‌های دوبعدی است. سوماً، در صورت عدم وجود آمار دقیق تولید و مصرف، اثرات ثابت برای ضبط ویژگی‌های مختص به  $ik$ ،  $ij$  و  $jk$  استفاده می‌شود. اما مدلی که با اثرات ثابت تخمین زده شده است، انجام می‌شود بسیار دشوار است تا دلایل مقادیر پتانسیل صادرات حاصل را درک کرد.

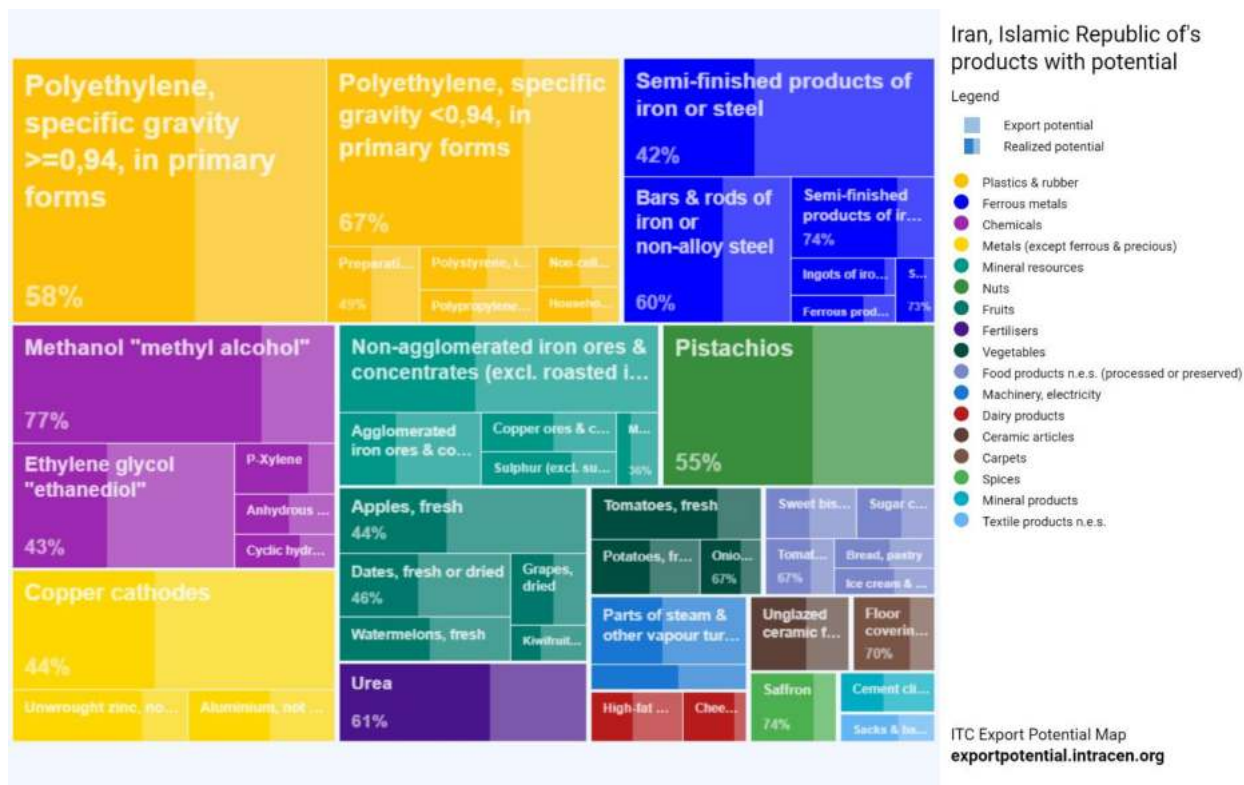
#### ۴-۶-۱ مدل جاذبه و پتانسیل تجارت

در چارچوب سنتی جاذبه، فرضیه آن است که تجارت بین دو کشور با سطح عرضه و تقاضا رابطه مثبت و با موانع تجاری (مانند گمرکات و فاصله جغرافیایی) همبستگی منفی دارد، همان‌طور که در معادله زیر نشان داده شده است:

<sup>۱</sup> Hausmann and Hidalgo's notion of the product space

$$X_{ij} = K \times \frac{Y_i^\alpha \times Y_j^\beta}{T_{ij}^\theta}$$

که در آن صادرات از  $i$  به  $j$  را نمایش می‌دهد،  $K$  نمایانگر یک مقدار ثابت است،  $Y_i$  کل تولید ناخالص داخلی کشور صادرکننده (عرضه) است،  $Y_j$  نیز کل تولید ناخالص داخلی واردکننده (تقاضا) و  $T_{ij}$  موانع تجاری بین هر دو کشور است، مانند گمرکات و فاصله جغرافیایی. مقادیر هموار شده مدل نمایانگر میانگین تجارت قابل انجام بین جفت کشورها یا تجارت بالقوه بدون حضور موانع تجاری هست. رشد پتانسیل تجاری از اختلاف بین میانگین تجارت مورد انتظار و تجارت واقعی بین جفت کشورها تخمین زده می‌شود (داداکاس<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۰؛ آرمسترانگ<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷).



نمودار ۲۶-۴: پتانسیل‌های صادراتی ایران به جهان

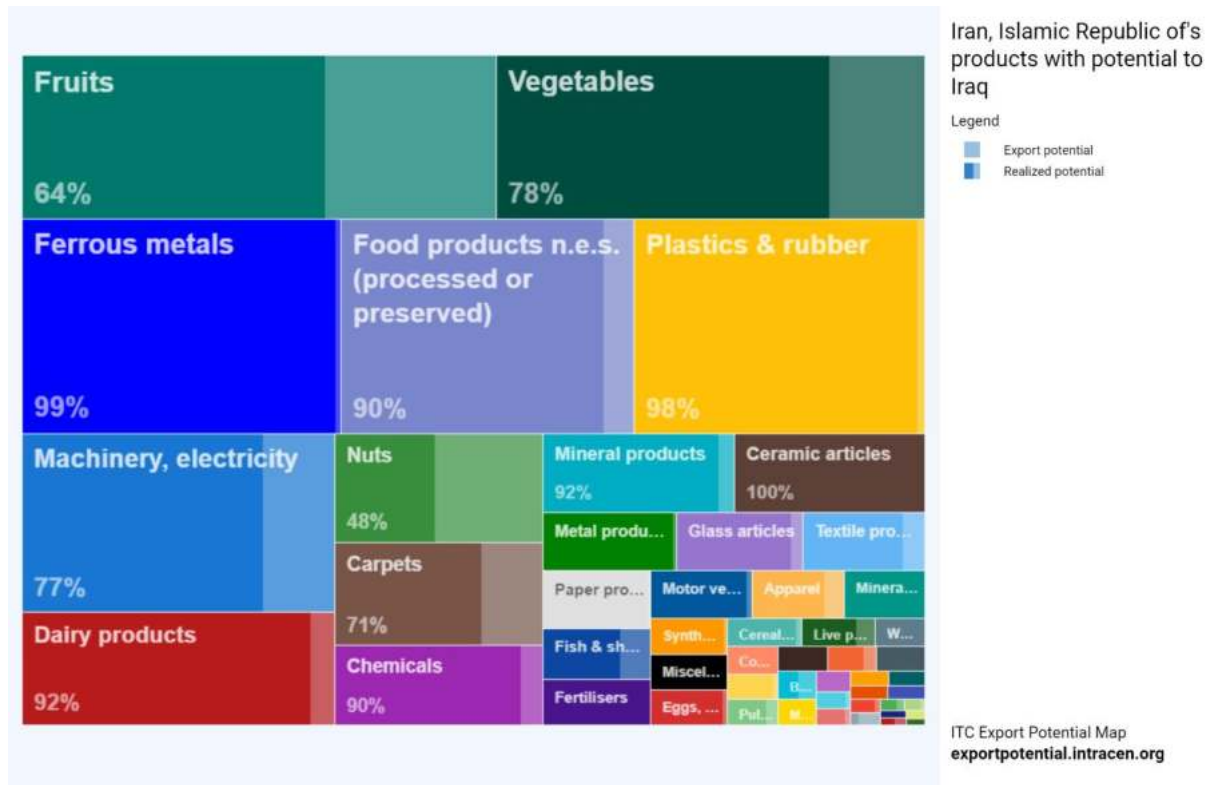
مأخذ: مرکز تجارت بین‌الملل (https://www.trademap.org)

طبق نمودار ۲۶-۴ محصولات با بیشترین پتانسیل صادرات از جمهوری اسلامی ایران به جهان شامل پلی‌اتیلن با چگالی مخصوص بزرگ‌تر مساوی با ۰.۹۴، پلی‌اتیلن با چگالی مخصوص کمتر از ۰.۹۴ و پسته هستند. پلی‌اتیلن با چگالی مخصوص بزرگ‌تر مساوی با ۰.۹۴، بیشترین تفاوت مطلق بین ارزش پتانسیلی واقعی صادرات را نشان می‌دهد و امکان صادرات اضافی به ارزش ۱.۳ میلیارد دلار را فراهم می‌کند.

<sup>۱</sup> Dadakas

<sup>۲</sup> Armstrong



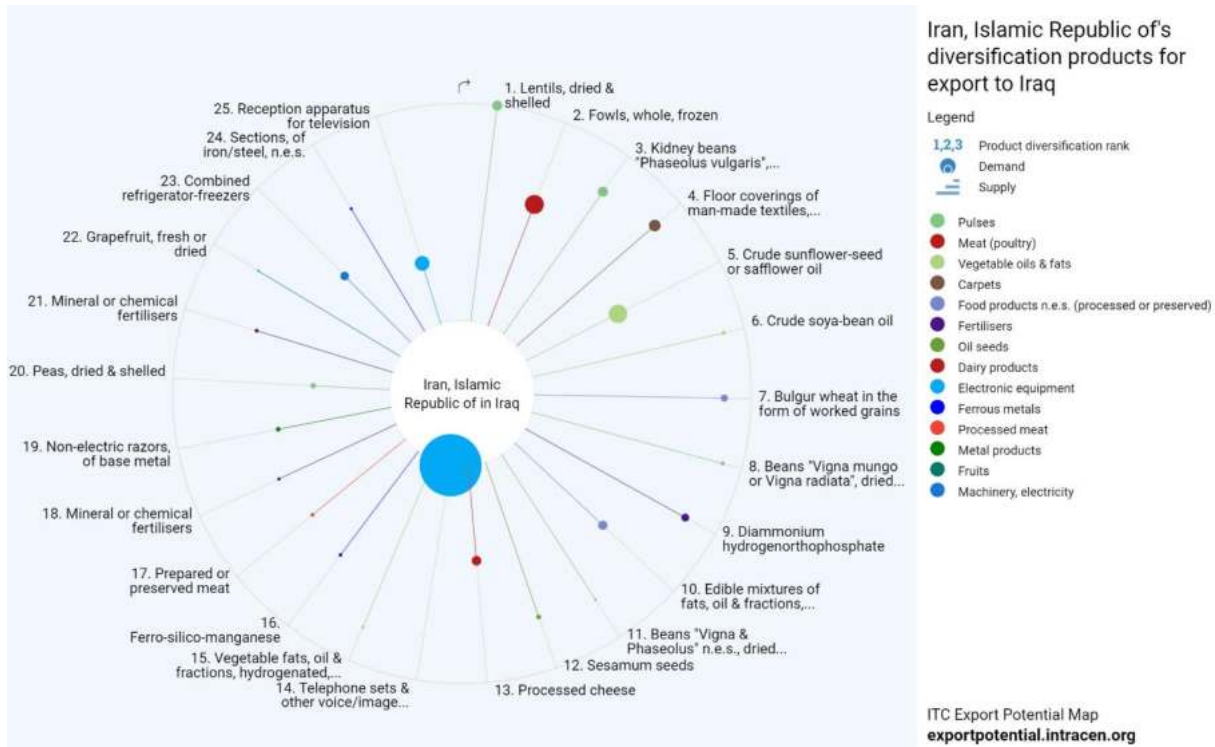


نمودار ۲۲-۴: پتانسیل‌های صادراتی ایران به کشور عراق

مأخذ: مرکز تجارت بین‌الملل (<https://www.trademap.org>)

طبق نمودار ۲۷-۴ محصولات با بیشترین پتانسیل صادرات از جمهوری اسلامی ایران به عراق شامل میوه‌ها، سبزیجات و فلزات آهنی هستند. میوه‌ها بیشترین تفاوت مطلق بین ارزش پتانسیلی واقعی صادرات را نشان می‌دهند، که امکان صادرات اضافی به ارزش ۲۰۵ میلیون دلار را فراهم می‌سازد.

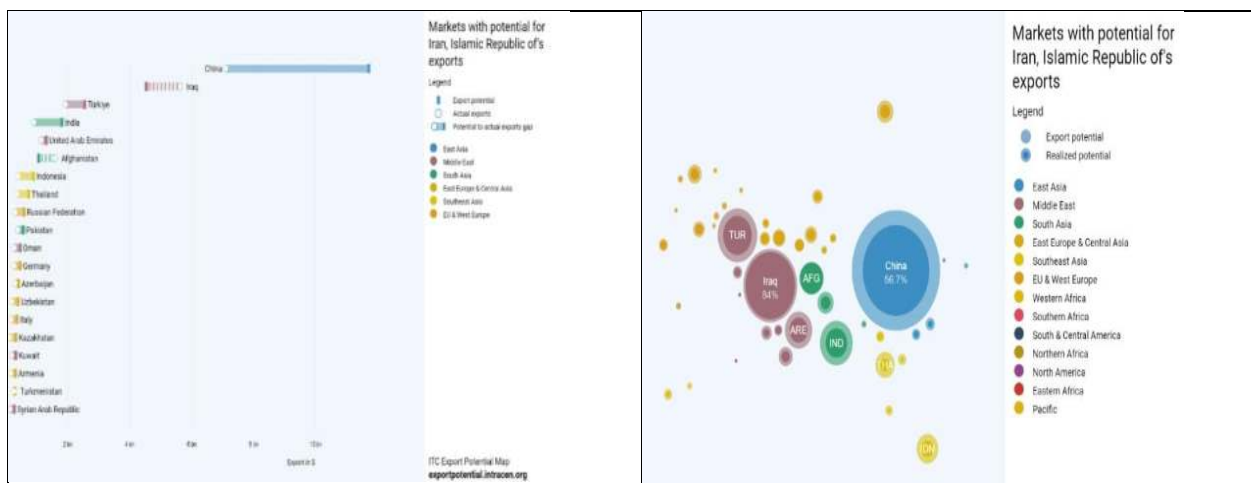




نمودار ۴-۲۸: بهترین محصولات ایران برای تنوع در صادرات به عراق

مأخذ: مرکز تجارت بین‌الملل (https://www.trademap.org)

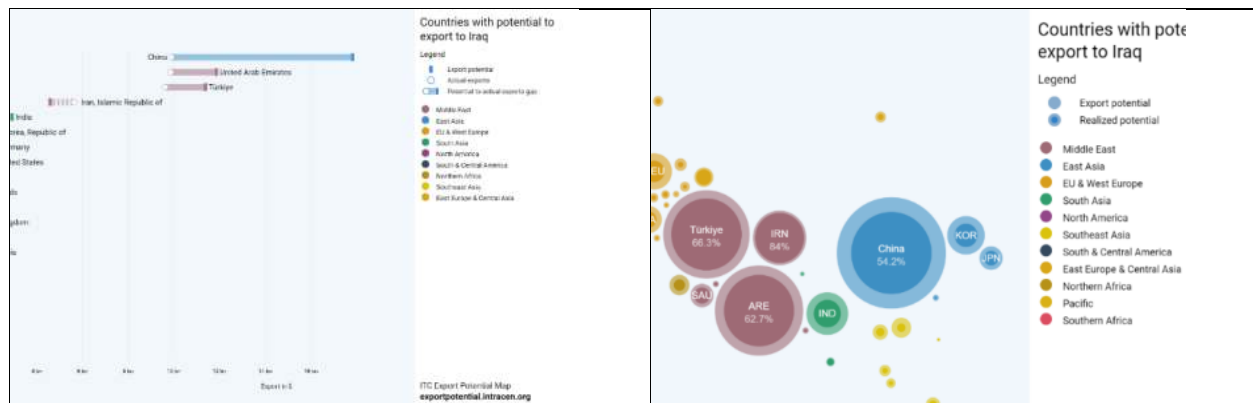
طبق نمودار ۴-۲۸ بهترین گزینه‌های جمهوری اسلامی ایران برای تنوع در صادرات به عراق شامل عدس خشک و پوست‌کنده، مرغ‌های کامل منجمد و لوبیای خشک و پوست‌کنده هستند. جمهوری اسلامی ایران به نظر می‌رسد عدس خشک و پوست‌کنده را به راحتی تولید کند. دستگاه‌های تلفن و دستگاه‌های انتقال تصویر و صدا، محصولاتی است که با بیشترین پتانسیل تقاضا در عراق مواجه است.



نمودار ۴۹-۳: بازارهای دارای بیشترین پتانسیل برای محصولات صادراتی ایران

مأخذ: مرکز تجارت بین‌الملل (https://www.trademap.org)

بر اساس نمودار 294\_ بازارهایی که بیشترین پتانسیل برای صادرات تمام محصولات از جمهوری اسلامی ایران را دارا هستند چین، عراق و ترکیه هستند. چین، بیشترین تفاوت ارزش مطلق بین صادرات بالقوه واقعی را نشان می‌دهد و امکان صادرات اضافی به ارزش 5 میلیارد دلار را فراهم می‌کند.



نمودار 304\_ کشورهای دارای پتانسیل صادراتی به کشور عراق

مأخذ: مرکز تجارت بین‌الملل (https://www.trademap.org)

طبق نمودار 304\_، کشورهایی که بیشترین پتانسیل برای صادرات به عراق را دارا هستند، چین، امارات متحده عربی، ترکیه و ایران هستند. چین، بیشترین تفاوت ارزش مطلق بین صادرات بالقوه واقعی را نشان می‌دهد و امکان صادرات اضافی به ارزش 8.1 میلیارد دلار را فراهم می‌کند.

#### 4-4-7 شاخص پیچیدگی اقتصادی

برای اولین بار هیدالگو هاسمن<sup>1</sup> (2009) مفهوم پیچیدگی اقتصادی<sup>2</sup> را مطرح کرده‌اند. پیچیدگی اقتصادی نشان‌دهنده پیچیدگی فرایند تولید و مبادله کالا و خدمات در یک کشور است که از طریق کالاهای صادراتی آن کشور مشخص می‌شود (ارکان و ییلدیریمچی<sup>3</sup>، 2015). از طرف دیگر می‌توان برای تعیین اثرات تجارت بین‌المللی توسط اندازه‌گیری تنوع و پیچیدگی صادرات یک کشور به طور دقیق‌تر، از شاخص پیچیدگی اقتصادی استفاده کرد. شواهد تجربی از این ایده حمایت می‌کند که پیچیدگی اقتصادی بر صادرات تأثیر می‌گذارد و صادرات به نوبه خود بر سطح باز بودن تجاری و رشد اقتصادی تأثیرگذار است (لاپاتیناس و همکاران<sup>4</sup>، 2019). در راستای این تفاسیر، این احتمال وجود دارد که کشورهایی که از سطح پیچیدگی

<sup>1</sup> Hidalgo and Hausmann

<sup>2</sup> Economic complexity

<sup>3</sup> Erkan and Yildirimci

<sup>4</sup> Lapatinas et al.

اقتصادی بالاتری برخوردار هستند، رشد اقتصادی بالاتری نیز دارند و این به معنای ارتباط مثبت بین پیچیدگی اقتصادی و رشد اقتصادی است (مورایس و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰).

پیچیدگی اقتصادی در واقع توانایی‌ها و دانش تولیدی کشورها را بر اساس کالاهای صادراتی آن‌ها اندازه‌گیری می‌کند. پس می‌توان گفت اقتصادهایی پیشرفته محسوب می‌شوند که محصولات تولیدی و صادراتی آن‌ها متنوع‌تر و منحصر به فرد بوده و کشورهای دیگر توان تولید و صادرات کالاهایی در آن سطح را ندارند. در مقابل اقتصادهای ساده پشتوانه ضعیفی از دانش مولد داشته و کالاهای محدود و ساده‌تر تولید می‌کنند و بدین ترتیب نیاز به شبکه گسترده‌ای از معاملات ندارند (همان، ۲۰۰۹). پیچیدگی اقتصادی همانند یک عامل مهم در ثروت ملل عمل می‌کند و می‌توان بیان کرد که اختلاف در سطح پیچیدگی اقتصادی می‌تواند باعث ایجاد اختلاف در رشد اقتصادی کشورها شود (ستوجکوسکی و کوکارو<sup>۲</sup>، ۲۰۱۷). همچنین پیچیدگی اقتصادی باعث خلق محصولات و خدمات متنوع و منحصر به فردتر در جامعه شده و با افزایش سطح استفاده از دانش و فناوری در ترکیب محصولات تولیدی از طریق ایجاد ساختار مولد، بهره‌وری افزایش یافته و منجر به رشد و شکوفایی اقتصادی می‌شود (زبیری و موتیمی، ۱۳۹۹). در کل می‌توان بیان کرد که با افزایش پیچیدگی اقتصادی، سبد محصولات صادراتی یک کشور متنوع‌تر و بیشتر شده و به تبع آن رشد و توسعه اقتصادی افزایش خواهد یافت (ژولی، ۲۰۱۷؛ ملی و تیتلبوین<sup>۳</sup>، ۲۰۲۰؛ هارتمن و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۷؛ هاسمن<sup>۵</sup> و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۴؛ شاه‌آبادی و ارغند، ۱۳۹۷).

ایران در رتبه‌بندی شاخص پیچیدگی اقتصادی (ECI) از بین ۱۳۳ کشور در سال ۲۰۲۱، هفتاد و سومین کشور پیچیده است. در مقایسه با یک دهه قبل، اقتصاد ایران پیچیده‌تر شده و ۳۷ رتبه در رتبه‌بندی ECI بهبود یافته است. پیشرفت پیچیدگی ایران به دلیل تنوع بخشیدن به صادرات آن بوده است. ایران در حرکت روبه‌جلو در موقعیتی قرار دارد که از تعداد متوسطی از فرصت‌ها برای تنوع بخشیدن به تولید خود با استفاده از دانش موجود خود استفاده کند.

ایران از نظر سطح درآمد کمی کمتر از حد انتظار پیچیده است. در نتیجه، پیش‌بینی می‌شود که اقتصاد آن به‌کندی رشد کند. پیش‌بینی‌های رشد ۲۰۳۱ آزمایشگاه رشد<sup>۶</sup>، رشد سالانه ۲.۱ درصدی ایران در دهه آینده را پیش‌بینی می‌کند که در سطح جهانی در نیمه پایین‌ترین رتبه‌بندی کشورها قرار دارد.

در نمودار 314\_، شاخص و رتبه پیچیدگی اقتصادی ایران طی سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۲۱ نشان داده شده است. نتایج این شاخص نشان می‌دهد که ایران تا سال ۲۰۱۲ در محدوده صادرات با پیچیدگی اقتصادی کمتر قرار داشته و رتبه کشور بالای ۹۰ بوده اما بعد از سال ۲۰۱۲ رتبه ایران در این شاخص حدود ۲۰ پله سقوط کرده است وضعیت بهتری کسب کرده است.

<sup>1</sup> Morais et al.

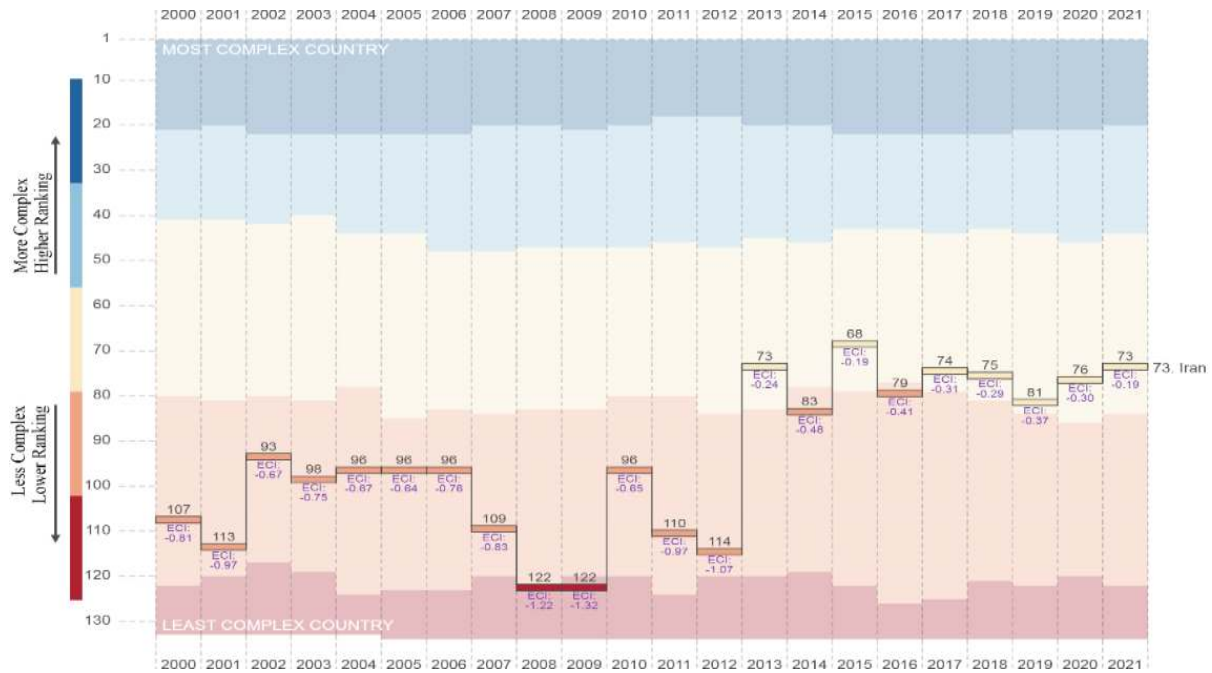
<sup>2</sup> Stojkoski & Kocarev

<sup>3</sup> Mealy & Teytelboym

<sup>4</sup> Hartmann et al.

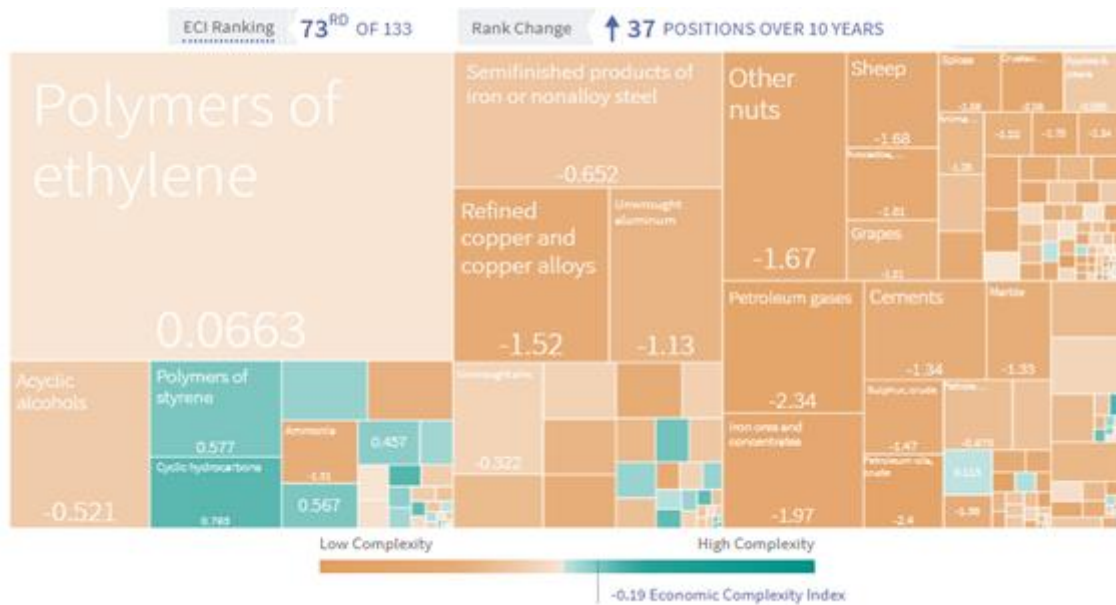
<sup>5</sup> Hausmann et al.

<sup>6</sup> Growth Lab



نمودار ۳/۴: شاخص و رتبه پیچیدگی اقتصادی ایران طی سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۲۱

مأخذ: اطلس پیچیدگی اقتصادی دانشگاه هاروارد (<https://atlas.cid.harvard.edu>)



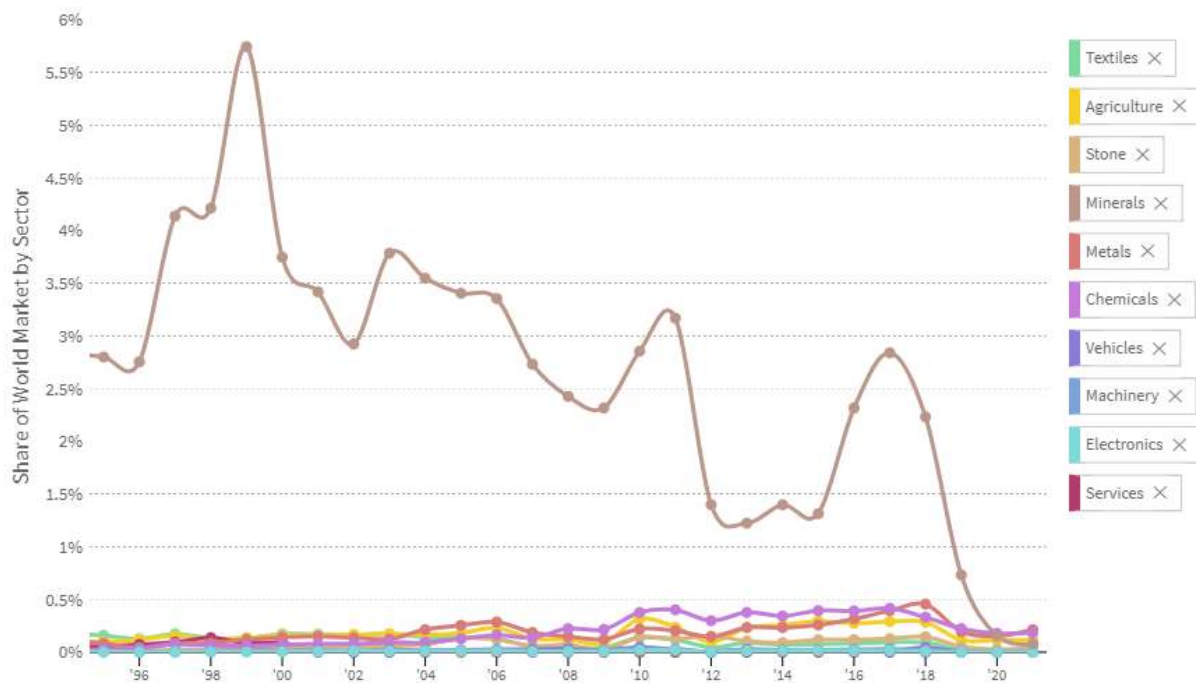
نمودار ۳/۴: پیچیدگی اقتصادی محصولات صادراتی ایران در سال ۲۰۲۱

مأخذ: اطلس پیچیدگی اقتصادی دانشگاه هاروارد (<https://atlas.cid.harvard.edu>)

در نمودار 324\_ پیچیدگی اقتصادی محصولات صادراتی ایران در سال 2021 را نشان می‌دهد. با توجه به این نمودار، بیشترین صادرات کالاهای ایران به ترتیب در محصولات با پیچیدگی بالا و متوسط، مواد شیمیایی و فلزات است.

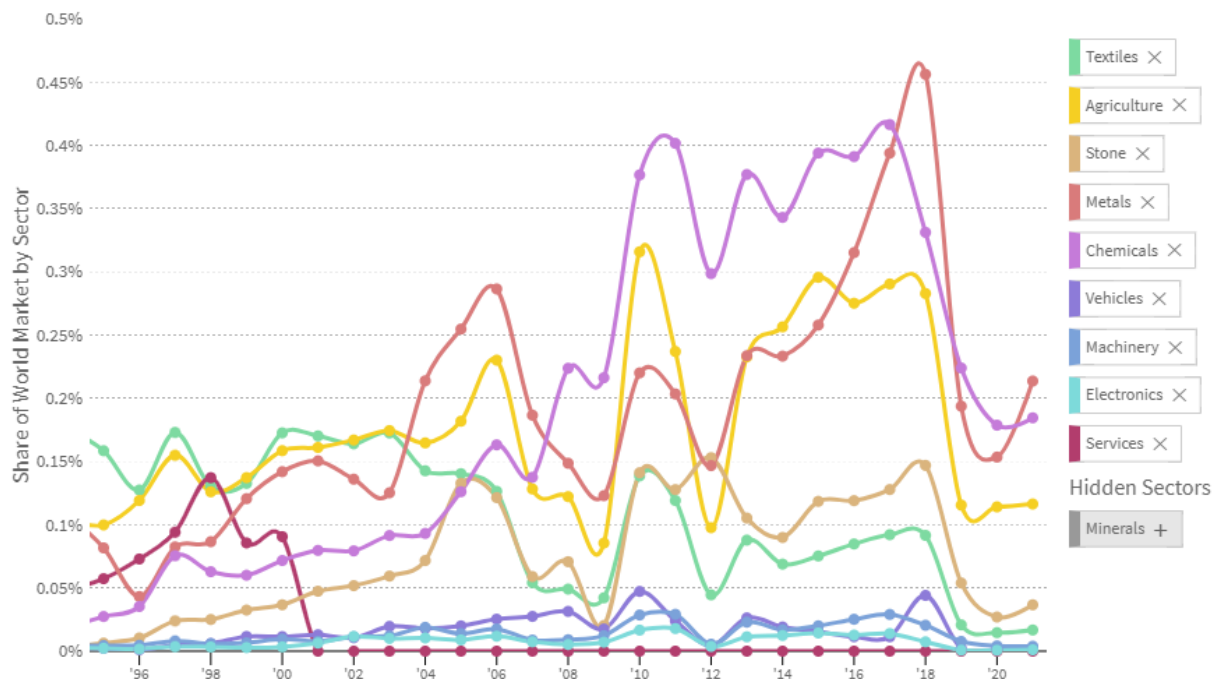
#### 4-4-7-1 سهم بخش‌های مختلف صادراتی ایران از بازار جهانی

در نمودار 334\_ و نمودار 344\_، سهم بخش‌های مختلف صادراتی ایران از بازار جهانی طی سال‌های 1995-2021 بر اساس اطلاعات اطلس پیچیدگی اقتصادی دانشگاه هاروارد نشان داده شده است.



نمودار 334: سهم بخش‌های مختلف صادراتی ایران از بازار جهانی طی سال‌های 1995-2021 (با وجود بخش مواد معدنی)

مأخذ: اطلس پیچیدگی اقتصادی دانشگاه هاروارد (<https://atlas.cid.harvard.edu>)



نمودار ۳۴۴: سهم بخش‌های مختلف صادراتی ایران از بازار جهانی طی سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۲۱ (بدون بخش مواد معدنی)

مأخذ: اطلس پیچیدگی اقتصادی دانشگاه هاروارد (<https://atlas.cid.harvard.edu>)

نتایج تحقیقات آزمایشگاه رشد دانشگاه هاروارد نشان می‌دهد که کشورهایی که صادرات آن‌ها پیچیده‌تر از حد انتظار است، سریع‌تر رشد می‌کنند. بنابراین رشد را می‌توان با فرآیندی از تنوع‌بخشیدن به دانش برای تولید مجموعه‌ای وسیع‌تر و پیچیده‌تر از کالاها و خدمات هدایت کرد.

#### ۴-۴-۸ شاخص پتانسیل ساده تجاری

یکی از روش‌های معمول محاسبه پتانسیل تجاری بین دو کشور استفاده از شاخص پتانسیل ساده است. با استفاده از شاخص پتانسیل ساده تجاری، میزان بالقوه توان صادراتی یک کشور به کشور دیگر اندازه‌گیری می‌شود. روش پیشنهادی برای تخمین پتانسیل‌های تجاری میان کشورها استفاده از شاخص پتانسیل تجاری است. فرمول تخمین پتانسیل صادراتی هر کشور با کشور یا کشورهای مورد بررسی به شکل زیر است:

$$\text{پتانسیل صادراتی} = \sum_{k=1}^n \min (X_{itk}, M_{jtk})$$

که در آن  $X_{itk}$  بیانگر صادرات کالای  $k$  توسط کشور  $i$  به جهان در زمان  $t$  و  $M_{jtk}$  واردات کالای  $k$  توسط کشور  $j$  از جهان در زمان  $t$  است. این شاخص مجموع حداقل ارزش صادرات یک کشور به جهان و ارزش واردات کشور شریک تجاری از جهان را برای همه کالاهای صادراتی یک کشور به عنوان پتانسیل بالقوه تجاری محاسبه می‌کند. این شاخص برای تجارت بین یک کشور و شرکای تجاری در سطح کدهای ۶ رقمی HS قابل محاسبه است.



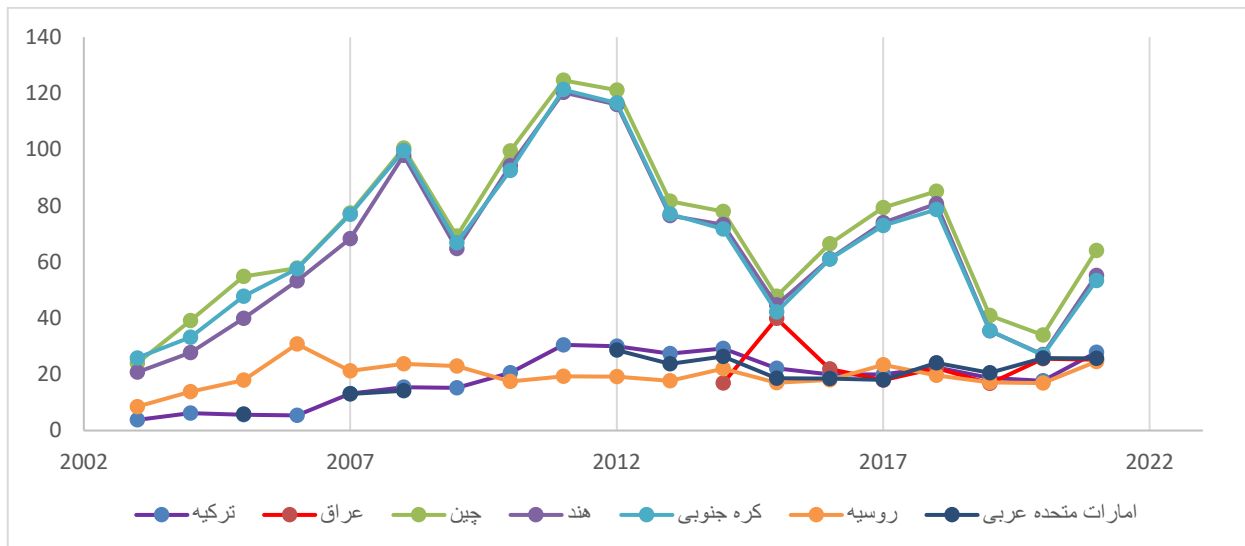
در جدول ۳۰-۴ ارزش پتانسیل صادراتی ایران به هفت شریک تجاری کشور در سطح کدهای ۶ رقمی از رابطه فوق‌الذکر برای سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۲۱ محاسبه و ارائه شده است:

جدول ۳۰-۴: پتانسیل بالقوه صادراتی ایران (میلیارد دلار)

سال	کشورها						
	ترکیه	عراق	چین	هند	کره جنوبی	روسیه	امارات متحده عربی
۲۰۰۳	۳.۷۸۵۴۲۵	-	۲۳.۹۵۲۱۹	۲۰.۷۱۷۹۷	۲۵.۸۳۱۴۷	۸.۴۹۰۵۵۱	-
۲۰۰۴	۶.۱۴۲۱۸۳	-	۳۹.۰۶۸۳	۲۷.۶۶۱۹۹	۳۳.۱۸۲۶۷	۱۳.۸۳۷۰۹	-
۲۰۰۵	۵.۵۶۹۷۰۴	-	۵۴.۸۰۴۸۸	۳۹.۸۷۳۲۶	۴۷.۷۸۹۳۱	۱۷.۹۳۴۳۹	۵.۷۹۷۶۵۹
۲۰۰۶	۵.۳۵۲۶۱۴	-	۵۷.۸۲۰۰۴	۵۳.۲۲۹۹۵	۵۷.۵۸۶۶۶	۳۰.۷۶۵۸۳	-
۲۰۰۷	۱۳.۰۹۸۴۱	-	۷۷.۳۵۲۹۴	۶۸.۲۴۴۴۱	۷۶.۹۷۹۳۹	۲۱.۱۸۵۷	۱۳.۰۰۶۸۸
۲۰۰۸	۱۵.۴۲۳۲۹	-	۱۰۰.۴۷۶۷	۹۷.۸۳۶۳	۹۹.۵۸۳۸۹	۲۳.۷۱۷۸۲	۱۴.۱۰۵۲۲
۲۰۰۹	۱۵.۲۳۹۱۳	-	۶۹.۱۶۷۵۵	۶۴.۷۶۵۹۷	۶۶.۷۴۳۱	۲۲.۹۶۲۲۵	-
۲۰۱۰	۲۰.۵۷۱۴۴	-	۹۹.۴۸۱۵۱	۹۴.۲۶۶	۹۲.۵۵۸۳۸	۱۷.۴۳۴۳۱	-
۲۰۱۱	۳۰.۴۸۳۵۸	-	۱۲۴.۶۲۴	۱۲۰.۳۱۲	۱۲۱.۲۹۸۷	۱۹.۲۳۹۹۹	-
۲۰۱۲	۳۰.۰۱۹۶۷	-	۱۲۱.۱۰۷۸	۱۱۶.۰۲۹۴	۱۱۶.۵۸۵۳	۱۹.۱۸۶۰۹	۲۸.۶۱۰۳۵
۲۰۱۳	۲۷.۳۹۵۸۱	-	۸۱.۶۰۹۳۸	۷۶.۵۱۷۷	۷۷.۰۷۵۲۵	۱۷.۷۳۸۱	۲۳.۷۴۶۰۶
۲۰۱۴	۲۹.۱۸۴۴۴	۱۶.۸۹۷۶۵	۷۷.۹۵۱۳۲	۷۳.۳۰۷۹	۷۱.۷۳۶۶۶	۲۲.۰۲۸۳۳	۲۶.۳۸۰۶۶
۲۰۱۵	۲۲.۰۹۲۸۵	۳۹.۸۹۹۹۶	۴۷.۷۱۱۸۸	۴۴.۶۴۷۰۳	۴۲.۲۱۱۰۹	۱۷.۰۳۰۷۲	۱۸.۵۶۵۱۷
۲۰۱۶	۲۰.۰۲۳۲۲	۲۱.۹۰۴۹۷	۶۶.۴۳۵۲۲	۶۱.۰۵۱۳۹	۶۱.۰۱۸۳۷	۱۸.۰۷۵۶۸	۱۸.۴۵۶۱۴
۲۰۱۷	۱۹.۹۸۷۸۶	۱۷.۹۴۲۴۴	۷۹.۳۷۵۱۷	۷۳.۹۴۴۱۹	۷۲.۹۰۰۰۳	۲۳.۴۲۱۳۷	۱۸.۰۰۸۰۷
۲۰۱۸	۲۲.۵۰۵۵۲	۲۲.۲۲۲۲۹	۸۵.۱۷۸۵۶	۸۰.۷۳۸۱۷	۷۸.۶۱۳۴۸	۱۹.۶۴۷۰۶	۲۴.۰۳۲۳۵
۲۰۱۹	۱۸.۷۰۶۰۱	۱۶.۷۴۵۰۷	۴۰.۹۶۴۸۳	۳۵.۴۹۲۳۴	۳۵.۵۳۶۳۵	۱۷.۱۳۳۰۹	۲۰.۵۳۵۶
۲۰۲۰	۱۷.۷۴۲۵۷	۲۵.۵۰۰۰۷	۳۴.۰۳۱۹۱	۲۷.۰۳۷۷۷	۲۶.۸۳۶۰۲	۱۶.۹۰۲۴۶	۲۵.۷۹۵۵۱
۲۰۲۱	۲۷.۸۷۷۵۴	۲۵.۲۵۶۴۹	۶۴.۰۹۳۱۳	۵۵.۱۳۱۹۸	۵۳.۳۷۸۸۱	۲۴.۵۵۴۳۳	۲۵.۶۴۳۷۵
۲۰۲۲	۵۴.۱۲۰۳۷	۷.۶۰۱۸۹۳					۴۱.۲۳۳۶۱

مأخذ: مرکز تجارت بین‌الملل (<https://www.trademap.org>)، سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران (<https://irica.ir>) و محاسبات پژوهش. بالاترین میزان پتانسیل تجاری ایران در سال ۲۰۲۱ به ترتیب در صادرات به کشورهای چین، کره جنوبی، هند و ترکیه بوده و کشورهای عراق و روسیه در رتبه‌های بعدی قرار دارند. این شاخص مجموع حداقل ارزش صادرات یک کشور به جهان و ارزش واردات کشور شریک تجاری از جهان را برای همه کالاهای صادراتی یک کشور به عنوان پتانسیل بالقوه تجاری محاسبه می‌کند.

شایان ذکر است علت انتخاب هفت کشور فوق از میان همه کشورها بدین سبب بوده که طی دو دهه گذشته در مجموع بیشترین حجم تجارت با ایران را به خود اختصاص داده‌اند.



نمودار ۳۵۴: پتانسیل صادراتی ایران به هفت شریک عمده تجاری (میلیارد دلار)

مأخذ: مرکز تجارت بین‌الملل (<https://www.trademap.org>)، سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران (<https://irica.ir>) و محاسبات پژوهش.

#### ۹-۴-۴ شاخص تنوع و تمرکز صادرات

در این بخش، دو شاخص مهم برای اندازه‌گیری ویژگی‌های مختلف سبد صادرات کشور بحث می‌شوند. این دو شاخص به نام "شاخص تمرکز صادرات" و "شاخص تنوع صادرات"، به عنوان معیارهایی برای تخصص و تنوع در کالاهای صادراتی استفاده می‌شوند. این دو شاخص نشان می‌دهند که کشور در صادرات خود چقدر تمرکز دارد یا چقدر تنوع دارد. ممکن است که یک کشور تعداد زیادی کالای مختلف را در سبد صادرات خود جای دهد، اما در عمل ارزش صادراتی بیشتری به چند کالای خاص و محدود داشته باشد. این مسئله نشان‌دهنده ویژگی‌های سبد صادراتی کشور است.

#### ۱-۹-۴-۴ شاخص تنوع صادرات

شاخص تنوع صادرات از طریق تعداد کالاهای صادراتی با توجه به کدهای شش رقمی HS محاسبه می‌شود. رشد اقتصادی با تنوع به محصولات جدید که به تدریج پیچیده‌تر هستند هدایت می‌شود. با توجه به نمودار ۳۶۴ ایران از سال ۲۰۰۶ تاکنون ۳۳ محصول جدید اضافه کرده است و این محصولات در سال ۲۰۲۱ درآمد سرانه ۵۴ دلاری داشته‌اند. ایران به تعداد کافی از محصولات جدید اما با حجم بسیار کمی که به رشد درآمد قابل توجهی کمک نمی‌کند، متنوع شده است.


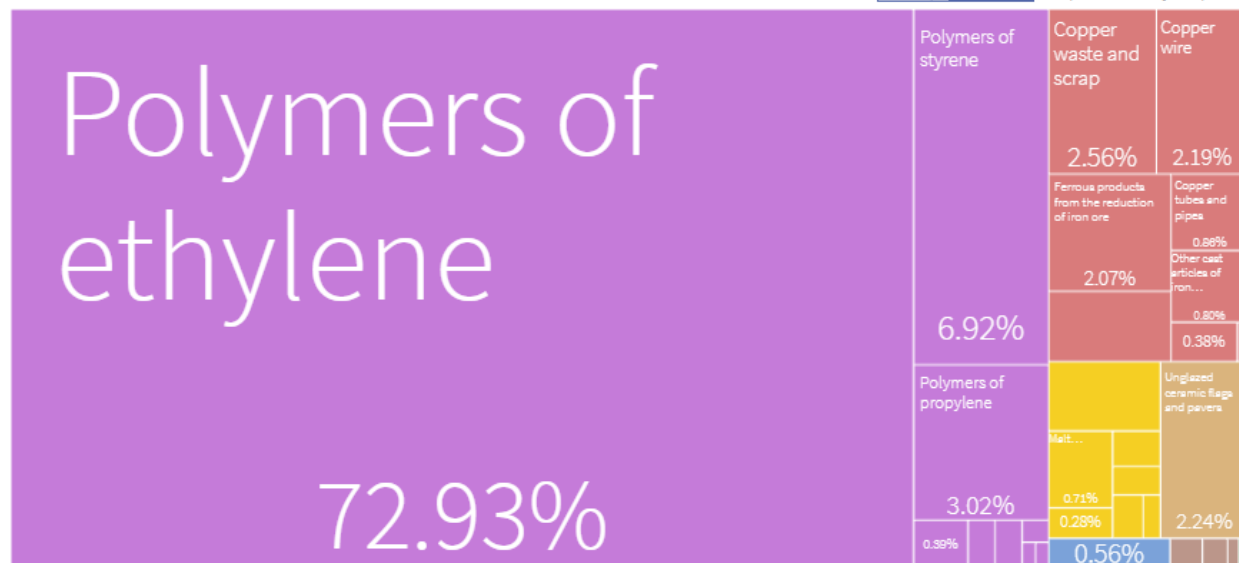


Economic Diversification Grade **A**Diversity Rank **61<sup>ST</sup>** OF 133Rank Change **↑ 31** OVER 15 YEARS

New Products Exported, 2006 - 2021

Colored by

Sector


 → 2021 Export Basket  
 → New Export Proportion (Added in 15 years)

 PRODUCT SECTORS 
**نمودار ۳۶۴:** سهم بخش‌های مختلف از تنوع محصولات جدید در طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۲۱

 مأخذ: اطلس پیچیدگی اقتصادی دانشگاه هاروارد (<https://atlas.cid.harvard.edu>)

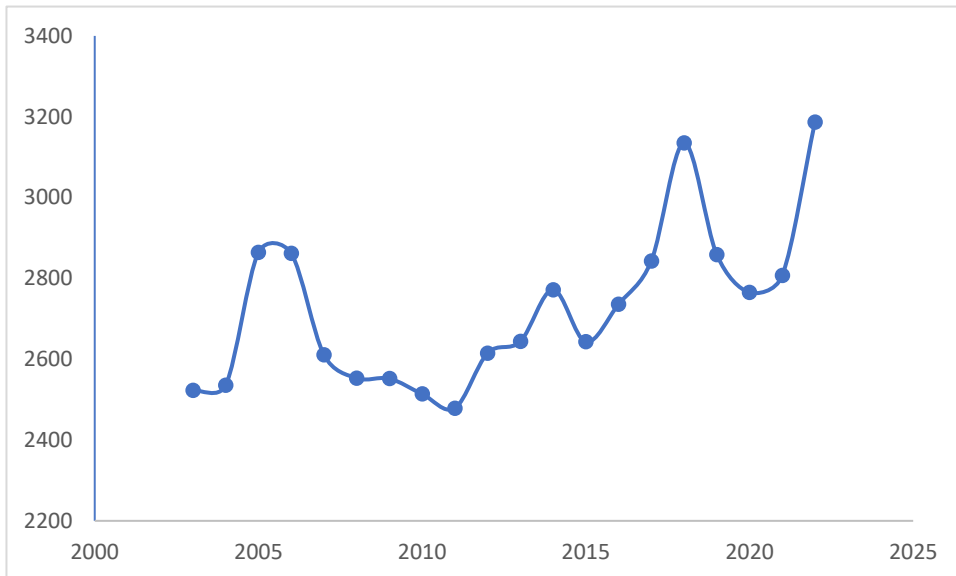
نشان می‌دهد شاخص تنوع کالاها بر اساس تعداد تنوع کدهای HS شش رقم در سال‌های مختلف به چه مقدار هست. این شاخص نمایانگر تنوع کالاهای صادراتی یک کشور است، به عبارت دیگر، تعداد متنوعی از کالاها که کشور می‌تواند به بازارهای خارجی صادر کند.

با توجه به جدول ۳۱-۴، شاخص تنوع صادرات در ایران مورد بررسی قرار گرفته است. این شاخص نشان می‌دهد که تعداد کالاهای صادراتی در ایران از سال ۲۰۰۳ به طور متوسط سالیانه حدود ۱/۴۱ درصد افزایش یافته است. در سال ۲۰۰۳، تعداد کدهای ۶ رقمی در طبقه‌بندی HS، ۲۵۲۳ کد بود، اما در سال ۲۰۲۲، تعداد کدهای کالا به ۳۱۸۷ کد ۶ رقمی افزایش یافته است. این افزایش تعداد کدهای کالا نشان دهنده تنوع بیشتر در سبد صادراتی کشور است و در طی ۱۷ سال مورد مطالعه، با رشد تقریباً ۱/۴۱ درصدی اتفاق افتاده است.

جدول ۳۱-۴: شاخص تنوع کالاهای صادراتی ایران طی سال‌های ۲۰۰۳-۲۰۲۲

سال	شاخص تنوع	رشد شاخص تنوع
۲۰۰۳	۲۵۲۳	-
۲۰۰۴	۲۵۳۶	۰.۵۲
۲۰۰۵	۲۸۶۴	۱۲.۹۳
۲۰۰۶	۲۸۶۲	-۰.۰۷
۲۰۰۷	۲۸۱۱	-۸.۷۷
۲۰۰۸	۲۵۵۳	-۲.۲۲
۲۰۰۹	۲۵۵۲	-۰.۰۴
۲۰۱۰	۲۵۱۴	-۱.۴۹
۲۰۱۱	۲۴۷۹	-۱.۳۹
۲۰۱۲	۲۶۱۵	۵.۴۹
۲۰۱۳	۲۶۴۴	۱.۱۱
۲۰۱۴	۲۷۷۲	۴.۸۴
۲۰۱۵	۲۶۴۳	-۴.۶۵
۲۰۱۶	۲۷۳۶	۳.۵۲
۲۰۱۷	۲۸۴۳	۳.۹۱
۲۰۱۸	۳۱۳۵	۱۰.۲۷
۲۰۱۹	۲۸۵۹	-۸.۸۰
۲۰۲۰	۲۷۶۵	-۳.۲۹
۲۰۲۱	۲۸۰۷	۱.۵۲
۲۰۲۲	۳۱۸۷	۱۳.۵۴

مأخذ: مرکز تجارت بین‌الملل (<https://www.trademap.org>) و محاسبات پژوهش.



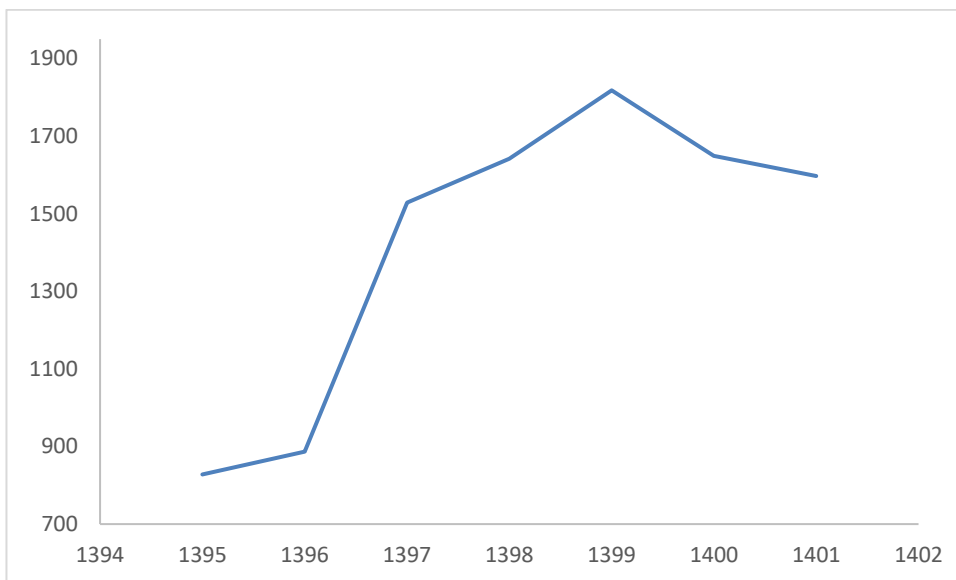
نمودار ۳۷۴: وضعیت شاخص تنوع کالاهای صادراتی ایران طی سال‌های ۲۰۲۲-۲۰۰۳

مأخذ: مرکز تجارت بین‌الملل (<https://www.trademap.org>) و محاسبات پژوهش.

با بررسی متوسط سالیانه، می‌توانیم ببینیم که تنوع صادراتی در ایران در این دوره به طور متوسط افزایش یافته اما تمرکز صادرات کالایی ایرانی طی ۲۰۰۳ تا ۲۰۲۲ علی‌رغم وجود نوسان، رو به کاهش بوده و کاهش شاخص به معنای افزایش سهم و حضور کالاهای جدیدتر در سبد کالاهای صادراتی کشور است. به عبارت دیگر بخش صادرات کشور از تمرکز بر تعداد محدودی کالا به سمت صادرات تعداد بیشتری از کالاهای جدید متمایل شده است. اگرچه آمار صادرات طی سال‌های فوق دارای نوسان بوده، اما با فرض صعودی بودن روند صادرات طی سال‌های فوق می‌توان اذعان نمود کاهش شاخص فوق به منزله تغییر مثبتی در حوزه صادرات کشور محسوب می‌شود؛ چراکه صادرات کشور از تکیه صرف بر تعداد محدودی از کالاها طی سال‌های فوق فاصله گرفته است. به عبارت دیگر ریسک تجاری در این حالت کمتر شده و در صورت از دست رفتن بازار چند کالا، صادرات کشور دچار افت و نوسان شدید نخواهد شد.

#### ۴-۹-۴-۲ شاخص تنوع صادراتی از گمرکات استان کردستان به کشور عراق

در نمودار ۳۸۴\_ شاخص تنوع صادراتی بر اساس تعداد کدهای هشت‌رقمی HS صادراتی از گمرکات استان کردستان به کشور عراق در طی سال‌های ۱۳۹۵-۱۴۰۱ نشان داده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود تعداد کدهای صادراتی در سال ۱۳۹۵ برابر ۸۲۸ کد بوده که این رقم به ۱۸۱۸ عدد در سال ۱۳۹۹ رسیده و بعد از آن روند نزولی داشته و به تعداد ۱۵۹۷ کد صادراتی در سال ۱۴۰۱ کاهش یافته است.



نمودار ۳۸۴: شاخص تنوع صادراتی از گمرکات استان کردستان به کشور عراق

مأخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران به نشانی وبگاه: <https://www.irica.ir> و محاسبات پژوهش

#### ۳-۹-۴-۴ شاخص تمرکز صادرات

همچنین، شاخص تمرکز صادراتی با استفاده از شاخص هرفیندال محاسبه می‌شود. این شاخص از جمع مجذور سهم هر کالا در کل صادرات کشور به دست می‌آید. این دو شاخص به کشورها کمک می‌کنند تا ویژگی‌های مختلف سبد صادراتی خود را مورد ارزیابی قرار دهند.

فرمول محاسبه شاخص تمرکز صادراتی به صورت زیر است:

$$H = \sum_{i=1}^N s_i^2$$

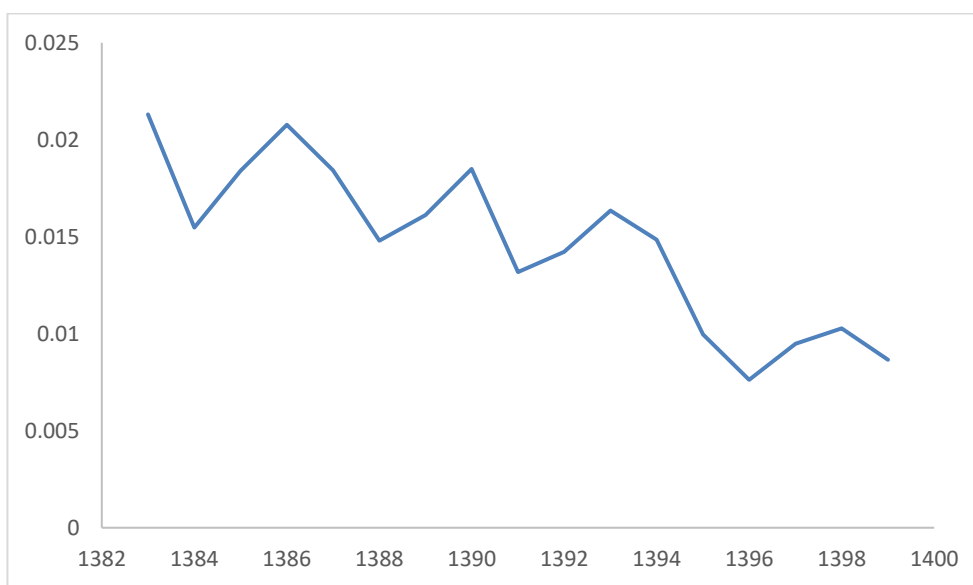
که در آن  $s_i$  سهم کالا در کل صادرات است و  $N$  تعداد کالاهای صادراتی است. تعداد کالاهای صادراتی از مهم‌ترین عوامل در تحلیل صادرات یک کشور است. شاخص تمرکز صادرات عددی بین صفر و یک قرار می‌گیرد و نمایانگر تنوع کالاهای صادراتی است. اگر این شاخص به عدد یک نزدیک باشد، این معنا را دارد که صادرات کشور در چند کالا متمرکز شده است. به عبارت دیگر، تعداد کمی از کالاها سهم اصلی در صادرات کشور دارند. در مقابل، اگر این شاخص به عدد صفر نزدیک باشد، نشان‌دهنده صادرات یکنواخت و همگن در کالاهای مختلف است. باید توجه داشت که در محاسبه این شاخص، برخی ملاحظات و توجهات وجود دارد. به عنوان مثال، کدهای مربوط به مواد معدنی و میعانات گازی و مازوت در محاسبات شاخص حذف شده‌اند. همچنین، منابع آماری برای محاسبه این شاخص از آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران بر اساس ماه‌های شمسی استفاده می‌شود.

نتیجه محاسبه شاخص تمرکز کالاهای صادراتی هرfindال<sup>۱</sup> برای ایران در سال ۱۳۹۹ (۰.۰۰۹) نشان می‌دهد مقدار عددی شاخص با عدد ایده‌آل شاخص هرfindال (یعنی صفر) فاصله دارد؛ به عبارت دیگر ارزش صادرات بین طیف وسیعی از کالاها توزیع نشده است. در نتیجه اگرچه روند شاخص طی سال‌های اخیر بهبود یافته، اما صادرات کشور همچنان از تمرکز بالایی برخوردار است.

**جدول ۳۲-۴:** شاخص تمرکز کالاهای صادراتی ایران (شاخص هرfindال) طی سال‌های ۱۳۸۳-۱۳۹۹

شاخص تمرکز	سال	شاخص تمرکز	سال
۰.۰۱۴۲۲۳	۱۳۹۲	۰.۰۲۱۳۰۶	۱۳۸۳
۰.۰۱۶۳۵	۱۳۹۳	۰.۰۱۵۴۸۳	۱۳۸۴
۰.۰۱۴۸۵۲	۱۳۹۴	۰.۰۱۸۳۹۸	۱۳۸۵
۰.۰۰۹۹۶۳	۱۳۹۵	۰.۰۲۰۷۶۶	۱۳۸۶
۰.۰۰۷۶۲۶	۱۳۹۶	۰.۰۱۸۴۲۱	۱۳۸۷
۰.۰۰۹۴۷۸۳	۱۳۹۷	۰.۰۱۴۷۹۴	۱۳۸۸
۰.۰۱۰۲۸۰۶	۱۳۹۸	۰.۰۱۶۱۱۹	۱۳۸۹
۰.۰۰۸۶۶۰۸	۱۳۹۹	۰.۰۱۸۴۸۹	۱۳۹۰
		۰.۰۱۳۱۷۵	۱۳۹۱

مأخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران به نشانی وبگاه: <https://www.irica.ir> و محاسبات پژوهش



**نمودار ۳۹۴:** وضعیت شاخص تمرکز صادرات طی سال‌های ۱۳۸۳-۱۳۹۹

مأخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران به نشانی وبگاه: <https://www.irica.ir> و محاسبات پژوهش

<sup>۱</sup> Herfindahl-Hirschman Product Concentration Index .

#### ۴-۴-۱۰ شاخص نفوذ بازار

این شاخص بیان می‌کند در چه میزان یک کشور موفق به دسترسی به بازارهای پایدار برای صادرات یک محصول خاص شده است. شاخص نفوذ در بازار از تعداد مقصدهای صادراتی یک کشور برای یک محصول خاص تقسیم بر تعداد کشورهای واردکننده آن محصول در یک سال مشخص از دید جهانی محاسبه می‌شود. وجود موانعی در تجارت که از گسترش تعداد بازارهای صادراتی برای شرکت‌های کشور مورد نظر جلوگیری می‌کند را نشان می‌دهد.

این شاخص با استفاده از فرمول زیر محاسبه می‌شود:

$$\text{شاخص نفوذ بازار} = \frac{N_{xi,k}}{N_{mk}}$$

که در آن  $N_{xi,k}$  تعداد کشورهای است که کشور  $i$  کالای  $k$  را به آن‌ها صادر می‌کند و  $N_{mk}$  تعداد کشورهای است که محصول  $k$  را از هر مبدأ از سطح جهان وارد می‌کنند.

دامنه مقادیر شاخص نفوذ در بازار از صفر تا یک است. مقدار صفر نمایانگر وضعیتی است که کشور مورد نظر نتوانسته است کالای مشخصی را به بازارهای وارداتی دست یابد و در بازار جهانی این محصول تأثیری نداشته باشد. همچنین، مقدار یک نشان می‌دهد که صادرات کالای مورد نظر توسط کشور صادرکننده به تمام کشورهای واردکننده انجام می‌شود. افزایش تنوع در بازارهای صادراتی از راهکارهایی برای کاهش تهدیدهای تجاری مانند قطع ناگهانی روابط با برخی از شرکا به علت وقوع اتفاقات غیرمنتظره جهانی مانند جنگ، بیماری و موارد مشابه می‌باشد. اما در هر صورت، هزینه معاملات، هزینه‌های لجستیک، حمل و نقل و سایر هزینه‌های مرتبط با تجارت نیز باید در برنامه‌ریزی و ارزیابی تجارت مدنظر قرار گیرند که این شاخص قادر به انعکاس این هزینه‌ها نیست.

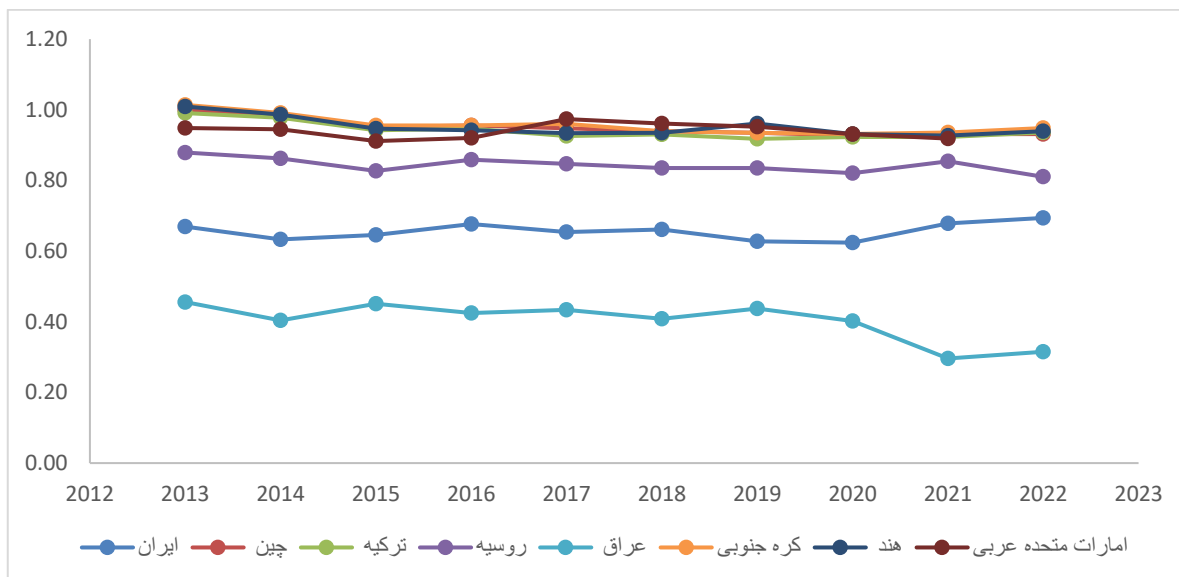
این شاخص می‌تواند برای گروه‌های مختلف کالایی و همچنین برای کشورها یا مناطق خاص محاسبه شود. نتایج حاصل از محاسبه این شاخص در طی سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۲ در جدول ۳۳-۴ ارائه شده است.

جدول ۳۳-۴: شاخص نفوذ در بازار صادراتی طی سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۲

سال											
۲۰۲۲	۲۰۲۱	۲۰۲۰	۲۰۱۹	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۶	۲۰۱۵	۲۰۱۴	۲۰۱۳		
۲۳۲	۲۳۳	۲۳۴	۲۳۱	۲۳۰	۲۲۸	۲۲۶	۲۲۶	۲۱۸	۲۱۵	تعداد کشورهای واردکننده جهان	
۱۶۱	۱۵۸	۱۴۶	۱۴۵	۱۵۲	۱۴۹	۱۵۳	۱۴۶	۱۳۸	۱۴۴	تعداد مقاصد صادراتی ایران	
۲۱۶	۲۱۷	۲۱۷	۲۱۶	۲۱۶	۲۱۶	۲۱۶	۲۱۵	۲۱۴	۲۱۵	تعداد مقاصد صادراتی چین	
۲۱۷	۲۱۵	۲۱۶	۲۱۲	۲۱۴	۲۱۱	۲۱۴	۲۱۳	۲۱۳	۲۱۳	تعداد مقاصد صادراتی ترکیه	
۱۸۸	۱۹۹	۱۹۲	۱۹۳	۱۹۲	۱۹۳	۱۹۴	۱۸۷	۱۸۸	۱۸۹	تعداد مقاصد صادراتی روسیه	
۷۳	۶۹	۹۴	۱۰۱	۹۴	۹۹	۹۶	۱۰۲	۸۸	۹۸	تعداد مقاصد صادراتی عراق	
۲۲۰	۲۱۸	۲۱۸	۲۱۶	۲۱۶	۲۱۹	۲۱۶	۲۱۶	۲۱۶	۲۱۸	تعداد مقاصد صادراتی کره جنوبی	
۲۱۸	۲۱۶	۲۱۸	۲۲۲	۲۱۵	۲۱۳	۲۱۳	۲۱۴	۲۱۵	۲۱۷	تعداد مقاصد صادراتی هند	
-	۲۱۴	۲۱۸	۲۲۰	۲۲۱	۲۲۲	۲۰۸	۲۰۶	۲۰۶	۲۰۴	تعداد مقاصد صادراتی امارات متحده عربی	
۰.۶۹	۰.۶۸	۰.۶۲	۰.۶۳	۰.۶۶	۰.۶۵	۰.۶۸	۰.۶۵	۰.۶۳	۰.۶۷	ایران	شاخص نفوذ در بازارهای صادراتی
۰.۹۳	۰.۹۳	۰.۹۳	۰.۹۴	۰.۹۴	۰.۹۵	۰.۹۶	۰.۹۵	۰.۹۸	۱	چین	
۰.۹۴	۰.۹۲	۰.۹۲	۰.۹۲	۰.۹۳	۰.۹۳	۰.۹۵	۰.۹۴	۰.۹۸	۰.۹۹	ترکیه	
۰.۸۱	۰.۸۵	۰.۸۲	۰.۸۴	۰.۸۳	۰.۸۵	۰.۸۶	۰.۸۳	۰.۸۶	۰.۸۸	روسیه	
۰.۳۱	۰.۳۰	۰.۴۰	۰.۴۴	۰.۴۱	۰.۴۳	۰.۴۲	۰.۴۵	۰.۴۰	۰.۴۶	عراق	
۰.۹۵	۰.۹۴	۰.۹۳	۰.۹۴	۰.۹۴	۰.۹۶	۰.۹۶	۰.۹۶	۰.۹۹	۱.۰۱	کره جنوبی	
۰.۹۴	۰.۹۳	۰.۹۳	۰.۹۶	۰.۹۳	۰.۹۳	۰.۹۴	۰.۹۵	۰.۹۹	۱.۰۱	هند	
	۰.۹۲	۰.۹۳	۰.۹۵	۰.۹۶	۰.۹۷	۰.۹۲	۰.۹۱	۰.۹۴	۰.۹۵	امارات متحده عربی	

مأخذ: مرکز تجارت بین‌الملل (<https://www.trademap.org>) و محاسبات پژوهش.

نتایج سال ۲۰۲۲ نشان می‌دهد که وضعیت شاخص نفوذ در بازارهای صادراتی برای ایران در مقایسه با کشورهایمانند چین، کره جنوبی، ترکیه، روسیه و هند پایین‌تر است، اما در مقایسه با عراق، ایران وضعیت بهتری داشته است. بررسی روند شاخص در ۱۰ سال گذشته نشان می‌دهد که نفوذ صادراتی ایران نسبت به بازارهای جهانی نوسانات بسیار اندکی داشته و اندازه شاخص برای ایران در بازارهای جهانی بین ۰/۶۲ تا ۰/۶۹ متغیر بوده است. این اعداد نشان می‌دهند که کالاهای صادراتی ایران به تنوع و حجم کافی برای نفوذ و حضور در بازارهای جهانی برخوردار نبوده‌اند.



نمودار ۴۰۴: وضعیت شاخص نفوذ در بازارهای صادراتی طی سال‌های ۲۰۱۳-۲۰۲۲

مأخذ: مرکز تجارت بین‌الملل (<https://www.trademap.org>) و محاسبات پژوهش.

همچنین طبق نمودار ۴۰۴\_ شاخص نفوذ در بازارهای صادراتی طی سال‌های ۲۰۱۳-۲۰۲۲، حاکی از آن است که کشور ایران در مقایسه با هفت کشور شریک تجاری خود تنها نسبت به کشور عراق در سطح بالاتری قرار داشته است و نسبت به شرکای عمده تجاری خود دارای کمترین نفوذ در بازارهای صادراتی است.



#### ۴-۴-۱۱ نتیجه‌گیری کلی از شاخص‌های تجاری

شاخص‌های تجاری، تصویری به صورت روشن و آشکار از وضعیت و روند تجارت خارجی کشورها را نمایان می‌کنند. این شاخص‌ها همچنین نقش و جایگاه هر کشور در فضای تجارت بین‌المللی را نمایان می‌سازند. ارتقاء کیفیت تجارت، از جنبه‌های مختلفی از جمله ساختار، کاربرد، پیچیدگی، تنوع محصولات و شرکای تجاری، می‌تواند به ما در ارزیابی صحیح نقش توسعه تجارت در اقتصاد و افزایش رفاه جوامع کمک کند. به منظور درک بهتر از عملکرد بخش بازرگانی هر کشور، سازمان جهانی تجارت (WTO) به منظور ارزیابی و مقایسه وضعیت تجارت کشورها از شاخص‌های متنوعی استفاده می‌کند. بررسی برخی از این شاخص‌ها برای ایران نقاطی از وضعیت تجارت کشور را نشان می‌دهد که نیاز به بهبود دارند. به‌عنوان مثال، شاخص باز بودن اقتصاد نشان‌دهنده وضعیت نامطلوب ایران در مورد بازارهای عرضه و تقاضا بین‌المللی است که بدون بهره‌مندی مناسب از آن‌ها است. شناخت میزان اکمال تجاری بین ایران و شرکای تجاری نیز بسیار حائز اهمیت است. مثالی از این مسئله در محاسبات این شاخص در مورد کشور ترکیه آمده است که نشان می‌دهد درجه کامل‌کنندگی صادرات از ایران با واردات ترکیه روند نامنظمی داشته و هنوز هم در سطح پایینی قرار دارد.

همچنین، شاخص تمرکز کالاهای صادراتی نشان‌دهنده وضعیت کاهشی در سال‌های اخیر دارد که نشان از افزایش سهم و حضور محصولات جدید در سبد صادراتی کشور دارد. این مسئله نشان می‌دهد که تنوع محصولات صادراتی به افزایش بیشتری متمایل شده است و این تغییر مثبت در زمینه صادرات کشور محسوب می‌شود. با توجه به این که تجارت کشور در صورت از دست دادن بازارهای کالایی معدود، به خطر افت تجاری خواهد افتاد، تغییرات مثبت در تنوع صادرات می‌تواند تأثیر مثبتی در میزان ریسک تجاری کشور داشته باشد.

## ۵-۴ تحلیل مصاحبه‌ها

در پژوهش حاضر به منظور بهره‌گیری و ثبت دیدگاه‌های افراد صاحب‌نظر در حوزه‌ی تجارت، از روش کیفی در قالب مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده کردیم. مصاحبه نیمه ساختاریافته به مصاحبه‌شوندگان این امکان را می‌دهد تا دیدگاه و تجربیات خود را بدون محدودیت بحث کنند و به گروه پژوهش این امکان را می‌دهد تا نظرات شرکت‌کنندگان را به واسطه‌ی تجربیاتشان با دیدگاهی جامع درک کنند. در این بخش ما با ۹۸ نفر از افراد صاحب‌نظر در حوزه‌ی تجارت از جمله (۵۰ نفر) بازرگان، (۲۹ نفر) مدیر، (۸ نفر) کارشناس و (۱۱ نفر) دانشجوی مصاحبه انجام دادیم. در جدول ۳۴-۴ مشخصات مصاحبه‌شوندگان ذکر شده است. لیست مصاحبه‌شوندگان در قسمت پیوست ذکر شده است.

جدول ۳۴-۴: مشخصات مصاحبه‌شوندگان

مصاحبه‌شوندگان	بازرگانان	مدیران	کارشناسان	اساتید دانشگاه	مجموع
استان کردستان	۲۸	۲۲	۷	۶	۶۳
اقلیم کردستان	۲۲	۷	۱	۵	۳۵
مجموع	۵۰	۲۹	۸	۱۱	۹۸

افراد به صورت هدفمند برای مصاحبه انتخاب شدند. در فرآیند مصاحبه، تیم پژوهش به انتخاب مصاحبه‌شوندگان بر اساس تنوع در تعداد بازرگانان، مدیران، کارشناسان و اساتید دانشگاه توجه داشت. فرآیند انتخاب افراد و هماهنگ‌سازی با آن‌ها بسیار وقت‌گیر بود. با افرادی که دارای شرایط لازم برای مصاحبه بودند تماس گرفته شد و با ذکر توضیحات لازم از آنان دعوت به مصاحبه گردید و پس از انجام هماهنگی‌های لازم با افراد صاحب‌نظر مصاحبه انجام شد. در کل ۹۸ مصاحبه از ۲۰ اردیبهشت تا ۲۰ مرداد انجام شد. تاریخ، زمان و نحوه مصاحبه (حضوری یا تلفنی) توسط مصاحبه‌شوندگان تعیین شد. معمولاً مدت‌زمان مصاحبه بین ۳۰ تا ۹۰ دقیقه طول کشید.

از مصاحبه‌شوندگان در مورد عوامل و شرایط تأثیرگذار بر تجارت استان و اقلیم کردستان سؤالاتی پرسیده شد. همچنین سؤالاتی در مورد این که چه شرایطی مانع از تجارت می‌شود و یا به‌نوعی تسهیلگر تجارت است مطرح شد. سؤالات اصلی که در فرآیند مصاحبه مطرح شده بود در جدول ۳۵-۴ ذکر شده است. لازم به ذکر است، محتوای مصاحبه فقط به این سؤالات ختم نمی‌شد بلکه ما به موارد مهم دیگری که فراتر از چارچوب سؤالات از سوی مصاحبه‌شوندگان مطرح می‌شد توجه داشتیم. در فرآیند مصاحبه قبل از انجام مصاحبه جدید، محتوای مصاحبه قبل را به‌دقت بررسی می‌کردیم، چون برخی از مصاحبه‌شوندگان به نکات کلیدی اشاره می‌کردند که می‌توانست محتوا سؤالات مصاحبه بعدی را جهت دهد. مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت و پس از اینکه گداهای استخراجی در فرآیند تکرار قرار گرفتند و گد جدیدی از سوی متخصصان ارائه نشد مصاحبه‌ها به پایان رسید (Boddy, 2016; Guest et al., 2006).

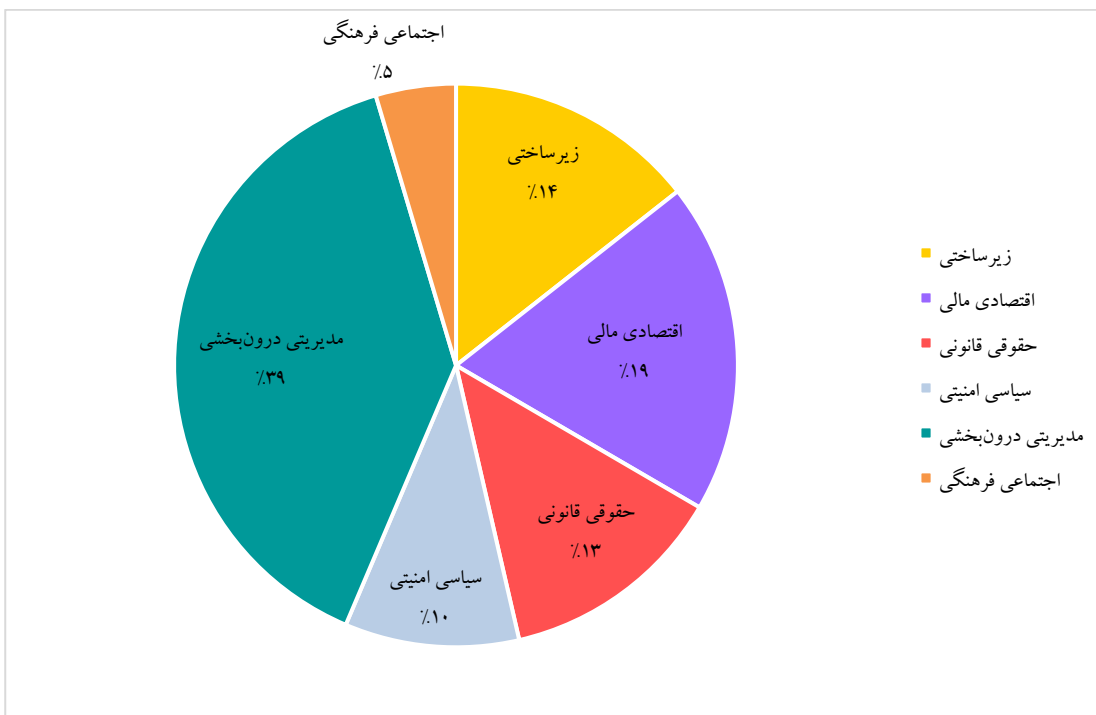
جدول ۳۵-۴: سؤالات اصلی مطرح شده در مصاحبه

سؤال	مؤلفه
- به نظر شما کدام چالش‌ها و موانع زیرساختی در روابط تجاری بین استان کردستان و اقلیم کردستان وجود دارد؟	زیرساختی
- به نظر شما چالش‌ها و موانع اقتصادی و مالی در روابط تجاری بین استان کردستان و اقلیم کردستان چه مواردی است؟	اقتصادی و مالی
- به نظر شما چه چالش‌ها و موانع سیاسی و امنیتی در روابط تجاری بین استان کردستان و اقلیم کردستان وجود دارد؟	سیاسی و امنیتی
- به نظر شما چالش‌ها و موانع حقوقی و قانونی در روابط تجاری بین استان کردستان و اقلیم کردستان کدامند؟	حقوقی-قانونی
- به نظر شما چه چالش‌ها و موانع مدیریتی و درون‌بخشی در روابط تجاری بین استان کردستان و اقلیم کردستان وجود دارد؟	مدیریتی درون‌بخشی
- به نظر شما چه چالش‌ها و موانع اجتماعی و فرهنگی در روابط تجاری بین استان کردستان و اقلیم کردستان وجود دارد؟	اجتماعی و فرهنگی

پس از اتمام مصاحبه‌ها، محتوای مصاحبه‌ها تحلیل شد و در کل ۳۰۵ گُذ در شش بعد زیرساختی، اقتصادی-مالی، حقوقی-قانونی، سیاسی-امنیتی، مدیریتی-درون‌بخشی و اجتماعی-فرهنگی استخراج شد. ۳۰۵ گُذ استخراج شده در جدول ۳۷-۴ بر اساس شش بُعد موجود به تفصیل ذکر شده است. در جدول ۳۶-۴ تعداد گُدهای استخراجی بر اساس ابعاد، درصد وزنی و رتبه مشخص شده و در نمودار 41۴\_ هم درصد گُدهای استخراجی در شش بُعد نمایش داده شده است.

جدول ۳۶-۴: تعداد، درصد و رتبه گُدهای استخراجی به تفکیک ابعاد (استان کردستان)

رتبه	درصد	تعداد گُذ	ابعاد
۳	٪۱۴.۴	۴۴	زیرساختی
۲	٪۱۹	۵۸	اقتصادی-مالی
۴	٪۱۳	۳۹	حقوقی-قانونی
۵	٪۱۰	۳۱	سیاسی-امنیتی
۱	٪۳۹	۱۱۹	مدیریتی-درون‌بخشی
۶	٪۴.۶	۱۴	اجتماعی-فرهنگی
-	٪۱۰۰	۳۰۵	کُل



**نمودار ۴/۴- درصد گداهای استخراج شده از مصاحبه در استان کردستان در شش بُعد (زیرساختی، اقتصادی-مالی، حقوقی-قانونی، سیاسی-امنیتی، مدیریتی-درون‌بخشی و اجتماعی-فرهنگی)**

**جدول ۳۷-۴: گداهای استخراج شده از مصاحبه‌ها در استان کردستان**

بُعد	گداهای استخراج شده از مصاحبه‌ها (استان کردستان)	ردیف
زیرساختی	نامناسب بودن راه‌های ارتباطی و جاده‌های استان کردستان	۱.
	نامناسب بودن راه‌های ارتباطی منتهی به مرزهای استان کردستان	۲.
	نبود جاده‌های مناسب در بازارچه‌های مرزی استان کردستان	۳.
	پایین بودن سرانه جاده و بزرگراه در استان کردستان	۴.
	کیفیت پایین آسفالت جاده‌های استان	۵.
	ضعف عملکردی گروه‌های تعمیر و نگهداری جاده‌ها	۶.
	ناکافی بودن لاین‌های جاده‌ای در پایانه‌ها	۷.
	مجزا نبودن لاین‌های جاده‌ای برای تردد انواع ماشین و ماشین‌های ترانزیتی در پایانه‌ها	۸.
	فرسودگی ناوگان حمل‌ونقل استان	۹.
	کمبود ناوگان حمل‌ونقل استان	۱۰.
	کمبود مجتمع‌های رفاهی بین جاده‌ای تا پایانه‌ها، بازارچه‌های مرزی و گمرک	۱۱.
	نبود شبکه حمل‌ونقل ریلی در استان	۱۲.

ردیف	بُعد	گدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها (استان کردستان)
۱۳.		نبود پرواز مستقیم از استان کردستان به اقلیم کردستان
۱۴.		عدم وجود پایانه‌های صادراتی در استان
۱۵.		نبود محوطه و فضای مناسب جهت برپایی نمایشگاه‌های صادراتی در پایانه‌های مرزی
۱۶.		کمبود انبار در پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی
۱۷.		نبود انبارهای مکانیزه در پایانه‌های مرزی
۱۸.		کمبود سردخانه در پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی
۱۹.		نبود سردخانه‌های صادراتی مناسب در پایانه‌های مرزی
۲۰.		نامناسب بودن مکان تخلیه و بارگیری در پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی
۲۱.		کمبود باسکول در پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی
۲۲.		کمبود آزمایشگاه استاندارد در پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی
۲۳.		نبود آزمایشگاه‌های مناسب کنترل کیفیت محصولات صادراتی در مبادی خروجی مرزهای استان
۲۴.		کمبود دستگاه‌های اسکن بار و مسافر (X-Ray) در پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی
۲۵.		کمبود پارکینگ امن و مناسب برای کامیون‌ها در پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی
۲۶.		قطعی برق در مرزها و پایانه‌های مرزی
۲۷.		نبود برق اضطراری در پایانه‌های مرزی
۲۸.		ناکافی بودن روشنایی و تیر برق‌ها در محوطه مرزها
۲۹.		کیفیت پایین محوطه‌های ارزیابی در پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی
۳۰.		نبود اقامتگاه و استراحتگاه مناسب در محدوده پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی
۳۱.		نبود خدمات فنی و مکانیکی برای کامیون‌ها در محدوده پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی
۳۲.		کمبود جایگاه سوخت در محدوده پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی
۳۳.		نبود سالن‌های مذاکره در محدوده پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی
۳۴.		عدم حضور فوریت‌های پزشکی در محدوده پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی
۳۵.		عدم حضور آتش‌نشانی در محدوده پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی
۳۶.		مشکلات دیپ‌گیری و کنترل سوخت در پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی
۳۷.		طولانی و غیراصولی بودن عملیات تخلیه و بارگیری در گمرک و پایانه‌های مرزی
۳۸.		گُند بودن ارتباطات به دلیل سرعت کم اینترنت
۳۹.		وضعیت فیلترینگ
۴۰.		مشکل شبکه فیبر نوری

ردیف	کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها (استان کردستان)	بُعد
۴۱	مشکل پوشش دهی تلفن همراه در مرزها	
۴۲	مشکل پوشش دهی اینترنت در مرزها	
۴۳	مشکل سخت‌افزاری زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات	
۴۴	مشکل نرم‌افزاری زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات	
۴۵	عدم امکان فعالیت و دسترسی شعب بانک‌های تجاری ایران در اقلیم کردستان	اقتصادی-مالی
۴۶	فقدان بانک مشترک برای دو کشور جهت نقل و انتقال وجوه نقدی فعالین اقتصادی	
۴۷	ناکافی بودن استقرار بانک‌های ایرانی در محدوده مرز و بازارچه‌های مرزی	
۴۸	حضور تنها شعبه بانک ملی در مرز باشماق	
۴۹	مستقر نبودن بانک‌های اقلیم کردستان و عراق در محدوده مرز و بازارچه‌های مرزی	
۵۰	فقدان یک سیستم بانکی منسجم و شفاف بین دو کشور مطابق قوانین و مقررات بین‌المللی نظام بانکی	
۵۱	نبود ارتباطات و پیوندهای بانکی بین استان و اقلیم	
۵۲	ناکافی بودن میزان اعطای وام و تسهیلات مناسب از سوی بانک‌های استان به بازرگانان	
۵۳	عدم اختصاص اعتبارات و تسهیلات بانکی با بهره و بازده زمانی مناسب به واحدهای تولیدی و صادراتی	
۵۴	ناکافی بودن میزان تأمین اعتبارات از سوی بانک‌ها	
۵۵	بالا بودن نرخ بهره اعتبارات بانک‌ها	
۵۶	دشواری تأمین مالی بازرگانان از سوی بانک‌ها	
۵۷	کاهش توان مالی صادرکنندگان و تعاونی‌های مرزنشینان	
۵۸	مشکلات صدور و پذیرش ضمانت‌نامه‌های بانک‌های ایران در خارج از کشور خصوصاً در زمینه صادرات خدمات فنی و مهندسی	
۵۹	ناکافی بودن همکاری و پشتیبانی صندوق ضمانت صادرات از بازرگانان استان در اقلیم کردستان	
۶۰	تحریم‌های بانکی و عدم دسترسی به شبکه‌های بانکی بین‌المللی	
۶۱	عدم حضور صرافی‌های ایرانی یا واحدهای ارزی در مرز	
۶۲	عدم حضور صرافی‌های اقلیم کردستان در مرز	
۶۳	حضور افراد سودجو دلالان در امور تبدیل ارز	
۶۴	حمایت کم شرکت‌های بیمه‌ای ایران از بازرگانان	
۶۵	عدم پوشش ریسک‌های تجاری بازرگانان توسط شرکت‌های بیمه‌ای در اقلیم کردستان	
۶۶	عملکرد ضعیف شرکت‌های بیمه‌ای در اطمینان بخشی به معاملات در نقل و انتقال پول	
۶۷	عدم وجود بیمه نیروهای فعال ایرانی در اقلیم کردستان	

ردیف	کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها (استان کردستان)	بُعد
۶۸.	مشکل وصول مطالبات تجار ایرانی در اقلیم کردستان	
۶۹.	عدم حمایت کافی شرکت‌های بیمه‌ای در اقلیم	
۷۰.	نوسانات شدید نرخ ارز	
۷۱.	چند نرخی بودن نرخ ارز	
۷۲.	تفاوت قیمت ارز در سامانه نیما و بازار آزاد	
۷۳.	تفاوت ارزش پایه کالاهای صادراتی در گمرک با قیمت تمام شده آن‌ها و افزایش تعهدات ارزی صادرکنندگان به تبعیت از آن	
۷۴.	تبعات حذف ارز ترجیحی بر کالاهای اساسی و برخی مواد اولیه واحدهای تولیدی صادراتی	
۷۵.	عدم وجود برقراری تعرفه‌های ترجیحی با کشور عراق	
۷۶.	تأثیر منفی تداوم اجرای سیاست برگشت ارز حاصل از صادرات به چرخه اقتصادی کشور	
۷۷.	مشکلات فرآیند برگشت ارز حاصل از صادرات	
۷۸.	وضع کردن جرائم برای صادرکنندگان (طبق قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز) به دلیل عدم ایفای تعهدات ارزی از سوی آن‌ها	
۷۹.	مشکل در برگشت ارز صادرات بازرگانان استان با اقلیم کردستان	
۸۰.	ناعادلانانه بودن رویه‌های ممیزی	
۸۱.	دریافت مالیات‌های زیاد از بازرگانان	
۸۲.	ابهام در نحوه محاسبه مالیات تراکنش‌های بانکی	
۸۳.	تأخیر در استرداد مالیات بر ارزش افزوده شرکت‌های صادرکننده	
۸۴.	معافیت مالیاتی برای فعالیت تجاری و بازرگانی مرزنیسان و شرکت‌های تعاونی و پبله‌وران	
۸۵.	عملکرد ضعیف استان در انجام سرمایه‌گذاری مشترک با اقلیم کردستان در طرح‌ها و پروژه‌های مرتبط با حوزه تجاری	
۸۶.	وجود فساد در دستگاه‌های اجرایی دولتی مربوط به تجارت استان	
۸۷.	وجود رانت و انحصارات تجاری در نهادها و تشکل‌های بخش خصوصی	
۸۸.	وجود رانت و انحصارات تجاری برای صادرات برخی از محصولات	
۸۹.	رانت و انحصارات تجاری توسط برخی از بازرگانان استان	
۹۰.	رانت و انحصارات تجاری در مرزها	
۹۱.	وجود رانت و انحصارات تجاری برخی از کالاها در اختیار احزاب خاصی در اقلیم کردستان	
۹۲.	جهش نرخ ارز محاسباتی ارزشی گمرکی کالاهای وارداتی	
۹۳.	بی‌ثباتی در سیاست‌های اقتصادی و تجاری کشور و مقررات مربوطه	
۹۴.	ریسک‌های اقتصادی و تجاری در ایران	
۹۵.	اقتصاد و بازار پر ریسک عراق و اقلیم کردستان	

ردیف	کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها (استان کردستان)	بُعد
۹۶.	بی‌ثباتی در سیاست‌های ارزی کشور	
۹۷.	بی‌ثباتی در سیاست‌های پولی و مالی کشور	
۹۸.	مشکلات و محدودیت‌های نقل و انتقالات ارزی	
۹۹.	عدم تخصیص ارز ترجیحی به کالاهای ایرانی که از طرف مرزهای اقلیم کردستان وارد می‌شوند	
۱۰۰.	عدم ابلاغ اعتبارات مورد نظر جهت پیشبرد طرح‌ها و برنامه‌های عملیاتی مورد نظر در حوزه تجارت خارجی استان	
۱۰۱.	رکود و کاهش قدرت خرید منطقه‌ای و تأثیر آن در کاهش و رکود تجارت منطقه	
۱۰۲.	ایجاد و توسعه مراکز تخصصی پزشکی در استان و شهرستان‌های مرزی جهت ارائه خدمات به بیماران اقلیم (تجارت خدمات توریسم درمانی)	
۱۰۳.	نبود مرکز مشترک داوری، جهت حل اختلافات حقوقی و قراردادی بین بازرگانان	
۱۰۴.	نبود نهاد مشترک قانونی برای امر دعوی خواهی و رسیدگی به شکایات و اختلافات تجاری بازرگانان طرفین در مرز	
۱۰۵.	نبود یک نهاد قانونی با اختیارات کافی جهت پیگیری و نظارت اجرای تفاهم‌نامه‌های منعقد شده تجاری طرفین	
۱۰۶.	عدم پوشش بیمه‌ای و نبود بیمه جبران خسارات در حمل و نقل برای رانندگان کامیون‌های استان در اقلیم کردستان و نبود مرجع رسیدگی به اختلافات آن‌ها	
۱۰۷.	جانب‌داری سیستم قضایی و اداری استان از برخی افراد	حقوقی-قانونی
۱۰۸.	جانب‌داری سیستم قضایی و اداری اقلیم از برخی افراد وابسته به احزاب	
۱۰۹.	نبود زمینه مناسب برای انعقاد موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد و ترجیحی با کشورهای هدف صادراتی	
۱۱۰.	مشکل اعمال معافیت حقوق گمرکی	
۱۱۱.	ناکافی بودن اعمال سود بازرگانی کالاهای وارداتی	
۱۱۲.	ناکافی بودن مشوق‌های صادراتی	
۱۱۳.	تأخیر در پرداخت مشوق‌های صادراتی	
۱۱۴.	ندادن مشوق‌های صادراتی	
۱۱۵.	تعرفه‌های گمرکی	
۱۱۶.	وجود موانع غیر تعرفه‌ای نظیر سهمیه‌بندی واردات	
۱۱۷.	مغایرت در اجرای تعرفه‌های گمرکی و عدم اجرای تعرفه‌ها به صورت رویه واحد در مرزها	
۱۱۸.	نوسانات تعرفه‌های حمل و نقل در کشور	
۱۱۹.	قوانین متغیر گمرکی کشور عراق و عدم اعمال یکسان تعرفه‌ها و رویه‌های گمرکی در مرزهای ورودی	
۱۲۰.	عدم اجرای قوانین و مقررات یکسان در کشور عراق در خصوص ترخیص کالاهای وارد شده از طرف کشور ایران	
۱۲۱.	اعمال یکسری ممنوعیت‌ها و محدودیت‌ها از سوی کشور عراق	



ردیف	کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها (استان کردستان)	بُعد
۱۲۲	اعمال محدودیت و ممنوعیت غیرقابل پیش‌بینی فصلی برای برخی از محصولات کشاورزی از سوی طرف عراقی	
۱۲۳	اعمال محدودیت یا ممنوعیت‌های غیرقابل پیش‌بینی برای برخی از محصولات از سوی طرف عراقی	
۱۲۴	مدت‌دار نبودن مجوزهای واردات میوه و تره‌بار صادرشده توسط وزارت کشاورزی عراق	
۱۲۵	عدم پذیرش و عودت محموله‌های صادراتی ایرانی نظیر مواد خوراکی به دلیل تفاوت در استانداردهای بهداشتی و قرنطینه‌ای	
۱۲۶	عدم پذیرش و عودت محموله‌های صادراتی ایرانی به دلیل تفاوت در استانداردهای بسته‌بندی و کیفی	
۱۲۷	برگشت کالاهای ایرانی به دلیل تفاوت در تاریخ انقضای کالای صادراتی در کشور عراق با ایران	
۱۲۸	عدم حمل یکسره کالاهای صادراتی خصوصاً کالاهای فسادپذیر و شکستی	
۱۲۹	استفاده از کارت بازرگانی اجاره‌ای	
۱۳۰	وجود بخش‌نامه‌های متغیر و بی‌ثبات در مورد شرایط صادرات و یا ترخیص کالا	
۱۳۱	وجود بخش‌نامه‌های آبی منع‌کننده و یا محدودکننده صدور کالا	
۱۳۲	صدور بخش‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های متعدد و متناقض	
۱۳۳	تصمیم‌گیری و ابلاغ دستورالعمل‌های لحظه‌ای بدون در نظر گرفتن منافع بخش خصوصی و فعالین اقتصادی	
۱۳۴	وجود لیست‌های شدیداً متغیر از محصولات و کالاهای دارای مجوز صادرات واردات	
۱۳۵	نوسانات مستمر در مقررات و سیاست‌های تجاری	
۱۳۶	نبود توافق‌نامه بین گمرکات کل ایران و عراق مربوط به استقرار مسئولین قرنطینه در پایانه‌های مرزی ایران و عراق	
۱۳۷	اجرایی نشدن برخی از دستورالعمل‌ها و آئین‌نامه‌ها از جمله عدم تخصیص اعتبارات پیش‌بینی شده در بسته حمایت از توسعه صادرات غیرنفتی	
۱۳۸	عدم دانش و آگاهی کافی بازرگانان نسبت به مسائل حقوقی تجارت بین‌المللی	
۱۳۹	عدم دانش و آگاهی کافی کارکنان دستگاه‌های اجرایی امر تجارت نسبت به مسائل حقوقی تجارت بین‌الملل	
۱۴۰	عدم اعتبار سنجی و رتبه‌بندی بازرگانان	
۱۴۱	تولید کالاهای تقلبی با برند محصولات تولیدی استان در اقلیم کردستان	
۱۴۲	موقعیت سرزمینی (جغرافیایی، سیاسی، اقتصادی) استان کردستان و مناطق مرزی	سیاسی - امنیتی
۱۴۳	کاهش کیفیت کالاهای صادراتی در مرز به دلیل بازرسی‌های متعدد و غیراصولی هنگ مرزی	
۱۴۴	تأخیر فرآیند عبور کالا از مرز به دلیل بازرسی‌های متعدد	
۱۴۵	آسیب‌پذیری تجارت به دلیل تداوم تحریم‌ها	
۱۴۶	محدود شدن بازارهای صادراتی به دلیل تداوم تحریم‌ها	
۱۴۷	اتخاذ سیاست‌های مقطعی و عدم امکان برنامه‌ریزی بلندمدت در تجارت به دلیل تحریم‌های بین‌المللی	
۱۴۸	ممنوعیت موقت تردد و مبادلات تجاری به دلیل رویدادهای سیاسی-امنیتی	

ردیف	کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها (استان کردستان)	بُعد
۱۴۹	بستن مرزها و بازارچه‌ها	
۱۵۰	تعطیلی بازارچه سیف سقز به دلایل امنیتی	
۱۵۱	لغو کردن رسمی بودن مرز سیرانبد بانه از طرف کشور عراق به دلیل اختلافات اقلیم با دولت مرکزی عراق	
۱۵۲	تحركات و اقدامات نظامی در مرزهای استان و اقلیم کردستان	
۱۵۳	سیاسی کردن مسائل اقتصادی و تبدیل کردن نگاه سیاسی به جای نگاه اقتصادی	
۱۵۴	ناکافی بودن حمایتی دولت در امور تجاری نسبت به رقبای تجاری استان در اقلیم کردستان	
۱۵۵	امنیتی بودن ماهیت بازارچه‌ها و پایانه‌های مرزی	
۱۵۶	نقش پررنگ مرزبانی و فرمانداری‌ها در مدیریت مرزها	
۱۵۷	تعداد محدود ریزران بازرگانی استان در اقلیم کردستان عراق	
۱۵۸	ناکافی بودن حمایت‌های سیاسی از تجار استان در بازارهای اقلیم و عراق	
۱۵۹	عملکرد ضعیف بخش اقتصادی دستگاه دیپلماسی ایران در اقلیم کردستان	
۱۶۰	ناکافی بودن کارکنان متخصص اقتصادی و تجاری در بخش اقتصادی دستگاه دیپلماسی ایران در اقلیم کردستان	
۱۶۱	عملکرد ضعیف دستگاه دیپلماسی اقتصادی ایران در تسهیل مبادلات تجاری	
۱۶۲	عملکرد ضعیف دستگاه دیپلماسی اقتصادی ایران در تأمین حقوق فعالان تجاری در اقلیم کردستان	
۱۶۳	عملکرد ضعیف دستگاه دیپلماسی اقتصادی اقلیم کردستان در تسهیل مبادلات تجاری	
۱۶۴	عملکرد ضعیف دستگاه دیپلماسی اقتصادی ایران در راستای انعقاد توافقنامه تجاری عملیاتی	
۱۶۵	خلأ تفاهم‌نامه‌های قضایی و حقوقی با ضمانت اجرایی	
۱۶۶	ریسک و بی‌ثباتی سیاسی در ایران	
۱۶۷	ریسک و بی‌ثباتی سیاسی در عراق و اقلیم کردستان	
۱۶۸	بیکاری گسترده و گرایش به قاچاق و فعالیت غیررسمی در مناطق مرزی	
۱۶۹	نبود پایگاه‌های مشاوره‌ای و کنسولی برای ارائه خدمات مشاوره‌ای به بازرگانان	
۱۷۰	اختلافات و مشکلات سیاسی اقلیم کردستان با حکومت مرکزی عراق به‌عنوان یکی از عوامل اصلی کاهش صادرات استان به اقلیم کردستان	
۱۷۱	محدودیت‌های ورود کالا از اقلیم کردستان به جنوب و مرکز عراق بعد از تشدید اختلافات اقلیم با حکومت مرکزی عراق	
۱۷۲	توجه بیشتر مقامات کشور ایران به تجارت از طریق مرزهای شمالی ایران و غفلت از مرزهای غربی کشور	
۱۷۳	نبود مدیریت واحد و یکپارچه در مرز رسمی باشماق و سیرانبد جهت ساماندهی امور مربوط به تجارت	مدیریتی
۱۷۴	نبود مدیریت واحد و یکپارچه در بازارچه‌های مرزی جهت ساماندهی امور تجاری	
۱۷۵	تعدد تصمیم‌گیرندگان در مرز باشماق	

ردیف	کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها (استان کردستان)	بُعد
۱۷۶.	تفویض پایش و بازرسی نهایی در مرزها در حیطه‌ی اختیارات گمرک قرار گیرد نه هنگ مرزی	
۱۷۷.	اعمال نظر و دخالت بی‌مورد نمایندگان شهرستان‌ها در مسائل بازارچه‌ها	
۱۷۸.	نداشتن اختیارات کافی مدیران و مسئولان مرزی برای تصمیم‌گیری	
۱۷۹.	عدم تفویض اختیارات لازم به مدیران اجرایی دستگاه‌های دولتی استان در مذاکرات و مراودات اقتصادی	
۱۸۰.	عدم تفویض اختیارات لازم به نهادهای تجاری بخش خصوصی و فعالان اقتصادی استان در مذاکرات و مراودات اقتصادی	
۱۸۱.	طولانی بودن فرآیند اخذ مجوزهای تجاری	
۱۸۲.	طولانی بودن تشریفات گمرکی	
۱۸۳.	طولانی بودن فرآیند ثبت سفارش	
۱۸۴.	طولانی بودن فرآیند صدور کارت بازرگانی	
۱۸۵.	طولانی بودن فرآیند ترخیص کالا	
۱۸۶.	ایستایی محموله‌های صادراتی	
۱۸۷.	دپزنی ماشین‌های عراقی و ترانزیتی	
۱۸۸.	مکانیزه نبودن فرآیندهای تجاری در گمرکات مرزی‌های رسمی استان	
۱۸۹.	مکانیزه نبودن فرآیندهای تجاری در بازارچه‌های مرزی استان	
۱۹۰.	هدفمند نبودن اعزام و پذیرش هیئت‌های تجاری	
۱۹۱.	ناکارآمد بودن اعزام و پذیرش هیئت‌های تجاری	
۱۹۲.	ناکافی بودن اعزام و پذیرش هیئت‌های تجاری	
۱۹۳.	وجود ناهماهنگی بین طرف ایرانی و عراقی در امر تجارت	
۱۹۴.	عدم همکاری و تفاهم بین مسئولین ایرانی و عراقی مرزها و بازارچه‌ها	
۱۹۵.	اختلاف زمانی ساعات بین استان و اقلیم کردستان	
۱۹۶.	اختلاف در تعطیلات اعیاد و اختلاف در تعداد روزهای تعطیل بین استان و اقلیم کردستان	
۱۹۷.	تعطیلات سوگواری‌ها بین استان و اقلیم کردستان	
۱۹۸.	وجود بحران تصمیم‌گیری در حوزه مرزها به دلیل اختلاف بین دولت مرکزی عراق و اقلیم کردستان	
۱۹۹.	توجه به توانمندسازی بنگاه‌های کوچک و متوسط استانی	
۲۰۰.	توجه به توانمندسازی بنگاه‌های دانش‌بنیان صادراتی	
۲۰۱.	تقویت تشکل‌ها و انجمن‌های اقتصادی و تجاری استان	
۲۰۲.	حمایت از تشکیل و توسعه شرکت‌های بزرگ صادراتی	
۲۰۳.	فعال‌سازی رایزنان بازرگانی به منظور آشنا نمودن تجار با سلاقی و نیازهای بازارهای هدف	

ردیف	کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها (استان کردستان)	بُعد
۲۰۴	توجه به تولید محصولات و ارائه خدمات مشتری محور بر مبنای سلاقی مصرف کنندگان در بازار اقلیم کردستان و عراق	
۲۰۵	محدود بودن بازارهای صادراتی استان کردستان	
۲۰۶	بی توجهی سازمان‌های دولتی در شناسایی بازارهای هدف صادراتی اقلیم و عراق و عدم ارائه اطلاعات کافی در مورد آن‌ها	
۲۰۷	بی توجهی بخش خصوصی در شناسایی بازارهای هدف صادراتی اقلیم و عراق و عدم ارائه اطلاعات کافی در مورد آن‌ها	
۲۰۸	توجه به اهمیت تنوع بخشی به بازارهای هدف صادراتی	
۲۰۹	توجه به اهمیت افزایش تنوع محصولات صادراتی (کالا و خدمات)	
۲۱۰	افزایش حجم و تنوع محصولات و مقاصد صادراتی با رویکرد توسعه بازارهای موجود و ایجاد بازارهای جدید	
۲۱۱	ضعف تبلیغات و بازاریابی در راستای جذب بازارهای خارجی متنوع	
۲۱۲	پایین بودن سهم تولید صادراتی استان کردستان	
۲۱۳	پایین بودن ظرفیت‌های تولید صادرات محور در سطح استان	
۲۱۴	توجه به توسعه بازار و برند در استان کردستان	
۲۱۵	توجه به برندها و محصولات خاص استان از جمله ارتقای جایگاه فرش دستباف ایرانی و توت‌فرنگی	
۲۱۶	نبود بانک اطلاعاتی اقتصادی و تجاری استان کردستان	
۲۱۷	عدم دسترسی به آمار واحدهای تولیدی صادراتی	
۲۱۸	نبود سامانه جامع تجاری جهت اخذ آمار تجارت استان کردستان	
۲۱۹	نبود بانک اطلاعاتی بازرگانان واحدهای تولیدی استان کردستان	
۲۲۰	برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی تجارت بین‌الملل برای اعضای اتاق بازرگانی، تشکل‌های تجاری و فعالان اقتصادی	
۲۲۱	ضعف در اطلاع‌رسانی برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی تجارت بین‌الملل	
۲۲۲	بی توجهی به ضرورت برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی تجارت بین‌الملل	
۲۲۳	نبود دوره‌های آموزشی مرتبط به فرآیند کسب مجوزهای شرکت مدیریت صادرات	
۲۲۴	نبود زمینه لازم برای برگزاری رویدادها و نمایشگاه‌های تجاری	
۲۲۵	ریسک پذیری کم مدیران و شرکت‌های تجاری و صادرات محور در راستای شناسایی و افزایش سهم در بازارهای هدف	
۲۲۶	نبود آگاهی لازم در مورد اهمیت برندسازی برای محصولات داخلی استان	
۲۲۷	نبود دانش و بینش کافی در مورد اهمیت طراحی و بسته‌بندی محصولات صادراتی	
۲۲۸	نبود رویدادهای مرتبط با طراحی و بسته‌بندی محصولات صادراتی	
۲۲۹	ناکافی بودن دوره‌های آموزشی در مورد طراحی و بسته‌بندی محصولات صادراتی	
۲۳۰	عدم توجه تولید کنندگان و بازرگانان به نحوه بسته‌بندی محصولات صادراتی خود	

ردیف	کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها (استان کردستان)	بُعد
۲۳۱.	حضور کم نیروهای مجرب، ماهر و دارای تخصص بازرگانی در دستگاه‌های اجرایی	
۲۳۲.	حضور کم نیروهای مجرب، ماهر و دارای تخصص بازرگانی در نهاد و تشکل‌های بخش خصوصی استان	
۲۳۳.	کم توجهی به نگهداشت و استفاده از توانایی نیروهای جوان و تحصیل کرده در مناطق مرزی	
۲۳۴.	ناکارآمدی تشکل‌های تجاری استان	
۲۳۵.	عملکرد ضعیف اتاق بازرگانی در توسعه تجارت بین استان و اقلیم کردستان	
۲۳۶.	عملکرد ضعیف انجمن‌های صادراتی در تجارت بین استان و اقلیم کردستان	
۲۳۷.	عملکرد ضعیف تعاونی‌های مرزنشین در تجارت بین استان و اقلیم کردستان	
۲۳۸.	عملکرد ضعیف شرکت‌های حمل‌ونقل بین‌المللی در تجارت بین استان و اقلیم کردستان	
۲۳۹.	عدم عملکرد شرکت‌های مدیریت صادرات در تجارت بین استان و اقلیم کردستان	
۲۴۰.	ناکافی بودن شرکت‌های مدیریت صادرات در تجارت بین استان و اقلیم کردستان	
۲۴۱.	عملکرد ضعیف سامانه پنجره واحد تجارت فرامرزی در تجارت بین استان و اقلیم کردستان	
۲۴۲.	عملکرد ضعیف اتاق‌های مشترک ایران و عراق در توسعه مبادلات تجاری	
۲۴۳.	عملکرد ضعیف کمیته مشترک اتاق بازرگانی سنندج و سلیمانیه در توسعه مبادلات تجاری	
۲۴۴.	عملکرد ضعیف دستگاه‌های اجرایی مرتبط در طرح جامع ساماندهی مرز بین‌المللی باشماق	
۲۴۵.	عملکرد ضعیف ارگان‌های مرتبط به حوزه تجارت در طراحی سایت‌های اینترنتی کارآمد برای اطلاع‌رسانی در حوزه تجارت	
۲۴۶.	عدم اطلاع‌رسانی به موقع بخش‌نامه‌ها، محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های تجاری به بازرگانان ایرانی و اقلیم کردستان	
۲۴۷.	نبود صنایع تبدیلی واحدهای فرآوری مناسب برای رقابت‌پذیر کردن محصولات صادراتی	
۲۴۸.	ضعف بسته‌بندی محصولات صادراتی	
۲۴۹.	مشکل سورتینگ محصولات صادراتی	
۲۵۰.	دشواری بودن و هزینه‌بر بودن تردد بازرگانان، نیروی کار و ماشین‌آلات در مرز	
۲۵۱.	دشواری و بالا بودن هزینه اقامت فعالان اقتصادی و تجاری و نیروهای متخصص در اقلیم	
۲۵۲.	عملکرد ضعیف دستگاه‌های اجرایی به‌ویژه مرزبانی در ساماندهی کولبری	
۲۵۳.	تیراندازی نهادهای امنیتی و نظامی به کولبران در معابر کولبری	
۲۵۴.	بدنام شدن و کاهش اعتبار تجاری کالاها و خدمات صادراتی استان به دلیل عدم نظارت بر کیفیت کالاها	
۲۵۵.	صدور خدمات و محصولات بی کیفیت به اقلیم کردستان و مرجوع شدن آن‌ها	
۲۵۶.	پائین بودن کیفیت بعضی از کالاهای صادراتی	
۲۵۷.	عدم وجود رویه مناسب برگشت کالاهایی مرجوعی (به‌ویژه کالاهای فسادپذیر) که از سوی طرف عراق مورد پذیرش نیست	
۲۵۸.	ضرورت صدور گواهی مبدأ به منظور شناسایی تولیدکنندگان اصلی متخلف و برخورد با آن‌ها	

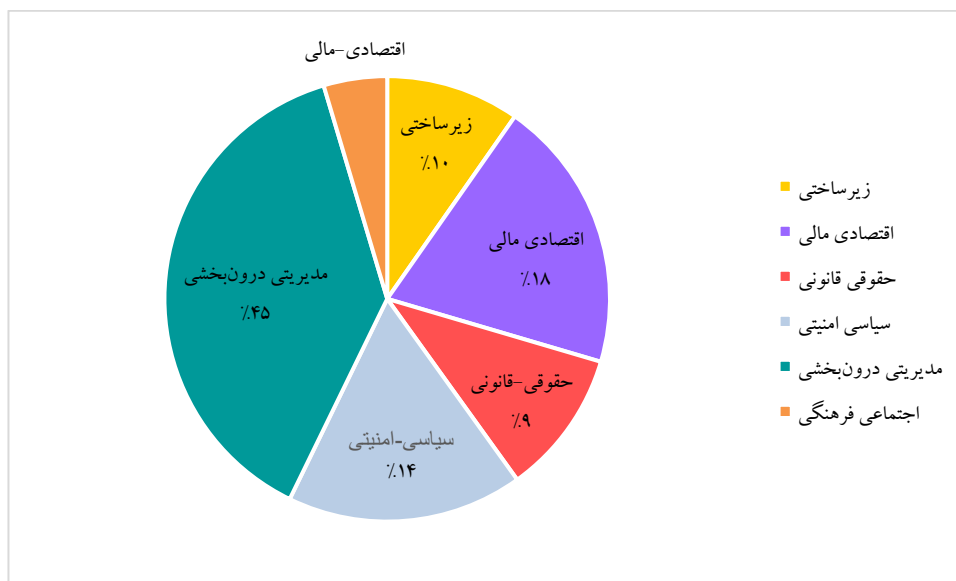
ردیف	کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها (استان کردستان)	بُعد
۲۵۹	کمبود کارکنان شاغل در دستگاه‌های اجرایی مستقر در مرز به‌ویژه گمرک	
۲۶۰	هزینه اضافی به دلیل وزن‌گردانی مضاعف در مرزهای اقلیم کردستان	
۲۶۱	هزینه اضافی به دلیل نمونه‌گیری‌های مضاعف آزمایشگاهی در مرزهای اقلیم کردستان	
۲۶۲	استقرار سودجویانه شرکت‌هایی که برخلاف کنوانسیون‌های بین‌المللی نسبت به اخذ عوارض و صدور اوراق تحت انواع صدور اوراق تحت عنوان مانیفست	
۲۶۳	اخذ عوارض توسط مقامات محلی اقلیم از کالاهای صادراتی استان و کشور	
۲۶۴	فساد و سوءاستفاده افراد از مقام و موقعیت اداری در دستگاه‌های اجرایی دولتی و بخش خصوصی مربوط به امر تجارت	
۲۶۵	سهل‌انگاری در عملیاتی نمودن منطقه آزاد تجاری - صنعتی بانه و میوان	
۲۶۶	نبود زیرساخت‌های منطقه آزاد تجاری - صنعتی بانه و میوان	
۲۶۷	ایجاد و راه‌اندازی مراکز تجاری در بازارهای اقلیم کردستان	
۲۶۸	ایجاد، راه‌اندازی و توسعه فعالیت دفاتر فروش و بازاریابی در بازارهای اقلیم کردستان	
۲۶۹	تأسیس شرکت‌های مشترک حمل‌ونقل بین‌المللی	
۲۷۰	ترویج همکاری شرکت‌های صادراتی و ائتلاف بین آن‌ها در بازارهای هدف صادراتی	
۲۷۱	رایزنی در راستای ایجاد کریدور ترانزیت خارجی در اقلیم جهت صادرات کالاهای ایرانی به سوریه	
۲۷۲	طراحی و ایجاد بانک اطلاعاتی تجاری - تولیدی به زبان‌های کُردی، فارسی، انگلیسی و عربی	
۲۷۳	عدم وجود تحقیق، توسعه و بازاریابی تخصصی در حوزه صادرات و عدم آشنایی صادرکنندگان به بازارهای هدف	
۲۷۴	انجام پژوهش‌های کاربردی از سوی استان و اقلیم در چارچوب موضوعات مطالعه بازار، تحلیل رقبا، شناخت پتانسیل‌ها و فرصت‌های تجاری	
۲۷۵	نبود نقشه‌راه و برنامه راهبردی تجارت استان کردستان و اقلیم کردستان	
۲۷۶	نبود تحلیل مستمر و به‌روز بازارهای هدف و اقلیم کردستان	
۲۷۷	عملکرد ضعیف ارگان‌های متولی برای تبلیغ و ترویج تجارت بین استان و اقلیم کردستان	
۲۷۸	ضعف دانش تجارت (ملی و بین‌المللی)	
۲۷۹	نبود بستر لازم جهت ثبت شرکت‌های تجاری استان در اقلیم کردستان	
۲۸۰	نبود نگرش کافی در مورد ترویج و نهادینه کردن فرهنگ تجارت	
۲۸۱	ممانعت از مشارکت مرزنشینان در تجارت رسمی در مرز	
۲۸۲	کشاندن سطح معاملات به پایین‌ترین حد ممکن پيله‌وری	
۲۸۳	متوسل شدن بازرگانان به پارتی‌بازی و اقدامات فراقانونی در بیشتر مواقع	
۲۸۴	ورود راحت به حوزه قاچاق و از اعتبار خارج کردن کل معاملات بازرگانان معتبر	

ردیف	کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها (استان کردستان)	بُعد
۲۸۵	دخالت نابجای رانندگان عراقی در ورود و خروج و بارگیری کامیون‌ها	بُعد
۲۸۶	عدم امکان ورود کامیون‌های ایرانی به خاک اقلیم کردستان و عراق	
۲۸۷	حضور کم بازرگانان واقعی در مرزهای استان (بیشتر فعالین تجاری استان ترخیص کارند نه بازرگان اصلی و صاحب کالا)	
۲۸۸	کاهش شدید صادرات محصولات کشاورزی استان کردستان در اثر بی‌مسئولیتی، سهل‌انگاری و کم‌کاری کارمندان دستگاه‌های اجرایی (سازمان جهاد کشاورزی، گمرک و ...) در امر تجارت	
۲۸۹	بیشتر سیاست‌های موجود در مرزهای استان در راستای حذف تاجر حرفه‌ای، کاهش تجارت، و تعطیلی مرزها است	
۲۹۰	تأخیر در اجرای شدن فرایند واگذاری سایت نمایشگاهی و پایانه صادراتی محصولات کشاورزی استان	
۲۹۱	عدم ارائه خدمات متناسب و هم‌تراز و هم‌سطح با گمرکات استان‌های درجه یک در گمرکات استان	
۲۹۲	سنتی بودن تجارت استان با اقلیم کردستان	اجتماعی-فرهنگی
۲۹۳	عدم آشنایی تاجر با روش‌های نوین تجارت و نداشتن بینش مدرن تجاری بازرگانان طرفین	
۲۹۴	عدم آشنایی تاجر با قوانین تجاری و گمرکی	
۲۹۵	عدم آشنایی تاجر با اصول فنی در مذاکرات تجاری	
۲۹۶	نبود زمینه لازم برای آموزش عمومی مباحث مرتبط با تجارت	
۲۹۷	ناکارآمدی دوره‌های آموزشی مرتبط به فرآیند کسب مجوزهای بازرگانی	
۲۹۸	اعتماد بی‌مورد بازرگانان طرفین در معاملات تجاری	
۲۹۹	تسلط نداشتن بازرگانان به زبان‌های خارجی و گویش‌های زبان کُردی	
۳۰۰	نبود فرهنگ مشارکت جمعی و روحیه کار تیمی در بین تولیدکنندگان، بازرگانان و مرزنشینان استان	
۳۰۱	نبود فرهنگ مشارکت جمعی و روحیه کار تیمی در بین مدیران و مسئولان اجرایی امر تجارت	
۳۰۲	رعایت نکردن تکریم ارباب‌رجوع توسط کارکنان دستگاه‌های اجرایی	
۳۰۳	پاسخگو نبودن و به تأخیر انداختن کارهای ضروری بازرگانان توسط کارکنان دستگاه‌های اجرایی	
۳۰۴	اشتراکات فرهنگی، زبانی، آداب و سنن بازرگانان طرفین تجاری	
۳۰۵	جلوگیری از فعالیت بازرگانان استان و کشور توسط افراد بومی مستقر در مرزهای استان	

پس از انجام مصاحبه با صاحب‌نظران حوزه تجارت در اقلیم کردستان در کل ۱۷۶ کُد در شش بُعد زیرساختی، اقتصادی-مالی، حقوقی-قانونی، سیاسی-امنیتی، مدیریتی-درون‌بخشی و اجتماعی-فرهنگی استخراج شد. ۱۷۶ کُد استخراج شده در جدول ۳۹-۴ بر اساس شش بُعد موجود به تفصیل ذکر شده است. در جدول ۳۸-۴ تعداد کدهای استخراجی بر اساس ابعاد، درصد وزنی و رتبه مشخص شده و در نمودار ۴۲۴\_ هم درصد کدهای استخراجی در شش بُعد نمایش داده شده است.

جدول ۳۸-۴: تعداد، درصد و رتبه گُدهای استخراج به تفکیک ابعاد (اقلیم کردستان)

رتبه	درصد	تعداد گُد	ابعاد
۴	۱۰	۱۸	زیرساختی
۲	۱۸	۳۱	اقتصادی-مالی
۵	۹	۱۶	حقوقی-قانونی
۳	۱۴	۲۵	سیاسی-امنیتی
۱	۴۵	۷۹	مدیریتی-درون‌بخشی
۶	۴	۷	اجتماعی-فرهنگی
-	۱۰۰	۱۷۶	کُل



نمودار ۴۴: درصد گُدهای استخراج شده از مصاحبه در اقلیم کردستان در شش بُعد (زیرساختی، اقتصادی-مالی، حقوقی-قانونی، سیاسی-امنیتی، مدیریتی-درون‌بخشی و اجتماعی-فرهنگی)

جدول ۳۹-۴: گُدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها در اقلیم کردستان

بُعد	رَدیف	گُدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها (اقلیم کردستان)
زیرساختی	۱.	احداث خط VIP بین سنندج و سلیمانیه
	۲.	نبود پرواز مستقیم بین سنندج و سلیمانیه
	۳.	احداث خط راه‌آهن سنندج تا سلیمانیه
	۴.	طراحی اپلیکیشن Roshen Directory برای ثبت اطلاعات مربوط به بازرگانان
	۵.	قرار دادن دستگاه‌های بارگُد خوان



ردیف	کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها (اقلیم کردستان)	بُعد
۶.	کمبود زیرساخت‌های تجاری در مرزهای طرفین	اقتصادی-مالی
۷.	کمبود زیرساخت‌های جاده‌ای	
۸.	کمبود انبار	
۹.	نامناسب بودن جاده‌ها برای تردد تانکرهای حاوی مواد اشتعال‌زا	
۱۰.	نبود لاین جاده‌ای جداگانه در مرز باشماق برای حمل تره‌بار (در ترکیه برای جلوگیری از فساد تره‌بار و مواد خوراکی در مرزها لاین جداگانه‌ای برای آن‌ها در نظر گرفته شده است)	
۱۱.	فقط در مرز باشماق امکان بازگشت کالا وجود دارد، در مرز سیرانبند این امکان نیست این موضوع خسارت زیادی به بازرگانان تره‌بار وارد می‌کند	
۱۲.	توجه به احداث کارخانه‌های محصولات ایرانی در اقلیم کردستان	
۱۳.	ایجاد کارگاه‌های تولیدی ایرانی در اقلیم کردستان	
۱۴.	ایجاد زیرساخت‌های اقتصادی از سوی دولت ایران در اقلیم کردستان	
۱۵.	ماهیت ترانزیتی بودن مرز باشماق	
۱۶.	تردد ماشین‌های صادرات سوخت در مرز باشماق و توجه به زیرساخت‌های لازم برای آن‌ها	
۱۷.	بهبود مسیرها و جاده‌های منتهی به مرز	
۱۸.	ضعف شدید زیرساخت‌های اقتصادی در اقلیم	
۱۹.	نبود سیستم بانکی در اقلیم کردستان	
۲۰.	نبود بانک مشترک بین ایران و اقلیم کردستان	
۲۱.	دردسر و مشکلات مربوط به نقل و انتقالات ارزی	
۲۲.	زمان‌بر بودن تغییر ارز در صرافی، انتقال به بانک وصول برای طرف قرارداد	
۲۳.	کارشکنی دولت ایران در تأسیس بانک	
۲۴.	عدم پاسخ‌دهی ایران برای ایجاد حساب برای بازرگانان اقلیم کردستان در ایران	
۲۵.	وابسته بودن بانک‌های TBI به حکومت عراق و نبود این بانک‌ها در اقلیم به دلیل اختلاف دولت اقلیم کردستان با دولت عراق	
۲۶.	دشواری بودن تحویل پول نقد از بانک مرکزی عراق به ایران	
۲۷.	ترس و نگرانی از معامله با ایرانی‌ها به دلیل مشکل ارسال پول و حواله‌های بانکی	
۲۸.	توجه به نقش بانک‌ها و نکات مربوط به نقل و انتقال پول و ارز	
۲۹.	مشکل ارز و حجیم بودن پول‌های نقدی قابل انتقال توسط بازرگانان اقلیم	
۳۰.	توجه ایران به تأسیس شعب بانک ایرانی در اقلیم کردستان (مخصوصاً در سلیمانیه) و ارائه کارت‌های بانکی به بازرگانان اقلیم	
۳۱.	اجازه دادن دولت ایران به بازرگانان اقلیم کردستان برای داشتن حساب و کارت بانکی در شعب داخلی بانک‌های ایران	

ردیف	کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها (اقلیم کردستان)	بُعد
۳۲	انجام امورات مالی بازرگانان اقلیم از طریق صرافی به دلیل نداشتن مبادلات بانک‌های عراقی با بانک‌های ایران (نقش تحریم)	سیاسی - امنیتی
۳۳	دولت عراق به دلیل شرایط تحریم‌های ایران به بازرگانان عراقی که با ایران معامله می‌کنند حواله دولتی یا ارز ترجیحی نمی‌دهد (دولت عراق به بازرگانان عراقی که با ایران معامله می‌کنند به ازای دریافت ۱۵۹۰۰۰ دینار ۱۰۰ دلار می‌دهد در حالی که به بازرگانان عراقی که با ترکیه، ارمنستان، آذربایجان و ... معامله می‌کنند به ازای دریافت ۱۳۲۰۰۰ دینار ۱۰۰ دلار می‌دهد).	
۳۴	تمایل بیشتر بازرگانان اقلیم و عراق برای سرمایه‌گذاری در بازارهای ترکیه، ارمنستان و آذربایجان به دلیل دریافت حواله دولتی	
۳۵	نبود اعتماد مردم نسبت به سیستم بانکی و قرار ندادن سرمایه خود در بانک به دلیل از دست رفتن سرمایه آن‌ها در جنگ	
۳۶	بی‌توجهی دولت عراق و دولت اقلیم کردستان برای تأسیس سیستم بانکی	
۳۷	راحت بودن فرآیند پول‌شویی توسط احزاب حاکم و مقتدر اقلیم کردستان به دلیل نبود سیستم بانکی	
۳۸	وجود نوسانات نرخ ارز و دلار	
۳۹	مشکلات مالی مربوط به دلار	
۴۰	سیاست‌های ارزی و بحث نقدینگی	
۴۱	نبود بیمه در اقلیم کردستان عراق	
۴۲	نبود بیمه اجباری برای معاملات تجاری و بازرگانی در اقلیم کردستان عراق	
۴۳	رضایت بازرگانان اقلیم از بیمه‌های ایران و عمل کردن بیمه‌های ایران به تعهدات خود	
۴۴	بی‌اطلاعی بازرگانان ایرانی از شرکت‌های نمایندگی بیمه‌ها مطمئن عراقی و بین‌المللی فعال در اقلیم کردستان	
۴۵	مشکل پوشش‌دهی بیمه برای بازرگانان ایران در اقلیم	
۴۶	نارضایتی افراد و بازرگانان از بیمه دنیایی در مرز باشماق به دلیل عدم انجام تعهدات توسط آن‌ها (بیمه دنیایی وابسته به حزب پارتی تنها بیمه فعال اقلیم کردستان در مرز باشماق است)	
۴۷	دریافت هزینه زیاد از بازرگانان اقلیم کردستان برای کاپیتاژ ماشین توسط دولت ایران (دولت ایران برای کاپیتاژ یک‌ماهه ماشین‌های اقلیم ۲۵۰ دلار دریافت می‌کند که معادل هزینه بیمه یک‌ساله است)	
۴۸	نارضایتی از مفاد مطرح شده در بیمه ایرانی در مرز (هزینه بیمه و کاپیتاژ برای سرنشینان است نه بار)	
۴۹	سرمایه‌گذاری استان کردستان و ایران در اقلیم کردستان نسبت به ترکیه خیلی کم است (شرکت‌های ترکیه ۳ تا ۴ برابر ایران)	
۵۰	قرارگیری ایران، سوریه و لبنان در تحریم‌های آمریکا وجود موانع برای عراق و دولت اقلیم کردستان برای معامله با ایران	
۵۱	به دلیل تحریم بودن ایران، دولت عراق و اقلیم برای فروش نفت خود مجبور است به شرایط تحریم آمریکا توجه کند	
۵۲	عراق و دولت اقلیم کردستان توسط آمریکا تحریم نیستند اما مادامی که شریک تجاری ایران هستند به نوعی از شرایط تحریم‌های ایران متأثر هستند.	
۵۳	وجود اختلاف بین دولت عراق و دولت اقلیم کردستان	
۵۴	مسائل سیاسی بر مسائل اقتصادی غالب‌تر	
۵۵	تمایل زیاد ایران برای معامله با عرب‌ها و تمایل کم برای معامله با گردها	

ردیف	کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها (اقلیم کردستان)	بُعد	
۵۶	بررسی‌های امنیتی بسیار از سوی پاسگاه و نیروهای امنیتی در مرز		
۵۷	وابستگی‌های حزبی در پایانه‌های مرزی و نقش آن در فرآیند عبور بار (مرز باشماق وابسته به حزب یکتی و ...)		
۵۸	تلاش در به رسمیت نشناختن مرز باشماق از سوی دولت مرکزی عراق و سعی در محدود و کم‌اهمیت کردن این مرز نسبت به مرزهای دیگر عراق		
۵۹	کالاهایی که به عراق فرستاده می‌شود در صورتی که در مرز باشماق گمرک شده باشد از سوی دولت مرکزی عراق پذیرفته نمی‌شود مگر اینکه در مرز پرویز خان دوباره گمرک شود این کار باعث اتلاف وقت و هزینه می‌شود.		
۶۰	وجود رانت و انحصارات در واردات کالا؛ واردات نوشیدنی‌های الکلی، سیگار، مواد شیمیایی، دارو... در اختیار حزب پارتی است.		
۶۱	نقش پررنگ تحریم‌های بانکی ایران		
۶۲	نداشتن خودمختاری و اختیارات کافی		
۶۳	متأثر شدن معاملات بازرگانان اقلیم کردستان از تحریم‌های ایران		
۶۴	دادن آزادی به شهروندان و بازرگانان اقلیم کردستان از سوی دولت ایران (به شهروندان و بازرگانانی که با پرچم کردستان و یا کاک مسعود بارزانی و... عکس دارند از سوی مقامات نظامی ایران برخورد نامناسب می‌شود)		
۶۵	عدم موافقت دولت مرکزی عراق برای رسمی شدن مرز سیرانند به دلیل نداشتن تسلط بر این مرز		
۶۶	تلاش مقامات و رایزن سیاسی ایران در اقلیم کردستان (کنسولگری ایران در اربیل) برای برگزاری جلسات و ملاقات B2B بازرگانان ایرانی و بازرگانان اقلیم کردستان		
۶۷	دولت عراق برای توسعه بازرگانی اقلیم کردستان با کشورهای همسایه مانع‌تراشی می‌کند		
۶۸	توجه به مفاد قراردادهای کتبی: نحوه پرداخت، نحوه حمل کالا، کیفیت کالا، رسیدگی به مشکلات		حقوقی - قانونی
۶۹	سخت بودن و بی‌نتیجه بودن فرآیند شکایت و دادخواهی بازرگانان اقلیم کردستان از بازرگانان ایرانی در مراجع قضایی ایران		
۷۰	عدم حمایت قانونی دولت ایران از بازرگانان اقلیم کردستان		
۷۱	بی‌نتیجه بودن شکایات و اختلافات حقوقی و قانونی در دادگاه‌های ایران به دلیل نبود سیستم قضایی کارآمد و مستقل		
۷۲	طولانی بودن فرآیند شکایات قانونی در دادگاه‌های ایران		
۷۳	انصراف از شکایت در ایران به دلیل رشوه‌گیری مأموران		
۷۴	نبود حمایت قانونی از بازرگانان کُرد در دادگاه‌های ایران		
۷۵	طولانی بودن فرآیند شکایات قانونی در دادگاه‌های ایران		
۷۶	انصراف از شکایت در ایران به دلیل رشوه‌گیری مأموران		
۷۷	سوءاستفاده، دزدی و کلاهبرداری کردن بازرگانان ایرانی از بازرگانان اقلیم کردستان		
۷۸	وجود موانع حقوقی و قانونی بسیار در تجارت با ایران		
۷۹	دشواری فرآیند حقوقی و دسترسی به وکالت برای اختلافات مالی در ایران		

ردیف	کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها (اقلیم کردستان)	بُعد
۸۰	برداشتن ویزا برای بازرگانان و آسان‌گیری برای تردد بازرگانان اقلیم کردستان	
۸۱	ایجاد ممنوعیت و سخت‌گیری زیاد برای جلوگیری از ورود مواد مخدر از ایران به اقلیم کردستان	
۸۲	استفاده از زنان و افراد فقیر برای انتقال مواد مخدر از ایران به اقلیم کردستان	
۸۳	انجام اقدامات و معاملات فراقانونی از سوی افراد وابسته به احزاب اقلیم کردستان	
۸۴	همکاری زیاد دولت ترکیه با تجار اقلیم کردستان و عراق	
۸۵	تلاش زیاد دولت ترکیه برای به‌دست‌گیری بازارهای تجاری اقلیم کردستان و عراق	
۸۶	تمایل زیاد بازرگانان اقلیم کردستان برای کار کردن با بازرگانان و کمپانی‌های ترکیه‌ای	
۸۷	آسان بودن فرآیند حقوقی و رویه‌های اداری در تجارت با ترکیه	
۸۸	اعطای مشوق‌ها و تسهیلات زیاد از سوی دولت ترکیه برای فعالیت بازرگانان خود در اقلیم کردستان و عراق	
۸۹	اعطای وام‌های بی‌سود و کم‌بهره به بازرگانان از سوی دولت ترکیه	
۹۰	معافیت از سربازی برای مردانی که در کمپانی‌های تجاری ترکیه در اقلیم کردستان و عراق فعالیت دارند	مدیریتی درون‌بخشی
۹۱	سخت‌گیری بسیار در تردد برای بازرگانان اقلیم در مرزهای ایران	
۹۲	برخورد نامناسب مأموران مرزی ایران با تجار و بازرگانان اقلیم کردستان	
۹۳	سؤال جواب و بازخواست‌های بی‌مورد از بازرگانان در مرز	
۹۴	سخت‌گیری بسیار در مراحل و فرآیندهای اداری در ایران	
۹۵	توجه به حمل یکسره کالا از اقلیم کردستان به ایران و بالعکس	
۹۶	وجود قوانین سخت‌گیرانه و برخورد نامناسب با رانندگان اقلیم کردستان در استان کردستان و ایران	
۹۷	ایجاد زمینه برای انجام تبلیغات درست	
۹۸	توجه به تشکیل منطقه آزاد تجاری صنعتی در باشماق	
۹۹	ضعف مدیریتی در مرز باشماق	
۱۰۰	تمایل بیشتر بازرگانان اقلیم برای کار کردن در مرز حاجی عمران و پرویزخان نسبت به مرز باشماق (مدیریت درست، سریع بودن فرآیند اداری و باز بودن همه دروازه‌ها و معطلی کم از جمله مزیت مرزهای حاجی عمران و پرویزخان محسوب می‌شوند)	
۱۰۱	توجه به برپایی نمایشگاه‌های تجاری برای رونمایی از تولیدات و محصولات تجاری دو طرف	
۱۰۲	برپایی غرفه‌های تجاری بازرگانی برای ارائه محصولات	
۱۰۳	عملکرد ضعیف نمایندگی شرکت‌های استان کردستان در نمایشگاه‌ها تجاری در اقلیم کردستان	
۱۰۴	وارد شدن خسارت به بازرگانان (مخصوصاً بازرگانان حوزه تره‌بار) به دلیل بسته شدن دروازه‌های صادراتی وارداتی در ایام مناسبات آئینی و دینی	
۱۰۵	کمبود نیرو کار در امور اداری مرز ایران به‌ویژه در ایام تعطیلی	

ردیف	کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها (اقلیم کردستان)	بُعد
۱۰۶	جوابگو نبودن و معطلی بسیار کارکنان مرزی ایران	
۱۰۷	کاهش رسومات اداری در مرز و تلاش برای آسان‌گیری امورات مرزی در ایران	
۱۰۸	عدم حضور بازرگانان و صاحبان اصلی کمپانی‌های ایرانی برای انعقاد قرارداد و فرستادن نمایندگان خود	
۱۰۹	بسیاری از بازرگانان ایرانی حوزه تجارت خاصی را برای خود تعریف نمی‌کنند بلکه اذعان می‌کنند که در همه حوزه‌ها حاضر به فعالیت تجاری هستند.	
۱۱۰	تاجران و بازرگانی که برای انعقاد قرارداد به اقلیم می‌آیند نمونه محصولات خود را به همراه ندارند	
۱۱۱	تلاش برای ارتباطات بیشتر بین اتاق بازرگانی سنندج و سلیمانیه	
۱۱۲	تمرکز بیشتر واردکنندگان اقلیم کردستان بر وارد کردن محصولات کشاورزی که در اقلیم فصل ندارند	
۱۱۳	تمرکز بیشتر بازرگانان استان کردستان بر صادرات انواع محصولات کشاورزی که فصل تولید آن‌ها در اقلیم نیست	
۱۱۴	ایجاد دروازه‌های تخصصی برای صادرات واردات کالا در مرز	
۱۱۵	توجه به انعقاد قراردادها و تفاهم‌نامه‌ها و الزام برای اجرایی شدن آن	
۱۱۶	تأخیر در تحویل کالا از طرف بازرگان ایرانی	
۱۱۷	عدم پایداری بازرگانان و شرکت‌های ایرانی به کیفیت محصولات صادراتی (معمولاً بازرگانان ایران در مرحله اول و دوم کالاهای باکیفیت به اقلیم کردستان صادر می‌کنند اما پس از مدتی کیفیت محصولات به شدت افت پیدا می‌کند)	
۱۱۸	بازرگان و مصرف‌کننده اقلیم به کیفیت و برند محصولات ایرانی نسبت به رقبا در بازار اعتماد کمتری دارند	
۱۱۹	معطلی بسیار در فرآیند ارسال کالا از سوی بازرگانان ایرانی	
۱۲۰	بدقولی بازرگانان ایران و عدم تعهد کافی به تعهداتشان	
۱۲۱	بازرگانان ایرانی به دنبال تداوم روابط و جلب اعتماد طرف تجاری نیستند و هنگام معامله تنها به فکر کلاهبرداری و سوءاستفاده و سودهای کوتاه‌مدت است	
۱۲۲	تلاش مسئولان و مدیران استانی برای ایجاد و تسهیل مراودات بازرگانی	
۱۲۳	تلاش برای ۲۴ ساعته شدن فعالیت اداری در گمرک	
۱۲۴	تشکیل کارگروه در مرز برای رسیدگی به مشکلات	
۱۲۵	نشست مسئولان مرز دو طرف برای بررسی به امورات مرز و تسهیل مراودات تجاری	
۱۲۶	معتبر بودن برندهای ترکیه‌ای در مقایسه با برند ایرانی	
۱۲۷	کاهش کیفیت کالاهای ایرانی نسبت به کالاهای ترکیه‌ای	
۱۲۸	عملکرد ضعیف دولت ایران نسبت به دولت ترکیه در ارائه مشوق به بازرگانان و شرکت‌های فعال در اقلیم کردستان و عراق	
۱۲۹	فعالیت زیاد مرز ابراهیم خلیل در هولیر به دلیل واردات کالاهای اروپایی، آسان‌گیری بیشتر و مالیات کمتر	
۱۳۰	نظارت بر کیفیت کالاهای ایرانی	
۱۳۱	توجه به منطقه آزاد تجاری صنعتی در بانه و میروان و ایجاد تولید مشترک بین ایران و عراق	

ردیف	کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها (اقلیم کردستان)	بُعد
۱۳۲	ایجاد شرکت‌ها و کارگاه‌های تولیدی ایرانی در سلیمانیه و هولیر و استفاده از نیروهای کار دو طرف	
۱۳۳	استفاده از فرصت سرمایه‌گذاری مشترک بین ایران و اقلیم کردستان	
۱۳۴	عدم دسترسی و محرمانه بودن آمار مربوط به تجارت	
۱۳۵	قرارگیری آمار در اختیار وزارت دارایی	
۱۳۶	عدم وجود شفافیت در آمار مربوط به تجارت و مراودات بازرگانی	
۱۳۷	طراحی کتاب راهنمای تجارت	
۱۳۸	عملکرد ضعیف بازرگانان واسطه‌گران ایرانی در تجارت بین ایران و عراق	
۱۳۹	بی‌توجهی ایران و استان کردستان به مسئله گردشگری و جذب گردشگران اقلیم کردستان	
۱۴۰	توجه به اهمیت توریسم درمانی برای ساکنان اقلیم کردستان؛ بیشتر مردم اقلیم کردستان برای درمان به کرمانشاه و ارومیه می‌روند و کمتر به سنج مراجع می‌کنند.	
۱۴۱	در حوزه پزشکی ایرانی‌ها نمایندگان خوبی به اقلیم کردستان نمی‌فرستند و کیفیت کار خوبی ارائه نمی‌دهند	
۱۴۲	توجه ایران به دایر کردن بیمارستان‌های ایرانی در اقلیم کردستان	
۱۴۳	ضعف شرکت‌های ایرانی در امور بازاریابی در مقایسه با ترکیه	
۱۴۴	ضعف شرکت‌های ایرانی در تقویت بازاریابی محصولات خود در اقلیم کردستان	
۱۴۵	ضعف شرکت‌ها و کمپانی‌های ایرانی برای معرفی محصولات خود از طریق تبلیغات	
۱۴۶	ضعف شرکت‌های تولیدکننده ایرانی در همکاری با رسانه‌های اقلیم کردستان	
۱۴۷	ضعف شرکت‌ها و کمپانی‌های ایرانی در مستقر کردن نمایندگان خود در اقلیم کردستان	
۱۴۸	ضعف شرکت‌های ایرانی در معرفی و تبلیغ برندهای مختص به خود به ساکنان اقلیم کردستان	
۱۴۹	بی‌توجهی شرکت‌های ایرانی به اهمیت رسانه، فیلم و محتوای تصویری ایرانی در ترویج محصولات ایرانی در اقلیم کردستان	
۱۵۰	بی‌توجهی ایران و استان کردستان به تقاضای بازار لباس و کتاب در اقلیم کردستان	
۱۵۱	در دست‌گیری صنعت چاپ اقلیم کردستان از سوی کشور اردن و بی‌توجهی ایران و استان کردستان نسبت به این موضوع	
۱۵۲	ضعف عملکرد ایران و استان کردستان در زمینه آموزش و برپایی مدارس و دانشگاه ایرانی در اقلیم کردستان	
۱۵۳	ضعف استان کردستان در برپایی آموزشگاه‌های تخصصی و مهارتی در اقلیم کردستان	
۱۵۴	بسته‌بندی نامناسب کالاهای ایرانی، بعضی اوقات کیفیت محصول مناسب است اما بسته‌بندی نامناسب مانع خرید و ترویج آن در بازار اقلیم می‌شود.	
۱۵۵	بازگان و تولیدکننده ایرانی و استان سلیقه و ذائقه مصرف‌کننده اقلیم کردستان و عراق را در نظر نمی‌گیرد و مشتری مدار نیستند	
۱۵۶	عدم توجه تولیدکنندگان و بازرگانان ایرانی به برندسازی محصولات خود	
۱۵۷	نبود بانک اطلاعاتی و تجاری	

ردیف	کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها (اقلیم کردستان)	بُعد	
۱۵۸	انجام مطالعات مشترک اقتصادی و بازرگانی		
۱۵۹	انجام گزارشات بازرگانی و تحلیل بازار		
۱۶۰	ارتباطات استاندار و مقامات استان آذربایجان غربی از طریق مرز حاجی عمران با هولیر به نسبت استان کردستان خیلی بیشتر و سازنده‌تر است و انعقاد تفاهم‌نامه‌ها بیشتر و عملیاتی‌تر است		
۱۶۱	ایران در بازار اقلیم بیشتر نظاره‌گر است و روزه‌روز نقش ایران در بازار اقلیم نسبت به رقبا کم‌رنگ‌تر می‌شود		
۱۶۲	استان کردستان در بازار اقلیم بیشتر نظاره‌گر است و روزه‌روز نقش استان‌های دیگر نسبت به استان در بازار اقلیم بیشتر می‌شود		
۱۶۳	روابط اقتصادی و تجاری استان کردستان و ایران با اقلیم مکمل هم هستند		
۱۶۴	به اشتراک‌گذاری تفکر اقتصادی و بازرگانی		
۱۶۵	برگزاری سمینار و همایش‌های مشترک اقتصادی و بازرگانی		
۱۶۶	برگزاری جلسات B2B برای فعالین اقتصادی طرفین تجاری		
۱۶۷	به دلیل وجود نفت و گاز در اقلیم و به تبع آن فعالیت و استقرار شرکت‌های زیاد ترکیه در این حوزه، روابط تجاری ترکیه به نسبت با ایران در اقلیم هم‌اکنون و در گذشته بیشتر بوده است، ایران خود نفت و گاز دارد و در این حوزه به اقلیم نیاز نداشته است		
۱۶۸	دسترسی ترکیه به اروپا، ترکیه تنها دروازه ورود به اروپاست و ترکیه با نام اروپای وارد بازار اقلیم کردستان شده است		
۱۶۹	تأسیس و انتقال کارخانه‌های ایرانی و استان کردستان به اقلیم کردستان		
۱۷۰	احساس نزدیکی، صمیمیت و اعتماد بسیار ساکنان اقلیم کردستان با مردم ایران به واسطه پناهندگی آنان در ایران در دوران جنگ		اجتماعی-فرهنگی
۱۷۱	نگرش مثبت ساکنان اقلیم کردستان به مردم، فرهنگ، موسیقی و ادبیات ایران		
۱۷۲	ساکنان اقلیم کردستان تمایل بیشتری به ارتباط تجاری با ایران دارند تا با ترکیه		
۱۷۳	وجود اعتبار گردها در بین ایرانی‌ها		
۱۷۴	عدم آشنایی با اهمیت سیستم بانکی و بیمه‌ای در اقلیم کردستان		
۱۷۵	اشتراکات فرهنگی بسیار بین استان کردستان و اقلیم کردستان		
۱۷۶	علی‌رغم صرفه اقتصادی تجارت اقلیم با ترکیه اما دسترسی به ایران برای اقلیم کردستان راحت‌تر است		

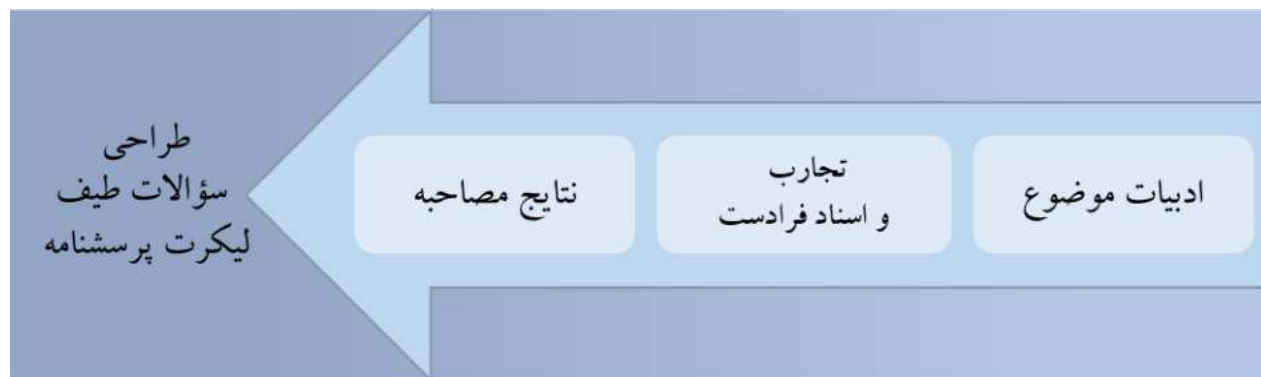
## ۶-۴ فرآیند طراحی و توزیع پرسشنامه

در این بخش، تیم پژوهش برای شناسایی و ارزیابی چالش‌ها و پتانسیل‌های تجارت استان کردستان و اقلیم کردستان عراق، پرسشنامه‌ای در سه بخش مطابق جدول ۴-۴۰ طراحی کرد. بخش نخست، سؤالات مربوط به اطلاعات و مشخصات فردی شرکت‌کنندگان بود. بخش دوم، سؤالات (بسته چندگزینه‌ای) مربوط به چالش‌ها و پتانسیل‌های تجارت استان کردستان و اقلیم کردستان عراق بود که به صورت طیف لیکرت پنج گزینه‌ای طراحی شده بود. سؤالات این بخش در شش دسته (زیرساختی، اقتصادی-مالی، حقوقی-قانونی، سیاسی-امنیتی، مدیریتی-درون‌بخشی و اجتماعی-فرهنگی) قرار گرفتند. در بخش سوم هم سه سؤال باز مطرح شد و از شرکت‌کنندگان خواسته شد در صورتی که چالش‌ها و پتانسیل‌های دیگری در روابط تجاری استان و اقلیم کردستان وجود دارد که در محتوای سؤالات بخش دوم به آن اشاره نشده آن را ذکر کنند و راهکارهای پیشنهادی خود را برای ارتقاء روابط تجاری استان و اقلیم کردستان مطرح کنند.

جدول ۴-۴۰: بخش‌های پرسشنامه و محتوای سؤالات

بخش‌های پرسشنامه	محتوای سؤالات
بخش نخست	اطلاعات و مشخصات فردی شرکت‌کنندگان
بخش دوم	سؤالات طیف لیکرت مربوط به چالش‌ها و پتانسیل‌های تجارت استان و اقلیم کردستان طراحی سؤالات در شش دسته: زیرساختی، اقتصادی-مالی، حقوقی-قانونی، سیاسی-امنیتی، مدیریتی-درون‌بخشی و اجتماعی-فرهنگی
بخش سوم	سؤالات باز

نکته بسیار مهمی که در طراحی سؤالات بخش دوم پرسشنامه وجود دارد این است که گداهای استخراج شده از مصاحبه‌ها، متغیرهای استخراج شده از ادبیات موضوع و تجارب و همچنین راهکارهای کلیدی اشاره شده در اسناد فرادست مبنایی برای طراحی سؤالات طیف لیکرت قرار گرفتند تصویر ۲-۴. در جدول ۴-۴۲ نشان داده شده که هر سؤال بر اساس چه مواردی طراحی شده است.



تصویر ۲-۴: تلفیق مفاهیم استخراج شده از ادبیات موضوع، تجارب، اسناد فرادست و نتایج مصاحبه برای طراحی سؤالات طیف لیکرت پرسشنامه



طراحی سؤالات طیف بسیار زمان‌بر و دشوار بود. تیم پژوهش به صورت مرتب با برگزاری جلسات حضوری در دانشگاه و جلسات آنلاین سعی داشت سؤالاتی را طراحی کنند که علی‌رغم پوشش دادن تمامی موارد مهم در تجارت استان و اقلیم کردستان، با بیان ساده و علمی عبارت‌ها بتوانند از نظر دقیق و واقعی بازرگانان، مدیران، کارشناسان و اساتید بهره بگیرند. تیم پژوهش قبل از توزیع نهایی پرسشنامه، به منظور اطمینان از محتوای پرسشنامه و تائید اعتبار آن، روایی<sup>۱</sup> و پایایی<sup>۲</sup> پرسشنامه را ارزیابی کرد. در این مرحله لینک پرسشنامه و فایل پرینت شده برای حدود ۵۰ نفر از متخصصان حوزه‌ی تجارت در استان از قبیل بازرگانان، مدیران، کارشناسان و اساتید دانشگاه ارسال شد. از متخصصان خواسته شد که میزان ارتباط هر سؤال با موضوع را بسنجند و نظر خود در مورد هر سؤال را مطرح کنند. در کل تعداد ۲۷ نفر از متخصصان با ارزیابی و داوری پرسشنامه نظرات خود را در سامانه پرس‌لاین و یا به صورت کتبی بیان کردند در جدول ۴۱-۴ مشخصات داوران پرسشنامه ذکر شده است.

اغلب متخصصان با انتخاب گزینه مرتبط و کاملاً مرتبط، ارتباط سؤالات پرسشنامه با موضوع پژوهش را تائید کردند و بر این اساس روایی پرسشنامه تائید شد. در ادامه برای سنجش میزان سازگاری درونی پرسشنامه و بررسی پایایی آیت‌ها، آلفای کرونباخ سؤالات طیف لیکرت در نرم‌افزار SPSS27 محاسبه شد. مقدار آلفای کرونباخ ۰.۹۸۳ به دست آمد که بیانگر سازگاری درونی بسیار بالای پرسشنامه است.

پس از توزیع نهایی پرسشنامه با پیگیری‌های مکرر و ارسال لینک پرسشنامه از سوی تیم پژوهش و اتاق بازرگانی سنندج برای فعالان حوزه تجارت، ۱۶۹ نفر به پرسش‌نامه پاسخ دادند. برای بررسی پایایی و اعتبار پرسشنامه، نتایج به دست آمده از پرسشنامه در نرم‌افزار SPSS27 مورد تحلیل قرار گرفت و آلفای کرونباخ محاسبه شد. مقدار آلفای کرونباخ ۰.۹۴۶ به دست آمد که بیانگر سازگاری درونی و اعتبار بسیار بالای سؤالات پرسشنامه است. در جدول ۴۱-۴ مشخصات پاسخ‌دهندگان پرسشنامه ذکر شده است. لازم به ذکر است در نمودار 43۴، نمودار 44۴ و نمودار 45۴ وضعیت تحصیلات، بخش فعالیت و شغل پاسخ‌دهندگان نمایش داده شده است.

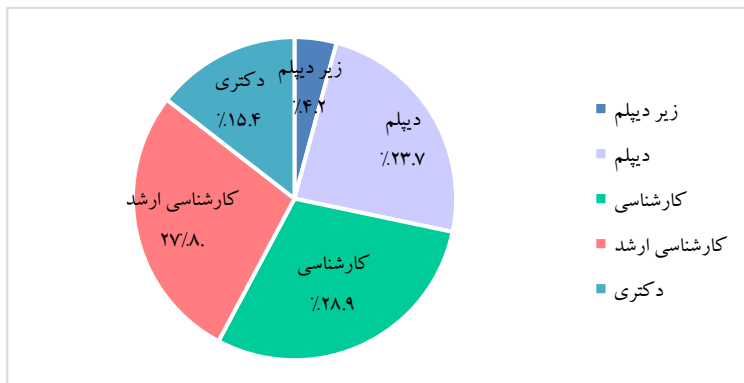
فرآیند پاسخ‌دهی به پرسشنامه با مشکلات و محدودیت‌های خاصی مواجه بود. علی‌رغم توزیع چندین باره لینک پرسشنامه از سوی تیم پژوهش و اتاق بازرگانی سنندج با پیگیری‌های مکرر افراد پرسشنامه را تکمیل کردند. اغلب پاسخ‌دهندگان اظهار داشتند که روزانه به دلیل ارسال لینک‌های نظرسنجی از سوی سازمان‌های مختلف، وجود مشغله و نداشتن وقت کافی و همچنین باور به اینکه این نظرسنجی‌ها و برنامه‌ها هیچ‌گونه خروجی مؤثری برای آنان نخواهد داشت و عملاً برای آنان هیچ فایده‌ای ندارد تمایلی کمی به شرکت در نظرسنجی‌ها دارند.

<sup>1</sup> Validity

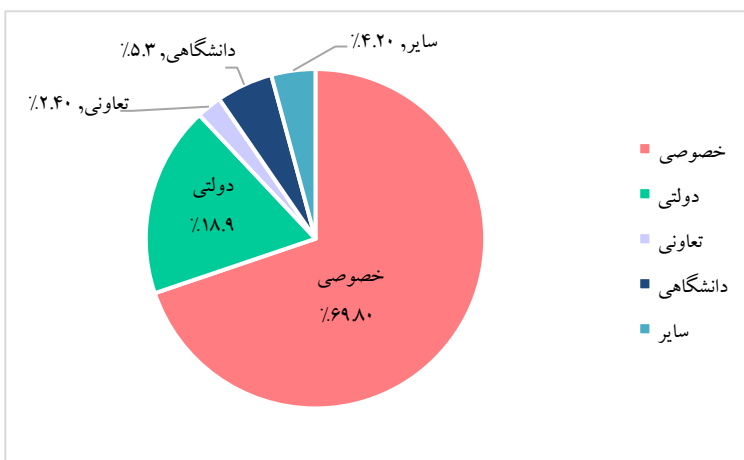
<sup>2</sup> Reliability

جدول ۴۱-۴: مشخصات پاسخ‌دهندگان و داوران پرسشنامه

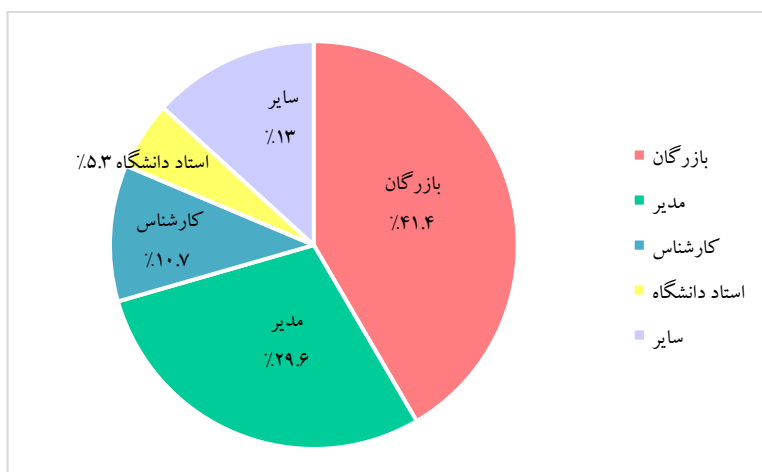
پاسخ‌دهندگان پرسشنامه (۱۶۹ نفر)		صاحب‌نظران ارزیابی‌کننده پرسشنامه (۲۷ نفر)		مشخصات	
درصد	تعداد	درصد	تعداد		
۹۶.۴٪	۱۶۳	۹۶.۳٪	۲۶	مرد	جنسیت
۳.۶٪	۶	۳.۷٪	۱	زن	
-	-	-	-	زیر ۲۵ سال	سن
۸.۹٪	۱۵	۱۴.۸٪	۴	۲۵-۳۵ سال	
۴۷.۳٪	۸۰	۲۲.۲٪	۶	۳۶-۴۵ سال	
۳۰.۲٪	۵۱	۵۱.۹٪	۱۴	۴۶-۵۵ سال	
۱۳.۶٪	۲۳	۱۱.۱٪	۳	۵۵ سال به بالا	
۴.۲٪	۷	-	-	زیر دیپلم	تحصیلات
۲۳.۷٪	۴۰	۱۴.۸٪	۴	دیپلم	
۲۸.۹٪	۴۹	۱۸.۵٪	۵	کارشناسی	
۲۷.۸٪	۴۷	۱۸.۵٪	۵	کارشناسی ارشد	
۱۵.۴٪	۲۶	۴۸.۲٪	۱۳	دکتری	
۶۹.۲٪	۱۱۷	۲۹.۷٪	۸	خصوصی	بخش فعالیت
۱۸.۹٪	۳۲	۳۷٪	۱۰	دولتی	
۲.۴٪	۴	-	-	تعاونی	
۵.۳٪	۹	۳۳.۳٪	۹	دانشگاهی	
۴.۲٪	۷	-	-	سایر	
۴۱.۴٪	۷۰	۲۲.۲٪	۶	بازرگان	شغل
۲۹.۶٪	۵۰	۳۳.۳٪	۹	مدیر	
۱۰.۷٪	۱۸	۱۱.۱٪	۳	کارشناس	
۵.۳٪	۹	۳۳.۳٪	۹	استاد دانشگاه	
۱۳٪	۲۲	-	-	سایر	
۱۴.۲٪	۲۴	۱۴.۸٪	۴	زیر ۵ سال	سابقه کار
۱۴.۲٪	۲۴	۷.۴٪	۲	۶-۱۰ سال	
۱۸.۳٪	۳۱	۷.۴٪	۲	۱۱-۱۵ سال	
۱۷.۸٪	۳۰	۱۸.۵٪	۵	۱۶-۲۰ سال	
۳۵.۵٪	۶۰	۵۱.۹٪	۱۴	۲۰ سال به بالا	



نمودار ۴۳: تحصیلات پاسخ‌دهندگان پرسشنامه



نمودار ۴۴: بخش فعالیت پاسخ‌دهندگان پرسشنامه



نمودار ۴۵: شغل پاسخ‌دهندگان پرسشنامه

جدول ۴-۴: طراحی سؤالات طیف لیکرت پرسشنامه بر اساس خروجی‌های به دست آمده از ادبیات موضوع، اسناد فرادست و مصاحبه‌ها

ابعاد	گویه‌ی پرسشنامه	ادبیات موضوع	اسناد بالادستی	مصاحبه
زیرساختی	۱. وضعیت زیرساخت‌های حمل‌ونقل جاده‌ای استان و راه‌های ارتباطی به مرزها و پایانه‌های مرزی (ساخت، تعمیر و نگهداری جاده‌ها، آسفالت، سرانه جاده‌ای و بزرگراه و ...)	✓	✓	✓
	۲. وضعیت زیرساخت‌های تجاری در پایانه‌های مرزی (انبار، سردخانه، مکان تخلیه و بارگیری، باسکول، آزمایشگاه استاندارد، دستگاه‌های x-ray، پارکینگ، برق اضطراری و ...)	✓	✓	✓
	۳. وضعیت زیرساخت‌های تجاری در مرزها و بازارچه‌های رسمی و غیررسمی موقت	-	✓	✓
	۴. وضعیت ارائه خدمات فنی و پشتیبانی در گمرک و پایانه‌های مرزی (تشریفات گمرکی و ترخیص کالا، عملیات تخلیه و بارگیری، فرآیند بازرسی، دیپزنی و ...)	✓	-	✓
	۵. وضعیت ارائه خدمات رفاهی در مرزها و محدوده پایانه‌های مرزی (اقامتگاه، استراحتگاه، مسجد، پارکینگ، خدمات فنی و مکانیکی برای کامیون‌ها، جایگاه سوخت، سالن‌های مذاکره، فوریت‌های پزشکی، آتش‌نشانی و ...)	-	-	✓
	۶. وضعیت زیرساخت‌های مخابراتی در مرزها و پایانه‌های مرزی استان (دسترسی به اینترنت، شبکه فیبر نوری، فضای مجازی و ...)	✓	✓	✓
	۷. فرسودگی ناوگان حمل‌ونقل استان	-	✓	✓
	۸. توسعه و تجهیز فرودگاه‌ها (راه‌اندازی خط پرواز استان به اقلیم کردستان) و بهره‌مندی از شبکه حمل‌ونقل ریلی	✓	✓	✓
	۹. ایجاد شبکه هوشمند حمل‌ونقل بین‌المللی	-	✓	-
	۱۰. احداث پایانه‌های صادراتی تخصصی (محصولات کشاورزی: توت‌فرنگی، سیب‌زمینی و ...)	-	-	✓
اقتصادی-مالی	۱۱. وجود محوطه و فضای مناسب جهت برپایی نمایشگاه‌های صادراتی در نقاط مرزی	-	✓	✓
	۱۲. عملکرد شعب بانک‌های داخلی و صرافی‌ها	✓	✓	✓
	۱۳. وضعیت ارائه خدمات از سوی بانک‌ها، نهادها و مؤسسات اعتباری به بازرگانان و پشتیبانی از آنها	✓	✓	✓
	۱۴. پشتیبانی صندوق ضمانت صادرات ایران (ارائه بیمه‌نامه‌ها، ضمانت‌نامه‌های صادراتی) از صادرکنندگان	✓	✓	✓
	۱۵. عملکرد شرکت‌های بیمه‌ای در توسعه مبادلات تجاری	✓	✓	✓
	۱۶. تحریم‌های بانکی و عدم دسترسی به شبکه‌های بانکی بین‌المللی	✓	✓	✓
	۱۷. اجرای سیاست و فرآیند برگشت ارز حاصل از صادرات	✓	-	-
	۱۸. نوسانات نرخ ارز و تفاوت آن در سامانه نیما و بازار آزاد	✓	-	✓
	۱۹. اجرای سیاست حذف ارز ترجیحی بر کالاهای اساسی و برخی مواد اولیه مورد نیاز واحدهای تولیدی	✓	-	✓

مصاحبه	اسناد بالادستی	ادبیات موضوع	گویه‌ی پرسشنامه	ابعاد
✓	-	-	۲۰. تفاوت ارزش پایه کالاهای صادراتی در گمرک با قیمت تمام شده آن‌ها	اقتصادی-مالی
✓	✓	✓	۲۱. رویه‌های ناعادلانه ممیزی و دریافت مالیات از بازرگانان (ابهام در نحوه محاسبه مالیات تراکشن‌های بانکی، استرداد مالیات بر ارزش افزوده و ...)	
✓	✓	✓	۲۲. سیاست‌های تجارت خارجی ایران	
✓	-	✓	۲۳. وضعیت بی‌ثباتی سیاست‌های کلان اقتصادی (تجاری، ارزی، پولی و مالی) در فرآیند مبادلات تجاری	
✓	-	✓	۲۴. رانت، فساد و انحصارات اقتصادی در امور بازرگانی	
✓	-	✓	۲۵. تأسیس صرافی‌ها و شعب بانک‌ها (ایرانی، عراقی و خارجی) در استان و اقلیم کردستان	
✓	-	✓	۲۶. سرمایه‌گذاری مشترک استان و اقلیم کردستان در طرح‌ها و پروژه‌های مرتبط با حوزه تجاری	
✓	✓	-	۲۷. ایجاد و توسعه مراکز تخصصی پزشکی در استان و شهرستان‌های مرزی جهت ارائه خدمات به بیماران اقلیم (تجارت خدمات توریسم درمانی)	
✓	✓	✓	۲۸. اعمال معافیت حقوق گمرکی و سود بازرگانی کالاهای وارداتی و مشوق‌های صادراتی در مبادلات تجاری	
✓	-	-	۲۹. وضعیت جانب‌داری سیستم قضایی و اداری استان و اقلیم کردستان	
✓	-	✓	۳۰. نوسانات تعرفه‌های حمل‌ونقل در استان	
✓	-	✓	۳۱. سلیقه‌ای عمل کردن مسئولین طرف اقلیم کردستان در پذیرش کالاهای ایرانی از لحاظ؛ استاندارد، کنترل کیفیت، بهداشت، قرنطینه	
✓	-	✓	۳۲. قوانین متغیر گمرکی کشور عراق و عدم اعمال یکسان تعرفه‌ها و رویه‌های گمرکی در مرزهای عراق به‌ویژه اقلیم کردستان	
✓	-	✓	۳۳. محدودیت‌های فصلی، مقطعی و گاهی ناگهانی برخی از محصولات صادراتی از جانب طرفین تجاری	
✓	✓	✓	۳۴. اعمال تعرفه‌ها و موانع غیرتعاملی‌ای (نظیر سهمیه‌بندی واردات و ...)	
✓	✓	-	۳۵. شیوه‌های ابلاغ و اجرای بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های حوزه‌ی تجاری (متعدد، متغیر، آنی بودن و ...)	
✓	✓	-	۳۶. تأسیس مرکز مشترک داوری جهت حل اختلافات حقوقی و قراردادی بازرگانان طرفین	
✓	-	-	۳۷. تشکیل "نهاد مشترک قانونی" ناظر بر اجرا و ارتقاء کیفیت تفاهم‌نامه‌ها و موافقت‌نامه‌های طرفین تجاری	
✓	✓	✓	۳۸. انعقاد موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد و برقراری تعرفه‌های ترجیحی با کشور عراق	
✓	-	=	۳۹. اعتبار سنجی و رتبه‌بندی بازرگانان در فرآیند مبادلات تجاری	

ابعاد	گویه‌ی پرسشنامه	ادبیات موضوع	اسناد بالادستی	مصاحبه
سیاسی-امنیتی	۴۰. موقعیت جغرافیایی (سرزمینی، سیاسی، اقتصادی) مناطق مرزی استان	✓	✓	✓
	۴۱. رایزنی و عملکرد دستگاه دیپلماسی اقتصادی ایران در تسهیل مبادلات و انعقاد تفاهم‌نامه‌های کاربردی تجاری	✓	✓	✓
	۴۲. حمایت دولت از بازرگانان استان در مقایسه با رقبای تجاری در اقلیم کردستان (نظیر سیاست‌ها و مشوق‌های صادراتی کشورهای ترکیه، چین، امارات، عربستان و ...)	✓	-	✓
	۴۳. تأخیر در فرایند عبور کالا از مرز و همچنین کاهش کیفیت کالاهای صادراتی در اثر بازرسی‌های متعدد و گاهی غیراصولی نهادهای امنیتی و نظامی در مرزهای استان	✓	-	✓
	۴۴. اعمال تحریم‌ها و محدودیت دسترسی به بازارهای بین‌المللی	✓	✓	✓
	۴۵. بستن مرزها و بازارچه‌ها (سیف سقز و ...) و ممنوعیت موقت تردد و مبادلات تجاری در اثر رویدادهای سیاسی-امنیتی	✓	-	✓
	۴۶. امنیتی بودن پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی استان و نقش پررنگ مرزبانی و فرمانداری‌ها در مدیریت آن‌ها	✓	-	✓
	۴۷. تحرکات و اقدامات نظامی در مرزهای استان و اقلیم	-	-	✓
	۴۸. ریسک و بی‌ثباتی اقتصادی، سیاسی و مالی طرفین	✓	✓	✓
	۴۹. بیکاری گسترده و گرایش به قاچاق و فعالیت‌های غیررسمی در مناطق مرزی	-	✓	✓
مدیریتی درون‌بخشی	۵۰. وجود پایگاه حقوقی، حمایتی و قضایی به‌منظور ارائه خدمات مشاوره‌ای و کنسولی به بازرگانان استان و آگاهی بیشتر آن‌ها با قوانین حاکم در عراق	✓	✓	✓
	۵۱. نبود مدیریت واحد و یکپارچه مرزی جهت ساماندهی امور مربوط به تجارت در پایانه‌های مرزی، بازارچه‌های رسمی و غیررسمی	-	✓	✓
	۵۲. عملکرد دستگاه‌های مربوطه در اجرای طرح توسعه و جامع ساماندهی مرز بین‌المللی باشماق مریوان	-	✓	✓
	۵۳. همکاری و تفاهم بین مسئولین طرفین تجاری در پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی	-	✓	✓
	۵۴. حضور نیروی مجرب، ماهر و دارای تخصص بازرگانی در راستای توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم، در دستگاه‌های اجرایی مستقر در مرز	-	✓	✓
	۵۵. نگهداشت و استفاده از توانمندی و ظرفیت‌های نیروی کار جوان و تحصیل کرده بومی در مناطق مرزی استان در توسعه مبادلات تجاری	✓	✓	-
	۵۶. اعزام و پذیرش رایزنان و هیئت‌های تجاری	✓	✓	✓
	۵۷. برگزاری و شرکت در رویدادها و نمایشگاه‌های تجاری حضوری و مجازی	✓	✓	✓
	۵۸. حد استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در امر بازاریابی و گسترش تجارت الکترونیک (ایجاد سایت‌های اینترنتی و اطلاع‌رسانی به شرکت‌های صادرات محور و بازرگانان)	✓	✓	✓

مصاحبه	اسناد بالادستی	ادبیات موضوع	گروه‌ی پرسشنامه	ابعاد
✓	✓	✓	۵۹. به کارگیری فناوری‌های نوین و مکانیزه نمودن فرایندهای تجاری در پایانه‌های مرزی	مدیریتی درونی
✓	✓	-	۶۰. توسعه صنایع تبدیلی، واحدهای فرآوری، بسته‌بندی و سورتینگ جهت رقابت‌پذیر نمودن محصولات صادراتی	
✓	✓	-	۶۱. تبلیغات و بازاریابی، تنوع‌بخشی، توسعه و ترویج برندهای مختص به استان (صنایع دستی، فرش دستباف، توت‌فرنگی و ...)	
✓	✓	-	۶۲. تمایل و ریسک‌پذیری مدیران شرکت‌های تجاری و صادرات‌محور استان در راستای شناسایی، افزایش سهم و گسترش بازارهای هدف	
✓	-	-	۶۳. تفویض اختیار به مدیران دستگاه‌های اجرایی استان در مذاکرات و مراودات اقتصادی	
✓	✓	-	۶۴. عملکرد اتاق‌های مشترک، کمیته‌ها و تشکل‌های تجاری داخلی و خارجی (ایران-عراق، سندج-سلیمانیه، انجمن‌های مربوطه و ...)	
✓	✓	-	۶۵. تسهیل تردد بازرگانان، نیروی کار و انتقال ماشین‌آلات شرکت‌ها جهت کاهش هزینه‌ها	
✓	✓	-	۶۶. عملکرد و کارآمدی نهادهای بخش خصوصی (اتاق بازرگانی، انجمن‌های صادراتی، تعاونی‌های مرزنشین، شرکت‌های حمل‌ونقل بین‌المللی، شرکت‌های مدیریت صادرات و ...)	
✓	✓	✓	۶۷. عملکرد سامانه پنجره واحد تجارت فرامرزی در توسعه مبادلات تجاری	
✓	✓	-	۶۸. عملکرد دستگاه‌های اجرایی مربوطه، به‌ویژه مرزبانی در برخورد و ساماندهی پدیده کولبری در مبادلات تجاری	
✓	✓	-	۶۹. حمایت و تقویت تعاونی‌های مرزنشین در توسعه مبادلات تجاری	
✓	-	-	۷۰. تفاوت در اجرای قوانین و مقررات تجاری در مبادی گمرکی مناطق مرزی ایران (باشماق، پرویزخان و ...)	
✓	✓	-	۷۱. نظارت بر کیفیت و صدور گواهی مبدأ جهت جلوگیری از بدنام کردن و کاهش اعتبار تجاری کالاها و خدمات صادراتی	
✓	✓	-	۷۲. کمبود کارکنان شاغل در دستگاه‌های اجرایی مستقر در مرز به‌ویژه گمرک	
✓	✓	✓	۷۳. بروکراسی اداری (طولانی بودن فرایند اخذ مجوز، ثبت سفارش، ترخیص کالا، برگشت کالای مرجوعی، تشریفات گمرکی، صدور کارت بازرگانی و ...)	
✓	-	-	۷۴. عدم حمل یکسره کالاهای صادراتی به‌ویژه کالاهای فسادپذیر و شکستی	
✓	-	✓	۷۵. تعدد عوارض و هزینه‌های اضافی صادرات واردات در دو سوی مرز (توزین و نمونه‌گیری آزمایشگاهی مضاعف و ...)	
✓	-	-	۷۶. استفاده از کارت‌های بازرگانی اجاره‌ای	
✓	✓	✓	۷۷. فساد و سوءاستفاده افراد از مقام و موقعیت اداری در دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی مربوط به امر تجارت	

مصاحبه	اسناد بالادستی	ادبیات موضوع	گویه‌ی پرسشنامه	ابعاد
✓	✓	✓	۷۸. اختلاف زمانی، تعطیلات اعیاد و سوگواری‌ها	مدیریتی-درون‌بخشی
✓	✓	✓	۷۹. اجرا و عملیاتی نمودن منطقه آزاد تجاری-صنعتی بانه و مریوان	
✓	✓	✓	۸۰. راه‌اندازی و توسعه فعالیت مراکز تجاری، دفاتر فروش و بازاریابی در بازارهای هدف صادراتی	
✓	✓		۸۱. تأسیس شرکت‌های مشترک حمل و نقل بین‌المللی	
✓	✓	-	۸۲. شکل‌گیری کنسرسیوم‌های (ائتلاف و همکاری شرکت‌ها) صادراتی با هدف توسعه، کسب سود و افزایش سهم شرکت‌های عضو در بازارهای هدف	
	✓	✓	۸۳. همکاری و انجام پژوهش‌های کاربردی مشترک طرفین تجاری با هدف نیازسنجی، مطالعه بازار، تحلیل رقبا، شناخت پتانسیل‌ها و فرصت‌های تجاری همدیگر و تدوین برنامه راهبردی و نقشه راه تجاری	
✓	✓	✓	۸۴. ایجاد بانک اطلاعاتی تجاری-تولیدی و چندزبانه (کردی، فارسی، انگلیسی و عربی) طرفین تجاری	
✓	✓	✓	۸۵. توانمندسازی بنگاه‌های کوچک و متوسط صادرات محور	
✓	✓	-	۸۶. مذاکره و رایزنی با هدف ایجاد کریدور ترانزیت خارجی در اقلیم کردستان جهت صادرات کالاهای ایرانی به سوریه	اجتماعی-فرهنگی
✓	✓	-	۸۷. آشنایی و تسلط بازرگانان، هیئت‌ها و رایزنان تجاری استان با (مقررات صادرات واردات، رویه‌های گمرکی، اصول فنی و مذاکرات تجاری، زبان‌های خارجی و گویش‌های زبانی و ...)	
✓	✓	-	۸۸. فرهنگ مشارکت جمعی و روحیه کار تیمی در میان بازرگانان، مدیران و مسئولان اجرایی، مرز نشینان، تولیدکنندگان و صادرکنندگان	
✓	✓	-	۸۹. برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی تجارت بین‌الملل (رویه‌های گمرکی، بازاریابی، اطلاع‌رسانی، مشاوره، فرآیند کسب مجوزهای بازرگانی، اینکوترمز و ...)	
✓	-	✓	۹۰. تکریم ارباب رجوع (بازرگان و فعالان اقتصادی) در راستای منشور اخلاقی و رفتار حرفه‌ای کارکنان دستگاه‌های اجرایی	
✓	-	✓	۹۱. اعتماد و اطمینان متقابل طرفین تجاری	
✓	-	✓	۹۲. اشتراکات فرهنگی، زبانی، آداب، سنن و ... طرفین تجاری	
✓	-	✓	۹۳. فرهنگ‌سازی و نهادینه کردن بینش تجاری با رویکرد مدرن بین‌المللی و ممانعت از رویه‌های تجارت سنتی در بین بازرگانان	
✓	✓	✓	۹۴. نهادینه کردن فرهنگ برندسازی محصولات داخلی استانی و نشان صادراتی جهت عرضه به بازارهای بین‌المللی	



## ۷-۴ آزمون T تک نمونه‌ای

یکی از مهم‌ترین آزمون‌های میانگین جامعه آزمون T تک نمونه‌ای<sup>۱</sup> است. این آزمون زمانی به کار می‌رود که بخواهیم در یک جامعه آماری حول یک میانگین مشخص، وضعیت متغیرها را بسنجیم. نکته مهم دیگری که در مورد این آزمون وجود دارد این است که نتایج به دست آمده از این آزمون قابل تعمیم به کل جامعه آماری است (Gerald, 2018). در پژوهش حاضر برای سنجش وضعیت تجارت استان کردستان و اقلیم کردستان از دیدگاه فعالان حوزه تجارت وضعیت متغیرهای تأثیرگذار در تجارت استان و اقلیم را حول میانگین عدد ۳ بررسی کردیم. عدد ۳ در طیف لیکرت پنج گزینه‌ای این پژوهش (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد، خیلی زیاد) حد میانگین است. آزمون T ضمن اینکه پاسخ و دیدگاه پاسخ‌دهندگان نسبت به هر سؤال را مشخص می‌کند می‌تواند وضعیت قوت، ضعف، فرصت و تهدید مربوط به هر گویه را نیز مشخص کند. در جدول ۴-۴۳ آزمون T تک نمونه‌ای در مورد متغیرهای مربوط به تجارت استان کردستان و اقلیم کردستان انجام شده است. در مورد معناداری آزمون T دو حالت وجود دارد:

**حالت اول:**  $Sig < 0.05$ ، این بدین معناست که مقدار متغیر ارزیابی شده با فاصله اطمینان ۹۵٪ با میانگین اختلاف دارد، یعنی مقدار متغیر یا بزرگ‌تر و یا کوچک‌تر از مقدار میانگین است. در این شرایط باید مقدار t را بررسی کنیم، دو حالت وجود دارد یا t مثبت است یا t منفی است. در صورتی که مقدار t مثبت باشد یعنی مقدار آن متغیر بزرگ‌تر از حد میانگین است، یعنی پاسخ‌دهندگان در پاسخ به سؤال مربوطه بیشتر دو گزینه زیاد و خیلی زیاد را انتخاب کردند. در صورتی که مقدار t منفی باشد، مقدار آن شاخص کوچک‌تر از حد میانگین است، یعنی پاسخ‌دهندگان در پاسخ به سؤال مربوطه بیشتر دو گزینه کم و خیلی کم را انتخاب کردند.

**حالت دوم:**  $Sig \geq 0.05$ ، این بدین معناست که مقدار متغیر ارزیابی شده با فاصله اطمینان ۹۵٪ با میانگین اختلافی ندارد و تقریباً در حد میانگین است به عبارت دیگر بیشتر پاسخ‌دهندگان در پاسخ به سؤال مربوطه گزینه متوسط را انتخاب کردند.

برای سنجش وضع موجود هر متغیر و پاسخ مشارکت‌کنندگان به هر سؤال باید ماهیت سؤال مطرح شده برای آن متغیر نیز بررسی شود. در مورد متغیر شماره ۱ تا ۶ مقدار  $Sig < 0.05$  و چون مقدار t منفی است یعنی اکثر پاسخ‌دهندگان در پاسخ به این شش سؤال گزینه کم و خیلی کم را انتخاب کردند. این شش سؤال مربوط به شرایط زیرساختی است و با توجه به ماهیت و محتوای سؤالات مطرح شده اکثر پاسخ‌دهندگان اظهار داشتند که وضعیت "زیرساخت‌های حمل‌ونقل جاده‌ای استان و راه‌های ارتباطی به مرزها و پایانه‌های مرزی (ساخت، تعمیر و نگهداری جاده‌ها، آسفالت، سرانه جاده‌ای و بزرگراه و...)"، "زیرساخت‌های تجاری در پایانه‌های مرزی (انبار، سردخانه، مکان تخلیه و بارگیری، باسکول، آزمایشگاه استاندارد، دستگاه‌های x-ray، پارکینگ، برق اضطراری و...)"، "زیرساخت‌های تجاری در مرزها و بازارچه‌های رسمی (سیرانند بانه) و غیررسمی موقت (خانم شیخان مریوان و پله‌خور سروآباد)"، "ارائه خدمات فنی و پشتیبانی در گمرک و پایانه‌های مرزی (تشریفات

1. One Sample T-Test

گمرکی و ترخیص کالا، عملیات تخلیه و بارگیری، فرآیند بازرسی، دیپ‌زنی و ..."، "ارائه خدمات رفاهی در مرزها و محدوده پایانه‌های مرزی (اقامتگاه، استراحتگاه، مسجد، پارکینگ، خدمات فنی و مکانیکی برای کامیون‌ها، جایگاه سوخت، سالن‌های مذاکره، فوریت‌های پزشکی، آتش‌نشانی و ...)"، "زیرساخت‌های مخابراتی در مرزها و پایانه‌های مرزی استان (دسترسی به اینترنت، شبکه فیبر نوری، فضای مجازی و ...) " شرایط نامطلوبی دارد و با توجه به این که این وضعیت نامطلوب در شرایط فعلی وجود دارد به‌عنوان نقاط ضعف قلمداد می‌شوند.

در مورد متغیر شماره ۷ مقدار  $Sig < 0.05$  و چون مقدار  $t$  مثبت است یعنی اکثر پاسخ‌دهندگان در پاسخ به این سؤال گزینه زیاد و خیلی زیاد را انتخاب کردند. این سؤال مربوط به شرایط زیرساختی است و با توجه به ماهیت سؤال اکثر پاسخ‌دهندگان اظهار داشتند که فرسودگی ناوگان حمل‌ونقل استان در کاهش مبادلات تجاری استان و اقلیم کردستان تأثیرگذار بوده است و با توجه به وجود چنین شرایطی فرسودگی ناوگان حمل‌ونقل استان نقطه ضعف محسوب می‌شود. در ادامه متغیرهای شماره ۸ تا ۱۱ مقدار  $Sig < 0.05$  و مقدار  $t$  مثبت است اکثر پاسخ‌دهندگان در مورد این متغیرهای زیرساختی اظهار داشتند که "توسعه و تجهیز فرودگاه‌ها (راه‌اندازی خط پرواز استان به اقلیم کردستان) و بهره‌مندی از شبکه حمل‌ونقل ریلی"، "ایجاد شبکه هوشمند حمل‌ونقل بین‌المللی"، "احداث پایانه‌های صادراتی تخصصی (محصولات کشاورزی: توت‌فرنگی، سیب‌زمینی و ...) " و "ایجاد محوطه و فضای مناسب جهت برپایی نمایشگاه‌های صادراتی در نقاط مرزی " می‌تواند به بهبود و توسعه روابط تجاری استان و اقلیم کردستان کمک کند و با توجه به ماهیت این متغیرها، این موارد به‌عنوان فرصت قلمداد می‌شوند.

متغیرهای شماره (۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵ و ۲۲) به‌عنوان متغیرهای اقتصادی-مالی دارای  $Sig < 0.05$  و مقدار  $t$  منفی هستند، اکثر پاسخ‌دهندگان اظهار داشتند "شعب بانک‌های داخلی و صرافی‌ها"، "ارائه خدمات از سوی بانک‌ها، نهادها و مؤسسات اعتباری به بازرگانان و پشتیبانی از آن‌ها"، "پشتیبانی صندوق ضمانت صادرات ایران (ارائه بیمه‌نامه‌ها، ضمانت‌نامه‌های صادراتی) از صادرکنندگان" و "شرکت‌های بیمه‌ای در توسعه مبادلات تجاری" عملکرد مطلوبی در فرآیند روابط تجاری استان و اقلیم کردستان نداشتند و با توجه به وضعیت فعلی، این متغیرها به‌عنوان نقاط ضعف محسوب می‌شوند لازم به ذکر است متغیر ۲۲ یعنی "سیاست‌های تجارت خارجی ایران" با توجه به شرایط موجود به‌عنوان تهدید محسوب می‌شود. متغیرهای شماره (۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰، ۲۱ و ۲۴) نیز دارای  $Sig < 0.05$  و مقدار  $t$  مثبت هستند، اکثر پاسخ‌دهندگان با انتخاب گزینه زیاد و خیلی زیاد اظهار داشتند که "اجرای سیاست و فرآیند برگشت ارز حاصل از صادرات"، "نوسانات نرخ ارز و تفاوت آن در سامانه نیما و بازار آزاد"، "اجرای سیاست حذف ارز ترجیحی بر کالاهای اساسی و برخی مواد اولیه مور نیاز واحدهای تولیدی"، "تفاوت ارزش پایه کالاهای صادراتی در گمرک با قیمت تمام شده آن‌ها"، "رویه‌های ناعادلانه ممیزی و دریافت مالیات از بازرگانان (ابهام در نحوه محاسبه مالیات تراکنش‌های بانکی، استرداد مالیات بر ارزش افزوده و ...)"، "رانت، فساد و انحصارات اقتصادی در امور بازرگانی" در کاهش مبادلات تجاری استان و اقلیم بسیار تأثیرگذار بوده است و این موارد در شرایط فعلی به‌عنوان نقاط ضعف قلمداد می‌شوند.

جدول ۴-۳: آزمون T تک نمونه‌ای

ارزش آزمودن ۳						
ردیف	متغیر آشکار	مقدار t	سطح معنی‌داری <sup>۱</sup>	اختلاف میانگین		
				فاصله اطمینان ۹۵٪	میانگین	
				کران بالا	کران پایین	
۱.	وضعیت زیرساخت‌های حمل‌ونقل جاده‌ای استان و راه‌های ارتباطی به مرزها و پایانه‌های مرزی (ساخت، تعمیر و نگهداری جاده‌ها، آسفالت، سرانه جاده‌ای و بزرگراه و ...) (Q1)	-۹.۶۸۸	۰.۰۰۰	-۰.۸۳۷	-۱.۰۱	-۰.۶۷
۲.	وضعیت زیرساخت‌های تجاری در پایانه‌های مرزی (انبار، سردخانه، مکان تخلیه و بارگیری، باسکول، آزمایشگاه استاندارد، دستگاه‌های x-ray، پارکینگ، برق اضطراری و ...) (Q2)	-۹.۵۴۷	۰.۰۰۰	-۰.۸۰۷	-۰.۹۷	-۰.۶۴
۳.	وضعیت زیرساخت‌های تجاری در مرزها و بازارچه‌های رسمی (سیرابندبانه) و غیررسمی موقت (خانم شیخان میوان و مله‌خور سروآباد) (Q3)	-۱۱.۷۷۶	۰.۰۰۰	-۰.۸۵۵	-۱.۰۰	-۰.۷۱
۴.	وضعیت ارائه خدمات فنی و پشتیبانی در گمرک و پایانه‌های مرزی (تشریفات گمرکی و ترخیص کالا، عملیات تخلیه و بارگیری، فرآیند بازرسی، دیپ‌زنی و ...) (Q4)	-۵.۱۶۶	۰.۰۰۰	-۰.۴۲۲	-۰.۵۸	-۰.۲۶
۵.	وضعیت ارائه خدمات رفاهی در مرزها و محدوده پایانه‌های مرزی (اقامتگاه، استراحتگاه، مسجد، پارکینگ، خدمات فنی و مکانیکی برای کامیون‌ها، جایگاه سوخت، سالن‌های مذاکره، فوریت‌های پزشکی، آتش‌نشانی و ...) (Q5)	-۱۲.۱۷۹	۰.۰۰۰	-۰.۹۱۶	-۱.۰۶	-۰.۷۷
۶.	وضعیت زیرساخت‌های مخابراتی در مرزها و پایانه‌های مرزی استان (دسترسی به اینترنت، شبکه فیبر نوری، فضای مجازی و ...) (Q6)	-۵.۲۷۲	۰.۰۰۰	-۰.۳۹۸	-۰.۵۵	-۰.۲۵
۷.	فوسودگی ناوگان حمل‌ونقل استان (Q7)	۱۰.۴۶۸	۰.۰۰۰	۰.۸۰۱	۰.۶۵	۰.۹۵
۸.	توسعه و تجهیز فرودگاه‌ها (راه‌اندازی خط پرواز استان به اقلیم کردستان) و بهره‌مندی از شبکه حمل‌ونقل ریلی (Q8)	۱۲.۵۹۸	۰.۰۰۰	۱.۱۰۸	۰.۹۳	۱.۲۸
۹.	ایجاد شبکه هوشمند حمل‌ونقل بین‌المللی (Q9)	۱۷.۷۴۷	۰.۰۰۰	۱.۲۵۹	۱.۱۲	۱.۴۰
۱۰.	احداث پایانه‌های صادراتی تخصصی (محصولات کشاورزی: توت‌فرنگی، سیب‌زمینی و ...) (Q10)	۱۶.۸۸۱	۰.۰۰۰	۱.۱۶۹	۱.۰۳	۱.۳۱
۱۱.	ایجاد محوطه و فضای مناسب جهت برپایی نمایشگاه‌های صادراتی در نقاط مرزی (Q11)	۱۱.۹۸۴	۰.۰۰۰	۰.۹۳۴	۰.۷۸	۱.۰۹
۱۲.	عملکرد شعب بانک‌های داخلی و صرافی‌ها (Q12)	-۴.۴۴۵	۰.۰۰۰	-۰.۴۲۲	-۰.۶۱	-۰.۲۳

<sup>۱</sup> Significant (Sig)

ارزش آزمون ۳					
ردیف	متغیر آشکار	مقدار t	سطح معنی‌داری <sup>۱</sup>	اختلاف میانگین	
				کمران پایین	کمران بالا
۱۳	وضعیت ارائه خدمات از سوی بانک‌ها، نهادها و مؤسسات اعتباری به بازرگانان و پشتیبانی از آن‌ها (Q13)	-۵.۷۸۹	۰.۰۰۰	-۰.۵۵۴	-۰.۷۴
۱۴	پشتیبانی صندوق ضمانت صادرات ایران (ارائه بیمه‌نامه‌ها، ضمانت‌نامه‌های صادراتی) از صادرکنندگان (Q14)	-۷.۷۷۳	۰.۰۰۰	-۰.۶۸۱	-۰.۸۵
۱۵	عملکرد شرکت‌های بیمه‌ای در توسعه مبادلات تجاری (Q15)	-۷.۷۹۰	۰.۰۰۰	-۰.۶۳۳	-۰.۷۹
۱۶	تحریم‌های بانکی و عدم دسترسی به شبکه‌های بانکی بین‌المللی (Q16)	۱۱.۷۰۳	۰.۰۰۰	۱.۰۰۰	-۰.۸۳
۱۷	اجرای سیاست و فرآیند برگشت ارز حاصل از صادرات (Q17)	۱۱.۲۲۳	۰.۰۰۰	۰.۹۴۶	۰.۷۸
۱۸	نوسانات نرخ ارز و تفاوت آن در سامانه نیما و بازار آزاد (Q18)	۱۴.۱۷۷	۰.۰۰۰	۱.۱۴۵	۰.۹۹
۱۹	اجرای سیاست حذف ارز ترجیحی بر کالاهای اساسی و برخی مواد اولیه مورد نیاز واحدهای تولیدی (Q19)	۶.۴۱۷	۰.۰۰۰	۰.۵۷۸	۰.۴۰
۲۰	تفاوت ارزش پایه کالاهای صادراتی در گمرک با قیمت تمام شده آن‌ها (Q20)	۹.۴۷۲	۰.۰۰۰	۰.۶۹۹	۰.۵۶
۲۱	رویه‌های ناعادلانه ممیزی و دریافت مالیات از بازرگانان (ابهام در نحوه محاسبه مالیات تراکنش‌های بانکی، استرداد مالیات بر ارزش افزوده و ...) (Q21)	۱۳.۳۶۴	۰.۰۰۰	۱.۰۱۸	۰.۸۷
۲۲	سیاست‌های تجارت خارجی ایران (Q22)	-۲.۷۷۶	۰.۰۰۶	-۰.۲۴۷	-۰.۴۲
۲۳	وضعیت بی‌ثباتی سیاست‌های کلان اقتصادی (تجاری، ارزی، پولی و مالی) در فرآیند مبادلات تجاری (Q23)	۱۶.۸۶۱	۰.۰۰۰	۱.۲۴۱	۱.۱۰
۲۴	رانت، فساد و انحصارات اقتصادی در امور بازرگانی (Q24)	۱۳.۴۰۳	۰.۰۰۰	۱.۰۶۰	۰.۹۰
۲۵	تأسیس صرافی‌ها و شعب بانک‌ها (ایرانی، عراقی و خارجی) در استان و اقلیم کردستان (Q25)	۱۸.۵۱۶	۰.۰۰۰	۱.۲۳۵	۱.۱۰
۲۶	سرمایه‌گذاری مشترک استان و اقلیم کردستان در طرح‌ها و پروژه‌های مرتبط با حوزه تجاری (Q26)	۱۷.۴۶۳	۰.۰۰۰	۱.۱۷۵	۱.۰۴
۲۷	ایجاد و توسعه مراکز تخصصی پزشکی در استان و شهرستان‌های مرزی جهت ارائه خدمات به بیماران اقلیم (تجارت خدمات توریسم درمانی) (Q27)	۱۵.۹۳۶	۰.۰۰۰	۱.۱۳۹	۱.۰۰
۲۸	اعمال معافیت حقوق گمرکی و سود بازرگانی کالاهای وارداتی و مشوق‌های صادراتی در مبادلات تجاری (Q28)	۱.۱۲۶	۰.۰۰۰	۰.۱۲۰	-۰.۰۹
۲۹	وضعیت جانب‌داری سیستم قضایی و اداری استان و اقلیم کردستان و اتخاذ رویکرد بی‌طرفانه در اجرای احکام (Q29)	-۴.۱۹۸	۰.۰۰۰	۰.۳۲۵	-۰.۴۸

ارزش آزمون ۳					
ردیف	متغیر آشکار	مقدار t	سطح معنی‌داری <sup>۱</sup>	اختلاف میانگین	
				کوران پایین	کوران بالا
۳۰	نوسانات تعرفه‌های حمل‌ونقل در استان (Q30)	۱۱.۱۳۹	۰.۰۰۰	۰.۸۶۱	۰.۷۱
۳۱	سلیقه‌ای عمل کردن مسئولین طرف اقلیم کردستان در پذیرش کالاهای ایرانی از لحاظ؛ استاندارد، کنترل کیفیت، بهداشت، قرنطینه (Q31)	۱۱.۱۸۴	۰.۰۰۰	۰.۸۹۲	۰.۷۳
۳۲	قوانین متغیر گمرکی کشور عراق و عدم اعمال یکسان تعرفه‌ها و رویه‌های گمرکی در مرزهای عراق به‌ویژه اقلیم کردستان به دلیل اختلافات اقلیم با حکومت مرکزی عراق (Q32)	۱۲.۵۷۳	۰.۰۰۰	۰.۹۲۸	۰.۷۸
۳۳	محدودیت‌های فصلی، مقطعی و گاهی ناگهانی برخی از محصولات صادراتی از جانب طرفین تجاری (Q33)	۱۲.۹۳۵	۰.۰۰۰	۰.۹۷۶	۰.۸۳
۳۴	اعمال تعرفه‌ها و موانع غیرتعاملی‌ای (نظیر سهمیه‌بندی واردات و ...) (Q34)	۱۱.۳۶۸	۰.۰۰۰	۰.۸۳۷	۰.۶۹
۳۵	شیوه‌های ابلاغ و اجرای بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های حوزه‌ی تجاری (متعدد، متغیر، آنی بودن و ...) (Q35)	۱۲.۰۵۷	۰.۰۰۰	۰.۹۳۴	۰.۷۸
۳۶	تأسیس مرکز مشترک داوری جهت حل اختلافات حقوقی و قراردادی بازرگانان طرفین (Q36)	۱۴.۷۷۰	۰.۰۰۰	۱.۰۷۸	۰.۹۳
۳۷	تشکیل "نهاد مشترک قانونی" ناظر بر اجرا و ارتقاء کیفیت تفاهم‌نامه‌ها و موافقت‌نامه‌های طرفین تجاری (Q37)	۱۳.۵۵۰	۰.۰۰۰	۱.۰۰۶	۰.۸۶
۳۸	انعقاد موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد و برقراری تعرفه‌های ترجیحی با کشور عراق (Q38)	۱۶.۵۳۹	۰.۰۰۰	۱.۰۷۲	۰.۹۴
۳۹	اعتبار سنجی و رتبه‌بندی بازرگان در فرآیند مبادلات تجاری (Q39)	۷.۶۳۱	۰.۰۰۰	۰.۶۲۰	۰.۴۶
۴۰	موقعیت جغرافیایی (سرزمینی، سیاسی، اقتصادی) مناطق مرزی استان (Q40)	۱۴.۷۵۶	۰.۰۰۰	۱.۰۶۰	۰.۹۲
۴۱	رایزنی و عملکرد دستگاه دیپلماسی اقتصادی ایران در تسهیل مبادلات و انعقاد تفاهم‌نامه‌های کاربردی تجاری (Q41)	-۳.۰۶۳	۰.۰۰۳	-۰.۳۰۱	-۰.۵۰
۴۲	حمایت دولت از بازرگانان استان در مقایسه با رقبای تجاری در اقلیم کردستان (نظیر سیاست‌ها و مشوق‌های صادراتی کشورهای ترکیه، چین، امارات، عربستان و ...) (Q42)	-۱۰.۰۵۵	۰.۰۰۰	-۰.۹۷۰	-۱.۱۶
۴۳	تأخیر در فرایند عبور کالا از مرز و همچنین کاهش کیفیت کالاهای صادراتی در اثر بازرسی‌های متعدد و گاهی غیراصولی نهادهای امنیتی و نظامی در مرزهای استان (Q43)	۱۱.۷۰۳	۰.۰۰۰	۰.۹۶۴	۰.۸۰
۴۴	اعمال تحریم‌ها و محدودیت دسترسی به بازارهای بین‌المللی (Q44)	۱۱.۸۲۱	۰.۰۰۰	۱.۰۰۰	۰.۸۳

ارزش آزمون ۳					
ردیف	متغیر آشکار	مقدار t	سطح معنی‌داری <sup>۱</sup>	اختلاف میانگین	
				کمران پایین	فاصله اطمینان ۹۵٪ کمران بالا
۴۵	بستن مرزها و بازارچه‌ها (سیف سقز و ...) و ممنوعیت موقت تردد و مبادلات تجاری در اثر رویدادهای سیاسی - امنیتی (Q45)	۹.۱۹۱	۰.۰۰۰	۰.۷۹۵	۰.۶۲
۴۶	امنیتی بودن پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی استان و نقش پررنگ مرزبانی و فرمانداری‌ها در مدیریت آن‌ها (Q46)	۱۳.۴۶۴	۰.۰۰۰	۱.۰۹۰	۰.۹۳
۴۷	تحرکات و اقدامات نظامی در مرزهای استان و اقلیم (Q47)	۹.۶۹۶	۰.۰۰۰	۰.۸۰۷	۰.۶۴
۴۸	ریسک و بی‌ثباتی اقتصادی، سیاسی و مالی طرفین (Q48)	۱۸.۲۵۵	۰.۰۰۰	۱.۱۸۱	۱.۰۵
۴۹	بیکاری گسترده و گرایش به قاچاق و فعالیت‌های غیررسمی در مناطق مرزی (Q49)	۱۱.۵۹۵	۰.۰۰۰	۰.۹۱۶	۰.۷۶
۵۰	وجود پایگاه حقوقی، حمایتی و قضایی به‌منظور ارائه خدمات مشاوره‌ای و کنسولی به بازرگانان استان و آگاهی بیشتر آن‌ها با قوانین حاکم در عراق (Q50)	۱۲.۶۹۳	۰.۰۰۰	۱.۰۱۸	۰.۸۶
۵۱	نبود مدیریت واحد و یکپارچه مرزی جهت ساماندهی امور مربوط به تجارت در پایانه‌های مرزی (باشماق مریوان و سیرانبد بانه)، بازارچه‌های رسمی (سیرانبد بانه) و غیررسمی (خانم شیخان مریوان و مله خور سروآباد) (Q51)	۱۶.۰۲۳	۰.۰۰۰	۱.۱۵۱	۱.۰۱
۵۲	عملکرد دستگاه‌های مربوطه در اجرای طرح توسعه و جامع ساماندهی مرز بین‌المللی باشماق مریوان (Q52)	-۷.۶۱۹	۰.۰۰۰	۰.۶۵۷	-۰.۸۳
۵۳	همکاری و تفاهم بین مسئولین طرفین تجاری در پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی (Q53)	-۴.۷۲۴	۰.۰۰۰	-۰.۴۰۴	-۰.۵۷
۵۴	حضور نیروی مجرب، ماهر و دارای تخصص بازرگانی در راستای توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم، در دستگاه‌های اجرایی مستقر در مرز (Q54)	-۶.۲۲۳	۰.۰۰۰	۰.۵۳۶	-۰.۷۱
۵۵	نگهداشت و استفاده از توانمندی و ظرفیت‌های نیروی کار جوان و تحصیل کرده بومی در مناطق مرزی استان در توسعه مبادلات تجاری (Q55)	-۳.۳۸۲	۰.۰۰۱	۰.۳۱۹	-۰.۵۱
۵۶	اعزام و پذیرش رایزنان و هیئت‌های تجاری (Q56)	۰.۷۵۶	۰.۴۵۱	۰.۰۶۶	-۰.۱۱
۵۷	برگزاری و شرکت در رویدادها و نمایشگاه‌های تجاری حضوری و مجازی (Q57)	۳.۰۷۵	۰.۰۰۲	۰.۲۵۳	۰.۰۹
۵۸	استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در امر بازاریابی و گسترش تجارت الکترونیک (ایجاد سایت‌های اینترنتی و اطلاع‌رسانی به شرکت‌های صادرات محور و بازرگانان) (Q58)	-۱.۵۷۶	۰.۱۱۷	-۰.۱۴۵	-۰.۳۳

ارزش آزمون ۳					
ردیف	متغیر آشکار	مقدار t	سطح معنی‌داری <sup>۱</sup>	اختلاف میانگین	
				کمران پایین	فاصله اطمینان ۹۵٪
		کمران بالا			
۵۹	به کارگیری فناوری‌های نوین و مکانیزه نمودن فرایندهای تجاری در پایانه‌های مرزی (Q59)	-۱.۳۳۹	۰.۱۸۲	-۰.۱۲۰	-۰.۳۰
۶۰	توسعه صنایع تبدیلی، واحدهای فرآوری، بسته‌بندی و سورتینگ جهت رقابت پذیر نمودن محصولات صادراتی (Q60)	-۴.۳۲۸	۰.۰۰۰	-۰.۳۸۶	-۰.۵۶
۶۱	تبلیغات و بازاریابی، تنوع‌بخشی، توسعه و ترویج برندهای مختص به استان (صنایع دستی، فرش دستباف، توت‌فرنگی و ...) (Q61)	-۴.۶۱۴	۰.۰۰۰	-۰.۴۱۶	-۰.۵۹
۶۲	تمایل و ریسک‌پذیری مدیران شرکت‌های تجاری و صادرات‌محور استان در راستای شناسایی، افزایش سهم و گسترش بازارهای هدف (Q62)	-۴.۵۴۷	۰.۰۰۰	-۰.۳۷۳	-۰.۵۴
۶۳	تفویض اختیار به مدیران دستگاه‌های اجرایی استان در مذاکرات و مراودات اقتصادی (Q63)	-۴.۵۶۳	۰.۰۰۰	-۰.۴۲۸	-۰.۶۱
۶۴	عملکرد اتاق‌های مشترک، کمیته‌ها و تشکل‌های تجاری داخلی و خارجی (ایران-عراق، سنندج-سلیمانیه، انجمن‌های مربوطه و ...) در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان (Q64)	-۳.۲۵۵	۰.۰۰۱	-۰.۲۸۹	-۰.۴۶
۶۵	تسهیل تردد بازرگانان، نیروی کار و انتقال ماشین‌آلات شرکت‌ها جهت کاهش هزینه‌ها (Q65)	-۲.۳۹۹	۰.۰۱۸	-۰.۲۲۹	-۰.۴۲
۶۶	عملکرد و کارآمدی نهادهای بخش خصوصی (اتاق بازرگانی، انجمن‌های صادراتی، تعاونی‌های مرزنشین، شرکت‌های حمل‌ونقل بین‌المللی، شرکت‌های مدیریت صادرات و ...) در توسعه مبادلات تجاری (Q66)	-۳.۰۹۲	۰.۰۰۲	-۰.۲۵۳	-۰.۴۱
۶۷	عملکرد سامانه پنجره واحد تجارت فرامرزی در توسعه مبادلات تجاری (Q67)	-۲.۸۶۷	۰.۰۰۵	-۰.۲۵۳	-۰.۴۳
۶۸	عملکرد دستگاه‌های اجرایی مربوطه، به‌ویژه مرزبانی در برخورد و ساماندهی پدیده کولبری در مبادلات تجاری (Q68)	-۸.۸۱۲	۰.۰۰۰	-۰.۸۰۱	-۰.۹۸
۶۹	حمایت از تعاونی‌های مرزنشین در توسعه مبادلات تجاری (Q69)	-۷.۹۰۱	۰.۰۰۰	-۰.۶۵۱	-۰.۸۱
۷۰	نظارت بر کیفیت و صدور گواهی مبدأ جهت جلوگیری از بدنام کردن و کاهش اعتبار تجاری کالاها و خدمات صادراتی (Q70)	-۴.۷۲۲	۰.۰۰۰	-۰.۴۱۰	-۰.۵۸
۷۱	تفاوت در اجرای قوانین و مقررات تجاری در مبادی گمرکی مناطق مرزی ایران (باشماق، پرویزخان و ...) (Q71)	۹.۶۷۴	۰.۰۰۰	۰.۷۷۷	۰.۶۲
۷۲	کمبود کارکن شاغل در دستگاه‌های اجرایی مستقر در مرز به‌ویژه گمرک (Q72)	۸.۲۲۲	۰.۰۰۰	۰.۶۷۵	۰.۵۱

ارزش آزمون ۳						
ردیف	متغیر آشکار	مقدار t	سطح معنی‌داری <sup>۱</sup>	اختلاف میانگین		
				فاصله اطمینان ۹۵٪	میانگین	
				کرن پایین	کرن بالا	
۷۳	بروکراسی اداری ( طولانی بودن فرایند اخذ مجوز، ثبت سفارش، ترخیص کالا، برگشت کالای مرجوعی، تشریفات گمرکی، صدور کارت بازرگانی و...) (Q73)	۱۳.۴۴۵	۰.۰۰۰	۱.۰۶۶	۰.۹۱	۱.۲۲
۷۴	عدم حمل یکسره کالاهای صادراتی به‌ویژه کالاهای فسادپذیر و شکستی (Q74)	۱۳.۸۲۸	۰.۰۰۰	۱.۰۳۶	۰.۸۹	۱.۱۸
۷۵	تعدد عوارض و هزینه‌های اضافی صادرات واردات در دو سوی مرز (توزین و نمونه‌گیری آزمایشگاهی مضاعف و...) (Q75)	۱۴.۵۳۲	۰.۰۰۰	۱.۰۷۲	۰.۹۳	۱.۲۲
۷۶	استفاده از کارت‌های بازرگانی اجاره‌ای (Q76)	۴.۹۹۸	۰.۰۰۰	۰.۵۱۲	۰.۳۱	۰.۷۱
۷۷	فساد و سوءاستفاده افراد از مقام و موقعیت اداری در دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی مربوط به امر تجارت (Q77)	۱۰.۱۲۸	۰.۰۰۰	۰.۸۴۳	۰.۶۸	۱.۰۱
۷۸	اختلاف زمانی، تعطیلات اعیاد و سوگواری‌ها (Q78)	۵.۱۲۲	۰.۰۰۰	۰.۴۵۲	۰.۲۸	۰.۶۳
۷۹	اجرا و عملیاتی نمودن منطقه آزاد تجاری-صنعتی بانه و مریوان (Q79)	۱۶.۳۸۷	۰.۰۰۰	۱.۲۷۱	۱.۱۲	۱.۴۲
۸۰	راه‌اندازی و توسعه فعالیت مراکز تجاری، دفاتر فروش و بازاریابی در بازارهای هدف صادراتی (Q80)	۱۷.۱۰۱	۰.۰۰۰	۱.۱۶۳	۱.۰۳	۱.۳۰
۸۱	نقش تأسیس شرکت‌های مشترک حمل‌ونقل بین‌المللی در توسعه تجارت بین استان و اقلیم کردستان (Q81)	۱۷.۰۱۱	۰.۰۰۰	۱.۱۶۹	۱.۰۳	۱.۳۰
۸۲	شکل‌گیری کنسرسیوم‌های (ائتلاف و همکاری شرکت‌ها) صادراتی با هدف توسعه، کسب سود و افزایش سهم شرکت‌های عضو در بازارهای هدف (Q82)	۱۳.۳۵۲	۰.۰۰۰	۰.۹۱۶	۰.۷۸	۱.۰۵
۸۳	همکاری و انجام پژوهش‌های کاربردی مشترک طرفین تجاری با هدف نیازسنجی، مطالعه بازار، تحلیل رقبا، شناخت پتانسیل‌ها و فرصت‌های تجاری همدیگر و تدوین برنامه راهبردی و نقشه راه تجاری (Q83)	۱۰.۲۵۵	۰.۰۰۰	۰.۸۳۷	۰.۶۸	۱.۰۰
۸۴	ایجاد بانک اطلاعاتی تجاری- تولیدی و چندزبانه (کردی، فارسی، انگلیسی و عربی) طرفین تجاری (Q84)	۱۷.۷۸۵	۰.۰۰۰	۱.۱۹۹	۱.۰۷	۱.۳۳
۸۵	توانمندسازی بنگاه‌های کوچک و متوسط صادرات محور (Q85)	۱۵.۹۶۴	۰.۰۰۰	۱.۱۰۸	۰.۹۷	۱.۲۵
۸۶	مذاکره و رایزنی با هدف ایجاد کریدور ترانزیت خارجی در اقلیم کردستان جهت صادرات کالاهای ایرانی به سوریه (Q86)	۱۵.۴۷۵	۰.۰۰۰	۱.۱۶۳	۱.۰۱	۱.۳۱



ارزش آزمون ۳					
ردیف	متغیر آشکار	مقدار t	سطح معنی‌داری <sup>۱</sup>	اختلاف میانگین	
				کوران پایین	کوران بالا
۸۷	آشنایی و تسلط بازرگانان، هیئت‌ها و رایزنان تجاری استان با (مقررات صادرات و واردات، رویه‌های گمرکی، اصول فنی و مذاکرات تجاری، زبان‌های خارجی و گویش‌های زبانی و ...) (Q87)	۵.۱۹۶	۰.۰۰۰	۰.۴۵۲	۰.۲۸
۸۸	فرهنگ مشارکت جمعی و روحیه کار تیمی در میان بازرگانان، مدیران و مسئولان اجرایی، مرزنشینان، تولیدکنندگان و صادرکنندگان (Q88)	-۰.۶۳۴	۰.۵۲۷	-۰.۰۶۰	-۰.۲۵
۸۹	برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی تجارت بین‌الملل (رویه‌های گمرکی، بازاریابی، اطلاع‌رسانی، مشاوره، فرآیند کسب مجوزهای بازرگانی، اینکوترمز و ...) (Q89)	۰.۲۶۰	۰.۷۹۵	۰.۰۲۴	-۰.۱۶
۹۰	تکریم ارباب‌رجوع (بازرگان و فعالان اقتصادی) در راستای منشور اخلاقی و رفتار حرفه‌ای کارکنان دستگاه‌های اجرایی (Q90)	-۲.۰۹۱	۰.۰۳۸	-۰.۱۸۱	-۰.۳۵
۹۱	اعتماد و اطمینان متقابل طرفین تجاری (Q91)	۹.۲۸۸	۰.۰۰۰	۰.۷۶۵	۰.۶۰
۹۲	اشتراکات فرهنگی، زبانی، آداب، سنن و ... طرفین تجاری (Q92)	۱۳.۸۶۳	۰.۰۰۰	۱.۰۱۲	۰.۸۷
۹۳	فرهنگ‌سازی و نهادینه کردن بینش تجاری با رویکرد مدرن بین‌المللی و ممانعت از رویه‌های تجارت سنتی در بین بازرگانان (Q93)	۱۴.۳۱۱	۰.۰۰۰	۰.۹۸۲	۰.۸۵
۹۴	نهادینه کردن فرهنگ برندسازی محصولات داخلی استانی و نشان صادراتی جهت عرضه به بازارهای بین‌المللی (Q94)	۱۸.۵۹۹	۰.۰۰۰	۱.۱۵۷	۱.۰۳

اگر  $Sig < 0.05$  بدین معناست که مقدار متغیر با میانگین اختلاف دارد اگر t مثبت باشد یعنی با فاصله اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت وضعیت آن متغیر بیشتر از حد میانگین است. به عبارت دیگر اکثر پاسخ‌دهندگان در پاسخ به سؤال مربوطه بیشتر گزینه زیاد و خیلی زیاد را انتخاب کردند.

اگر  $Sig < 0.05$  بدین معناست که مقدار متغیر با میانگین اختلاف دارد اگر t منفی باشد یعنی با فاصله اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت وضعیت آن متغیر کمتر از حد میانگین است. به عبارت دیگر اکثر پاسخ‌دهندگان در پاسخ به سؤال مربوطه بیشتر گزینه کم و خیلی کم را انتخاب کردند.

اگر  $Sig \geq 0.05$  بدین معناست که مقدار متغیر با میانگین اختلاف ندارد یعنی در حد متوسط است. به عبارت دیگر بیشتر پاسخ‌دهندگان در پاسخ به سؤال مربوطه گزینه متوسط را انتخاب کردند.

متغیر شماره ۲۳ نیز  $Sig < 0.05$  و مقدار t مثبت است اکثر پاسخ‌دهندگان با انتخاب گزینه زیاد و خیلی زیاد اظهار داشتند که "بی‌ثباتی سیاست‌های کلان اقتصادی (تجاری، ارزی، پولی و مالی) در فرآیند مبادلات تجاری" در کاهش مبادلات تجاری استان و اقلیم تأثیرگذار بوده و این متغیر به عنوان تهدید قلمداد می‌شود. متغیرهای شماره (۲۵، ۲۶ و ۲۷) نیز دارای  $Sig < 0.05$  و مقدار t مثبت هستند، اکثر پاسخ‌دهندگان با انتخاب گزینه زیاد و خیلی زیاد اظهار داشتند که "تأسیس صرافی‌ها

و شعب بانک‌ها (ایرانی، عراقی و خارجی) در استان و اقلیم کردستان"، "سرمایه‌گذاری مشترک استان و اقلیم در طرح‌ها و پروژه‌های مرتبط با حوزه تجاری" و "ایجاد و توسعه مراکز تخصصی پزشکی در استان و شهرستان‌های مرزی جهت ارائه خدمات به بیماران اقلیم (تجارت خدمات توریسم درمانی)" می‌تواند به توسعه مراودات تجاری استان و اقلیم کمک کند و ایجاد چنین شرایطی به‌عنوان فرصت قلمداد می‌شود.

متغیرهای شماره (۳۰، ۳۱، ۳۴ و ۳۵) نیز به‌عنوان متغیرهای حقوقی-قانونی دارای  $Sig < 0.05$  و مقدار  $t$  مثبت هستند، اکثر پاسخ‌دهندگان با انتخاب گزینه زیاد و خیلی زیاد اظهار داشتند که "نوسانات تعرفه‌های حمل‌ونقل در استان"، "سلیقه‌ای عمل کردن مسئولین طرف اقلیم کردستان در پذیرش کالاهای ایرانی از لحاظ؛ استاندارد، کنترل کیفیت، بهداشت، قرنطینه"، "اعمال تعرفه‌ها و موانع غیر تعرفه‌ای (نظیر سهمیه‌بندی واردات و...)" و "شیوه‌های ابلاغ و اجرای بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های حوزه‌ی تجاری (متعدد، متغیر، آنی بودن و...)" در کاهش روابط تجاری استان و اقلیم بسیار تأثیرگذار بوده است و این شرایط در وضع موجود به‌عنوان نقاط ضعف قلمداد می‌شوند. شاخص شماره ۲۸ دارای  $Sig < 0.05$  و مقدار  $t$  مثبت هست، پاسخ‌دهندگان اظهار داشتند "اعمال معافیت حقوق گمرکی و سود بازرگانی کالاهای وارداتی و مشوق‌های صادراتی در مبادلات تجاری" توانسته در روابط تجاری استان و اقلیم تأثیرگذار باشد و این به‌عنوان نقطه قوت قلمداد می‌شود.

متغیرهای شماره (۳۶، ۳۷، ۳۸ و ۳۹) نیز دارای  $Sig < 0.05$  و مقدار  $t$  مثبت هستند، اکثر پاسخ‌دهندگان با انتخاب گزینه زیاد و خیلی زیاد اظهار داشتند که "تأسیس مرکز مشترک داوری جهت حل اختلافات حقوقی و قراردادی بازرگانان طرفین"، "تشکیل نهاد مشترک قانونی ناظر بر اجرا و ارتقاء کیفیت تفاهم‌نامه‌ها و موافقت‌نامه‌های طرفین تجاری"، "انعقاد موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد و برقراری تعرفه‌های ترجیحی با کشور عراق" و "اعتبار سنجی و رتبه‌بندی بازرگانان در فرآیند مبادلات تجاری" می‌تواند به توسعه مراودات تجاری استان و اقلیم کمک کند و ایجاد چنین شرایطی به‌عنوان فرصت قلمداد می‌شود. متغیرهای شماره ۳۲ و ۳۳ دارای  $Sig < 0.05$  و مقدار  $t$  مثبت هستند، اکثر پاسخ‌دهندگان با انتخاب گزینه زیاد و خیلی زیاد اظهار داشتند که "قوانین متغیر گمرکی کشور عراق و عدم اعمال یکسان تعرفه‌ها و رویه‌های گمرکی در مرزهای عراق به‌ویژه اقلیم کردستان به دلیل اختلافات سیاسی اقلیم با حکومت عراق" و "محدودیت‌های فصلی، مقطعی و گاهی ناگهانی برخی از محصولات صادراتی از جانب طرفین تجاری" در کاهش روابط تجاری استان و اقلیم تأثیرگذار بوده است و این به‌عنوان تهدید قلمداد می‌شود.

متغیرهای شماره (۴۱ و ۴۲) نیز به‌عنوان متغیرهای سیاسی-امنیتی دارای  $Sig < 0.05$  و مقدار  $t$  منفی هستند، اکثر پاسخ‌دهندگان اظهار داشتند که "رایزنی و عملکرد دستگاه دیپلماسی اقتصادی ایران در تسهیل مبادلات و انعقاد تفاهم‌نامه‌های کاربردی تجاری" و "حمایت دولت از بازرگانان استان در مقایسه با رقبای تجاری در اقلیم کردستان (نظیر سیاست‌ها و مشوق‌های صادراتی کشورهای ترکیه، چین، امارات، عربستان و...)" مطلوب نبوده است و این موضوع در کاهش روابط تجاری استان و اقلیم بسیار تأثیرگذار بوده است و این شرایط در وضع موجود به‌عنوان نقاط ضعف قلمداد می‌شوند. در ادامه متغیرهای شماره (۴۳، ۴۵ و ۴۶) نیز به‌عنوان متغیرهای سیاسی-امنیتی دارای  $Sig < 0.05$  و مقدار  $t$  مثبت هستند، اکثر پاسخ‌دهندگان با انتخاب گزینه زیاد و خیلی زیاد اظهار داشتند "تأخیر در فرایند عبور کالا از مرز و همچنین کاهش کیفیت

کالاهای صادراتی در اثر بازرسی‌های متعدد و گاهی غیراصولی نهادهای امنیتی و نظامی در مرزهای استان"، "بستن مرزها و بازارچه‌ها (سیف سقز و ...) و ممنوعیت موقت تردد و مبادلات تجاری در اثر رویدادهای سیاسی-امنیتی" و "امنیتی بودن پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی استان و نقش پررنگ مرزبانی و فرمانداری‌ها در مدیریت آن‌ها" در کاهش روابط تجاری استان و اقلیم بسیار تأثیرگذار بوده است و این شرایط در وضع موجود به‌عنوان نقاط ضعف قلمداد می‌شوند.

متغیرهای شماره (۴۴، ۴۷، ۴۸ و ۴۹) نیز به‌عنوان متغیرهای سیاسی-امنیتی دارای  $Sig < 0.05$  و مقدار  $t$  مثبت هستند، اکثر پاسخ‌دهندگان با انتخاب گزینه زیاد و خیلی زیاد اظهار داشتند که "اعمال تحریم‌ها و محدودیت دسترسی به بازارهای بین‌المللی" و "تحركات و اقدامات نظامی در مرزهای استان و اقلیم"، "ریسک و بی‌ثباتی اقتصادی، سیاسی و مالی طرفین" و "بیکاری گسترده و گرایش به قاچاق و فعالیت‌های غیررسمی در مناطق مرزی" در کاهش روابط تجاری استان و اقلیم تأثیرگذار بوده است و این به‌عنوان تهدید قلمداد می‌شود. دو متغیر شماره (۴۰ و ۵۰) به‌عنوان متغیرهای سیاسی-امنیتی دارای  $Sig < 0.05$  و مقدار  $t$  مثبت هستند، اکثر پاسخ‌دهندگان با انتخاب گزینه زیاد و خیلی زیاد اظهار داشتند که "موقعیت جغرافیایی (سرزمینی، سیاسی، اقتصادی) مناطق مرزی استان" و "وجود پایگاه حقوقی، حمایتی و قضایی به‌منظور ارائه خدمات مشاوره‌ای و کنسولی به بازرگانان استان و آگاهی بیشتر آن‌ها با قوانین حاکم در عراق" در توسعه روابط تجاری استان و اقلیم تأثیرگذار هستند و در چنین شرایطی متغیر شماره ۴۰ به‌دلیل وجود آن در وضعیت فعلی قوت و متغیر شماره ۵۰ به‌دلیل جایگاهی که می‌تواند داشته باشد فرصت قلمداد می‌شود.

متغیرهای شماره (۵۲، ۵۳، ۵۴، ۵۵، ۵۸، ۵۹، ۶۰، ۶۱، ۶۲، ۶۳، ۶۴، ۶۵، ۶۶، ۶۷، ۶۸، ۶۹، ۷۰) نیز به‌عنوان متغیرهای مدیریتی-درون‌بخشی دارای  $Sig < 0.05$  و مقدار  $t$  منفی هستند، اکثر پاسخ‌دهندگان با انتخاب گزینه کم و خیلی کم اظهار داشتند که "عملکرد دستگاه‌های مربوطه در اجرای طرح توسعه و جامع ساماندهی مرز بین‌المللی باشماق میروان"، "همکاری و تفاهم بین مسئولین طرفین تجاری در پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی"، "حضور نیروی مجرب، ماهر و دارای تخصص بازرگانی در راستای توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم، در دستگاه‌های اجرایی مستقر در مرز"، "نگهداشت و استفاده از توانمندی و ظرفیت‌های نیروی کار جوان و تحصیل کرده بومی در مناطق مرزی استان در توسعه مبادلات تجاری"، "استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در امر بازاریابی و گسترش تجارت الکترونیک (ایجاد سایت‌های اینترنتی و اطلاع‌رسانی به شرکت‌های صادرات محور و بازرگانان)"، "به‌کارگیری فناوری‌های نوین و مکانیزه نمودن فرایندهای تجاری در پایانه‌های مرزی"، "توسعه صنایع تبدیلی، واحدهای فرآوری، بسته‌بندی و سورتینگ جهت رقابت‌پذیر نمودن محصولات صادراتی"، "تبلیغات و بازاریابی، تنوع‌بخشی، توسعه و ترویج برندهای مختص به استان (صنایع دستی، فرش دستباف، توت‌فرنگی و ...)"، "تمایل و ریسک‌پذیری مدیران شرکت‌های تجاری و صادرات محور استان در راستای شناسایی، افزایش سهم و گسترش بازارهای هدف"، "تفویض اختیار به مدیران دستگاه‌های اجرایی استان در مذاکرات و مراودات اقتصادی"، "عملکرد اتاق‌های مشترک، کمیته‌ها و تشکل‌های تجاری داخلی و خارجی (ایران-عراق، سنندج-سلیمانیه، انجمن‌های مربوطه و ...) در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان"، "تسهیل تردد بازرگانان، نیروی کار و انتقال ماشین‌آلات شرکت‌ها جهت کاهش هزینه‌ها"، "عملکرد و کارآمدی نهادهای بخش خصوصی (اتاق بازرگانی، انجمن‌های صادراتی، تعاونی‌های مرزنشین، شرکت‌های

حمل و نقل بین‌المللی، شرکت‌های مدیریت صادرات (...). در توسعه مبادلات تجاری"، "عملکرد سامانه پنجره واحد تجارت فرامرزی در توسعه مبادلات تجاری"، "عملکرد دستگاه‌های اجرایی مربوطه، به‌ویژه مرزبانی در برخورد و ساماندهی پدیده کولبری در مبادلات تجاری"، "حمایت و تقویت تعاونی‌های مرزنشین در توسعه مبادلات تجاری" و "نظارت بر کیفیت و صدور گواهی مبدأ جهت جلوگیری از بدنام کردن و کاهش اعتبار تجاری کالاها و خدمات صادراتی" در کاهش روابط تجاری استان و اقلیم بسیار تأثیرگذار بوده است و این شرایط در وضع موجود به‌عنوان نقاط ضعف قلمداد می‌شوند.

متغیرهای (۵۱، ۷۱، ۷۲، ۷۳، ۷۴، ۷۵، ۷۶، ۷۷ و ۷۸) به‌عنوان متغیرهای مدیریتی-درون‌بخشی دارای  $Sig < 0.05$  و مقدار  $t$  مثبت هستند، اکثر پاسخ‌دهندگان با انتخاب گزینه زیاد و خیلی زیاد اظهار داشتند که "نبود مدیریت واحد و یکپارچه مرزی جهت ساماندهی امور مربوط به تجارت در پایانه‌های مرزی (باشماق مریوان و سیرانبد بانه)، بازارچه‌های رسمی (سیرانبد بانه) و غیررسمی (خانم شیخان مریوان و مله خور سروآباد)"، "تفاوت در اجرای قوانین و مقررات تجاری در مبادی گمرکی مناطق مرزی ایران (باشماق، پرویزخان و ...)"، "کمبود کارکنان شاغل در دستگاه‌های اجرایی مستقر در مرز به‌ویژه گمرک"، "بروکراسی اداری (طولانی بودن فرایند اخذ مجوز، ثبت سفارش، ترخیص کالا، برگشت کالای مرجوعی، تشریفات گمرکی، صدور کارت بازرگانی و...)"، "عدم حمل یکسره کالاهای صادراتی به‌ویژه کالاهای فسادپذیر و شکستنی"، "تعدد عوارض و هزینه‌های اضافی صادرات واردات در دو سوی مرز (توزین و نمونه‌گیری آزمایشگاهی مضاعف و ...)"، "استفاده از کارت‌های بازرگانی اجاره‌ای"، "فساد و سوءاستفاده افراد از مقام و موقعیت اداری در دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی مربوط به امر تجارت" و "اختلاف زمانی، تعطیلات اعیاد و سوگواری‌ها" در کاهش روابط تجاری استان و اقلیم بسیار تأثیرگذار بوده است و این شرایط در وضع موجود به‌عنوان نقاط ضعف قلمداد می‌شوند.

متغیرهای (۵۶، ۵۷، ۷۹، ۸۰، ۸۱، ۸۲، ۸۳، ۸۴، ۸۵ و ۸۶) به‌عنوان متغیرهای مدیریتی-درون‌بخشی دارای  $Sig < 0.05$  و مقدار  $t$  مثبت هستند، اکثر پاسخ‌دهندگان با انتخاب گزینه زیاد و خیلی زیاد اظهار داشتند که "اعزام و پذیرش ریزنان و هیئت‌های تجاری"، "برگزاری و شرکت در رویدادها و نمایشگاه‌های تجاری حضوری و مجازی"، "کمبود کارکنان شاغل در دستگاه‌های اجرایی مستقر در مرز به‌ویژه گمرک"، "اجرا و عملیاتی نمودن منطقه آزاد تجاری-صنعتی بانه و مریوان"، "راه‌اندازی و توسعه فعالیت مراکز تجاری، دفاتر فروش و بازاریابی در بازارهای هدف صادراتی"، "نقش تأسیس شرکت‌های مشترک حمل و نقل بین‌المللی در توسعه تجارت بین استان و اقلیم کردستان"، "شکل‌گیری کنسرسیوم‌های (اتتلاف و همکاری شرکت‌ها) صادراتی با هدف توسعه، کسب سود و افزایش سهم شرکت‌های عضو در بازارهای هدف"، "همکاری و انجام پژوهش‌های کاربردی مشترک طرفین تجاری با هدف نیازسنجی، مطالعه بازار، تحلیل رقبا، شناخت پتانسیل‌ها و فرصت‌های تجاری همدیگر و تدوین برنامه راهبردی و نقشه راه تجاری" و "ایجاد بانک اطلاعاتی تجاری-تولیدی و چندزبانه (کردی، فارسی، انگلیسی و عربی) طرفین تجاری"، "توانمندسازی بنگاه‌های کوچک و متوسط صادرات محور" و "مذاکره و رایزنی با هدف ایجاد کریدور ترانزیت خارجی در اقلیم کردستان جهت صادرات کالاهای ایرانی به سوریه" در کاهش روابط تجاری استان و اقلیم بسیار تأثیرگذار بوده است و این شرایط در وضع موجود به‌عنوان نقاط ضعف قلمداد می‌شوند.

متغیرهای (۸۷، ۸۹، ۹۱، ۹۲، ۹۳ و ۹۴) به‌عنوان متغیرهای اجتماعی-فرهنگی دارای  $Sig < 0.05$  و مقدار  $t$  مثبت هستند، اکثر پاسخ‌دهندگان با انتخاب گزینه زیاد و خیلی زیاد اظهار داشتند که "آشنایی و تسلط بازرگانان، هیئت‌ها و رایزنان تجاری استان با (مقررات صادرات واردات، رویه‌های گمرکی، اصول فنی و مذاکرات تجاری، زبان‌های خارجی و گویش‌های زبانی و ...)"، "اعتماد و اطمینان متقابل طرفین تجاری" و "اشتراکات فرهنگی، زبانی، آداب، سنن و ... طرفین تجاری" به‌عنوان نقاط قوت و "برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی تجارت بین‌الملل (رویه‌های گمرکی، بازاریابی، اطلاع‌رسانی، مشاوره، فرآیند کسب مجوزهای بازرگانی، اینکوترمز و ...)"، "فرهنگ‌سازی و نهادینه کردن بینش تجاری با رویکرد مدرن بین‌المللی و ممانعت از رویه‌های تجارت سنتی در بین بازرگانان" و "نهادینه کردن فرهنگ برندسازی محصولات داخلی استانی و نشان صادراتی جهت عرضه به بازارهای بین‌المللی" به‌عنوان نقاط فرصت در روابط تجاری استان و اقلیم محسوب می‌شوند. متغیرهای شماره (۸۸ و ۹۰) نیز به‌عنوان متغیرهای اجتماعی-فرهنگی دارای  $Sig < 0.05$  و مقدار  $t$  منفی هستند و پاسخ‌دهندگان با انتخاب گزینه کم و خیلی کم اظهار داشتند "فرهنگ مشارکت جمعی و روحیه کار تیمی در میان بازرگانان، مدیران و مسئولان اجرایی، مرزنشینان، تولیدکنندگان و صادرکنندگان" و "تکریم ارباب‌رجوع (بازرگان و فعالان اقتصادی) در راستای منشور اخلاقی و رفتار حرفه‌ای کارکنان دستگاه‌های اجرایی" در فرایند مراودات تجاری استان و اقلیم ضعیف بوده و این موارد به‌عنوان نقطه ضعف قلمداد می‌شود.

در قسمت بعدی بر اساس خروجی آزمون T تک نمونه‌ای نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید طبق جدول ۴۴-۴ استخراج شده است و سایر بخش‌ها از قبیل تعیین حوزه راهبردی (ارزیابی عوامل داخلی، ارزیابی عوامل خارجی) بر اساس آن صورت گرفته است.

## ۸-۴ استخراج نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید بر اساس خروجی آزمون T تک نمونه‌ای

جدول ۴-۴: شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید در روابط تجاری استان و اقلیم کردستان

ابعاد	گویه‌ی پرسشنامه	قوت	ضعف	فرصت	تهدید
زیرساختی	۱. وضعیت زیرساخت‌های حمل‌ونقل جاده‌ای استان و راه‌های ارتباطی به مرزها و پایانه‌های مرزی (ساخت، تعمیر و نگهداری جاده‌ها، آسفالت، سرانه جاده‌ای و بزرگراه و ...)		✓		
	۲. وضعیت زیرساخت‌های تجاری در پایانه‌های مرزی (انبار، سردخانه، مکان تخلیه و بارگیری، باسکول، آزمایشگاه استاندارد، دستگاه‌های x-ray، پارکینگ، برق اضطراری و ...)		✓		
	۳. وضعیت زیرساخت‌های تجاری در مرزها و بازارچه‌های رسمی و غیررسمی موقت		✓		
	۴. وضعیت ارائه خدمات فنی و پشتیبانی در گمرک و پایانه‌های مرزی (تشریفات گمرکی و ترخیص کالا، عملیات تخلیه و بارگیری، فرآیند بازرسی، دیپ‌زنی و ...)		✓		
	۵. وضعیت ارائه خدمات رفاهی در مرزها و محدوده پایانه‌های مرزی (اقامتگاه، استراحتگاه، مسجد، پارکینگ، خدمات فنی و مکانیکی برای کامیون‌ها، جایگاه سوخت، سالن‌های مذاکره، فوریت‌های پزشکی، آتش‌نشانی و ...)		✓		
	۶. وضعیت زیرساخت‌های مخابراتی در مرزها و پایانه‌های مرزی استان (دسترسی به اینترنت، شبکه فیبر نوری، فضای مجازی و ...)		✓		
	۷. فرسودگی ناوگان حمل‌ونقل استان		✓		
	۸. توسعه و تجهیز فرودگاه‌ها (راه‌اندازی خط پرواز استان به اقلیم کردستان) و بهره‌مندی از شبکه حمل‌ونقل ریلی	✓			
	۹. ایجاد شبکه هوشمند حمل‌ونقل بین‌المللی	✓			
	۱۰. احداث پایانه‌های صادراتی تخصصی (محصولات کشاورزی: توت‌فرنگی، سیب‌زمینی و ...)	✓			
	۱۱. ایجاد محوطه و فضای مناسب جهت برپایی نمایشگاه‌های صادراتی در نقاط مرزی	✓			
اقتصادی-مالی	۱۲. عملکرد شعب بانک‌های داخلی و صرافیه‌ها		✓		
	۱۳. وضعیت ارائه خدمات از سوی بانک‌ها، نهادها و مؤسسات اعتباری به بازرگانان و پشتیبانی از آن‌ها		✓		
	۱۴. پشتیبانی صندوق ضمانت صادرات ایران (ارائه بیمه‌نامه‌ها، ضمانت‌نامه‌های صادراتی) از صادرکنندگان		✓		
	۱۵. عملکرد شرکت‌های بیمه‌ای در توسعه مبادلات تجاری		✓		
	۱۶. تحریم‌های بانکی و عدم دسترسی به شبکه‌های بانکی بین‌المللی	✓			
	۱۷. اجرای سیاست و فرآیند برگشت ارز حاصل از صادرات		✓		

تهدید	فرصت	ضعف	قوت	گویه‌ی پرسشنامه	ابعاد
		✓		۱۸. نوسانات نرخ ارز و تفاوت آن در سامانه نیما و بازار آزاد	
		✓		۱۹. اجرای سیاست حذف ارز ترجیحی بر کالاهای اساسی و برخی مواد اولیه مور نیاز واحدهای تولیدی	
		✓		۲۰. تفاوت ارزش پایه کالاهای صادراتی در گمرک با قیمت تمام شده آن‌ها	
		✓		۲۱. رویه‌های ناعادلانه ممیزی و دریافت مالیات از بازرگانان (ابهام در نحوه محاسبه مالیات تراکشن‌های بانکی، استرداد مالیات بر ارزش افزوده و ...)	
✓				۲۲. سیاست‌های تجارت خارجی ایران	
✓				۲۳. وضعیت بی‌ثباتی سیاست‌های کلان اقتصادی (تجاری، ارزی، پولی و مالی) در فرآیند مبادلات تجاری	
		✓		۲۴. رانت، فساد و انحصارات اقتصادی در امور بازرگانی	
	✓			۲۵. تأسیس صرافی‌ها و شعب بانک‌ها (ایرانی، عراقی و خارجی) در استان و اقلیم کردستان	
	✓			۲۶. سرمایه‌گذاری مشترک استان و اقلیم در طرح‌ها و پروژه‌های مرتبط با حوزه تجاری	
	✓			۲۷. ایجاد و توسعه مراکز تخصصی پزشکی در استان و شهرستان‌های مرزی جهت ارائه خدمات به بیماران اقلیم (تجارت خدمات توریسم درمانی)	
			✓	۲۸. موقعیت جغرافیایی (سرزمینی، سیاسی، اقتصادی) مناطق مرزی استان	امنیتی-سیاسی
		✓		۲۹. رایزنی و عملکرد دستگاه دیپلماسی اقتصادی ایران در تسهیل مبادلات و انعقاد تفاهم‌نامه‌های کاربردی تجاری	
		✓		۳۰. حمایت دولت از بازرگانان استان در مقایسه با رقبای تجاری در اقلیم کردستان (نظیر سیاست‌ها و مشوق‌های صادراتی کشورهای ترکیه، چین، امارات، عربستان و ...)	
		✓		۳۱. تأخیر در فرایند عبور کالا از مرز و همچنین کاهش کیفیت کالاهای صادراتی در اثر بازرسی‌های متعدد و گاهی غیراصولی نهادهای امنیتی و نظامی در مرزهای استان	
✓				۳۲. اعمال تحریم‌ها و محدودیت دسترسی به بازارهای بین‌المللی	
		✓		۳۳. بستن مرزها و بازارچه‌ها (سیف سفز و ...) و ممنوعیت موقت تردد و مبادلات تجاری در اثر رویدادهای سیاسی-امنیتی	
		✓		۳۴. امنیتی بودن پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی استان و نقش پررنگ مرزبانی و فرمانداری‌ها در مدیریت آن‌ها	
✓				۳۵. تحرکات و اقدامات نظامی در مرزهای استان و اقلیم	
✓				۳۶. ریسک و بی‌ثباتی اقتصادی، سیاسی و مالی طرفین	
✓				۳۷. بیکاری گسترده و گرایش به قاچاق و فعالیت‌های غیررسمی در مناطق مرزی	
	✓			۳۸. وجود پایگاه حقوقی، حمایتی و قضایی به‌منظور ارائه خدمات مشاوره‌ای و کنسولی به بازرگانان استان و آگاهی بیشتر آن‌ها با قوانین حاکم در عراق	



ابعاد	گویه‌ی پرسشنامه	قوت	ضعف	فرصت	تهدید
حقوقی-قانونی	۳۹. اعمال معافیت حقوق گمرکی و سود بازرگانی کالاهای وارداتی و مشوق‌های صادراتی در مبادلات تجاری	✓			
	۴۰. وضعیت جانب‌داری سیستم قضایی و اداری استان و اقلیم کردستان		✓		
	۴۱. نوسانات تعرفه‌های حمل‌ونقل در استان		✓		
	۴۲. سلیقه‌ای عمل کردن مسئولین طرف اقلیم کردستان در پذیرش کالاهای ایرانی از لحاظ؛ استاندارد، کنترل کیفیت، بهداشت، قرنطینه		✓		
	۴۳. قوانین متغیر گمرکی کشور عراق و عدم اعمال یکسان تعرفه‌ها و رویه‌های گمرکی در مرزهای عراق به‌ویژه اقلیم کردستان به دلیل اختلافات سیاسی اقلیم با حکومت عراق	✓			
	۴۴. محدودیت‌های فصلی، مقطعی و گاهی ناگهانی برخی از محصولات صادراتی از جانب طرفین تجاری	✓			
	۴۵. اعمال تعرفه‌ها و موانع غیر تعرفه‌ای (نظیر سهمیه‌بندی واردات و ...)		✓		
	۴۶. شیوه‌های ابلاغ و اجرای بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های حوزه‌ی تجاری (متعدد، متغیر، آنی بودن و...)		✓		
	۴۷. تأسیس مرکز مشترک داوری جهت حل اختلافات حقوقی و قراردادی بازرگانان طرفین				✓
	۴۸. تشکیل "نهاد مشترک قانونی" ناظر بر اجرا و ارتقاء کیفیت تفاهم‌نامه‌ها و موافقت‌نامه‌های طرفین تجاری				✓
۴۹. انعقاد موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد و برقراری تعرفه‌های ترجیحی با کشور عراق				✓	
۵۰. اعتبار سنجی و رتبه‌بندی بازرگانان در فرآیند مبادلات تجاری				✓	
مدیریتی درون‌بخشی	۵۱. نبود مدیریت واحد و یکپارچه مرزی جهت ساماندهی امور مربوط به تجارت در پایانه‌های مرزی، بازارچه‌های رسمی و غیررسمی		✓		
	۵۲. عملکرد دستگاه‌های مربوطه در اجرای طرح توسعه و جامع ساماندهی مرز بین‌المللی باشماق مریوان		✓		
	۵۳. همکاری و تفاهم بین مسئولین طرفین تجاری در پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی		✓		
	۵۴. حضور نیروی مجرب، ماهر و دارای تخصص بازرگانی در راستای توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم، در دستگاه‌های اجرایی مستقر در مرز		✓		
	۵۵. وضعیت نگهداشت و استفاده از توانمندی و ظرفیت‌های نیروی کار جوان و تحصیل‌کرده بومی در مناطق مرزی استان در توسعه مبادلات تجاری		✓		
	۵۶. اعزام و پذیرش رایزنان و هیئت‌های تجاری		✓		
	۵۷. برگزاری و شرکت در رویدادها و نمایشگاه‌های تجاری حضوری و مجازی		✓		
	۵۸. استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در امر بازاریابی و گسترش تجارت الکترونیک (ایجاد سایت‌های اینترنتی و اطلاع‌رسانی به شرکت‌های صادرات محور و بازرگانان)			✓	



تهدید	فرصت	ضعف	قوت	گویه‌ی پرسشنامه	ابعاد
		✓		۵۹. به کارگیری فناوری‌های نوین و مکانیزه نمودن فرایندهای تجاری در پایانه‌های مرزی	
		✓		۶۰. توسعه صنایع تبدیلی، واحدهای فرآوری، بسته‌بندی و سورتینگ جهت رقابت‌پذیر نمودن محصولات صادراتی	
		✓		۶۱. تبلیغات و بازاریابی، تنوع‌بخشی، توسعه و ترویج برندهای مختص به استان (صنایع دستی، فرش دستباف، توت‌فرنگی و ...)	
		✓		۶۲. تمایل و ریسک‌پذیری مدیران شرکت‌های تجاری و صادرات‌محور استان در راستای شناسایی، افزایش سهم و گسترش بازارهای هدف	
		✓		۶۳. تفویض اختیار به مدیران دستگاه‌های اجرایی استان در مذاکرات و مراودات اقتصادی	
		✓		۶۴. عملکرد اتاق‌های مشترک، کمیته‌ها و تشکل‌های تجاری داخلی و خارجی (ایران-عراق، سندج-سلیمانیه، انجمن‌های مربوطه و ...)	
		✓		۶۵. وضعیت تسهیل تردد بازرگانان، نیروی کار و انتقال ماشین‌آلات شرکت‌ها جهت کاهش هزینه‌ها	
		✓		۶۶. وضعیت عملکرد و کارآمدی نهادهای بخش خصوصی (اتاق بازرگانی، انجمن‌های صادراتی، تعاونی‌های مرزنشین، شرکت‌های حمل‌ونقل بین‌المللی، شرکت‌های مدیریت صادرات و ...) در توسعه مبادلات تجاری	
		✓		۶۷. وضعیت عملکرد سامانه پنجره واحد تجارت فرامرزی در توسعه مبادلات تجاری	
		✓		۶۸. عملکرد دستگاه‌های اجرایی مربوطه، به‌ویژه مرزبانی در برخورد و ساماندهی پدیده کولبری در مبادلات تجاری	
		✓		۶۹. حمایت و تقویت تعاونی‌های مرزنشین در توسعه مبادلات تجاری	
		✓		۷۰. نظارت بر کیفیت و صدور گواهی مبدأ جهت جلوگیری از بدنام کردن و کاهش اعتبار تجاری کالاها و خدمات صادراتی	
		✓		۷۱. تفاوت در اجرای قوانین و مقررات تجاری در مبادی گمرکی مناطق مرزی ایران (باشماق، پرویزخان و ...)	
		✓		۷۲. کمبود کارکنان شاغل در دستگاه‌های اجرایی مستقر در مرز به‌ویژه گمرک	
		✓		۷۳. بروکراسی اداری (طولانی بودن فرایند اخذ مجوز، ثبت سفارش، ترخیص کالا، برگشت کالای مرجوعی، تشریفات گمرکی، صدور کارت بازرگانی و ...)	
		✓		۷۴. عدم حمل یکسره کالاهای صادراتی به‌ویژه کالاهای فسادپذیر و شکستی	
		✓		۷۵. تعدد عوارض و هزینه‌های اضافی صادرات واردات در دو سوی مرز (توزین و نمونه‌گیری آزمایشگاهی مضاعف و ...)	
		✓		۷۶. استفاده از کارت‌های بازرگانی اجاره‌ای	
		✓		۷۷. فساد و سوءاستفاده افراد از مقام و موقعیت اداری در دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی مربوط به امر تجارت	

تهدید	فرصت	ضعف	قوت	گویه‌ی پرسشنامه	ابعاد
		✓		۷۸. اختلاف زمانی، تعطیلات اعیاد و سوگواری‌ها	
	✓			۷۹. اجرا و عملیاتی نمودن منطقه آزاد تجاری-صنعتی بانه و مریوان	
	✓			۸۰. راه‌اندازی و توسعه فعالیت مراکز تجاری، دفاتر فروش و بازاریابی در بازارهای هدف صادراتی	
	✓			۸۱. تأسیس شرکت‌های مشترک حمل‌ونقل بین‌المللی	
	✓			۸۲. شکل‌گیری کنسرسیوم‌های (ائتلاف و همکاری شرکت‌ها) صادراتی با هدف توسعه، کسب سود و افزایش سهم شرکت‌های عضو در بازارهای هدف	
	✓			۸۳. همکاری و انجام پژوهش‌های کاربردی مشترک طرفین تجاری با هدف نیازسنجی، مطالعه بازار، تحلیل رقبا، شناخت پتانسیل‌ها و فرصت‌های تجاری همدیگر و تدوین برنامه راهبردی و نقشه راه تجاری	
	✓			۸۴. ایجاد بانک اطلاعاتی تجاری- تولیدی و چند زبانه (کردی، فارسی، انگلیسی و عربی) طرفین تجاری	
	✓			۸۵. توانمندسازی بنگاه‌های کوچک و متوسط صادرات محور	
	✓			۸۶. مذاکره و رایزنی با هدف ایجاد کریدور ترانزیت خارجی در اقلیم کردستان جهت صادرات کالاهای ایرانی به سوریه	
			✓	۸۷. آشنایی و تسلط بازرگانان، هیئت‌ها و رایزنان تجاری استان با (مقررات صادرات واردات، رویه‌های گمرکی، اصول فنی و مذاکرات تجاری، زبان‌های خارجی و گویش‌های زبانی و ...)	
		✓		۸۸. حد فرهنگ مشارکت جمعی و روحیه کار تیمی در میان بازرگانان، مدیران و مسئولان اجرایی، مرزنشینان، تولیدکنندگان و صادرکنندگان	
	✓			۸۹. برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی تجارت بین‌الملل (رویه‌های گمرکی، بازاریابی، اطلاع‌رسانی، فرآیند کسب مجوزهای بازرگانی، اینکوئترمز و ...)	
		✓		۹۰. تکریم ارباب رجوع (بازرگان و فعالان اقتصادی) در راستای منشور اخلاقی و رفتار حرفه‌ای کارکنان دستگاه‌های اجرایی	
			✓	۹۱. اعتماد و اطمینان متقابل طرفین تجاری	
			✓	۹۲. اشتراکات فرهنگی، زبانی، آداب، سنن و ... طرفین تجاری	
	✓			۹۳. فرهنگ‌سازی و نهادینه کردن بینش تجاری با رویکرد مدرن بین‌المللی و ممانعت از رویه‌های تجارت سنتی در بین بازرگانان	
	✓			۹۴. نهادینه کردن فرهنگ برندسازی محصولات داخلی استانی و نشان صادراتی جهت عرضه به بازارهای بین‌المللی	

## ۹-۴ تعیین حوزه‌ی راهبردی بر اساس ماتریس‌های IFE و EFE، ارائه راهبردها و اولویت‌بندی راهبردها بر اساس ماتریس QSPM

در بخش قبلی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید ماتریس SWOT بر اساس متغیرهای زیرساختی، اقتصادی-مالی، حقوقی-قانونی، سیاسی-امنیتی، مدیریتی-درون‌بخشی و اجتماعی-فرهنگی تدوین شد. در کل در ماتریس SWOT که بر اساس پرسشنامه تدوین شد هفت قوت، پنجاه و پنج ضعف، بیست و سه فرصت و ده تهدید اساسی شناسایی شد. در این بخش سعی بر آن است با به‌کارگیری ماتریس SWOT، ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)، ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) و ماتریس QSPM به تعیین موقعیت راهبردی، تدوین راهبرد و اولویت‌بندی راهبرد پردازیم. در مرحله نخست پس از سنجش وضعیت یعنی شناسایی نقاط ضعف، قوت، فرصت و تهدید باید به تعیین حوزه‌ی راهبردی پردازیم که این موضوع بر اساس ارزیابی محیط داخلی (IFE)<sup>۱</sup> و ارزیابی محیط خارجی (EFE)<sup>۲</sup> صورت می‌گیرد.

در ارزیابی محیط داخلی (IFE) هدف بررسی و ارزیابی نقاط قوت و ضعف است. پس از ارزیابی محیط داخلی برای IFE عددی بین ۱ تا ۴ به دست می‌آید. امتیاز ۴ بیانگر آن است که سیستم دارای موقعیتی برجسته است و به عبارتی نشان‌دهنده واکنش خیلی خوب آن مجموعه در استفاده از قوت‌ها و به حداقل رساندن ضعف‌هاست. امتیاز ۱ هم بیانگر این است که آن مجموعه در استفاده از قوت‌ها و پرهیز از ضعف‌ها توانمند نبوده است. امتیاز ۲.۵ هم امتیازی متوسط برای آن سیستم محسوب می‌شود. در پژوهش حاضر در نتایج به دست آمده از ارزیابی گزاره‌های عوامل داخلی، گزاره‌های ضعف با توجه به شرایط موجود و ارزیابی کارشناسی نسبت به گزاره‌های قوت از توان بیشتر و در نتیجه نمره بیشتری برخوردار هستند. نمره نهایی ۱.۵۴۴ از میانگین معیار یعنی ۲.۵ کمتر است و این یعنی ضعف‌ها بر قوت‌ها برتری داشته و در کل، یعنی آن مجموعه در استفاده از قوت‌ها و پرهیز از ضعف‌ها توانمند نبوده است جدول ۴۵-۴.

در ارزیابی محیط خارجی (EFE) هدف ارزیابی و بررسی فرصت‌ها و تهدیدات است. پس از ارزیابی محیط خارجی برای EFE عددی بین ۱ تا ۴ به دست می‌آید. امتیاز ۴ بیانگر آن است که سیستم دارای موقعیتی برجسته است و به عبارتی نشان‌دهنده واکنش خیلی خوب آن مجموعه در استفاده از فرصت‌ها و به حداقل رساندن تهدیدهاست. امتیاز ۱ هم بیانگر این است که آن مجموعه در استفاده از فرصت‌ها و پرهیز از تهدیدها توانمند نبوده است. امتیاز ۲.۵ هم امتیازی متوسط برای آن سیستم محسوب می‌شود. در پژوهش حاضر در نتایج به دست آمده از ارزیابی گزاره‌های عوامل خارجی، گزاره‌های فرصت با توجه به شرایط موجود و ارزیابی کارشناسی نسبت به گزاره‌های تهدید از توان بیشتر و در نتیجه نمره بیشتری برخوردار هستند. نمره نهایی ۲.۹۷۳ از میانگین معیار یعنی ۲.۵ بیشتر است و این یعنی فرصت‌ها بر تهدیدها برتری داشته و در کل یعنی آن مجموعه در استفاده از فرصت‌ها و پرهیز از تهدیدها توانمند بوده است جدول ۴۶-۴.

<sup>۱</sup> Internal Factor Evaluation

<sup>۲</sup> External Factor Evaluation

در جدول ۴-۴۵ و جدول ۴-۴۶ مراحل و نتایج ارزیابی عوامل داخلی و خارجی بر اساس نظر کارشناسان تدوین شده است.

### ۴-۹-۱ ارزیابی عوامل داخلی (IFE)

جدول ۴۵-۴: ارزیابی عوامل داخلی (IFE) در تجارت استان و اقلیم کردستان

ردیف	قوت‌ها و ضعف‌ها	رتبه (طیف لیکرت) (جمع‌بندی نظر کارشناسان)				رتبه نهایی	ضریب اهمیت داخلی	نمره نهایی
		ضعف اساسی	ضعف	قوت	قوت اساسی			
		۱	۲	۳	۴			
S1	اعمال معافیت حقوق گمرکی و سود بازرگانی کالاهای وارداتی و مشوق‌های صادراتی در مبادلات تجاری					۳	۰.۰۱۴	۰.۰۴۱
S2	موقعیت جغرافیایی (سرزمینی، سیاسی، اقتصادی) مناطق مرزی استان					۴	۰.۰۲۰	۰.۰۸۱
S3	اعزام و پذیرش رایزنان و هیئت‌های تجاری					۳	۰.۰۱۱	۰.۰۳۴
S4	برگزاری و شرکت در رویدادها و نمایشگاه‌های تجاری حضوری و مجازی					۳	۰.۰۱۴	۰.۰۴۱
S5	آشنایی و تسلط بازرگانان، هیئت‌ها و رایزنان تجاری استان با (مقررات صادرات واردات، رویه‌های گمرکی، اصول فنی و مذاکرات تجاری، زبان‌های خارجی و گویش‌های زبانی و ...)					۳	۰.۰۱۱	۰.۰۳۴
S6	اعتماد و اطمینان متقابل طرفین تجاری					۴	۰.۰۱۱	۰.۰۴۵
S7	اشتراکات فرهنگی، زبانی، آداب، سنن و ... طرفین تجاری					۴	۰.۰۱۶	۰.۰۶۳
W1	وضعیت نامناسب زیرساخت‌های حمل‌ونقل جاده‌ای استان و راه‌های ارتباطی به مرزها و پایانه‌های مرزی (ساخت، تعمیر و نگهداری جاده‌ها، آسفالت، سرانه جاده‌ای و بزرگراه و ...)					۱	۰.۰۲۰	۰.۰۲۰
W2	کمبود وضعیت نامناسب زیرساخت‌های تجاری در پایانه‌های مرزی (انبار، سردخانه، مکان تخلیه و بارگیری، باسکول، آزمایشگاه استاندارد، دستگاه‌های X-ray، پارکینگ، برق اضطراری و ...)					۱	۰.۰۲۰	۰.۰۲۰
W3	وضعیت نامناسب زیرساخت‌های تجاری در مرزها و بازارچه‌های رسمی (سیرابند بانه) و غیررسمی موقت (خانم شیخان مریوان و مله‌خور سروآباد)					۱	۰.۰۲۰	۰.۰۲۰

ردیف	قوت‌ها و ضعف‌ها	رتبه (طیف لیکرت) (جمع‌بندی نظر کارشناسان)				رتبه نهایی	ضریب اهمیت داخلی	نمره نهایی
		ضعف اساسی ۱	ضعف ۲	قوت ۳	قوت اساسی ۴			
W4	وضعیت نامناسب و ضعف در ارائه خدمات فنی و پشتیبانی در گمرک و پایانه‌های مرزی (تشریفات گمرکی و ترخیص کالا، عملیات تخلیه و بارگیری، فرآیند بازرسی، دیپ‌زنی و ...)					۱	۰.۰۲۰	۰.۰۲۰
W5	وضعیت نامناسب و ضعف در ارائه خدمات رفاهی در مرزها و محدوده پایانه‌های مرزی (اقامتگاه، استراحتگاه، مسجد، پارکینگ، خدمات فنی و مکانیکی برای کامیون‌ها، جایگاه سوخت، سالن‌های مذاکره، فوریت‌های پزشکی، آتش‌نشانی و ...)					۱	۰.۰۱۸	۰.۰۱۸
W6	وضعیت نامناسب و ضعف در زیرساخت‌های مخابراتی در مرزها و پایانه‌های مرزی استان (دسترسی به اینترنت، شبکه فیبر نوری، فضای مجازی و ...)					۲	۰.۰۱۶	۰.۰۳۲
W7	فرسوده بودن ناوگان حمل‌ونقل استان					۱	۰.۰۱۸	۰.۰۱۸
W8	ضعف عملکردی شعب بانک‌های داخلی و صرافی‌ها					۱	۰.۰۱۸	۰.۰۱۸
W9	عملکرد ضعیف بانک‌ها، نهادها و مؤسسات اعتباری در ارائه خدمات و پشتیبانی از بازرگانان استان					۱	۰.۰۱۸	۰.۰۱۸
W10	عملکرد ضعیف صندوق ضمانت صادرات ایران در پشتیبانی از بازرگانان و ارائه بیمه‌نامه‌ها و ضمانت‌نامه‌های صادراتی به آنان					۱	۰.۰۱۸	۰.۰۱۸
W11	عملکرد ضعیف شرکت‌های بیمه‌ای در ارائه خدمات به بازرگانان و کمک به توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان					۱	۰.۰۱۶	۰.۰۱۶
W12	اجرائی شدن سیاست برگشت ارز حاصل از صادرات					۱	۰.۰۱۸	۰.۰۱۸
W13	نوسانات نرخ ارز و تفاوت آن در سامانه نیما و بازار آزاد					۱	۰.۰۱۸	۰.۰۱۸
W14	اجرائی شدن سیاست حذف ارز ترجیحی بر کالاهای اساسی و برخی مواد اولیه مورد نیاز واحدهای تولیدی استان					۲	۰.۰۱۱	۰.۰۲۳
W15	تفاوت ارزش پایه کالاهای صادراتی در گمرک با قیمت تمام شده آن‌ها					۱	۰.۰۱۴	۰.۰۱۴
W16	رویه‌های ناعادلانه ممیزی و دریافت مالیات از بازرگانان (ابهام در نحوه محاسبه مالیات تراکنش‌های بانکی، استرداد مالیات بر ارزش افزوده و ...)					۱	۰.۰۱۱	۰.۰۱۱

ردیف	قوت‌ها و ضعف‌ها	رتبه (طیف لیکرت) (جمع‌بندی نظر کارشناسان)				رتبه نهایی	ضرب اهمیت داخلی	نمره نهایی
		ضعف اساسی ۱	ضعف ۲	قوت ۳	قوت اساسی ۴			
W17	وجود رانت، فساد و انحصارات اقتصادی در امور بازرگانی بین استان و اقلیم					۱	۰.۰۲۰	۰.۰۲۰
W18	وضعیت جانب‌داری سیستم قضایی و اداری استان و اقلیم کردستان					۲	۰.۰۱۴	۰.۰۲۷
W19	نوسانات تعرفه‌های حمل و نقل در استان					۱	۰.۰۱۶	۰.۰۱۶
W20	سلیقه‌ای عمل کردن مسئولین طرف اقلیم کردستان در پذیرش کالاهای ایرانی از لحاظ؛ استاندارد، کنترل کیفیت، بهداشت، قرنطینه					۱	۰.۰۰۹	۰.۰۰۹
W21	اعمال تعرفه‌ها و موانع غیر تعرفه‌ای (نظیر سهمیه‌بندی واردات و ...)					۱	۰.۰۱۱	۰.۰۱۱
W22	شیوه‌های ابلاغ و اجرای بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های حوزه‌ی تجاری (متعدد، متغیر، آنی بودن و ...)					۱	۰.۰۱۶	۰.۰۱۶
W23	عملکرد ضعیف دستگاه دیپلماسی اقتصادی ایران در رایزنی و تسهیل مبادلات و انعقاد تفاهم‌نامه‌های کاربردی تجاری					۲	۰.۰۱۸	۰.۰۳۶
W24	عملکرد ضعیف دولت در حمایت از بازرگانان استان در مقایسه با رقبای تجاری در اقلیم کردستان (نظیر سیاست‌ها و مشوق‌های صادراتی کشورهای ترکیه، چین، امارات، عربستان و ...)					۱	۰.۰۲۰	۰.۰۲۰
W25	تأخیر در فرایند عبور کالا از مرز و همچنین کاهش کیفیت کالاهای صادراتی در اثر بازرسی‌های متعدد و گاهی غیراصولی نهادهای امنیتی و نظامی در مرزهای استان کردستان					۱	۰.۰۲۰	۰.۰۲۰
W26	بستن مرزها و بازارچه‌ها (سیف سقز و ...) و ممنوعیت موقت تردد و مبادلات تجاری در اثر رویدادهای سیاسی - امنیتی					۲	۰.۰۱۸	۰.۰۳۶
W27	امنیتی بودن پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی استان و نقش پررنگ مرزبانی و فرمانداری‌ها در مدیریت آن‌ها					۱	۰.۰۲۰	۰.۰۲۰
W28	نبود مدیریت واحد و یکپارچه مرزی جهت ساماندهی امور مربوط به تجارت در پایانه‌های مرزی (باشماق میروان و سیرانبند بانه)، بازارچه‌های رسمی (سیرانبند بانه) و غیررسمی (خانم شیخان میروان و مله خور سروآباد)					۱	۰.۰۲۰	۰.۰۲۰
W29	عملکرد ضعیف دستگاه‌های اجرایی استان کردستان در اجرای طرح توسعه و جامع ساماندهی مرز بین‌المللی باشماق میروان					۲	۰.۰۲۰	۰.۰۴۱

ردیف	قوت‌ها و ضعف‌ها	رتبه (طیف لیکرت) (جمع‌بندی نظر کارشناسان)				رتبه نهایی	ضریب اهمیت داخلی	نمره نهایی
		ضعف اساسی ۱	ضعف ۲	قوت ۳	قوت اساسی ۴			
W30	عملکرد ضعیف در همکاری و تفاهم بین مسئولین طرفین تجاری در پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی					۲	۰.۰۱۸	۰.۰۳۶
W31	کمبود حضور نیروی مجرب، ماهر و دارای تخصص بازرگانی در راستای توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم، در دستگاه‌های اجرایی مستقر در مرز استان کردستان					۲	۰.۰۱۸	۰.۰۳۶
W32	عملکرد ضعیف دستگاه‌های اجرایی استان کردستان در نگهداشت و استفاده از توانمندی و ظرفیت‌های نیروی کار جوان و تحصیل کرده بومی در مناطق مرزی استان در توسعه مبادلات تجاری					۲	۰.۰۱۸	۰.۰۳۶
W33	عملکرد ضعیف در استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در امر بازاریابی و گسترش تجارت الکترونیک (ایجاد سایت‌های اینترنتی و اطلاع‌رسانی به شرکت‌های صادرات محور و بازرگانان)					۲	۰.۰۱۸	۰.۰۳۶
W34	عملکرد ضعیف در به کارگیری فناوری‌های نوین و مکانیزه نبودن فرایندهای تجاری در پایانه‌های مرزی					۲	۰.۰۱۶	۰.۰۳۲
W35	عملکرد ضعیف در ایجاد و توسعه صنایع تبدیلی، واحدهای فرآوری، بسته‌بندی و سورتنینگ جهت رقابت‌پذیر نمودن محصولات صادراتی					۲	۰.۰۱۶	۰.۰۳۲
W36	عملکرد ضعیف در تبلیغات و بازاریابی، تنوع‌بخشی، توسعه و ترویج برندهای مختص به استان (صنایع دستی، فرش دستباف، توت‌فرنگی و ...)					۱	۰.۰۱۶	۰.۰۱۶
W37	عدم تمایل و ریسک‌پذیری مدیران شرکت‌های تجاری و صادرات محور استان در راستای شناسایی، افزایش سهم و گسترش بازارهای هدف					۱	۰.۰۱۱	۰.۰۱۱
W38	عدم تفویض اختیار به مدیران دستگاه‌های اجرایی استان در مذاکرات و مراودات اقتصادی					۱	۰.۰۱۶	۰.۰۱۶
W39	عملکرد ضعیف اتاق‌های مشترک، کمیته‌ها و تشکل‌های تجاری داخلی و خارجی (ایران-عراق، سنندج-سلیمانیه، انجمن‌های مربوطه و ...)					۱	۰.۰۱۸	۰.۰۱۸
W40	عدم توجه به تسهیل تردد بازرگانان، نیروی کار و انتقال ماشین‌آلات شرکت‌ها جهت کاهش هزینه‌ها					۲	۰.۰۱۸	۰.۰۳۶

ردیف	قوت‌ها و ضعف‌ها	رتبه (طیف لیکرت) (جمع‌بندی نظر کارشناسان)				رتبه نهایی	ضریب اهمیت داخلی	نمره نهایی
		ضعف اساسی ۱	ضعف ۲	قوت ۳	قوت اساسی ۴			
W41	عملکرد ضعیف نهادهای بخش خصوصی (اتاق بازرگانی، انجمن‌های صادراتی، تعاونی‌های مرزنشین، شرکت‌های حمل‌ونقل بین‌المللی، شرکت‌های مدیریت صادرات و...) در توسعه مبادلات تجاری					۲	۰.۰۱۸	۰.۰۳۶
W42	عملکرد ضعیف سامانه پنجره واحد تجارت فرامرزی در توسعه مبادلات تجاری					۲	۰.۰۱۱	۰.۰۲۳
W43	عملکرد ضعیف دستگاه‌های اجرایی مربوطه، به‌ویژه مرزبانی در برخورد و ساماندهی پدیده کولبری در مبادلات تجاری					۱	۰.۰۱۴	۰.۰۱۴
W44	بی‌توجهی به نقش تعاونی‌های مرزنشین در توسعه مبادلات تجاری استان و اقلیم کردستان					۲	۰.۰۱۱	۰.۰۲۳
W45	عدم توجه به نظارت بر کیفیت و صدور گواهی مبدأ جهت جلوگیری از بدنام کردن و کاهش اعتبار تجاری کالاها و خدمات صادراتی					۱	۰.۰۱۴	۰.۰۱۴
W46	تفاوت در اجرای قوانین و مقررات تجاری در مبادی گمرکی مناطق مرزی ایران (باشماق، پرویزخان و...)					۱	۰.۰۱۶	۰.۰۱۶
W47	کمبود کارکنان شاغل در دستگاه‌های اجرایی مستقر در مرز به‌ویژه گمرک					۱	۰.۰۱۴	۰.۰۱۴
W48	بروکراسی اداری (طولانی بودن فرایند اخذ مجوز، ثبت سفارش، ترخیص کالا، برگشت کالای مرجوعی، تشریفات گمرکی، صدور کارت بازرگانی و...)					۱	۰.۰۲۰	۰.۰۲۰
W49	عدم حمل یکسره کالاهای صادراتی به‌ویژه کالاهای فسادپذیر و شکستی					۱	۰.۰۲۰	۰.۰۲۰
W50	تعدد عوارض و هزینه‌های اضافی صادرات واردات در دو سوی مرز (توزین و نمونه‌گیری آزمایشگاهی مضاعف و...)					۱	۰.۰۲۰	۰.۰۲۰
W51	استفاده از کارت‌های بازرگانی اجاره‌ای					۲	۰.۰۰۹	۰.۰۱۸
W52	فساد و سوءاستفاده افراد از مقام و موقعیت اداری در دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی مربوط به امر تجارت					۱	۰.۰۲۰	۰.۰۲۰
W53	اختلاف زمانی، تعطیلات اعیاد و سوگواری‌ها					۲	۰.۰۰۷	۰.۰۱۴
W54	نبود فرهنگ مشارکت جمعی و روحیه کار تیمی در میان بازرگانان، مدیران و مسئولان اجرایی، مرزنشینان، تولیدکنندگان و صادرکنندگان					۲	۰.۰۱۱	۰.۰۲۳



ردیف	قوت‌ها و ضعف‌ها	رتبه (طیف لیکرت) (جمع‌بندی نظر کارشناسان)				رتبه نهایی	ضریب اهمیت داخلی	نمره نهایی
		ضعف اساسی ۱	ضعف ۲	قوت ۳	قوت اساسی ۴			
W55	عدم توجه به تکریم ارباب‌رجوع (بازرگان و فعالان اقتصادی) در راستای منشور اخلاقی و رفتار حرفه‌ای کارکنان دستگاه‌های اجرایی					۲	۰.۰۱۶	۰.۰۳۲
<b>جمع نمره عوامل داخلی</b>								
						-	۱	۱.۰۵۴

#### ۴-۹-۲ ارزیابی عوامل خارجی (EFE)

جدول ۴-۶: ارزیابی عوامل خارجی (EFE) در تجارت استان و اقلیم کردستان

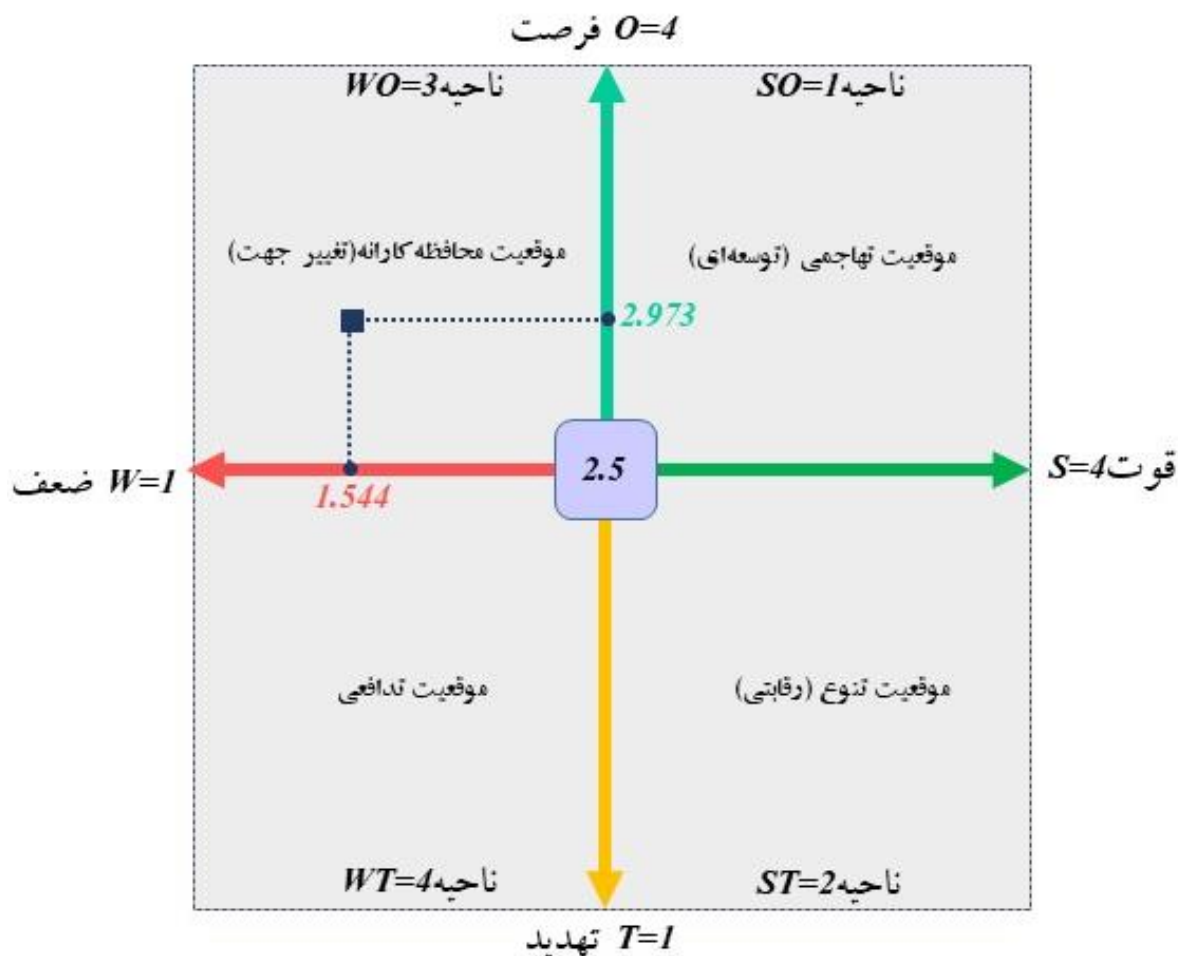
ردیف	فرصت‌ها و تهدیدها	رتبه (طیف لیکرت) (جمع‌بندی نظر کارشناسان)				رتبه نهایی	ضریب اهمیت خارجی	نمره نهایی
		تهدید اساسی ۱	تهدید ۲	فرصت ۳	فرصت اساسی ۴			
O1	توسعه و تجهیز فرودگاه‌ها (راه‌اندازی خط پرواز استان به اقلیم کردستان) و بهره‌مندی از شبکه حمل‌ونقل ریلی					۴	۰.۰۳۵	۰.۱۴۱
O2	تلاش برای ایجاد شبکه هوشمند حمل‌ونقل بین‌المللی					۴	۰.۰۳۱	۰.۱۲۵
O3	احداث پایانه‌های صادراتی تخصصی (محصولات کشاورزی: توت‌فرنگی، سیب‌زمینی و ...)					۴	۰.۰۳۱	۰.۱۲۵
O4	ایجاد محوطه و فضای مناسب جهت برپایی نمایشگاه‌های صادراتی در نقاط مرزی					۳	۰.۰۲۷	۰.۰۸۲
O5	تأسیس صرافیه‌ها و شعب بانک‌ها (ایرانی، عراقی و خارجی) در استان و اقلیم کردستان					۴	۰.۰۳۵	۰.۱۴۱
O6	سرمایه‌گذاری مشترک استان و اقلیم در طرح‌ها و پروژه‌های مرتبط با حوزه تجاری					۴	۰.۰۲۳	۰.۰۹۴
O7	ایجاد و توسعه مراکز تخصصی پزشکی در استان و شهرستان‌های مرزی جهت ارائه خدمات به بیماران اقلیم (تجارت خدمات توریسم درمانی)					۳	۰.۰۲۳	۰.۰۷۰
O8	تأسیس مرکز مشترک داوری جهت حل اختلافات حقوقی و قراردادی بازرگانان طرفین					۴	۰.۰۳۵	۰.۱۴۱

ردیف	فرصت‌ها و تهدیدها	رتبه (طیف لیکرت) (جمع‌بندی نظر کارشناسان)				رتبه نهایی	ضریب اهمیت خارجی	نمره نهایی
		تهدید اساسی ۱	تهدید ۲	فرصت ۳	فرصت اساسی ۴			
O9	تشکیل "نهاد مشترک قانونی" ناظر بر اجرا و ارتقاء کیفیت تفاهم‌نامه‌ها و موافقت‌نامه‌های طرفین تجاری					۴	۰.۰۳۵	۰.۱۴۱
O10	انعقاد موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد و برقراری تعرفه‌های ترجیحی با کشور عراق					۴	۰.۰۳۱	۰.۱۲۵
O11	اعتبار سنجی و رتبه‌بندی بازرگانان در فرآیند مبادلات تجاری					۳	۰.۰۲۰	۰.۰۵۹
O12	وجود پایگاه حقوقی، حمایتی و قضایی به منظور ارائه خدمات مشاوره‌ای و کنسولی به بازرگانان استان و آگاهی بیشتر آن‌ها با قوانین حاکم در عراق					۴	۰.۰۳۵	۰.۱۴۱
O13	اجرا و عملیاتی نمودن منطقه آزاد تجاری-صنعتی بانه و مریوان					۴	۰.۰۳۵	۰.۱۴۱
O14	راه‌اندازی و توسعه فعالیت مراکز تجاری، دفاتر فروش و بازاریابی در بازارهای هدف صادراتی					۴	۰.۰۳۱	۰.۱۲۵
O15	تأسیس شرکت‌های مشترک حمل‌ونقل بین‌المللی					۴	۰.۰۳۱	۰.۱۲۵
O16	شکل‌گیری کنسرسیوم‌های (ائتلاف و همکاری شرکت‌ها) صادراتی با هدف توسعه، کسب سود و افزایش سهم شرکت‌های عضو در بازارهای هدف					۴	۰.۰۳۱	۰.۱۲۵
O17	همکاری و انجام پژوهش‌های کاربردی مشترک طرفین تجاری با هدف نیازسنجی، مطالعه بازار، تحلیل رقبا، شناخت پتانسیل‌ها و فرصت‌های تجاری هم‌دیگر و تدوین برنامه راهبردی تجاری					۳	۰.۰۳۱	۰.۰۹۴
O18	ایجاد بانک اطلاعاتی تجاری- تولیدی و چند زبانه (کردی، فارسی، انگلیسی و عربی) طرفین تجاری					۴	۰.۰۳۱	۰.۱۲۵
O19	توانمندسازی بنگاه‌های کوچک و متوسط صادرات محور					۴	۰.۰۲۳	۰.۰۹۴
O20	مذاکره و رایزنی با هدف ایجاد کریدور ترانزیت خارجی در اقلیم کردستان جهت صادرات کالاهای ایرانی به سوریه					۴	۰.۰۳۱	۰.۱۲۵
O21	برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی تجارت بین‌الملل (رویه‌های گمرکی، بازاریابی، اطلاع‌رسانی، فرآیند کسب مجوزهای بازرگانی، اینکو‌ترمز و ...)					۴	۰.۰۲۷	۰.۱۰۹
O22	فرهنگ‌سازی و نهادینه کردن بینش تجاری با رویکرد مدرن بین‌المللی و ممانعت از رویه‌های تجارت سنتی در بین بازرگانان					۴	۰.۰۲۷	۰.۱۰۹

ردیف	فرصت‌ها و تهدیدها	رتبه (طیف لیکرت) (جمع‌بندی نظر کارشناسان)				رتبه نهایی	ضریب اهمیت خارجی	نمره نهایی
		تهدید اساسی ۱	تهدید ۲	فرصت ۳	فرصت اساسی ۴			
O23	نهادینه کردن فرهنگ برندسازی محصولات داخلی استانی و نشان صادراتی جهت عرضه به بازارهای بین‌المللی					۴	۰.۰۲۷	۰.۱۰۹
T1	نقش تحریم‌های بانکی در دسترسی نداشتن به شبکه‌های بانکی بین‌المللی					۱	۰.۰۳۵	۰.۰۳۵
T2	نوسانات نرخ ارز و تفاوت آن در سامانه نیما و بازار آزاد					۱	۰.۰۳۱	۰.۰۳۱
T3	همسو نبودن سیاست‌های تجارت خارجی ایران در راستای توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم					۱	۰.۰۳۵	۰.۰۳۵
T4	بی‌ثبات بودن سیاست‌های تجاری، ارزی و پولی و مالی ایران و تأثیر آن در کاهش مبادلات تجاری استان و اقلیم					۱	۰.۰۳۵	۰.۰۳۵
T5	قوانین متغیر گمرکی کشور عراق و عدم اعمال یکسان تعرفه‌ها و رویه‌های گمرکی در مرزهای عراق به‌ویژه اقلیم کردستان به دلیل اختلافات سیاسی اقلیم با حکومت مرکزی عراق					۱	۰.۰۳۵	۰.۰۳۵
T6	محدودیت‌های فصلی، مقطعی و گاهی ناگهانی برخی از محصولات صادراتی از جانب طرفین تجاری					۱	۰.۰۱۶	۰.۰۱۶
T7	اعمال تحریم‌ها و محدودیت دسترسی به بازارهای بین‌المللی و تأثیر آن در کاهش مبادلات تجاری بین استان کردستان و اقلیم کردستان					۱	۰.۰۳۵	۰.۰۳۵
T8	تحركات و اقدامات نظامی در مرزهای استان و اقلیم کردستان					۱	۰.۰۲۷	۰.۰۲۷
T9	وجود ریسک و بی‌ثباتی اقتصادی، سیاسی و مالی در استان کردستان و اقلیم کردستان					۱	۰.۰۳۵	۰.۰۳۵
T10	بیکاری گسترده و گرایش به قاچاق و فعالیت‌های غیررسمی در مناطق مرزی استان کردستان					۱	۰.۰۲۳	۰.۰۲۳
<b>جمع نمره عوامل خارجی</b>								<b>۲.۹۷۳</b>

### ۴-۹-۳ تعیین موقعیت راهبردی

پس از تهیه ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی، موقعیت راهبردی بر اساس محل تلاقی مختصات به دست آمده یعنی (IFE, EFE) مشخص می‌شود. پس از اینکه موقعیت راهبردی مشخص شد بر اساس موقعیتی که به دست می‌آید تدوین راهبردها آغاز می‌شود. در کل چهار دسته استراتژی WO، ST، WO، WT در این مدل مطرح می‌گردد، این استراتژی‌ها حاصل بررسی دوبه‌دو عوامل داخلی و خارجی باهم هستند. موقعیت SO استراتژی تهاجمی (توسعه‌ای) را پیشنهاد می‌کند؛ موقعیت ST استراتژی تنوع (رقابتی) را پیشنهاد می‌کند؛ موقعیت WO استراتژی با گرایش تغییر جهت (محافظه کارانه) را حمایت می‌کند و موقعیت WT استراتژی تدافعی را توصیه می‌کند.



تصویر ۳-۴: موقعیت راهبردی

طبق نتایج ارزیابی عوامل داخلی و خارجی، مختصات موقعیت راهبردی (۲.۹۷۳\_۱.۵۴۴) است که در تصویر ۳-۴ نشان داده شده است. همان گونه که در تصویر نشان داده شده تلاقی مختصات در ناحیه ۳ یعنی WO واقع شده و این موقعیت بیانگر استراتژی موقعیت محافظه کارانه و یا همان تغییر جهت است.

به صورت کلی هنگام تدوین راهبردها باید به موقعیت راهبردی توجه داشت، هر یک از چهار موقعیت راهبردی به استراتژی‌های خاص خود نیاز دارد. در اجرای استراتژی‌های SO سیستم با استفاده از نقاط قوت داخلی می‌کوشد از فرصت‌های خارجی حداکثر بهره‌برداری را نماید. هر سیستمی به دنبال این است که همیشه در این موقعیت قرار داشته باشد تا بتواند با بهره‌گیری از نقاط قوت داخلی از فرصت‌ها و رویدادهای خارجی حداکثر استفاده را بنماید. معمولاً هر سیستمی سعی دارد به چنین موقعیتی برسد و ارزش‌ها و دارایی‌های خود را به مزیت رقابتی تبدیل کند. یک سیستم در اجرای استراتژی‌های ST می‌کوشد با بهره‌گیری از نقاط قوت داخلی از تأثیرات منفی تهدیدات خارجی جلوگیری کند و یا تهدیدات را از بین ببرد. هدف از استراتژی‌های WO این است که سیستم‌ها از مزیت‌های نهفته در فرصت‌ها در راستای جبران نقاط ضعف استفاده می‌کنند. گاهی سیستم‌ها در خارج از خود فرصت‌های بسیار مناسبی دارند اما به دلیل ضعف داخلی نمی‌توانند از این فرصت‌ها بهره‌برداری کنند. هدف یک سیستم در اجرای استراتژی‌های WT کم کردن نقاط ضعف داخلی و پرهیز از تهدیدات ناشی از محیط خارجی است. سیستمی که بیشترین عواملش در این خانه متمرکز باشد وضعیت مناسبی نداشته و در موضع مخاطره‌آمیزی قرار خواهد گرفت بنابراین هر سیستمی سعی دارد از چنین وضعیتی پرهیز کند.

طبق نتایج به دست آمده از جدول ۴-۴۵ ارزیابی عوامل داخلی و جدول ۴-۴۶ ارزیابی عوامل خارجی و همچنین تصویر ۴-۳، موقعیت راهبردی WO یا همان موقعیت محافظه کارانه و یا تغییر جهت است. در این حالت با در نظرگیری نقاط ضعف و فرصت‌ها باید به تدوین راهبرد پرداخت. با توجه به اینکه پنجاه و پنج ضعف اساسی و بیست و سه فرصت مهم در روابط تجاری استان کردستان و اقلیم کردستان شناسایی شد و در پرسشنامه مورد نظر سنجی قرار گرفت در جدول ۴-۴۸ بر اساس آن‌ها تدوین راهبرد صورت گرفت.

همان‌گونه که از جدول ۴-۴۷ مشخص است بر اساس نقاط ضعف و فرصت، سیزده راهبرد اصلی تعریف شده است. این سیزده راهبرد در ادامه ذکر شدند:

WO1: تقویت و تجهیز زیرساخت‌های حمل و نقل استان کردستان متناسب با کریدور و شبکه‌های بین‌المللی ترانزیت کالا؛  
 WO2: توسعه و تجهیز زیرساخت‌های پشتیبان تجاری در پایانه‌ها و مناطق مرزی و آزاد تجاری-صنعتی استان کردستان؛  
 WO3: لزوم بازنگری در سیاست‌های ارزی و تقویت سیاست‌های حمایتی دولت در راستای توسعه روابط تجاری با اقلیم کردستان؛

WO4: ارتقاء جایگاه و بهبود عملکرد نظامات پشتیبان و نهادهای تأمین‌کننده منابع مالی تجاری استان کردستان؛

WO5: ایجاد مرکز داوری و پایگاه حقوقی مشترک برای رسیدگی به درخواست‌ها و مطالبات حقوقی بازرگانان استان و اقلیم کردستان؛

WO6: تقویت دیپلماسی اقتصادی و سیاسی در راستای سرمایه‌گذاری، سیاست‌گذاری و اجرای مناسب تفاهم‌نامه‌ها و موافقت‌نامه‌های تجاری منعقدی طرفین؛

WO7: نظارت مستمر و ارتقاء سلامت نظام اداری و مقابله با فساد و تبعیض در فرایندها و رویه‌های تجاری طرفین؛

- WO8: تسهیل، بازنگری و اصلاح رویه‌های امنیتی و بازرسی در فرآیندهای تجاری مرزهای استان کردستان و ساماندهی پدیده کولبری؛
- WO9: توسعه صنایع تبدیلی و ارتقاء بازاریابی بین‌المللی محصولات شاخص استان کردستان در راستای رقابت‌پذیری، ماندگاری و افزایش سهم در بازارهای اقلیم کردستان؛
- WO10: ترویج و انجام پژوهش‌های کاربردی، فناورانه و برنامه‌های آموزشی مهارت‌محور در حوزه تجاری با رهیافت دیپلماسی علمی و تقویت همکاری دانشگاه‌های استان با اقلیم کردستان؛
- WO11: یکپارچه‌سازی مدیریت پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی و اشتغال‌زایی سرمایه‌های انسانی توانمند بومی در امور تجاری؛
- WO12: تقویت، توسعه و کارآمد نمودن نهادها و تشکل‌های تجاری در راستای افزایش سهم شرکت‌های صادراتی استان در بازارهای هدف؛
- WO13: تقویت بسترهای فرهنگی، اجتماعی و نگرش‌های اخلاق‌مدار، حامی‌گرایانه و نوآورانه با هدف بهره‌مندی از ظرفیت‌های طرفین تجاری.



۴-۹-۴ ارائه راهبردها

جدول ۴۷-۴: تدوین راهبردها

راهبرد	فرصت	ضعف
<p>WO1: تقویت و تجهیز زیرساخت‌های حمل‌ونقل استان کردستان متناسب با کریدور و شبکه‌های بین‌المللی ترانزیت کالا (W1, W7, O1, O2, O15)</p> <p>WO2: توسعه و تجهیز زیرساخت‌های پشتیبان تجاری در پایانه‌ها و مناطق مرزی و آزاد تجاری-صنعتی استان کردستان</p> <p>(W2, W3, W4, W5, W6, W34, W42, O3, O4, O13)</p> <p>WO3: لزوم بازنگری در سیاست‌های ارزی و تقویت سیاست‌های حمایتی دولت در راستای توسعه روابط تجاری با اقلیم کردستان</p> <p>(W12, W13, W14, W15, W19, W21, W24, O5)</p> <p>WO4: ارتقاء جایگاه و بهبود عملکرد نظامات پشتیبان و نهادهای تأمین‌کننده منابع مالی تجاری استان کردستان (W8, W9, W10, W11, O5)</p> <p>WO5: ایجاد مرکز داوری و پایگاه حقوقی مشترک برای رسیدگی به درخواست‌ها و مطالبات حقوقی بازرگانان استان و اقلیم کردستان (W18, O8, O11, O12)</p> <p>WO6: تقویت دیپلماسی اقتصادی و سیاسی در راستای سرمایه‌گذاری، سیاست‌گذاری و اجرای مناسب تفاهم‌نامه‌ها و موافقت‌نامه‌های تجاری منعقدی طرفین</p>	<p>O1: توسعه و تجهیز فرودگاه‌ها (راه‌اندازی خط پرواز استان به اقلیم کردستان) و بهره‌مندی از شبکه حمل‌ونقل ریلی</p> <p>O2: تلاش برای ایجاد شبکه هوشمند حمل‌ونقل بین‌المللی</p> <p>O3: احداث پایانه‌های صادراتی تخصصی (محصولات کشاورزی: توت‌فرنگی، سیب‌زمینی و ...)</p> <p>O4: ایجاد محوطه و فضای مناسب جهت برپایی نمایشگاه‌های صادراتی در نقاط مرزی</p> <p>O5: تأسیس صرافی‌ها و شعب بانک‌ها (ایرانی، عراقی و خارجی) در استان و اقلیم کردستان</p> <p>O6: سرمایه‌گذاری مشترک استان و اقلیم در طرح‌ها و پروژه‌های مرتبط با حوزه تجاری</p> <p>O7: ایجاد و توسعه مراکز تخصصی پزشکی در استان و شهرستان‌های مرزی جهت ارائه خدمات به بیماران اقلیم (تجارت خدمات توریسم درمانی)</p> <p>O8: تأسیس مرکز مشترک داوری جهت حل اختلافات حقوقی و قراردادی بازرگانان طرفین</p> <p>O9: تشکیل "نهاد مشترک قانونی" ناظر بر اجرا و ارتقاء کیفیت تفاهم‌نامه‌ها و موافقت‌نامه‌های طرفین تجاری</p> <p>O10: انعقاد موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد و برقراری تعرفه‌های ترجیحی با کشور عراق</p>	<p>W1: وضعیت نامناسب زیرساخت‌های حمل‌ونقل جاده‌ای استان و راه‌های ارتباطی به مرزها و پایانه‌های مرزی (ساخت، تعمیر و نگهداری جاده‌ها، آسفالت، سرانه جاده‌ای و بزرگراه و ...)</p> <p>W2: کمبود وضعیت نامناسب زیرساخت‌های تجاری در پایانه‌های مرزی (انبار، سردخانه، مکان تخلیه و بارگیری، باسکول، آزمایشگاه استاندارد، دستگاه‌های X-Ray، پارکینگ، برق اضطراری و ...)</p> <p>W3: وضعیت نامناسب زیرساخت‌های تجاری در مرزها و بازارچه‌های رسمی (سیرانبد بانه) و غیررسمی موقت (خانم شیخان مروان و مله‌خور سروآباد)</p> <p>W4: وضعیت نامناسب و ضعف در ارائه خدمات فنی و پشتیبانی در گمرک و پایانه‌های مرزی (تشریفات گمرکی و ترخیص کالا، عملیات تخلیه و بارگیری، فرآیند بازرسی، دیپ‌زنی و ...)</p> <p>W5: وضعیت نامناسب و ضعف در ارائه خدمات رفاهی در مرزها و محدوده پایانه‌های مرزی (اقامتگاه، استراحتگاه، مسجد، پارکینگ، خدمات فنی و مکانیکی برای کامیون‌ها، جایگاه سوخت، سالن‌های مذاکره، فوریت‌های پزشکی، آتش‌نشانی و ...)</p> <p>W6: وضعیت نامناسب و ضعف در زیرساخت‌های مخابراتی در مرزها و پایانه‌های مرزی استان (دسترسی به اینترنت، شبکه فیبر نوری، فضای مجازی و ...)</p> <p>W7: فرسوده بودن ناوگان حمل‌ونقل استان</p>



راهبرد	فرصت	ضعف
<p>( W23, W49, W50, W53, O6, O7, O10, O20 )  WO7: نظارت مستمر و ارتقاء سلامت نظام اداری و مقابله با فساد و تبعیض در فرایندها و رویه‌های تجاری طرفین  (W16, W17, W20, W45, W46, W51, W52)  WO8: تسهیل، بازنگری و اصلاح رویه‌های امنیتی و بازرسی در فرآیندهای تجاری مرزهای استان کردستان و ساماندهی پدیده کولبری  (W25, W26, W27, W40, W43)  WO9: توسعه صنایع تبدیلی و ارتقاء بازاریابی بین‌المللی محصولات شاخص استان کردستان در راستای رقابت‌پذیری، ماندگاری و افزایش سهم در بازارهای اقلیم کردستان  (W35, W36, W37, O16, O19, O23)  WO10: ترویج و انجام پژوهش‌های کاربردی، فناوری و برنامه‌های آموزشی مهارت‌محور در حوزه تجاری با رهیافت دیپلماسی علمی و تقویت همکاری دانشگاه‌های استان با اقلیم کردستان (W33, O17, O18, O21)  WO11: یکپارچه‌سازی مدیریت پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی و اشتغال‌زایی سرمایه‌های انسانی توانمند بومی در امور تجاری (W28, W29, W30, W31, W32, W38)  WO12: تقویت، توسعه و کارآمد نمودن نهادها و تشکل‌های تجاری در راستای افزایش سهم شرکت‌های صادراتی استان در بازارهای هدف ( W39, W41, W44, ) (O16)</p>	<p>O11: اعتبار سنجی و رتبه‌بندی بازرگان در فرآیند مبادلات تجاری  O12: وجود پایگاه حقوقی، حمایتی و قضایی به‌منظور ارائه خدمات مشاوره‌ای و کنسولی به بازرگانان استان و آگاهی بیشتر آن‌ها با قوانین حاکم در عراق  O13: اجرا و عملیاتی نمودن منطقه آزاد تجاری-صنعتی بانه و میروان  O14: راه‌اندازی و توسعه فعالیت مراکز تجاری، دفاتر فروش و بازاریابی در بازارهای هدف صادراتی  O15: تأسیس شرکت‌های مشترک حمل‌ونقل بین‌المللی  O16: شکل‌گیری کنسرسیوم‌های (اتلاف و همکاری شرکت‌ها) صادراتی با هدف توسعه، کسب سود و افزایش سهم شرکت‌های عضو در بازارهای هدف  O17: همکاری و انجام پژوهش‌های کاربردی مشترک طرفین تجاری با هدف نیازسنجی، مطالعه بازار، تحلیل رقبا، شناخت پتانسیل‌ها و فرصت‌های تجاری همدیگر و تدوین برنامه راهبردی و نقشه راه تجاری  O18: ایجاد بانک اطلاعاتی تجاری-تولیدی و چندزبانه (کردی، فارسی، انگلیسی و عربی) طرفین تجاری  O19: توانمندسازی بنگاه‌های کوچک و متوسط صادرات‌محور  O20: مذاکره و رایزنی با هدف ایجاد کریدور ترانزیت خارجی در اقلیم کردستان جهت صادرات کالاهای ایرانی به سوریه  O21: برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی تجارت بین‌الملل (رویه‌های گمرکی، بازاریابی، اطلاع‌رسانی، فرآیند کسب مجوزهای بازرگانی، اینکو ترمز و ...)</p>	<p>W8: ضعف عملکردی شعب بانک‌های داخلی و صرافی‌ها  W9: عملکرد ضعیف بانک‌ها، نهادها و مؤسسات اعتباری در ارائه خدمات و پشتیبانی از بازرگانان استان  W10: عملکرد ضعیف صندوق ضمانت صادرات ایران در پشتیبانی از بازرگانان و ارائه بیمه‌نامه‌ها و ضمانت‌نامه‌های صادراتی به آنان  W11: عملکرد ضعیف شرکت‌های بیمه‌ای در ارائه خدمات به بازرگانان و کمک به توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان  W12: اجرایی شدن سیاست برگشت ارز حاصل از صادرات  W13: نوسانات نرخ ارز و تفاوت آن در سامانه نیما و بازار آزاد  W14: اجرایی شدن سیاست حذف ارز ترجیحی بر کالاهای اساسی و برخی مواد اولیه مور نیاز واحدهای تولیدی استان  W15: تفاوت ارزش پایه کالاهای صادراتی در گمرک با قیمت تمام شده آن‌ها  W16: رویه‌های ناعادلانه ممیزی و دریافت مالیات از بازرگانان (ابهام در نحوه محاسبه مالیات تراکنش‌های بانکی، استرداد مالیات بر ارزش افزوده و ...)  W17: وجود رانت، فساد و انحصارات اقتصادی در امور بازرگانی بین استان و اقلیم  W18: وضعیت جانب‌داری سیستم قضایی و اداری استان و اقلیم کردستان  W19: نوسانات تعرفه‌های حمل‌ونقل در استان  W20: سلیقه‌ای عمل کردن مسئولین طرف اقلیم کردستان در پذیرش کالاهای ایرانی از لحاظ؛ استاندارد، کنترل کیفیت، بهداشت، قرنطینه</p>





راهبرد	فرصت	ضعف
<p>WO13: تقویت بسترهای فرهنگی، اجتماعی و نگرش‌های اخلاق‌مدار، حامی‌گرایانه و نوآورانه با هدف بهره‌مندی از ظرفیت‌های طرفین تجاری (W54, W55, O22, O23)</p>	<p>O22: فرهنگ‌سازی و نهادینه کردن بینش تجاری با رویکرد مدرن بین‌المللی و ممانعت از رویه‌های تجارت سنتی در بین بازرگانان O23: نهادینه کردن فرهنگ برندسازی محصولات داخلی استانی و نشان صادراتی جهت عرضه به بازارهای بین‌المللی</p>	<p>W21: اعمال تعرفه‌ها و موانع غیرتعرفه‌ای (نظیر سهمیه‌بندی واردات و ...) W22: شیوه‌های ابلاغ و اجرای بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های حوزه‌ی تجاری (متعدد، متغیر، آنی بودن و ...) W23: عملکرد ضعیف دستگاه دیپلماسی اقتصادی ایران در رایزنی و تسهیل مبادلات و انعقاد تفاهم‌نامه‌های کاربردی تجاری W24: عملکرد ضعیف دولت در حمایت از بازرگانان استان در مقایسه با رقبای تجاری در اقلیم کردستان (نظیر سیاست‌ها و مشوق‌های صادراتی کشورهای ترکیه، چین، امارات، عربستان و ...) W25: تأخیر در فرایند عبور کالا از مرز و همچنین کاهش کیفیت کالاهای صادراتی در اثر بازرسی‌های متعدد و گاهی غیراصولی نهادهای امنیتی و نظامی در مرزهای استان کردستان W26: بستن مرزها و بازارچه‌ها (سیف سقز و ...) و ممنوعیت موقت تردد و مبادلات تجاری در اثر رویدادهای سیاسی - امنیتی W27: امنیتی بودن پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی استان و نقش پررنگ مرزیانی و فرمانداری‌ها در مدیریت آن‌ها W28: نبود مدیریت واحد و یکپارچه مرزی جهت ساماندهی امور مربوط به تجارت در پایانه‌های مرزی (باشماق مریوان و سیرانبند بانه)، بازارچه‌های رسمی (سیرانبند بانه) و غیررسمی (خانم شیخان مریوان و مله خور سروآباد) W29: عملکرد ضعیف دستگاه‌های اجرایی استان کردستان در اجرای طرح توسعه و جامع ساماندهی مرز بین‌المللی باشماق مریوان W30: عملکرد ضعیف در همکاری و تفاهم بین مسئولین طرفین تجاری در پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی</p>

راهبرد	فرصت	ضعف
		<p>W31: کمبود حضور نیروی مجرب، ماهر و دارای تخصص بازرگانی در راستای توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم، در دستگاه‌های اجرایی مستقر در مرز استان کردستان</p> <p>W32: عملکرد ضعیف دستگاه‌های اجرایی استان کردستان در نگهداشت و استفاده از توانمندی و ظرفیت‌های نیروی کار جوان و تحصیل کرده بومی در مناطق مرزی استان در توسعه مبادلات تجاری</p> <p>W33: عملکرد ضعیف در استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در امر بازاریابی و گسترش تجارت الکترونیک (ایجاد سایت‌های اینترنتی و اطلاع‌رسانی به شرکت‌های صادرات محور و بازرگانان)</p> <p>W34: عملکرد ضعیف در به کارگیری فناوری‌های نوین و مکانیزه نبودن فرایندهای تجاری در پایانه‌های مرزی</p> <p>W35: عملکرد ضعیف در ایجاد و توسعه صنایع تبدیلی، واحدهای فرآوری، بسته‌بندی و سورتنینگ جهت رقابت پذیر نمودن محصولات صادراتی</p> <p>W36: عملکرد ضعیف در تبلیغات و بازاریابی، تنوع بخشی، توسعه و ترویج برندهای مختص به استان (صنایع دستی، فرش دستباف، توت‌فرنگی و ...)</p> <p>W37: عدم تمایل و ریسک‌پذیری مدیران شرکت‌های تجاری و صادرات محور استان در راستای شناسایی، افزایش سهم و گسترش بازارهای هدف</p> <p>W38: عدم تفویض اختیار به مدیران دستگاه‌های اجرایی استان در مذاکرات و مراودات اقتصادی</p>



راهبرد	فرصت	ضعف
		<p>W39: عملکرد ضعیف اتاق های مشترک، کمیته ها و تشکل های تجاری داخلی و خارجی (ایران-عراق، سندج-سلیمانیه، انجمن های مربوطه و ...)</p> <p>W40: عدم توجه به تسهیل تردد بازرگانان، نیروی کار و انتقال ماشین آلات شرکت ها جهت کاهش هزینه ها</p> <p>W41: عملکرد ضعیف نهادهای بخش خصوصی (اتاق بازرگانی، انجمن های صادراتی، تعاونی های مرزنشین، شرکت های حمل و نقل بین المللی، شرکت های مدیریت صادرات و...) در توسعه مبادلات تجاری</p> <p>W42: عملکرد ضعیف سامانه پنجره واحد تجارت فرامرزی در توسعه مبادلات تجاری</p> <p>W43: عملکرد ضعیف دستگاه های اجرایی مربوطه، به ویژه مرزبانی در برخورد و ساماندهی پدیده کولبری در مبادلات تجاری</p> <p>W44: بی توجهی به نقش تعاونی های مرزنشین در توسعه مبادلات تجاری استان و اقلیم کردستان</p> <p>W45: عدم توجه به نظارت بر کیفیت و صدور گواهی مبدأ جهت جلوگیری از بدنام کردن و کاهش اعتبار تجاری کالاها و خدمات صادراتی</p> <p>W46: تفاوت در اجرای قوانین و مقررات تجاری در مبادی گمرکی مناطق مرزی ایران (باشماق، پرویزخان و ...)</p> <p>W47: کمبود کارکنان شاغل در دستگاه های اجرایی مستقر در مرز به ویژه گمرک</p>

راهبرد	فرصت	ضعف
		<p>W48: بروکرسی اداری (طولانی بودن فرایند اخذ مجوز، ثبت سفارش، ترخیص کالا، برگشت کالای مرجوعی، تشریفات گمرکی، صدور کارت بازرگانی و...)</p> <p>W49: عدم حمل یکسره کالاهای صادراتی به‌ویژه کالاهای فسادپذیر و شکستی</p> <p>W50: تعدد عوارض و هزینه‌های اضافی صادرات واردات در دو سوی مرز (توزین و نمونه‌گیری آزمایشگاهی مضاعف و ...)</p> <p>W51: استفاده از کارت‌های بازرگانی اجاره‌ای</p> <p>W52: فساد و سوءاستفاده افراد از مقام و موقعیت اداری در دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی مربوط به امر تجارت</p> <p>W53: اختلاف زمانی، تعطیلات اعیاد و سوگواری‌ها</p> <p>W54: نبود فرهنگ مشارکت جمعی و روحیه کار تیمی در میان بازرگانان، مدیران و مسئولان اجرایی، مرزنشینان، تولیدکنندگان و صادرکنندگان</p> <p>W55: عدم توجه به تکریم ارباب‌رجوع (بازرگان و فعالان اقتصادی) در راستای مشور اخلاقی و رفتار حرفه‌ای کارکنان دستگاه‌های اجرایی</p>



۴-۹-۵ اولویت‌بندی راهبردها بر اساس ماتریس QSPM

جدول ۴۸-۴: اولویت‌بندی راهبردها بر اساس ماتریس QSPM

WO13		WO12		WO11		WO10		WO9		WO8		WO7		WO6		WO5		WO4		WO3		WO2		WO1		وزن نسبی	عوامل داخلی و خارجی
نمبر راهبرد	نمبر جذابیت	نمبر راهبرد	نمبر جذابیت	نمبر راهبرد	نمبر جذابیت	نمبر راهبرد	نمبر جذابیت	نمبر راهبرد	نمبر جذابیت	نمبر راهبرد	نمبر جذابیت	نمبر راهبرد	نمبر جذابیت	نمبر راهبرد	نمبر جذابیت	نمبر راهبرد	نمبر جذابیت	نمبر راهبرد	نمبر جذابیت	نمبر راهبرد	نمبر جذابیت	نمبر راهبرد	نمبر جذابیت	نمبر راهبرد	نمبر جذابیت		
۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۲۸	۲	۰۰۱۴	۱	۰۰۲۸	۲	۰۰۲۸	۲	۰۰۵۶	۴	۰۰۴۲	۳	۰۰۵۶	۴	۰۰۲۸	۲	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	S1
۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۴۰	۲	۰۰۲۰	۱	۰۰۶۰	۳	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۴۰	۲	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۸۰	۴	۰۰۶۰	۳	۰۰۸۰	۴	۰۰۲۰	S2
۰۰۳۳	۳	۰۰۳۳	۳	۰۰۲۲	۲	۰۰۲۲	۲	۰۰۳۳	۳	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۴۴	۴	۰۰۳۳	۳	۰۰۳۳	۳	۰۰۳۳	۳	۰۰۲۲	۲	۰۰۲۲	۲	۰۰۱۱	S3
۰۰۲۸	۲	۰۰۴۲	۳	۰۰۲۸	۲	۰۰۲۸	۲	۰۰۴۲	۳	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۴۲	۳	۰۰۱۴	۱	۰۰۲۸	۲	۰۰۴۲	۳	۰۰۲۸	۲	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	S4
۰۰۲۲	۲	۰۰۳۳	۳	۰۰۱۱	۱	۰۰۳۳	۳	۰۰۲۲	۲	۰۰۱۱	۱	۰۰۲۲	۲	۰۰۳۳	۳	۰۰۴۴	۴	۰۰۱۱	۱	۰۰۲۲	۲	۰۰۲۲	۲	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	S5
۰۰۳۳	۳	۰۰۲۲	۲	۰۰۲۲	۲	۰۰۲۲	۲	۰۰۳۳	۳	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۳۳	۳	۰۰۴۴	۴	۰۰۱۱	۱	۰۰۲۲	۲	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	S6
۰۰۶۴	۴	۰۰۴۸	۳	۰۰۳۲	۲	۰۰۶۴	۴	۰۰۳۲	۲	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۶۴	۴	۰۰۴۸	۳	۰۰۱۶	۱	۰۰۳۲	۲	۰۰۱۶	۱	۰۰۳۲	۲	۰۰۱۶	S7
۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۴۰	۲	۰۰۲۰	۱	۰۰۴۰	۲	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۸۰	۴	۰۰۸۰	۴	۰۰۲۰	W1
۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۸۰	۴	۰۰۲۰	۱	۰۰۶۰	۳	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۴۰	۲	۰۰۲۰	۱	۰۰۸۰	۴	۰۰۸۰	۴	۰۰۲۰	W2
۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۶۰	۳	۰۰۲۰	۱	۰۰۴۰	۲	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۸۰	۴	۰۰۲۰	۱	۰۰۸۰	۴	۰۰۸۰	۴	۰۰۲۰	W3
۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۸۰	۴	۰۰۲۰	۱	۰۰۴۰	۲	۰۰۶۰	۳	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۴۰	۲	۰۰۸۰	۴	۰۰۸۰	۴	۰۰۲۰	W4
۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۷۲	۴	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۳۶	۲	۰۰۱۸	۱	۰۰۳۶	۲	۰۰۳۶	۲	۰۰۷۲	۴	۰۰۵۴	۳	۰۰۱۸	W5
۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۶۴	۴	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۳۲	۲	۰۰۱۶	۱	۰۰۶۴	۴	۰۰۲۲	۲	۰۰۱۶	W6
۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۷۲	۴	۰۰۷۲	۴	۰۰۱۸	W7
۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۳۶	۲	۰۰۱۸	۱	۰۰۳۶	۲	۰۰۱۸	۱	۰۰۳۶	۲	۰۰۵۴	۳	۰۰۵۴	۳	۰۰۷۲	۴	۰۰۷۲	۴	۰۰۷۲	۴	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	W8
۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۳۶	۲	۰۰۱۸	۱	۰۰۳۶	۲	۰۰۱۸	۱	۰۰۵۴	۳	۰۰۵۴	۳	۰۰۳۶	۲	۰۰۷۲	۴	۰۰۷۲	۴	۰۰۷۲	۴	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	W9
۰۰۱۸	۱	۰۰۵۴	۳	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۵۴	۳	۰۰۵۴	۳	۰۰۳۶	۲	۰۰۷۲	۴	۰۰۷۲	۴	۰۰۷۲	۴	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	W10
۰۰۱۶	۱	۰۰۳۲	۲	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۳۲	۲	۰۰۱۶	۱	۰۰۴۸	۳	۰۰۴۸	۳	۰۰۶۴	۴	۰۰۶۴	۴	۰۰۶۴	۴	۰۰۶۴	۴	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	W11
۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۳۶	۲	۰۰۳۶	۲	۰۰۱۸	۱	۰۰۷۲	۴	۰۰۷۲	۴	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	W12
۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۳۶	۲	۰۰۳۶	۲	۰۰۱۸	۱	۰۰۷۲	۴	۰۰۷۲	۴	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	W13
۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۲۲	۲	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۴۴	۴	۰۰۴۴	۴	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	W14
۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۲۸	۲	۰۰۱۴	۱	۰۰۴۲	۳	۰۰۵۶	۴	۰۰۵۶	۴	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	W15
۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۴۴	۴	۰۰۱۱	۱	۰۰۴۴	۴	۰۰۲۲	۲	۰۰۴۴	۴	۰۰۳۳	۳	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	W16
۰۰۲۰	۱	۰۰۴۰	۲	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۴۰	۲	۰۰۴۰	۲	۰۰۸۰	۴	۰۰۶۰	۳	۰۰۸۰	۴	۰۰۸۰	۴	۰۰۸۰	۴	۰۰۲۰	۱	۰۰۶۰	۳	۰۰۲۰	W17
۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۲۸	۲	۰۰۴۲	۳	۰۰۴۲	۳	۰۰۵۶	۴	۰۰۲۸	۲	۰۰۲۸	۲	۰۰۴۲	۳	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	W18
۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۳۲	۲	۰۰۴۸	۳	۰۰۱۶	۱	۰۰۶۴	۴	۰۰۱۶	۱	۰۰۴۸	۳	۰۰۱۶	W19



WO13		WO12		WO11		WO10		WO9		WO8		WO7		WO6		WO5		WO4		WO3		WO2		WO1		وزن نسبی	عوامل داخلی و خارجی
نمبره راهبردی	نمبره چابک‌ایست	نمبره راهبردی	نمبره چابک‌ایست	نمبره راهبردی	نمبره چابک‌ایست	نمبره راهبردی	نمبره چابک‌ایست	نمبره راهبردی	نمبره چابک‌ایست	نمبره راهبردی	نمبره چابک‌ایست	نمبره راهبردی	نمبره چابک‌ایست	نمبره راهبردی	نمبره چابک‌ایست	نمبره راهبردی	نمبره چابک‌ایست	نمبره راهبردی	نمبره چابک‌ایست	نمبره راهبردی	نمبره چابک‌ایست	نمبره راهبردی	نمبره چابک‌ایست	نمبره راهبردی	نمبره چابک‌ایست		
۰۰۱۸	۲	۰۰۰۹	۱	۰۰۱۸	۲	۰۰۰۹	۱	۰۰۱۸	۲	۰۰۰۹	۱	۰۰۱۸	۲	۰۰۱۸	۲	۰۰۳۶	۴	۰۰۰۹	۱	۰۰۱۸	۲	۰۰۰۹	۱	۰۰۰۹	۱	۰۰۰۹	W20
۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۴۴	۴	۰۰۲۲	۲	۰۰۴۴	۴	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	W21
۰۰۱۶	۱	۰۰۳۲	۲	۰۰۴۸	۳	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۳۲	۲	۰۰۴۸	۳	۰۰۳۲	۲	۰۰۶۴	۴	۰۰۱۶	۱	۰۰۶۴	۴	۰۰۶۴	۴	۰۰۳۲	۲	۰۰۱۶	W22
۰۰۳۶	۲	۰۰۵۴	۳	۰۰۱۸	۱	۰۰۳۶	۲	۰۰۳۶	۲	۰۰۳۶	۲	۰۰۳۶	۲	۰۰۷۲	۴	۰۰۵۴	۳	۰۰۳۶	۲	۰۰۵۴	۳	۰۰۳۶	۲	۰۰۷۲	۴	۰۰۱۸	W23
۰۰۴۰	۲	۰۰۶۰	۳	۰۰۴۰	۲	۰۰۴۰	۲	۰۰۸۰	۴	۰۰۲۰	۱	۰۰۴۰	۲	۰۰۸۰	۴	۰۰۶۰	۳	۰۰۶۰	۳	۰۰۸۰	۴	۰۰۶۰	۳	۰۰۸۰	۴	۰۰۲۰	W24
۰۰۴۰	۲	۰۰۲۰	۱	۰۰۸۰	۴	۰۰۲۰	۱	۰۰۴۰	۲	۰۰۸۰	۴	۰۰۴۰	۲	۰۰۶۰	۳	۰۰۸۰	۴	۰۰۲۰	۱	۰۰۸۰	۴	۰۰۴۰	۲	۰۰۴۰	۲	۰۰۲۰	W25
۰۰۳۶	۲	۰۰۱۸	۱	۰۰۵۴	۳	۰۰۱۸	۱	۰۰۵۴	۳	۰۰۷۲	۴	۰۰۳۶	۲	۰۰۷۲	۴	۰۰۷۲	۴	۰۰۱۸	۱	۰۰۵۴	۳	۰۰۷۲	۴	۰۰۳۶	۲	۰۰۱۸	W26
۰۰۴۰	۲	۰۰۲۰	۱	۰۰۶۰	۳	۰۰۲۰	۱	۰۰۴۰	۲	۰۰۸۰	۴	۰۰۶۰	۳	۰۰۶۰	۳	۰۰۶۰	۳	۰۰۲۰	۱	۰۰۴۰	۲	۰۰۶۰	۳	۰۰۴۰	۲	۰۰۲۰	W27
۰۰۴۰	۲	۰۰۴۰	۲	۰۰۸۰	۴	۰۰۲۰	۱	۰۰۶۰	۳	۰۰۸۰	۴	۰۰۸۰	۴	۰۰۴۰	۲	۰۰۴۰	۲	۰۰۸۰	۴	۰۰۴۰	۲	۰۰۸۰	۴	۰۰۶۰	۳	۰۰۲۰	W28
۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۶۰	۳	۰۰۶۰	۳	۰۰۶۰	۳	۰۰۶۰	۳	۰۰۲۰	۱	۰۰۶۰	۳	۰۰۶۰	۳	۰۰۶۰	۳	۰۰۴۰	۲	۰۰۸۰	۴	۰۰۸۰	۴	۰۰۲۰	W29
۰۰۵۴	۳	۰۰۵۴	۳	۰۰۷۲	۴	۰۰۱۸	۱	۰۰۵۴	۳	۰۰۵۴	۳	۰۰۱۸	۱	۰۰۷۲	۴	۰۰۳۶	۲	۰۰۵۴	۳	۰۰۵۴	۳	۰۰۵۴	۳	۰۰۵۴	۳	۰۰۱۸	W30
۰۰۵۴	۳	۰۰۳۶	۲	۰۰۷۲	۴	۰۰۵۴	۳	۰۰۳۶	۲	۰۰۵۴	۳	۰۰۱۸	۱	۰۰۳۶	۲	۰۰۱۸	۱	۰۰۳۶	۲	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۷۲	۴	۰۰۱۸	W31
۰۰۵۴	۳	۰۰۱۸	۱	۰۰۷۲	۴	۰۰۳۶	۲	۰۰۵۴	۳	۰۰۳۶	۲	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۳۶	۲	۰۰۱۸	۱	۰۰۳۶	۲	۰۰۱۸	W32
۰۰۱۸	۱	۰۰۷۲	۴	۰۰۳۶	۲	۰۰۱۸	۱	۰۰۷۲	۴	۰۰۱۸	۱	۰۰۱۸	۱	۰۰۳۶	۲	۰۰۱۸	۱	۰۰۳۶	۲	۰۰۱۸	۱	۰۰۳۶	۲	۰۰۳۶	۲	۰۰۱۸	W33
۰۰۱۶	۱	۰۰۶۴	۴	۰۰۶۴	۴	۰۰۱۶	۱	۰۰۴۸	۳	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۶۴	۴	۰۰۱۶	۱	۰۰۶۴	۴	۰۰۴۸	۳	۰۰۱۶	W34
۰۰۳۲	۲	۰۰۳۲	۲	۰۰۴۸	۳	۰۰۱۶	۱	۰۰۶۴	۴	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۴۸	۳	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۶۴	۴	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	W35
۰۰۴۸	۳	۰۰۴۸	۳	۰۰۳۲	۲	۰۰۴۸	۳	۰۰۶۴	۴	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۴۸	۳	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۳۲	۲	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	W36
۰۰۲۲	۲	۰۰۴۴	۴	۰۰۲۲	۲	۰۰۴۴	۴	۰۰۴۴	۴	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۳۳	۳	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۲۲	۲	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	W37
۰۰۳۲	۲	۰۰۳۲	۲	۰۰۴۸	۳	۰۰۱۶	۱	۰۰۳۲	۲	۰۰۴۸	۳	۰۰۶۴	۴	۰۰۶۴	۴	۰۰۴۸	۳	۰۰۱۶	۱	۰۰۴۸	۳	۰۰۳۲	۲	۰۰۶۴	۴	۰۰۱۶	W38
۰۰۳۶	۲	۰۰۷۲	۴	۰۰۵۴	۳	۰۰۳۶	۲	۰۰۷۲	۴	۰۰۵۴	۳	۰۰۳۶	۲	۰۰۷۲	۴	۰۰۷۲	۴	۰۰۵۴	۳	۰۰۵۴	۳	۰۰۳۶	۲	۰۰۵۴	۳	۰۰۱۸	W39
۰۰۱۸	۱	۰۰۵۴	۳	۰۰۷۲	۴	۰۰۱۸	۱	۰۰۵۴	۳	۰۰۷۲	۴	۰۰۱۸	۱	۰۰۳۶	۲	۰۰۵۴	۳	۰۰۱۸	۱	۰۰۳۶	۲	۰۰۷۲	۴	۰۰۵۴	۳	۰۰۱۸	W40
۰۰۱۸	۱	۰۰۷۲	۴	۰۰۳۶	۲	۰۰۳۶	۲	۰۰۷۲	۴	۰۰۵۴	۳	۰۰۵۴	۳	۰۰۷۲	۴	۰۰۷۲	۴	۰۰۷۲	۴	۰۰۵۴	۳	۰۰۷۲	۴	۰۰۷۲	۴	۰۰۱۸	W41
۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۳۳	۳	۰۰۱۱	۱	۰۰۳۳	۳	۰۰۱۱	۱	۰۰۳۳	۳	۰۰۲۲	۲	۰۰۲۲	۲	۰۰۴۴	۴	۰۰۲۲	۲	۰۰۱۱	W42
۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۴۲	۳	۰۰۲۸	۲	۰۰۱۴	۱	۰۰۵۶	۴	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۵۶	۴	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	W43
۰۰۱۱	۱	۰۰۳۳	۳	۰۰۳۳	۳	۰۰۱۱	۱	۰۰۳۳	۳	۰۰۲۲	۲	۰۰۳۳	۳	۰۰۲۲	۲	۰۰۱۱	۱	۰۰۲۲	۲	۰۰۴۴	۴	۰۰۳۳	۳	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	W44
۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۲۸	۲	۰۰۴۲	۳	۰۰۴۲	۳	۰۰۱۴	۱	۰۰۴۲	۳	۰۰۱۴	۱	۰۰۲۸	۲	۰۰۵۶	۴	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	W45
۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۳۲	۲	۰۰۳۲	۲	۰۰۶۴	۴	۰۰۶۴	۴	۰۰۱۶	۱	۰۰۴۸	۳	۰۰۱۶	۱	۰۰۶۴	۴	۰۰۳۲	۲	۰۰۳۲	۲	۰۰۱۶	W46
۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۴۲	۳	۰۰۲۸	۲	۰۰۲۸	۲	۰۰۵۶	۴	۰۰۲۸	۲	۰۰۱۴	۱	۰۰۱۴	۱	۰۰۲۸	۲	۰۰۲۸	۲	۰۰۵۶	۴	۰۰۲۸	۲	۰۰۱۴	W47



WO13		WO12		WO11		WO10		WO9		WO8		WO7		WO6		WO5		WO4		WO3		WO2		WO1		وزن نسبی	عوامل داخلی و خارجی
نمبره راهبرد	نمبره چابک‌ساز	نمبره راهبرد	نمبره چابک‌ساز	نمبره راهبرد	نمبره چابک‌ساز	نمبره راهبرد	نمبره چابک‌ساز	نمبره راهبرد	نمبره چابک‌ساز	نمبره راهبرد	نمبره چابک‌ساز	نمبره راهبرد	نمبره چابک‌ساز	نمبره راهبرد	نمبره چابک‌ساز	نمبره راهبرد	نمبره چابک‌ساز	نمبره راهبرد	نمبره چابک‌ساز	نمبره راهبرد	نمبره چابک‌ساز	نمبره راهبرد	نمبره چابک‌ساز	نمبره راهبرد	نمبره چابک‌ساز		
۰۰۲۰	۱	۰۰۴۰	۲	۰۰۸۰	۴	۰۰۲۰	۱	۰۰۶۰	۳	۰۰۸۰	۴	۰۰۸۰	۴	۰۰۴۰	۲	۰۰۶۰	۳	۰۰۶۰	۳	۰۰۶۰	۳	۰۰۸۰	۴	۰۰۶۰	۳	۰۰۲۰	W48
۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۶۰	۳	۰۰۲۰	۱	۰۰۴۰	۲	۰۰۶۰	۳	۰۰۲۰	۱	۰۰۶۰	۳	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۴۰	۲	۰۰۸۰	۴	۰۰۸۰	۴	۰۰۲۰	W49
۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۸۰	۴	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۶۰	۳	۰۰۸۰	۴	۰۰۶۰	۳	۰۰۴۰	۲	۰۰۲۰	۱	۰۰۴۰	۲	۰۰۸۰	۴	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	W50
۰۰۰۹	۱	۰۰۰۹	۱	۰۰۰۹	۱	۰۰۰۹	۱	۰۰۰۹	۱	۰۰۰۹	۱	۰۰۳۶	۴	۰۰۰۹	۱	۰۰۲۷	۳	۰۰۰۹	۱	۰۰۲۷	۳	۰۰۰۹	۱	۰۰۰۹	۱	۰۰۰۹	W51
۰۰۲۰	۱	۰۰۶۰	۳	۰۰۶۰	۳	۰۰۴۰	۲	۰۰۲۰	۱	۰۰۴۰	۲	۰۰۸۰	۴	۰۰۲۰	۱	۰۰۶۰	۳	۰۰۶۰	۳	۰۰۴۰	۲	۰۰۶۰	۳	۰۰۸۰	۴	۰۰۲۰	W52
۰۰۰۷	۱	۰۰۰۷	۱	۰۰۲۱	۳	۰۰۰۷	۱	۰۰۰۷	۱	۰۰۰۷	۱	۰۰۰۷	۱	۰۰۰۷	۱	۰۰۰۷	۱	۰۰۰۷	۱	۰۰۰۷	۱	۰۰۰۷	۱	۰۰۰۷	۱	۰۰۰۷	W53
۰۰۴۴	۴	۰۰۳۳	۳	۰۰۲۲	۲	۰۰۳۳	۳	۰۰۴۴	۴	۰۰۱۱	۱	۰۰۱۱	۱	۰۰۲۲	۲	۰۰۳۳	۳	۰۰۲۲	۲	۰۰۱۱	۱	۰۰۲۲	۲	۰۰۴۴	۴	۰۰۱۱	W54
۰۰۶۴	۴	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۳۲	۲	۰۰۱۶	۱	۰۰۶۴	۴	۰۰۴۸	۳	۰۰۱۶	۱	۰۰۳۲	۲	۰۰۳۲	۲	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	۱	۰۰۱۶	W55
۰۰۳۵	۱	۰۰۳۵	۱	۰۰۳۵	۱	۰۰۳۵	۱	۰۰۱۰۵	۳	۰۰۳۵	۱	۰۰۳۵	۱	۰۰۳۵	۱	۰۰۳۵	۱	۰۰۳۵	۱	۰۰۳۵	۱	۰۰۱۴۰	۴	۰۰۱۴۰	۴	۰۰۳۵	O1
۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	۱	۰۰۹۳	۳	۰۰۳۱	۱	۰۰۶۲	۲	۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	۱	۰۰۶۲	۲	۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	۱	۰۰۱۲۴	۴	۰۰۱۲۴	۴	۰۰۳۱	O2
۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	۱	۰۰۱۲۴	۴	۰۰۶۲	۲	۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	۱	۰۰۱۲۴	۴	۰۰۱۲۴	۴	۰۰۳۱	O3
۰۰۲۷	۱	۰۰۵۴	۲	۰۰۲۷	۱	۰۰۲۷	۱	۰۰۸۱	۳	۰۰۵۴	۲	۰۰۲۷	۱	۰۰۵۴	۲	۰۰۲۷	۱	۰۰۲۷	۱	۰۰۲۷	۱	۰۰۱۰۸	۴	۰۰۸۱	۳	۰۰۲۷	O4
۰۰۳۵	۱	۰۰۷۰	۲	۰۰۱۰۵	۳	۰۰۳۵	۱	۰۰۷۰	۲	۰۰۳۵	۱	۰۰۱۰۵	۳	۰۰۱۴۰	۴	۰۰۱۰۵	۳	۰۰۱۴۰	۴	۰۰۱۴۰	۴	۰۰۱۴۰	۴	۰۰۳۵	۱	۰۰۳۵	O5
۰۰۴۶	۲	۰۰۹۲	۴	۰۰۴۶	۲	۰۰۲۳	۱	۰۰۹۲	۴	۰۰۴۶	۲	۰۰۶۹	۳	۰۰۹۲	۴	۰۰۶۹	۳	۰۰۴۶	۲	۰۰۴۶	۲	۰۰۶۹	۳	۰۰۹۲	۴	۰۰۲۳	O6
۰۰۳۳	۱	۰۰۴۶	۲	۰۰۳۳	۱	۰۰۶۹	۳	۰۰۶۹	۳	۰۰۲۳	۱	۰۰۳۳	۱	۰۰۶۹	۳	۰۰۳۳	۱	۰۰۲۳	۱	۰۰۲۳	۱	۰۰۶۹	۳	۰۰۶۹	۳	۰۰۶۹	O7
۰۰۳۵	۱	۰۰۷۰	۲	۰۰۷۰	۲	۰۰۳۵	۱	۰۰۱۰۵	۳	۰۰۷۰	۲	۰۰۱۰۵	۳	۰۰۱۰۵	۳	۰۰۱۴۰	۴	۰۰۳۵	۱	۰۰۷۰	۲	۰۰۷۰	۲	۰۰۳۵	۱	۰۰۳۵	O8
۰۰۳۵	۱	۰۰۷۰	۲	۰۰۷۰	۲	۰۰۳۵	۱	۰۰۱۰۵	۳	۰۰۷۰	۲	۰۰۱۰۵	۳	۰۰۱۰۵	۳	۰۰۱۴۰	۴	۰۰۳۵	۱	۰۰۷۰	۲	۰۰۱۰۵	۳	۰۰۱۴۰	۴	۰۰۳۵	O9
۰۰۶۲	۲	۰۰۱۲۴	۴	۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	۱	۰۰۹۳	۳	۰۰۶۲	۲	۰۰۹۳	۳	۰۰۱۲۴	۴	۰۰۱۲۴	۴	۰۰۶۲	۲	۰۰۹۳	۳	۰۰۶۲	۲	۰۰۹۳	۳	۰۰۳۱	O10
۰۰۴۰	۲	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۶۰	۳	۰۰۲۰	۱	۰۰۸۰	۴	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	۱	۰۰۲۰	O11
۰۰۷۰	۲	۰۰۱۴۰	۴	۰۰۷۰	۲	۰۰۳۵	۱	۰۰۷۰	۲	۰۰۷۰	۲	۰۰۱۰۵	۳	۰۰۱۴۰	۴	۰۰۱۴۰	۴	۰۰۳۵	۱	۰۰۷۰	۲	۰۰۷۰	۲	۰۰۳۵	۱	۰۰۳۵	O12
۰۰۳۵	۱	۰۰۷۰	۲	۰۰۱۴۰	۴	۰۰۳۵	۱	۰۰۱۴۰	۴	۰۰۱۴۰	۴	۰۰۱۰۵	۳	۰۰۷۰	۲	۰۰۷۰	۲	۰۰۱۰۵	۳	۰۰۳۵	۱	۰۰۱۴۰	۴	۰۰۱۴۰	۴	۰۰۳۵	O13
۰۰۶۲	۲	۰۰۱۲۴	۴	۰۰۶۲	۲	۰۰۳۱	۱	۰۰۱۲۴	۴	۰۰۹۳	۳	۰۰۶۲	۲	۰۰۶۲	۲	۰۰۹۳	۳	۰۰۹۳	۳	۰۰۶۲	۲	۰۰۱۲۴	۴	۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	O14
۰۰۳۱	۱	۰۰۶۲	۲	۰۰۹۳	۳	۰۰۳۱	۱	۰۰۹۳	۳	۰۰۱۲۴	۴	۰۰۶۲	۲	۰۰۳۱	۱	۰۰۶۲	۲	۰۰۶۲	۲	۰۰۳۱	۱	۰۰۱۲۴	۴	۰۰۱۲۴	۴	۰۰۳۱	O15
۰۰۳۱	۱	۰۰۱۲۴	۴	۰۰۶۲	۲	۰۰۳۱	۱	۰۰۹۳	۳	۰۰۳۱	۱	۰۰۶۲	۲	۰۰۹۳	۳	۰۰۶۲	۲	۰۰۹۳	۳	۰۰۳۱	۱	۰۰۱۲۴	۴	۰۰۱۲۴	۴	۰۰۳۱	O16
۰۰۹۳	۳	۰۰۶۲	۲	۰۰۳۱	۱	۰۰۱۲۴	۴	۰۰۹۳	۳	۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	۱	۰۰۶۲	۲	۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	۱	۰۰۶۲	۲	۰۰۹۳	۳	۰۰۳۱	O17
۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	۱	۰۰۹۳	۳	۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	۱	۰۰۶۲	۲	۰۰۳۱	۱	۰۰۳۱	O18
۰۰۲۳	۱	۰۰۶۹	۳	۰۰۶۹	۳	۰۰۲۳	۱	۰۰۹۲	۴	۰۰۲۳	۱	۰۰۲۳	۱	۰۰۲۳	۱	۰۰۴۶	۲	۰۰۲۳	۱	۰۰۲۳	۱	۰۰۲۳	۱	۰۰۲۳	۱	۰۰۲۳	O19
۰۰۳۱	۱	۰۰۱۲۴	۴	۰۰۹۳	۳	۰۰۳۱	۱	۰۰۹۳	۳	۰۰۳۱	۱	۰۰۹۳	۳	۰۰۳۱	۱	۰۰۹۳	۳	۰۰۶۲	۲	۰۰۶۲	۲	۰۰۹۳	۳	۰۰۱۲۴	۴	۰۰۳۱	O20



WO13		WO12		WO11		WO10		WO9		WO8		WO7		WO6		WO5		WO4		WO3		WO2		WO1		وزن نسبی	عوامل داخلی و خارجی	
نمبره راهبرد	نمبره چلایب	نمبره راهبرد	نمبره چلایب	نمبره راهبرد	نمبره چلایب	نمبره راهبرد	نمبره چلایب	نمبره راهبرد	نمبره چلایب	نمبره راهبرد	نمبره چلایب	نمبره راهبرد	نمبره چلایب	نمبره راهبرد	نمبره چلایب	نمبره راهبرد	نمبره چلایب	نمبره راهبرد	نمبره چلایب	نمبره راهبرد	نمبره چلایب	نمبره راهبرد	نمبره چلایب	نمبره راهبرد	نمبره چلایب			
۰.۱۰۸	۴	۰.۰۵۴	۲	۰.۰۲۷	۱	۰.۱۰۸	۴	۰.۰۵۴	۲	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۵۴	۲	۰.۰۸۱	۳	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۵۴	۲	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۲۷	۰.۰۲۷	O21
۰.۱۰۸	۴	۰.۰۸۱	۳	۰.۰۸۱	۳	۰.۰۸۱	۳	۰.۰۵۴	۲	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۵۴	۲	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۸۱	۳	۰.۰۵۴	۲	۰.۰۵۴	۲	۰.۰۸۱	۳	۰.۰۸۱	۰.۰۲۷	O22
۰.۱۰۸	۴	۰.۱۰۸	۴	۰.۰۵۴	۲	۰.۰۸۱	۳	۰.۱۰۸	۴	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۵۴	۲	۰.۰۵۴	۲	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۲۷	۰.۰۲۷	O23
۰.۰۳۵	۱	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۳۵	۱	۰.۱۰۵	۳	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۷۰	۲	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۳۵	۱	۰.۱۴۰	۴	۰.۱۰۵	۳	۰.۰۷۰	۲	۰.۰۷۰	۲	۰.۰۷۰	۰.۰۳۵	T1
۰.۰۳۱	۱	۰.۰۳۱	۱	۰.۰۳۱	۱	۰.۰۳۱	۱	۰.۱۲۴	۴	۰.۰۳۱	۱	۰.۰۳۱	۱	۰.۰۳۱	۱	۰.۰۹۳	۳	۰.۱۲۴	۴	۰.۰۹۳	۳	۰.۰۳۱	۱	۰.۰۳۱	۱	۰.۰۳۱	۰.۰۳۱	T2
۰.۰۳۵	۱	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۷۰	۲	۰.۱۰۵	۳	۰.۰۷۰	۲	۰.۱۰۵	۳	۰.۱۰۵	۳	۰.۱۴۰	۴	۰.۱۴۰	۴	۰.۰۳۵	۱	۰.۱۰۵	۳	۰.۱۰۵	۰.۰۳۵	T3
۰.۰۳۵	۱	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۳۵	۱	۰.۱۰۵	۳	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۷۰	۲	۰.۰۷۰	۲	۰.۱۴۰	۴	۰.۱۴۰	۴	۰.۱۴۰	۴	۰.۰۷۰	۲	۰.۱۰۵	۳	۰.۱۰۵	۰.۰۳۵	T4
۰.۰۳۵	۱	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۷۰	۲	۰.۰۷۰	۲	۰.۱۰۵	۳	۰.۱۰۵	۳	۰.۰۷۰	۲	۰.۰۷۰	۲	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۷۰	۲	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۳۵	۰.۰۳۵	T5
۰.۰۱۶	۱	۰.۰۱۶	۱	۰.۰۱۶	۱	۰.۰۱۶	۱	۰.۰۴۸	۳	۰.۰۳۲	۲	۰.۰۳۲	۲	۰.۰۴۸	۳	۰.۰۴۸	۳	۰.۰۱۶	۱	۰.۰۱۶	۱	۰.۰۱۶	۱	۰.۰۱۶	۱	۰.۰۱۶	۰.۰۱۶	T6
۰.۰۳۵	۱	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۷۰	۲	۰.۰۳۵	۱	۰.۱۰۵	۳	۰.۱۴۰	۴	۰.۰۷۰	۲	۰.۱۴۰	۴	۰.۰۷۰	۲	۰.۰۷۰	۲	۰.۱۰۵	۳	۰.۱۰۵	۰.۰۳۵	T7
۰.۰۲۷	۱	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۵۴	۲	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۵۴	۲	۰.۱۰۸	۴	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۵۴	۲	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۵۴	۲	۰.۱۰۸	۴	۰.۱۰۸	۰.۰۲۷	T8
۰.۰۳۵	۱	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۷۰	۲	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۷۰	۲	۰.۰۷۰	۲	۰.۱۰۵	۳	۰.۱۴۰	۴	۰.۱۴۰	۴	۰.۰۷۰	۲	۰.۱۴۰	۴	۰.۰۷۰	۰.۱۴۰	T9
۰.۰۲۳	۱	۰.۰۲۳	۱	۰.۰۹۲	۴	۰.۰۴۶	۲	۰.۰۴۶	۲	۰.۰۹۲	۴	۰.۰۲۳	۱	۰.۰۲۳	۱	۰.۰۲۳	۱	۰.۰۲۳	۱	۰.۰۲۳	۱	۰.۰۲۳	۱	۰.۰۲۳	۱	۰.۰۲۳	۰.۰۲۳	T10
۲.۹۵۹		۳.۷۹۶		۴.۱۸۱		۲.۸۴۴		۴.۹۴۴		۳.۸۰۹		۳.۸۹۸		۴.۵۲۱		۴.۶۴۶		۴.۲۹۰		۴.۳۸۱		۵.۳۳۴		۴.۸۸۹		نمره کل هر راهبرد		

در جدول ۴-۴۸ بر اساس ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM<sup>1</sup>) برای سیزده راهبرد تعریف شده اولویت‌بندی راهبردها صورت گرفته است. ماتریس QSPM یکی از تکنیک‌ها و ابزارهای بسیار شایع در ارزیابی گزینه‌های استراتژیک و مشخص نمودن جذابیت بین استراتژی‌هایی است که در مرحله‌ی تصمیم‌گیری مورد استفاده قرار می‌گیرد. این تکنیک مشخص می‌نماید که کدام یک از گزینه‌های استراتژیک انتخاب شده، امکان‌پذیر است و به عبارتی دیگر استراتژی‌ها را اولویت‌بندی می‌نماید. بر اساس خروجی نهایی از جدول ۴-۴۸ نمره کل هر راهبرد به دست آمده است. در جدول ۴-۴۹ هم بر اساس نمره کلی هر راهبرد اولویت‌بندی راهبردها صورت گرفته است

<sup>1</sup> Quantitative Strategy Planning Matrix



جدول ۴۹-۴: اولویت‌بندی راهبردها بر اساس امتیازهای نهایی کسب‌شده

اولویت (رتبه)	نمره کلی هر راهبرد	راهبرد	ردیف
۳	۴.۸۸۹	WO1: تقویت و تجهیز زیرساخت‌های حمل‌ونقل استان کردستان متناسب با کریدور و شبکه‌های بین‌المللی ترانزیت کالا	۱
۱	۵.۳۳۴	WO2: توسعه و تجهیز زیرساخت‌های پشتیبان تجاری در پایانه‌ها و مناطق مرزی و آزاد تجاری-صنعتی استان کردستان	۲
۶	۴.۳۸۱	WO3: لزوم بازنگری در سیاست‌های ارزی و تقویت سیاست‌های حمایتی دولت در راستای توسعه روابط تجاری با اقلیم کردستان	۳
۷	۴.۲۹۰	WO4: ارتقاء جایگاه و بهبود عملکرد نظامات پشتیبان و نهادهای تأمین‌کننده منابع مالی تجاری استان کردستان	۴
۴	۴.۶۴۶	WO5: ایجاد مرکز داوری و پایگاه حقوقی مشترک برای رسیدگی و مطالبات حقوقی بازرگانان استان و اقلیم کردستان هدف	۵
۵	۴.۵۲۱	WO6: تقویت دیپلماسی اقتصادی و سیاسی در راستای سرمایه‌گذاری، سیاست‌گذاری و اجرای مناسب تفاهم‌نامه‌ها و موافقت‌نامه‌های تجاری منعقد‌ی طرفین	۶
۹	۳.۸۹۸	WO7: نظارت مستمر و ارتقاء سلامت نظام اداری و مقابله با فساد و تبعیض در فرایندها و رویه‌های تجاری طرفین	۷
۱۰	۳.۸۰۹	WO8: تسهیل، بازنگری و اصلاح رویه‌های امنیتی و بازرسی در فرآیندهای تجاری مرزهای استان کردستان و ساماندهی پدیده کولبری	۸
۲	۴.۹۴۴	WO9: توسعه صنایع تبدیلی و ارتقاء بازاریابی بین‌المللی محصولات شاخص استان کردستان در راستای رقابت‌پذیری، ماندگاری و افزایش سهم در بازارهای اقلیم کردستان	۹
۱۳	۲.۸۴۴	WO10: ترویج و انجام پژوهش‌های کاربردی، فناورانه و برنامه‌های آموزشی مهارت‌محور در حوزه تجاری با رهیافت دیپلماسی علمی و تقویت همکاری دانشگاه‌های استان با اقلیم کردستان	۱۰
۸	۴.۱۸۱	WO11: یکپارچه‌سازی مدیریت پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی و اشتغال‌زایی سرمایه‌های انسانی توانمند بومی در امور تجاری	۱۱
۱۱	۳.۷۹۶	WO12: تقویت، توسعه و کارآمد نمودن نهادها و تشکل‌های تجاری در راستای افزایش سهم شرکت‌های صادراتی استان در بازارهای هدف	۱۲
۱۲	۲.۹۵۹	WO13: تقویت بسترهای فرهنگی، اجتماعی و نگرش‌های اخلاق‌مدار، حامی‌گرایانه و نوآورانه با هدف بهره‌مندی از ظرفیت‌های طرفین تجاری	۱۳

در تصویر ۴-۴ راهبردهای تدوین شده بر اساس اولویت‌بندی به دست آمده گزارش شدند.

۱	توسعه و تجهیز زیرساخت‌های پشتیبان تجاری در پایانه‌ها و مناطق مرزی و آزاد تجاری-صنعتی استان کردستان WO2:
۲	توسعه صنایع تبدیلی و ارتقاء بازاریابی بین‌المللی محصولات شاخص استان کردستان در راستای رقابت‌پذیری، ماندگاری و افزایش سهم در بازارهای اقلیم کردستان WO9:
۳	تقویت و تجهیز زیرساخت‌های حمل‌ونقل استان کردستان متناسب با کریدور و شبکه‌های بین‌المللی ترانزیت کالا WO1:
۴	ایجاد مرکز داوری و پایگاه حقوقی مشترک برای رسیدگی و مطالبات حقوقی بازرگانان استان و اقلیم کردستان هدف WO5:
۵	تقویت دیپلماسی اقتصادی و سیاسی در راستای سرمایه‌گذاری، سیاست‌گذاری و اجرای مناسب تفاهم‌نامه‌ها و موافقت‌نامه‌های تجاری معتدده طرفین WO6:
۶	لزوم بازننگری در سیاست‌های ارزی و تقویت سیاست‌های حمایتی دولت در راستای توسعه روابط تجاری با اقلیم کردستان WO3:
۷	ارتقاء جایگاه و بهبود عملکرد نظامات پشتیبان و نهادهای تأمین‌کننده منابع مالی تجاری استان کردستان WO4:
۸	یکپارچه‌سازی مدیریت پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی و اشتغال‌زایی سرمایه‌های انسانی توانمندبومی در امور تجاری WO11:
۹	نظارت مستمر و ارتقاء سلامت نظام اداری و مقابله با فساد و تبخیر در فرایندها و رویه‌های تجاری طرفین WO7:
۱۰	تسهیل، بازننگری و اصلاح رویه‌های امنیتی و بازرسی در فرآیندهای تجاری مرزهای استان کردستان و ساماندهی بدیده کولبری WO8:
۱۱	تقویت، توسعه و کارآمدن نمودن نهادها و شکل‌های تجاری در راستای افزایش سهم شرکت‌های صادراتی استان در بازارهای هدف WO12:
۱۲	تقویت بسترهای فرهنگی، اجتماعی و نگرش‌های اخلاق‌مدار، حامی‌گرایانه و نوآورانه با هدف بهره‌مندی از ظرفیت‌های طرفین تجاری WO13:
۱۳	ترویج و انجام پژوهش‌های کاربردی، فناوریانه و برنامه‌های آموزش مهارت‌محور در حوزه تجاری با رهیافت دیپلماسی علمی و تقویت همکاری دانشگاه‌های استان با اقلیم کردستان WO10:

تصویر ۴-۴: اولویت‌بندی راهبردها

#### ۴-۹-۶ جمع‌بندی ماتریس SWOT و ماتریس QSPM

در پژوهش حاضر در راستای شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید در روابط تجاری استان کردستان و اقلیم کردستان از ماتریس SWOT استفاده شد. این ماتریس به‌عنوان یک روش برنامه‌ریزی استراتژیک ضمن سنجش وضعیت و ارزیابی محیط داخلی و خارجی سعی دارد قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر برساند و ضعف‌ها و تهدیدهای موجود را کاهش دهد. در این پژوهش از طریق پرسشنامه محقق ساخت که سؤالات آن برآیندی از نتایج مصاحبه‌ها، خروجی اسناد فرادست و ادبیات موضوع بود به نظرسنجی از صاحب‌نظران در حوزه‌ی تجارت استان و اقلیم کردستان پرداختیم و بر اساس نتایج به دست آمده از پرسشنامه تدوین ماتریس SWOT صورت گرفت.

پس از اینکه از طریق ماتریس SWOT سنجش وضعیت صورت گرفت، در ادامه برای تعیین موقعیت راهبردی از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) و خارجی (EFE) استفاده شد که نتایج به دست آمده از آن‌ها بیانگر این است که وضعیت تجارت استان کردستان و اقلیم کردستان در موقعیت WO یا همان موقعیت محافظه‌کارانه (تغییر جهت) قرار دارد. بر اساس موقعیت راهبردی مشخص شده، سیزده راهبرد در راستای بهره‌گیری از فرصت‌ها و کاهش ضعف‌ها در تجارت استان کردستان و اقلیم کردستان تدوین شد. در پایان نیز برای اولویت‌بندی راهبردهای تدوین شده از ماتریس استراتژیک برنامه‌ریزی کمی یا همان (QSPM) استفاده شد که از طریق آن راهبردهای تدوین شده بر اساس امتیاز نهایی کسب‌شده به ترتیب اولویت‌بندی شدند.

#### ۴-۱۰-۱ تحلیل عامل تأییدی<sup>۱</sup>

در این بخش قصد داریم نتایج به دست آمده از برازش مدل تحلیل عامل تأییدی در نرم‌افزار SmartPLS4 را گزارش دهیم. مدل پیشنهادی برای عوامل مؤثر بر تجارت استان و اقلیم کردستان از طریق روش PLS - SEM مورد تحلیل قرار گرفت. در اعتبارسنجی این مدل، مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری آن مورد ارزیابی قرار گرفتند. از آنجایی که مدل تحلیل عامل تأییدی دارای مقیاس اندازه‌گیری انعکاسی است در مدل اندازه‌گیری آن باید پایایی (شاخص‌ها و سازگاری درونی) و روایی به صورت کامل موردسنجش قرار گیرد و گزارش داده شود و در مدل ساختاری آن ضریب تعیین و ضریب مسیر ارزیابی شود.<sup>۲</sup>

#### ۴-۱۰-۱-۱ مدل اندازه‌گیری

##### ۴-۱۰-۱-۱-۱ پایایی شاخص‌ها<sup>۳</sup> (بارهای بیرونی یا بارهای عاملی<sup>۴</sup>)

در این قسمت لازم است پایایی شاخص‌ها موردبررسی قرار گیرد. در این روش، مدلی همگن خواهد بود که در آن مقدار مطلق بار عاملی هر متغیر مشاهده‌پذیر (شاخص یا سؤالات) که با متغیرهای پنهان مدل مطابقت دارد حداقل ۰.۴ یا بالاتر

<sup>۱</sup> Confirmatory Factor Analysis (CFA)

<sup>۲</sup> توضیحات مربوط به تحلیل عامل تأییدی در نرم‌افزار Smart PLS به صورت کامل در فصل ۳ توضیح داده شده است.

<sup>۳</sup> Indicator Reliability

<sup>۴</sup> Outer Loading or Factor Loading

باشد (Hulland, 1999; Wong, 2013). جدول ۵۰-۴ بار عاملی سؤالات پرسشنامه را نشان می‌دهد، بر اساس این جدول مقادیر بار عاملی اکثر سؤالات پرسشنامه بیشتر از ۰/۴ است. طبق استانداردها رایج معمولاً در صورتی که این مقدار کمتر از ۰/۴ باشد، بهتر است آن سؤال حذف یا اصلاح شود (Civelek, 2018).

در این بخش باید اشاره شود که برای مدل تحلیل عامل تأییدی ابتدا شش متغیر مکنون<sup>۱</sup> زیرساختی، اقتصادی-مالی، حقوقی-قانونی، سیاسی-امنیتی، مدیریتی-درون‌بخشی و اجتماعی-فرهنگی تعریف شد. بعد از اینکه این مدل مورد برازش قرار گرفت در بررسی اولیه، بار عاملی پنج عامل زیرساختی، اقتصادی-مالی، حقوقی-قانونی، سیاسی-امنیتی و اجتماعی-فرهنگی در رده‌ی مطلوبی قرار گرفته بود و کاملاً قابل قبول بود. نکته قابل ذکر این است که عامل مدیریتی-درون‌بخشی به دلیل اینکه دارای ۳۶ گویه بود به هنگام برازش مدل ۱۴ متغیر آن دارای بار عاملی کمتر از ۰/۴ بودند. علی‌رغم اینکه این ۱۴ متغیر بیانگر مفاهیم مهمی در حوزه‌ی مدیریت درون‌بخشی بودند امکان حذف یا اصلاح آنان وجود نداشت بنابراین تیم پژوهش برای دستیابی به خروجی مطلوب و بهتر تصمیم گرفت عامل مدیریتی-درون‌بخشی را به دو عامل مدیریت بازاریابی و اجرایی و مدیریت اداری تفکیک کند. در ادامه مدل تحلیل عامل تأییدی با هفت متغیر مکنون مورد برازش قرار گرفت. این بار علی‌رغم اینکه پنج عامل پیشین که دارای خروجی مطلوب بودند دو عامل مدیریت بازاریابی و اجرایی و مدیریت اداری نیز دارای نتیجه مطلوب و قابل قبولی بودند.

جدول ۵۰-۴: بار عاملی شاخص‌ها

متغیر پنهان	متغیر آشکار	بار عاملی
عامل زیرساختی	وضعیت زیرساخت‌های حمل‌ونقل جاده‌ای استان و راه‌های ارتباطی به مرزها و پایانه‌های مرزی (ساخت، تعمیر و نگهداری جاده‌ها، آسفالت، سرانه جاده‌ای و بزرگراه و ...) (Q1)	۰.۴۳۵
	وضعیت زیرساخت‌های تجاری در پایانه‌های مرزی (انبار، سردخانه، مکان تخلیه و بارگیری، باسکول، آزمایشگاه استاندارد، دستگاه‌های X-ray، پارکینگ، برق اضطراری و ...) (Q2)	۰.۵۸۰
	وضعیت زیرساخت‌های تجاری در مرزها و بازارچه‌های رسمی (سیرانند بانه) و غیررسمی موقت (خانم شیخان مروان و مله‌خور سروآباد) (Q3)	۰.۳۸۹
	وضعیت ارائه خدمات فنی و پشتیبانی در گمرک و پایانه‌های مرزی (تشریفات گمرکی و ترخیص کالا، عملیات تخلیه و بارگیری، فرآیند بازرسی، دیپ‌زنی و ...) (Q4)	۰.۵۱۸
	وضعیت ارائه خدمات رفاهی در مرزها و محدوده پایانه‌های مرزی (اقامتگاه، استراحتگاه، مسجد، پارکینگ، خدمات فنی و مکانیکی برای کامیون‌ها، جایگاه سوخت، سالن‌های مذاکره، فوریت‌های پزشکی، آتش‌نشانی و ...) (Q5)	۰.۵۴۹
	وضعیت زیرساخت‌های مخابراتی در مرزها و پایانه‌های مرزی استان (دسترسی به اینترنت، شبکه فیبر نوری، فضای مجازی و ...) (Q6)	۰.۴۳۳
	فرسودگی ناوگان حمل‌ونقل استان (Q7)	۰.۳۶۱
	توسعه و تجهیز فرودگاه‌ها (راه‌اندازی خط پرواز استان به اقلیم کردستان) و بهره‌مندی از شبکه حمل‌ونقل ریلی (Q8)	۰.۵۴۲

<sup>1</sup> Latent Variable

متغیر پنهان	متغیر آشکار	بار عاملی
عامل اقتصادی-مالی	ایجاد شبکه هوشمند حمل و نقل بین‌المللی (Q9)	۰.۶۹۶
	احداث پایانه‌های صادراتی تخصصی (محصولات کشاورزی: توت‌فرنگی، سیب‌زمینی و ...) (Q10)	۰.۵۴۸
	ایجاد محوطه و فضای مناسب جهت برپایی نمایشگاه‌های صادراتی در نقاط مرزی (Q11)	۰.۶۱۲
	عملکرد شعب بانک‌های داخلی و صرافی‌ها (Q12)	۰.۴۴۹
	وضعیت ارائه خدمات از سوی بانک‌ها، نهادها و مؤسسات اعتباری به بازرگانان و پشتیبانی از آن‌ها (Q13)	۰.۴۸۱
	پشتیبانی صندوق ضمانت صادرات ایران (ارائه بیمه‌نامه‌ها، ضمانت‌نامه‌های صادراتی) از صادرکنندگان (Q14)	۰.۳۷۰
	عملکرد شرکت‌های بیمه‌ای در توسعه مبادلات تجاری (Q15)	۰.۴۰۰
	تحریم‌های بانکی و عدم دسترسی به شبکه‌های بانکی بین‌المللی (Q16)	۰.۵۶۰
	اجرای سیاست و فرآیند برگشت ارز حاصل از صادرات (Q17)	۰.۵۷۴
	نوسانات نرخ ارز و تفاوت آن در سامانه نیما و بازار آزاد (Q18)	۰.۵۵۹
	اجرای سیاست حذف ارز ترجیحی بر کالاهای اساسی و برخی مواد اولیه مور نیاز واحدهای تولیدی (Q19)	۰.۵۳۹
	تفاوت ارزش پایه کالاهای صادراتی در گمرک با قیمت تمام شده آن‌ها (Q20)	۰.۵۳۵
	رویه‌های ناعادلانه ممیزی و دریافت مالیات از بازرگانان (ابهام در نحوه محاسبه مالیات تراکنش‌های بانکی، استرداد مالیات بر ارزش افزوده و ...) (Q21)	۰.۶۶۶
سیاست‌های تجارت خارجی ایران (Q22)	۰.۲۷۹	
وضعیت بی‌ثباتی سیاست‌های کلان اقتصادی (تجاری، ارزی، پولی و مالی) در فرآیند مبادلات تجاری (Q23)	۰.۵۷۰	
رانت، فساد و انحصارات اقتصادی در امور بازرگانی (Q24)	۰.۵۳۲	
تأسیس صرافی‌ها و شعب بانک‌ها (ایرانی، عراقی و خارجی) در استان و اقلیم کردستان (Q25)	۰.۶۵۰	
سرمایه‌گذاری مشترک استان و اقلیم کردستان در طرح‌ها و پروژه‌های مرتبط با حوزه تجاری (Q26)	۰.۶۶۵	
ایجاد و توسعه مراکز تخصصی پزشکی در استان و شهرستان‌های مرزی جهت ارائه خدمات به بیماران اقلیم (تجارت خدمات توریسم درمانی) (Q27)	۰.۶۴۰	
عامل حقوقی-قانونی	اعمال معافیت حقوق گمرکی و سود بازرگانی کالاهای وارداتی و مشوق‌های صادراتی در مبادلات تجاری (Q28)	۰.۲۸۴
	وضعیت جانب‌داری سیستم قضایی و اداری استان و اقلیم کردستان و اتخاذ رویکرد بی‌طرفانه در اجرای احکام (Q29)	۰.۱۰۵
	نوسانات تعرفه‌های حمل و نقل در استان (Q30)	۰.۵۵۹
	سلیقه‌ای عمل کردن مسئولین طرف اقلیم کردستان در پذیرش کالاهای ایرانی از لحاظ؛ استاندارد، کنترل کیفیت، بهداشت، قرنطینه (Q31)	۰.۷۰۵
	قوانین متغیر گمرکی کشور عراق و عدم اعمال یکسان تعرفه‌ها و رویه‌های گمرکی در مرزهای عراق به ویژه اقلیم کردستان به دلیل اختلافات اقلیم با حکومت مرکزی عراق (Q32)	۰.۷۲۴
	محدودیت‌های فصلی، مقطعی و گاهی ناگهانی برخی از محصولات صادراتی از جانب طرفین تجاری (Q33)	۰.۶۹۷
	اعمال تعرفه‌ها و موانع غیر تعرفه‌ای (نظیر سهمیه‌بندی واردات و ...) (Q34)	۰.۵۹۵
	شیوه‌های ابلاغ و اجرای بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های حوزه‌ی تجاری (متعدد، متغیر، آنی بودن و ...) (Q35)	۰.۷۶۰
	تأسیس مرکز مشترک داوری جهت حل اختلافات حقوقی و قراردادی بازرگانان طرفین (Q36)	۰.۷۴۵

متغیر پنهان	متغیر آشکار	بار عاملی
عامل سیاسی-امنیتی	تشکیل "نهاد مشترک قانونی" ناظر بر اجرا و ارتقاء کیفیت تفاهم‌نامه‌ها و موافقت‌نامه‌های طرفین تجاری (Q37)	۰.۷۶۳
	انعقاد موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد و برقراری تعرفه‌های ترجیحی با کشور عراق (Q38)	۰.۶۲۵
	اعتبار سنجی و رتبه‌بندی بازرگانان در فرآیند مبادلات تجاری (Q39)	۰.۵۷۸
	موقعیت جغرافیایی (سرزمینی، سیاسی، اقتصادی) مناطق مرزی استان (Q40)	۰.۴۷۱
	رایزنی دستگاه دیپلماسی اقتصادی ایران در تسهیل مبادلات و انعقاد تفاهم‌نامه‌های کاربردی تجاری (Q41)	۰.۴۱۵
	حمایت دولت از بازرگانان استان در مقایسه با رقبای تجاری در اقلیم کردستان (نظیر سیاست‌ها و مشوق‌های صادراتی کشورهای ترکیه، چین، امارات، عربستان و ...) (Q42)	۰.۴۲۰
	تأخیر در فرایند عبور کالا از مرز و همچنین کاهش کیفیت کالاهای صادراتی در اثر بازرسی‌های متعدد و گاهی غیراصولی نهادهای امنیتی و نظامی در مرزهای استان (Q43)	۰.۵۰۳
	اعمال تحریم‌ها و محدودیت دسترسی به بازارهای بین‌المللی (Q44)	۰.۶۰۶
	بستن مرزها و بازارچه‌ها (سیف سقز و ...) و ممنوعیت موقت تردد و مبادلات تجاری در اثر رویدادهای سیاسی-امنیتی (Q45)	۰.۵۸۵
	امنیتی بودن پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی استان و نقش پررنگ مرزبانی و فرمانداری‌ها در مدیریت آن‌ها (Q46)	۰.۵۷۸
	تحرکات و اقدامات نظامی در مرزهای استان و اقلیم (Q47)	۰.۴۸۸
	عامل مدیریت بازرگانی و اجرایی	ریسک و بی‌ثباتی اقتصادی، سیاسی و مالی طرفین (Q48)
بیکاری گسترده و گرایش به قاچاق و فعالیت‌های غیررسمی در مناطق مرزی (Q49)		۰.۴۱۴
وجود پایگاه حقوقی، حمایتی و قضایی به منظور ارائه خدمات مشاوره‌ای و کنسولی به بازرگانان استان و آگاهی بیشتر آن‌ها با قوانین حاکم در عراق (Q50)		۰.۵۳۱
عملکرد دستگاه‌های مربوطه در اجرای طرح توسعه و جامع ساماندهی مرز بین‌المللی باشماق مریوان (Q52)		۰.۵۰۸
همکاری و تفاهم بین مسئولین طرفین تجاری در پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی (Q53)		۰.۶۰
حضور نیروی مجرب، ماهر و دارای تخصص بازرگانی در راستای توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم، در دستگاه‌های اجرایی مستقر در مرز (Q54)		۰.۵۴۳
نگهداشت و استفاده از توانمندی و ظرفیت‌های نیروی کار جوان و تحصیل کرده بومی در مناطق مرزی استان در توسعه مبادلات تجاری (Q55)		۰.۵۵۰
اعزام و پذیرش رایزنان و هیئت‌های تجاری (Q56)		۰.۶۱۱
برگزاری و شرکت در رویدادها و نمایشگاه‌های تجاری حضوری و مجازی (Q57)		۰.۶۸۳
استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در امر بازاریابی و گسترش تجارت الکترونیک (ایجاد سایت‌های اینترنتی و اطلاع‌رسانی به شرکت‌های صادرات محور و بازرگانان) (Q58)		۰.۷۴۰
به کارگیری فناوری‌های نوین و مکانیزه نمودن فرایندهای تجاری در پایانه‌های مرزی (Q59)		۰.۷۸۱
توسعه صنایع تبدیلی، واحدهای فرآوری، بسته‌بندی و سورتنینگ جهت رقابت‌پذیری محصولات صادراتی (Q60)		۰.۶۴۶
تبلیغات و بازاریابی، تنوع‌بخشی، توسعه و ترویج برندهای مختص به استان (صنایع دستی، فرش دستباف، توت‌فرنگی و ...) (Q61)	۰.۶۷۱	

متغیر پنهان	متغیر آشکار	بار عاملی
	تمایل و ریسک‌پذیری مدیران شرکت‌های تجاری و صادرات‌محور استان در راستای شناسایی، افزایش سهم و گسترش بازارهای هدف (Q62)	۰.۶۱۶
	تفویض اختیار به مدیران دستگاه‌های اجرایی استان در مذاکرات و مراودات اقتصادی (Q63)	۰.۶۵۰
	عملکرد اتاق‌های مشترک، کمیته‌ها و تشکل‌های تجاری داخلی و خارجی (ایران-عراق، سندج-سلیمانیه، انجمن‌های مربوطه و ...) در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان (Q64)	۰.۶۲۶
	تسهیل تردد بازرگانان، نیروی کار و انتقال ماشین‌آلات شرکت‌ها جهت کاهش هزینه‌ها (Q65)	۰.۶۲۵
	عملکرد و کارآمدی نهادهای بخش خصوصی (اتاق بازرگانی، انجمن‌های صادراتی، تعاونی‌های مرزنشین، شرکت‌های حمل‌ونقل بین‌المللی، شرکت‌های مدیریت صادرات و ...) در توسعه مبادلات تجاری (Q66)	۰.۶۲۶
	عملکرد سامانه پنجره واحد تجارت فرامرزی در توسعه مبادلات تجاری (Q67)	۰.۴۸۰
	عملکرد دستگاه‌های اجرایی مربوطه، به‌ویژه مرزبانی در برخورد و ساماندهی پدیده کولبری در مبادلات تجاری (Q68)	۰.۵۰۱
	حمایت و تقویت تعاونی‌های مرزنشین در توسعه مبادلات تجاری (Q69)	۰.۶۰۱
	نظارت بر کیفیت و صدور گواهی مبدأ جهت جلوگیری از بدنام کردن و کاهش اعتبار تجاری کالاها و خدمات صادراتی (Q70)	۰.۶۰۲
	استفاده از کارت‌های بازرگانی اجاره‌ای (Q76)	۰.۴۰۷
	راه‌اندازی و توسعه فعالیت مراکز تجاری، دفاتر فروش و بازاریابی در بازارهای هدف صادراتی (Q80)	۰.۴۰۱
	تأسیس شرکت‌های مشترک حمل‌ونقل بین‌المللی در توسعه تجارت بین استان و اقلیم کردستان (Q81)	۰.۴۳۳
	شکل‌گیری کنسرسیوم‌های (ائتلاف و همکاری شرکت‌ها) صادراتی با هدف توسعه، کسب سود و افزایش سهم شرکت‌های عضو در بازارهای هدف (Q82)	۰.۴۳۲
	همکاری و انجام پژوهش‌های کاربردی مشترک طرفین تجاری با هدف نیازسنجی، مطالعه بازار، تحلیل رقبا، شناخت پتانسیل‌ها و فرصت‌های تجاری همدیگر و تدوین برنامه راهبردی و نقشه راه تجاری (Q83)	۰.۳۴۱
	ایجاد بانک اطلاعاتی تجاری-تولیدی و چندزبانه (کردی، فارسی، انگلیسی و عربی) طرفین تجاری (Q84)	۰.۴۰
	توانمندسازی بنگاه‌های کوچک و متوسط صادرات‌محور (Q85)	۰.۴۱۴
	مذاکره و رایزنی با هدف ایجاد کریدور ترانزیت خارجی در اقلیم کردستان جهت صادرات کالاهای ایرانی به سوریه (Q86)	۰.۳۸۳
	عامل مدیریت اداری	نیود مدیریت واحد و یکپارچه‌سازی مرزی جهت ساماندهی امور مربوط به تجارت در پایانه‌های مرزی (باشماق مریوان و سیرانبند بانه)، بازارچه‌های رسمی (سیرانبند بانه) و غیررسمی (خانم شیخان مریوان و مله خور سروآباد) (Q51)
تفاوت در اجرای قوانین و مقررات تجاری در مبادی گمرکی مناطق مرزی ایران (باشماق، پرویزخان و ...) (Q71)		۰.۵۵۲
کمبود کارکنان شاغل در دستگاه‌های اجرایی مستقر در مرز به‌ویژه گمرک (Q72)		۰.۵۷۸
بروکراسی اداری (طولانی بودن فرایند اخذ مجوز، ثبت سفارش، ترخیص کالا، برگشت کالای مرجوعی، تشریفات گمرکی، صدور کارت بازرگانی و ...) (Q73)		۰.۶۸۶
عدم حمل یکسره کالاهای صادراتی به‌ویژه کالاهای فسادپذیر و شکستنی (Q74)		۰.۶۵۶



متغیر پنهان	متغیر آشکار	بار عاملی
	تعدد عوارض و هزینه‌های اضافی صادرات واردات در دو سوی مرز (توزین، نمونه‌گیری آزمایشگاهی مضاعف و ... (Q75)	۰.۶۸۳
	فساد و سوءاستفاده افراد از مقام و موقعیت اداری در دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی مربوط به امر تجارت (Q77)	۰.۴۸۹
	اختلاف زمانی، تعطیلات اعیاد و سوگواری‌ها (Q78)	۰.۳۶۹
	اجرا و عملیاتی نمودن منطقه آزاد تجاری-صنعتی بانه و مریوان (Q79)	۰.۵۸۷
عامل اجتماعی- فرهنگی	آشنایی و تسلط بازرگانان، هیئت‌ها و رایزنان تجاری استان با (مقررات صادرات واردات، رویه‌های گمرکی، اصول فنی و مذاکرات تجاری، زبان‌های خارجی و گویش‌های زبانی و ...) (Q87)	۰.۶۴۳
	فرهنگ مشارکت جمعی و روحیه کار تیمی در میان بازرگانان، مدیران و مسئولان اجرایی، مرزنشینان، تولیدکنندگان و صادرکنندگان (Q88)	۰.۴۷۳
	برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی تجارت بین‌الملل (رویه‌های گمرکی، بازاریابی، اطلاع‌رسانی، مشاوره، فرآیند کسب مجوزهای بازرگانی، اینکوترمز و ...) (Q89)	۰.۶۷۷
	تکریم ارباب‌رجوع (بازرگان و فعالان اقتصادی) در راستای منشور اخلاقی و رفتار حرفه‌ای کارکنان دستگاه‌های اجرایی (Q90)	۰.۵۹۸
	اعتماد و اطمینان متقابل طرفین تجاری (Q91)	۰.۶۰۰
	اشتراکات فرهنگی، زبانی، آداب، سنن و ... طرفین تجاری (Q92)	۰.۶۰۲
	فرهنگ‌سازی و نهادینه کردن بینش تجاری با رویکرد مدرن بین‌المللی و ممانعت از رویه‌های تجارت سنتی در بین بازرگانان (Q93)	۰.۶۵۷
	نهادینه کردن فرهنگ برندسازی محصولات داخلی استانی و نشان صادراتی جهت عرضه به بازارهای بین‌المللی (Q94)	۰.۶۰۰

مقدار مطلق بار عاملی هر متغیر مشاهده‌پذیر (سؤالات) که با متغیرهای پنهان مدل مطابقت دارد حداقل ۰.۴ یا بالاتر باشد.

#### ۴-۱-۱۰-۲ پایایی سازگاری درونی<sup>۱</sup> (آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی)

پایایی سازگاری درونی از طریق آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ارزیابی می‌شود. ضریب آلفای کرونباخ<sup>۲</sup> یک شاخص سنتی برای تجزیه و تحلیل پایایی یا سازگاری درونی بین متغیرهای قابل مشاهده در یک مدل اندازه‌گیری است. سازگاری درونی میزان همبستگی بین یک سازه و شاخص‌های مرتبط با آن را نشان می‌دهد. مقدار ۰.۷ یک معیار قابل قبول برای پایایی شاخص‌ها در مدل اندازه‌گیری است. اما در پژوهش‌های اکتشافی و پژوهش‌هایی با سؤالات کم، مقدار ۰.۶ به عنوان حد ضریب آلفای کرونباخ معرفی می‌شود. نکته مهمی که در این بخش وجود دارد این است که ادبیات پیشین پایایی ترکیبی<sup>۳</sup> را به عنوان جایگزین

1. Internal Consistency Reliability

2. Cronbach's Alpha

3. Composite Reliability (CR)



آلفای کرونباخ پیشنهاد کردند. پایایی ترکیبی بهتر است بزرگ‌تر از ۰.۷ باشد، اگر تحقیق اکتشافی باشد ۰.۶ مقداری قابل قبول است و این بدین معناست که مدل سطح خوبی از ثبات داخلی را نشان می‌دهد (Wong, 2013)

**جدول ۵۱-۴: آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی**

متغیر مکنون	آلفای کرونباخ* Cronbach's Alpha	پایایی ترکیبی** (CR)
زیرساختی	۰.۷۴۵	۰.۸۰۱
اقتصادی - مالی	۰.۸۳۰	۰.۸۶۴
حقوقی-قانونی	۰.۸۳۶	۰.۸۷۵
سیاسی-امنیتی	۰.۷۰۷	۰.۷۸۸
مدیریت بازاریابی و اجرایی	۰.۹۱۳	۰.۹۲۳
مدیریت اداری	۰.۷۴۶	۰.۸۱۷
اجتماعی- فرهنگی	۰.۷۴۱	۰.۸۱۵

\*مقدار ۰.۷ یک معیار قابل قبول برای حد ضریب آلفای کرونباخ است.

\*معمولاً پایایی ترکیبی به‌عنوان جایگزین آلفای کرونباخ پیشنهاد شده و بهتر است بزرگ‌تر از ۰.۷ باشد.

طبق جدول ۵۱-۴ خروجی‌های به دست آمده از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای هفت عامل در سطح مطلوبی قرار دارند. عامل مدیریت بازاریابی و اجرایی با دارا بودن مقدار ۰.۹۱۳ آلفای کرونباخ و ۰.۹۲۳ پایایی ترکیبی دارای بیشترین سازگاری و پیوستگی درونی است و به لحاظ بیشترین پیوستگی درونی در جایگاه اول قرار دارد. عامل حقوقی-قانونی هم با دارا بودن مقدار ۰.۸۳۶ آلفای کرونباخ و ۰.۸۷۵ پایایی ترکیبی به لحاظ میزان پیوستگی و سازگاری درونی در جایگاه دوم قرار دارد. سایر عوامل اقتصادی-مالی، مدیریت اداری، زیرساختی، اجتماعی-فرهنگی و سیاسی-امنیتی به ترتیب میزان مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی در جایگاه سوم تا هفتم قرار می‌گیرند.

**۴-۱-۱۰-۳ روایی واگرا<sup>۱</sup>**

روایی واگرا در واقع منحصر به فرد بودن ابزار اندازه‌گیری را ثابت می‌کند. اگر بین ابزار مورد نظر و ابزارهای اندازه‌گیری سازه‌های مختلف همبستگی یا همبستگی کم وجود نداشته باشد، آزمون دارای اعتبار واگرا یا متمایز است. فورنل و لارکر پیشنهاد می‌کنند که ریشه‌ی دوم  $AVE^2$  در هر متغیر پنهان می‌تواند برای ایجاد روایی واگرا استفاده شود، در صورتی که این مقدار از سایر مقادیر همبستگی در بین متغیرهای پنهان بزرگ‌تر باشد روایی واگرا وجود دارد.

برای بررسی روایی واگرا، باید مقادیر AVE مدل تحقیق و جذر آن مقادیر محاسبه شود. اگر جذر AVE برای هر سازه بیشتر از همبستگی داخلی سازه باشد، اعتبار آن تأیید می‌شود. جدول ۵۲-۴ مقادیر AVE و جذر آن‌ها را نشان می‌دهد. طبق این

<sup>1</sup> Discriminant Validity

<sup>2</sup> Average Variance Extracted (AVE)

جدول مجذور میانگین واریانس استخراج شده برای هر هفت متغیر مکنون از میانگین واریانس استخراج شده آن متغیر مکنون بزرگ‌تر است، این بدان معناست که مدل تحقیق از روایی و اگر نیز برخوردار است.

جدول ۵۲-۴: میانگین واریانس استخراج شده (AVE) و مجذور AVE's\*

متغیر مکنون	میانگین واریانس استخراج شده (AVE)	مجذور میانگین واریانس استخراج شده (AVE's square root)
زیرساختی	۰.۲۷۴	۰.۵۲۳
اقتصادی - مالی	۰.۲۹۲	۰.۵۴۰
حقوقی - قانونی	۰.۳۹۲	۰.۶۲۶
سیاسی - امنیتی	۰.۲۵۶	۰.۵۰۵
مدیریت بازاریابی و اجرایی	۰.۳۱۷	۰.۵۶۳
مدیریت اداری	۰.۳۳۷	۰.۵۸۰
اجتماعی - فرهنگی	۰.۳۵۷	۰.۵۹۷

\*اگر مجذور AVE's < AVE باشد، روایی و اگر مورد تأیید است.

#### ۲-۱۰-۴ مدل ساختاری

در این بخش نتایج ارزیابی مدل ساختاری یعنی روابط بین متغیرهای پنهان بررسی می‌شود. در مدل ساختاری باید ضریب مسیر (Path Coefficient) و ضریب تعیین (Coefficient of Determination ( $R^2$ )) بررسی شود.

#### ۱-۲-۱۰-۴ ضریب مسیر (Path Coefficient)

ضریب مسیر در واقع همان ضریب رگرسیون استاندارد شده‌ای است که در مدل‌های رگرسیونی ساده و رگرسیونی چندگانه مشاهده می‌کنیم. ضریب مسیر روابط بین متغیرهای پنهان را نشان می‌دهد. ضریب مسیر مقداری بین ۱ و -۱ است. هر چه این مقدار به ۱ نزدیک‌تر باشد تأثیر قوی و مستقیم است و هر چه به -۱ نزدیک‌تر باشد تأثیر قوی و غیرمستقیم است و در صورتی که به صفر نزدیک باشد تأثیر نامحسوس و غیر معنادار است. در این روش از طریق تکنیک Bootstrapping می‌توان معناداری ضریب مسیر را از طریق آماره‌ی T نیز پیش‌بینی کرد (Durdyev et al., 2018). رویه‌های آزمایش برآزش مدل از طریق T Value به گونه‌ای است که ضرایب باید بیشتر از ۱.۹۶ باشد تا در سطح اطمینان ۹۵٪ معنی‌دار تلقی شوند.

در جدول ۵۳-۴ ضریب مسیرها، آماره‌ی T و ارزش P مشخص شده است. طبق این جدول و تصویر ۴-۵ ضریب مسیر عامل مدیریت بازاریابی و اجرایی با مقدار ۰.۸۰۲ در جایگاه اول تأثیر قوی و مستقیمی بر عامل اصلی (عوامل مؤثر بر تجارت استان و اقلیم) دارد. در ادامه ضریب مسیر دو عامل اقتصادی - مالی و سیاسی - امنیتی با داشتن مقدار ۰.۷۹۴ در جایگاه دوم، عامل حقوقی - قانونی با مقدار ۰.۷۹۰ در جایگاه سوم، عامل مدیریت اداری با مقدار ۰.۶۷۴ در جایگاه چهارم، عامل زیرساختی با مقدار ۰.۶۶۹ در جایگاه پنجم و عامل اجتماعی - فرهنگی با مقدار ۰.۶۵۰ در جایگاه ششم به ترتیب تأثیر مستقیم و قوی بر عامل تجارت استان و اقلیم کردستان عراق دارند.

جدول ۵۳-۴: ضریب مسیر، آماره  $T$  و ارزش  $P$

آماره $T$ ***	ارزش $P$ **	ضریب مسیر *	
۱۱.۱۷۸	۰/۰۰۰	۰.۶۶۹	عوامل مؤثر بر تجارت استان و اقلیم ← زیرساخت
۲۲.۵۲۱	۰/۰۰۰	۰.۷۹۴	عوامل مؤثر بر تجارت استان و اقلیم ← اقتصادی-مالی
۱۷.۷۲۳	۰/۰۰۰	۰.۷۹۰	عوامل مؤثر بر تجارت استان و اقلیم ← حقوقی-قانونی
۲۲.۱۲۹	۰/۰۰۰	۰.۷۹۴	عوامل مؤثر بر تجارت استان و اقلیم ← سیاسی-امنیتی
۱۳.۹۴۵	۰/۰۰۰	۰.۸۰۲	عوامل مؤثر بر تجارت استان و اقلیم ← مدیریت بازاریابی و اجرایی
۸.۰۲۷	۰/۰۰۰	۰.۶۷۴	عوامل مؤثر بر تجارت استان و اقلیم ← مدیریت اداری
۹.۴۳۱	۰/۰۰۰	۰.۶۵۰	عوامل مؤثر بر تجارت استان و اقلیم ← اجتماعی-فرهنگی

\*ضریب مسیر مقداری بین ۱ و ۱- است.

\*\*  $P \text{ Value} < 0.05$  باشد ۹۵٪ داده‌ها در سطح معنادار هستند.

\*\*\* اگر  $T \text{ Statistic} > 1.96$  باشد ۹۵٪ داده‌ها در سطح معنادار هستند.

بعد از انجام تکنیک Bootstrapping مقدار آماره  $T$  و ارزش  $P$  در جدول ۴-۵۳ و تصویر ۴-۶ گزارش شده است. طبق جدول از آنجایی که آماره  $T$  برای هر هفت متغیر مکنون بزرگ‌تر از ۱.۹۶ و ارزش  $P$  برای هر هفت متغیر مکنون (زیرساختی، اقتصادی-مالی، حقوقی-قانونی، سیاسی-امنیتی، مدیریت بازاریابی و اجرایی، مدیریت اداری و اجتماعی-فرهنگی) کمتر از ۰.۰۵ است می‌توان گفت تمامی داده‌ها و متغیرهای مکنون در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار هستند.

#### ۴-۱۰-۲ ضریب تعیین (Coefficient of Determination ( $R^2$ ))

ضریب تعیین  $R^2$  دومین معیار بررسی برازش نیکویی مدل است که با متغیرهای پنهان درون‌زا (وابسته) مدل مطابقت دارد.  $R^2$  تأثیر یک متغیر برون‌زا را بر روی یک متغیر درون‌زا نشان می‌دهد که در آن سه مقدار ۰.۱۹، ۰.۳۳ و ۰.۶۷ برای نشان دادن مقادیر ضعیف، متوسط و قوی تعیین شده است.  $R^2$  که با پیاده‌سازی الگوریتم PLS به دست می‌آید نشان می‌دهد که تا چه اندازه تغییرات متغیر وابسته منوط به تغییرات متغیر مستقل است.

جدول ۵۴-۴: ضریب تعیین

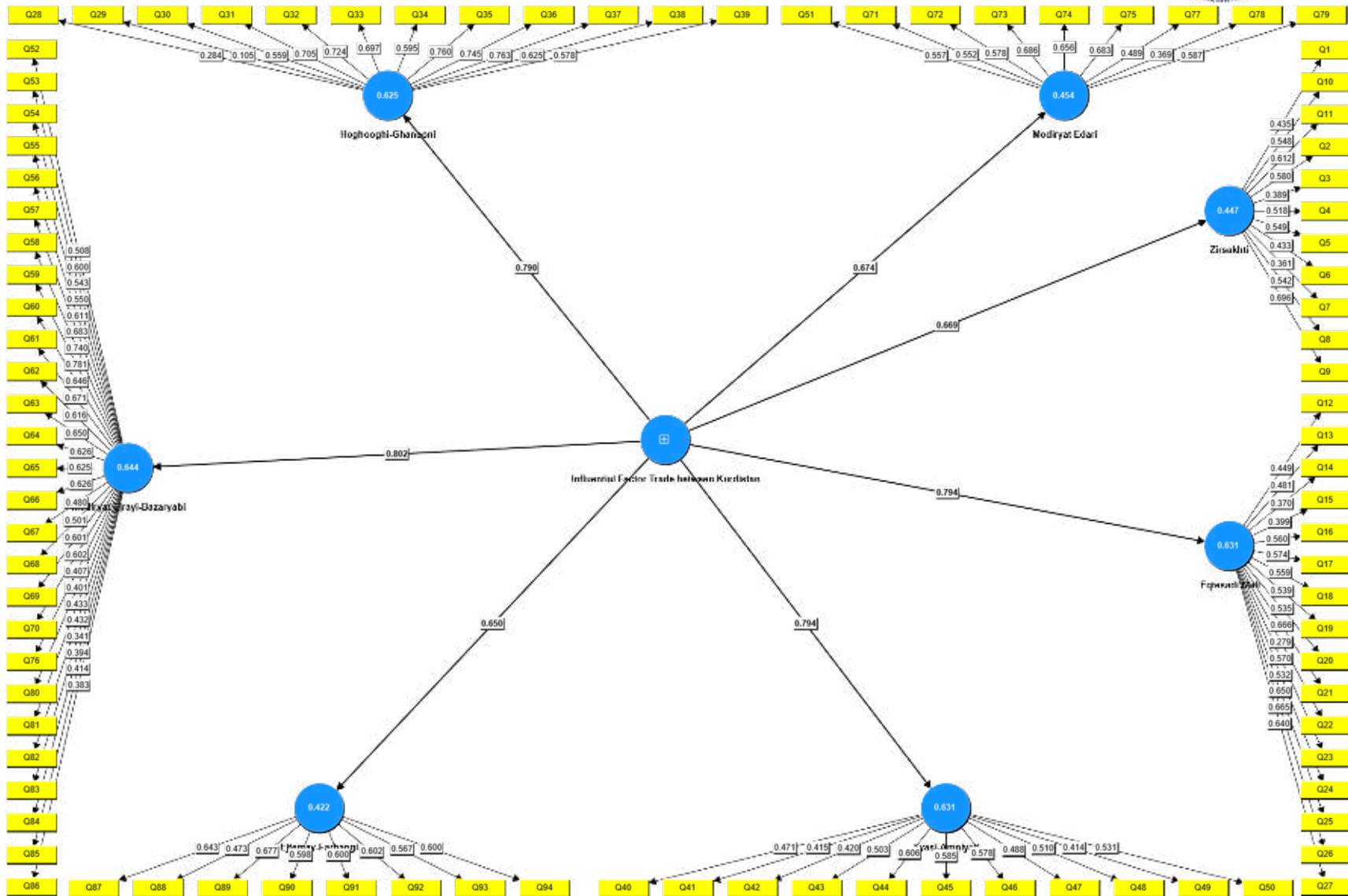
رتبه	Coefficient of Determination ( $R^2$ )	متغیر مکنون
۵	۰/۴۴۷	زیرساختی
۲	۰/۶۳۱	اقتصادی-مالی
۳	۰/۶۲۵	حقوقی-قانونی
۲	۰/۶۳۱	سیاسی-امنیتی
۱	۰/۶۴۴	مدیریت بازاریابی و اجرایی
۴	۰/۴۵۴	مدیریت اداری
۶	۰/۴۲۲	اجتماعی-فرهنگی

طبق جدول ۴-۵۴ مقدار ضریب تعیین هفت عامل (زیرساختی، اقتصادی-مالی، حقوقی-قانونی، سیاسی-امنیتی، مدیریت بازاریابی و اجرایی، مدیریت اداری و اجتماعی-فرهنگی) در بازه ۰.۳۳ و ۰.۶۷ قرار دارد و این موضوع نشان می‌دهد که ضریب تعیین این هفت عامل در بازه متوسط تا قوی قرار دارد.

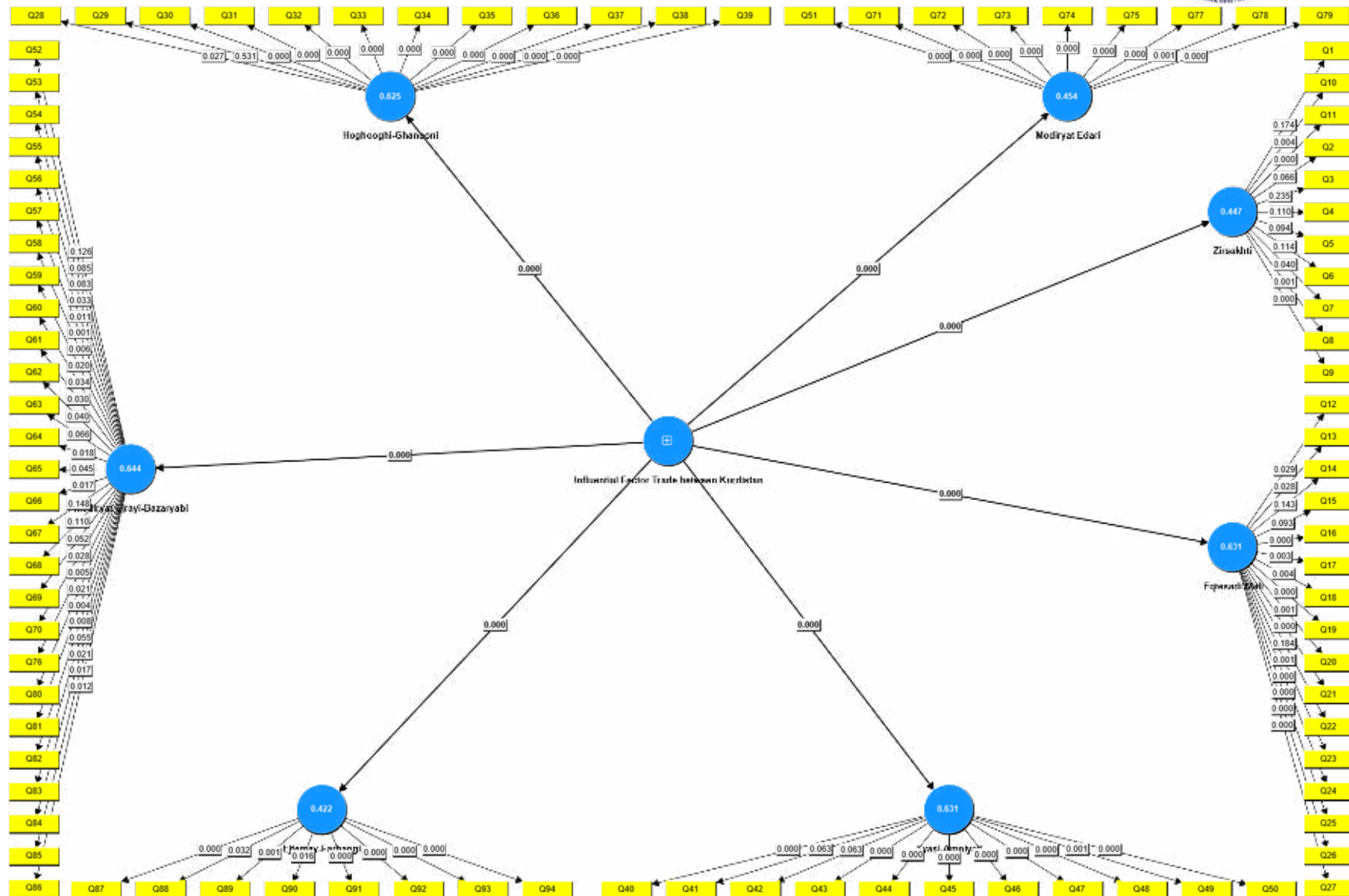
عامل مدیریت بازاریابی و اجرایی به‌عنوان یک متغیر مستقل با دارا بودن مقدار ضریب تعیین ۰.۶۴۴ در جایگاه اول بیشترین تأثیر را بر متغیر وابسته (عوامل مؤثر بر تجارت استان و اقلیم کردستان) دارد. دو عامل اقتصادی-مالی و سیاسی-امنیتی با داشتن مقدار ۰.۶۳۱ هر دو به‌عنوان دو متغیر مستقل در جایگاه دوم بر متغیر وابسته (عوامل مؤثر بر تجارت استان و اقلیم کردستان) تأثیرگذار هستند. در ادامه به ترتیب عامل حقوقی-قانونی با مقدار ۰.۶۲۵ در جایگاه سوم، عامل مدیریت اداری با مقدار ۰.۴۵۴ در جایگاه چهارم، عامل زیرساختی با مقدار ۰.۶۷۴ در جایگاه پنجم و عامل اجتماعی-فرهنگی با مقدار ۰.۴۲۲ در جایگاه ششم به ترتیب بر متغیر وابسته (عوامل مؤثر بر تجارت استان و اقلیم کردستان) تأثیرگذار هستند.

#### ۳-۱۰-۴ جمع‌بندی تحلیل عامل تأییدی

در این بخش از پژوهش تلاش بر آن بود که از طریق تحلیل عامل تأییدی مرتبه دوم میزان تأثیرگذاری متغیرهای مستقل (زیرساختی، اقتصادی-مالی، حقوقی-قانونی، سیاسی-امنیتی، مدیریت بازاریابی و اجرایی، مدیریت اداری و اجتماعی-فرهنگی) بر متغیر وابسته (عوامل مؤثر بر تجارت استان و اقلیم کردستان) ارزیابی شود. برای دستیابی به این هدف مدل تحلیل عامل تأییدی مرتبه دوم در نرم‌افزار SmartPLS4 مورد ارزیابی قرار گرفت و مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری آن اعتبارسنجی شد. نتایج به دست آمده از تحلیل ضمن اینکه مطلوبیت بارهای عاملی، آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی واگرا را نشان داد. گویای این بود که عامل مدیریت اجرایی و بازاریابی در جایگاه اول، عامل سیاسی-امنیتی و عامل اقتصادی-مالی هر دو در جایگاه دوم، عامل حقوقی-قانونی در جایگاه سوم، عامل مدیریت اداری در جایگاه چهارم، عامل زیرساختی در جایگاه پنجم و عامل اجتماعی-فرهنگی در جایگاه ششم به ترتیب اولویت با دارا بودن بیشترین ضریب تعیین و ضریب مسیر بر روابط تجاری استان و اقلیم کردستان تأثیرگذار بودند.



تصویر ۵-۴: مدل تحلیلی پژوهش (مدل تحلیل عامل تأییدی مرتبه دوم)



تصویر ۶-۴: مدل تحلیلی پس از انجام تکنیک Bootstrapping

## ۴-۱۱ شناسایی و اولویت‌بندی موانع و چالش‌ها

پس از تأیید مدل تحلیل عامل تأییدی، در این بخش سعی داریم به شناسایی و اولویت‌بندی موانع و چالش‌های موجود در روابط تجاری استان کردستان و اقلیم کردستان بپردازیم. برای رتبه‌بندی متغیرهای مرتبط با ابعاد تحقیق آزمون فریدمن در نرم‌افزار SPSS27 استفاده شد. خروجی این آزمون شامل دو جدول است. در جدول ۴-۵۶ متغیرهای آماری به‌منظور بررسی عوامل مؤثر بر تجارت استان و اقلیم کردستان ذکر شده است و جدول ۴-۵۷ بیانگر میانگین رتبه هر متغیر است. اولویت‌بندی متغیرها بر اساس میانگین رتبه هر متغیر صورت می‌گیرد به طوری که هر چه میزان میانگین رتبه هر متغیر بیشتر باشد اهمیت آن متغیر بیشتر است و آن متغیر در اولویت قرار می‌گیرد. جهت رتبه‌بندی متغیرهای مرتبط با ابعاد تحقیق، در آزمون فریدمن دو فرضیه مطرح می‌گردد:

$H_0$ : بین وضعیت موجود موانع مربوط به روابط تجاری استان و اقلیم کردستان تفاوت معناداری وجود ندارد.

$H_1$ : بین وضعیت موجود عامل مربوط به روابط تجاری استان و اقلیم کردستان تفاوت معناداری وجود دارد.

با توجه به خروجی SPSS27 مقدار معناداری (sig) برای تحلیل فرضیه‌ها مهم است در صورتی که  $sig < 0.05$  باشد، فرض  $H_0$  در سطح اطمینان ۹۵٪ تأیید نمی‌شود و می‌توان گفت بین وضعیت موجود عوامل مربوط به روابط تجاری استان و اقلیم کردستان تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ۴-۵۶: آزمون شاخص‌های آماری به‌منظور بررسی موانع و چالش‌های مؤثر در تجارت استان و اقلیم کردستان

عوامل	شاخص‌های آماری		
	تعداد	خی دو ( $\chi^2$ )	درجه آزادی
عامل زیرساختی	۱۶۹	۲۸۴.۴	۶
عامل اقتصادی-مالی	۱۶۹	۶۹۳.۶	۱۲
عامل حقوقی-قانونی	۱۶۹	۲۰۰.۷	۶
عامل سیاسی-امنیتی	۱۶۹	۳۸۸.۱	۸
عامل مدیریت اجرایی و بازاریابی	۱۶۹	۱۹۷.۹	۱۶
عامل مدیریت اداری	۱۶۹	۲۸۵	۸
عامل اجتماعی-فرهنگی	۱۶۹	۰.۱۰	۱

طبق جدول ۴-۵۷ با توجه به میانگین رتبه‌ای مؤلفه‌های درونی عامل زیرساختی، "فرسودگی ناوگان حمل‌ونقل استان" با میانگین رتبه‌ای ۶.۰۳ به‌عنوان مؤثرترین مؤلفه زیرساختی در جایگاه اول قرار دارد. پس‌ازاین مؤلفه‌های "وضعیت ارائه خدمات فنی و پشتیبانی در گمرک و پایانه‌های مرزی (تشریفات گمرکی و ترخیص کالا، عملیات تخلیه و بارگیری، فرآیند بازرسی، دیپ‌زنی و ...)" با میانگین رتبه‌ای ۴.۳۴ رتبه دوم، "وضعیت زیرساخت‌های مخابراتی در مرزها و پایانه‌های مرزی استان (دسترسی به اینترنت، شبکه فیبر نوری، فضای مجازی و ...)" با میانگین رتبه‌ای ۴.۳۱ در رتبه سوم،



جدول ۴-۵۷: اولویت‌بندی موانع و چالش‌های موجود در روابط تجاری استان و اقلیم کردستان (استان کردستان)

اولویت متغیر	میانگین رتبه	مؤلفه‌های موانع و چالش‌های موجود در روابط تجاری استان و اقلیم کردستان	بُعد
۵	۳.۳۷	۱. وضعیت زیرساخت‌های حمل‌ونقل جاده‌ای استان و راه‌های ارتباطی به مرزها و پایانه‌های مرزی (ساخت، تعمیر و نگهداری جاده‌ها، آسفالت، سرانه جاده‌ای و بزرگراه و ...) (Q1)	زیرساختی
۴	۳.۴۲	۲. وضعیت زیرساخت‌های تجاری در پایانه‌های مرزی (انبار، سردخانه، مکان تخلیه و بارگیری، باسکول، آزمایشگاه استاندارد، دستگاه‌های x-ray، پارکینگ، برق اضطراری و ...) (Q2)	
۶	۳.۳۴	۳. وضعیت زیرساخت‌های تجاری در مرزها و بازارچه‌های رسمی و غیررسمی موقت (Q3)	
۲	۴.۳۴	۴. وضعیت ارائه خدمات فنی و پشتیبانی در گمرک و پایانه‌های مرزی (تشریفات گمرکی و ترخیص کالا، عملیات تخلیه و بارگیری، فرآیند بازرسی، دیپ‌زنی و ...) (Q4)	
۷	۳.۱۹	۵. وضعیت ارائه خدمات رفاهی در مرزها و محدوده پایانه‌های مرزی (اقامتگاه، استراحتگاه، مسجد، پارکینگ، خدمات فنی و مکانیکی برای کامیون‌ها، جایگاه سوخت، سالن‌های مذاکره، فوریت‌های پزشکی، آتش‌نشانی و ...) (Q5)	
۳	۴.۳۱	۶. وضعیت زیرساخت‌های مخابراتی در مرزها و پایانه‌های مرزی استان (دسترسی به اینترنت، شبکه فیبر نوری، فضای مجازی و ...) (Q6)	
۱	۶.۰۳	۷. فرسودگی ناوگان حمل‌ونقل استان (Q7)	
۱۰	۴.۸۶	۱. عملکرد شعب بانک‌های داخلی و صرافی‌ها (Q12)	اقتصادی-مالی
۱۱	۴.۴۴	۲. ارائه خدمات از سوی بانک‌ها، نهادها و مؤسسات اعتباری به بازرگانان و پشتیبانی از آنها (Q13)	
۱۳	۴.۰۹	۳. پشتیبانی صندوق ضمانت صادرات ایران (ارائه بیمه‌نامه‌ها، ضمانت‌نامه‌های صادراتی) از صادرکنندگان (Q14)	
۱۲	۴.۲۲	۴. عملکرد شرکت‌های بیمه‌ای در توسعه مبادلات تجاری (Q15)	
۴	۸.۷۳	۵. تحریم‌های بانکی و عدم دسترسی به شبکه‌های بانکی بین‌المللی (Q16)	
۶	۸.۴۲	۶. اجرای سیاست و فرآیند برگشت ارز حاصل از صادرات (Q17)	
۲	۹.۰۵	۷. نوسانات نرخ ارز و تفاوت آن در سامانه نیما و بازار آزاد (Q18)	
۸	۷.۴۰	۸. اجرای سیاست حذف ارز ترجیحی بر کالاهای اساسی و برخی مواد اولیه مور نیاز واحدهای تولیدی (Q19)	
۷	۷.۵۶	۹. تفاوت ارزش پایه کالاهای صادراتی در گمرک با قیمت تمام شده آنها (Q20)	
۵	۸.۶۹	۱۰. رویه‌های ناعادلانه ممیزی و دریافت مالیات از بازرگانان (ابهام در نحوه محاسبه مالیات تراکنش‌های بانکی، استرداد مالیات بر ارزش افزوده و ...) (Q21)	
۹	۵.۲۵	۱۱. سیاست‌های تجارت خارجی ایران (Q22)	
۱	۹.۴۲	۱۲. وضعیت بی‌ثباتی سیاست‌های کلان اقتصادی (تجاری، ارزی، پولی و مالی) در فرآیند مبادلات تجاری (Q23)	
۳	۸.۸۵	۱۳. رانت، فساد و انحصارات اقتصادی در امور بازرگانی (Q24)	



اولویت متغیر	میانگین رتبه	مؤلفه‌های موانع و چالش‌های موجود در روابط تجاری استان و اقلیم	بُعد
۷	۲.۲۰	۱۴. وضعیت جانب‌داری سیستم قضایی و اداری استان و اقلیم کردستان (Q29)	حقوقی-قانونی
۵	۴.۲۲	۱۵. نوسانات تعرفه‌های حمل‌ونقل در استان (Q30)	
۴	۴.۲۳	۱۶. سلیقه‌ای عمل کردن مسئولین طرف اقلیم کردستان در پذیرش کالاهای ایرانی از لحاظ؛ استاندارد، کنترل کیفیت، بهداشت، قرنطینه (Q31)	
۳	۴.۳۳	۱۷. قوانین متغیر گمرکی کشور عراق و عدم اعمال یکسان تعرفه‌ها و رویه‌های گمرکی در مرزهای عراق به ویژه اقلیم کردستان به دلیل اختلافات سیاسی اقلیم با حکومت عراق (Q32)	
۱	۴.۴۹	۱۸. محدودیت‌های فصلی، مقطعی و ناگهانی برخی از محصولات صادراتی از جانب طرفین تجاری (Q33)	
۶	۴.۱۸	۱۹. اعمال تعرفه‌ها و موانع غیرتعرفه‌ای (نظیر سهمیه‌بندی واردات و ...) (Q34)	
۲	۴.۳۵	۲۰. شیوه‌های ابلاغ و اجرای بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های حوزه‌ی تجاری (متعدد، متغیر، آنی بودن و ...) (Q35)	
۸	۳.۳۹	۲۱. رایزنی و عملکرد دستگاه دیپلماسی اقتصادی ایران در تسهیل مبادلات و انعقاد تفاهم‌نامه‌های تجاری (Q41)	سیاسی-امنیتی
۹	۲.۲۷	۲۲. حمایت دولت از بازرگانان استان در مقایسه با رقبای تجاری در اقلیم کردستان (نظیر سیاست‌ها و مشوق‌های صادراتی کشورهای ترکیه، چین، امارات، عربستان و ...) (Q42)	
۴	۵.۶۸	۲۳. تأخیر در فرایند عبور کالا از مرز و همچنین کاهش کیفیت کالاهای صادراتی در اثر بازرسی‌های متعدد و گاهی غیراصولی نهادهای امنیتی و نظامی در مرزهای استان (Q43)	
۳	۵.۷۷	۲۴. اعمال تحریم‌ها و محدودیت دسترسی به بازارهای بین‌المللی (Q44)	
۷	۵.۲۳	۲۵. بستن مرزها و بازارچه‌ها (سیف سقر و ...) و ممنوعیت موقت تردد و مبادلات تجاری در اثر رویدادهای سیاسی-امنیتی (Q45)	
۲	۵.۸۷	۲۶. امنیتی بودن پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی استان و نقش پررنگ مرزبانی و فرمانداری‌ها در مدیریت آن (Q46)	
۶	۵.۳۳	۲۷. تحرکات و اقدامات نظامی در مرزهای استان و اقلیم (Q47)	
۱	۶.۱۰	۲۸. ریسک و بی‌ثباتی اقتصادی، سیاسی و مالی طرفین (Q48)	
۵	۵.۳۵	۲۹. بیکاری گسترده و گرایش به قاچاق و فعالیت‌های غیررسمی در مناطق مرزی (Q49)	
۹	۸.۹۱	۳۰. همکاری و تفاهم بین مسئولین طرفین تجاری در پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی (Q53)	مدیریتی-اجرایی و
۱۵	۸.۰۳	۳۱. حضور نیروی مجرب، ماهر و دارای تخصص بازرگانی در راستای توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم، در دستگاه‌های اجرایی مستقر در مرز (Q54)	
۸	۹.۰۶	۳۲. وضعیت نگهداشت و استفاده از توانمندی و ظرفیت‌های نیروی کار جوان و تحصیل کرده بومی در مناطق مرزی استان در توسعه مبادلات تجاری (Q55)	

اولویت متغیر	میانگین رتبه	مؤلفه‌های موانع و چالش‌های موجود در روابط تجاری استان و اقلیم	بُعد
۳	۹.۸۶	۳۳. استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در امر بازاریابی و گسترش تجارت الکترونیک (ایجاد سایت‌های اینترنتی و اطلاع‌رسانی به شرکت‌های صادرات محور و بازرگانان) (Q58)	مدیریتی اجرایی و بازاریابی
۲	۱۰.۲۷	۳۴. به‌کارگیری فناوری‌های نوین و مکانیزه نمودن فرایندهای تجاری در پایانه‌های مرزی (Q59)	
۱۲	۸.۵۸	۳۵. توسعه صنایع تبدیلی، واحدهای فرآوری، بسته‌بندی و سورتنینگ جهت رقابت‌پذیر نمودن محصولات صادراتی (Q60)	
۱۴	۸.۴۳	۳۶. تبلیغات و بازاریابی، تنوع‌بخشی، توسعه و ترویج برندهای مختص به استان (صنایع دستی، فرش دستباف، توت‌فرنگی و ...) (Q61)	
۱۰	۸.۷۱	۳۷. تمایل و ریسک‌پذیری مدیران شرکت‌های تجاری و صادرات محور استان در راستای شناسایی، افزایش سهم و گسترش بازارهای هدف (Q62)	
۱۳	۸.۵۷	۳۸. تفویض اختیار به مدیران دستگاه‌های اجرایی استان در مذاکرات و مراودات اقتصادی (Q63)	
۷	۹.۲۵	۳۹. عملکرد اتاق‌های مشترک، کمیته‌ها و تشکل‌های تجاری داخلی و خارجی (ایران-عراق، سندج-سلیمانیه، انجمن‌های مربوطه و ...) (Q64)	
۴	۹.۵۶	۴۰. وضعیت تسهیل تردد بازرگانان، نیروی کار و انتقال ماشین‌آلات شرکت‌ها جهت کاهش هزینه‌ها (Q65)	
۵	۹.۴۳	۴۱. عملکرد و کارآمدی نهادهای بخش خصوصی (اتاق بازرگانی، انجمن‌های صادراتی، تعاونی‌های مرزنشین، شرکت‌های حمل‌ونقل بین‌المللی، شرکت‌های مدیریت صادرات و ...) در توسعه مبادلات تجاری (Q66)	
۶	۹.۴۱	۴۲. وضعیت عملکرد سامانه پنجره واحد تجارت فرامرزی در توسعه مبادلات تجاری (Q67)	
۱۷	۶.۶۷	۴۳. عملکرد دستگاه‌های اجرایی مربوطه، به‌ویژه مرزبانی در برخورد و ساماندهی پدیده کولبری در مبادلات تجاری (Q68)	
۱۶	۷.۴۵	۴۴. حمایت و تقویت تعاونی‌های مرزنشین در توسعه مبادلات تجاری (Q69)	
۱۱	۸.۶۱	۴۵. نظارت بر کیفیت و صدور گواهی مبدأ جهت جلوگیری از بدنام کردن و کاهش اعتبار تجاری کالاها و خدمات صادراتی (Q70)	
۱	۱۲.۱۹	۴۶. استفاده از کارت‌های بازرگانی اجاره‌ای (Q76)	
۱	۵.۹۱	۴۷. نبود مدیریت واحد و یکپارچه مرزی جهت ساماندهی امور مربوط به تجارت در پایانه‌های مرزی، بازارچه‌های رسمی و غیررسمی (Q51)	مدیریت اداری
۹	۲.۳۸	۴۸. عملکرد دستگاه‌های مربوطه در اجرای طرح توسعه و جامع ساماندهی مرز بین‌المللی باشماق میوان (Q52)	
۶	۴.۹۸	۴۹. تفاوت در اجرای قوانین تجاری در مبادی گمرکی مناطق مرزی ایران (باشماق، پرویزخان و ...) (Q71)	
۷	۴.۷۹	۵۰. کمبود کارکنان شاغل در دستگاه‌های اجرایی مستقر در مرز به‌ویژه گمرک (Q72)	

اولویت متغیر	میانگین رتبه	مؤلفه‌های موانع و چالش‌های موجود در روابط تجاری استان و اقلیم	بُعد
۲	۵.۸۶	۵۱. بروکراسی اداری (طولانی بودن فرایند اخذ مجوز، ثبت سفارش، ترخیص کالا، برگشت کالای مرجوعی، تشریفات گمرکی، صدور کارت بازرگانی و...) (Q73)	مدیریت اداری
۳	۵.۷۹	۵۲. عدم حمل یکسره کالاهای صادراتی به‌ویژه کالاهای فسادپذیر و شکستنی (Q74)	
۴	۵.۷۱	۵۳. تعدد عوارض و هزینه اضافی صادرات واردات در دو سوی مرز (توزین و نمونه‌گیری آزمایشگاهی) (Q75)	
۵	۵.۱۶	۵۴. فساد و سوءاستفاده افراد از مقام و موقعیت اداری در نهادهای اجرایی مربوط به امر تجارت (Q77)	
۸	۴.۴۲	۵۵. اختلاف زمانی، تعطیلات اعیاد و سوگواری‌ها (Q78)	
۱	۱.۵۰	۵۶. فرهنگ مشارکت جمعی و روحیه کار تیمی در میان بازرگانان، مدیران و مسئولان اجرایی، مرزنشینان، تولیدکنندگان و صادرکنندگان (Q88)	فرهنگی-اجتماعی
۱	۱.۵۰	۵۷. تکریم ارباب‌رجوع (بازرگان و فعالان اقتصادی) در راستای منشور اخلاقی و رفتار حرفه‌ای کارکنان دستگاه‌های اجرایی (Q90)	

"وضعیت زیرساخت‌های تجاری در پایانه‌های مرزی (انبار، سردخانه، مکان تخلیه و بارگیری، باسکول، آزمایشگاه استاندارد، دستگاه‌های x-ray، پارکینگ، برق اضطراری و ...) با میانگین رتبه‌ای ۳.۴۲ در رتبه چهارم، "وضعیت زیرساخت‌های حمل‌ونقل جاده‌ای استان و راه‌های ارتباطی به مرزها و پایانه‌های مرزی (ساخت، تعمیر و نگهداری جاده‌ها، آسفالت، سرانه جاده‌ای و بزرگراه و ...) با میانگین رتبه‌ای ۳.۳۷ در رتبه پنجم، "وضعیت زیرساخت‌های تجاری در مرزها و بازارچه‌های رسمی و غیررسمی موقت" با میانگین رتبه‌ای ۳.۳۴ در رتبه ششم، و در پایان مؤلفه "وضعیت ارائه خدمات رفاهی در مرزها و محدوده پایانه‌های مرزی (اقامتگاه، استراحتگاه، مسجد، پارکینگ، خدمات فنی و مکانیکی برای کامیون‌ها، جایگاه سوخت، سالن‌های مذاکره، فوریت‌های پزشکی، آتش‌نشانی و ...) " به‌عنوان آخرین مؤلفه زیرساختی با میانگین رتبه‌ای ۳.۱۹ در رتبه هفتم قرار دارد.

طبق جدول ۴-۵۷ با توجه به میانگین رتبه‌ای مؤلفه‌های درونی عامل اقتصادی-مالی، "وضعیت بی‌ثباتی سیاست‌های کلان اقتصادی (تجاری، ارزی، پولی و مالی) در فرآیند مبادلات تجاری" با میانگین رتبه‌ای ۹.۴۲ به‌عنوان مؤثرترین مؤلفه اقتصادی-مالی در جایگاه اول قرار دارد. پس‌ازاین مؤلفه‌های "نوسانات نرخ ارز و تفاوت آن در سامانه نیما و بازار آزاد" با میانگین رتبه‌ای ۹.۰۵ در رتبه دوم، "رانت، فساد و انحصارات اقتصادی در امور بازرگانی" با میانگین رتبه‌ای ۸.۸۵ در رتبه سوم، "تحریم‌های بانکی و عدم دسترسی به شبکه‌های بانکی بین‌المللی" با میانگین رتبه‌ای ۸.۷۳ در رتبه چهارم، "رویه‌های ناعادلانه ممیزی و دریافت مالیات از بازرگانان (ابهام در نحوه محاسبه مالیات تراکنش‌های بانکی، استرداد مالیات بر ارزش‌افزوده و ...)" با میانگین رتبه‌ای ۸.۶۹ در رتبه پنجم، "اجرای سیاست و فرآیند برگشت ارز حاصل از صادرات" با میانگین رتبه‌ای ۸.۴۲ در رتبه ششم، "تفاوت ارزش پایه کالاهای صادراتی در گمرک با قیمت تمام شده آن‌ها" با میانگین رتبه‌ای ۷.۵۶ در رتبه هفتم، "اجرای سیاست حذف ارز ترجیحی بر کالاهای اساسی و برخی مواد اولیه مور نیاز واحدهای تولیدی" با میانگین رتبه‌ای

۷۴۰ در رتبه هشتم، "سیاست‌های تجارت خارجی ایران" با میانگین رتبه‌ای ۵۲۵ در رتبه نهم، "عملکرد شعب بانک‌های داخلی و صرافی‌ها" با میانگین رتبه‌ای ۴۸۶ در رتبه دهم، "ارائه خدمات از سوی بانک‌ها، نهادها و مؤسسات اعتباری به بازرگانان و پشتیبانی از آن‌ها" با میانگین رتبه‌ای ۴۴۴ در رتبه یازدهم، "عملکرد شرکت‌های بیمه‌ای در توسعه مبادلات تجاری" با میانگین رتبه‌ای ۴۲۲ در رتبه دوازدهم، "پشتیبانی صندوق ضمانت صادرات ایران (ارائه بیمه‌نامه‌ها، ضمانت‌نامه‌های صادراتی) از صادرکنندگان" با میانگین رتبه‌ای ۴۰۹ در رتبه سیزدهم قرار دارد.

طبق جدول ۴-۵۷ با توجه به میانگین رتبه‌ای مؤلفه‌های درونی حقوقی-قانونی، "محدودیت‌های فصلی، مقطعی و ناگهانی برخی از محصولات صادراتی از جانب طرفین تجار" با میانگین رتبه‌ای ۴۴۹ به‌عنوان مؤثرترین مؤلفه حقوقی-قانونی در جایگاه اول قرار دارد. پس‌ازاین مؤلفه‌های "شیوه‌های ابلاغ و اجرای بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های حوزه‌ی تجاری (متعدد، متغیر، آنی بودن و...) " با میانگین رتبه‌ای ۴۳۵ در رتبه دوم، "قوانین متغیر گمرکی کشور عراق و عدم اعمال یکسان تعرفه‌ها و رویه‌های گمرکی در مرزهای عراق به‌ویژه اقلیم کردستان به دلیل اختلافات سیاسی اقلیم با حکومت عراق" با میانگین رتبه‌ای ۴۳۳ در رتبه سوم، "سلیقه‌ای عمل کردن مسئولین طرف اقلیم کردستان در پذیرش کالاهای ایرانی از لحاظ؛ استاندارد، کنترل کیفیت، بهداشت، قرنطینه" با میانگین رتبه‌ای ۴۲۳ در رتبه چهارم، "نوسانات تعرفه‌های حمل‌ونقل در استان" با میانگین رتبه‌ای ۴۲۲ در رتبه پنجم، "اعمال تعرفه‌ها و موانع غیرتعرفه‌ای (نظیر سهمیه‌بندی واردات و...) " با میانگین رتبه‌ای ۴۱۸ در رتبه ششم، "وضعیت جانب‌داری سیستم قضایی و اداری استان و اقلیم کردستان" با میانگین رتبه‌ای ۲۲۰ در رتبه هفتم قرار دارد.

طبق جدول ۴-۵۷ با توجه به میانگین رتبه‌ای مؤلفه‌های درونی سیاسی-امنیتی، "ریسک و بی‌ثباتی اقتصادی، سیاسی و مالی طرفین" با میانگین رتبه‌ای ۶۱۰ به‌عنوان مؤثرترین مؤلفه سیاسی-امنیتی در جایگاه اول قرار دارد. پس‌ازاین مؤلفه‌های "امنیتی بودن پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی استان و نقش پررنگ مرزبانی و فرمانداری‌ها در مدیریت آن" با میانگین رتبه‌ای ۵۸۷ در رتبه دوم، "اعمال تحریم‌ها و محدودیت دسترسی به بازارهای بین‌المللی" با میانگین رتبه‌ای ۵۷۷ در رتبه سوم، "تأخیر در فرایند عبور کالا از مرز و همچنین کاهش کیفیت کالاهای صادراتی در اثر بازرسی‌های متعدد و گاهی غیراصولی نهادهای امنیتی و نظامی در مرزهای استان" با میانگین رتبه‌ای ۵۶۸ در رتبه چهارم، "بیکاری گسترده و گرایش به قاچاق و فعالیت‌های غیررسمی در مناطق مرزی" با میانگین رتبه‌ای ۵۳۵ در رتبه پنجم، "تحركات و اقدامات نظامی در مرزهای استان و اقلیم" با میانگین رتبه‌ای ۵۳۳ در رتبه ششم، "بستن مرزها و بازارچه‌ها (سیف سقز و...) و ممنوعیت موقت تردد و مبادلات تجاری در اثر رویدادهای سیاسی-امنیتی" با میانگین رتبه‌ای ۵۲۳ در رتبه هفتم، "رایزنی و عملکرد دستگاه دیپلماسی اقتصادی ایران در تسهیل مبادلات و انعقاد تفاهم‌نامه‌های تجاری" با میانگین رتبه‌ای ۳۳۹ در رتبه هشتم و "حمایت دولت از بازرگانان استان در مقایسه با رقبای تجاری در اقلیم کردستان (نظیر سیاست‌ها و مشوق‌های صادراتی کشورهای ترکیه، چین، امارات، عربستان و...) " با میانگین رتبه‌ای ۲۲۷ در رتبه نهم قرار دارد.

طبق جدول ۴-۵۷ با توجه به میانگین رتبه‌ای مؤلفه‌های مدیریت اجرایی و بازاریابی، "استفاده از کارت‌های بازرگانی اجاره‌ای" با میانگین رتبه‌ای ۱۲۱۹ به‌عنوان مؤثرترین مؤلفه سیاسی-امنیتی در جایگاه اول قرار دارد. پس‌ازاین مؤلفه‌های "به‌کارگیری فناوری‌های نوین و مکانیزه نمودن فرایندهای تجاری در پایانه‌های مرزی" با میانگین رتبه‌ای ۱۰۲۷ در رتبه دوم،

"استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در امر بازاریابی و گسترش تجارت الکترونیک (ایجاد سایت‌های اینترنتی و اطلاع‌رسانی به شرکت‌های صادرات محور و بازرگانان) " با میانگین رتبه‌ای ۹.۸۶ در رتبه سوم، " وضعیت تسهیل تردد بازرگانان، نیروی کار و انتقال ماشین‌آلات شرکت‌ها جهت کاهش هزینه‌ها " با میانگین رتبه‌ای ۹.۵۶ در رتبه چهارم، "عملکرد و کارآمدی نهادهای بخش خصوصی (اتاق بازرگانی، انجمن‌های صادراتی، تعاونی‌های مرزنشین، شرکت‌های حمل‌ونقل بین‌المللی، شرکت‌های مدیریت صادرات و...) در توسعه مبادلات تجاری" با میانگین رتبه‌ای ۹.۴۳ در رتبه پنجم، "وضعیت عملکرد سامانه پنجره واحد تجارت فرامرزی در توسعه مبادلات تجاری" با میانگین رتبه‌ای ۹.۴۱ در رتبه ششم، " عملکرد اتاق‌های مشترک، کمیته‌ها و تشکل‌های تجاری داخلی و خارجی (ایران-عراق، سندج-سلیمانیه، انجمن‌های مربوطه و...) " با میانگین رتبه‌ای ۹.۲۵ در رتبه هفتم، "وضعیت نگهداشت و استفاده از توانمندی و ظرفیت‌های نیروی کار جوان و تحصیل کرده بومی در مناطق مرزی استان در توسعه مبادلات تجاری" با میانگین رتبه‌ای ۹.۰۶ در رتبه هشتم و " همکاری و تفاهم بین مسئولین طرفین تجاری در پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی " با میانگین رتبه‌ای ۸.۹۱ در رتبه نهم، " تمایل و ریسک‌پذیری مدیران شرکت‌های تجاری و صادرات محور استان در راستای شناسایی، افزایش سهم و گسترش بازارهای هدف " با میانگین رتبه‌ای ۸.۷۱ در رتبه دهم، "نظارت بر کیفیت و صدور گواهی مبدأ جهت جلوگیری از بدنام کردن و کاهش اعتبار تجاری کالاها و خدمات صادراتی " با میانگین رتبه‌ای ۸.۶۱ در رتبه یازدهم، " توسعه صنایع تبدیلی، واحدهای فرآوری، بسته‌بندی و سورتنینگ جهت رقابت‌پذیر نمودن محصولات صادراتی " با میانگین رتبه‌ای ۸.۵۸ در رتبه دوازدهم، " تفویض اختیار به مدیران دستگاه‌های اجرایی استان در مذاکرات و مراودات اقتصادی " با میانگین رتبه‌ای ۸.۵۷ در رتبه سیزدهم، " تبلیغات و بازاریابی، تنوع بخشی، توسعه و ترویج برندهای مختص به استان (صنایع دستی، فرش دستباف، توت‌فرنگی و...) " با میانگین رتبه‌ای ۸.۴۳ در رتبه چهاردهم، "حضور نیروی مجرب، ماهر و دارای تخصص بازرگانی در راستای توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم، در دستگاه‌های اجرایی مستقر در مرز " با میانگین رتبه‌ای ۸.۰۳ در رتبه پانزدهم و "حمایت و تقویت تعاونی‌های مرزنشین در توسعه مبادلات تجاری " با میانگین رتبه‌ای ۷.۴۵ در رتبه شانزدهم و " عملکرد دستگاه‌های اجرایی مربوطه، به‌ویژه مرزبانی در برخورد و ساماندهی پدیده کولبری در مبادلات تجاری " با میانگین رتبه‌ای ۶.۶۷ در رتبه شانزدهم قرار دارد.

طبق جدول ۴-۵۷ با توجه به میانگین رتبه‌ای مؤلفه‌های درونی عامل مدیریت اداری، " نبود مدیریت واحد و یکپارچه مرزی جهت ساماندهی امور مربوط به تجارت در پایانه‌های مرزی، بازارچه‌های رسمی و غیررسمی " با میانگین رتبه‌ای ۵.۹۱ به‌عنوان مؤثرترین مؤلفه مدیریت اداری در جایگاه اول قرار دارد. پس‌ازاین مؤلفه‌های " بروکراسی اداری (طولانی بودن فرایند اخذ مجوز، ثبت سفارش، ترخیص کالا، برگشت کالای مرجوعی، تشریفات گمرکی، صدور کارت بازرگانی و...) " با میانگین رتبه‌ای ۵.۸۶ در رتبه دوم، "عدم حمل یکسره کالاهای صادراتی به‌ویژه کالاهای فسادپذیر و شکستنی " با میانگین رتبه‌ای ۵.۷۹ در رتبه سوم، " تعدد عوارض و هزینه اضافی صادرات واردات در دو سوی مرز (توزین و نمونه‌گیری آزمایشگاهی) " با میانگین رتبه‌ای ۵.۷۱ در رتبه چهارم، " فساد و سوءاستفاده افراد از مقام و موقعیت اداری در نهادهای اجرایی مربوط به امر تجارت " با میانگین رتبه‌ای ۵.۱۶ در رتبه پنجم، " تفاوت در اجرای قوانین تجاری در مبادی گمرکی مناطق مرزی ایران (باشماق، پرویزخان و...) " با میانگین رتبه‌ای ۴.۹۸ در رتبه ششم، " کمبود کارکنان شاغل در دستگاه‌های اجرایی مستقر در مرز به‌ویژه گمرک " با

میانگین رتبه‌ای ۴.۷۹ در رتبه هفتم، "اختلاف زمانی، تعطیلات اعیاد و سوگواری‌ها" با میانگین رتبه‌ای ۴.۴۲ در رتبه هشتم، "عملکرد دستگاه‌های مربوطه در اجرای طرح توسعه و جامع ساماندهی مرز بین‌المللی باشماق میوان" با میانگین رتبه‌ای ۲.۳۸ در رتبه نهم قرار دارد.

در ادامه برای رتبه‌بندی موانع و چالش‌های موجود در روابط تجاری استان و اقلیم کردستان از دیدگاه فعالان تجاری اقلیم کردستان از نتایج و گداهای استخراج شده از مصاحبه‌ها استفاده شد جدول ۴-۵۸. از مجموع گداهای استخراج شده از مصاحبه با صاحب‌نظران تجاری اقلیم کردستان در کل ۶۹ گد به‌عنوان مانع و چالش در شش بُعد: زیرساختی، اقتصادی-مالی، سیاسی-امنیتی، حقوقی-قانونی، مدیریتی-درون‌بخشی و اجتماعی-فرهنگی شناسایی شد. در بُعد زیرساختی ۱۲ مانع و چالش، در بُعد اقتصادی-مالی ۱۴ مانع و چالش، در بُعد سیاسی-امنیتی ۷، در بُعد حقوقی-قانونی ۱۰ مانع و چالش، در بُعد مدیریتی-درون‌بخشی ۲۶ مانع و چالش شناسایی شد. برای رتبه‌بندی موانع و چالش‌های شناسایی شده از فراوانی هر گد استفاده شد.

در بُعد زیرساختی از ۱۲ مانع و چالش شناسایی شده "کمبود و نامناسب بودن وضعیت زیرساخت‌های حمل‌ونقل جاده‌ای استان و اقلیم کردستان و راه‌های ارتباطی به مرزها و پایانه‌های مرزی (ساخت، تعمیر و نگهداری جاده‌ها، آسفالت، بزرگراه و...) با دارا بودن ۳۳ فراوانی در رتبه اول، "وضعیت نامناسب و ضعف در ارائه خدمات فنی و پشتیبانی در گمرک و پایانه‌های مرزی طرفین تجاری (تشریفات گمرکی و ترخیص کالا، عملیات تخلیه و بارگیری، فرآیند بازرسی، دیپ‌زنی و...) با دارا بودن ۲۲ فراوانی در رتبه دوم، "کمبود وضعیت نامناسب زیرساخت‌های تجاری در پایانه‌های مرزی طرفین (انبار، سردخانه، مکان تخلیه و بارگیری، باسکول، آزمایشگاه استاندارد، دستگاه‌های x-ray، پارکینگ، برق اضطراری و...) با دارا بودن ۲۷ فراوانی در رتبه سوم، "کم بودن میزان سرمایه‌گذاری و عدم حضور شرکت‌ها و کارخانه‌های تولیدی ایران و استان در اقلیم کردستان در مقایسه با شرکت‌های تجاری رقیب (ترکیه‌ای و...) و کم‌توجهی به این موضوع" با دارا بودن ۲۳ فراوانی در رتبه چهارم، "نامناسب بودن جاده‌ها برای تردد ماشین و تانکرهای حاوی مواد اشتعال‌زا و صادرات سوخت در مرز باشماق" با ۱۲ فراوانی در رتبه پنجم، "نبود لاین جاده‌ای جداگانه در مرز باشماق برای حمل تره‌بار" با ۱۱ فراوانی در رتبه ششم، "نبود خط راه‌آهن سنندج تا سلیمانیه" با ۱۰ فراوانی در رتبه هفتم، "نبود سایت و اپلیکیشن مناسب برای آشنایی بازرگان طرفین با شرکت‌ها و رویدادهای تجاری" با ۹ فراوانی در رتبه هشتم، "وارد شدن خسارت به بازرگانان تره‌بار اقلیم به دلیل محدود شدن امکان بازگشت کالا از طریق مرز باشماق و نبود این شرایط در مرز سیرانند" با ۸ فراوانی در رتبه نهم، "بی‌توجهی دولت ایران به ایجاد زیرساخت‌های اقتصادی مشترک در اقلیم کردستان" با ۷ فراوانی در رتبه دهم، "نبود پرواز مستقیم بین سنندج و سلیمانیه" با ۵ فراوانی در رتبه یازدهم و در پایان "نبود خط VIP بین سنندج و سلیمانیه" با ۲ فراوانی در رتبه دوازدهم قرار دارد.

در بُعد اقتصادی-مالی از ۱۴ مانع و چالش شناسایی شده "عدم پرداخت حواله دولتی و یا ارز ترجیحی از سوی دولت عراق به بازرگانان طرف قرارداد ایران به دلیل شرایط تحریم‌های ایران" با دارا بودن ۳۴ فراوانی در رتبه اول، "نبود سیستم بانکی کارآمد در اقلیم کردستان و دشوار بودن فرآیند نقل‌وانتقال پول و حواله‌های بانکی" با دارا بودن ۳۰ فراوانی در رتبه دوم،

جدول ۴-۵۸: اولویت‌بندی موانع و چالش‌های موجود در روابط تجاری استان و اقلیم کردستان (از دیدگاه فعالان تجاری اقلیم)

اولویت متغیر	فراوانی	مؤلفه‌های موانع و چالش‌های موجود در روابط تجاری استان و اقلیم (دیدگاه فعالان تجاری اقلیم کردستان)	بُعد
۱	۳۳	۱. کمبود و نامناسب بودن وضعیت زیرساخت‌های حمل‌ونقل جاده‌ای استان و اقلیم کردستان و راه‌های ارتباطی به مرزها و پایانه‌های مرزی (ساخت، تعمیر و نگهداری جاده‌ها، آسفالت، بزرگراه و...)	زیرساختی
۶	۱۱	۲. نبود لاین جاده‌ای جداگانه در مرز باشماق برای حمل تریلر (در ترکیه برای جلوگیری از فساد تریلر و مواد خوراکی در مرزها لاین جداگانه‌ای برای آن‌ها در نظر گرفته شده است)	
۵	۱۲	۳. نامناسب بودن جاده‌ها برای تردد ماشین و تانکرهای حاوی مواد اشتعال‌زا و صادرات سوخت در مرز باشماق	
۱۲	۲	۴. نبود خط VIP بین سنندج و سلیمانیه	
۱۱	۵	۵. نبود پرواز مستقیم بین سنندج و سلیمانیه	
۷	۱۰	۶. نبود خط راه‌آهن سنندج تا سلیمانیه	
۳	۲۷	۷. کمبود وضعیت نامناسب زیرساخت‌های تجاری در پایانه‌های مرزی طرفین (انبار، سردخانه، مکان تخلیه و بارگیری، باسکول، آزمایشگاه استاندارد، دستگاه‌های X-ray، پارکینگ، برق اضطراری و...)	
۹	۸	۸. وارد شدن خسارت به بازرگانان تریلر اقلیم به دلیل محدود شدن امکان بازگشت کالا از طریق مرز باشماق و نبود این شرایط در مرز سیرانبد	
۴	۲۳	۹. کم بودن میزان سرمایه‌گذاری و عدم حضور شرکت‌ها و کارخانه‌های تولیدی ایران و استان در اقلیم کردستان در مقایسه با شرکت‌های تجاری رقیب (ترکیه‌ای و...) و کم توجهی به این موضوع	
۸	۹	۱۰. نبود سایت و اپلیکیشن مناسب برای آشنایی بازرگان طرفین با شرکت‌ها و رویدادهای تجاری	
۱۰	۷	۱۱. بی‌توجهی دولت ایران به ایجاد زیرساخت‌های اقتصادی مشترک در اقلیم کردستان	
۲	۲۹	۱۲. وضعیت نامناسب و ضعف در ارائه خدمات فنی و پشتیبانی در گمرک و پایانه‌های مرزی طرفین تجاری (تشریفات گمرکی و ترخیص کالا، عملیات تخلیه و بارگیری، فرآیند بازرسی، دیپ‌زنی و...)	
۲	۳۰	۱۳. نبود سیستم بانکی کارآمد در اقلیم کردستان و دشوار بودن فرآیند نقل و انتقال پول و حواله‌های بانکی	اقتصادی-مالی
۱۰	۱۴	۱۴. نبود بانک مشترک بین ایران و اقلیم کردستان	
۸	۱۶	۱۵. بی‌توجهی دولت ایران برای ایجاد حساب بانکی برای بازرگانان اقلیم کردستان در بانک‌های ایران	
۶	۱۸	۱۶. عدم حضور مؤثر بانک‌های عراقی در اقلیم کردستان به دلیل اختلافات دولت اقلیم کردستان و دولت عراق	
۱۱	۱۳	۱۷. ضعف عملکردی شعب بانک‌های داخلی و صرافی‌های طرفین	
۱۴	۳	۱۸. راحت بودن فرآیند پول‌شویی توسط احزاب حاکم و مقتدر اقلیم کردستان به دلیل نبود سیستم بانکی	
۴	۲۲	۱۹. وجود رانت، فساد و انحصارات اقتصادی در امور بازرگانی بین استان و اقلیم کردستان	
۹	۱۵	۲۰. بی‌اعتمادی مردم و بازرگانان اقلیم به سیستم بانکی به دلیل از دست رفتن سرمایه و سپرده آنان در دوران جنگ و ناآرامی‌های منطقه‌ای	
۱	۳۴	۲۱. عدم پرداخت حواله دولتی و یا ارز ترجیحی از سوی دولت عراق به بازرگانان طرف قرارداد ایران به دلیل شرایط تحریم‌های ایران	
۳	۲۶	۲۲. تأثیر منفی تحریم‌های بانکی ایران بر روند معاملات استان و اقلیم کردستان	



اولویت متغیر	فراوانی	مؤلفه‌های موانع و چالش‌های موجود در روابط تجاری استان و اقلیم (دیدگاه فعالان تجاری اقلیم)	بُعد
۱۲	۱۰	۲۳. انجام امورات مالی بازرگانان اقلیم کردستان از طریق صرافی، به دلیل نقش تحریم‌های بانکی ایران در منع روابط بانک‌های عراق با بانک‌های ایران	اقتصادی-مالی
۷	۱۷	۲۴. زمان‌بر بودن فرایند تبدیل ارز در صرافی، انتقال به بانک وصول برای طرف قرارداد	
۵	۱۹	۲۵. نبود بیمه در اقلیم کردستان و عملکرد ضعیف شرکت‌های بیمه‌ای در ارائه خدمات به بازرگانان و کمک به توسعه مبادلات تجاری اقلیم با استان کردستان	
۱۳	۴	۲۶. دریافت هزینه زیاد از سوی دولت ایران برای کاپیتاز ماشین‌ها	
۱	۲۹	۲۷. تفتیش و بازرسی‌های امنیتی بسیار از سوی پاسگاه و نیروهای امنیتی ایران در مرزها	سیاسی-امنیتی
۳	۲۳	۲۸. نقض حقوق فردی شهروندان و بازرگانان اقلیم کردستان از سوی مقامات امنیتی دولت ایران	
۲	۲۸	۲۹. متأثر و محدود شدن معاملات بازرگانان اقلیم کردستان با استان به دلیل تحریم‌های اعمال شده بر ایران	
۶	۱۶	۳۰. بستن مرزها و بازارچه‌ها و ممنوعیت موقت تردد و مبادلات تجاری در اثر رویدادهای سیاسی-امنیتی	
۷	۱۴	۳۱. غالب بودن مسائل سیاسی بر مسائل اقتصادی در ایران و استان کردستان	
۵	۱۷	۳۲. وابستگی‌های حزبی وجود رانت و انحصارات در پایانه‌های مرزی و نقش آن در فرآیند عبور بار	
۴	۲۱	۳۳. تلاش دولت مرکزی عراق در به رسمیت نشناختن مرز باشماق و سعی در محدود و کم‌اهمیت کردن این مرز نسبت به مرزهای دیگر عراق	
۳	۲۶	۳۴. نبود مرجع حقوقی و قانونی برای رسیدگی به اختلافات حقوقی بین بازرگانان ایرانی و اقلیم کردستان	حقوقی-قانونی
۷	۱۸	۳۵. شفاهی بودن قراردادها و عدم انعقاد قراردادهای کتبی و محکمه‌پسند بین تاجران استان و اقلیم کردستان	
۱	۳۰	۳۶. سوءاستفاده و کلاهبرداری کردن بازرگانان ایرانی از بازرگانان اقلیم کردستان	
۹	۱۵	۳۷. نبود حمایت قانونی از بازرگانان کُرد در دادگاه‌های ایران	
۵	۲۲	۳۸. طولانی، دشوار و بی‌نتیجه بودن فرآیند شکایت و دادخواهی بازرگانان اقلیم کردستان از بازرگانان ایرانی در مراجع قضایی ایران و استان کردستان	
۸	۱۶	۳۹. دشواری و سخت‌گیری بسیار در تردد بازرگانان اقلیم به استان کردستان در مرزها	
۱۰	۱۲	۴۰. انجام اقدامات و معاملات فراقانونی از سوی افراد وابسته به احزاب اقلیم کردستان	
۴	۲۴	۴۱. همکاری و حمایت کم دولت ایران با تجار اقلیم کردستان و عراق نسبت به دولت ترکیه	
۲	۲۷	۴۲. آسان بودن فرآیند و رویه‌های تجاری در مرزهای ترکیه نسبت به ایران	
۶	۲۰	۴۳. اعطای مشوق‌ها و تسهیلات مالی و حقوقی از سوی دولت ترکیه برای فعالیت بازرگانان خود در اقلیم کردستان و عراق	
۴	۲۵	۴۴. برخورد نامناسب مأموران مرزی ایران با شهروندان و بازرگانان اقلیم کردستان و بازخواست‌های بی‌مورد از آنان	مدیریتی-درون‌بخشی
۳	۲۶	۴۵. ضعف مدیریتی و عملکردی مرز باشماق در مقایسه با مرز پرویزخان و حاجی عمران (تمرچین پیرانشهر)	
۷	۲۰	۴۶. دشوار بودن فرایند اداری در ایران	
۱۱	۱۳	۴۷. جواگونی نبودن و ایجاد معطلی از سوی کارکنان مرزی استان کردستان	



اولویت متغیر	فراوانی	مؤلفه‌های موانع و چالش‌های موجود در روابط تجاری استان و اقلیم (دیدگاه فعالان تجاری اقلیم)	بُعد
۱۵	۸	۴۸. کمبود پرسنل شاغل در دستگاه‌های اجرایی مستقر در مرزهای استان کردستان به‌ویژه در ایام تعطیلی	مدیریتی درون‌بخشی
۹	۱۷	۴۹. تعدد عوارض و هزینه‌های اضافی صادرات واردات در دو سوی مرز	
۸	۱۹	۵۰. بی‌توجهی دولت ایران و استان کردستان در اجرا و عملیاتی کردن منطقه آزاد تجاری صنعتی در مریوان و بانه	
۹	۱۷	۵۱. بی‌توجهی دولت ایران و استان کردستان برای ایجاد شرکت‌ها و کارگاه‌های تولیدی خود در اقلیم کردستان	
۱۰	۱۴	۵۲. عملکرد ضعیف تشکل‌های تجاری بخش خصوصی و دولتی استان در مقایسه با سایر استان‌های مرکزی کشور در ارتباط تجاری با اقلیم کردستان	
۱۲	۱۲	۵۳. بی‌توجهی به برپایی نمایشگاه، سمینار و جلسات B2B برای فعالین اقتصادی طرفین تجاری	
۱۱	۱۳	۵۴. عملکرد ضعیف نمایندگی شرکت‌های استان کردستان در نمایشگاه‌ها تجاری در اقلیم کردستان	
۱۵	۸	۵۵. وارد شدن خسارت به بازرگانان (مخصوصاً بازرگانان حوزه تره‌بار) به دلیل بسته‌شدن دروازه‌های صادراتی وارداتی در ایام مناسبات آئینی و دینی	
۸	۱۹	۵۶. عدم حضور بازرگانان و صاحبان اصلی کمپانی‌های ایرانی برای انعقاد قرارداد و فرستادن نمایندگان خود	
۱۴	۱۰	۵۷. تعریف نکردن حوزه فعالیت تجاری خاص از سوی بازرگانان ایرانی	
۱۶	۷	۵۸. به‌همراه نداشتن محصول صادراتی در فرایند انعقاد قرارداد از سوی بازرگانان ایرانی	
۱	۳۲	۵۹. تأخیر در تحویل کالا، بدقولی و اجرایی نشدن تعهدات از سوی بازرگانان ایرانی	
۶	۲۱	۶۰. بی‌اعتمادی بازرگانان و مصرف‌کنندگان اقلیم کردستان به کالاهای ایرانی در مقایسه با محصولات ترکیه‌ای	
۲	۳۱	۶۱. متعهد نبودن بازرگانان و شرکت‌های ایرانی در کیفیت اولیه محصولات صادراتی خود	
۱۳	۱۱	۶۲. عملکرد ضعیف بازرگانان واسطه‌گران ایرانی در تجارت بین ایران و عراق	
۷	۲۰	۶۳. ضعف تبلیغات و بازاریابی شرکت‌های ایرانی و استان برای محصولات خود در مقایسه با ترکیه و دیگر رقبا	
۷	۲۰	۶۴. ضعف شرکت‌های استان در معرفی، ترویج و تبلیغ برندهای مختص به استان به ساکنان اقلیم کردستان	
۸	۱۹	۶۵. عدم توجه بازرگان و تولیدکننده ایرانی و استان به سلیقه و ذائقه مصرف‌کننده اقلیم کردستان و عراق	
۵	۲۴	۶۶. بی‌توجهی تولیدکنندگان ایران و استان کردستان به بسته‌بندی محصولات خود	
۱۲	۱۲	۶۷. ضعف شرکت‌ها و کمپانی‌های ایرانی در مستقر کردن نمایندگان خود در اقلیم کردستان	
۱۷	۵	۶۸. ۲۴ ساعته نبودن فعالیت اداری در گمرکات استان کردستان	
۱۵	۸	۶۹. نبود فرهنگ استفاده از بانک و بیمه در اقلیم کردستان	

"تأثیر منفی تحریم‌های بانکی ایران بر روند معاملات استان و اقلیم کردستان" با دارا بودن ۲۶ فراوانی در رتبه سوم، "وجود رانت، فساد و انحصارات اقتصادی در امور بازرگانی بین استان و اقلیم کردستان" با دارا بودن ۲۲ فراوانی در رتبه چهارم، "نبود بیمه در اقلیم کردستان و عملکرد ضعیف شرکت‌های بیمه‌ای در ارائه خدمات به بازرگانان و کمک به توسعه مبادلات تجاری اقلیم با استان کردستان" با دارا بودن ۱۹ فراوانی در رتبه پنجم، "عدم حضور مؤثر بانک‌های عراقی در اقلیم کردستان به دلیل اختلافات دولت اقلیم کردستان و دولت عراق" با دارا بودن ۱۸ فراوانی در رتبه ششم، "زمان‌بر بودن فرایند تبدیل ارز در صرافی، انتقال به بانک وصول برای طرف قرارداد" با دارا بودن ۱۷ فراوانی در رتبه هفتم، "بی‌توجهی دولت ایران

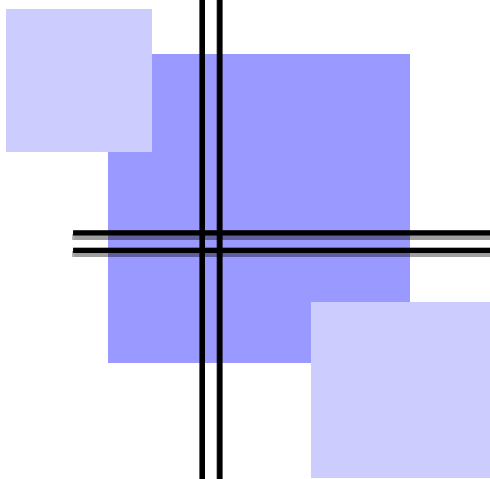
برای ایجاد حساب بانکی برای بازرگانان اقلیم کردستان در بانک‌های ایران" با دارا بودن ۱۶ فراوانی در رتبه هشتم، "بی‌اعتمادی مردم و بازرگانان اقلیم به سیستم بانکی به دلیل از دست رفتن سرمایه و سپرده آنان در دوران جنگ و ناآرامی‌های منطقه‌ای" با دارا بودن ۱۵ فراوانی در رتبه نهم، " نبود بانک مشترک بین ایران و اقلیم کردستان" با دارا بودن ۱۴ فراوانی در رتبه دهم، "ضعف عملکردی شعب بانک‌های داخلی و صرافی‌های طرفین" با دارا بودن ۱۳ فراوانی در رتبه یازدهم، "انجام امورات مالی بازرگانان اقلیم کردستان از طریق صرافی، به دلیل نقش تحریم‌های بانکی ایران در منع روابط بانک‌های عراق با بانک‌های ایران" با دارا بودن ۱۰ فراوانی در رتبه دوازدهم، "دریافت هزینه زیاد از سوی دولت ایران برای کاپیتاژ ماشین‌ها" با ۴ فراوانی در رتبه سیزدهم و در پایان "راحت بودن فرآیند پول‌شویی توسط احزاب حاکم و مقتدر اقلیم کردستان به دلیل نبود سیستم بانکی" با ۳ فراوانی در رتبه چهاردهم قرار دارد.

در بُعد سیاسی-امنیتی از ۷ مانع و چالش شناسایی شده "تفتیش و بازرسی‌های امنیتی بسیار از سوی پاسگاه و نیروهای امنیتی ایران در مرزها" با دارا بودن ۲۹ فراوانی در رتبه اول، "متأثر و محدود شدن معاملات بازرگانان اقلیم کردستان با استان به دلیل تحریم‌های اعمال شده بر ایران" با دارا بودن ۲۸ فراوانی در رتبه دوم، "نقض حقوق فردی شهروندان و بازرگانان اقلیم کردستان از سوی مقامات امنیتی دولت ایران" با دارا بودن ۲۳ فراوانی در رتبه سوم، "تلاش دولت مرکزی عراق در به رسمیت نشناختن مرز باشماق و سعی در محدود و کم‌اهمیت کردن این مرز نسبت به مرزهای دیگر عراق" با دارا بودن ۲۱ فراوانی در رتبه چهارم، "وابستگی‌های حزبی وجود رانت و انحصارات در پایانه‌های مرزی و نقش آن در فرآیند عبور بار" با ۱۷ فراوانی در رتبه پنجم، "بستن مرزها و بازارچه‌ها و ممنوعیت موقت تردد و مبادلات تجاری در اثر رویدادهای سیاسی-امنیتی" با ۱۶ فراوانی در رتبه ششم و "غالب بودن مسائل سیاسی بر مسائل اقتصادی در ایران و استان کردستان" با ۱۴ فراوانی در رتبه هفتم قرار دارد.

در بُعد حقوقی-قانونی از ۱۰ مانع و چالش شناسایی شده "سوءاستفاده و کلاهبرداری کردن بازرگانان ایرانی از بازرگانان اقلیم کردستان" با دارا بودن ۳۰ فراوانی در رتبه اول، "آسان بودن فرآیند و رویه‌های تجاری در مرزهای ترکیه نسبت به ایران" با دارا بودن ۲۷ فراوانی در رتبه دوم، "نبود مرجع حقوقی و قانونی برای رسیدگی به اختلافات حقوقی بین بازرگانان ایرانی و اقلیم کردستان" با دارا بودن ۲۶ فراوانی در رتبه سوم، "همکاری و حمایت کم دولت ایران با تجار اقلیم کردستان و عراق نسبت به دولت ترکیه" با دارا بودن ۲۴ فراوانی در رتبه چهارم، "طولانی، دشوار و بی‌نتیجه بودن فرآیند شکایت و دادخواهی بازرگانان اقلیم کردستان از بازرگانان ایرانی در مراجع قضایی ایران و استان کردستان" با ۲۲ فراوانی در رتبه پنجم، "اعطای مشوق‌ها و تسهیلات مالی و حقوقی از سوی دولت ترکیه برای فعالیت بازرگانان خود در اقلیم کردستان و عراق" با ۲۰ فراوانی در رتبه ششم، "شفاهی بودن قراردادها و عدم انعقاد قراردادهای کتبی و محکمه‌پسند بین تاجران استان و اقلیم کردستان" با ۱۸ فراوانی در رتبه هفتم، "دشواری و سخت‌گیری بسیار در تردد بازرگانان اقلیم به استان کردستان در مرزها" با دارا بودن ۱۶ فراوانی در رتبه هشتم، "نبود حمایت قانونی از بازرگانان کُرد در دادگاه‌های ایران" با دارا بودن ۱۵ فراوانی در رتبه نهم، "انجام اقدامات و معاملات فراقانونی از سوی افراد وابسته به احزاب اقلیم کردستان" با دارا بودن ۱۲ فراوانی در رتبه دهم قرار دارد.

در بُعد مدیریتی-درون‌بخشی از ۲۶ مانع و چالش شناسایی شده " تأخیر در تحویل کالا، بدقولی و اجرایی نشدن تعهدات از سوی بازرگانان ایرانی " با دارا بودن ۳۲ فراوانی در رتبه اول، " متعهد نبودن بازرگانان و شرکت‌های ایرانی در کیفیت اولیه محصولات صادراتی خود " با دارا بودن ۳۱ فراوانی در رتبه دوم، " ضعف مدیریتی و عملکردی مرز باشماق در مقایسه با مرز پرویزخان و حاجی عمران (تمرچین پیرانشهر) " با دارا بودن ۲۶ فراوانی در رتبه سوم، " برخورد نامناسب مأموران مرزی ایران با شهروندان و بازرگانان اقلیم کردستان و بازخواست‌های بی‌مورد از آنان " با دارا بودن ۲۵ فراوانی در رتبه چهارم، " بی‌توجهی تولیدکنندگان ایران و استان کردستان به بسته‌بندی محصولات خود " با دارا بودن ۲۴ فراوانی در رتبه پنجم، " بی‌اعتمادی بازرگانان و مصرف‌کنندگان اقلیم کردستان به کالاهای ایرانی در مقایسه با محصولات ترکیه‌ای " با دارا بودن ۲۱ فراوانی در رتبه ششم، " دشوار بودن فرایند اداری در ایران "، " ضعف تبلیغات و بازاریابی شرکت‌های ایرانی و استان برای محصولات خود در مقایسه با ترکیه و دیگر رقبای " و " ضعف شرکت‌های استان در معرفی، ترویج و تبلیغ برندهای مختص به استان به ساکنان اقلیم کردستان " هر کدام با دارا بودن ۲۰ فراوانی در رتبه هفتم، " عدم حضور بازرگانان و صاحبان اصلی کمپانی‌های ایرانی برای انعقاد قرارداد و فرستادن نمایندگان خود "، " عدم توجه بازرگانان و تولیدکننده ایرانی و استان به سلیقه و ذائقه مصرف‌کننده اقلیم کردستان و عراق " و " بی‌توجهی دولت ایران و استان کردستان در اجرا و عملیاتی کردن منطقه آزاد تجاری صنعتی در مریوان و بانه " هر کدام با دارا بودن ۱۹ فراوانی در رتبه هشتم، " تعدد عوارض و هزینه‌های اضافی صادرات و واردات در دو سوی مرز " و " بی‌توجهی دولت ایران و استان کردستان برای ایجاد شرکت‌ها و کارگاه‌های تولیدی خود در اقلیم کردستان " با دارا بودن ۱۷ فراوانی در رتبه نهم، " عملکرد ضعیف تشکلهای تجاری بخش خصوصی و دولتی استان در مقایسه با سایر استان‌های مرکزی کشور در ارتباط تجاری با اقلیم کردستان " با دارا بودن ۱۴ فراوانی در رتبه دهم، " عملکرد ضعیف نمایندگان شرکت‌های استان کردستان در نمایشگاه‌ها تجاری در اقلیم کردستان " و " جوابگو نبودن و ایجاد معطلی از سوی کارکنان مرزی استان کردستان " با دارا بودن ۱۳ فراوانی در رتبه یازدهم، " بی‌توجهی به برپایی نمایشگاه، سمینار و جلسات B2B برای فعالین اقتصادی طرفین تجاری " و " ضعف شرکت‌ها و کمپانی‌های ایرانی در مستقر کردن نمایندگان خود در اقلیم کردستان " با دارا بودن ۱۲ فراوانی در رتبه دوازدهم، " عملکرد ضعیف بازرگانان واسطه‌گران ایرانی در تجارت بین ایران و عراق " با ۱۱ فراوانی در رتبه سیزدهم، " تعریف نکردن حوزه فعالیت تجاری خاص از سوی بازرگانان ایرانی " با ۱۰ فراوانی در رتبه چهاردهم، " وارد شدن خسارت به بازرگانان (مخصوصاً بازرگانان حوزه تره‌بار) به دلیل بسته‌شدن دروازه‌های صادراتی وارداتی در ایام مناسبات آئینی و دینی " و " نبود فرهنگ استفاده از بانک و بیمه در اقلیم کردستان " هر کدام با دارا بودن ۸ فراوانی در رتبه پانزدهم، " به‌همراه نداشتن محصول صادراتی در فرایند انعقاد قرارداد از سوی بازرگانان ایرانی " با ۷ فراوانی در رتبه شانزدهم و " ۲۴ ساعته نبودن فعالیت اداری در گمرکات استان کردستان " با ۵ فراوانی در رتبه هفدهم قرار دارد.

فصل پنجم: جمع‌بندی و ارائه برنامه عملیاتی

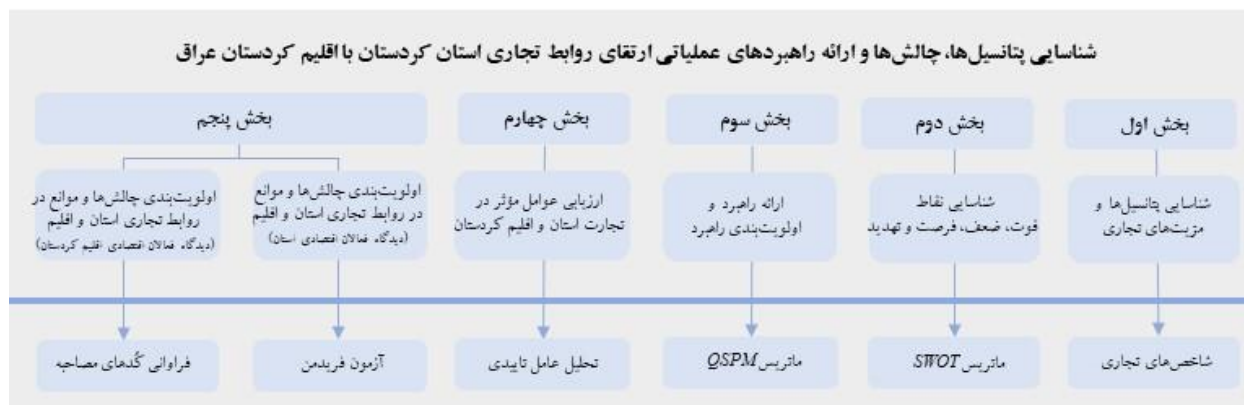


## ۱-۵ مقدمه

پژوهش "شناسایی پتانسیل‌ها، چالش‌ها و راهبردهای عملیاتی ارتقاء روابط تجاری استان کردستان و اقلیم کردستان عراق" به‌منظور شناخت پتانسیل‌ها و چالش‌های روابط تجاری استان کردستان و اقلیم کردستان و همچنین در راستای ارائه راهبرد و برنامه‌های عملیاتی برای تسهیل و ارتقاء تجارت بین استان و اقلیم کردستان در پنج فصل گردآوری شده است.

فصل اول این پژوهش ضمن تبیین مسئله به بیان اهمیت مراودات تجاری بین استان کردستان و اقلیم کردستان به‌عنوان دروازه مبادلاتی بین دو کشور ایران و عراق پرداخته است. در فصل دوم ضمن اشاره به مبانی نظری تجارت بین‌الملل، اسناد فرادست ملی و استانی که مفاهیم تجارت ایران و به‌خصوص استان‌های مرزی با دیگر کشورهای همسایه در آن بیان شده، بررسی شده است. همچنین در این فصل تجارب کشورهای مختلفی که به‌نوعی رقیب تجاری ایران در عراق محسوب می‌شوند و برنامه‌های استراتژی تجاری آنان می‌تواند به‌نوعی راهنمای دستور کار تجارت خارجی ایران در کشورهای همسایه قرار گیرد مورد بررسی قرار گرفته است. در فصل سوم ساختار روش‌شناسی پژوهش از قبیل فرآیند جمع‌آوری اطلاعات، جامعه آماری و روش‌های آماری و تحلیلی که در فصل چهارم مورد استفاده قرار گرفته به صورت کامل ذکر شده است. فصل چهارم به‌عنوان رکن و هسته اصلی پژوهش ضمن معرفی محدوده مطالعاتی با هدف پاسخگویی به سؤالات پژوهش تدوین شده است. این فصل به لحاظ محتوایی از پنج بخش تحلیلی زیر تشکیل شده است:

- بخش نخست، تحلیل شاخص‌های آماری با هدف شناسایی پتانسیل‌ها و مزیت‌های تجاری استان کردستان و اقلیم کردستان انجام شده است.
- بخش دوم، ماتریس SWOT برای ارزیابی نقاط ضعف، قوت، فرصت و تهدید در روابط تجاری استان و اقلیم کردستان و همچنین به‌منظور ارائه راهبرد برای ارتقاء روابط تجاری استان و اقلیم کردستان انجام شده است.
- بخش سوم، ماتریس QSPM با هدف اولویت‌بندی راهبردها، تدوین شده است.
- بخش چهارم، تحلیل عامل تأییدی با هدف ارزیابی میزان تأثیرگذاری عوامل (زیرساختی، اقتصادی و مالی، سیاسی و امنیتی، حقوقی و قانونی، مدیریت اجرایی و بازاریابی، مدیریت اداری و اجتماعی - فرهنگی) تدوین شده است.
- بخش پنجم، برای شناسایی و اولویت‌بندی موانع و چالش‌های تجاری استان و اقلیم کردستان از آزمون فریدمن (برای استان کردستان) و از فراوانی کُدهای مصاحبه (برای اقلیم کردستان) استفاده شده است.



تصویر ۱-۵: کلیت فرایند پژوهش در پنج فصل

در فصل پنجم جمع‌بندی کلی از سایر فصل‌ها، محدودیت‌های پژوهش و برنامه‌های عملیاتی بر اساس سیزده راهبرد مطرح شده در فصل چهارم تدوین شده است.

## ۲-۵ محدودیت‌های پژوهش

تیم پژوهش در طول فرآیند جمع‌آوری داده‌ها (آماري، مصاحبه و پرسشنامه) با مشکلات و محدودیت‌های مختلفی مواجه شد. برای انجام تحلیل شاخص‌های تجاری و شناسایی پتانسیل‌ها و مزیت‌های تجاری، تیم پژوهش با جست‌وجوهای مکرر از سایت‌های مرتبط و با پیگیری‌های مختلف، انجام مکاتبات و مراجعه حضوری به سازمان‌های مرتبط با امور تجارت در استان و اقلیم کردستان توانست اطلاعات بسیار محدودی را جمع‌آوری کند. با توجه به حضور تیم پژوهش در اقلیم کردستان و مراجعه حضوری به سازمان‌ها و نهادهای مختلف، مسئولین این سازمان‌ها با بیان اینکه هیچ‌گونه داده موثق و مستندی در اختیار ندارند نتوانستند در فرآیند جمع‌آوری داده‌های آماری به تیم پژوهش کمک کنند.

در بخش پیمایشی مطالعه و در فرآیند انجام مصاحبه و توزیع و تکمیل پرسشنامه مشکلات و محدودیت‌های مختلفی وجود داشت. فرآیند انجام مصاحبه با فعالان حوزه‌ی تجارت در استان و اقلیم کردستان یکی دیگر از بخش‌های چالش‌برانگیز و مهم در پژوهش بود. با توجه به اینکه در این پژوهش ۹۸ مصاحبه (۶۳ مصاحبه با فعالان تجاری استان و ۳۵ مصاحبه فعالان تجاری اقلیم کردستان) انجام شد، انجام هماهنگی لازم با مصاحبه‌شوندگان، تعیین زمان مصاحبه و همچنین حضور تیم پژوهش در اقلیم کردستان بسیار طولانی و زمان‌بر بود.

فرآیند توزیع و پاسخ‌دهی به پرسشنامه نیز بسیار زمان‌بر بود. علی‌رغم توزیع نسخه‌های چاپ شده پرسشنامه در بین فعالان حوزه تجارت و همچنین توزیع چندین باره لینک پرسشنامه از سوی تیم پژوهش و اتاق بازرگانی سنندج، با پیگیری‌های مکرر افراد پرسشنامه را تکمیل نکردند. اغلب پاسخ‌دهندگان اظهار داشتند که روزانه به دلیل ارسال لینک‌های نظرسنجی از سوی سازمان‌های مختلف، وجود مشغله و نداشتن وقت کافی و همچنین باور به اینکه این نظرسنجی‌ها و برنامه‌ها هیچ‌گونه خروجی مؤثری برای آنان نخواهد داشت و عملاً برای آنان هیچ فایده‌ای ندارد تمایلی کمی به شرکت در نظرسنجی‌ها داشتند.

## ۳-۵ ارائه برنامه‌های عملیاتی و دستگاه‌های متولی آن

در این بخش بر اساس سیزده راهبردی که بر اساس ماتریس SWOT تدوین شد برنامه‌های عملیاتی و دستگاه‌های متولی اجرای آن در قالب جدول تدوین شد. این برنامه‌های عملیاتی می‌تواند به‌عنوان دستورکاری در اختیار سیاست‌گذاران ملی و استانی در بخش دولتی و بازیگران اقتصادی بخش خصوصی قرار گیرد. برنامه‌های عملیاتی بر اساس راهبردهای زیر تدوین شده است:

راهبرد ۱: توسعه و تجهیز زیرساخت‌های پشتیبان تجاری در پایانه‌ها و مناطق مرزی و آزاد تجاری-صنعتی استان کردستان.

راهبرد ۲: توسعه صنایع تبدیلی و ارتقاء بازاریابی بین‌المللی محصولات شاخص استان کردستان در راستای رقابت‌پذیری، ماندگاری و افزایش سهم در بازارهای اقلیم کردستان.

راهبرد ۳: تقویت و تجهیز زیرساخت‌های حمل‌ونقل استان کردستان متناسب با کریدور و شبکه‌های بین‌المللی ترانزیت کالا.

راهبرد ۴: ایجاد مرکز داوری و پایگاه حقوقی مشترک برای رسیدگی و مطالبات حقوقی بازرگانان استان و اقلیم کردستان هدف.

راهبرد ۵: تقویت دیپلماسی اقتصادی و سیاسی در راستای سرمایه‌گذاری، سیاست‌گذاری و اجرای مناسب تفاهم‌نامه‌ها و موافقت‌نامه‌های تجاری منعقدی طرفین.

راهبرد ۶: لزوم بازنگری در سیاست‌های ارزی و تقویت سیاست‌های حمایتی دولت در راستای توسعه روابط تجاری با اقلیم کردستان.

راهبرد ۷: ارتقاء جایگاه و بهبود عملکرد نظامات پشتیبان و نهادهای تأمین‌کننده منابع مالی تجاری استان کردستان.

راهبرد ۸: یکپارچه‌سازی مدیریت پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی و اشتغال‌زایی سرمایه‌های انسانی توانمند بومی در امور تجاری.

راهبرد ۹: نظارت مستمر و ارتقاء سلامت نظام اداری و مقابله با فساد و تبعیض در فرایندها و رویه‌های تجاری طرفین.

راهبرد ۱۰: تسهیل، بازنگری و اصلاح رویه‌های امنیتی و بازرسی در فرآیندهای تجاری مرزهای استان کردستان و ساماندهی پدیده کولبری.

راهبرد ۱۱: تقویت، توسعه و کارآمد نمودن نهادها و تشکل‌های تجاری در راستای افزایش سهم شرکت‌های صادراتی استان در بازارهای هدف.

راهبرد ۱۲: تقویت بسترهای فرهنگی، اجتماعی و نگرش‌های اخلاق‌مدار، حامی‌گرایانه و نوآورانه با هدف بهره‌مندی از ظرفیت‌های طرفین تجاری.

راهبرد ۱۳: ترویج و انجام پژوهش‌های کاربردی، فناورانه و برنامه‌های آموزشی مهارت‌محور در حوزه تجاری با رهیافت دیپلماسی علمی و تقویت همکاری دانشگاه‌های استان با اقلیم کردستان.

جدول ۵-۱: راهبردها، برنامه‌های عملیاتی و دستگاه‌های متولی

راهبرد: توسعه و تجهیز زیرساخت‌های پشتیبان تجاری در پایانه‌ها و مناطق مرزی و آزاد تجاری-صنعتی استان کردستان	
دستگاه‌های اجرایی / نهادهای متولی	برنامه عملیاتی
اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان کردستان اداره کل گمرکات استان کردستان بخش خصوصی	ایجاد، توسعه و تجهیز زیرساخت‌های انبار و ایجاد فضای مناسب برای نگهداری کالاها در پایانه‌های مرزی
اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان کردستان بخش خصوصی	توسعه و بهبود زیرساخت‌های سردخانه، نصب و راه‌اندازی سردخانه‌های مدرن در پایانه‌های مرزی
اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان کردستان بخش خصوصی	افزایش و ارتقاء تجهیزات و تعداد باسکول و تعمیر و نگهداری آن‌ها در پایانه‌های مرزی
اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان کردستان	تجهیز مرزها و پایانه‌های مرزی به دستگاه‌های X-ray کافی و مدرن در پایانه‌های مرزی
اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان کردستان بخش خصوصی	ایجاد مکان مناسب در مرزها و پایانه‌های مرزی برای پارکینگ در پایانه‌های مرزی
اداره کل گمرکات استان کردستان استانداری استان کردستان بخش خصوصی	تجهیز و تقویت زیرساخت‌های تجاری در مرزها و بازارچه‌های رسمی (سیرابند بانه، سیف سقر) و غیررسمی موقت (خانم شیخان میوان و مله‌خور سروآباد)
شرکت توزیع نیروی برق استان کردستان استانداری استان کردستان	تجهیز و تقویت تجهیزات برق اضطراری در مرزها و پایانه‌های مرزی؛ ارتقاء دستگاه‌های UPS (منبع تغذیه باتری) و ژنراتورها.
اداره کل گمرکات استان کردستان	کاهش زمان پروسه ترخیص کالا و تسریع و تسهیل در انجام تشریفات گمرکی در مرزهای استان
اداره کل گمرکات استان کردستان	سرعت بخشی در اقدام و ارتقاء تجهیزات تخلیه و بارگیری برای اقلام صادراتی وارداتی (میوه و تره‌بار، مصالح ساختمانی...)
اداره کل گمرکات استان کردستان مرزبانی استان کردستان	تسریع فرآیند بازرسی و دیپ‌زنی و ارتقاء تجهیزات آن‌ها
اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان کردستان	تقویت زیرساخت‌های اقامتگاه، استراحتگاه، مسجد و سالن‌های مذاکره؛ ایجاد امکانات و فضاهای مناسب برای مسافران و استراحت آن‌ها
اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان کردستان بخش خصوصی	ایجاد و بهبود زیرساخت‌های خدمات فنی و مکانیکی و ارتقاء تجهیزات تعمیر و نگهداری کامیون‌ها در پایانه‌های و مرزهای استان کردستان
اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان کردستان شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی استان کردستان	ایجاد و توسعه جایگاه‌های سوخت در پایانه‌های و مرزهای استان کردستان
دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی کردستان	ایجاد و توسعه زیرساخت‌های فوریت‌های پزشکی در پایانه‌های و مرزهای استان
سازمان آتش‌نشانی شهرداری استان کردستان فرمانداری	ایجاد و توسعه زیرساخت‌های آتش‌نشانی در پایانه‌های و مرزهای استان کردستان
شرکت مخابرات استان کردستان فرمانداری اداره کل ارتباطات و فناوری اطلاعات استان کردستان	بهبود و تقویت زیرساخت‌های مخابراتی در مرزها و پایانه‌های مرزی استان <ul style="list-style-type: none"> <li>تقویت دسترسی به اینترنت: (ارتقاء تجهیزات مخابراتی و توسعه شبکه‌های ارتباطی، ایجاد امکان دسترسی به اینترنت در نقاط مرزی، ایجاد امکانات مناسب برای دسترسی به اطلاعات آنلاین)</li> <li>توسعه شبکه فیبر نوری: (نصب و راه‌اندازی شبکه‌های فیبر نوری در مرزها و پایانه‌های مرزی، ارتقاء پهنای باند و کیفیت ارتباطات)</li> </ul>



راهبرد: توسعه و تجهیز زیرساخت‌های پشتیبان تجاری در پایانه‌ها و مناطق مرزی و آزاد تجاری-صنعتی استان کردستان	
برنامه عملیاتی	دستگاه‌های اجرایی / نهادهای متولی
بهره‌گیری بیشتر از فناوری‌های نوین و مکانیزه نمودن فرایندهای تجاری در پایانه‌های مرزی	اداره کل گمرکات استان کردستان سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان
تجهیز و تقویت عملکرد سامانه پنجره واحد تجارت فرامرزی در توسعه مبادلات تجاری	اداره کل اقتصاد و دارایی استان کردستان سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان
احداث پایانه‌های صادراتی تخصصی (محصولات کشاورزی: توت‌فرنگی، سیب‌زمینی و ...)	استانداری استان کردستان سازمان جهاد کشاورزی استان کردستان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سنندج بخش خصوصی (شرکت الماس راهین کردستان و ...)
ایجاد محوطه و فضای مناسب جهت برپایی نمایشگاه‌های صادراتی در نقاط مرزی	شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان کردستان استانداری استان کردستان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سنندج اداره کل راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای استان کردستان
اجرا و عملیاتی نمودن اهداف و برنامه‌های منطقه آزاد تجاری-صنعتی بانه و مریوان	اداره کل راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای استان کردستان استانداری استان کردستان سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کردستان سازمان منطقه آزاد تجاری-صنعتی بانه و مریوان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سنندج
<b>راهبرد: توسعه صنایع تبدیلی و ارتقاء بازاریابی بین‌المللی محصولات شاخص استان کردستان در راستای رقابت‌پذیری، ماندگاری و افزایش سهم در بازارهای اقلیم کردستان</b>	
برنامه عملیاتی	دستگاه‌های اجرایی / نهادهای متولی
ایجاد و توسعه صنایع تبدیلی، واحدهای فرآوری، بسته‌بندی و سورتینگ جهت رقابت‌پذیر نمودن محصولات صادراتی	سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سنندج سازمان جهاد کشاورزی استان کردستان
تبلیغات و بازاریابی، تنوع‌بخشی، توسعه و ترویج برندهای مختص به استان (صنایع‌دستی، فرش دستباف، توت‌فرنگی و ...) با رویکرد توسعه بازارهای موجود و ایجاد بازارهای جدید	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سنندج سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی استان شرکت شهرک‌های صنعتی استان کردستان بانک‌های عامل (تخصصی) استان کردستان
برگزاری دوره‌های آموزشی مهارتی برای مدیران شرکت‌های تجاری و صادرات‌محور استان در راستای شناسایی، افزایش سهم و گسترش بازارهای هدف و ارتقاء روحیه ریسک‌پذیری	دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سنندج سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان شرکت شهرک‌های صنعتی استان کردستان
تقویت و حمایت از تشکل‌های صادراتی تخصصی و کنسرسیوم‌ها	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سنندج سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان شرکت شهرک‌های صنعتی استان کردستان دفتر وزارت امور خارجه-دفتر سنندج
توانمندسازی بنگاه‌های کوچک و متوسط صادرات‌محور	سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان شرکت شهرک‌های صنعتی استان کردستان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سنندج

<p><b>راهبرد:</b> توسعه صنایع تبدیلی و ارتقاء بازاریابی بین‌المللی محصولات شاخص استان کردستان در راستای رقابت‌پذیری، ماندگاری و افزایش سهم در بازارهای اقلیم کردستان</p>	
<p><b>برنامه عملیاتی</b></p>	<p><b>دستگاه‌های اجرایی / نهادهای متولی</b></p>
<p>نهادینه کردن فرهنگ برندسازی محصولات داخلی استانی و نشان صادراتی جهت عرضه به بازارهای بین‌المللی</p>	<p>اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سنندج                      سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان                      اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان کردستان</p>
<p><b>راهبرد:</b> تقویت و تجهیز زیرساخت‌های حمل‌ونقل استان کردستان متناسب با کریدور و شبکه‌های بین‌المللی ترانزیت کالا</p>	
<p><b>برنامه عملیاتی</b></p>	<p><b>دستگاه‌های اجرایی / نهادهای متولی</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>ایجاد، تجهیز و توسعه زیرساخت‌های جاده‌ای استان و راه‌های ارتباطی به مرزها و پایانه‌های مرزی: (ساخت، تعمیر و نگهداری جاده‌ها- بهبود کیفیت آسفالت و سطح جاده‌ها)</li> <li>ارتقاء سرانه جاده‌ای: (افزایش ظرفیت جاده‌ها و بزرگراه‌ها- بهبود ترافیک و کاهش زمان سفر)</li> </ul>	<p>اداره کل راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای استان کردستان                      سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کردستان                      استانداری استان کردستان                      بخش خصوصی و شرکت‌های مرتبط حوزه عمرانی</p>
<p>نوسازی و تجهیز ناوگان حمل‌ونقل استان:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>تعمیر و بازسازی ناوگان فرسوده</li> <li>تجهیز ناوگان جدید با کیفیت و مدرن</li> </ul>	<p>اداره کل راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای استان کردستان                      سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کردستان                      استانداری استان کردستان                      بخش خصوصی و شرکت‌های مرتبط حوزه عمرانی</p>
<p>توسعه و تجهیز فرودگاه‌های استان کردستان (راه‌اندازی خط پرواز استان به اقلیم کردستان)</p>	<p>اداره کل راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای استان کردستان                      سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کردستان                      استانداری استان کردستان                      بخش خصوصی و شرکت‌های مرتبط حوزه عمرانی</p>
<p>ایجاد خط راه‌آهن استان کردستان با اقلیم کردستان و بهره‌مندی از شبکه حمل‌ونقل ریلی در راستای تسهیل و گسترده‌گی روابط اقتصادی دو کشور ایران و عراق</p>	<p>اداره کل راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای استان کردستان                      استانداری استان کردستان                      بخش خصوصی و شرکت‌های مرتبط حوزه عمرانی</p>
<p>ایجاد شبکه هوشمند حمل‌ونقل بین‌المللی</p>	<p>اداره کل راهداری و فناوری اطلاعات استان کردستان                      وزارت امور خارجه- دفتر</p>
<p>تأسیس شرکت‌های مشترک حمل‌ونقل بین‌المللی</p>	<p>اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سنندج                      انجمن شرکت‌های حمل‌ونقل استان                      استانداری استان کردستان                      اداره کل راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای استان کردستان</p>

راهبرد: ایجاد مرکز داوری و پایگاه حقوقی مشترک برای رسیدگی و مطالبات حقوقی بازرگانان استان و اقلیم کردستان هدف	
برنامه عملیاتی	دستگاه‌های اجرایی/ نهادهای متولی
تقویت سلامت و استقلال سیستم قضایی و اداری استان و اقلیم کردستان در خصوص اختلافات و مطالبات بازرگانان طرفین تجاری	دادگستری استان کردستان وزارت امور خارجه-دفتر سنندج دادگستری اقلیم کردستان
تأسیس مرکز مشترک داوری جهت حل اختلافات حقوقی و قراردادی بازرگانان طرفین	اتاق‌های بازرگان استان کردستان و اقلیم کردستان دادگستری استان کردستان وزارت امور خارجه-دفتر سنندج سرکنسولگری‌های ایران در اقلیم کردستان استاندارای استان کردستان
اعتبار سنجی و رتبه‌بندی بازرگان در فرآیند مبادلات تجاری	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سنندج سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان صندوق ضمانت صادرات ایران
ایجاد و تقویت پایگاه حقوقی، حمایتی و قضایی به منظور ارائه خدمات مشاوره‌ای و کنسولی به بازرگانان استان و آگاهی بیشتر آن‌ها با قوانین حاکم در عراق	دادگستری استان کردستان دفتر وزارت امور خارجه-شعبه سنندج کنسولگری‌های ایران در اقلیم کردستان مراکز دانشگاهی و آموزشی
راهبرد: تقویت دیپلماسی اقتصادی و سیاسی در راستای سرمایه‌گذاری، سیاست‌گذاری و اجرای مناسب تفاهم‌نامه‌ها و موافقت‌نامه‌های تجاری منعقدی طرفین	
برنامه عملیاتی	دستگاه‌های اجرایی/ نهادهای متولی
تقویت دستگاه دیپلماسی اقتصادی ایران در رایزنی و تسهیل مبادلات و انعقاد تفاهم‌نامه‌های کاربردی تجاری	دفتر وزارت امور خارجه استاندارای استان کردستان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سنندج
ایجاد فرایند نظامند حمل یکسره کالاهای صادراتی به ویژه کالاهای فسادپذیر و شکستی	استاندارای و مرزبانی استان کردستان سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان دفتر وزارت امور خارجه اداره کل راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای استان کردستان
تدوین برنامه‌های کاهش عوارض و هزینه‌های اضافی صادرات واردات در دو سوی مرز (توزین و نمونه‌گیری آزمایشگاهی مضاعف و ...)	اداره کل گمرکات استان کردستان استاندارای‌ها و مرزبانی استان کردستان
هماهنگی در خصوص ساعت اداری و مناسبت‌های ملی و مذهبی ایران و اقلیم کردستان	استاندارای و اداره کل گمرکات استان کردستان
سرمایه‌گذاری مشترک استان و اقلیم در طرح‌ها و پروژه‌های مرتبط با حوزه تجاری	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سنندج سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان اداره کل اقتصاد و دارایی استان کردستان
ایجاد و توسعه مراکز تخصصی پزشکی در استان و شهرستان‌های مرزی جهت ارائه خدمات به بیماران اقلیم (تجارت خدمات توریسم درمانی)	دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی کردستان مراکز پزشکی و درمانی بخش خصوصی
انعقاد موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد و برقراری تعرفه‌های ترجیحی با کشور عراق و اقلیم کردستان	استاندارای و اداره کل گمرکات استان کردستان وزارت امور خارجه سازمان توسعه تجارت ایران
مذاکره و رایزنی هدفمند در راستای ایجاد کریدور ترانزیت خارجی در اقلیم کردستان جهت صادرات کالاهای ایرانی به سوریه	استاندارای استان کردستان وزارت امور خارجه

<b>راهبرد: لزوم بازنگری در سیاست‌های ارزی و تقویت سیاست‌های حمایتی دولت در راستای توسعه روابط تجاری با اقلیم کردستان</b>	
<b>دستگاه‌های اجرایی / نهادهای متولی</b>	<b>برنامه عملیاتی</b>
سازمان توسعه تجارت ایران وزارت اقتصاد و دارایی وزارت صنعت، معدن و تجارت بانک مرکزی	ساماندهی سیاست‌های نرخ ارز در حوزه صادرات: <ul style="list-style-type: none"> <li>کاهش نوسانات نرخ ارز و تفاوت آن در سامانه نیما و بازار آزاد</li> <li>اجرائی شدن سیاست حذف ارز ترجیحی بر کالاهای اساسی و برخی مواد اولیه مور نیاز واحدهای تولیدی</li> <li>تک‌نرخ کردن نرخ ارز و حذف سیاست پیمان‌سپاری ارزی</li> </ul>
سازمان توسعه تجارت ایران وزارت صنعت، معدن و تجارت اداره کل گمرکات استان کردستان	یکسان‌سازی ارزش پایه کالاهای صادراتی در گمرک با قیمت تمام شده آن‌ها
اداره کل راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای استان کردستان اداره کل گمرکات استان کردستان	ساماندهی تعرفه‌های حمل‌ونقل در استان کردستان
وزارت صنعت، معدن و تجارت استان کردستان سازمان توسعه تجارت ایران اداره کل گمرکات استان کردستان	کاهش/حذف تعرفه‌ها و موانع غیرتعرفه‌ای (نظیر سهمیه‌بندی واردات و ...)
وزارت صنعت، معدن و تجارت استان کردستان سازمان توسعه تجارت ایران بانک‌های عامل	حمایت بیشتر دولت از بازرگانان استان در مقایسه با رقبای تجاری در اقلیم کردستان (نظیر سیاست‌ها و مشوق‌های صادراتی کشورهای ترکیه، چین، امارات، عربستان و ...)
بانک مرکزی بانک‌های عامل استان کردستان	تأسیس صرافی‌ها و شعب بانک‌ها (ایرانی، عراقی و خارجی) در استان و اقلیم کردستان
<b>راهبرد: ارتقاء جایگاه و بهبود عملکرد نظامات پشتیبان و نهادهای تأمین‌کننده منابع مالی تجاری استان کردستان</b>	
<b>دستگاه‌های اجرایی / نهادهای متولی</b>	<b>برنامه عملیاتی</b>
بانک مرکزی بانک‌های عامل استان کردستان سازمان بازرسی	نظارت بر ارائه خدمات شعب بانک‌های داخلی و صرافی‌ها در راستای توسعه مبادلات تجاری
بانک مرکزی بانک‌های عامل استان کردستان	ارتقاء عملکرد بانک‌ها، نهادها و مؤسسات اعتباری در ارائه خدمات و پشتیبانی از بازرگانان استان کردستان
صندوق ضمانت صادرات ایران وزارت صنعت، معدن و تجارت استان کردستان	ارتقاء ارائه خدمات بیشتر و متنوع‌تر صندوق ضمانت صادرات ایران در پشتیبانی از بازرگانان و ارائه بیمه‌نامه‌ها و ضمانت‌نامه‌های صادراتی به آنان
شرکت‌های بیمه‌ای صندوق ضمانت صادرات ایران سازمان بازرسی	نظارت مستمر بر عملکرد شرکت‌های بیمه‌ای در ارائه خدمات به بازرگانان و کمک به توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان

<b>راهبرد: یکپارچه‌سازی مدیریت پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی و اشتغال‌زایی سرمایه‌های انسانی توانمند بومی در امور تجاری</b>	
<b>دستگاه‌های اجرایی/ نهادهای متولی</b>	<b>برنامه عملیاتی</b>
اداره کل راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای استان فرمانداری مریوان و بانه مرزبانی استان کردستان استاندارای استان کردستان اداره کل گمرکات استان کردستان	مدیریت واحد و یکپارچه مرزی جهت ساماندهی امور مربوط به تجارت در پایانه‌های مرزی (باشماق مریوان و سیرانیند بانه)، بازارچه‌های رسمی (سیرانیند بانه) و غیررسمی (خانم شیخان مریوان و مله خور سروآباد)
اداره کل راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای استان کردستان سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کردستان استاندارای استان کردستان	تسریع در اجرای طرح توسعه و جامع ساماندهی مرز بین‌المللی باشماق مریوان
اداره کل گمرکات استان کردستان و اقلیم کردستان استاندارای استان کردستان فرمانداری	تقویت همکاری و تفاهم بین مسئولین طرفین تجاری در پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی
اداره کل گمرکات استان کردستان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سنندج	بکارگیری نیروی مجرب، ماهر و دارای تخصص بازرگانی در راستای توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم، در دستگاه‌های اجرایی مستقر در مرز استان کردستان
اداره کل گمرکات استان کردستان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سنندج فرمانداری	نگهداشت و استفاده از توانمندی و ظرفیت‌های نیروی کار جوان و تحصیل کرده بومی در مناطق مرزی استان در توسعه مبادلات تجاری
وزارت کشور استاندارای استان کردستان	افزایش اختیارات بیشتر به مدیران دستگاه‌های اجرایی استان برای تصمیم‌گیری در مذاکرات و مراودات اقتصادی با اقلیم کردستان
<b>راهبرد: نظارت مستمر و ارتقاء سلامت نظام اداری و مقابله با فساد و تبعیض در فرایندها و رویه‌های تجاری طرفین</b>	
<b>دستگاه‌های اجرایی/ نهادهای متولی</b>	<b>برنامه عملیاتی</b>
اداره کل امور مالیاتی استان کردستان	حذف رویه‌های ناعادلانه ممیزی و دریافت مالیات از بازرگانان (بازنگری و اصلاح در نحوه محاسبه مالیات تراکنش‌های بانکی، استرداد مالیات بر ارزش افزوده و ...)
سازمان بازرسی دستگاه‌های قضایی و دادگستری استاندارای استان کردستان اداره کل گمرکات استان کردستان اتاق بازرگانی سنندج و سازمان صمت	مبارزه با رانت، فساد و سوءاستفاده از مقام و موقعیت اداری در دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی و جلوگیری از انحصارات اقتصادی در امور بازرگانی بین استان و اقلیم کردستان
اداره کل استاندارد استان کردستان اداره کل گمرکات استان کردستان استاندارای و فرمانداری استان کردستان سازمان جهاد کشاورزی استان کردستان	ایجاد و اعمال رویه واحد قانونی در پذیرش کالاهای ایرانی از لحاظ؛ استاندارد، کنترل کیفیت، بهداشت، قرنطینه در اقلیم کردستان
استاندارد سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان	نظارت بیشتر بر کیفیت و صدور گواهی مبدأ جهت جلوگیری از بدنام کردن و کاهش اعتبار تجاری کالاها و خدمات صادراتی
اداره کل گمرکات استان کردستان	اجرای قوانین و مقررات تجاری به صورت یکسان در مبادی گمرکی مناطق مرزی ایران (باشماق، پرویزخان ...)
سازمان بازرسی اتاق بازرگانی سنندج و سازمان صمت	نظارت و جلوگیری از استفاده کارت‌های بازرگانی اجاره‌ای
<b>راهبرد: تسهیل، بازنگری و اصلاح رویه‌های امنیتی و بازرسی در فرآیندهای تجاری مرزهای استان کردستان و ساماندهی پدیده کولبری</b>	

دستگاه‌های اجرایی/ نهادهای متولی	برنامه عملیاتی
وزارت کشور مرزبانی استان کردستان اداره کل گمرکات استان کردستان	تعیین مدیریت واحد مرزی و تفویض پایش و بازرسی نهایی و مبارزه با قاچاق در مرزهای مجاز زمینی بر عهده گمرک و عدم بازرسی تمامی خودروهای ورودی و خروجی توسط نیروهای مرزبانی که باعث کاهش کیفیت کالاهای صادراتی خصوصاً کشاورزی
وزارت کشور و استانداری استان کردستان مرزبانی استان کردستان	جلوگیری از بستن مرزها و بازارچه‌ها (سیف سقز و ...) و ممنوعیت موقت تردد و مبادلات تجاری در اثر رویدادهای سیاسی - امنیتی
وزارت کشور مرزبانی استان کردستان اداره کل گمرکات استان کردستان	تعیین مدیریت واحد مرزی و تفویض پایش و بازرسی نهایی و مبارزه با قاچاق در مرزهای مجاز زمینی بر عهده گمرک و عدم بازرسی تمامی خودروهای ورودی و خروجی توسط نیروهای مرزبانی که باعث کاهش کیفیت کالاهای صادراتی خصوصاً کشاورزی
وزارت کشور استانداری استان کردستان مرزبانی استان کردستان	جلوگیری از بستن مرزها و بازارچه‌ها (سیف سقز و ...) و ممنوعیت موقت تردد و مبادلات تجاری در اثر رویدادهای سیاسی - امنیتی
وزارت کشور مرزبانی استان کردستان اداره کل گمرکات استان کردستان	جلوگیری از امنیتی کردن پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی استان کردستان و کم‌رنگ کردن نقش مرزبانی و فرمانداری‌ها در مدیریت آن‌ها
استانداری کردستان مرزبانی استان کردستان سرکنسولگری‌های جمهوری اسلامی ایران در اقلیم کردستان وزارت امور خارجه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سنندج اتاق مشترک بازرگانی ایران و عراق	تسهیل تردد بازرگانان، نیروی کار و انتقال ماشین‌آلات شرکت‌ها جهت کاهش هزینه‌ها و صدور کارت تردد برای تجار عراقی جهت ورود به محدوده ترانزیت صادراتی گمرک بشماق مریوان جهت بازدید و تحویل کالای خریداری شده
وزارت کشور مرزبانی استان کردستان	ساماندهی پدیده کولبری در مبادلات تجاری و بازرگانی نحوه برخورد دستگاه‌های اجرایی به‌ویژه مرزبانی با آن‌ها
<b>راهبرد:</b> تقویت، توسعه و کارآمد نمودن نهادها و تشکل‌های تجاری در راستای افزایش سهم شرکت‌های صادراتی استان در بازارهای هدف	
دستگاه‌های اجرایی/ نهادهای متولی	برنامه عملیاتی
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سنندج اتاق مشترک بازرگانی ایران و عراق سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان	تقویت و فعال کردن اتاق‌های مشترک، کمیته‌ها و تشکل‌های تجاری داخلی و خارجی (ایران-عراق، سنندج-سلیمانیه، انجمن‌های مربوطه و ...)
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سنندج سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان کلیه تشکل‌های بخش خصوصی واحدهای تولیدی صادرات‌محور تشکل‌های صادراتی	تقویت و کارآمد کردن نهادهای بخش خصوصی (اتاق بازرگانی، تشکل‌های صادراتی، تعاونی‌های مرزنشین، شرکت‌های حمل‌ونقل بین‌المللی، شرکت‌های مدیریت صادرات و ...) در توسعه مبادلات تجاری
استانداری استان کردستان سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان کلیه تشکل‌های بخش خصوصی	حمایت و تقویت تعاونی‌های مرزنشین در توسعه مبادلات تجاری استان و اقلیم کردستان
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سنندج تشکل‌های تجاری استان سازمان جهاد کشاورزی استان کردستان	تشویق، حمایت و هدایت اتحادیه‌ها، تعاونی‌ها و تشکل‌های تجاری در راستای ایجاد و شکل‌گیری کنسرسیوم‌های (اتلاف و همکاری شرکت‌ها) صادراتی با هدف توسعه، کسب سود و افزایش سهم شرکت‌های عضو در بازارهای هدف
<b>راهبرد:</b> تقویت بسترهای فرهنگی، اجتماعی و نگرش‌های اخلاق‌مدار، حامی‌گرایانه و نوآورانه با هدف بهره‌مندی از ظرفیت‌های طرفین تجاری	

دستگاه های اجرایی / نهادهای متولی	برنامه عملیاتی
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سندج تشکل های تجاری استان	ترویج و تقویت فرهنگ مشارکت جمعی و روحیه کار تیمی در میان بازرگانان، مدیران و مسئولان اجرایی، مرز نشینان، تولید کنندگان و صادر کنندگان
مرزبانی استان کردستان اداره کل گمرکات استان کردستان اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان کردستان	توجه به تکریم ارباب رجوع (بازرگان و فعالان اقتصادی) در راستای منشور اخلاقی و رفتار حرفه ای کارکنان دستگاه های اجرایی
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سندج سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان شرکت نمایشگاه های بین المللی استان کردستان	آموزش تجار و بازرگانان با روش های نوین بازرگانی، فرهنگ سازی و نهادینه کردن بینش تجاری با رویکرد مدرن بین المللی و ممانعت از رویه های تجارت سنتی در بین بازرگانان
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سندج سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان کردستان صداوسیما استان کردستان	ترویج و نهادینه کردن فرهنگ برندسازی و نشان تجاری برای تولیدات دارای مزیت صادراتی استان کردستان، جهت عرضه به بازارهای بین المللی و اقلیم کردستان
<b>راهبرد:</b> ترویج و انجام پژوهش های کاربردی، فناوریانه و برنامه های آموزشی مهارت محور در حوزه تجاری با رهیافت دیپلماسی علمی و تقویت همکاری دانشگاه های استان با اقلیم کردستان	
دستگاه های اجرایی / نهادهای متولی	برنامه عملیاتی
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سندج سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان اداره کل گمرکات استان کردستان	استفاده بیشتر از فناوری اطلاعات و ارتباطات در امر بازاریابی و گسترش تجارت الکترونیک (ایجاد سایت های اینترنتی و اطلاع رسانی به شرکت های صادرات محور و بازرگانان)
دانشگاه ها و مؤسسات پژوهشی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سندج سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان اداره کل اداره کل گمرکات استان کردستان	همکاری و انجام پژوهش های کاربردی مشترک طرفین تجاری با هدف نیازسنجی، مطالعه بازار، تحلیل رقبای، شناخت پتانسیل ها و فرصت های تجاری همدیگر و تدوین برنامه راهبردی و نقشه راه توسعه تجارت به اقلیم کردستان و عراق
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سندج سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان اداره کل گمرکات استان کردستان	ایجاد بانک اطلاعاتی تجاری - تولیدی و چند زبانه (کردی، فارسی، انگلیسی و عربی) طرفین تجاری
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سندج سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان دانشگاه ها و مؤسسات آموزشی	برگزاری دوره های آموزشی و کارگاه های تخصصی تجارت بین الملل (رویه های گمرکی، بازاریابی، اطلاع رسانی، فرآیند کسب مجوزهای بازرگانی، اینکو ترمز و ...) برای بازرگانان و فعالین اقتصادی استان کردستان

پیوست



## ۱-۶ اسامی مصاحبه‌شوندگان در استان کردستان

جدول ۱-۶: اسامی مصاحبه‌شوندگان در استان کردستان

بخش	ردیف	نام و نام خانوادگی	سمت
بازرگانان و تولیدکنندگان فعال تجارت استان کردستان خصوصی	۱.	آقای فاروق کیخسروی	عضو هیات نمایندگان چندین دوره اتاق بازرگانی سنندج و رئیس انجمن خدمات فنی و مهندسی اتاق
	۲.	آقای محمد هلاکو	نایب رئیس اتاق بازرگانی سنندج در چندین دوره (ترانزیت و صادرات)
	۳.	آقای فرهاد سهرابی	رئیس کمیسیون تسهیل تجارت و حمل و نقل اتاق بازرگانی سنندج (صادرات محصولات کشاورزی)
	۴.	آقای دلسوز اخگر	رئیس دوره قبل کمیسیون تسهیل تجارت و حمل و نقل اتاق و عضو هیات نمایندگان قبلی اتاق سنندج (صادرات واردات)
	۵.	آقای بختیار صالحی	عضو هیات رئیسه اتاق سنندج در چندین دوره (صادرات واردات)
	۶.	آقای خسرو شجاعی	عضو هیات نمایندگان اتاق سنندج و رئیس پیشین کمیسیون صنعت و معدن اتاق (تولیدکننده و صادرکننده محصولات لبنی)
	۷.	آقای امید حوریجانی	عضو پیشین هیات نمایندگان اتاق و رئیس کمیسیون تجارت (صادرات واردات)
	۸.	آقای مصطفی فتحی	هیات نمایندگان دوره قبل اتاق سنندج (صادرات واردات)
	۹.	آقای محمد نجیب شریفی	مدیرعامل شرکت سقز سازی ون (تولیدکننده و صادرکننده)
	۱۰.	آقای محمد جهانی	نایب رئیس کمیسیون تجارت
	۱۱.	آقای عبدالرحمن علوی	هیات نمایندگان پیشین اتاق (تولیدکننده و صادرکننده)
	۱۲.	آقای امیر صالحی	هیات نمایندگان اتاق سنندج (ترانزیت و صادرات)
	۱۳.	آقای تیفور ناصری	هیات نمایندگان اتاق سنندج (بازرگانی)
	۱۴.	آقای زاهد صالحی	رئیس پیشین کمیسیون تسهیل تجارت و حمل و نقل اتاق و عضو هیات نمایندگان اتاق سنندج طی چندین دوره (صادرات)
	۱۵.	آقای فرهاد سعیدی	هیات نمایندگان چندین دوره اتاق سنندج (تولیدکننده و صادرکننده)
	۱۶.	آقای بختیار مرادی	عضو هیات نمایندگان اتاق سنندج (بازرگان)
	۱۷.	آقای قادر کریمی	هیات نمایندگان دوره قبل اتاق سنندج (صادرات واردات)
	۱۸.	آقای ابراهیم دژگام	بازرگان و رئیس اتحادیه صادرکنندگان واردکنندگان مریوان
	۱۹.	آقای بختیار اختیاری	رئیس مجتمع شارو (تولیدکننده و صادرکننده)
	۲۰.	آقای کردوان اسدی	دبیر اتاق بازرگانی سنندج
	۲۱.	آقای هیوا حبیبی	نماینده اتاق بازرگانی سنندج در مرز باشماق
	۲۲.	آقای ارسلان فداکار	مسئول شورای گفتگو دولت و بخش خصوصی اتاق سنندج
	۲۳.	آقای آرش لاهور پور	رئیس مرکز داوری و حقوقی اتاق سنندج و دبیر کمیسیون تجارت
	۲۴.	خانم شرمین عطایی	مسئول کمیسیون‌های تخصصی اتاق بازرگانی سنندج
	۲۵.	آقای رضا قصیری	مسئول کلینیک مشاوره اتاق بازرگانی سنندج
	۲۶.	آقای سامان مجذوبی	بازرگان استان کردستان
	۲۷.	آقای صدیق مینایی	روزنامه‌نگار اقتصادی

بخش	ردیف	نام و نام خانوادگی	سمت
تعاون (تشکل) انجمن، اتحادیه‌های تجاری و	۲۸	آقای هیرش محمدپور	مدیرعامل تعاونی مرزنشین استان
	۲۹	آقای بختیار دیوانی	نایب رئیس انجمن صادرکنندگان محصولات کشاورزی
	۳۰	آقای محی‌الدین محمودیان	رئیس اتحادیه صادرکنندگان استان
	۳۱	آقای عبدالله کاردانی	رئیس خانه صنعت و معدن استان
	۳۲	آقای محمد محمدی	اتحادیه صادرکنندگان بانه
	۳۳	آقای اشرف رستم پور	خانه فرش استان
	۳۴	آقای محمد عزیزی جان	صنعت پخش
دولتی	۳۵	آقای خلیل حیدری	رئیس پیشین گمرکات استان کردستان
	۳۶	آقای فرامرز امیدی	رئیس گمرکات استان
	۳۷	آقای سلیمان قادری	معاونت اقتصادی و سرمایه‌گذاری استانداری
	۳۸	آقای رحیم حسن‌زاده	مدیرکل قبلی دفتر هماهنگی امور اقتصادی استانداری استان و مشاور اقتصادی استاندار
	۳۹	آقای عبدالله محمودخانی	مدیر پژوهش و برنامه‌ریزی استانداری
	۴۰	آقای فرزاد شمس	دفتر امور اقتصادی استانداری
	۴۱	آقای صادق صمدی	رئیس اداره بازرگانی خارجی سازمان صمت
	۴۲	آقای طه سمیعی	معاون بازرگانی خارجی سازمان صمت
	۴۳	آقای فرید حق پناه	مدیرکل گمرک باشماق
	۴۴	آقای دلیلی	معاون گمرک باشماق
	۴۵	آقای سنجابی	رئیس گمرک سیرانبند بانه
	۴۶	آقای آزادی	معاون گمرک سیرانبند بانه
	۴۷	آقای سعدی احمدزاده	معاون گمرک استان
	۴۸	آقای فرزاد حسنی	مدیرکل راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای استان
	۴۹	آقای مهندس عطایی	معاون راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای استان
	۵۰	آقای عبدالملکی	مدیر مرز باشماق
	۵۱	آقای پویا شهبواری	معاونت بازرگانی جهاد کشاورزی
	۵۲	آقای دکتر غلام‌ویسی	معاونت بازرگانی جهاد کشاورزی
	۵۳	آقای علی اشرف یوسفی قیاسی	رئیس کمیسیون هماهنگی بانک‌های استان
	۵۴	آقای حمید ایرجی	رئیس بانک توسعه صادرات
	۵۵	آقای احمدی	معاون ارزی بانک توسعه صادرات
۵۶	آقای مشیرپناهی	مدیرکل اقتصاد و دارایی استان	
۵۷	خانم میرانی	اداره کل اقتصاد و دارایی استان کردستان	

بخش	ردیف	نام و نام خانوادگی	سمت
دانشگاهی	۵۸	دکتر سهراب دل‌انگیزان	دانشیار و عضو هیات علمی گروه اقتصاد دانشگاه رازی و مشاور اقتصادی اتاق بازرگانی کرمانشاه
	۵۹	دکتر حسین دانش مهر	دانشیار و عضو هیات علمی گروه جامعه‌شناسی دانشگاه کردستان و معاون پژوهشی
	۶۰	دکتر مهدی سعیدی	عضو هیات علمی گروه شهرسازی دانشگاه کردستان
	۶۱	دکتر رضا شافعی	دانشیار و عضو هیات علمی گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه کردستان
	۶۲	دکتر علی سرخوش	دانشگاه اصفهان
	۶۳	دکتر پرویز کفچه	عضو هیات علمی گروه مدیریت دانشگاه کردستان

## ۲-۶ اسامی مصاحبه‌شوندگان در اقلیم کردستان

جدول ۲-۶: اسامی مصاحبه‌شوندگان در اقلیم کردستان

بخش	ردیف	نام و نام خانوادگی	سمت
خصوصی	۱	آقای شیخ مصطفی عبدالرحمان	رئیس اتحادیه صادرکنندگان واردکنندگان اقلیم کردستان عراق- فوکوس گروه
	۲	آقای شیخ عطا محمد نوری	رئیس اتحادیه صادرکنندگان واردکنندگان استان سلیمانیه
	۳	آقای شیخ محمد رئوف حامد	عضو هیئت‌مدیره اتحادیه صادرکنندگان واردکنندگان سلیمانیه
	۴	آقای یوسف شریف محمدغریب	مدیر دفتر رئیس اتاق بازرگانی و صنایع سلیمانیه
	۵	آقای شیخ هاوسه‌ر که‌ریم	رئیس شرکت هولدینگ بانی بنوک
	۶	آقای حاجی عطا	عضو هیئت‌مدیره صادرکنندگان واردکنندگان تره‌بار اقلیم کردستان
	۷	آقای سرور علی عبدالرحمن	رئیس اتحادیه میدان تره‌بار سلیمانیه و عضو هیئت‌مدیره صادرکنندگان واردکنندگان اقلیم کردستان
	۸	آقای ناظم	رئیس اتحادیه صادرکنندگان واردکنندگان مرغ و تخم‌مرغ اقلیم
	۹	آقای حاجی خالد	بازرگان در حوزه ترشیجات
	۱۰	آقای احمد احمد	فعال اقتصادی، بازرگان سلیمانیه و سرمایه‌گذار در ایران
	۱۱	آقای یاسین رحیم فرج	معاون اول رئیس اتاق بازرگانی و صنایع سلیمانیه
	۱۲	آقای دارا جلیل خیات	رئیس اتاق بازرگانی و صنایع هولیر
	۱۳	آقای پیشوا احمد	رئیس اتاق بازرگانی و صنایع حلبجه
	۱۴	آقای حاجی بختیار	بازرگان سلیمانیه
	۱۵	آقای یاسین کریم محمود	شرکت حمل‌ونقل
	۱۶	آقای میرزایی	مدیرعامل شرکت صنایع غذایی دشت طلایی کوریجان همدان در سلیمانیه
	۱۷	آقای عمر خضر محمد	مدیر مرکز پژوهش اتاق بازرگانی و صنایع هولیر
	۱۸	آقای آلان	مسئول روابط عمومی اتاق بازرگانی و صنایع هولیر
	۱۹	آقای رسول حاجی عمر	رئیس اتحادیه صادرکنندگان واردکنندگان اقلیم کردستان شعبه استان هولیر- فوکوس گروه
	۲۰	آقای شیخ خالد ورتی	مسئول اداری و مالی اتحادیه صادرکنندگان واردکنندگان اقلیم کردستان-شعبه هولیر
	۲۱	آقای دکتر کامل	فعال اقتصادی و بازرگان
	۲۲	آقای ماجد جلال خلیل	عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی و صنایع هولیر
	۲۳	آقای حاج ابراهیم طاهر	بازرگان در هولیر

بخش	ردیف	نام و نام خانوادگی	سمت
دینی	۲۴	آقای دکتر هوال ابوبکر	استاندار سلیمانیه
	۲۵	آقای فاضل	رئیس دفتر حوزه استاندار سلیمانیه
	۲۶	آقای شیخ نوزاد کامل محمود	مدیر کل بازرگانی وزارت بازرگانی حکومت کردستان عراق
	۲۷	آقای فتحی محمد علی مدرس	سخنگوی و مشاور اقتصادی وزارت بازرگانی حکومت کردستان عراق
	۲۸	آقای دکتر دارا	مشاور وزارت دارایی و اقتصادی حکومت کردستان عراق
	۲۹	آقای حسین سمیعی	بخش اقتصادی کنسولگری ایران در هولیر
	۳۰	آقای سامال عبدالرحمان	مدیر کل گمرک حکومت کردستان عراق
دانشگاهی	۳۱	دکتر یونس علی احمد	استاد اقتصاد دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه سلیمانیه
	۳۲	دکتر خالد حیدر	استاد اقتصاد دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه سلیمانیه
	۳۳	دکتر احمد عبدالرحمن	عضو هیات علمی دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صلاح الدین و مدیر و مشاور وزارت برنامه ریزی حکومت کردستان عراق
	۳۴	دکتر فهمی محمد علی	عضو هیات علمی دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صلاح الدین هولیر
	۳۵	دکتر عبدالکریم عذیری	سلیمانیه

## ۳-۶ پرسشنامه

فرهیخته گرامی

با سلام و احترام؛

از اینکه وقت ارزشمندتان را در اختیار ما می گذارید، بسیار سپاسگزاریم. پرسشنامه حاضر جهت انجام طرح پژوهشی با عنوان چالش ها و پتانسیل های روابط تجاری استان کردستان و اقلیم کردستان عراق در دو بخش طراحی شده است. از آنجا که دستیابی به نتایج صحیح و علمی، منوط به اظهار نظرهای ارزشمند شما می باشد؛ خواهشمند است با پاسخگویی دقیق به پرسش های مطرح شده، محققان را در انجام مطلوب این پژوهش، یاری فرمایید. شایان ذکر است که بعد از انجام کار، سروران را از نتایج این پژوهش کاربردی مطلع خواهیم نمود.

با سپاس از همکاری صمیمانه شما

### ۱. بخش اول: مشخصات و اطلاعات فردی

جنسیت	<input type="checkbox"/> زن	<input type="checkbox"/> مرد			
سن	<input type="checkbox"/> زیر ۲۵ سال	<input type="checkbox"/> ۲۵-۳۵ سال	<input type="checkbox"/> ۳۶-۴۵ سال	<input type="checkbox"/> ۴۶-۵۵ سال	<input type="checkbox"/> ۵۵ سال به بالا
تحصیلات	<input type="checkbox"/> زیر دیپلم	<input type="checkbox"/> دیپلم	<input type="checkbox"/> کارشناسی	<input type="checkbox"/> کارشناسی ارشد	<input type="checkbox"/> دکتری
بخش فعالیت	<input type="checkbox"/> خصوصی	<input type="checkbox"/> دولتی	<input type="checkbox"/> تعاونی	<input type="checkbox"/> دانشگاهی	<input type="checkbox"/> سایر
شغل	<input type="checkbox"/> بازرگان	<input type="checkbox"/> کارشناس	<input type="checkbox"/> مدیر	<input type="checkbox"/> استاد دانشگاه	<input type="checkbox"/> سایر
سابقه کار	<input type="checkbox"/> زیر ۵ سال	<input type="checkbox"/> ۶-۱۰ سال	<input type="checkbox"/> ۱۱-۱۵ سال	<input type="checkbox"/> ۱۶-۲۰ سال	<input type="checkbox"/> ۲۰ سال به بالا

### ۲. بخش دوم: لطفاً نظرات خود را در مورد هر یک از سؤالات زیر بیان نمایید.

ابعاد	سؤالات پژوهش	رتبه	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	
بعد از ساختگی	۱. تا چه حد، زیرساخت های حمل و نقل جاده های استان و راه های ارتباطی به مرزها و پایانه های مرزی (ساخت، تعمیر و نگهداری جاده ها، آسفالت، سرانه جاده ای و بزرگراه و ...) در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۴	۵	
	۲. تا چه اندازه، زیرساخت های تجاری در پایانه های مرزی (انبار، سردخانه، مکان تخلیه و بارگیری، باسکول، آزمایشگاه استاندارد، دستگاه های $\alpha$ -ray پارکینگ، برق اضطراری و ...) به لحاظ کمی و کیفی در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۳. تا چه حد، زیرساخت های تجاری در مرزها و بازارچه های رسمی (سیران بند بانه) و غیررسمی موقت (خانم شیخان مریوان و مله خور سروآباد) به لحاظ کمی و کیفی در توسعه مبادلات تجاری با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۴. تا چه حد، خدمات فنی و پشتیبانی در گمرک و پایانه های مرزی (تشریفات گمرکی و ترخیص کالا، عملیات تخلیه و بارگیری، فرآیند بازرسی، دیپ زنی و ...) در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵

نوع	سؤالات پژوهش	نوع	میانگین	زیاد	خیلی زیاد
	۵. تا چه حد، ارائه خدمات رفاهی در مرزها و محدوده پایانه‌های مرزی (اقامتگاه، استراحتگاه، مسجد، پارکینگ، خدمات فنی و مکانیکی برای کامیون‌ها، جایگاه سوخت، سالن‌های مذاکره، فوریت‌های پزشکی، آتش‌نشانی و ...) در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۴	۵
	۶. تا چه حد، زیرساخت‌های مخابراتی در مرزها و پایانه‌های مرزی استان (دسترسی به اینترنت، شبکه فیبر نوری، فضای معجازی و ...) در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۴	۵
	۷. تا چه حد، فرسودگی ناوگان حمل و نقل استان در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار بوده است؟	۱	۲	۴	۵
	۸. تا چه حد، توسعه و تجهیز فرودگاه‌ها (راه‌اندازی خط پرواز استان به اقلیم کردستان) و بهره‌مندی از شبکه حمل و نقل ریلی می‌تواند در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار باشد؟	۱	۲	۴	۵
	۹. تا چه اندازه، ایجاد شبکه هوشمند حمل و نقل بین‌المللی می‌تواند در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار باشد؟	۱	۲	۴	۵
	۱۰. تا چه اندازه، احداث پایانه‌های صادراتی تخصصی (محصولات کشاورزی: توت‌فرنگی، سیب‌زمینی و ...) می‌تواند در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار باشد؟	۱	۲	۴	۵
	۱۱. ایجاد محوطه و فضای مناسب جهت برپایی نمایشگاه‌های صادراتی در نقاط مرزی تا چه اندازه می‌تواند در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار باشد؟	۱	۲	۴	۵
	۱۲. تا چه میزان، عملکرد شعب بانک‌های داخلی و صرافی‌ها در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۴	۵
	۱۳. عرضه خدمات بانک‌ها، نهادها و مؤسسات اعتباری به بازرگانان و پشتیبانی از آن‌ها تا چه حد در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۴	۵
	۱۴. تا چه اندازه، پشتیبانی صندوق ضمانت صادرات ایران (ارائه بیمه‌نامه‌ها، ضمانت‌نامه‌های صادراتی) از صادرکنندگان استان در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۴	۵
۱۵. تا چه میزان، عملکرد شرکت‌های بیمه‌ای در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۴	۵	
۱۶. تا چه حد، تحریم‌های بانکی و عدم دسترسی به شبکه‌های بانکی بین‌المللی در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار بوده است؟	۱	۲	۴	۵	
۱۷. تا چه میزان، اجرای سیاست و فرآیند برگشت ارز حاصل از صادرات در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار بوده است؟	۱	۲	۴	۵	
۱۸. تا چه میزان، نوسانات نرخ ارز و تفاوت آن در سامانه نیما و بازار آزاد در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار بوده است؟	۱	۲	۴	۵	
۱۹. تا چه حد، اجرای سیاست حذف ارز ترجیحی بر کالاهای اساسی و برخی مواد اولیه مورد نیاز واحدهای تولیدی در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار بوده است؟	۱	۲	۴	۵	
۲۰. تا چه اندازه، تفاوت ارزش پایه کالاهای صادراتی در گمرک با قیمت تمام شده آن‌ها در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار بوده است؟	۱	۲	۴	۵	

ردیف	سؤالات پژوهش	نوعی کم	م	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۲۱	تا چه حد، رویه‌های ممیزی و دریافت مالیات از بازرگانان (ابهام در نحوه محاسبه مالیات، تراکنش‌های بانکی، استرداد مالیات بر ارزش افزوده و ...) در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیرگذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۲۲	تا چه حد، سیاست‌های تجارت خارجی ایران در راستای توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۲۳	تا چه حد، بی‌ثباتی سیاست‌های کلان اقتصادی (تجاری، ارزی، پولی و مالی) در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیرگذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۲۴	تا چه حد، رانت، فساد و انحصارات اقتصادی در امور بازرگانی در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیرگذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۲۵	تا چه حد، تأسیس صرافی‌ها و شعب بانک‌ها (ایرانی، عراقی و خارجی) در استان و اقلیم کردستان می‌تواند در توسعه مبادلات تجاری طرفین تأثیرگذار باشد؟	۱	۲	۳	۴	۵
۲۶	سرمایه‌گذاری مشترک استان و اقلیم کردستان در طرح‌ها و پروژه‌های مرتبط با حوزه تجاری تا چه میزان می‌تواند در توسعه مبادلات تجاری طرفین تأثیرگذار باشد؟	۱	۲	۳	۴	۵
۲۷	ایجاد و توسعه مراکز تخصصی پزشکی در استان و شهرستان‌های مرزی جهت ارائه خدمات به بیماران اقلیم (تجارت خدمات توریسم درمانی) تا چه حد می‌تواند در راستای توسعه مراودات تجاری طرفین تأثیرگذار باشد؟	۱	۲	۳	۴	۵
۲۸	اعمال معافیت حقوق گمرکی و سود بازرگانی کالاهای وارداتی و مشوق‌های صادراتی در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تا چه اندازه مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۲۹	تا چه حد، سیستم قضایی و اداری استان و اقلیم کردستان رویکرد بی‌طرفانه در اجرای احکام صادر شده برای تجار داشته است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۳۰	نوسانات تعرفه‌های حمل و نقل در استان تا چه حد بر کاهش مبادلات تجاری با اقلیم کردستان اثرگذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۳۱	سلیقه‌ای عمل کردن مسئولین طرف اقلیم کردستان در پذیرش کالاهای ایرانی از لحاظ؛ استاندارد، کنترل کیفیت، بهداشت، قرنطینه و ... تا چه حد در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیرگذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۳۲	محدودیت‌های فصلی، مقطعی و گاهی ناگهانی برخی از محصولات صادراتی از جانب طرفین تجاری تا چه حد در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیرگذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۳۳	اعمال تعرفه‌ها و موانع غیرتعرفه‌ای (نظیر سهمیه‌بندی واردات و ...) تا چه حد در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیرگذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۳۴	تا چه حد، شیوه‌های ابلاغ و اجرای بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های حوزه‌ی تجاری (متعدد، متغیر، آنی بودن و ...) در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیرگذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۳۵	تأسیس مرکز مشترک داوری جهت حل اختلافات حقوقی و قراردادی بازرگانان طرفین تا چه حد می‌تواند در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیرگذار باشد؟	۱	۲	۳	۴	۵
۳۶	تشکیل "نهاد مشترک قانونی" ناظر بر اجرا و ارتقاء کیفیت تفاهم‌نامه‌ها و موافقت‌نامه‌های طرفین تجاری تا چه حد می‌تواند در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیرگذار باشد؟	۱	۲	۳	۴	۵

نوع	سؤالات پژوهش	نوعی کم	نوعی زیاد	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
امنیتی - سیاسی - بعد	۳۷. انعقاد موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد و برقراری تعرفه‌های ترجیحی با کشور عراق تا چه حد می‌تواند در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار باشد؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۳۸. اعتبار سنجی و رتبه‌بندی بازرگان تا چه حد می‌تواند در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار باشد؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۳۹. موقعیت جغرافیایی (سرزمینی، سیاسی، اقتصادی) مناطق مرزی استان تا چه حد در توسعه مبادلات تجاری با اقلیم کردستان تأثیر گذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۴۰. رایزنی و عملکرد دستگاه دیپلماسی اقتصادی ایران در تسهیل مبادلات و انعقاد تفاهم‌نامه‌های کاربردی تجاری در توسعه مبادلات تجاری با اقلیم کردستان تا چه حد مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۴۱. قوانین متغیر گمرکی کشور عراق و عدم اعمال یکسان تعرفه‌ها و رویه‌های گمرکی در مرزهای عراق به‌ویژه اقلیم کردستان، ناشی از اختلافات سیاسی اقلیم با حکومت مرکزی عراق، تا چه حد در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم اثر گذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۴۲. تا چه حد، حمایت دولت از بازرگانان استان در مقایسه با رقبای تجاری در اقلیم کردستان (نظیر سیاست‌ها و مشوق‌های صادراتی کشورهای ترکیه، چین، امارات، عربستان و ...) در توسعه مبادلات تجاری با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۴۳. تأخیر در فرایند عبور کالا از مرز و همچنین کاهش کیفیت کالاهای صادراتی در اثر بازرسی‌های متعدد و گاهی غیراصولی نهادهای امنیتی و نظامی در مرزهای استان تا چه حد در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۴۴. اعمال تحریم‌ها و محدودیت دسترسی به بازارهای بین‌المللی تا چه حد در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۴۵. بستن مرزها و بازارچه‌ها (سیف سفز و ...) و ممنوعیت موقت تردد و مبادلات تجاری در اثر رویدادهای سیاسی - امنیتی تا چه حد در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۴۶. امنیتی بودن پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی استان و نقش پررنگ مرزبانی و فرمانداری‌ها در مدیریت آن‌ها تا چه حد در کاهش مبادلات تجاری با اقلیم کردستان تأثیر گذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۴۷. تحرکات و اقدامات نظامی در مرزهای استان و اقلیم تا چه حد در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵	
۴۸. ریسک و بی‌ثباتی اقتصادی، سیاسی و مالی طرفین تا چه حد در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵	
۴۹. بیکاری گسترده و گرایش به قاچاق و فعالیت‌های غیررسمی در مناطق مرزی تا چه حد در مبادلات تجاری با اقلیم کردستان اثر منفی داشته است؟	۱	۲	۳	۴	۵	
۵۰. وجود پایگاه حقوقی، حمایتی و قضایی به‌منظور ارائه خدمات مشاوره‌ای و کنسولی به بازرگانان استان و آگاهی بیشتر آن‌ها با قوانین حاکم در عراق، به‌ویژه اقلیم تا چه حد می‌تواند در توسعه مبادلات تجاری با اقلیم کردستان تأثیر گذار باشد؟	۱	۲	۳	۴	۵	



نوع	سؤالات پژوهش	نوع	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	
بعد مدیریتی - درون بخشی	۵۱. نبود مدیریت واحد و یکپارچه مرزی جهت ساماندهی امور مربوط به تجارت در پایانه های مرزی (باشماق مریوان و سیرانیند بانه)، بازارچه های رسمی (سیرانیند بانه) و غیررسمی (خانم شیخان مریوان و مله خور سروآباد) تا چه حد در کاهش مبادلات تجاری با اقلیم کردستان تأثیر گذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۵۲. عملکرد دستگاه های مربوطه در اجرای طرح توسعه و جامع ساماندهی مرز بین المللی باشماق مریوان تا چه میزان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۵۳. همکاری و تفاهم بین مسئولین طرفین تجاری در پایانه ها و بازارچه های مرزی در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تا چه حد مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۵۴. تا چه حد، نیروی مجرب، ماهر و دارای تخصص بازرگانی در راستای توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم، در دستگاه های اجرایی مستقر در مرز حضور دارند؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۵۵. تا چه اندازه، نگهداشت و استفاده از توانمندی و ظرفیت های نیروی کار جوان و تحصیل کرده بومی در مناطق مرزی استان در توسعه مبادلات تجاری با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۵۶. اعزام و پذیرش راینزان و هیات های تجاری تا چه حد در توسعه مبادلات تجاری با اقلیم کردستان تأثیر گذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۵۷. برگزاری و شرکت در رویدادها و نمایشگاه های تجاری حضوری و مجازی تا چه حد در توسعه مبادلات تجاری با اقلیم کردستان تأثیر گذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۵۸. تا چه حد، استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در امر بازاریابی و گسترش تجارت الکترونیک (ایجاد سایت های اینترنتی و اطلاع رسانی به شرکت های صادرات محور و بازرگانان) در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۵۹. تا چه حد، به کارگیری فناوری های نوین و مکانیزه نمودن فرایندهای تجاری در پایانه های مرزی در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۶۰. تا چه حد، توسعه صنایع تبدیلی، واحدهای فرآوری، بسته بندی و سورتنینگ جهت رقابت پذیر نمودن محصولات صادراتی در توسعه مبادلات تجاری با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۶۱. تا چه حد، تبلیغات و بازاریابی، تنوع بخشی، توسعه و ترویج برندهای مختص به استان (صنایع دستی، فرش دستباف، توت فرنگی و ...) در بازارهای هدف صادراتی در توسعه مبادلات تجاری با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۶۲. تا چه حد، تمایل و ریسک پذیری مدیران شرکت های تجاری و صادرات محور استان در راستای شناسایی، افزایش سهم و گسترش بازارهای هدف در توسعه مبادلات تجاری با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۶۳. تا چه حد، تفویض اختیار به مدیران دستگاه های اجرایی استان در مذاکرات و مراودات اقتصادی در توسعه مبادلات تجاری با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۶۴. تا چه حد، عملکرد اتاق های مشترک، کمیته ها و تشکل های تجاری داخلی و خارجی (ایران - عراق، سندج - سلیمانیه، انجمن های مربوطه و ...) در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵

ردیف	سؤالات پژوهش	نوعی کم	نوعی زیاد	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۶۵	تسهیل تردد بازرگانان، نیروی کار و انتقال ماشین‌آلات شرکت‌ها جهت کاهش هزینه‌ها تا چه حد در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۶۶	تا چه حد، عملکرد و کارآمدی نهادهای بخش خصوصی (اتاق بازرگانی، انجمن‌های صادراتی، تعاونی‌های مرزنشین، شرکت‌های حمل‌ونقل بین‌المللی، شرکت‌های مدیریت صادرات و...) در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۶۷	تا چه حد، عملکرد سامانه پنجره واحد تجارت فرامرزی در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۶۸	تا چه حد، عملکرد دستگاه‌های اجرایی مربوطه، به‌ویژه مرزبانی در برخورد و ساماندهی پدیده کولبری در مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۶۹	تا چه حد، حمایت و تقویت تعاونی‌های مرزنشین در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۷۰	نظارت بر کیفیت و صدور گواهی مبدأ جهت جلوگیری از بدنام کردن و کاهش اعتبار تجاری کالاها و خدمات صادراتی استان در توسعه مبادلات تجاری با اقلیم کردستان به چه میزان بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۷۱	تفاوت در اجرای قوانین و مقررات تجاری در مبادی گمرکی مناطق مرزی ایران (باشماق، پرویزخان و...) تا چه حد در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیرگذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۷۲	کمبود پرسنل شاغل در دستگاه‌های اجرایی مستقر در مرز به‌ویژه گمرک تا چه حد در کاهش مبادلات تجاری با اقلیم کردستان تأثیرگذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۷۳	بروکراسی اداری (طولانی بودن فرایند اخذ مجوز، ثبت سفارش، ترخیص کالا، برگشت کالای مرجوعی، تشریفات گمرکی، صدور کارت بازرگانی و...) تا چه حد در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیرگذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۷۴	عدم حمل یکسره کالاهای صادراتی به‌ویژه کالاهای فسادپذیر و شکستنی تا چه حد در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیرگذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۷۵	تعدد عوارض و هزینه‌های اضافی صادرات واردات در دو سوی مرز (توزین و نمونه‌گیری آزمایشگاهی مضاعف و...) تا چه حد در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیرگذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۷۶	استفاده از کارت‌های بازرگانی اجاره‌ای تا چه حد در مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر منفی داشته است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۷۷	فساد و سوءاستفاده افراد از مقام و موقعیت اداری در دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی مربوط به امر تجارت تا چه حد در مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان اثر منفی داشته است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۷۸	اختلاف زمانی، تعطیلات اعیاد و سوگواری‌ها تا چه حد در کاهش مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیرگذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۷۹	اجرا و عملیاتی نمودن منطقه آزاد تجاری-صنعتی بانه و میروان تا چه حد می‌تواند در توسعه مبادلات تجاری با اقلیم کردستان تأثیرگذار باشد؟	۱	۲	۳	۴	۵

نوع	سؤالات پژوهش	نوع	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	
	۸۰. راه‌اندازی و توسعه فعالیت مراکز تجاری، دفاتر فروش و بازاریابی در بازارهای هدف صادراتی تا چه حد می‌تواند در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار باشد؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۸۱. تأسیس شرکت‌های مشترک حمل‌ونقل بین‌المللی تا چه حد می‌تواند در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار باشد؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۸۲. شکل‌گیری کنسرسیوم‌های (ائتلاف و همکاری شرکت‌ها) صادراتی با هدف توسعه، کسب سود و افزایش سهم شرکت‌های عضو در بازارهای هدف تا چه حد می‌تواند در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار باشد؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۸۳. همکاری و انجام پژوهش‌های کاربردی مشترک طرفین تجاری با هدف نیازسنجی، مطالعه بازار، تحلیل رقبا، شناخت پتانسیل‌ها و فرصت‌های تجاری همدیگر و تدوین برنامه راهبردی و نقشه راه تجاری تا چه حد می‌تواند در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار باشد؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۸۴. ایجاد بانک اطلاعاتی تجاری- تولیدی و چند زبانه (کردی، فارسی، انگلیسی و عربی) طرفین تجاری تا چه حد می‌تواند در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار باشد؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۸۵. توانمندسازی بنگاه‌های کوچک و متوسط صادرات محور تا چه حد می‌تواند در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار باشد؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۸۶. مذاکره و رایزنی با هدف ایجاد کریدور ترانزیت خارجی در اقلیم کردستان جهت صادرات کالاهای ایرانی به سوریه تا چه حد می‌تواند در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار باشد؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۸۷. تا چه حد، آشنایی و تسلط بازرگانان، هیئت‌ها و رایزنان تجاری استان با (مقررات صادرات واردات، رویه‌های گمرکی، اصول فنی و مذاکرات تجاری، زبان‌های خارجی و گویش‌های زبانی و ...) در توسعه مبادلات تجاری با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۸۸. تا چه حد، فرهنگ مشارکت جمعی و روحیه کار تیمی در میان بازرگانان، مدیران و مسئولان اجرایی، مرزنشینان، تولیدکنندگان و صادرکنندگان در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
	۸۹. تا چه حد، برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی تجارت بین‌الملل (رویه‌های گمرکی، بازاریابی، اطلاع‌رسانی، مشاوره، فرآیند کسب مجوزهای بازرگانی، اینکوترمز و ...) در توسعه و تسهیل مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵
۹۰. تا چه حد، تکریم ارباب‌رجوع (بازرگان و فعالان اقتصادی) در راستای منشور اخلاقی و رفتار حرفه‌ای پرسنل دستگاه‌های اجرایی مربوط به امور تجاری مطلوب بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵	
۹۱. اعتماد و اطمینان متقابل طرفین تجاری تا چه حد در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵	
۹۲. اشتراکات فرهنگی، زبانی، آداب، سنن و ... طرفین تجاری تا چه حد در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار بوده است؟	۱	۲	۳	۴	۵	
۹۳. فرهنگ‌سازی و نهادینه کردن بینش تجاری با رویکرد مدرن بین‌المللی و ممانعت از رویه‌های تجارت سنتی در بین بازرگانان استان تا چه حد می‌تواند در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیر گذار باشد؟	۱	۲	۳	۴	۵	

بعد اجتماعی - فرهنگی

نوع سؤال	تعداد	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
سؤالات پژوهش	۱	۲	۴	۵

۹۴. نهادهای فرهنگی برندسازی محصولات داخلی استانی و نشان صادراتی جهت عرضه به بازارهای بین‌المللی تا چه حد می‌تواند در توسعه مبادلات تجاری استان با اقلیم کردستان تأثیرگذار باشد؟

### سؤالات باز:

۹۵. به نظر شما، در روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان عراق چه چالش‌ها و موانع (ضعف‌ها و تهدیدها) دیگری وجود دارد که در پرسشنامه حاضر به آن اشاره نشده است؟
۹۶. به نظر شما، در روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان عراق چه ظرفیت‌های (قوت‌ها و فرصت‌ها) دیگری وجود دارد که در پرسشنامه حاضر به آن اشاره نشده است؟
۹۷. سرور گرامی، برای تسهیل و ارتقاء روابط تجاری استان کردستان با اقلیم کردستان عراق، چه راهکارهایی را پیشنهاد می‌فرمایید؟

۴-۶ نمونه‌های از عکس‌های میدانی مصاحبه‌شوندگان















## منابع:

- ابراهیمی، نسرین؛ آذربایجانی، کریم؛ طیبی، سید کامیل. (۱۳۹۳). اثرات موانع تعرفه‌ای و غیر تعرفه‌ای بر تجارت صنعتی ایران با استفاده از مدل تصحیح خطا. مدل‌سازی اقتصادسنجی، ۱(۳)، ۱-۲۱.
- ابریشمی، ح. و مهر آرا، م. و تمدن نژاد، ع. (۱۳۸۸). بررسی رابطه تجارت خارجی و رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه: روش گشتاورهای تعمیم یافته. ۳(۵)، ۷۹-۸۹.
- اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران. آمار واردات و صادرات.
- آذربایجانی، ک.، طیبی، س. ک. و صفا درگیری، ح. (۱۳۹۴). اثر تحریم‌های اقتصادی ایالات متحده و اتحادیه اروپا بر تجارت دوجانبه ایران و شرکای عمده تجاری آن کاربرد مدل جاذبه. تحقیقات اقتصادی، ۳(۳)، ۵۳۹-۵۶۲.
- اسدی، مرتضی؛ قره‌باغیان، مرتضی (۱۳۷۵)، تجارت و توسعه، مؤسسه تحقیقات اقتصادی، دانشگاه تربیت مدرس، چاپ اول.
- اسماعیل پور، حسن. (۱۳۹۰). مدیریت بازاریابی بین‌المللی، تهران: نگاه دانش.
- اصغرپور حسین، احمدیان کسری، و منیعی امید. (۲۰۱۴). اثر بی‌ثباتی سیاسی بر رشد اقتصادی ایران: رهیافت غیرخطی APARCH
- اطلس پیچیدگی اقتصادی دانشگاه هاروارد (<https://atlas.cid.harvard.edu>)
- اعرابی، سید محمد؛ آقازاده، هاشم؛ نظامی‌وندچگینی، هوشنگ. (۱۳۹۳). درسنامه برنامه‌ریزی استراتژیک، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ نهم، تهران.
- امانی فرد، ر.، محمدی خیاره، م. و مظهری، ر. (۱۴۰۰). نقش شاخص‌های توانمندسازی تجاری بر صادرات ایران: رویکرد مدل جاذبه. پژوهشنامه اقتصادی، ۲۱(۸۰)، ۱۷۰-۲۱۸.
- باوی، ب. و جهانگیری، ع. (۱۳۹۸). تأثیر خدمات لجستیکی، بندری و زیرساخت‌ها بر رضایت از خدمات ترانزیتی. نشریه علمی کاوش‌های مدیریت بازرگانی، ۲۱.
- التجائی، و پورباقر. (۲۰۱۴). بررسی جهت‌گیری سیاست‌های بازرگانی خارجی ایران. سیاست‌های مالی و اقتصادی، ۷(۲)، ۱۰۹-۱۳۴.
- جعفری، د. (۲۰۲۲). تأملی بر پوشش‌های اعتباری صندوق ضمانت صادرات ایران و چگونگی تأثیر آن در توسعه فعالیت‌های بین‌المللی شرکت‌ها. مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی
- حاجی‌نوروزی، شیما، روحانی، حامد؛ ابونوری، آیدا و همکاران. (۱۳۹۰). «فرصت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری اقلیم کردستان عراق». مرکز تحقیقات و بررسی‌های اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران. نشر: تهران: اندیکا.
- حسین پور خوش‌قلب، هومن؛ صباغیان، علی (۱۳۹۸). بررسی مشکلات و موانع صادرات فرآورده‌های نفتی به کشور عراق. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد نراق، گروه مدیریت.
- حسینی، سید شمس‌الدین و احتیاطی احسان. (۱۳۸۵). مزیت رقابتی و اندازه‌گیری آن، مطالعه موردی متانول ایران. پژوهش‌های اقتصادی ایران، ۸(۲۸)، ۱۶۹-۱۹۳.

- حیدری فیروزجایی، مرتضی. (۱۳۹۷). شناسایی و اولویت‌بندی موانع گمرکی فراروی صادرکنندگان استان مازندران و ارائه راهکار (مورد مطالعه بندر امیرآباد). پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه مازندران.
- خارکش، ف. و فتحی‌زاده، ا. (۱۳۹۸). بررسی حقوق تطبیقی قرارداد سرمایه‌گذاری مشترک (جوینت ونچر) ایران با چین. بررسی‌های بازرگانی.
- دینی‌ترکمانی. (۲۰۱۲). چشم‌انداز نظام اقتصاد بین‌الملل: رویکرد آینده‌پژوهی. فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی، ۲۰(۶۱)، ۱۹۳-۲۱۶.
- رازینی، ا. ع.، میرزایی نژاد، م. ر. و شیرین‌زاده، م. (۱۳۹۴). بررسی پتانسیل تجاری میان ایران و کشورهای منتخب در منطقه (ترکیه، سوریه، بحرین، عمان، قطر، کویت، عربستان سعودی و امارات متحده عربی) با استفاده از مدل جاذبه. فصلنامه پژوهش‌نامه بازرگانی، ۷۷، ۱۴۷-۱۶۸.
- رحمانی یوشانلوئی، حسین، انصاری، میرکازمی، محمد و محمدرضا ابراهیمی. (۱۳۹۱). شناسایی و اولویت‌بندی موانع صادرات و ارائه راهکارهای توسعه صادرات صنایع کوچک و متوسط (SMEs) در صنایع غذایی آذربایجان غربی. تحقیقات بازاریابی نوین، ۳(۱)، ۱۳۹-۱۶۰.
- رستمی، نمامیان، اسلامبولچی، سهرابی، روح‌الله. (۱۳۹۸). ارائه الگوی اسلامی تجارت خارجی با رویکرد دیپلماسی اقتصاد مقاومتی (مورد مطالعه روابط تجاری ایران و عراق). جستارهای اقتصادی، ۱۶(۳۲)، ۲۳۹-۲۶۷.
- رستمی، نمامیان، اسلامبولچی، سهرابی، روح‌الله. (۱۳۹۹). مضامین و چالش‌های ظرفیت راهبردی صادرات ایران در بازار عراق (مطالعه تطبیقی ایران و ترکیه در بازار عراق). مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی، ۱۰(۳۵)، ۲۳۲-۲۵۳.
- زبیری، هدی؛ مومنی، مانی. (۱۳۹۹). سرمایه‌انسانی و پیچیدگی اقتصاد در ایران. پژوهش‌های اقتصادی (رشد و توسعه پایدار)، ۲۰(۳): ۱۶۶-۱۴۵.
- سازمان توسعه و تجارت ایران. آمارهای تجاری
- سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان
- سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کردستان
- سالم، بهنام و یوسف‌پور. (۲۰۱۲). بررسی آثار آزادسازی تجاری در کشورهای در حال توسعه. مجله اقتصادی-ماهنامه بررسی مسائل و سیاست‌های اقتصادی، ۱۲(۱)، ۹۳-۱۰۴.
- سالواتوره، دومینیک. (۱۳۸۸). تجارت بین‌الملل. ترجمه حمیدرضا ارباب. تهران: نشر نی.
- سایت دولت اقلیم کردستان (<https://gov.krd/english/>)
- سایت رصدخانه پیچیدگی اقتصادی، طبق گزارش سال ۲۰۲۱ (<https://oec.world/en>)
- ستاد مراکز لجستیک کشور، معاونت حمل‌ونقل و وزارت راه و شهرسازی جمهوری اسلامی ایران، دفتر طرح جامع و مدل‌های حمل‌ونقل (۱۳۹۷). سند آمایش مراکز لجستیک کشور.
- سرخوش سرا، علی؛ نصرالهی، خدیجه؛ آذربایجانی، کریم (۱۳۹۹). «تحلیل تأثیر عوامل بنیادی و متغیرهای نهادی بر صادرات

- کشورهای نوظهور (۲۰۱۵-۲۰۰۰): آموزه‌ای برای اقتصاد ایران». فصلنامه علمی پژوهشنامه اقتصادی. سال بیستم، شماره ۷۷، ۶۵-۲۹.
- سعیدی، نادر، حبیبی، فاتح، و سامان قادری. (۲۰۱۹). بررسی اثر تمرکززدایی مالی بر رشد اقتصادی در استان‌های کشور با استفاده از اقتصادسنجی فضایی. دوفصلنامه علمی مطالعات و سیاست‌های اقتصادی، ۶(۱)، ۱۹۵-۲۲۴.
- شاه‌آبادی، ابوالفضل؛ ارغند، هانیه. (۱۳۹۷). تأثیر پیچیدگی اقتصادی (ECI) بر رفاه اجتماعی در کشورهای منتخب در حال توسعه. پژوهشنامه بازرگانی، ۲۳(۸۹)، ۸۹-۱۲۲.
- شاه‌حسینی، س.، مروت، ح. و قائمی، ز. (۱۴۰۰). تأثیر اینترنت بر تجارت دوجانبه ایران؛ رویکرد مدل جاذبه تعدیل شده. پژوهشنامه بازرگانی، ۲۶(۱۰۱)، ۶۷-۹۸.
- شکیبایی، ع.، بطا، ف. ک. و و حیدرآبادی، س. (۱۳۹۰). تحلیل یکپارچگی میان دو کشور ایران و ترکیه. مجله اقتصاد و توسعه منطقه‌ای، ۱(۱۱).
- شکیبایی، زهرا؛ عامری، فیصل. (۱۴۰۱). تأثیر موانع غیرتعرفه‌ای بر تجارت بین‌الملل و اهداف توسعه پایدار. پژوهش‌های حقوقی، ۲۱(۵۰)، ۳۹-۶۸.
- ضیایی بیگدلی، م. ت.، غلامی، ا. و طهماسبی بلداجی، ف. (۱۳۹۲). بررسی اثر تحریم‌های اقتصادی بر تجارت ایران کاربردی از مدل جاذبه. فصلنامه پژوهشنامه اقتصادی (رویکرد اسلامی-ایرانی)، ۱۳(۴۸)، ۱۰۹-۱۱۹.
- ضیایی بیگدلی، ص. و صلحی، ا. (۱۳۹۹). موانع فنی تجارت خارجی در ایران در پرتو حقوق سازمان تجارت جهانی. پژوهش حقوق عمومی، ۲۱(۶۶)، ۱۸۱-۲۱۱.
- طحان، حمیدرضا؛ جوکار، علی‌اکبر، دانایی، حبیب‌الله (۱۳۹۱). بررسی موانع و مشکلات مربوط به صادرات محصولات تولیدی شرکت‌های کوچک و متوسط استان سمنان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور استان تهران، مرکز پیام نور تهران.
- طرح پژوهشی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی (۱۳۹۹). تدوین سند نقشه راه تجارت توسعه صادرات کشور ۱۴۰۴-۱۳۹۹.
- فرهادی، علیرضا. (۱۳۸۳). بررسی آثار تجارت خارجی بر رشد اقتصادی ایران. فصلنامه برنامه‌ریزی و بودجه، ۹(۱)، ۲۷-۵۸.
- کازرونی، ع.، قربانی، ع. و ثقفی کلوانق، ر. (۱۳۹۴). بررسی کارایی تحریم‌های یک‌جانبه و چندجانبه بر تجارت خارجی محصولات غیرنفی در ایران. فصلنامه علمی پژوهشی نظریه‌های کاربردی اقتصاد، ۲(۱)، ۸۳-۹۸.
- کیانی ده کیانی، محمد؛ موسوی، سید حبیب‌الله؛ خلیلیان، صادق. (۲۰۱۸). آثار بالقوه حذف موانع تعرفه‌ای زیر بخش‌های کشاورزی بر اشتغال‌زایی مستقیم و غیرمستقیم. اقتصاد کشاورزی و توسعه، ۲۶(۱)، ۷۳-۱۰۳.
- کیایی، حسن؛ قائمی، مهدی؛ هاشمی، فرید و محمدهادی. (۱۳۹۹). «ارائه راهبرد تعاملات تجاری ایران و عراق بر مبنای تحلیل اهمیت - عملکرد. فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی. ۱۳۹۹ سال ۲۸، شماره ۹۶، ۲۸۵-۳۳۰.
- گاندولفو، جان کارلو. (۱۳۸۰). تجارت بین‌الملل. ترجمه مهدی تقوی و تیمور محمدی. تهران: پژوهشکده امور اقتصادی.

- گروه برنامه‌ریزی وزارت صنعت و تجارت اقلیم کردستان عراق. ministry of trade and industry/planning department
- گزارش اقتصادی استان کردستان (۱۴۰۰). اداره کل اقتصاد و دارایی استان کردستان
- گزارش وزارت برنامه‌ریزی اقلیم کردستان عراق (دسامبر ۲۰۲۲) <https://krso.gov.krd/en/statistics/trade>
- گمرک استان کردستان
- گمرک جمهوری اسلامی ایران: <https://www.irica.ir>
- لطفعلی پور، شاکری، سیده زهرا، بطا، و فاطمه کبری. (۱۳۹۰). بررسی همگرایی اقتصادی میان ایران و کشورهای آمریکای لاتین (کاربرد مدل جاذبه). پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، ۱(۳)، ۷۳-۹۸.
- مدهوشی، مهرداد؛ تاری، غفار. (۱۳۸۶). استراتژی‌های توسعه صادرات غیرنفتی استان مازندران. ۱۹۵-۲۳۳.
- مرکز آمار ایران ۱۴۰۲
- معاونت حقوقی ریاست جمهوری. معاونت تدوین، تنقیح و انتشار قوانین و مقررات (۱۳۹۸)، سند راهبرد ملی توسعه صادرات غیرنفتی کشور.
- معمارنژاد، م. (۱۳۹۹). شناسایی و اولویت‌بندی معیارهای توسعه حمل‌ونقل لجستیک برای جمهوری اسلامی (با رویکرد مطالعه تجربی در کشورهای منتخب و شناسایی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر این حوزه). فصلنامه اقتصاد دفاع، ۵، ۱۰۵-۱۳۳.
- ممی‌پور، س. و نجفی، س. (۱۳۹۵). شناسایی فرصت‌های صادراتی بالقوه و بالفعل محصولات با فناوری پیشرفته در ایران (رهیافت مدل پشتیبانی تصمیم‌گیری). فصلنامه مجلس و راهبرد، ۲۳(۸۸).
- موحد، علی؛ کهزادی، سالار. (۱۳۸۹). تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری استان کردستان با استفاده از مدل SWOT. فصلنامه علمی-پژوهشی پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، ۱(۲)، ۸۵-۱۰۲.
- مومنی، محسن. (۱۳۹۳). بررسی و شناسایی چالش‌های موجود در فرایند ترخیص کالا و ارائه راهکارها. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
- مومنی، منصور؛ فعال قیومی، علی. (۱۴۰۰). تحلیل‌های آماری با استفاده از SPSS. انتشارات کتاب نو، تهران.
- نجات‌نیا، مهدی (۱۳۹۷). «سایه‌روشن بازار عراق». انتشارات چاپ و نشر بازرگانی.
- نجفی، ح.، سعادت، ر.، ابونوری، ا. و مداح. (۱۴۰۲). مدل‌سازی تجارت خارجی با تأکید بر شاخص‌های تحریم و ریسک ژئوپلیتیک، فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، دوره ۱۸، شماره ۳، صفحات ۱۲۹-۹۳.
- نظری، شایان زینیوند، و عبدالله. (۲۰۲۲). بررسی تأثیر نرخ مؤثر ارز (از کانال سیاست‌های ارزی و تجاری) بر صادرات صنعت پتروشیمی ایران (۹۸-۱۳۵۰). فصلنامه پژوهش‌های اقتصاد صنعتی، ۵(۱۸)، ۵۹-۷۲.
- هوشمند، م.، مهدوی عادل، م. ح. و الاهی، س. (۱۳۸۵). تأثیر زیرساخت‌های حمل‌ونقل زمینی بر حجم تجارت بین‌المناطق ایران با کشورهای اکو. فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، ۳۰.
- یزدانی مهدی، و محبی نیا فهیمه. (۱۴۰۰). مزیت نسبی آشکارشده؛ آزمون‌های سازگاری و ثبات (شواهدی از رقابت‌پذیری

بخش‌های کشاورزی، صنعت و خدمات در اقتصاد ایران).

یزدانی، مهدی؛ شریفی شیفته مجتبی. (۱۳۹۸). خلق تجارت دوجانبه ناشی از تشکیل D8 در کشورهای عضو آن: رویکرد تفاضل در تفاضل‌ها. پژوهشنامه اقتصادی، ۱۹(۷۵)، ۱۹۱-۲۲۱.

یزدانی، مهدی؛ صادقی، مینا؛ رضانی، هادی. (۱۳۹۶). اثرات مرزی در تجارت دوجانبه ایران و شرکای برتر تجاری: رویکرد الگوی جاذبه غیر خطی. تحقیقات اقتصادی، ۵۲(۱)، ۲۴۵-۲۶۹.

Aghasafari, H., Aminizadeh, M., & Karbasi, A. (2019). Investigating the Role of Institutions and Infrastructures on Iran ' s Bilateral Trade with Main Trading Partners. 9(35), 53-78. [magiran.com/p1988078](http://magiran.com/p1988078)

Aller, C., Ductor, L., & Herrerias, M. J. (2015). The world trade network and the environment. Energy Economics, 52, 55-68. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2015.09.008>

Álvarez, I. C., Barbero, J., Rodríguez-Pose, A., & Zofio, J. L. (2018). *Does Institutional Quality Matter for Trade? Institutional Conditions in a Sectoral Trade Framework*. World Development, 103, 72-87. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2017.10.010>

Armstrong, S. P. (2007). Measuring trade and trade potential: A survey. Crawford School Asia Pacific Economic Paper, (368).

Ascari, R. (2007). Is export credit agency a misnomer? The ECA response to a changing world. CFO, Sace, 2(02), 32.

Auboin, M., & Ruta, M. (2013). The relationship between exchange rates and international trade: A literature review. World Trade Review, 12(3), 577-605. <https://doi.org/10.1017/S1474745613000025>

Auboin, M., & Ruta, M. (2013). The relationship between exchange rates and international trade: a literature review. World Trade Review, 12(3), 577-605.

Balaguer, J., Florica, T., & Ripollés, J. (2015). *Foreign trade and economic growth in Spain (1900-2012): the role of energy imports*. *Economia Politica*, 32(3), 359-375. <https://doi.org/10.1007/s40888-015-0021-z>

Balassa, B., & Bauwens, L. (1987). *Intra-industry specialisation in a multi-country and multi-industry framework*. The Economic Journal, 97(388), 923-939.

Batra, A. (2004). India's Global Trade Potential: The Gravity Model Approach, Indian Council for Research on International Economic Relations, WP, No. 151.

Bensassi, S., Márquez-Ramos, L., Martínez-Zarzoso, I., & Suárez-Burguet, C. (2015). Relationship between logistics infrastructure and trade: Evidence from Spanish regional exports. Transportation research part A: policy and practice, 72, 47-61.

Bergstrand, J. H. (1990). The Heckscher-Ohlin-Samuelson model, the Linder hypothesis and the determinants of bilateral intra-industry trade. The Economic Journal, 100(403), 1216-1229.

Boddy, C. R. (2016). Sample size for qualitative research. Qualitative market research: An international journal, 19(4), 426-432.

Caballero, J., Candelaria, C., & Hale, G. (2018). Bank linkages and international trade. Journal of International Economics, 115, 30-47. <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2018.08.006>

Caselli, F., Koren, M., Lisicky, M., & Teneyro, S. (2020). Diversification through trade. The Quarterly Journal of Economics, 135(1), 449-502.

Chatfield, M., & Mander, A. (2009). The skillings-mack test (friedman test when there are missing data). Stata Journal, 9(2), 299-305. <https://doi.org/10.1177/1536867x0900900208>

Civelek, M. E. (2018). Comparison of Covariance-Based and Partial Least Square Structural Equation Modeling Methods under Non-Normal Distribution and Small Sample Size Limitations. 10(1), 39-50. <https://doi.org/10.17740/eas.stat.2018-V10-03>

Dadakas, D., Ghazvini Kor, S., Fargher, S. (2020), Examining the trade potential of the UAE using a gravity model and a Poisson pseudo maximum likelihood estimator. The Journal of International Trade &



- Economic Development, 29(5): 619-646.
- de Jong, E., & Bogmans, C. (2011). Does corruption discourage international trade? *European Journal of Political Economy*, 27(2), 385–398. <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2010.11.005>
- de Mendonça, T. G., Lirio, V. S., Braga, M. J., & Da Silva, O. M. (2014). Institutions and bilateral agricultural trade. *Procedia Economics and Finance*, 14, 164-172.
- De, P. (2006). Trade , Infrastructure and Transaction Costs : The Imperatives for Asian Economic Cooperation. 21(December), 708–735.
- Devadason, E. S., Govindaraju, V. G. R. C., & Mubarik, S. (2018). Defining potentials and barriers to trade in the Malaysia–Chile partnership. *International Journal of Emerging Markets*.
- DITC, U. (2010). Non-tariff measures: Evidence from selected developing countries and future research Agenda.
- Dollar, D., & Kraay, A. (2002). *Institutions, Trade and Growth*, The World Bank. Carnegie–Rochester Conference Series on Public Policy,(Forthcoming).
- Durdyev, S., Ismail, S., Ihtiyar, A., Bakar, N. F. S. A., & Darko, A. (2018). A partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) of barriers to sustainable construction in Malaysia. *Journal of Cleaner Production*, 204, 564–572.
- Eaton, J., & Kortum, S. (2002). TECHNOLOGY, GEOGRAPHY, AND TRADE. 70(5), 1741–1779.
- Eric, P., & Alfred, S. (1982). Exchange rate uncertainty and foreign trade. 84.
- Erkan, B., & Yildirimci, E. (2015). Economic Complexity and Export Competitiveness: The Case of Turkey. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 524-533.
- Francois, J., & Manchin, M. (2007). *Institutions, Infrastructure, and Trade* (Vol. 41, Issue May).
- Fujimura, M. (2004). Cross-Border Transport Infrastructure, Regional Integration and Development. ADB Institute Discussion Paper, 16, 1–21.
- Gerald, B. (2018). A Brief Review of Independent, Dependent and One Sample t-test. *International Journal of Applied Mathematics and Theoretical Physics*, 4(2), 50. <https://doi.org/10.11648/j.ijamtp.20180402.13>
- Geringer, J. M., & Hebert, L. (1989). Control and performance of international joint ventures. *Journal of International Business Studies*, 118(1406), 38.
- Geringer, J. M., & Hebert, L. (1991). Measuring performance of international joint ventures. *Journal of International Business Studies*, 91, 18–19.
- Gov.krd. (2023).
- Greif, A. (2006). *Institutions and the Path to the Modern Economy: Lessons from Medieval Trade*. In Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1177/009430610703600124>
- Grubel, H. G. (1967). Intra-industry specialization and the pattern of trade. *Canadian Journal of Economics and Political Science/Revue Canadienne de Economiques et Science Politique*, 33(3), 374–388.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How Many Interviews Are Enough?: An Experiment with Data Saturation and Variability. *Field Methods*, 18(1), 59–82. <https://doi.org/10.1177/1525822X05279903>
- Gul, N., & M.yasin, H. (2011). The Trade Potential of Pakistan : An Application of the Gravity Model The Trade Potential of Pakistan : An Application of the. February.
- Haenlein, M., & Kaplan, A. M. (2004). A beginner’s guide to partial least squares analysis, *Understanding Statistics*”. *Statistical Issues in Psychology and Social Sciences*, Volume 3. *Understanding Statistics*, 3(4), 283–297.
- Hartmann, D., Guevara, M. R., Jara-Figueroa, C., Aristarán, M., & Hidalgo, C. A. (2017). Linking Economic Complexity, Institutions, and Income Inequality. *World Development*, 93, 75-93. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2016.12.020>
- Hatipoglu, E., & Peksen, D. (2016). Economic Sanctions and Banking Crises in Target Economies. *Defence and Peace Economics*, 2694(October), 0. <https://doi.org/10.1080/10242694.2016.1245811>
- Hausman, R, Cunningham, B, Matovu, J. M, Osire, R & Wyett, K (2014). How should Uganda grow? Harvard Kennedy School, Faculty Research Working Paper Series, Working paper.

- Hidalgo, C. A., & Hausmann, R. (2009). The building blocks of economic complexity. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 106(26), 10570-10575.  
<https://doi.org/10.35536/lje.2011.v16.i1.a2>  
<https://kof.ethz.ch/en/forecasts-and-indicators/indicators/kof-globalisation-index.html>  
[https://www.theglobaleconomy.com/rankings/trade\\_openness](https://www.theglobaleconomy.com/rankings/trade_openness)  
<https://www.trademap.org>
- Hulland, J. (1999). Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: A review of four recent studies. *Strategic Management Journal*, 20(2), 195–204.
- International Association of Insurance Supervisors. (2007). *Insurance Core Principles and Methodology. Trade and Development Aspects of Insurance Services and Regulatory Frameworks*, UNCTAD/DITC/TNCD/2007/4, 83–144. [http://www.unctad.org/en/docs/ditctncd20074\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/ditctncd20074_en.pdf) %5Cr
- Invest.gov.krd. (2023).
- Ismail, N. W., & Mahyideen, J. M. (2015). The Impact of Infrastructure on Trade and Economic Asian Development Bank Institute (Issue 553).
- Jungmittag, A. (2019). Service trade restrictiveness and internationalisation of retail trade. *International Economics and Economic Policy*, 16(2), 293–333. <https://doi.org/10.1007/s10368-019-00443-4>
- Kabir, M., & Salim, R. (2010). Can Gravity Model Explain BIMSTEC's Trade? *Journal of Economic Integration*, 25(1), 144–166. <https://doi.org/10.11130/jei.2010.25.1.144>
- Karam, F., & Zaki, C. (2019). Why don't MENA countries trade more? The curse of deficient institutions. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 73, 56–77.
- Kim, M. (2019). Effects of financial constraints on export performance of firms during the global financial crisis: microeconomic evidence from Korea. *Applied Economics Letters*, 26(1), 10–15.  
 ko.mefa.ir.(1401).
- Krugman, P. R., & Obstfeld, M. (2009). *International economics: Theory and policy*. Pearson Education.
- Kyvik Nordås, H., & Piermartini, R. (2004). *Infrastructure and trade*.
- Lacka, E., Chan, H. K., & Wang, X. (2020). Technological advancements and B2B international trade: A bibliometric analysis and review of industrial marketing research. *Industrial Marketing Management*, 88(April), 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.04.007>
- Lapatinas, Athanasios & Garas, Antonios & Boleti, Eirini & Kyriakou, Alexandra. (2019). *Economic complexity and environmental performance: Evidence from a world sample*, MPRA Paper 92833, University Library of Munich, Germany.
- Linder, S. B. (1961). *An essay on trade and transformation*. Almqvist & Wiksell Stockholm.
- Long, G. (2010). China's Sustainable Trade Strategy: An overview. *International Institute for Sustainable Development*, 20.
- Long, M., & Zhou, W. (2017). The role of insurance in international shipping costs. *Economics Letters*, 155, 116–120. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2017.03.025>
- Majeed, M. T. (2014). Corruption and trade. *Journal of Economic Integration*, 29(4), 759–782. <https://doi.org/10.11130/jei.2014.29.4.759>
- Mealy, P., & Teytelboym, A. (2020). Economic complexity and the green economy. *Research Policy*, 103948. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2020.103948>
- Niebles-Nunez, W., Ramirez, J., & Garcia-Tirado, J. (2022). International Trade between Colombia and Asia in the Framework of Logistics Processes: A Bibliometric Review. *Journal of Distribution Science*, 20(10), 39–50. <https://doi.org/10.15722/jds.20.10.202210.39>
- Niepmann, F., & Schmidt-Eisenlohr, T. (2017). International trade, risk and the role of banks. In *Journal of International Economics* (Vol. 107, Issue 4761). <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2017.03.007>
- OECD. World. (2023).
- Papazoglou, C., Pentecost, E. J., & Marques, H. (2006). A gravity model forecast of the potential trade effects of EU enlargement: Lessons from 2004 and path-dependency in integration. *World Economy*, 29(8), 1077–1089. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9701.2006.00834.x>



- Raquel, B., & Krauss, M. (2011). The Role and Importance of Export Credit. Institute of Brazilian Business and Public Management Issues. (<https://www2.gwu.edu/~ibi/minerva/Fall2011/Raquel.pdf>)
- Rose, A. K. (1991). The role of exchange rates in a popular model of international trade. Does the “Marshall-Lerner” condition hold? *Journal of International Economics*, 30(3–4), 301–316. [https://doi.org/10.1016/0022-1996\(91\)90024-Z](https://doi.org/10.1016/0022-1996(91)90024-Z)
- Salvatore, D. (2005). Currency misalignments and trade asymmetries among major economic areas. *The Journal of Economic Asymmetries*, 2(1), 1-23.
- Sander, T., & Lee, T. P. (2014). New Challenges of Economic and Business Development – 2014 SMARTPLS FOR THE HUMAN RESOURCES FIELD New Challenges of Economic and Business Development – 2014.
- Santandertrade.com. (2023). Chinese foreign trade in figures. Santandertrade.Com.
- Spencer, B. J. (1986). What should trade policy target? *Strategic Trade Policy and the New International Economics*, 71–80.
- Stojkoski, Viktor & Kocarev, Ljupco, (2017). "The Relationship Between Growth and Economic Complexity: Evidence from Southeastern and Central Europe," MPRA Paper 77837, University Library of Munich, Germany, revised 2017.
- Sulaymaniyah.mfa.gov.ir
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach’s alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53–55. <https://doi.org/10.5116/ijme.4dfb.8dfd>
- Terzea, E. R. (2016). The Concept of International Trade and Main Classic Theories. *SEA – Practical Application of Science*, IV(11), 243–246.
- The State Council Information Office of the People’s Republic of China. (2018). China and the World Trade Organization (First, Issue June).
- Trefler, D. (1995). The case of Missing trade end other mysteries. *Nature*, 505, 1029–1046.
- Ulengin, F., Cekyay, B., Palut, P. T., Ulengin, B., Kabak, O., Ozaydin, O., & Ekici, S. O. (2015). Effects of quotas on Turkish foreign trade a gravity model. *Transport Policy*, 38, 1–7. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Verter, N. (2015). The Application of International Trade Theories to Agriculture. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(6), 209–219. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n6s4p209>
- Vijayasri, G. V. (2013). The importance of international trade in the world. *International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research*, 2(9), 111–119.
- Wei, Y., & Liu, X. (2006). Productivity spillovers from R and D, exports and FDI in China’s manufacturing sector. *Journal of International Business Studies*, 37(4), 544–557. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400209>
- Wilson, J. S., Mann, C. L., & Otsuki, T. (2003). Trade facilitation and economic development: A new approach to quantifying the impact. *The World Bank Economic Review*, 17(3), 367–389. <https://doi.org/10.1093/wber/lhg027>
- Wong, K. K.-K. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1–32.
- World Bank. (2007). Corruption and Technology in Public Procurement. In World Bank (Issue April).
- World Food Programme. (2022). Executive Board Republic of Türkiye country strategic plan (2023 – 2025).
- World Trade Organization. (2016). World Trade Statistical Review. [www.Wto.Org/Statistics](http://www.Wto.Org/Statistics).
- [www.moec.gov.ae](http://www.moec.gov.ae)
- [www.trade.gov.tr](http://www.trade.gov.tr)
- Yong, A. G., & Pearce, S. (2013). A Beginner’s Guide to Factor Analysis: Focusing on Exploratory Factor Analysis. *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*, 9(2), 79–94. <https://doi.org/10.20982/tqmp.09.2.p079>
- Zhu, S., & Li, R. (2017). Economic complexity, human capital and economic growth: empirical research based on cross-country panel data. *Applied Economics*, 49(38), 3815-3828.