

**ارزیابی پیشایندها و پسایندهای صادرات محصولات نفتی و مشتقات آن با رویکرد اقتصاد مقاومتی****حسن بشی<sup>1</sup>، وحید ثانوی گروسیان<sup>2\*</sup>، علی حسین زاده<sup>3</sup>**<sup>1</sup> گروه مدیریت، واحد تربیت حیدریه، دانشگاه آزاد اسلامی، خراسان رضوی، ایران.<sup>2</sup> استادیار، گروه مدیریت، واحد بجنورد، دانشگاه آزاد اسلامی، خراسان شمالی، ایران (نویسنده مسول).<sup>3</sup> استادیار، گروه مدیریت، واحد تربیت حیدریه، دانشگاه آزاد اسلامی، خراسان رضوی، ایران.

تاریخ دریافت: 1401/11/01 تاریخ انتشار: 1401/12/01

**Evaluation of the antecedents and consequences of the export of petroleum products and its derivatives with the approach of resistance economy****Hassan bashi<sup>1</sup>, Vahid Sanevi Grosian<sup>2\*</sup>, Ali Hosseinzadeh<sup>3</sup>**<sup>1</sup>Department of Management, Torbat Heydarieh Branch, Islamic Azad University, Razavi Khorasan, Iran.<sup>2</sup>Assistant Professor, Department of Management, Bojnord Branch, Islamic Azad University, North Khorasan, Iran.<sup>3</sup>Assistant Professor, Department of Management, Torbat Heydarieh Branch, Islamic Azad University, Razavi Khorasan, Iran.

Received: (21/01/2023) Accepted: (20/02/2023)

شناسه یکتا : JABM.3.2.188.446/10.52547

**Abstract**

Oil and gas, as one of the most basic industries in the country, has a prominent role in the economy, especially the resistance economy. The present study was conducted with the aim of evaluating the antecedents and consequences of the export of petroleum products and its derivatives with the approach of resistance economy. This research is applied in terms of purpose and also quantitative in terms of data type. The statistical population of this research is made up of all the senior experts of the country's economic and oil society, whose number is 480 people. In this regard, relying on Cochran's formula, 214 people were selected as a sample. In this research, library and field methods were used to collect data. The validity of the questionnaire includes face validity, content validity and construct validity, and its validity was checked and confirmed by Cronbach's alpha coefficient and composite reliability coefficient. The partial least squares method and smartPLS and SPSS software were used for data analysis. The results showed that financial policies, environmental factors, external pressures, internal power, product, internal regulations, communication factors, support policies and technological factors have a significant effect on the export of petroleum products and its derivatives. Also, the export components of petroleum products have a significant impact on national macro achievements, market development and economic growth.

**Key words:** export, export of oil products, resistance economy**چکیده**

نفت و گاز به عنوان یکی از اساسی ترین صنایع موجود در کشور، نقش برجسته ای در اقتصاد و به ویژه اقتصاد مقاومتی دارد. پژوهش حاضر با هدف ارزیابی پیشایندها و پسایندهای صادرات محصولات نفتی و مشتقات آن با رویکرد اقتصاد مقاومتی صورت گرفت. این پژوهش به لحاظ هدف، کاربردی و همچنین، به لحاظ نوع داده ها، از نوع کمی است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه کارشناسان ارشد جامعه اقتصادی و نفتی کشور تشکیل داده اند که تعداد آنها 480 نفر است. در این راستا با تکیه بر فرمول کوکران 214 نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. در این پژوهش به منظور گردآوری داده ها از روش های کتابخانه ای و میدانی استفاده شد. روایی پرسشنامه شامل روایی صوری، محتوا و روایی سازه است و اعتبار آن با ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی بررسی و تایید شد. برای تجزیه و تحلیل داده از روش حداقل مربعات جزئی و نرم افزار smartPLS و SPSS بهره گرفته شد. نتایج نشان داد سیاست های مالی، عوامل محیطی، فشارهای بیرونی، توان داخلی، محصول، مقررات داخلی، عوامل ارتباطی، سیاست های حمایتی و عوامل تکنولوژیکی بر صادرات محصولات نفتی و مشتقات آن تاثیر معناداری دارد. همچنین مولفه های صادرات محصولات نفتی تاثیر معناداری بر دستاوردهای کلان ملی، توسعه بازار و رشد اقتصادی دارد.

واژگان کلیدی: صادرات، صادرات محصولات نفتی، اقتصاد مقاومتی

## مقدمه

نفت و گاز به عنوان یکی از اساسی ترین صنایع موجود در کشور، نقش برجسته ای در اقتصاد و به ویژه اقتصاد مقاومتی دارد. از طرفی ایران به عنوان یکی از کشورهای های دارنده ذخایر عظیم نفت و گاز طبیعی می تواند نقش مؤثری در بازارهای جهانی با تأکید بر حفظ و توسعه ظرفیت های تولید نفت و گاز به ویژه در میدان های مشترک داشته باشد، چراکه توسعه صادرات نفت و گاز طبیعی افزون بر توسعه پایدار، به لحاظ سیاسی و بین المللی موجب در هم تنیدگی و وابستگی متقابل کشورهای نیازمند به ایران خواهد شد و باعث می شود میزان اثرپذیری از تحریم های اقتصادی بین المللی علیه کشور کاهش پیدا کند (عباسی نژاد، 1395).

صنعت نفت جایگاه شاخصی در سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی دارد به گونه ای که بندهای 13 تا 15 این سیاست ها به این صنعت اختصاص پیدا کرده است. علاوه بر این، بندهای 4 و 8 مرتبط با هدفمندی یارانه ها و مدیریت مصرف انرژی و همچنین بند 18 مرتبط با سهم صندوق توسعه ملی از منابع حاصل از صادرات نفت و گاز نیز به این صنعت ارتباط دارند. برپایه سند بالادستی سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی به چهار راهبرد کلی در صنعت نفت کشور باید توجه کرد. نخستین راهبرد کاهش وابستگی کشور به درآمدهای حاصل از صادرات نفت (بندهای 13 و 18) است. در بند 13 سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی بر مقابله با ضربه پذیری درآمد به دست آمده از صادرات نفت و گاز از طریق انتخاب مشتریان راهبردی، ایجاد تنوع در روش های فروش، مشارکت دادن بخش خصوصی در فروش و افزایش صادرات گاز، برق، پتروشیمی و فرآورده های نفتی و در بند 18 این سیاست ها نیز بر افزایش سالیانه سهم صندوق توسعه ملی از منابع حاصل از صادرات نفت و گاز تا قطع وابستگی بودجه به نفت تأکید شده است. همچنین در بند 13 این سیاست ها بر مقابله با ضربه پذیری درآمد به دست آمده از صادرات نفت و گاز از روش افزایش صادرات گاز، برق، پتروشیمی و فرآورده های نفتی و در بند 15 سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی هم بر افزایش ارزش افزوده از روش تکمیل زنجیره ارزش صنعت نفت و گاز و بالا بردن صادرات برق، محصول های پتروشیمی و فرآورده های نفتی تأکید شده است (مهرآرا و کامرانی، 1394).

توجه به صنعت پتروشیمی از دو نظر دارای اهمیت می باشد، نخست آن که توجه به پتروشیمی وابستگی اقتصاد کشور به نفت خام را کاهش می دهد، دوم آن که اشتغالزایی را که یکی از مؤلفه های اساسی در بحث اقتصاد مقاومتی است به همراه خواهد داشت. به همین علت، تکمیل زنجیره محصول های پتروشیمی، افزایش 50 میلیون تنی محصول ها به ظرفیت فعلی در راستای جلوگیری از خام فروشی و رسیدن به جایگاه نخست در منطقه هدف هایی هستند که در راستای اقتصاد مقاومتی در نظر گرفته شده است (مهرآرا و کامرانی، 1394).

افزایش خوداتکایی در داخل، کاهش فروش نفت خام، افزایش تولید و صادرات فرآورده های نفتی و با ارزش افزوده بالا هم چون پتروشیمی، کنترل مصرف انرژی در داخل و تقویت ارتباط راهبردی انرژی با کشورهای همسایه

است. دیپلماسی انرژی ایران نیز طرح های ورود دوباره به بازار جهانی انرژی و بازیابی سهم از دست رفته ایران از بازار جهانی و افزایش جذابیت برای سرمایه گذاران خارجی برای فعالیت در صنعت نفت کشور را پیگیری خواهد کرد. بنابراین اقتصاد مقاومتی، افزایش صادرات غیرنفتی، افزایش چرخه ارزش افزوده تولیدها در داخل کشور و کاستن از مصرف بی رویه انرژی و تقویت خوداتکایی در اقتصاد، تقویت اقتصاد ایران در مواجهه با تحریم ها و فشارهای آتی بین المللی علیه اقتصاد ایران به ویژه صادرات نفت و گاز را به دنبال خواهد داشت (مهرآرا و کیخا، 1398).

با توجه به اسنادی که ارائه شد، تحریمها بخصوص تحریمهای اخیر و کاهش درآمدهای نفتی بر زخم اقتصاد ایران نمک پاشیده و هزینه های اقتصاد ایران را افزایش داده است. اما طبق این اسناد هر زمان که برنامه ریزیها دقیق تر و مداخله دولت با برنامه و آگاهانه تر بوده است، نتایج تحریم بی اثر و یا کم اثر شده است و هر زمان که مدیریت شرایط اقتصادی بدون برنامه و رویکرد مبتنی بر دانایی محوری بوده است حتی در شرایط کاهش تحریمها نتایج بدی به دست آمده است. بطور مثال در صنایع نظامی و صنعت نفت، وجود عزم و اراده ناشی از تنگناهای تحریم موجب پیشرفت های چشمگیر شده است، اما در سایر صنایع از جمله خودروسازی، کالاهای مصرفی، لوازم خانگی و منسوجات که به ندرت مشمول تحریمها بوده است یا با پیشرفتهای اندک روبرو بوده ایم و یا واردات بی رویه و بی برنامه در چارچوب اقتصاد بازار، منجر به نابودی آن صنعت شده است. بنابراین می توان گفت که نه تنها تحریمها در صورت تدبیر مناسب بی اثر خواهند شد، بلکه مانند دو کشور ژاپن و کره که عاری از هر گونه درآمد نفت و منابع طبیعی هستند می توان با تکیه بر دانایی محوری و وجود الگوی توسعه بومی عاری از هر گونه فساد به پیشرفتهای در خور توجهی دست یافت و بی شک اقتصاد مقاومتی در این چارچوب تسهیل کننده آثار تحریمها در راه دستیابی به این هدف است (سمیعی نسب، 1393). با وجود آگاهی از دستاوردهای اقتصاد مقاومتی در صادرات، به خصوص صادرات محصولات نفتی، دیدگاه جامعی از دستاوردها و همچنین عوامل اثرگذار بر صادرات وجود ندارد. بر همین اساس این تحقیق به دنبال پاسخ این سوال است که ارزیابی پیشایندها و پسایندهای صادرات محصولات نفتی و مشتقات آن با رویکرد اقتصاد مقاومتی چگونه است؟

### مبانی نظری

صادرات یکی از مهمترین گام های اولیه ی سازمان ها برای توسعه و سرمایه گذاری جهت ورود به بازارهای جهانی و گسترش فعالیت های بین المللی آن ها است. بدین ترتیب اتخاذ بازارگرایی در فعالیت های صادرات و شناخت و تاکید بر شرایطی که توسعه رفتارهای بازارگرایی صادرات را در شرکت تسهیل می کند، بر موفقیت عملکرد

صادرات شرکت ها موثر است (ژانگ و ژو<sup>۱</sup>، 2016). عملکرد صادراتی، راهنمایی برای تحلیل موفقیت بنگاه در هر دو سطح داخلی و بین المللی است. ارزیابی عملکرد صادراتی کار پیچیده ای بوده و میزان مفید بودن این ارزیابی به اعتبار سنجه ها بستگی دارد. از آنجایی که عملکرد صادراتی می تواند از راه های مختلفی مفهوم سازی و عملیاتی شود، کار با آن می تواند بسیار پیچیده باشد (اسپانوس<sup>۲</sup>، 2016). صادرات نه تنها برای شرکت ها بلکه برای کشور نیز ضروری است. با توجه به سطح کلان، دولت های سراسر جهان سعی در بهبود عملکرد صادرات شرکت ها دارند، زیرا صادرات یکی از شاخص های رشد اقتصادی است. در این راستا عملکرد صادرات نشان دهنده موفقیت شرکت ها در صادرات است. عملکرد بالای صادرات از نظر تضمین پایداری در بلند مدت برای شرکت ها مهم است. شرکت ها برای موفقیت در صادرات به برخی استراتژی های خاص نیاز دارند (زهیر و همکاران<sup>۳</sup>، 2015).

تحقیقات نشان داده است که جهت گیری بازار تاثیر قابل توجهی بر عملکرد صادرات دارد (پری<sup>۴</sup>، 2014). با وجود تحقیقاتی که در این زمینه صورت گرفته شده است، بیشتر محققان در جهت گیری بازار بر بازار داخلی تمرکز دارند و در تحقیقات مربوط به رفتار صادرات، بازاریابی درک کاملی از چگونگی جهت گیری بازار برای موفقیت در صادرات فراهم نکرده است (ژانگ و ژو<sup>۵</sup>، 2016). محققان زیادی همچون جولیان و همکاران<sup>۶</sup> (2014)، افندی و همکاران<sup>۷</sup> (2015)، پینهو و همکاران<sup>۸</sup> (2014) و اگبری و اوسیو<sup>۹</sup> (2019) در تحقیقات خود رابطه مستقیم میان جهت گیری بازار و عملکرد صادرات را تایید کرده اند. همچنین محققان نیز این رابطه را با توجه به نقش های واسطه ای بررسی کرده اند (توکاتا<sup>۱۰</sup>، 2016؛ دابروسکی و همکاران<sup>۱۱</sup>، 2019). همچنین تعدادی این رابطه را با توجه به نقش تعدیلگر سنجیده اند (کیو و ژانگ<sup>۱۲</sup>، 2015؛ تاج الدینی و راتن<sup>۱۳</sup>، 2017). از طرفی دیگر حیطه قوانین و مشوق های ناظر بر راهبرد شرکت و رقابت تأثیر مهمی بر چگونگی مقابله شرکت ها با شرایط عوامل تولید روبرو دارد. سطوح بالای رقابت ایجاد شده در بازارهای بومی به خصوص برای عملکرد بالا مهم است (رحمانی یوشانلویی و همکاران، 1392). رقابت، ورود شرکت های جدید، خروج شرکت های فعال،

---

<sup>1</sup> Zhang & Zhu

<sup>2</sup> Spanos

<sup>3</sup> Zehir et al

<sup>4</sup> Perry

<sup>5</sup> Zhang & Zhu

<sup>6</sup> Julian et al

<sup>7</sup> Affendy et al

<sup>8</sup> Pinho et al

<sup>9</sup> Egberi & Osio

<sup>10</sup> Takata

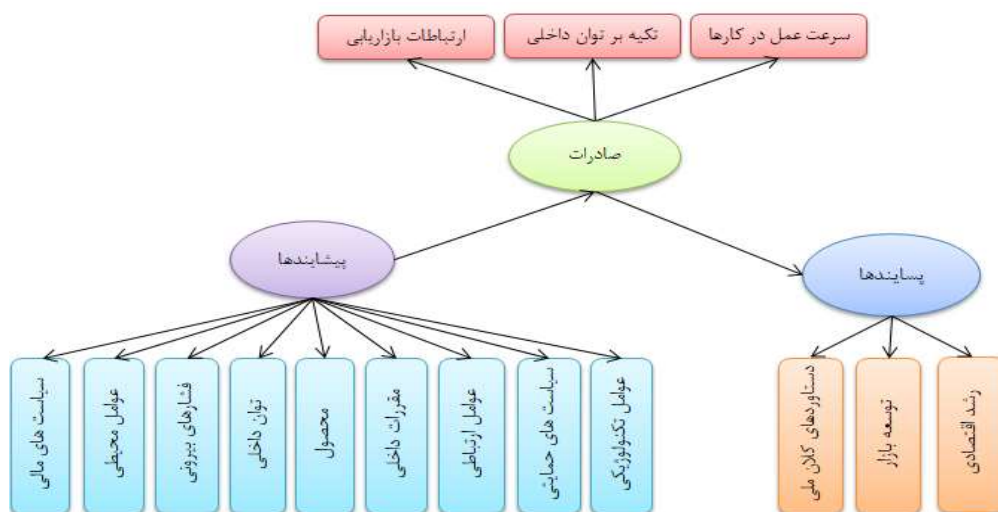
<sup>11</sup> Dabrowski et al

<sup>12</sup> Qu & Zhang

<sup>13</sup> Tajeddini & Ratten

و سطوح عملکرد متفاوت در تمام شرکت های موجود را تحت تأثیر قرار می دهد. بدلیل محوری بودن رقابت، تأثیر دولت- از طریق قوانین رقابت، سهمیه ها و مشوق های مالیاتی، و شرایط حاکم بر مالکیت دولتی یا شرکت های وابسته به دولت- برای بهره وری حیاتی است. ساختار مالکیت شرکت ها (خصوصی، دولتی، یا مختلط) عامل دیگری است که برای نوع تعامل رقابتی مهم است (مگینسون و نتر<sup>1</sup>، 2001).

در راستای دستاوردهای صادرات و اقتصاد مقاومتی، رضاقلی زاده و همکاران (1395)، احمد و رفیق<sup>2</sup> (2020)، اوینی و اموتایو<sup>3</sup> (2019) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که صادرات منجر به رشد اقتصادی می شود. همچنین اسماعیلی و یوسف زاده (1390)، جعفری صمیمی و همکاران (1397) در تحقیق خود بر رفاه اجتماعی به عنوان یک دستاورد کلان ملی اشاره کردند. با تکیه بر بررسی های صورت گرفته، عوامل پیشایندها و پسایندهای توسعه صادرات به صورت شکل زیر ارائه می شود:



شکل 1: مدل مفهومی پژوهش

## روش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و همچنین، به لحاظ نوع داده ها، از نوع کمی است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه کارشناسان ارشد جامعه اقتصادی و نفتی کشور تشکیل داده اند که تعداد آنها 480 نفر است. در

<sup>1</sup> Megginson and Netter

<sup>2</sup> Ahmed & Refigh

<sup>3</sup> Evioni & Amotaio

این پژوهش برای انتخاب نمونه های آماری از روش نمونه گیری تصادفی طبقه بندی شده استفاده شده است که طبقات شامل معاونت های مختلف وزارت نفت و اقتصاد می باشد. برای تعیین حجم نمونه بخش کمی از فرمول کوکران استفاده می شود:

$$n = \frac{Nt^2s^2}{Nd^2 + t^2s^2}$$

که در این فرمول:

t=در صد خطای معیار ضریب اطمینان قابل قبول

d=درجه اطمینان یا دقت احتمالی مطلوب

s=نسبتی از جمعیت فاقد صفت معین

N=تعداد افراد جامعه

$$n = \frac{480(1/96)^2(0/5)^2}{480(0/5)^2 + (1/96)^2(0/5)^2} = 214$$

بنابراین 214 نفر از به عنوان نمونه انتخاب شدند.

در این پژوهش به منظور گردآوری داده ها از روش های کتابخانه ای و میدانی استفاده شد. به منظور گردآوری داده های مورد نیاز پژوهش و تعیین صحت و سقم آن ها در بخش کمی، پرسشنامه ای محقق ساخته تنظیم شد. این پرسشنامه شامل سوالات بسته پاسخ با طیف لیکرت پنج گانه در خصوص شناسایی مولفه های صادرات نفت مبتنی بر اقتصاد مقاومتی و پسایندها و پیشایندهای آن می باشد که با نظرسنجی از کارکنان و کارشناسان ارشد وزارت نفت و اقتصاد، تکمیل شده است. روایی پرسشنامه شامل روایی صوری، محتوا و روایی سازه است و اعتبار آن با ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی اندازه گیری شد. براساس یافته ها می توان به روایی و پایایی ابزار تحقیق اعتماد کرد. اطلاعات مربوط به روایی و پایایی به صورت جدول زیر است.

جدول 1: روایی و پایایی ابزار تحقیق

سازه ها	آلفای کرونباخ	پایایی اشتراکی	AVE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
سرعت عمل در کارها	0.713	0.713	0.512	0.49														
تکیه بر توان داخلی	0.751	0.751	0.548	0.31	0.45													
ارتباطات بازاریابی	0.756	0.756	0.516	0.28	0.43	0.5												
سیاست های مالی	0.712	0.789	0.551	0.46	0.28	0.49	0.33											
عوامل محیطی	0.791	0.756	0.578	0.47	0.43	0.36	0.35	0.49										
فشارهای بیرونی	0.734	0.736	0.596	0.32	0.45	0.32	0.51	0.36	0.53									

									0.31	0.51	0.32	0.49	0.41	0.49	0.39	0.512	0.795	0.981	توان داخلی
								0.39	0.28	0.52	0.51	0.41	0.43	0.48	0.37	0.579	0.761	0.731	محصول
							0.43	0.33	0.46	0.51	0.49	0.51	0.51	0.41	0.45	0.532	0.793	0.853	مقررات داخلی
						0.32	0.41	0.37	0.41	0.53	0.51	0.49	0.49	0.39	0.44	0.511	0.712	0.712	عوامل ارتباطی
					0.35	0.41	0.49	0.43	0.49	0.51	0.43	0.41	0.51	0.33	0.43	0.561	0.732	0.98	سیاست های حمایتی
				0.51	0.51	0.43	0.36	0.28	0.49	0.49	0.51	0.36	0.53	0.37	0.41	0.579	0.733	0.718	عوامل تکنولوژیکی
		0.37	0.49	0.49	0.41	0.32	0.43	0.37	0.51	0.49	0.38	0.51	0.31	0.49	0.563	0.798	0.763	دستاوردهای کلان ملی	
	0.41	0.31	0.51	0.32	0.36	0.41	0.43	0.45	0.53	0.54	0.3	0.52	0.39	0.49	0.544	0.714	0.732	توسعه بازار	
0.32	0.51	0.39	0.36	0.41	0.38	0.39	0.41	0.44	0.47	0.53	0.41	0.51	0.41	0.39	0.597	0.778	0.715	رشد اقتصادی	

تجزیه و تحلیل داده ها در این پژوهش در دو سطح توصیفی و استنباطی صورت گرفته است. برای توصیف ویژگی های جمعیت شناختی که داده های آن از پرسشنامه به دست آمد از درصد، فراوانی، جداول، اشکال و نمودار استفاده شد و همچنین به منظور توصیف مؤلفه های شناسایی شده از میانگین، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی برای هریک از متغیرها ارائه شد که این فرآیند توسط نرم افزار SPSS انجام شد. در ادامه برای بررسی روابط موجود در مدل از روش حداقل مربعات جزئی و نرم افزار smartPLS بهره گرفته شد.

### یافته ها

در ابتدا به بررسی ویژگی های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان پرداخته شد. براساس نتایج، 186 نفر از افراد را مردان و 28 نفر را زنان تشکیل داده اند. 8 نفر از پاسخ دهندگان در بازه سنی 20 تا 30 سال، 91 نفر 31 تا 40 سال، 93 نفر 41 تا 50 سال و 22 نفر بالای 50 سال هستند. همچنین 20 نفر از پاسخ دهندگان دارای تحصیلات دیپلم و کمتر، 7 نفر فوق دیپلم، 71 نفر لیسانس، 83 نفر فوق لیسانس و 33 نفر دکترا و بالاتر هستند. در نهایت نیز نتایج نشان داد 20 نفر دارای سابقه 1 تا 5 سال، 24 نفر 6 تا 10 سال، 40 نفر 11 تا 15 سال، 53 نفر 16 تا 20 سال و 77 نفر بالای 20 سال هستند.

در جدول زیر، شاخص های مرکزی و پراکندگی مربوط به متغیرهای پژوهش نمایش داده شده است. لازم به ذکر است، کمینه و بیشینه هر یک از متغیرهای زیر به ترتیب 1 و 5 می باشد.

جدول 2: مشخصه های آماری مدل پژوهش

سازه ها	مولفه	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
مولفه ها	سرعت عمل در کارها	۳.۵۵	۰.۹۳۵	-۰.۶۸۱	۰.۴۷۳
	تکیه بر توان داخلی	۳.۵۹	۰.۷۶۹	-۰.۶۶۴	۰.۷۸۴

۱.۸۶۸	-۱.۴۷۴	۰.۹۲۳	۴.۱۹	ارتباطات بازاریابی	پیشایندها
۰.۸۳۹	-۰.۶۸۶	۰.۸۱۱	۳.۶۷	سیاست های مالی	
۰.۶۹۲	-۰.۵۳۰	۰.۷۷۰	۳.۶۸	عوامل محیطی	
۱.۵۶۱	-۱.۲۱۶	۰.۹۲۴	۴.۰۷	فشارهای بیرونی	
۲.۸۱۰	-۱.۱۹۰	۰.۷۱۰	۴.۰۳	توان داخلی	
۱.۱۸۰	-۱.۰۹۶	۰.۷۹۵	۴.۱۹	محصول	
۲.۵۹۳	-۱.۳۸۰	۰.۷۷۴	۴.۰۸	مقررات داخلی	
۱.۳۴۵	-۱.۰۷۷	۰.۸۲۰	۴.۱۸	عوامل ارتباطی	
۰.۵۱۶	-۰.۶۸۲	۰.۸۳۱	۳.۸۹	سیاست های حمایتی	
۱.۵۹۳	-۱.۱۳۵	۰.۸۶۲	۴.۱۴	عوامل تکنولوژیکی	
۰.۵۷۱	-۱.۰۸۲	۱.۰۲	۳.۹۹	دستاوردهای کلان ملی	پسایندها
-۰.۰۳۶	-۰.۷۰۵	۱.۰۸	۳.۵۷	توسعه بازار	
۰.۵۵۸	-۰.۶۶۵	۰.۸۶۷	۳.۵۹	رشد اقتصادی	

اطلاعات جدول مشخصه‌های آماری همچون میانگین، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی را برای متغیرهای پژوهش نشان می‌دهد. بر اساس نتایج، تمامی متغیرهای مدل دارای میانگین بالای 3 هستند. در ادامه نرمال بودن داده‌های مربوط به متغیرهای پژوهش با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف مورد بررسی قرار گرفت که نتایج آن در جدول زیر منعکس شده است.

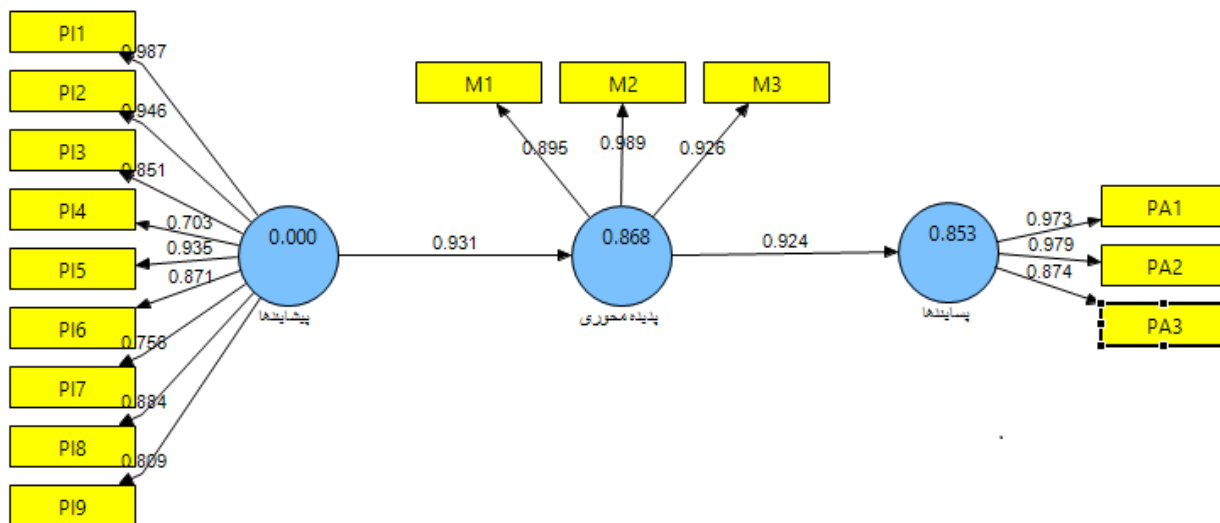
جدول 3: خلاصه آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

معناداری	مولفه	سازه ها
0.000	سرعت عمل در کارها	مولفه ها
0.000	تکیه بر توان داخلی	
0.000	ارتباطات بازاریابی	
0.000	سیاست های مالی	پیشایندها
0.000	عوامل محیطی	
0.000	فشارهای بیرونی	
0.000	توان داخلی	
0.000	محصول	

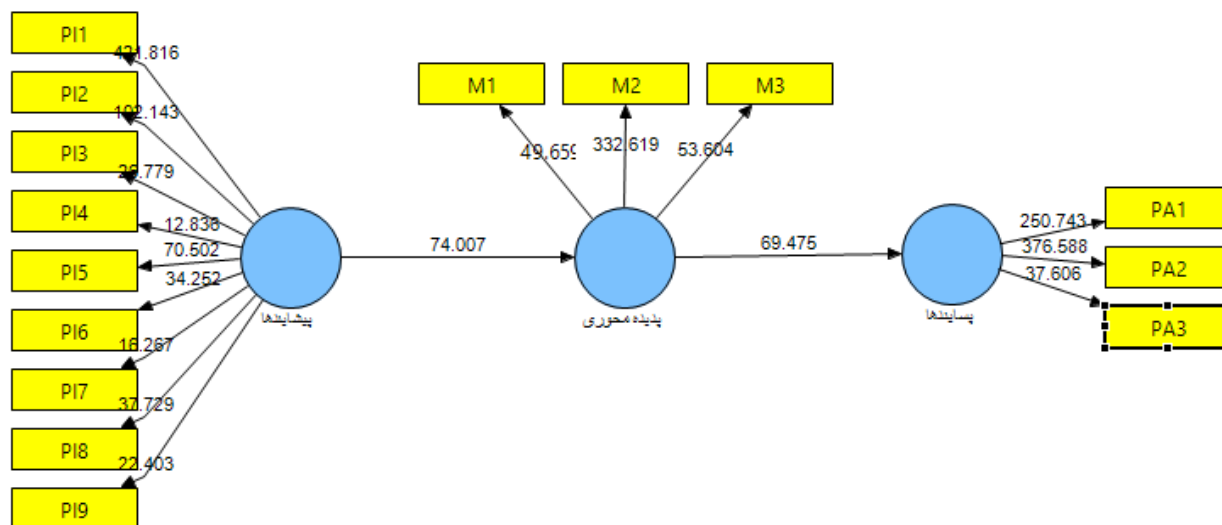
0.000	مقررات داخلی	پسایندها
0.000	عوامل ارتباطی	
0.000	سیاست های حمایتی	
0.000	عوامل تکنولوژیکی	
0.000	دستاوردهای کلان ملی	
0.000	توسعه بازار	
0.001	رشد اقتصادی	

چنانکه در اطلاعات جدول بالا مشاهده می‌شود، سطح معنی‌داری آماره‌ی آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای همه متغیرها کوچکتر از 0.05 است، لذا فرض صفر (نرمال بودن داده‌ها) رد می‌شود. یعنی، داده‌ها از توزیع نرمال برخوردار نیستند.

در بخش استنباطی مدل پژوهش با تکیه بر روش حداقل مربعات جزئی و نرم افزار smartPLS موردآزمون قرار گرفت. خروجی نرم افزار به شرح شکل های 2 و 3 است.



شکل 2: ضرایب مسیر و بارهای عاملی مدل



شکل 3: معناداری مدل

براساس نتایج حاصل از بررسی مدل، میزان بارهای عاملی برای تمامی مولفه ها بیشتر از 0.5 و میزان معناداری بیشتر از 2.58 است. براین اساس می توان گفت روایی سازه مورد تایید قرار گرفته است. همچنین بررسی ضرایب مسیر و معناداری روابط نشان می دهد با توجه به اینکه ضرایب مسیر برای تمامی روابط بیشتر از 0.5 و معناداری بیشتر از 2.58 است، می توان گفت روابط میان ابعاد مدل مورد تایید قرار می گیرد. بر همین اساس می توان گفت سیاست های مالی، عوامل محیطی، فشارهای بیرونی، توان داخلی، محصول، مقررات داخلی، عوامل ارتباطی، سیاست های حمایتی و عوامل تکنولوژیکی به عنوان مولفه های اثرگذار، بر صادرات محصولات غیرنفتی تاثیرگذارند. همچنین صادرات محصولات غیرنفتی تاثیر معناداری بر دستاوردهای کلان ملی، توسعه بازار و رشد اقتصادی دارد.

همچنین شاخص های سنجش برازش مدل بصورت زیر است:

شاخص ضریب تعیین ( $R^2$ ) متغیرهای وابسته

ضریب  $R^2$  مربوط به متغیرهای پنهان درونزا (وابسته) است و تاثیر یک متغیر مستقل بر یک متغیر وابسته را نشان می دهد که سه مقدار 0/19، 0/33 و 0/67 به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی  $R^2$  در نظر گرفته می شوند. مقدار  $R^2$  برای سازه های مدل تحقیق 0.868 و 0.853 محاسبه شده است.

شاخص ارتباط پیش بین  $Q^2$

این معیار، قدرت پیش‌بینی مدل در متغیرهای وابسته را نشان می‌دهد. ملاک تفسیر  $Q^2$ ، سه مقدار 0/02، 0/15 و 0/35 عنوان قدرت پیش‌بینی کم، متوسط و قوی می‌باشد. اگر این شاخص مثبت باشد مطلوب است. مقدار  $Q^2$  برای متغیرهای تحقیق 0/277 و 0/212 و 0/298 است که مثبت و در سطح مطلوب است. بر همین اساس می‌توان گفت قدرت پیش‌بینی مدل در مورد متغیرها مطلوب هستند.

### شاخص GOF

شاخص که برای برازش توسط تنن هاوس و همکاران<sup>۱</sup> (2005) معرفی شده است، ملاک کلی برازش (GOF) است که با محاسبه میانگین هندسی میانگین اشتراک و  $R^2$  به صورت زیر محاسبه می‌شود.

$$GOF = \sqrt{\text{communality} \times R^2}$$

این شاخص نیز همانند شاخص‌های برازش مدل لیزرل عمل می‌کند و بین صفر تا یک قرار دارد و مقادیر نزدیک به یک نشانگر کیفیت مناسب مدل هستند. البته باید توجه داشت این شاخص همانند شاخص‌های مبتنی بر خی دو در مدل‌های لیزرل به بررسی میزان برازش مدل نظری با داده‌های گردآوری شده نمی‌پردازد. بلکه توانایی پیش‌بینی کلی مدل را مورد بررسی قرار می‌دهد و اینکه آیا مدل آزمون شده در پیش‌بینی متغیرهای مکنون درون‌زا موفق بوده است یا نه.

$$GOF = \sqrt{\text{communality} \times R^2} = \sqrt{0.551 \times 0.860} = .688$$

متخصصان مدل‌یابی ساختاری به روش PLS شاخص GOF کمتر از 0/1 را کوچک، بین 0/1 تا 0/25 را متوسط و بیش از 0/36 را بزرگ قلمداد می‌کنند. با در نظر گرفتن این معیارها شاخص برازش مدل نمونه مورد بررسی 0/688 می‌باشد که جز اندازه‌های بزرگ است. با توجه به این یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت که مدل آزمون شده در نمونه مورد بررسی برازش مناسبی دارد.

### نتیجه‌گیری و پیشنهادات

همانگونه که بیان شد در این پژوهش به ارزیابی پیش‌بیندها و پس‌بیندهای صادرات محصولات نفتی و مشتقات آن با رویکرد اقتصاد مقاومتی پرداخته شد. در این راستا با استفاده از روش حداقل مربعات جزئی به بررسی روابط مدل پرداخته شد. نتایج نشان داد تمامی روابط موجود در مدل معنادار است. این دستاورد نشان می‌دهد سیاست‌های مالی، عوامل محیطی، فشارهای بیرونی، توان داخلی، محصول، مقررات داخلی، عوامل ارتباطی، سیاست‌های حمایتی و عوامل تکنولوژیکی بر صادرات محصولات نفتی و مشتقات آن که شامل ابعاد سرعت عمل در کارها،

<sup>1</sup> Tennen House et al

تکیه بر توان داخلی و ارتباطات بازاریابی است تاثیر معناداری دارد. همچنین مولفه های صادرات محصولات نفتی تاثیر معناداری بر دستاوردهای کلان ملی، توسعه بازار و رشد اقتصادی دارد. نفت کالایی است که بازار جهانی داشته و قیمت آن نیز در بازار جهانی تعیین می شود، بنابراین اقتصاد ایران هیچگونه نقشی در تعیین قیمت آن نداشته و قیمت نفت به صورت برونزا تعیین می شود. بنابراین این برونزا بودن به معنای برخورداری قیمت نفت از ماهیتی نوسانی است. حال با توجه به نوسانی بودن قیمت نفت، طبیعی است که ورود درآمدهای نوسانی ناشی از صادرات نفت اقتصاد کشور، باعث بروز نوسان های مثبت و منفی در اقتصاد ایران می شود. نتیجه ورود این منابع درآمدی بی ثبات، نوسانی و ناپایدار، عدم توانایی در برنامه ریزی مستمر و پایدار برای سیاستگذاران دولتی است. اقتصاد مقاومتی، اقتصادی مبتنی بر مقاوم سازی، ترمیم ساختارها، قوانین و نهادهای فرسوده و ناکارآمد موجود اقتصادی است که با تدوین یک استراتژی علمی و کارشناسی شده و بازتعریف فلسفه وجودی نهادها و قوانین اقدام به حذف موانع رشد و توسعه، حذف دوباره کاری ها و به نوعی هرس کردن ساختارهای اقتصادی مبادرت، نماییم تا از یک بدنه چابک تر و هوشمندتر در مقابله با مشکلات، برخوردار شویم و منفعلانه در برابر اتفاقات عمل نکنیم. از طرفی تعامل سازنده و مؤثر جمهوری اسلامی ایران با جهان در شرایط تحریم، نیازمند داشتن راهبردهای تجارت بین الملل همراستا با آرمان ها و ارزش ها و مبتنی بر مصالح بلندمدت نظام اسلامی است؛ به گونه ای که در یک حرکت دائمی و تعاملی، بسترهای مناسب برای ایجاد تغییر در درون نظام فراهم شود. نقطه آغازین این فرایند، توجه هوشمندانه به ظرفیت ها برای غلبه بر چالش ها در چارچوب قواعد و هنجارهای جهانی از یک سو و نوسانی و ارزش های بنیادین از سوی دیگر می باشد.

اقتصاد مقاومتی مبتنی بر این پیش فرض طراحی شده که کشور در تعارض ایدئولوژی دائم با نظام سلطه است و هر ضربه اقتصادی از غیر ممکن است در هر لحظه به کشور وارد شود. در چنین شرایطی تحریم های اقتصادی نه تهدید، بلکه فرصت ویژه ای هستند که زیر فشار آنها می توان راهبردهای اقتصاد مقاومتی را با قدرت، و اجماع ملی همراه و پیاده سازی آنها را تسریع کرد. جعفری و کریمی (1393) و سمینی فرهادی و طباطبایی هنزائی (1400) در تحقیق خود نوسان نرخ ارز را عامل فشار بیرونی معرفی کرد. عباسی و همکاران (1400) در تحقیق خود بر تکانه های حاصل از تحریم تاکید کرد.

در کشورهای دارای منابع طبیعی فراوان نظیر ایران، معمولاً دولت ها به دلیل بهره مندی از رانت های عظیم منابع، بسیار بزرگ و حجیم شده و این امر معمولاً منجر به برونزایی جبری بخش خصوصی توسط بخش دولتی می شود و دولت ها به جای انجام فعالیت های مکمل بازار، به فعالیت های جانشین بازار می پردازند. یعنی به جای اینکه دولت ها به عنوان پشتیبان بخش خصوصی عمل نمایند، به صورت رقیب بخش خصوصی در عرصه

اقتصاد ظاهر می شوند و نتیجه این امر تخصیص ناکارای منابع کشور است. جعفری و رفیع (1399) در تحقیق خود بر سیاست های اقتصادی نامناسب تاکید کرد.

در مسئله اقتصاد، آن چیزی که مهم است و اصل است، مسئله تولید داخلی است؛ مسئله ایجاد اشتغال و رفع بیکاری است؛ مسئله تحرک و رونق اقتصادی و مقابله با رکود است. علاج همه اینها در مجموعه مقاومت اقتصادی و اقتصاد مقاومتی گنجانده شده است. با اقتصاد مقاومتی می شود فرصت های بسیاری را برای کشور ایجاد کرد و از فرصت ها استفاده کرد؛ شرطش این است که برای اقتصاد مقاومتی کار و تلاش انجام بگیرد. براساس نتایج پژوهش های متعدد، درآمد نفت در دهه های گوناگون با وجود جهت گیری برنامه ها به سوی اشتغال زایی و فقرزدایی نه تنها نتوانسته هیچ کمکی به رفع فقر، بیکاری و نابرابری در کشور داشته باشد، متأسفانه بعضی مواقع در تشدید وخامت شاخص های نابرابری کشور نیز موثر بوده است. در این راستا رضاقلی زاده و همکاران (1395)، جعفری صمیمی و همکاران (1397) بر رفاه اجتماعی به عنوان دستاورد صادرات تاکید کردند. در جهت جلوگیری از تزلزل درآمدهای صنعت نفت و گاز با تغییر شرایط و اوضاع و احوال اقتصادی و سیاسی منطقه و جهان، ورود به بازارهای مختلف و انجام مشارکت های راهبردی با شریکان راهبردی که البته تحت تأثیر فشار بین المللی قرار نگیرند؛ از جمله عوامل مؤثر در جلوگیری از ضربه پذیری در درآمدهای نفتی است. از موثرترین اقدامات در این زمینه می توان مواردی مانند انتخاب چندین مشتری به جای یک مشتری خاص و مشارکت مالی در پالایشگاه های خارج از کشور و در زنجیره پالایش تا توزیع فرآورده ها در بازارهای هدف با تمرکز بر بازار آسیا و با هدف تضمین برداشت نفت از ایران و تأمین امنیت تقاضا برای نفت کشور را نام برد. عبدالله<sup>1</sup> (2021) ورود به بازارهای هدف را دستاورد مهم صادرات خواند. بر اساس گزارش IMF، صندوق بین المللی پول، رشد اقتصادی ایران در سال جاری شمسی (۱۷-۲۰۱۶) با رشد تولید نفت افزایش یافت. در نیمه نخست امسال، تولید ناخالص داخلی ۷،۴ درصد رشد کرد و از رکودی که در سال قبل از آن درگیرش بود، خارج شد. یکی از مقوله های مهم اقتصاد مقاومتی تکیه بر ظرفیت های داخلی و رونق تولید است. در این راستا توجه ویژه به تقویت بخش های تولیدی، جذب سرمایه های داخلی و خارجی، ایجاد ظرفیت های تازه در حوزه تجارت خارجی و توسعه صادرات، تمرکز بر صنایع سودآوری چون گردشگری، تلاش برای افزایش درآمدهای مالیاتی کشور، بهره گیری از توان شرکت های دانش بنیان و ... راهکارهایی است که دولت به صورت عملی برای تداوم رشد اقتصادی در پیش گرفته است. گسگری و همکاران (1394) در تحقیق خود بر رشد اقتصادی اشاره کرد. همچنین صادقی و همکاران (1396) در تحقیق خود بر رشد ناخالص داخلی اشاره کردند. سپهردوست و همکاران (1399) همچنین بر بهره وری

<sup>1</sup> Abdollah

صادرات تاکید کرد. رضاقلی زاده و همکاران (1395)، احمد و رفیق (2020)، اوینی و اموتایو (2019) همچنین بر رشد اقتصادی تاکید کردند.

در راستای بدست آمده، پیشنهادات زیر به دست اندرکاران صنعت نفت و تجارت ارائه می شود.

- با توجه به نقش اقتصادی و سیاسی صنعت نفت و گاز کشور و تاثیرپذیری آن از تحریمها، نیاز به مقاومسازی اقتصاد این صنعت احساس می شود و این مهم تنها با قرار گرفتن صنعت نفت و گاز در راستای سیاستهای اقتصاد مقاومتی قابل دستیابی است. در این راستا، بهترین انتخاب برای به حرکت در آوردن صنعت نفت و گاز در راستای سیاستهای اقتصاد مقاومتی، به کارگیری استراتژیهای تدافعی است. به علاوه سیاست گذاریهای صنعت نفت و گاز باید با در نظر داشتن مواردی همچون توجه به وجود نیروی جوان و متخصص کشور، اولویت دادن به صادرات گاز به کشورهای همسایه و تکمیل بخش پایین دستی صنعت نفت و گاز صورت بگیرد.

- تبیین اقتصاد مقاومتی در حوزه انرژی نیازمند یک رویکرد جامع نگر است. بدین ترتیب علاوه بر لحاظ راهکارهای مالی و اقتصادی بیرون رفت از تحریم در این حوزه، باید پارادایمهای رفتاری تصمیم سازان، تصمیم گیران، کارگزاران و مهمتر بدنه مردمی نیز مدنظر قرار گیرد. اقتصاد مقاومتی با لحاظ سیاستهای حاکمیتی و شرایط بین المللی بایستی به عنوان یک راهبرد مشخص و بلندمدت نگریسته شده و مبتنی بر دانش بومی باشد تا به پایداری رسد. در این راستا ایجاد، تحکیم و تقویت رابطه میان دانشگاه و صنعت ضرورتی دو چندان می یابد.

- ایجاد الزامات قانونی جهت استفاده از فناوریهای دانش بنیان در صنعت نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی، ایجاد زمینه های رقابت سازنده در میان سازندگان بومی، بازنگری در مقررات جذب و نگهداری منابع انسانی متخصص، خلاق و نخبه در صنعت نفت، استفاده بهینه و حداکثری از امکانات درون و بیرون صنعت در راستای کاهش هزینه های تولیدات دانش بنیان، تدوین استانداردهای مختلف مربوط به فرایند ایده تا بازار محصولات دانش بنیان، تجمیع دانش فنی تولید شده به منظور جلوگیری از دوباره کاری، تسریع و رفع موانع در دستیابی به اهداف مربوط به افزایش ضریب برداشت از مخازن نفت و گاز و توجه به ارتقاء دانش سازمان همراه با استفاده از مدیران دانش محور پیشنهاد می شود.

- سیاستهای اصلاحی مرتبط با حوزه انرژی بویژه اصلاح قیمت حامل های انرژی باید با دیدی جامع نگر و در کنار سیاستهای مکمل در سایر بخشها طراحی و اجرا شوند. گسترش زنجیره ارزش افزوده ناشی از منابع نفت و گاز در داخل کشور، در کنار استفاده از فرصت های موجود در ارتباط با تعاملات منطقه ای یکی از راهکارهای پیش روی کشور برای تبدیل تنگناهای موجود در شرایط حاضر به فرصتی برای جهش اقتصادی کشور است. بویژه از فرصت به وجود آمده می توان برای جهش صادرات در بخش فرآورده های نفتی استفاده کرد.

- بر اساس نتایج بدست آمده پیشنهاد می شود شرکت های صادراتی در حوزه نفت و مشتقات آن با بهره گیری از آموزش های لازم با استفاده از متدهای روز دنیا، کارکنان خود را به نحوی آموزش دهند که علاوه بر تقویت توان داخلی، بتوانند با شرکت های فعال در سایر کشورهای پیشرفته رقابت کنند.
- براساس نتایج پیشنهاد می شود دولت با ارائه طرح های حمایتی از شرکت های صادراتی، همچون بیمه و طرح های معافیت از مالیات، این شرکت ها را به برقراری ارتباطات سازنده و مثبت با سایر کشورها ترغیب کند.
- همچنین پیشنهاد می شود دولت برای حمایت از شرکت های صادراتی، با تجزیه و تحلیل دقیق نیازهای این شرکت ها در امر صادرات، بودجه مالی برای این سازمان ها در نظر بگیرد.

### مآخذ

- جعفری صمیمی، احمد؛ زروکی، شهریار و ساداتی امیری، سیده رقیه (1397). تحلیل رفاه اقتصادی با تاکید بر ابعاد جهانی شدن، *فصلنامه علمی مدل سازی اقتصادی*، 12(44)، 1-23.
- رحمانی یوشانلوئی، حسین؛ انصاری، منوچهر؛ میرکاظمی، محمد و ابراهیمی، محمد رضا. (1392). شناسایی و اولویت بندی موانع صادرات و ارائه راهکارهای توسعه صادرات صنایع کوچک و متوسط (SMEs) در صنایع غذایی آذربایجان غربی، *نشریه تحقیقات بازاریابی نوین*، 3(1)، 139-160.
- رضاقلی زاده، مهدیه و آقایی، مجید و حسینی خلیلی، سید جابر (1395). بررسی رابطه بین صادرات و رشد اقتصادی در صنایع مختلف کشور، *سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و اقتصاد*، مشهد.
- سپهردوست، حمید؛ تارتار، محسن و داوری کیش، راضیه (1399). تأثیر بهره‌وری علمی بر رشد صادرات مبتنی بر فناوری برتر، *فصلنامه علمی پژوهش های رشد و توسعه اقتصادی*، 11(41)، 97-116.
- سمیعی نسب، مصطفی (1393). دیپلماسی اقتصادی، راهبرد مقابله با تحریم های اقتصادی در منظومه اقتصاد مقاومتی، *فصلنامه آفاق امنیت*، 7(25)، 115-147.
- سمینی فرهادی، فهیمه و طباطبائی هنزائی، سیدولی (1400). نقش نوسانات نرخ ارز بر ارزش صادرات و واردات بین ایران و چین، *چهارمین کنفرانس بین المللی سالانه تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری*، تهران.
- عباسی، مریم؛ موسوی، سید نعمت الله و امینی فرد، عباس (1400). بررسی آثار مختلف تکانه های ناشی از تحریم های اقتصادی بر بخش ساختمان در ایران (رویکرد مدل خودرگرسیون برداری ساختاری SVAR)، *فصلنامه مدل سازی اقتصادسنجی*، 6(1)، 77-98.
- عباسی نژاد، حسین (1395). تحلیل اثر افزایش قیمت فرآورده های نفتی بر بخش های اقتصادی با استفاده از جدول داده-ستانده. *فصلنامه ی پژوهش های بازرگانی*، 38.
- گسگری، محمد و پژوهان، جمشید (1394)، اثر بی ثباتی نرخ ارز را بر رشد اقتصادی با رویکرد الگوی رشد درونزا. *پژوهشهای اقتصادی*، 103.
- مهرآرا، محسن و علیرضا کیخا (1398). نهادها، نفت و رشد اقتصادی در کشورهای متکی به نفت. *فصلنامه ی اقتصاد مقداری*، 4.5.

مهرآرا، محسن و کامرانی، سهیل (1394)، تکانه های نفتی و اثرات اقتصاد مقاومتی بر متغیرهای کلان اقتصادی، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، 40.

- Abdollah, F, (2021), Target market entry strategy and export performance of small and medium Malaysian companies, Conference Paper, *ERF 12th Annual Conference: Reform – Made to last, Egypt*, 19-21”.
- Affendy, A. H., Asmat-Nizam, A. T., & Farid, M. S. (2015). Entrepreneurial orientation effects on market orientation and SMEs business performance-A SEM approach. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 4(3), 259-271.
- Ahmed, A, Refigh, M. (2020). Su The relationship between internal marketing and market orientation and its impact on export performance. *Taylor & Francis e-Library*.
- Dabrowski, D., Brzozowska-Woś, M., Gołąb-Andrzejak, E., & Firgolska, A. (2019). Market orientation and hotel performance: The mediating effect of creative marketing programs. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 41(December), 175-183.
- Egberi, A. K., & Osio, E. J. (2019). Effect of market orientation on organizational performance (A study of the Nigerian banking industry). *International Journal of Business and Social Science*, 10(12), 93- 102.
- Evioni,S, Amotaio, E.O, (2019), The Impact of Company Marketing Strategies on Export Performance. A paper presented at the Annual Conference of CSAE Conference, Economic Development in Africa 22nd–24th March, Oxford.
- Julian, C. C., Mohamad, O., Ahmed, Z. U., & Sefnedi, S. (2014). The market orientation–performance relationship: The empirical link in export ventures. *Thunderbird International Business Review*, 56(1), 97-110.
- Magginson, W., & Netter, J. M. (2001). From state to market: A survey of empirical studies on privatization. *Journal of Economic Literature*, 39, 321-389.
- Perry, M. (2014). Market orientation in small businesses: Creative or lacking? *Marketing Management Journal*, 24(1), 96-107.
- Pinho, J. C., Rodrigues, A. P., & Dibb, S. (2014). The role of corporate culture, market orientation and organisational commitment in organizational performance. *Journal of Management Development*, 33(4), 374-398.
- Qu, R., & Zhang, Z. (2015). Market orientation and business performance in MNC foreign subsidiaries— Moderating effects of integration and responsiveness. *Journal of Business Research*, 68(5), 919-924.
- Spanos, G. (2016). Organization and export performance. *Economics Letters*. 146(1): 130-134.
- Tajeddini, K., & Ratten, V. (2017). The moderating effect of brand orientation on inter-firm market orientation and performance. *Journal of Strategic Marketing*, In Press, 1-31.
- Takata, H. (2016). Effects of industry forces, market orientation, and marketing capabilities on business performance: An empirical analysis of Japanese manufacturers from 2009 to 2011. *Journal of Business Research*, 69(12), 5611-5619.
- Zehir, Cemal; Köle, Mahmut; Yıldız, Hacer (2015). The Mediating Role of Innovation Capability on Market Orientation and Export Performance: An Implementation on SMEs in Turkey. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 207(7), 700–708.

Zhang, J., & Zhu, M. (2016). Market orientation, product innovation and export performance: Evidence from Chinese manufacturers. *Journal of Strategic Marketing*, 24(5), 377-397.