مدل توسعه عملکرد صادراتی میگوی پرورشی ایران با رویکرد نظریه داده‌بنیاد

محمدرضا طالعی‌پور[۱]، سید عبدالله حیدریه*[۱]، حسین خانزادی[۲]، یونس وکیل الرعایا[۱]

*a.heidariyeh@semnaniau.ac.ir

۱- گروه مدیریت، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران
۲- گروه مدیریت، دانشگاه دریایی امام خمینی (ره)، نوشهر، ایران

تاریخ دریافت: آذر ۱۳۹۸ تاریخ پذیرش: اسفند ۱۳۹۸

چکیده

پژوهش حاضر با هدف ارائه مدل توسعه عملکرد صادراتی میگوی پرورشی ایران انجام شده است. روش تحقیق به صورت کیفی و مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد است. نمونه‌گیری به روش نظری و با استفاده از تکنیک گلوله‌برفی انجام شده که بر مبنای آن، ۱۶ مصاحبه در سال ۱۳۹۸ با خبرگان علمی و عملی صنعت میگوی پرورشی کشور (مدیران شیلات، اتحادیه تولید و تجارت آبزیان ایران و مدیران شرکت‌های برتر در حوزه صادرات میگوی پرورشی) صورت گرفته است. نتایج تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها طی فرآیند کدگذاری باز، محوری و انتخابی و با بهره‌گیری از نرم‌افزار تحلیل کیفی اتلس‌تی، به زایش مدل توسعه عملکرد صادراتی میگوی پرورشی منجر شده که بر مبنای آن، شرایط علّی، پدیده محوری، راهبردها، عوامل زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر و پیامدها شناسایی شد. در مجموع، ۱۷ مقوله اصلی، ۵۶ مقوله فرعی و ۱۳۸ مفهوم در قالب شش دسته محوری قرار گرفته‌اند. پژوهشگر به کفایت نظری درباره تمام مفاهیم مورد بحث رسیده است. همچنین، در دورهای بعد، با مرور مفاهیم و ارائه مدل به خبرگان، درباره مقبولیت مدل اطمینان حاصل شد. بر این اساس، مولفه‌ها، شاخص‌ها و حوزه‌های تاثیرگذار در پدیده محوری «توسعه عملکرد صادراتی میگوی پرورشی» شناسایی و راهبردهای بهره‌گیری از این ظرفیت‌ها به منظور رسیدن به نتایج و پیامدهای مورد انتظار در قالب مدل توسعه عملکرد صادراتی میگوی پرورشی ارائه گردید.

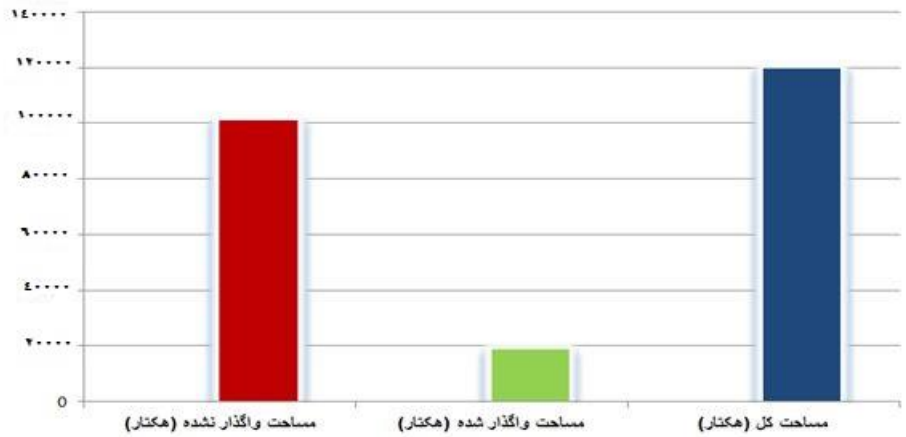
لغات کلیدی: عملکرد صادراتی، میگوی پرورشی، گلوله برفی، اتلس‌تی، نظریه داده‌بنیاد

*نویسنده مسئول

[Downloaded from isfj.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.10261354.1399.29.2.10.0]

مقدمه

قدمت فعالیت تکثیر و پرورش میگو در ایران زیاد نبوده ولی به دلیل شرایط مناسب آب و هوایی و زمین‌های وسیع سواحل جنوبی کشور، از ظرفیت قابل‌توجهی جهت پرورش میگو برخوردار می‌باشد (شکل ۱) و تولید و تکثیر میگو از روند رو به رشدی برخوردار شده است. در این راستا، در سال‌های اخیر پرورش میگو در کشورمان مورد توجه سازمان شیلات قرارگرفته و اقدامات بنیادین و اساسی در این بازه زمانی (از سال ۷۲) صورت پذیرفته است که از آن جمله می‌توان به شناسایی نواحی مستعد پرورش میگو در استان‌های جنوبی کشور، راه‌اندازی مراکز تکثیر و پرورش میگو در این مناطق، استفاده از تجارب کارشناسان سازمان‌های بین‌المللی فعال در این زمینه، فراهم نمودن زمینه مساعد جهت جذب سرمایه‌گذاری در این بخش و اقدامات حمایتی دیگر مانند مذاکرات سیاسی با بازارهای هدف برای خرید بدون واسطه میگوی ایرانی و نیز تلاش برای ایجاد صندوق ضمانت (به جای سیستم ال‌سی بین‌المللی) اشاره نمود. از جمله اهداف اصلی توسعه و گسترش صنعت پرورش میگو در کشور می‌توان به گسترش زمینه اشتغال‌زایی، بسترسازی جهت توسعه منطقه‌ای در سواحل خلیج‌فارس و دریای عمان با توجه به استمرار تولید و پیامدهای مثبت اجتماعی، سیاسی، اقتصادی آن در منطقه و درآمد ارزی و افزایش صادرات غیرنفتی، اشاره نمود (در این تحقیق، پیامدها شناسایی و در مدل آورده می‌شوند). البته در زمینه صادرات تهدیدهایی از قبیل وجود رقبای متعدد در سطح بین‌المللی باتجربه کافی و بیشتر از کشورهای جهان سوم که موضوع ارزآوری از سیاست‌های مهم دولت آنهاست، بی‌توجهی به قیمت‌های رقابتی و حفظ کیفیت مناسب، فقدان استانداردها و موازین کنترل کیفیت و امور بهداشتی غذا و لارو و محصولات تولیدی در کشور، و فقدان قوانین و مقررات جامع وجود دارد (کریمی و همکاران، ۱۳۹۴).



شکل ۱: اراضی شناسایی شده اولویت‌دار مستعد پرورش میگوی کشور (سالنامه آماری شیلات ایران).

Figure 1: Identified lands with the priority potential of the country's shrimp farming (Iranian Fisheries Statistical Yearbook)

در سطح بین‌الملل، مطالعات متعددی از یک زاویه و با توجه به شرایط خاص هر کشور انجام شده است (Katsikeas *et al*., 2000; Roberston and Chetty, 2000; Lages and Jap, 2002; Leonidou *et al*., 2007; Sousa and Bradley, 2008; Maurel, 2009; Lages and Sousa, 2010; Leonidou *et* Berko*al*., 2010; Czinkota and Griffith, 2012; *et al*., 2013; Ozdemir and Erdil, 2016; Gaglio, 2017). بر مبنای پژوهش Mohammad Rahman (۲۰۱۳) از دانشگاه متروپولیتن با عنوان "بازاریابی

[Downloaded from isfj.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.10261354.1399.29.2.10.0]

صادراتی میگوی بنگلادش"، فقط ۱۵٪ از ظرفیت بالقوه بنگلادش برای پرورش میگو فعال شده است. در این پژوهش، دلیل عدم بهره‌گیری کامل از ظرفیت به فقدان دید آینده‌نگر و جهت استراتژیک اشاره شد. پژوهشگر پیشنهاد می‌کند که یک استراتژی یکپارچه در هر مرحله از زنجیره ارزش برای رشد پایدار و برای پاسخ به روندهای نوظهور در بازار رقابتی جهانی می‌تواند درآمد صادرات میگو بنگلادش را افزایش دهد. در پژوهش Emran و همکاران (۲۰۱۹) با عنوان "استانداردها به عنوان مانع صادراتی: مورد صادرات میگوی بنگلادش به اتحادیه اروپا" به این مطلب اشاره شد که برخی از استانداردهای بهداشتی سخت، مانعی در برابر صادرات است و هزینه‌های اقتصادی و اجتماعی برگشت و ضبط محموله‌های میگو به دلیل ادعای عدم رعایت این استانداردها با توجه به این واقعیت که این صنعت تحت تسلط کشاورزان و بنگاه‌های اقتصادی نسبتاً کوچک است، قابل توجه بود. در پژوهشی از Nguyen و همکاران (۲۰۱۹) با عنوان "آیا تشدید، راه حل تولید و پایداری صادرات میگو است؟"، سعی شد تا مدلی برای فعالیت بنگاه‌های کوچک در میان رقبای فشرده جهانی ترسیم شود که بر مبنای آن، علاوه بر ادامه حضور آنها، یک فعالیت محیط زیست دوستانه ایجاد شود. در ایران نیز مطالعاتی در این حوزه انجام شده است که از جمله آنها می‌توان به مقاله هاشمی‌تبار و کرباسی (۱۳۸۲) با عنوان "بررسی عوامل مؤثر بر صادرات میگو با تخمین توابع عرضه و تقاضای صادرات" اشاره کرد که در آن به بررسی و شناخت تنگناهای میگو از دیدگاه تقاضا و عرضه صادرات و بر اساس آمار جمع آوری شده طی بازه زمانی ۷۹-۱۳۵۴ با استفاده از مدل‌های معادلات همزمان پرداخته شده است. مطالعه دیگر، پژوهش احمدی و همکاران (۱۳۹۵) با عنوان "تحلیل و تعیین چالش‌های پیش روی صنعت تکثیر میگوی ایران" است که براساس آن دست‌اندرکاران میگوی ایران منبع اصلی اطلاعاتی خود را کارشناسان خارجی می‌دانند و اطلاعات بدست آمده از دانشگاه‌های داخل کشور را کم‌اهمیت می‌دانند. بررسی وضعیت آموزشی مدیران کارگاه‌های تکثیر میگوی ایران نشان می‌دهد که دوره‌های آموزشی گذرانده شده را اغلب سازمان شیلات و سازمان دامپزشکی برگزار کردند و دانشگاه‌ها نقش زیادی نداشتند. شرایط سخت کاری، کمی حقوق، اطمینان بسیار زیاد به کارشناس خارجی و عدم اطمینان به کارشناس داخلی از جمله موارد مذکور برای موضوع است. در رابطه با رفتار، اولویت‌ها و موانع مصرف‌کنندگان میگو در کشور نیز مطالعاتی از جمله پژوهش ریحانی‌پول و همکاران انجام شده است.

با توجه به این مطالب مذکور و اهمیت کشت میگو در کشور، این پژوهش در نظر دارد تا در وهله اول، عوامل تاثیرگذار بر روند تولید و صادرات میگوی پرورشی را شناسایی کند و سپس مدل توسعه عملکرد صادراتی میگوی پرورشی را با رویکرد داده‌بنیاد و از میان داده‌های مستخرج از مصاحبه با خبرگان این صنعت ارائه دهد.

مواد و روش کار

چون پژوهش حاضر به دنبال شناخت عوامل موفقیت و توسعه صنعت بود، روش کیفی و به طور خاص روش داده‌بنیاد، روشی مناسب برای اجرای پژوهش شناسایی شده و نیز نظر خبرگان و اساتید، مؤید استفاده از این روش بوده است. در این پژوهش، در گام نخست، از رویکرد کیفی و روش تحلیل محتوایی و نیز نظرخواهی از اساتید و برخی خبره‌ها به منظور استخراج پرسشنامه نیمه ساختار یافته جهت مصاحبه با خبرگان و تعیین مولفه‌های اصلی بهره گرفته شده است و بر این اساس با خبرگان حوزه تولید و صادرات میگوی پرورشی مصاحبه و تحقیق صورت پذیرفت. در واقع، برای اجرای مصاحبه‌ها، تنظیم یک پرسشنامه نیمه ساختار یافته ضروری بود و با راهنمای اساتید و بهره‌گیری از قالب داده‌بنیاد، این پرسشنامه تدوین شده است. شایان ذکر است، مصاحبه‌ها به سوالات پرسشنامه محدود نبود و هر نکته و توضیحی که از نظر خبره‌ها مهم بود، شنیده و ثبت شد. بنابراین، مولفه‌های اصلی و مرتبط با موضوع از طریق تحلیل مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته و عمیق با خبرگان حوزه شیلات استخراج شد. برای نمونه‌گیری، از روش گلوله برفی استفاده شد و تحلیل داده‌ها به صورت زیگزاگی و همزمان انجام گرفت. دلیل استفاده از روش گلوله‌برفی برای

[Downloaded from isfj.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.10261354.1399.29.2.10.0]

نمونه‌گیری، ارتباط خوب افراد درگیر در این صنعت با هم بوده است، بدان معنا که اغلب صادرکنندگان موفق عضو اتحادیه می‌باشند و اتحادیه نیز با سازمان شیلات و اتاق بازرگانی ارتباط خوبی دارد. بنابراین، پیشنهاد خبرگان برای مصاحبه‌شونده بعدی حائز اهمیت بوده است. در پایان، نتایج تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها طی فرآیند کدگذاری باز، محوری و انتخابی، به زایش مدل توسعه عملکرد صادراتی میگو پرورشی منجر شده است.

در کدگذاری باز، متن مصاحبه‌ها بررسی می‌شود و به عبارت‌هایی که کلید محسوب می‌شوند، یک کد (مفهوم) داده می‌شود. مفاهیمی که مشابه بوده یا دارای تناسب بودند، در یک مقوله جای گرفتند. این کار را می‌توان به صورت دستی و نیز با استفاده از نرم‌افزار انجام داد. در این پژوهش از نرم‌افزار اتلس‌تی برای استخراج مفاهیم بهره گرفته شد. در روش داده‌بنیاد، مرحله بعد کدگذاری محوری است. کدگذاری محوری به معنی جای دادن تمام مقوله‌های بدست آمده در ۶ دسته محوری است. این ۶ دسته شامل شرایط علی، پدیده محوری، راهبردها، عوامل زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر و پیامدها می‌باشند.

جامعه مورد مطالعه این پژوهش شامل دو گروه از افراد است: جامعه پژوهش، افراد و متخصصانی که آگاهی از توسعه عملکرد صادراتی میگو داشتند و نیروی انسانی کلیه شرکت‌های تولید و صادرکننده میگو و مدیران علمی و عملی دولتی که درگیر در این فرآیند بودند. تعداد نمونه مناسب برای روش داده‌بنیاد براساس استراوس و کوربین، ۱۰-۲۵ نفر است که افزایش این تعداد بستگی به مرحله اشباع تئوریک دارد. یعنی تا زمانی که سایر اطلاعات و داده‌های جدیدی از مصاحبه‌شوندگان حاصل نشود، فرآیند جمع‌آوری اطلاعات ادامه می‌یابد. در این مطالعه، تعداد ۱۶ نفر به مرور مورد مصاحبه قرار گرفتند (جدول ۱).

جدول ۱: ویژگی‌های اطلاعات جمعیت‌شناختی خبرگان مصاحبه‌شونده

Table 1: Characteristics of population information

شناسه	پست سازمانی	شناسه	پست سازمانی
P1	مدیر کل دفتر بهبود کیفیت فرآوری و توسعه بازار آبزیان	P9	از صادرکننده‌های برتر و عضو اتحادیه تولید و تجارت آبزیان
P2	رئیس گروه توسعه بازار شیلات	P10	از صادرکننده‌های برتر و عضو اتحادیه تولید و تجارت آبزیان
P3	دبیر کل اتحادیه تولید و تجارت آبزیان	P11	از صادرکننده‌های برتر و عضو اتحادیه تولید و تجارت آبزیان
P4	مدیر بخش امور بین الملل اتحادیه تولید و تجارت آبزیان و از صادرکننده‌های برتر	P12	از صادرکننده‌های برتر و عضو اتحادیه تولید و تجارت آبزیان
P5	مدیر کنترل کیفی اتحادیه تولید و تجارت آبزیان	P13	از صادرکننده‌های برتر و عضو اتحادیه تولید و تجارت آبزیان
P6	مدیر کارخانه تکثیر میگو، مزرعه‌دار و عضو هیئت علمی وزارت جهاد کشاورزی	P14	از صادرکننده‌های برتر و عضو اتحادیه تولید و تجارت آبزیان
P7	کارشناس خبره تکثیر، پرورش و عمل‌آوری آبزیان و میگو	P15	از صادرکننده‌های برتر و عضو اتحادیه تولید و تجارت آبزیان
P8	از صادرکننده‌های برتر و عضو شرکت تعاونی پارس آبزیان رسول و بازرگانی پورعلی	P16	از صادرکننده‌های برتر و عضو اتحادیه تولید و تجارت آبزیان

[Downloaded from isfj.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.10261354.1399.29.2.10.0]

نتایج

داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها، بدقت مطالعه، بررسی و تحلیل شد. به داده‌هایی که مشابه یکدیگر بودند، مفاهیمی متناسب اختصاص داده شد. پس از بررسی داده‌ها، برچسب‌زنی به رویدادها و وقایع و سپس استخراج مفاهیم، هر یک از این مفاهیم با یکدیگر مقایسه شدند تا شباهت‌ها و تفاوت‌هایشان مشخص شود. این کار برای تشکیل مقوله‌ها صورت پذیرفت. در مجموع، ۱۷ مقوله اصلی، ۵۶ مقوله فرعی و ۱۳۸ مفهوم شناسایی شد.

مرحله بعد، کدگذاری محوری است. در کدگذاری محوری، مقوله‌های مستخرج از کدگذاری باز در شش دسته، شامل مقولهٔ محوری، شرایط علی، شرایط مداخله‌گر، شرایط زمینه‌ای، راهبردها و پیامدها قرار گرفته و رابطه بین آنها ترسیم شد.

برای یکپارچه‌سازی و ارائه مدل توسعه عملکرد صادراتی میگوی پرورشی، پس از شناسایی مقولهٔ مرکزی و ربط دادن سایر مقوله‌ها در قالب پارادایم نظام‌مند نظریه‌سازی داده‌بنیاد، به پالایش مدل محوری طراحی شده و پروراندن مقوله‌های اصلی (از میان مفاهیم بدست آمده) اقدام شد و درنهایت مدل نهایی پژوهش بدست آمد. مدل پژوهش جامع و بر مبنای شرایط خاص کشور تدوین شده است. موارد ذیل به عنوان نوآوری پژوهش و ویژگی‌های مدل شناخته می‌شوند.

۱- **روش پژوهش**: پژوهش حاضر داده‌بنیاد و مدل پژوهش بر مبنای مصاحبه با خبرگان درگیر در این حوزه (شرکت‌های تولیدکننده و صادرکننده میگوی پرورشی، اتحادیه تولید و تجارت آبزیان و سازمان شیلات) تدوین شده است و بواسطه مصاحبه با ۱۶ نفر برتر در این حوزه‌ها، اشباع اطلاعاتی حاصل شد. بنابراین، مدل پژوهش کاربردی بوده و با بهره‌گیری از مفاهیم بدست آمده برای هر حوزه می‌توان به نتیجه‌های کاربردی دست یافت.

۲- **بیان وضع موجود**: برای اولین بار پتانسیل بالقوه تولید و صادرات این محصول نظیر اراضی مستعد، سواحل مرغوب، آب و هوا و دمای مناسب، صنایع فرآوری، نیروی انسانی ماهر در طول سالیان گذشته و همچنین اقبال بخش خصوصی و حتی تعاونی‌ها و شرکت‌های دولتی جهت سرمایه‌گذاری در این بخش و از همه مهمتر کشش و تقاضای بازار جهانی این محصول و تاثیرات ارزآوری و اشتغال در پژوهش حاضر برجسته شد.

۳- **نگاه یکپارچه**: در پژوهش‌های قبلی و در گزارش‌های موجود، هر کدام از حوزه‌ها (شرکت‌های تولیدکننده و صادرکننده میگوی پرورشی، اتحادیه تولید و تجارت آبزیان و سازمان شیلات ایران) از نظریات خود را مطرح نمودند. در این پژوهش از طریق مصاحبه با افراد از تمام حوزه‌ها و شنیدن همه نظریات خبرگان، پژوهش یک نگاه یکپارچه ارائه داده و توصیه می‌کند.

۴- **توصیه‌ها برای شرکت‌ها**: در حوزه راهبردهای شرکتی، ویژگی‌های ضروری برای صادرکننده‌ها احصاء شده و می‌توان این را مدل را در زمره مدل‌های کاربردی شمرد.

۵- **توصیه‌ها برای حوزه ملی**: با احصاء وظایف سازمان‌های دولتی و ملی، موارد هماهنگی و همکاری آنها (سازمان شیلات ایران، اتاق بازرگانی، دامپزشکی، گمرک و ...) بیان شد.

۶- **توصیه‌ها برای حوزه بین‌المللی**: توجه به دیپلماسی تجاری و ظرفیت بالقوه صادراتی این محصول در این پژوهش بخوبی بیان شد.

۷- **تعریف عملکرد صادراتی**: این پژوهش دریافته است که در برخی موارد، صادرات با حجم‌های بالا (و به اصطلاح نوک زدن) دلیل بر عملکرد موفق نیست. برخی از خبره‌ها پایداری صادرات را به عنوان مولفه عملکرد صادراتی موفق می‌دانند، سایر خبره‌ها ارزش افزوده بالاتر، تنوع محصولات در سبد صادراتی و تنوع بازارهای هدف را به عنوان مولفه‌های مهم برشمردند. در این پژوهش، تمام مولفه‌های ضروری برای ارزیابی عملکرد صادراتی صنعت میگوی پرورشی احصاء شد و پیشنهاد می‌شود که این موارد را اتاق بازرگانی برای ارزیابی شرکت‌های فعال در این حوزه بکار گیرد.

۸- **پیامدها**: پیامدهایی که در این حوزه و در این صنعت در حال رخ دادن هستند، شناسایی شدند و برای

[Downloaded from isfj.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.10261354.1399.29.2.10.0]

گسترش و تحقق یافتن آنها این مدل تدوین شد. با اعمال راهبردها، کیفیت میگو به سمت تطابق‌سازی با استانداردهای جهانی پیش خواهد رفت، نگاه صادرکننده‌ها به سمت شناخت بهتر بازارهای هدف سوق داده شده و در نهایت توسعه این صنعت میسر می‌شود.

۹- **تصدیق مدل**: برای اثبات مقبولیت و کاربردی بودن مدل، برای بار دوم با ۱۲ نفر از خبرگان قبلی، مدل مورد بحث و بررسی قرار گرفت و برای بار سوم مدل به ۸ نفر از آنها ارائه شد و مقبولیت و کاربردی بودن آن در این صورت محرز شد (شکل ۲).



شکل ۲: پارادایم کدگذاری محوری

Figure 2: Axial coding paradigm

[Downloaded from isfj.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.10261354.1399.29.2.10.0]

بحث

پژوهش حاضر کیفی است و با هدف ارائه مدل توسعه عملکرد صادراتی میگوی پرورشی ایران انجام شد. تاکید خبرگان بر این بود که یکپارچگی باید در طول فرآیند تولید تا صادرات حاصل شود و این یکپارچگی تنها با درک تمام عوامل مربوط به عملکرد صادراتی یک شرکت قابل دستیابی است. این عوامل را می‌توان در پنج دسته مذکور در کدگذاری محوری حول پدیده اصلی مورد مطالعه قرار داد.

شرایط علّی

کیفیت میگوی ایرانی: آوازه میگوی ایرانی از دیرباز جهت بازارهای سنتی این محصول از قبیل اتحادیه اروپا شناخته شده است، لذا ذهنیت مثبت بازارهای مصرف در این خصوص وجود دارد.

مزیت رقابتی تولید میگو در کشور نسبت به سایر محصولات: خبرگان میگو را با محصولات پر ارزش دیگری چون برنج و زعفران مقایسه می‌کنند و از مزیت رقابتی آن سخن می‌گویند که بر مبنای آن، درآمد و سود تولید میگو در یک هکتار بسیار بیشتر از کشت زعفران و برنج است و ضروری است که به این ظرفیت مهم توجه ویژه شود.

ارزش غذایی: ارزش غذایی میگو در دنیا بگونه‌ای است که با توجه به دارا بودن مواد با ارزشی چون ویتامین B12، ویتامین D، کلسیم، ید، سلنیوم، پروتئین، آهن و نیاسین و نیز خواص کم نظیری چون کنترل فشار خون، مقابله با کم‌خونی، مقابله با آلزایمر و...، همیشه جزو محصولات غذایی پر تقاضا بوده است.

صادرات محور بودن میگو: همانگونه که در بررسی‌ها و روندها مشاهده می‌شود، همواره بیش از ۹۰٪ میگوی پرورشی تولیدی کشور برای مقاصد و اهداف صادراتی بوده و با وجود تحریم‌های بین‌المللی در سال‌های گذشته، این مهم تحت الشعاع قرار نگرفته است. مواردی نیز وجود داشته که یکسال صادرات کم بوده و لیکن با شروع سال بعد، محصولات سال قبل یکجا به فروش رسیده است. توجه به صادرات بودن محصول، موجب کاهش بسیاری از موانع صادراتی و شکل‌گیری نگاه صادراتی می‌شود. برای نمونه، خبرگان بیان می‌کنند که بواسطه فقدان این نگاه در حال حاضر و عدم همکاری گمرک در مسائل بروکراسی، تا مدت‌ها کالای صادراتی در انبارها می‌ماند و ممکن است با برنامه‌ریزی شرکتها، برای ارسال محصول با کیفیت به دست بازار هدف تلف شود.

ارزآور بودن میگو: مشخص است که وقتی محصولی همچون میگو به بازارهای خارجی و خریداران خارجی عرضه می‌گردد و به فروش می‌رسد، ارزآوری را برای کشور در پی خواهد داشت. یکی از خبره‌ها بیان می‌کند که هر پرورش‌دهنده میگو می‌تواند در هر کیلوگرم میگوی صادراتی که ۵ دلار به فروش می‌رسد تا بیش از ۱۰۰ درصد سود داشته باشد و درآمدهای ارزی ناشی از آن به چرخه اقتصادی کشور بازگشته و این موجب ارزآوری و کاهش اتکاء به نفت شود.

نیروی انسانی نسبتاً ماهر و روند روبه رشد تحقیق و توسعه در صنعت میگوی پرورشی: از زمان آغاز به کار صنعت در سال ۱۳۷۲، تجربه خوبی در نیروی انسانی بومی نهادینه شده و با توجه به عنایت دانشگاه‌ها و مراکز علمی به مباحث شیلاتی، زمینه برای توسعه عملکرد شرکت‌های فعال در حوزه میگوی پرورشی فراهم شده است بطوریکه در شهرهای مختلف کشور، رشته‌های مرتبط با شیلات و آبزیان تا سطوح علمی دکتری نیز توسعه یافته است.

شرایط زمینه‌ای

در مسیر توسعه این صنعت تعدادی از عوامل محیطی وجود دارند که تولیدکنندگان و صادرکنندگان میگوی پرورشی توانایی کنترل آنها را ندارند و اثری بالقوه بسیاری بر میزان تولید، رشد و ثبات این صنعت می‌گذارند. بهره‌گیری از این شرایط و تدوین راهبردهای سازگار متناسب با آنها می‌تواند مثبت باشد. این عوامل شامل سواحل طولانی و لم‌یزرع و امکان بهره‌گیری از آنها، اقلیم آب و هوای متناسب تولید و پرورش، وجود و مهیا شدن زیرساخت‌های اولیه تولید و عمل‌آوری، دسترسی به آبهای آزاد و بازارهای جهانی، روند صعودی تولید محصول در

[Downloaded from isfj.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.10261354.1399.29.2.10.0]

کشور، رشد تقاضای مصرف میگو در دنیا، روابط مثبت سیاسی-تجاری با بازارهای بزرگ مصرف میگو در دنیا (چین و روسیه)، حرکت و رشد علمی گسترده کشور، تناسب برنامه‌های توسعه‌ای دولت (برنامه ششم توسعه) با توسعه میگوی پرورشی و تحریم‌های بین‌المللی می‌باشند.

عوامل مداخله‌گر

عوامل مداخله‌گر در اینجا نیز در کنترل شرکت‌هاست و با تاثیر بر آنها، می‌توان معادلات اقتصادی را بسیار به نفع خود تغییر داد. اول آشنایی شرکت به بازار هدف و وجود مطالعات بازاریابی خوب است و دوم عملکرد حرفه‌ای شرکت است. در صورتی که شرکت اخلاق حرفه‌ای را رعایت نکند، اعتماد مشتری به تولیدکننده ایرانی کم‌رنگ می‌شود و توان رقابتی برای حفظ بازار از بین می‌رود. مدیریت مالی به‌روز و صحیح نیز برای مدیریت منابع مالی شرکت بسیار تاثیرگذار است.

آشنایی شرکت‌ها با بازارهای هدف و خواسته‌ها، نیازها و تمایلات مصرف‌کنندگان و بازارهای هدف از اساسی‌ترین اصول تولید و بازاریابی در دنیای امروزی می‌باشد. در بررسی نظر خبرگان، مشاهده می‌شود که بسیاری از شرکت‌های تولیدکننده، فرآوری و صادرکننده میگوی پرورشی را با نگاه حداقلی و صرفاً به صورت صادرات سنتی به بازار هدف می‌رسانند و از یک نگاه بلند که محصول را با برند خود و برند کشورشان صادر کنند، فاصله زیادی وجود دارد. اینگونه است که محصول خود را به صورت شمش‌های چند کیلویی به بازارهای واسطه (هایفونگ ویتنام) ارسال و بهره کافی را این بازارهای واسطه، با برندسازی و لحاظ سلیقه مشتریان می‌برند.

راهبردها

در این پژوهش، راهبردها در سه دسته: ابعاد توسعه‌ای شرکتی، ابعاد توسعه‌ای ملی و ابعاد توسعه‌ای بین‌المللی شناسایی شده‌اند. خبرگان در سطح شرکتی به تولید محصول مرغوب و مشتری بنیاد، در سطح ملی به ایجاد زیرساختارها و در سطح بین‌المللی به دیپلماسی تجاری تاکید داشته‌اند. جزئیات مفاهیم مربوط به راهبردها در هر حوزه در قسمت نتایج مفصل ارائه شده است. در اینجا، نکته‌ای که حائز اهمیت است این است که برای اجرای راهبردها **یک نگاه یکپارچه و یک نگاه بلند** راهبردی ضروری است و این یکپارچگی باید تمام بخش‌های درگیر (خصوصی و دولتی) در صنعت میگوی پرورشی را در بر گیرد. همچنین باید تلاش شود تا **«در شرایط تحریم، محدودیت‌های داخلی کمتر شود»**.

پیامدها

پیامدها نتایجی هستند که در اثر راهبردها پدیدار می‌شود. با اعمال درست این راهبردها، انتظار می‌رود که محصولات با ارزش افزوده بالا تولید شود، سواحل لم‌یزرع کشور آباد شوند و سطح بالایی از اشتغال در کشور ایجاد شود که رونق تولید را نیز در بر خواهد داشت. همچنین، توجه ویژه به صنعت میگوی پرورشی که یکی از صنایع بالقوه و با قابلیت راهبردی شدن در کشور محسوب می‌شود، موجب کم‌رنگ‌سازی اتکا بر فروش نفت شده و امید به توسعه اقتصاد بدون نفت را میسر خواهد کرد. بعلاوه، با سپردن بخشی از وظایف به اتحادیه تولید و تجارت آبزیان و ایجاد نقشی فعال‌تر برای آن، زمینه برای همگامی بخش خصوصی و دولتی میسر می‌شود و در نتیجه، نگاه یکپارچه‌ای که مورد نیاز صنعت است، شکل خواهد گرفت.

برای اجرایی شدن یافته‌های پژوهش حاضر پیشنهاد می‌شود: ۱- **سازمان شیلات ایران** پژوهش حاضر را در اختیار وزارت جهاد کشاورزی، اتاق بازرگانی، کارکنان خود و دستگاه‌های اجرایی درگیر دیگر برای بهره‌برداری در امر توسعه صنعت میگوی پرورشی قرار دهد. ۲- **اتحادیه تولید و تجارت آبزیان** نتایج پژوهش حاضر را در اختیار تیم کارشناس خود قرار دهد و در جلسات هم‌اندیشی درباره راهبردهای آن بحث و گفتگو کرده و راهکارهای عملی را به شرکت‌های عضو توصیه و ابلاغ کنند. ۳- به این دلیل که پژوهش حاضر از روش داده‌بنیاد و مصاحبه با افراد خبره و درگیر در این صنعت صورت پذیرفته است، پیشنهاد می‌شود که شرکت‌های فعال در تولید و صادرات میگوی پرورشی، این پژوهش را مطالعه کرده و علاوه بر

[Downloaded from isfj.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.10261354.1399.29.2.10.0]

افزودن به آگاهی خود نسبت به صنعت میگوی پرورشی ج. ا. ایران، نتایج آن را مبنای کار و توسعه خود قرار دهند.

منابع

احمدی، م.، کوچنین، پ.، صالحی، ح.، یاوری، و. و حسینی‌فر، س.ح.، ۱۳۹۵. تحلیل و تعیین چالش‌های پیش روی صنعت تکثیر میگوی ایران. مجله علوم و فنون دریایی، ۱۵(۴): ۵۶-۶۸.
.Doi: 10.22113/jmst.2017.47150

ریحانی‌پول، س.، عالیشاهی، ع. عادلی، ا.، نرگسیان، ع. و اجاق، م.، ۱۳۹۸. مطالعه رفتار، اولویت‌ها و موانع مصرف‌کنندگان میگو در کشور. مجله علمی شیلات ایران، ۲۸(۶): ۳۵-۴۶.
Doi:10.22092/ISFJ.2019.11978

کریمی، د.، کیانی، غ.، اسلامی، ف. و هومان، ل.، ۱۳۹۴. ارتباط کارآیی فنی و بازده تولید با مساحت مزارع پرورش میگو در استان هرمزگان. مجله علمی شیلات ایران، ۲۰(۲): ۱۰۹-۱۲۰.
Doi:10.22092/ISFJ.2017.109996.

هاشمی‌تبار، م.، و علیرضا، ک. ۱۳۸۲. بررسی عوامل مؤثر بر صادرات میگو با تخمین توابع عرضه و تقاضای صادرات، چهارمین کنفرانس اقتصاد کشاورزی ایران، کرج، انجمن اقتصاد کشاورزی ایران، دانشکده کشاورزی دانشگاه تهران.

Berko, O. and Damoah, O., 2013. Strategic factors and firm performance in an emerging economy. *African Journal of Economic and Management Studies*, 4: 267 – 287. Doi: 10.1108/ajems-02-2013-0013.

Emran, S., Taslim, Q. and Taslim, M., 2019. Standards as Trade Barriers: The Case of Shrimp Export of Bangladesh to EU, *Bangladesh Research Publications Journal*.

Erdil, S. and Ozdemir, O., 2016. The Determinants of relationship between marketing mix strategy and drivers of export performance in foreign markets: An application on Turkish clothing industry. *Social and Behavioral Sciences*, 235: 546-556.
Doi: 10.1016/j.sbspro.2016.11.067.

Gaglio, C., 2017. Trade liberalization and export performance: a literature review. *Review of Political Economy*, 127: 25-46. Doi: 10.3917/redp.271.0025.

Griffith, D.A. and Czinkota, M., 2012. Release the constraints: Solving the problems of export financing in troublesome times. *Business Horizons*, 55: 251-260.
Doi:10.1016/j.bushor.2012.01.003.

Katsikeas, C.S., Leonidou, L.C. and Morgan, N.A., 2000. Firm-level export performance assessment: review, evaluation, and development. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28: 493-511.
Doi:10.1177/0092070300284003.

Lages, F. and Jap, S.D., 2002. Marketing mix adaptation and performance in international marketing relationships. *European Union Working Paper*, 411: 1-45. Doi: 10.2139/ssrn.881841.

Lages, F. and Sousa, C., 2010. Export performance. *Wiley International Encyclopedia of Marketing: John Wiley & Sons, Ltd.*, Doi: 10.1002/9781444316568.wiem06029.

Leonidou, L.C., Katsikeas, C.S., Palihawadana, D. and Spyropoulou, S., 2007. An analytical review of the factors stimulating smaller firms to export: Implications for policy-makers. *International Marketing Review*, 24: 735-770. Doi: 10.1108/02651330710832685.

[Downloaded from isfj.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.10261354.1399.29.2.10.0]

sustainability? *Sustainability*, 11: 5277 Doi: 10.3390/su11195277.

Rahman, M., 2013. Shrimp export marketing of Bangladesh, *Bangladesh Research Publications Journal*, 8: 146-151. Doi: 10.3329/jbau.v8i1.6409.

Robertson, C. and Chetty, S.K., 2000. A contingency-based approach to understanding export performance. *International Business Review*, 9: 211-235. Doi :10.1016/s0969-5931(99)00037-2.

Sousa, C.M.P. and Bradley, F., 2008. Antecedents of International Pricing Adaptation and Export Performance. *Journal of World Business*, 43: 307-320. Doi:10.1016/j.jwb.2007.11.007

Leonidou, L., Palihawadana, D. and Theodosiou, M., 2010. National export-promotion programmes as drivers of organisational resources and capabilities: Effects on strategy, competitive advantage, and performance. *Journal of International Marketing*, 19: 1-29. Doi: 10.1108/sd.2011.05627jaa.003.

Maurel, C., 2009. Determinants of export performance in French wine SMEs. International. *Journal of Wine Business Research*, 21: 118-142.
Doi: 10.1108/17511060910967971.

Nguyen, T., Nguyen, K. and Jolly, C. 2019. Is super-intensification the solution to shrimp production and export

.

[Downloaded from isfj.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.10261354.1399.29.2.10.0]

Export performance improvement model of Iranian farmed shrimp with grounded theory approach

TaleiPoor M.R.[1]; Heidarieh S.A. [1*]; Khanzadi H.[2]; Vakil Alroaia Y.[1];

*a.heidariyeh@semnaniau.ac.ir

1- Department of Management, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran
2- Department of Management, Imam Khomeini Maritime University, Noshahr, Iran

Abstract

The purpose of this study was to present a model of export performance development of farmed shrimp in Iran. The research method is qualitative and is based on Grounded Theory. Theoretical sampling was performed using snowball technique based on which, 16 interviews were conducted with the scientific and practical experts of the Iranian shrimp industry (Fisheries Organization managers, Iran's Aquaculture Production and Trade Union and the top companies in the field of shrimp export). Results of data analysis of the interviews through open, axial and selective coding process using Atlas ti. software has led to the surface of the export performance model of Iranian farmed shrimp, based on which, Causal Conditions, Core Phenomenon, Strategies, Contextual Factors, Intervening Conditions, and Consequences were identified. In total, 17 main categories, 56 sub-categories, and 138 concepts fall into six axial categories. The researcher has reached a theoretical saturation in regard to all the concepts in question. Also, in later stages, by reviewing the concepts and presenting the model to the experts' for the second and third times, the acceptability of the model was assured. As a result, components, indicators, and areas influencing the central phenomenon of "export performance of farmed shrimp" are identified and strategies are proposed to reach the expected results and outcomes.

Keywords: Export performance, Farmed shrimp, Snow ball sampling, Atlas ti., Grounded theory

*Corresponding author

[Downloaded from isfj.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.10261354.1399.29.2.10.0]