



University of  
Sistan and Baluchestan



Iranian Academy of  
Management Sciences

## Development of a Stratified Model of Export Incentives in Free Trade Zones With the ISM Approach (Case study: Aras Free Trade Zone)

Samad khabbaz Babil<sup>1</sup>, Reza Norouzi Ajirloo<sup>2\*</sup>,  
Moslem Soleymanpor<sup>3</sup>

1. Assistant professor, Department of Business Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.
2. Assistant professor, Department of Business Management, Payame Noor University, Tehran, Iran. (Corresponding Author). E-mail: [Rezanorouzi20@pnu.ac.ir](mailto:Rezanorouzi20@pnu.ac.ir)  
Address: Nakhil St, Lashkarak Highway, Tehran .
3. Assistant professor, Department of Business Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.

### Extended abstract

#### Abstract

The country's free trade zones have always been one of the basic issues of the officials and economic policymakers of the Islamic Republic of Iran; As by examining the country's macroeconomic policies and five-year development plans, it is clear that the export-oriented development of free zones is considered one of the most important economic issues in the country's upstream documents. Based on this, the governments in the Islamic Republic of Iran are trying to provide opportunities for increasing the export of free trade zones in the country by providing export stimuli in different formats and forms. The present article, while identifying the influential export drivers in free trade zones centered on Aras Free Zone, has attempted to stratify and determine their relationships in the form of a structural-interpretive model (ISM).

#### Introduction

Export is not just a word, but it has great and extensive consequences in terms of the development of the country, the promotion of social welfare, employment and especially the employment of the country's educated manpower, the promotion of national power and the links of the national economy with the world economy; And in this way, it effectively helps to maintain and maintain national security. The development of free zones, focusing on export markets, will use the vast human, physical, and natural resources of the country in an optimal and efficient manner, and due to industrial connections, with its extensive diffusion and induction effects, it will lead to the prosperity of the national economy.

In recent years, several measures have been taken, including the establishment of export incentives, in order to develop the export of free zones in the country. According to the annual reports of the Trade Development Organization of Iran, despite the increase in non-oil exports, this increase is not what the country and its potential deserve. Among the reasons that have had an important effect on this issue is the level of perception of export drivers and not paying attention to their mutual effects. Based on this, this article tries to stratify and determine their relationships in the form of a structural model, due to Iran's potential in exporting free trade zones and its role in the country's economic mobility. make an interpretation It is hoped that the results of this research will be taken into consideration by the decision makers and planners of the export development of the country's free trade zones.

#### **Case study**

Since the ISM method has a qualitative approach and is based on the opinions of experts, the opinions of ۳۳ experts in the field of export in Aras Free Zone have been used.

#### **Materials and Methods**

The current research is a descriptive-applied research that was conducted in the field in terms of methodology; And the library method has been used as a complementary method in this research. In a step-by-step approach using library studies and conducting interviews with experts, first the important drivers and their main indicators in the development of exports of free trade zones centered on Aras Free Zone were determined. Then, an interview card was compiled for the leveling of export drivers identified in the Aras Free Zone. The desired information was collected in the form of field research from companies producing products at the level of Aras Free Trade Zone.

An expert-oriented approach was used to analyze the information in the form of structural-interpretive modeling method; The findings of which are presented based on the views and opinions of the experts of the statistical research community, in the form of different matrices and finally the stratified model of the relations of export drivers in free economic zones, centered on Aras Free Zone.

#### **Discussion and Results**

The final and main result of the research includes an integrated model of export drivers in free trade zones, centered on Aras Free Zone, in a hierarchy with one-way or two-way relations. free zones are obtained; And it helps managers and decision-makers in the field of trade and export of the country to have a comprehensive view and attitude of the complex relationships between the drivers affecting the export field of free zones. This issue also enables managers

and decision makers to have proper order and direction in their policies and to identify priorities.

The model obtained from the research shows four drivers: 1- delegation of authority to the provinces and decentralization in export planning and development, 2- development of commercial and export infrastructure, 3- transparency of laws and elimination of redundant regulations in the export process, 4- formation of tables Export specialization is one of the basic factors in the development of exports of free zones based on the opinion of experts in the statistical research community.

Five drivers: 1- Development and strengthening of export enterprises and organizations, 2- Market research and marketing in the target countries for export, 3- Reforming the pricing process of export products, 4- Development and promotion of parts packaging, 5- Development and attraction of foreign investment in the regions Free trade of the country is among the final drivers in the integrated leveling model of export drivers in the free zone of Aras. Of course, according to the return relations in the research model, export stimuli are also influential on their basic stimuli. If by examining the MICMAC matrix, most of the export drivers are located in the linked area or close to it; This issue indicates that most of the export drivers in the free trade zones of Ares have effective relationships and are influenced by each other.

**Keywords:** export development; export incentives; Rating; interpretative structural modeling; free trade zones

---

**Article Type:** Research Article

---

**Cite this article:** khabbaz Babil, S., Norouzi Ajirloo, R., & Soleymanpor, M. (2025). Development of a Stratified Model of Export Incentives in Free Trade Zones With the ISM Approach (Case study: Aras Free Trade Zone). *Public Management Researches*, 18 (69), 189-216. (In Persian)

**DOI:**10.22111/JMR.2024.46954.6080

**Received:** 16 Oct. 2023

**Revised:** 27 Feb. 2024

**Accepted:** 28 Oct. 2024

**Published online:** 23 Sep 2025

© The Author(s).

**Publisher:** University of Sistan and Baluchestan

---





## تدوین الگوی سطح‌بندی شده محرک‌های صادراتی در مناطق آزاد تجاری با رویکرد ISM (مطالعه موردی: منطقه آزاد تجاری ارس)

صمدخیز باویل<sup>۱</sup> - رضا نوروزی اجیرلو<sup>۲\*</sup> - مسلم سلیمان پور<sup>۳</sup>

۱. استادیار گروه مدیریت دانشگاه پیام‌نور، تهران، ایران.

۲. نویسنده مسئول، استادیار گروه مدیریت دانشگاه پیام‌نور، تهران، ایران. [Rezanorouzi20@pnu.ac.ir](mailto:Rezanorouzi20@pnu.ac.ir)

۳. استادیار گروه مدیریت دانشگاه پیام‌نور، تهران، ایران.

### چکیده

هدف از مقاله حاضر، شناسایی محرک‌های صادراتی تأثیرگذار در مناطق آزاد تجاری با محوریت منطقه آزاد ارس و سطح‌بندی و تعیین روابط آنها در قالب یک مدل ساختاری - تفسیری (ISM) است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر گردآوری اطلاعات از نوع توصیفی بوده و از روش کتابخانه‌ای، دلفی و ISM در آن استفاده شده است. پژوهش حاضر دارای رویکرد کیفی و مبتنی بر نظرات خبرگان بوده و از نظرات ۲۳ خبره حوزه صادرات در منطقه آزاد ارس استفاده شده است. یافته‌های پژوهش مطابق با گام‌های ISM در قالب جداول و نمودار کلی نشان داده شده است. نتیجه نهایی و اصلی تحقیق دربرگیرنده مدل یکپارچه محرک‌های صادراتی در منطقه آزاد تجاری ارس در یک سلسله مراتب با روابط یک طرفه یا دو طرفه است. این مدل یکپارچه از بررسی و تحلیل روابط و سطح‌بندی محرک‌های تأثیرگذار در صادرات مناطق آزاد تجاری به دست آمده است؛ و به مدیران و تصمیم‌گیران حوزه تجارت و صادرات کشور کمک می‌کند تا دید و نگرش جامعی از ارتباطات پیچیده بین محرک‌های اثرگذار بر حوزه صادرات مناطق آزاد تجاری کشور داشته باشند. نتایج این مدل نشان می‌دهد که چهار محرک: ۱- تفویض اختیار به استان‌ها و تمرکز زدایی در برنامه‌ریزی، ۲- توسعه زیرساخت‌های تجاری و صادراتی، ۳- شفافیت قوانین و حذف مقررات زائد در فرآیند صادرات، ۴- تشکیل میزهای تخصصی صادرات، جزو عوامل پایه‌ای و مبنایی در توسعه صادرات مناطق آزاد می‌باشند.

**واژه‌های کلیدی:** توسعه صادرات؛ محرک‌های صادراتی؛ سطح‌بندی؛ مدل‌سازی ساختاری تفسیری؛ مناطق آزاد تجاری.

استناد: خباز باویل، صمد؛ نوروزی اجیرلو، رضا؛ سلیمان پور، مسلم. (۱۴۰۴). تدوین الگوی سطح‌بندی شده محرک‌های صادراتی در مناطق آزاد تجاری با رویکرد ISM (مطالعه موردی: منطقه آزاد تجاری ارس)، پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۱۸(۶۹)، ۲۱۶-۱۸۹.



DOI:10.22111/JMR.2024.46954.6080

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۲۴ تاریخ ویرایش: ۱۴۰۲/۱۲/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۰۷ تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۷/۰۱

نوع مقاله: علمی پژوهشی ناشر: دانشگاه سیستان و بلوچستان حق مؤلف © نویسندگان

## مقدمه

ارتقاء قدرت اقتصاد ملی و جایگاه آن در اقتصاد جهانی مستلزم افزایش میزان صادرات غیرنفتی کشور است (Raei & Dehmarde Gale Noo, 2021). از مهمترین عوامل توسعه صادرات غیرنفتی کشور می‌توان به عملکرد مناطق آزاد تجاری کشور اشاره نمود (Feyzullahzadeh et al, 2019; Ghanbarpur et al., 2021) که قادر است در صورت برنامه‌ریزی صحیح و مبتنی بر صادرات نقش ارزنده‌ای در توسعه صادرات و رونق اقتصاد ملی ایفا نماید. توسعه مناطق آزاد با تمرکز بر بازارهای صادراتی، منابع عظیم اقتصادی کشور را فعال می‌نماید (Kalanki & Rezaei, 2023). تجربه سایر کشورها و از جمله کشورهای جنوب و شرق آسیا و کشورهایی در حوزه پیرامونی ایران نظیر ترکیه و امارات، اثبات‌کننده این مدعا است (Mah, 2011; Onaran et al., 2008).

صادرات مناطق آزاد همواره از موضوعات اساسی مورد نظر مسئولان و سیاست‌گذاران اقتصادی جمهوری اسلامی ایران بوده است؛ چنانکه با بررسی برنامه‌های توسعه کشور مشخص می‌شود که صادرات مناطق آزاد از مهمترین مسائل اقتصادی مورد توجه در اسناد برنامه‌های پنج ساله توسعه کشور محسوب می‌شود (The Law of the Seventh Development Plan of the Islamic Republic of Iran, 2023) از سوی دیگر بیانیه گام دوم انقلاب تأکید دارد که اقتصاد کشور باید به گونه‌ای توسعه یابد که باعث کاهش اتکای کشور به صادرات نفتی شود (Statement of the Second Step of the Islamic Revolution of Iran, 2018). بر این اساس دولت‌ها در جمهوری اسلامی ایران سعی دارند با ارائه محرک‌های صادراتی در قالب معافیت‌ها و تسهیلات، حذف مقررات زائد، توسعه بنگاه‌ها و تشکلهای صادراتی، جذب سرمایه‌گذاری خارجی، گسترش روابط اقتصادی با کشورهای مختلف، توسعه زیرساخت‌های تجاری، انتخاب صادرکنندگان نمونه و اعطای جوایز ویژه و غیره زمینه‌های افزایش صادرات مناطق آزاد را در کشور فراهم آورند.

با بررسی آمارهای تجارت جهانی، سهم مناطق آزاد در تجارت جهانی سالانه افزایش می‌یابد (Muminjon, 2023). کشور ما نیز به دلیل داشتن پتانسیل‌های لازم در توسعه مناطق آزاد، می‌تواند در امر صادرات غیرنفتی با برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح، به موفقیت‌های بزرگی نائل آید (Panahifar et al., 2021:167). از این جهت ضرورت

شناسایی و بررسی محرک‌های صادراتی در مناطق آزاد اقتصادی اهمیتی مضاعف برای توسعه و افزایش صادرات غیر نفتی در ایران دارد.

در سال‌های اخیر علی‌رغم برقراری برخی از محرک‌های صادراتی در مناطق آزاد تجاری، افزایش در میزان صادرات غیرنفتی مناسب نبوده و شایسته‌توان بالقوه کشور نمی‌باشد. یکی از دلایل اصلی این موضوع هم‌سطح‌پنداری و عدم توجه به روابط متقابل محرک‌های صادراتی می‌باشد. نکته مهم این است که هر یک از محرک‌های صادراتی تأثیر متفاوتی بر عملکرد صادرات مناطق آزاد می‌گذارد. بعضی از این محرک‌ها، پایه و مبنای محرک‌های دیگر می‌باشند، و برخی دیگر میزان تأثیرپذیری زیادی از محرک‌های صادراتی دیگر دارند. از سوی دیگر ممکن است بعضی از محرک‌ها ارتباط اندکی با دیگر محرک‌ها داشته باشند و برخی دیگر نیز ممکن است به عنوان واسط بین محرک‌های صادراتی عمل نمایند. بر این اساس لازم است مسئولان و تصمیم‌گیران در مناطق آزاد اقتصادی برای افزایش و توسعه صادرات، ضمن شناسایی و سطح‌بندی محرک‌های صادراتی، با ارائه الگو یا مدلی نوع تأثیر هر یک از محرک‌ها بر یکدیگر را تعیین نمایند. این کار باعث بهبود در برنامه‌ریزی‌ها و تصمیم‌گیری‌های مسئولین در جهت افزایش صادرات مناطق آزاد تجاری می‌گردد؛ و همچنین نگرش و دید مناسبی در اختیار سیاست‌گذاران اقتصادی کشور در راستای توسعه و افزایش صادرات غیر نفتی قرار می‌دهد. از این جهت پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به سه سوال اساسی زیر می‌باشد:

- ۱- محرک‌های صادراتی مهم در مناطق آزاد تجاری با تأکید بر منطقه آزاد اقتصادی ارس کدامند؟
- ۲- هر یک از محرک‌های صادراتی شناسایی شده در امر توسعه صادرات منطقه آزاد ارس، در چه سطحی قرار دارند؟
- ۳- الگو یا مدل روابط محرک‌های صادراتی چگونه است؟

### مبانی نظری پژوهش

محرک‌های صادرات به طور مستقیم بر عملکرد صادراتی تأثیر نداشته، اما به طور غیرمستقیم و از طریق تأثیرگذاری بر استراتژی صادراتی شرکت‌ها، بر عملکرد صادراتی تأثیر مثبت و معنادار دارد (Kalanki & Rezaei, 2023). بر این اساس با تدوین و

برنامه‌ریزی مناسب در مدیریت محرک‌های صادرات کشور، شرکت‌های فعال در مناطق آزاد اقتصادی می‌توانند استراتژی مناسبی را با توجه به شرایط و موقعیت کنونی و آینده‌ی خود انتخاب نمایند تا به بقا و رشد این شرکت‌ها در عرصه‌ی پُر رقابت صنعت جهان، کمک کند (Kalabi et al., 2021). بدون توجه به ریشه‌ی ملی، اندازه‌ی سازمان و نوع صنعت تقریباً همه‌ی شرکت‌ها به این واقعیت رسیده‌اند که مشارکت نکردن در بازارهای جهانی یک انتخاب طولانی مدت برای آن‌ها نخواهد بود (Das, 2016).

با بررسی پیشینه‌ی تحقیقات قبلی در حیطه‌ی محرک‌های صادرات در مناطق آزاد اقتصادی ایران می‌توان به پژوهش‌هایی دست یافت که هریک از آن‌ها اغلب به یک موضوع اساسی در زمینه‌ی توسعه‌ی صادرات در مناطق آزاد پرداخته است. برخی از محققین همکاری مشترک بین‌المللی با شرکت‌های خارجی را عاملی اساسی در ارتقاء عملکرد صادراتی شرکت‌های مستقر در مناطق آزاد می‌دانند (Heydari Rad et al., 2021). از دیدگاه آنان همکاری مشترک بین‌المللی به شرکت‌ها فرصت می‌دهد تا نسبت به ارتقاء مزیت رقابتی و انتقال تکنولوژی جهت افزایش منابع و قابلیت‌های سازمانی خود اقدام کنند (Heydari Rad et al., 2021). محققین دیگری دسترسی به اطلاعات واقعی، مربوط و دقیق درباره‌ی بازار صادراتی و تصمیم‌گیری بر اساس این اطلاعات برای حضور در بازار خارجی را امری مهم و ضروری می‌دانند (Bakhtiari Shahri et al, 2023). در واقع دستیابی به اطلاعات بازار صادراتی منجر به کاهش عدم اطمینان و ریسک در عملکرد صادراتی می‌شود. مطالعه‌ی ادبیات بازاریابی بین‌المللی نشان می‌دهد که بازاریابان بین‌المللی با شکست‌های فراوانی روبرو بوده‌اند که عمده‌ترین دلیل آن‌ها، انتخاب ضعیف بازارهای خارجی بوده است (Morell, 2018؛ Feyzullahzadeh et al., 2019). این اشتباه بیشتر از آن جهت حادث می‌شود که با ارزیابی ناکافی یا نامناسب به انتخاب بازارها اقدام می‌شود (Kalabi et al., 2021). در پژوهشی دیگر آسیب‌های حاصل از بروکراسی‌های شدید در سازمان‌های مرتبط با امر صادرات، عامل اصلی اُفت و یا کاهش عملکرد صادراتی شرکت‌ها در مناطق آزاد اقتصادی می‌دانند (Polner & Kagawa, 2018). علت اصلی آن جابجایی هدف در این‌گونه از سازمان‌هاست، که آن‌ها را از رسالت و مأموریت اصلی خود دور می‌سازد.

دولت‌ها معمولاً سعی می‌کنند، تا با طراحی و بکارگیری مناسب محرک‌های صادراتی از عملکرد صادراتی شرکت‌ها حمایت نمایند. از نظر تئوریک، عوامل تعیین‌کننده‌ی عملکرد صادراتی را به عوامل درونی (تحت کنترل سازمان) و عوامل بیرونی (محیطی و غیر قابل کنترل برای سازمان) طبقه‌بندی نموده‌اند (Haghighi et al., 2007). بر اساس تحقیقات قبلی غالباً محرک‌های صادراتی، محرک‌های بیرونی و واکنشی صادرات هستند که ممکن است بر عملکرد یا استراتژی صادرات شرکت‌ها تأثیر داشته باشند (Ranjbarian et al., 2011).

در یک نگاه کلی و در بررسی پیشینه‌ی تحقیقات قبلی، عمدتاً به رابطه‌ی مثبت بین محرک‌های صادراتی و عملکرد صادراتی اشاره می‌کنند (Raei, Dehmarde GaleNoo, 2021; Voytyuk & Marinchenko, 2021; Onaran & Yazar, 2008). در حالی که در برخی تحقیقات این محرک‌ها در تحقق اهداف عملکرد صادراتی گاهاً شکست خورده‌اند (Baldwin, 2021)؛ حتی هاوس (۲۰۱۹) به یک رابطه‌ی معکوس بین محرک‌های صادراتی و عملکرد صادراتی اشاره نموده است (Hawes, 2019).

با بررسی پیشینه تحقیقات کاربردی در رابطه با محرک‌های صادرات غیرنفتی و توسعه مناطق آزاد اقتصادی با تحقیقات و پژوهش‌های مختلف و متنوعی برخورد می‌کنیم که به برخی از مهمترین آنها در جدول (۱) اشاره شده است.

جدول شماره ۱: پیشینه تحقیقات کاربردی در رابطه با محرک‌های صادرات غیرنفتی و توسعه مناطق آزاد

مورد استفاده	سال	پژوهشگر
توسعه تجارت خارجی و فعالیت‌های واسطه‌ای در مناطق آزاد اقتصادی	۲۰۲۳	Muminjon,
مدل سازی توسعه صادرات بنگاه‌ها در منطقه آزاد اقتصادی کالوگا	۲۰۲۱	Voytyuk & Marinchenko
سیاست‌های صادراتی در مناطق آزاد فیلیپین	۲۰۱۹	Hawes
سیاست‌های ترویج صادرات در مناطق اقتصادی کره جنوبی	۲۰۱۱	Mah
کاهش موانع تجاری و تسهیل قوانین تجارت در مناطق آزاد	۲۰۲۳	کلانکی و رضایی
بررسی نقش موانع قانونی بر ناکارآمدی مناطق آزاد ساحلی ایران	۲۰۲۱	مرادی و همکاران
موفقیت یا شکست طرح‌های سرمایه‌گذاری مناطق آزاد تجاری - صنعتی ارس و ماکو و منطقه ویژه اقتصادی سلماس با رویکرد صادرات محور	۲۰۲۲	شکرزاده و همکاران
تأثیر اقتصاد دانش‌بنیان بر صادرات غیرنفتی ایران	۲۰۲۱	راعی و دهمرده قلعه‌نو
مدل شبکه‌ای ریسک در بخش صادرات غیرنفتی ایران	۲۰۱۹	مختاری موغاری و همکاران

به دلیل اهمیت توسعه صادرات، دولت‌ها معمولاً اقدام به حمایت از فعالیت‌های صادراتی شرکت‌ها با بکارگیری محرک‌های صادراتی می‌کنند، که به استراتژی‌های ملی توسعه صادرات معروف هستند. هدف محرک‌های صادراتی کمک به شرکت‌های فعال در یک قلمرو اقتصادی برای شروع یا ادامه فعالیت‌های بین‌المللی صادراتی است ( Hasan Golipour, ( Motavasseli, Mohammadi & Hosseini, 2019). در کشور جمهوری اسلامی ایران، موضوع حمایت از صادرات با تکیه بر اصل یکصد و سی و هشتم قانون اساسی (Constitution of the Islamic Republic of Iran -The principle 138) برای اولین بار با مصوبه هیئت وزیران در مورخه ۱۳۸۰/۴/۱۰ روند اجرایی به خود گرفت ( Trade Development Organization of Iran, 2012) و به تدریج و در طول دوره‌ها و سال‌های بعد و بر اساس برنامه‌ریزی‌های راهبردی در حوزه صادرات، نوع، میزان و کیفیت محرک‌های صادراتی دچار تحولات و تغییرات چشم‌گیری گردیده و به تنوع آنها افزوده شده است؛ در نتیجه آن محرک‌های صادراتی که در سال ۱۳۸۰ تنها محدود به جوایز صادراتی و ارائه تسهیلات و معافیت‌ها در بعضی از صنایع و تولیدات بود، به بیش از ۳۰ محرک در سال ۱۳۹۲ و در صنایع گوناگون افزایش یافته است ( Trade Development Organization of Iran - Export and Import Regulations Office, 2013).

### روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر بر اساس روش مدلسازی ساختاری- تفسیری انجام گرفته است؛ و از روش کتابخانه‌ای و دلفی به عنوان روش مکمل استفاده شده است. در یک رویکرد گام به گام با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و انجام روش دلفی با صاحب‌نظران، ابتدا محرک‌های مهم در توسعه صادرات مناطق آزاد تجاری با محوریت منطقه آزاد ارس تعیین گردید. سپس کارت مصاحبه‌ای برای سطح‌بندی محرک‌های صادراتی شناسایی شده در منطقه آزاد ارس، تدوین شد. اطلاعات مورد نظر به صورت خبره محور از مدیران ارشد شرکت‌های تولیدکننده محصولات در سطح منطقه آزاد تجاری ارس، جمع‌آوری گردید. یکی از بهترین رویکردها برای سطح‌بندی و ارائه الگوی تأثیرگذاری، مدل‌سازی ساختاری- تفسیری ISM می‌باشد (Azar & Khorrami, 2021؛ Ziae et al, 2021؛ Habibi, 2021). این رویکرد تصمیم‌گیران و برنامه‌ریزان مناطق آزاد تجاری کشور را قادر می‌سازد که روابط

پیچیده بین تعداد زیادی از محرک‌های صادراتی را ترسیم کنند و به عنوان ابزاری برای نظم بخشیدن و جهت دادن به پیچیدگی روابط بین محرک‌های صادراتی استفاده نمایند. گام‌های مدل‌سازی ساختاری- تفسیری (ISM) عبارتند از: (Azar & Khorrami, 2021)؛ (Tizrou, 2019).

• گام اول: شناسایی عوامل مرتبط با مسأله پژوهش. با انجام مطالعات کتابخانه‌ای و دریافت نظرات خبرگان با رویکرد دلفی، مهمترین محرک‌های صادراتی در مناطق آزاد تجاری با محوریت منطقه آزاد ارس تعیین گردید.

• گام دوم: تشکیل ماتریس خود تعاملی ساختاری<sup>۱</sup> (SSIM).

• گام سوم: ایجاد ماتریس دسترسی<sup>۲</sup> اولیه.

• گام چهارم: ایجاد ماتریس دسترسی نهائی.

• گام پنجم: تعیین سطح عوامل.

• گام ششم: ترسیم مدل ساختاری- تفسیری.

• گام هفتم: تحلیل قدرت نفوذ و میزان وابستگی با استفاده از ماتریس MICMAC

جامعه آماری پژوهش شامل مدیران ارشد شرکت‌های تولیدکننده محصولات در سطح منطقه آزاد ارس می‌باشد که در امر صادرات فعال می‌باشند. براین اساس تعداد ۸۱ شرکت شناسایی گردید که مدیران ارشد آنها - که در اغلب موارد صاحبان آن شرکتها هستند - به عنوان خبرگان حیطة صادرات در منطقه آزاد ارس در نظر گرفته شدند.

بر اساس تئوری وارفیلد در مدل‌سازی ساختاری- تفسیری باید تعداد خبرگان بین ۱۲ الی ۲۵ نفر انتخاب گردد. (Azar, Khosravani & Jalali, 2018) ( $12 \leq X \leq 25$ ) بر این اساس برای تعیین نمونه پژوهشی از جامعه آماری تحقیق، پژوهشگران ملاک خبرگی را بر اساس دو شاخص میزان تجربه شرکت در امر صادرات و سطح تحصیلات مدیران ارشد شرکتها، قرار دادند. براساس روش نمونه‌گیری هدفمند، مدیران ارشدی در نظر گرفته شده‌اند که حداقل دارای مدرک تحصیلی فوق لیسانس بوده و شرکت آنها سابقه حداقل ۱۰

1. Structural Self- Interaction Matrix

2. Reachability Matrix

ساله در امر تولید و صادرات داشته باشد. در نتیجه تعداد ۲۳ نفر که دارای دو ملاک خبرگی فوق بوده‌اند، به عنوان نمونه پژوهشی در نظر گرفته شده‌اند. روش گردآوری داده‌ها از طریق انجام مصاحبه ساختاریافته در قالب ماتریس SSIM می‌باشد که در آن روایی ابزار گردآوری داده‌ها براساس تأیید گویه‌ها توسط خبرگان پژوهش حاصل شده است و از سویی دیگر پایایی آن نیز براساس تأیید نتایج حاصل با مراجعه مجدد به مصاحبه شونده‌گان و تأیید همکاران پژوهشی حاصل شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از: ۱- از مدل ساختاری-تفسیری به دست آمده از پژوهش و براساس تعداد سطوح و روابط بین متغیرها در سطوح مختلف مدل استفاده شده است. ۲- از ماتریس MICMAC و موقعیت متغیرها در نواحی چهارگانه استفاده شده است.

### یافته‌های پژوهش

در یک رویکرد گام به گام ابتدا با مطالعات کتابخانه‌ای شانزده محرک صادراتی و شاخص‌های مرتبط با محرک‌ها شناسایی گردید. سپس با انجام روش دلفی در سه دور و بین خبرگان پژوهش، تعداد دو محرک حذف گردید و هیچ محرکی هم اضافه نگردید. لازم به ذکر است تعداد دورهای روش دلفی براساس ضریب کندال (W) تعیین گردید. به طوری که در دورهای اول تا سوم مقادیر ضریب کندال به ترتیب عبارت بودند از: ۰/۷۲۳، ۰/۸۰۸ و ۰/۸۴۲ در نتیجه با توجه به افزایش اندک این ضریب در دورهای دوم و سوم (۰/۳۴) امکان توقف دورهای روش دلفی فراهم گردید. نتایج حاصل از مطالعات کتابخانه‌ای و اجرای روش دلفی در جدول (۲) مشخص است.

جدول شماره ۲: محرک‌های صادراتی در منطقه آزاد تجاری ارس و شاخص‌های آن

محرک‌ها	شاخص‌ها
۱- شفافیت قوانین و حذف مقررات زائد در فرآیند صادرات	* حذف موانع غیرتعرفه‌ای و مجوزهای موردی برای صادرات (Amini, 2013) * تصویب آیین‌نامه‌های روابط اقتصادی و سیاسی با کشورهای همسایه و منطقه - Twenty-year vision document for the country's development (Vision 1404) * تدوین قوانین جدید و شفافیت و روان‌سازی در امر صادرات (Feyzullahzadeh et al, 2019)
۲- معافیت‌ها و تسهیلات و جوایز ویژه برای صادرکنندگان	* شمول معافیت‌های مالیاتی و عوارضی صادرکنندگان * حذف و کاهش فرآیند اداری دریافت مجوز و سپردن تعهدات ارزی * کمیت و کیفیت بیمه‌ها و یارانه‌های صادراتی؛

شاخص‌ها	محرک‌ها
(Trade Development Organization of Iran - Export and Import Regulations Office, 2013) * پرداخت سریع، افزایش میزان و تنوع جوایز صادراتی (Panahifar et al, 2021) * انتخاب منطقه نمونه صادراتی و ایجاد رقابت منطقه‌ای (Onaran & Yazar, 2008)	
* تعداد و عملکرد خوشه‌ها و تشکل‌های صادرات (Panahifar et al, 2021) * گسترش اختیارات خوشه‌ها و تشکل‌ها با مشارکت در تصمیمات صادرات (Mah, 2011) * مشارکت فعال در نمایشگاه‌های بین‌المللی و اعزام هیأت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری (Trade Development Organization of Iran, 2012)	۳- توسعه و تقویت بنگاه‌ها و تشکل‌های صادراتی
* تشکیل کارگروه‌های مشترک جذب سرمایه‌گذاری خارجی (Polner & Kagawa, 2018) * راه‌اندازی دفاتر نمایندگی اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن ایران در کشورهای هدف * بسترسازی جهت توسعه فعالیت شرکت‌های بیمه‌ای خارجی در مناطق آزاد (Amini, 2013)	۴- توسعه و جذب سرمایه‌گذاری خارجی
* ساده‌سازی و روان‌سازی و اصلاح فرآیند قیمت‌گذاری کالاهای صادراتی * ایجاد وحدت رویه در ارزش‌یابی کالاهای صادراتی (Polner & Kagawa, 2018) * تجدید نظر در کلیه قیمت‌های صادراتی و ایجاد بانک اطلاعاتی (Trade Development Organization of Iran, 2012)	۵- اصلاح فرآیند قیمت‌گذاری محصولات صادراتی
* مشارکت صادرکنندگان در امور کارشناسی صادرات از منطقه آزاد (سند چشم‌انداز بیست ساله) (Twenty-year vision document for the country's development) * میزان اختیار صادرکنندگان در تصمیم‌سازی مربوط به صادرات از منطقه آزاد (Feyzollahzadeh et al, 2019) * کمیت و کیفیت برپایی میزهای تخصصی صادرات مرتبط با کشورهای هدف Law of the Sixth Development Plan of the Iran (2017-2021)	۶- تشکیل میزهای تخصصی صادرات کالاها و خدمات
* برنامه‌ریزی و تدوین طرح جامع صادرات به کشورهای همسایه و منطقه (Expediency Discernment Council - Strategic Research Center) * تهیه و تنظیم بانک اطلاعات اولیه بازارهای صادراتی برای صادرکنندگان (Trade Development Organization of Iran, 2012) * حمایت از ایجاد و تقویت سازمان‌های تحقیقات بازاریابی جهت صادرات (Ranjbarian et al, 2011)	۷- تحقیقات بازار و بازاریابی در کشورهای هدف برای صادرات
* برگزاری گردهمایی‌ها و سمینارها در زمینه صادرات از مناطق آزاد (Morell, 2018) * برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی تخصصی صادرات (Morell, 2018) * ایجاد فرهنگ مناسب برای صادرات در مناطق آزاد (Ranjbarian et al, 2011)	۸- ارائه آموزش‌های لازم در خصوص صادرات
* ارائه خدمات مشاوره‌ای مورد نیاز صادرکنندگان مناطق آزاد * ایجاد پایگاه‌های دانش و اطلاعات تجاری طبقه‌بندی شده (Feyzollahzadeh et al, 2019) * اطلاع‌رسانی الکترونیکی و انتشار کتب، مقالات و گزارش‌ها (Feyzollahzadeh, Mohammadzadeh & Karari, 2019)	۹- اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی در زمینه صادرات

شاخص‌ها	محرک‌ها
* اطلاع‌رسانی به موقع و مناسب رویدادهای تجاری در زمینه صادرات (Trade Development Organization of Iran, 2012)	
* امضاء قراردادهای و موافقتنامه‌های تجاری و اقتصادی با کشورهای هدف صادرات (خصوصاً همسایگان و کشورهای اسلامی) (The Law of the Seventh Development Plan of the Iran, 2023) * اعزام هیأت‌های تجاری، بازاریابی و سرمایه‌گذاری به کشورهای هدف صادرات (Expediency Discernment Council - Strategic Research Center) * برگزاری و شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی داخلی و خارج از کشور * برگزاری همایش‌های فرصت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری با کشورهای هدف صادرات (Trade Development Organization of Iran, 2012)	۱۰- گسترش روابط اقتصادی و بازرگانی با کشورهای جهان خصوصاً همسایگان و کشورهای اسلامی و منطقه
* تهیه استانداردها و دستورالعمل‌های بسته‌بندی محصولات صادراتی (برنامه ششم و هفتم توسعه) (Trade Development Organization of Iran - Export and Import Regulations Office, 2013) * انجام تحقیقات مرتبط با بسته‌بندی با هدف افزایش اثربخشی و کارایی و کاهش هزینه (Trade Development Organization of Iran, 2012) * برگزاری کارگاه‌ها و کنفرانس‌های تخصصی بسته‌بندی Law of the Sixth Development Plan of the Iran (2017-2021)	۱۱- توسعه و ترویج بسته‌بندی محصولات
* ایجاد پایانه‌های صادراتی جهت توسعه صادرات (Iran Customs, Center for Import Affairs and Free and Special Zones, 2013) * افزایش امکانات و خدمات بارگیری و انبارداری در مناطق آزاد اقتصادی (Das, 2016) * تجهیز ناوگان حمل‌ونقل صادرات کالا و خدمات (Techakanont, 2011)	۱۲- توسعه زیرساخت‌های تجاری و صادراتی
* تسهیل در روند اجرایی عملیات پولی، بانکی و بیمه‌ای (Polner & Kagawa, 2018) * تفویض اختیار تصمیم‌گیری و انجام امور به مناطق آزاد * زیرساخت‌های مناسب مدیریتی در مناطق آزاد برای توسعه تجارت و صادرات (The Law of the Seventh Development Plan of the Iran, 2023)	۱۳- توسعه و تقویت مدیران مناطق آزاد و ویژه اقتصادی کشور
* تدوین و اجرای برنامه راهبردی توسعه صادرات Twenty-year vision document for the country's development * تشکیل کمیسیون‌ها و میزهای تخصصی صادرات (Trade Development Organization of Iran, 2012) * حمایت طرح و پروژه‌های منطقه‌ای توسعه صادرات (The Law of the Seventh Development Plan of the Iran, 2023)	۱۴- تفویض اختیار به استان‌ها و تمرکز زدایی در برنامه‌ریزی و توسعه صادرات

یافته‌های پژوهش مربوط به اجرای مراحل مدلسازی ساختاری و تفسیری در جداول (۳)(۴)(۵)(۶)(۷) و نمودار (۱) به شرح زیر می‌باشد:

جدول شماره ۳: ماتریس خود تعاملی ساختاری (SSIM)

۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	محرک‌های صادراتی	ردیف
	O	V	V	V	X	O	O	O	V	O	O	O	A	شفافیت قوانین و حذف مقررات زائد در فرآیند صادرات	۱
		V	O	O	A	V	O	O	V	O	O	O	O	معافیت‌ها و تسهیلات و جوایز ویژه برای صادر کنندگان	۲
			X	A	A	X	A	A	X	A	A	X	A	توسعه و تقویت بنگاه‌ها و تشکل‌های صادراتی	۳
				O	A	A	O	O	X	V	A	A	O	توسعه و جذب سرمایه‌گذاری خارجی	۴
					A	A	O	O	O	O	A	X	O	اصلاح فرآیند قیمت‌گذاری محصولات صادراتی	۵
						V	X	X	V	V	A	O	A	تشکیل میزهای تخصصی صادرات کالاها و خدمات	۶
							X	V	A	V	O	X	O	تحقیقات بازار و بازاریابی در کشورهای هدف برای صادرات	۷
								X	O	V	O	O	O	ارائه آموزش‌های لازم در خصوص صادرات	۸
									O	V	O	O	O	اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی در زمینه صادرات	۹
										A	X	X	A	گسترش روابط اقتصادی و بازرگانی با کشورهای جهان خصوصاً همسایگان و کشورهای اسلامی	۱۰
											O	A	O	توسعه و ترویج بسته‌بندی محصولات	۱۱
												X	X	توسعه زیرساخت‌های تجاری و صادراتی	۱۲
													A	توسعه و تقویت مناطق آزاد و ویژه اقتصادی کشور	۱۳
														تفویض اختیار به استان‌ها و تمرکز زدایی در برنامه‌ریزی و توسعه صادرات	۱۴

جدول شماره ۴: ماتریس دسترسی اولیه (ماتریس R)

محرک‌های صادراتی	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴
۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۳	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۴	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۵	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۶	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۷	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۸	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۹	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۰	۰	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱
۱۱	۰	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱
۱۲	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱
۱۳	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱
۱۴	۱	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۱

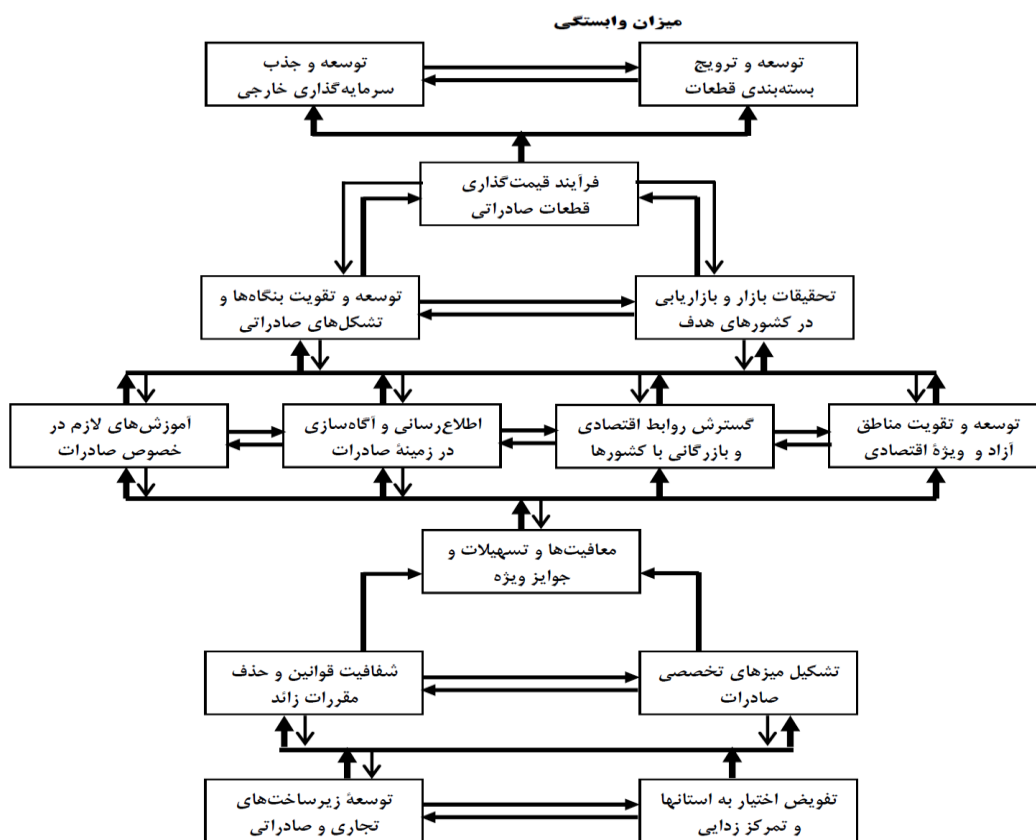
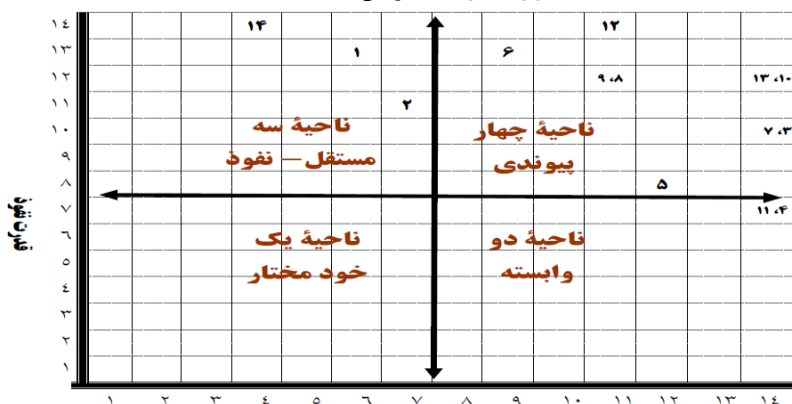
جدول شماره ۵: ماتریس دسترسی نهائی (ماتریس R\*)

محرك‌های صادراتی	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	نقوذ
۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۳
۲	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۱
۳	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۰
۴	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۷
۵	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۸
۶	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۳
۷	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۰
۸	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۲
۹	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۲
۱۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۲
۱۱	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۷
۱۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۴
۱۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۲
۱۴	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۴
وابستگی	۶	۷	۱۴	۱۴	۱۲	۹	۱۴	۱۱	۱۱	۱۱	۱۴	۱۴	۱۴	۱۴	۴

جدول شماره ۶: تکرار دوم تا هفتم در تعیین سطوح محرك‌های صادراتی

تکرار دوم				
سطح	مجموعه مشترک	مجموعه ورودی	مجموعه خروجی	محرك‌های صادراتی
دو	۱۳،۱۲،۱۰،۷،۵،۳	۱۰،۹،۸،۷،۶،۵،۳،۲،۱ ۱۴،۱۳،۱۲	۱۳،۱۲،۱۰،۷،۵،۳	۵- اصلاح فرایند قیمت‌گذاری محصولات صادراتی
تکرار سوم				
سه	۱۳،۱۲،۱۰،۹،۸،۷،۶،۳	۱۲،۱۰،۹،۸،۷،۶،۳،۲،۱ ۱۴،۱۳	۱۳،۱۲،۱۰،۹،۸،۷،۶،۳	۳- توسعه و تقویت بنگاه‌ها و تشکل‌های صادراتی
سه	۱۳،۱۰،۹،۸،۷،۶،۳	۱۲،۱۰،۹،۸،۷،۶،۳،۲،۱ ۱۴،۱۳	۱۳،۱۰،۹،۸،۷،۶،۳	۷- تحقیقات بازار و بازاریابی در کشورهای هدف برای صادرات
تکرار چهارم				
چهار	۱۰،۱۳،۹،۸،۶،۲،۱	۱۴،۱۳،۱۲،۱۰،۹،۸،۶،۲،۱	۱۳،۱۰،۹،۸،۶،۲،۱	۸- ارائه آموزش‌های لازم در خصوص صادرات
چهار	۱۰،۱۳،۹،۸،۶،۲،۱	۱۴،۱۳،۱۲،۱۰،۹،۸،۶،۲،۱	۱۳،۱۰،۹،۸،۶،۲،۱	۹- اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی در زمینه صادرات
چهار	۱۴،۱۳،۱۲،۱۰،۹،۸،۶	۱۴،۱۳،۱۲،۱۰،۹،۸،۶،۲،۱	۱۴،۱۳،۱۲،۱۰،۹،۸،۶	۱۰- گسترش روابط اقتصادی و بازرگانی با کشورهای جهان خصوصاً همسایگان و کشورهای اسلامی
چهار	۱۴،۱۳،۱۲،۱۰،۹،۸،۶	۱۴،۱۳،۱۲،۱۰،۹،۸،۶،۲،۱	۱۴،۱۳،۱۲،۱۰،۹،۸،۶	۱۳- توسعه و تقویت مناطق آزاد و ویژه اقتصادی کشور
تکرار پنجم				
پنج	۱۲،۲	۱۴،۱۲،۶،۲،۱	۱۲،۲	۲- معافیت‌ها و تسهیلات و جوایز ویژه برای صادرکنندگان
تکرار ششم				
شش	۱۲،۶،۱	۱۴،۱۲،۶،۱	۱۲،۶،۱	۱- شفافیت قوانین و حذف مقررات زائد در فرایند صادرات
شش	۱۲،۶،۱	۱۴،۱۲،۶،۱	۱۲،۶،۱	۶- تشکیل میزهای تخصصی صادرات کالاها و خدمات
تکرار هفتم				
هفت	۱۴،۱۲	۱۴،۱۲	۱۴،۱۲	۱۲- توسعه زیرساخت‌های تجاری و صادراتی
هفت	۱۴،۱۲	۱۴،۱۲	۱۴،۱۲	۱۴- تفویض اختیار به استان‌ها و تمرکز زدایی در برنامه‌ریزی و توسعه صادرات

جدول شماره ۷: ماتریس MICMAC



نمودار شماره ۱: مدل ساختاری-تفسیری محرک‌های صادراتی در مناطق آزاد تجاری-ارز

## بحث و نتیجه‌گیری

نتیجه نهایی و اصلی تحقیق دربرگیرنده مدل یکپارچه محرک‌های صادراتی در مناطق آزاد تجاری با محوریت منطقه آزاد ارس در یک سلسله مراتب با روابط یک طرفه یا دو طرفه است. (نمودار ۱) این مدل یکپارچه از بررسی و تحلیل روابط و سطح‌بندی محرک‌های تأثیرگذار در صادرات مناطق آزاد به دست آمده است؛ و به مدیران و تصمیم‌گیران حوزه تجارت و صادرات کشور کمک می‌کند تا دید و نگرش جامعی از ارتباطات پیچیده بین محرک‌های اثرگذار بر حوزه صادرات مناطق آزاد داشته باشند. این موضوع همچنین مدیران و تصمیم‌گیران را قادر می‌سازد تا در سیاست‌گذاری‌های خود نظم و جهت‌گیری مناسبی داشته باشند و اولویت‌ها را شناسایی نمایند.

مدل به دست آمده از تحقیق نشان می‌دهد چهار محرک: ۱- تفویض اختیار به استان‌ها و تمرکز زدایی در برنامه‌ریزی و توسعه صادرات، ۲- توسعه زیرساخت‌های تجاری و صادراتی، ۳- شفافیت قوانین و حذف مقررات زائد در فرآیند صادرات، ۴- تشکیل میزهای تخصصی صادرات، محرک‌هایی دارای قدرت نفوذ بالا که تأثیرگذاری زیادی بر سایر محرک‌ها دارند، به عنوان عوامل پایه‌ای به حساب می‌آیند.

با توجه به الگوی روابط در عوامل پایه‌ای مدل می‌توان نتیجه گرفت که تفویض اختیار به استان‌ها و تمرکز زدایی در برنامه‌ریزی و توسعه صادرات مناطق آزاد باعث تشکیل کمیسیون‌ها و میزهای تخصصی صادرات در استان‌ها می‌شود. این کمیسیون‌ها و میزهای تخصصی با توجه به نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید استان می‌توانند به تدوین و اجرای برنامه‌های راهبردی توسعه صادرات مناطق آزاد در آن استان بپردازند؛ این امر باعث حمایت از طرح‌ها و پروژه‌های استانی توسعه صادرات خواهد شد. البته باید توجه نمود که لازمه این تفویض اختیار و تمرکز زدایی، توسعه زیرساخت‌های تجاری و صادراتی مناطق آزاد در قالب ایجاد پایانه‌های صادراتی و افزایش خدمات گمرکی و تجهیز ناوگان حمل‌ونقل صادرات کالا می‌باشد؛ این موضوع به صورت روابط متقابل این دو محرک در مدل تحقیق نشان داده شده است. نتایج این قسمت با یافته‌های پژوهش‌های انجام شده توسط بالدوین (۲۰۲۱)، تیچاکوننت (۲۰۱۱)، و مرادی و همکاران (۲۰۲۱) مطابقت دارد. در این میان دولت‌ها می‌توانند با تدوین قوانین جدید و شفاف در امر صادرات و واردات و نیز حذف یا کاهش موانع تعرفه‌ای، تسهیل‌گر روابط اقتصادی و تجاری مناطق آزاد با کشورهای همسایه و منطقه باشند.

پژوهش‌های انجام شده توسط قنبرپور و همکاران (۲۰۲۱) و نیز راعی و دهمرده قلعه نو (۲۰۲۱) موید این مطلب است. این چهار محرک پایه‌ای و مبنایی، سیاست‌گذاران حوزه‌ی تجارت و بازرگانی کشور را قادر می‌سازند تا چگونگی و نوع بهینه و اثرگذار معافیت‌ها، تسهیلات و جوایز ویژه برای صادرکنندگان را خصوصاً در مناطق آزاد و ویژه اقتصادی تعیین نمایند. با توجه به نتایج تحقیقات شکرزاده و شکرزاده (۲۰۲۲)، هاوس (۲۰۱۹) اوناران و یازار (۲۰۰۸)، شمول و جامعیت معافیت‌های مالیاتی و عوارضی صادرکنندگان، کاهش فرآیند اداری دریافت مجوز و سپردن تعهدات ارزی، کمیت و کیفیت بیمه‌ها و یارانه‌های صادراتی، انتخاب منطقه‌ی نمونه‌ی صادراتی و ایجاد رقابت منطقه‌ای بین صادرکنندگان، جزو شاخص‌های مطرح در این حوزه می‌باشد که در یافته‌های این پژوهش نیز به آن‌ها تأکید شده است. اثربخشی و موفقیت نحوه‌ی ارائه معافیت‌ها و تسهیلات و جوایز ویژه، در حوزه‌های اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی در زمینه‌ی صادرات، ارائه آموزش‌های لازم در خصوص صادرات و نیز گسترش روابط اقتصادی و بازرگانی با دیگر کشورها، خود را نشان می‌دهد. چنانچه در مدل تحقیق نشان داده شده است، این محرک‌های صادراتی به صورت متقابل بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند. در بررسی این موضوع در پیشینه‌ی تحقیق، می‌توان به مواردی مشابه دست یافت. کلابی و همکاران (۲۰۲۱)، ویوتیوک و مارینچنکو (۲۰۲۱) به نوعی ارتباط متقابل بین اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی در زمینه‌ی کسب‌وکار و آموزش‌های مرتبط و در نتیجه گسترش تجارت و صادرات به کشورهای دیگر، اشاره نموده‌اند. کلانکی و رضائی (۲۰۲۳)، به تأثیرات مستقیم و متقابل توسعه و تقویت مناطق آزاد و ویژه‌ی اقتصادی با گسترش روابط اقتصادی و بازرگانی به دیگر کشورها اشاره نموده‌اند. باید توجه نمود که گسترش روابط اقتصادی و بازرگانی با کشورهای دیگر، بر اساس شاخص‌های جدول ۱ و با فرض روابط سیاسی مناسب است؛ رویکرد سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران خصوصاً با همسایگان و کشورهای اسلامی، تأییدکننده‌ی این فرض است. نکته‌ی اساسی این است که سطح‌بندی و مدل‌سازی محرک‌های صادراتی در منطقه آزاد ارس بر اساس شاخص‌های احصاء شده در جدول (۲) می‌باشد.

پنج محرک: ۱. توسعه و تقویت بنگاه‌ها و تشکل‌های صادراتی، ۲. تحقیقات بازار و بازاریابی در کشورهای هدف برای صادرات، ۳. اصلاح فرآیند قیمت‌گذاری محصولات صادراتی، ۴. توسعه و ترویج بسته‌بندی قطعات، ۵. توسعه و جذب سرمایه‌گذاری خارجی در منطقه آزاد، جزو محرک‌های نهایی در مدل یکپارچه‌ی سطح‌بندی محرک‌های صادراتی در منطقه آزاد ارس

می‌باشند. در راستای توسعه و تقویت بنگاه‌ها و تشکل‌های صادراتی، تشکیل خوشه‌های صنعتی و گسترش اختیارات آن‌ها از طریق مشارکت در تصمیم‌های مربوط به صادرات، توصیه می‌شود. مشارکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی و اعزام هیأت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری، باعث ارتقاء کیفیت عملکرد شرکت‌های صنعتی در امر صادرات می‌شود. در پژوهشی، بختیاری شهری و همکاران (۲۰۲۳)، مختاری موعاری و همکاران (۲۰۱۹)، مومین‌جون (۲۰۲۳) به نقش ارتباطات صنعتی در توسعه بنگاه‌ها و افزایش صادرات اشاره نموده‌اند. از سوی دیگر بر اساس مدل پژوهش بین توسعه و تقویت بنگاه‌ها و تشکل‌های صادراتی منطقه آزاد ارس و تحقیقات بازار و بازاریابی در کشورهای هدف برای صادرات، ارتباط دوسویه وجود دارد. این ارتباط متقابل و دوسویه در تحقیق حیدری راد و همکاران (۲۰۲۱)، پناهی‌فر و همکاران (۲۰۲۱) و بالدوین (۲۰۲۱) نیز مورد اشاره قرار گرفته است. با انجام تحقیقات بازاریابی و تقویت تشکل‌های صادراتی، زمینه‌ی تجدید نظر در قیمت‌های صادراتی فراهم می‌آید؛ این امر مستلزم ساده‌سازی و روان‌سازی و اصلاح فرآیند قیمت‌گذاری کالاهای صادراتی از مناطق آزاد اقتصادی است. توسعه و ترویج بسته‌بندی قطعات و توسعه و جذب سرمایه‌گذاری خارجی، آخرین محرک‌هایی هستند که می‌توانند در امر سیاست‌گذاری صادرات منطقه آزاد ارس مورد توجه قرار گیرند. دلیل اصلی آن وابستگی این محرک‌ها به عملکرد سایر محرک‌ها در یک محدوده‌ی زمانی است. این موضوع در بررسی ماتریس MICMAC بیشتر آشکار می‌شود.

با توجه به روابط برگشتی در مدل ساختاری- تفسیری پژوهش، محرک‌های صادراتی بر محرک‌های پایه‌ای و مبنایی خود نیز تأثیرگذار هستند. چنانچه با بررسی ماتریس MICMAC، بیشتر محرک‌های صادراتی در ناحیه‌ی پیوندی و یا نزدیک به آن قرار دارند؛ این موضوع بیانگر آن است که اکثر محرک‌های صادراتی در منطقه آزاد اقتصادی ارس، دارای روابط تأثیرگذار و تأثیرپذیر از یکدیگر هستند. محرک‌های اول، دوم و چهاردهم (با توجه به جدول ۲ و ۸) در ناحیه‌ی نفوذ قرار دارند؛ به این معنی که محرک‌های اشاره شده ضمن تأثیرگذاری بر سایر محرک‌ها، تأثیرپذیری کمتری از آنها دارند و مستقل هستند. سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان حوزه‌ی صادرات مناطق آزاد، باید توجه ویژه‌ای نسبت به این محرک‌های صادراتی داشته باشند و اولویت سیاست‌ها و برنامه‌های خود را نسبت به آن قرار دهند. محرک‌های چهارم و یازدهم (با توجه به جدول ۲ و ۸) در ناحیه‌ی وابسته قرار دارند. یعنی این محرک‌ها بیشتر از سایر

محرک‌ها تأثیرپذیر هستند و بیشترین وابستگی را به سایر محرک‌ها دارند؛ بر این اساس تقویت این محرک‌ها وابسته به عملکرد محرک‌های دیگر است.

در یک نگاه کلی و در بررسی پیشینه‌ی تحقیقات قبلی، راعی و دهمرده قلعه نو (۲۰۲۱)، ویوتیوک و مارینچنکو (۲۰۲۱)، اوناران و یازار (۲۰۰۸) به رابطه‌ی مثبت بین محرک‌های صادراتی و عملکرد صادراتی اشاره می‌کنند؛ در حالی که بالدوین (۲۰۲۱) در تحقیقات خود نشان داده که این محرک‌ها در تحقق اهداف عملکرد صادراتی گاهاً شکست خورده‌اند؛ حتی هاوس (۲۰۱۹) به یک رابطه‌ی معکوس بین محرک‌های صادراتی و عملکرد صادراتی اشاره نموده است. این تحقیقات نشان می‌دهد که همواره محرک‌های صادراتی در مدیریت توسعه‌ی صادرات الزاماً عملکرد یکسانی از خود نشان نمی‌دهد. شاید تفاوت‌های ماهیتی بین صنایع گوناگون، تفاوت‌های فرهنگی، اقتصادی و قانونی در کشورهای مختلف و یا سایر عوامل دیگر باعث این عملکرد متفاوت باشد؛ ولی یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که یکی از علل اصلی هم‌سطح‌پنداری محرک‌های صادراتی و عدم توجه به روابط متقابل آنها از لحاظ تقدم زمانی و علی می‌باشد. در واقع در اغلب تحقیقات گذشته همواره روابط همبستگی و علی میان محرک‌های صادراتی و عملکرد صادراتی مورد توجه قرار می‌گرفت، در حالی که به روابط بین خود محرک‌های صادراتی کمتر توجه می‌شد. سهم این پژوهش از دانش‌افزایی مرتبط با این موضوع، توجه به الگوی روابط بین محرک‌های صادراتی در مناطق آزاد با محوریت منطقه آزاد ارس است و کمک می‌کند تا سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان حوزه‌ی صادرات با توجه به مدل به دست آمده از پژوهش، یک دید جامع‌نگر نسبت به محرک‌های صادراتی در منطقه آزاد ارس داشته باشند و آن‌ها را به عنوان عوامل هم‌سطح و مستقل از هم به شمار نیاورند.

پیشنهادات پژوهش حاضر براساس روش‌شناسی مدل ساختاری- تفسیری بر اساس مدل نهایی بدست آمده در یافته‌های پژوهش (نمودار ۱) و ماتریس MICMAC (جدول ۷) می‌باشد. همچنین از شاخص‌های احصاء شده برای محرک‌های صادراتی مطابق با (جدول ۱) در ارائه پیشنهادات استفاده شده است:

۱- با ایجاد زیرساخت‌های تجاری و صادراتی و فراهم کردن امکاناتی در قالب پایانه‌های صادراتی و خدمات حمل‌ونقل برای شرکت‌های عموماً متوسط و کوچک، شرایطی مهیا شود تا صادرات از مناطق آزاد با سهولت بیشتری انجام شود.

۲- با تفویض اختیار به استان‌ها و تمرکز زدایی در برنامه‌ریزی و توسعه صادرات، زمینه‌های توسعه صادرات در مناطق آزاد تجاری کشور با توجه به مزیت‌های هر استان فراهم می‌آید؛ و نیز با ایجاد رقابت صادراتی در بین مناطق آزاد تجاری، انگیزه لازم برای توسعه صادرات فراهم می‌شود.

۳- قوانین و مقررات بازدارنده و رویه‌های تجاری اصلاح شوند و مورد بازنگری قرار گیرند. این کار با بهره‌گیری از مکانیسم‌های لازم برای هماهنگی بین فعالیت‌های قانون‌گذاری، سیاست‌گذاری در مناطق آزاد تجاری با بخش خصوصی و شرکت‌های تولیدی-صادراتی، امکان‌پذیر است.

۴- با فعال‌سازی میزهای تخصصی صادرات، میزان کارآمدی و اثربخشی فعالیت‌های مرتبط با توسعه صادرات و بازاریابی شرکت‌های فعال در مناطق آزاد افزایش می‌یابد؛ و این فعالیت‌ها عمدتاً در بازارهای هدف و بر روی محصولات که پتانسیل صادراتی بیشتری دارند متمرکز شود. ۵- مکانیسم‌های حمایتی و تشویقی در قالب معافیت‌ها، تسهیلات و جوایز ویژه باید به گونه‌ای طراحی و اجرا شود که موجبات ارتقای عملکرد صادراتی مناطق آزاد تجاری ترجیحاً در قالب شرکت‌های کوچک و متوسط فراهم آید.

۶- از طریق آموزش‌های لازم در خصوص صادرات، میزان آگاهی شرکت‌های مستقر در مناطق آزاد نسبت به اهمیت صادرات افزایش یابد؛ و نیروی انسانی کافی برای بخش صادرات تربیت شود و این نیرو مهارت‌های لازم را از طریق کارآموزی کسب کند.

۷- باید اطمینان حاصل شود اطلاعاتی که در اختیار صادرکنندگان قرار می‌گیرد، روزآمد، قابل استفاده و منطبق با استانداردهای جهانی است این کار باعث افزایش پتانسیل صادرات شرکت‌های ایرانی از مناطق آزاد اقتصادی می‌شود. برای رسیدن به چنین هدفی می‌توان اقدامات زیر را انجام داد:

- فعال کردن پایگاه دسترسی به اطلاعات بازار
  - استفاده از تجارت الکترونیکی در بخش صادرات مناطق آزاد
  - ایجاد مراکز اطلاعاتی برای صادرکنندگان مناطق آزاد
- ۸- برای گسترش روابط اقتصادی و بازرگانی با کشورهای همسایه و اسلامی، مکانیسم‌هایی برای تجارت متقابل طراحی و برای شروع از تجارت ترجیحی و موافقت‌نامه‌های جبرانی کمک گرفته شود.

۹- برای توسعه و تقویت بنگاه‌ها و تشکل‌های صادراتی، خط‌مشی‌هایی اتخاذ شود که اختیارات و بودجه مورد نیاز خوشه‌های صنعتی برای مشارکت فعال در نمایشگاه‌های بین‌المللی و اعزام هیأت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری، تأمین گردد.

۱۱- برنامه‌هایی برای گسترش تحقیقات بازار و بازاریابی در کشورهای هدف صادراتی، باید به مرحله اجرا درآید. همچنین این تحقیقات باید از کیفیت و اثربخشی مناسب برخوردار باشد و لازمه این امر حمایت دولت از تحقیقات بازار و بازاریابی است.

۱۲- فرآیند قیمت‌گذاری محصولات صادراتی باید اصلاح شود، به نحوی که تولیدکنندگان محصولات صادراتی بتوانند محصولات تولیدی خود را با قیمت‌های رقابتی بین‌المللی عرضه کنند. بر این اساس عواملی که سبب افزایش هزینه‌های صادراتی می‌شوند باید شناسایی و حذف شوند.

۱۳- با توسعه و ترویج بسته‌بندی محصولات ساخت ایران تصویر مثبتی در ذهن خریداران بین‌المللی ایجاد شود.

۱۴- برای توسعه و جذب سرمایه‌گذاری خارجی توصیه می‌شود شرکت‌های مستقر در مناطق آزاد به صورت خوشه‌های صنعتی و با حمایت دولت، با شرکت‌های بزرگ جهان ارتباط برقرار نموده و با انتقال تکنولوژی‌های روز دنیا رشد و شکوفایی صنعتی را برای کشور به ارمغان آورند.

### حمایت و قدردانی

این پژوهش از حمایت مادی و معنوی هیچ سازمانی برخوردار نبوده است.

### منابع فارسی

امینی، امیر هوشنگ. (۱۳۸۳). برنامه جامع توسعه صادرات در فرآیند توسعه اقتصادی کشور، نشریه اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران. ۱(۳)، ۹-۴.

آذر، عادل؛ خرمی، امیر. (۱۴۰۰). طراحی مدل چابکی زنجیره تأمین در صنعت دارو با رویکرد مدلسازی ساختاری تفسیری (ISM)، پژوهش‌های مدیریت عمومی. ۱۴(۵۳)، ۶۳-۲۹.

آذر، عادل؛ خسروانی، فرزانه؛ جلالی، رضا. (۱۳۹۸). تحقیق در عملیات نرم- رویکردهای ساختاردهی مسأله، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، تهران، چاپ چهارم، ۲۷۶-۲۵۷.

بختیاری شهری، احمد؛ آرون، صاحب‌داد؛ جهانتیغ، نادیا. (۱۴۰۲). شناسایی عوامل موثر بر پذیرش تجارت الکترونیک در شرکت‌های کوچک و متوسط شهرستان چابهار، پژوهش‌های مدیریت عمومی. ۱۶(۶۱)، ۲۹۲-۲۶۷.

بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی ایران، ۲۲ بهمن ۱۳۹۷.

پناهی فر، یعقوب؛ خوش‌چهره، محمد؛ حمیدی‌زاده، محمدرضا؛ منوریان، عباس. (۱۴۰۰). طراحی مدل خط‌مشی‌گذاری توسعه صادرات غیرنفتی در مناطق آزاد ایران، فصلنامه سیاست‌گذاری عمومی. ۷(۲)، ۱۸۵-۱۶۷.

تیز رو، علی. (۱۳۹۹). طراحی مدل زنجیره تأمین چابک- رویکرد مدل‌سازی تفسیری ساختاری، رساله دکتری مدیریت، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.

حبیبی، آر.ش. (۱۴۰۰). روش پژوهش پیشرفته، انتشارات نارون دانش، تهران.

حسن‌قلی‌پور، طهمورث؛ متوسلی، محمود؛ محمدی، شاپور؛ حسینی، فرشید. (۱۳۸۹). تأثیر برنامه‌های تشویق صادرات بر عملکرد صادراتی- مطالعه موردی: صنعت برق، نشریه مدیریت بازرگانی. ۲(۵)، ۴۰-۲۱.

حقیقی، محمد؛ فیروزیان، محمود؛ نجفی مجد، صمد. (۱۳۸۷). شناسایی عوامل تعیین‌کننده عملکرد صادراتی در صنعت مواد غذایی، نشریه مدیریت بازرگانی. ۱(۱)، ۳-۲۰.

حیدری راد، امیر؛ آهنگری، عبدالمجید؛ آسایش، حمید. (۱۴۰۰). بررسی نقش سرمایه‌گذاری و بهره‌وری مناطق آزاد اروند، قشم و کیش بر اشتغال، مجله اقتصاد و بانکداری اسلامی، ۱۰(۳۷)، ۴۹۸-۴۸۵.

راعی، سیده سمانه؛ دهمرده قلعه نو، نظر. (۱۴۰۰). تأثیر اقتصاد دانش‌بنیان بر صادرات غیرنفتی ایران، فصلنامه اقتصاد مقداری، ۱۸(۲)، ۵۵-۴۳.

رنجبریان، بهرام؛ صادقی، امیر؛ غلامی کرین، محمود؛ لطفی جلال آبادی، مصطفی (۱۳۹۱). نقش آمیخته بازاریابی در توسعه صادرات قطعه‌سازی خودرو، نشریه چشم‌انداز مدیریت بازرگانی. ۳(۱۰)، ۹۳-۷۹.

سازمان توسعه تجارت ایران (۱۳۹۱). سند راهبرد ملی توسعه صادرات غیر نفتی جمهوری اسلامی ایران.

سازمان توسعه تجارت ایران- دفتر مقررات صادرات و واردات. (۱۳۹۲). مقررات صادرات و واردات و آیین‌نامه اجرایی آن- بر اساس مصوبه هیأت دولت در جلسه مورخه ۱۳۹۱/۱۲/۲۷.

سند چشم‌انداز بیست ساله توسعه کشور- چشم‌انداز ۱۴۰۴.

شکرزاده، مرتضی؛ شکرزاده، مجتبی. (۱۴۰۱). پیش بینی موفقیت طرح‌های سرمایه‌گذاری مناطق آزاد تجاری - صنعتی ارس و ماکو و منطقه ویژه اقتصادی سلماس با استفاده از تکنیک شبکه عصبی چندلایه پرسپترون، دوفصلنامه اقتصاد توسعه و برنامه‌ریزی. ۹(۲)، ۲۲۴-۱۹۷.

شهسوار، محمدرضا؛ دهقان، فرانک. (۱۳۸۸). بررسی عوامل موثر بر بی‌ثباتی صادرات غیر نفتی- مطالعه موردی: استان‌های فارس و آذربایجان شرقی، فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی. ۱۷(۵۱)، ۱۲۴-۱۰۵.

ضیائی، محمود؛ فقیهی، ابوالحسن؛ طهماسبی، اصغر؛ نعمتی، ولی. (۱۴۰۰). طراحی الگوی مدیریت توسعه گردشگری عشایری با استفاده از رویکرد مدلسازی ساختاری-تفسیری، پژوهش‌های مدیریت عمومی. ۱۴(۵۳)، ۲۷-۵.

فیض‌الله زاده، مرتضی؛ محمدزاده، شهرام؛ کراری، صمد. (۱۳۹۹). تعیین راهبرد مناسب برای بازاریابی و صادرات محصولات کشاورزی در تعاونی‌های تولید منطقه آزاد ماکو، فصلنامه تعاون و کشاورزی. ۹(۳۵)، ۵۳-۸۰.

قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران- اصل ۱۳۸  
 قانون برنامه پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۰-۱۳۹۴).  
 قانون برنامه ششم توسعه جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۶-۱۴۰۰).  
 قانون برنامه هفتم توسعه جمهوری اسلامی ایران. (۱۴۰۲). ماده‌های مربوط به بخش اقتصاد، ماده‌های مربوط به بخش نظام اداری و مدیریت و نیز ماده‌های مربوط به بخش توسعه منطقه‌ای.  
 قنبرپور، خدیجه؛ مهکویی، حجت؛ امیری، علی؛ زین‌العابدین عموقین، یوسف. (۱۴۰۰). تحلیل تأثیر مناطق آزاد بر توسعه اقتصادی در ایران، مطالعه موردی: منطقه آزاد ارس؛ فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی. ۱۰(۳۹)، ۲۶-۷.

کلایی، امیرمحمد؛ یدالهی فارسی، جهانگیر؛ عزیزی، مریم. (۱۴۰۰). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل کلیدی موفقیت مدل کسب‌وکار، پژوهش‌های مدیریت عمومی. ۱۴(۵۴)، ۸۴-۶۱.  
 کلانکی، محمدرضا؛ رضائی، امیرعلی. (۱۴۰۲). تاثیر رویکردهای نظری بر حقوق بین‌الملل اقتصادی: نیاز به تحلیل‌های اجتماعی در مناطق تجارت آزاد، اولین کنفرانس بین‌المللی نوآوری، رشد و توسعه در مدیریت، حسابداری و علوم انسانی. تهران، ایران.  
 گزارشات سالانه سازمان توسعه تجارت ایران، ۱۴۰۱.  
 گمرک ایران، مرکز امور واردات و مناطق آزاد و ویژه. (۱۳۹۲). مصوبه شماره ۱۷۱۲۰/ت ۴۹۰۴۲ مورخه ۱۳۹۲/۲/۱ هیأت وزیران.

مجمع تشخیص مصلحت نظام- مرکز تحقیقات استراتژیک. (۱۳۹۱). بررسی چشم‌انداز استراتژیک ترکیه. مختاری موغاری، مهدیه؛ عباسیان، عزت‌اله؛ حسنقلی پور یاسوری، طهمورث؛ محمودی، وحید(۱۳۹۹). مدل شبکه‌ای ریسک در بخش صادرات غیرنفتی ایران، فصلنامه مدیریت بازرگانی، ۱۲(۳)، ۷۲۶-۷۰۲.  
 مرادی، امین؛ اعظمی، هادی؛ پاپلی یزدی، محمدحسین؛ زرقانی، سیدهادی. (۱۴۰۱). بررسی نقش موانع قانونی مدیریت سیاسی فضا بر ناکارآمدی مناطق آزاد ساحلی ایران، مجموعه مقالات اولین همایش ملی آمایش سرزمین با تاکید بر دریا، بنادر و سواحل، تهران، انجمن جغرافیائی ایران و سازمان کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران.

## References

- Annual reports of the Trade Development Organization of Iran, 2022.( In Persian)  
 Amini, A. H. (2013). The comprehensive program of export development in the process of economic development of the country, Iran Chamber of Commerce and Industries and Mines. 1(3), 9-4.( In Persian)

- Azar, A., & Khorrami, A. (2021). Designing the supply chain agility model in the pharmaceutical industry with the interpretive structural modeling (ISM) approach, public management research. 14(53), 63-29.( In Persian)
- Azar, Ad., Khosravani, F., & Jalali, R. (2018). Research in soft operations - Problem structuring approaches, Industrial Management Organization Publications, Tehran, 4th edition, 257-276.( In Persian)
- Bakhtiari Shahri, A., Aron, S., & Jahantigh, N. (2023). Identifying factors affecting the adoption of e-commerce in small and medium-sized companies in Chabahar city, public management research. 16(61), 292-267.( In Persian)
- Baldwin, Robert E. (2021). *Economic development and export growth*, University of California Press.
- Constitution of the Islamic Republic of Iran - The principle 138.( In Persian)
- Das, P. (2016). Roadmap for Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) in Odisha. *Vilakshan: The XIMB Journal of Management*. 13(2).
- Expediency Discernment Council - Strategic Research Center. Review of Türkiye's strategic outlook. (In Persian)
- Feyzullahzadeh, M., Mohammadzadeh, S., & Karari, S. (2019). Determining the appropriate strategy for marketing and exporting agricultural products in production cooperatives of Mako Azad Zone, Cooperative and Agriculture Quarterly. 9(35), 53-80. (In Persian)
- Ghanbarpur, K., Mahkooi, H., Amiri, A., & Zeynal Abedin Amouqin, Y. (2021). Analysis of the impact of free zones on economic development in Iran, case study: Aras Free Zone; Quarterly Journal of Geography and Environmental Studies. 10(39), 7-26. (In Persian)
- Habibi, A. (2021). *Advanced Research Methodology*, Naron Danesh Publications, Tehran.( In Persian)
- Haghighi, M., Firouzian, M., & Najafi Majd, S. (2007). Identifying the determinants of export performance in the food industry, Journal of Business Management. 1(1), 3-20.( In Persian)
- Hasan Golipour, T., Motavasseli, M., Mohammadi, S., & Hosseini, F. (2019). The effect of export promotion programs on export performance - a case study: electricity industry, commercial management journal. 2(5), 21-40.( In Persian)
- Hawes, Gary. (2019). *The Philippine State and the Marcos Regime-The Politics of Export*, Cornell University Press. eBook- ISBN: 9781501734953.
- Heydari Rad, A., Ahangari, A. M., & Asayesh, H. (2021). Investigating the role of investment and productivity of Arvand, Qeshm and Kish free zones on employment, Journal of Islamic Economics and Banking, 10 (37), 498-485.( In Persian)
- Iran Customs, Center for Import Affairs and Free and Special Zones (2013). Approved by the Council of Ministers No. 17120/T 49042 dated 1/2/1392. (In Persian)

- Kalabi, A. M., Yadollahi Farsi, J., & Azizi, M. (2021). Identifying and prioritizing the key success factors of the business model, public management research. 14(54), 84-61. (In Persian)
- Kalanki, M., & Rezaei, A. A. (2023). The Impact of Theoretical Approaches on International Economic Law: The Need for Social Analyzes in Free Trade Zones, First International Conference on Innovation, Growth and Development in Management, Accounting and Humanities. Tehran Iran. (In Persian)
- Law of the Sixth Development Plan of the Islamic Republic of Iran (2017-2021). (In Persian)
- Mah, J.S. (2011). Export promotion policies, export composition and economic development of Korea. *The Law and Development Review*. 4(2), 3-27.
- Mokhtari Mughari, M., Abbasian, E., Hassan Golipour Yasuri, T., & Mahmoudi, V. (2019). Risk network model in Iran's non-oil export sector, *Business Management Quarterly*, 12(3), 702-726. (In Persian)
- Moradi, Amin., Azami, H., Popli Yazdi, M. H., & Zargani, S.H. (2021). Investigating the role of legal obstacles in the political management of space on the inefficiency of Iran's coastal free zones, Proceedings of the First National Conference on Land Development with Emphasis on the Sea, Ports and Coasts, Tehran, Geographical Society of Iran and Shipping Organization of the Islamic Republic of Iran.( In Persian)
- Morell, J. A. (2018). Systematic iteration between model and methodology: A proposed approach to evaluating unintended consequences. *Evaluation and program planning*. 68, 243-252.
- Muminjon, Mukhiddinov (2023). Improving the Efficiency of Supply Chains in Free Economic Zones, *International Scientific Journal*, 2(2): 174-178.
- Onaran, Z. A., & YAZAR, T. (2008). The effects of economic policies and export promotion on export revenues in developing countries. *Journal of Naval Sciences and Engineering*. 4(1), 60-75.
- Panahifar, Y., Khoshchareh, M., Hamidizadeh, M. R., & Manourian, A. (2021). Designing a policy model for the development of non-oil exports in Iran's free zones, *Public Policy Quarterly*. 7(2), 185-167.
- Polner, M., & Kagawa, S. (2018). Addressing challenges related to Customs controls in free zones. *WCO News*, 87.
- Raei, S. S., & Dehmarde Gale Noo, N. (2021). The impact of knowledge-based economy on Iran's non-oil exports, *Ekhtaz Qahti Quarterly*, 18(2), 43-55.( In Persian)
- Ranjbarian, B., Sadeghi, A., Gholami Kerin, Ma., Lotfi Jalilabadi, M (2011). The role of the marketing mix in the development of the export of automobile parts, the publication of the perspective of business management. 3(10), 93-79.( In Persian)
- Shokarzadeh, M., & Shokarzadeh, M (2022) predicting the success of the investment projects of Aras and Mako commercial-industrial free zones and

- Selmas special economic zone using perceptron multilayer neural network technique, two quarterly journal of development and planning economics. 9(2), 197-224.( In Persian)
- Statement of the Second Step of the Islamic Revolution of Iran, February 12, 2018.(In Persian)
- Techakanont, K. (2011). Thailand automotive parts industry. *Intermediate Goods Trade in East Asia: Economic Deepening Through FTAs/EPAs*. Bangkok: Bangkok Research Center, 193-229.
- The Law of the Seventh Development Plan of the Islamic Republic of Iran* (2023). Articles related to the economy section, articles related to the administrative system and management section, as well as articles related to the regional development section.(In Persian)
- Tizrou, A. (2019). Agile supply chain model design - structural interpretive modeling approach, management doctoral thesis, Tarbiat Modares University, Tehran.( in persian)
- Trade Development Organization of Iran (2012). National Strategy Document for the Development of Non-Oil Exports of the Islamic Republic of Iran.( In Persian)
- Trade Development Organization of Iran - Export and Import Regulations Office (2013). Export and Import Regulations and their Executive Regulations - Based on the approval of the Government Board in the meeting dated 12/27/1391.( In Persian)
- Twenty-year vision document for the country's development - Vision 1404( In Persian)
- Voytyuk, V.A., & Marinchenko, T.E. (2021). *Modeling of export development of agricultural enterprises of the Kaluga region*, IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science, Honolulu.
- Ziae, M., Faghihi, A.H., Tahmasebi, A., & Nemati, V. (2021). Designing a nomadic tourism development management model using the structural-interpretive modeling approach, public management research. 14(53), 5-27.( In Persian)