

## The Impact of Sanctions' Reduction and the Financial Strength of Companies on the Development of Garment Exports, Considering the Mediation Role of Direct and Indirect Exports.

Farshad Alidaei<sup>1</sup> , Mostafa Hashemi Tilehnouei<sup>2</sup> , Hossein Vazifedoost<sup>3</sup> 

1- PhD Candidate of Department of Business Management, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran

2- Department of Management, East Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

3- Department of Business Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

### Receive:

26 August 2023

### Revise:

17 October 2023

### Accept:

18 November 2023

### Keywords:

Garment export development, Direct export, Indirect export, Financial strength, Sanctions' Reduction

### Abstract

The purpose of this research is to investigate the effect of Sanctions' Reduction and the financial strength of companies on the development of garment exports, considering the mediating role of direct exports and indirect exports. The research method is practical in terms of purpose and descriptive-survey-correlation in terms of method. The statistical population of this research includes the managers of garment manufacturing and exporting companies, and the sample size was determined to be 344 people using random sampling method. To analyze the data, the method of structural equations modeling has been used using Smart PLS software. The tool used for data collection is standardized questionnaire. The findings of this research show that the Sanctions' Reduction has a direct and significant effect on the development of garment exports. Also, the financial Strength of companies has a direct and significant impact on the development of garment exports. Direct exports play a mediation role on the relationship between the Sanctions' Reduction and the development of garment exports, the mediation role of indirect exports on the relationship between the Sanctions' Reduction and the development of garment exports was also confirmed.

**Please cite this article as (APA):** Alidaei, F., Hashemi Tilehnouei, M., & vazifedoost, H. (2024). The Impact of Sanctions' Reduction and the Financial Strength of Companies on the Development of Garment Exports, Considering the Mediation Role of Direct and Indirect Exports. *Journal of value creating in Business Management*. 4(3), 1-26.



<https://doi.org/10.22034/jvcbm.2023.415508.1181>

**Publisher:** Research Centre of Resources Management Studies and Knowledge-Based Business

**Creative Commons:** CC BY 4.0



**Corresponding Author:** Mostafa Hashemi Tilehnouei

**Email:** mostafahashemi82@gmail.com

## Extended Abstract

### Introduction

A review of the latest statistical report on world trade, which was recently published by the World Trade Organization, shows that the dollar value of the world's textile and clothing exports was 315 billion and 505 billion dollars respectively in 2018, the ratio of the previous year increased 6.4 and 1.11 respectively, the increase was the fastest growth in the world's textile and apparel trade since 2012. It is also predicted that the annual growth rate of about 5% from 2019 to 2025 will bring the world's textile and clothing exports to about 1207 billion dollars in 2025. In Iran, many companies are active in the country's textile and clothing industries with operating licenses from the Ministry of Mining Industry and Trade, which constitute a significant percentage of all active industrial enterprises in the country. Also, these industrial units account for a significant percentage of the country's industrial employment. It is worth mentioning that this amount is related to industrial units, and due to the large number of small and trade units, the number of employees in the country's textile, clothing and leather industry is a significant amount of the entire industry (Ebadi et al, 2021). While the industries upstream of the apparel industry are also very important, the fashion industry is \$1.3 trillion global business that employs more than 300 million people worldwide and represents a significant economic force and a significant driver of worldwide GDP (Gazzola et al, 2020). Considering that the export of clothing has high value added and foreign exchange earnings, it is also considered as one of the industries that have a very high employment generation capacity, and its capital-intensiveness considering its created sustainable employment is much lower compared to other industries (oil and petrochemical). Also, the growth of this industry affects other industries, and exports in this field can be driving force of upstream and downstream industries. Neglecting attention to Iran's garment exports has resulted that Iranian companies are not identifying the procedures and influencing factors for entering and stabilizing in these markets for consecutive years, and the managers of these industries have no effective strategy to develop their exports and overcome sanctions and improve their financial strength. Therefore, with the existing assumptions, this research seeks to answer the question of whether sanctions and the financial strength of companies can affect the development of garment exports, and whether direct export and indirect export can play a mediation role on the relationship between the Sanctions' Reduction and the development of garment exports.

### Theoretical Literature

Financial strength is a scientific process that helps an organization measure the effective use of company resources to maximize financial resources (Bei & Wijewardana, 2012). In other words, financial strength is an indicator to measure the probability of a company needing the support of third parties such as shareholders, banks, government, or official institutions to finance and pay the company's debt (Salimi et al, 2017).

Export is a set of actions and activities that are carried out to transfer the goods and services of commercial or governmental companies from one country to another for receiving currency or exchanging it for other goods and services (Moshabaki & Khademi, 2012). The most important export methods are direct export and indirect export. Direct export is an export in which goods and services move directly to foreign markets (Grozdanovska et al, 2017). Indirect export means the export of goods through intermediaries. They can be agents or companies that carry out the export. Agents act as brokers or establish a relationship between the exporter and foreign buyers (Grozdanovska et al., 2017).

Export development programs include all commercial, informational, and educational actions. In addition to sourcing, these programs also evaluate the export performance of the current period compared to the previous period. Despite planning for export development, these export programs are always accompanied by obstacles (Malca et al, 2020).

Sanctions are sets of restrictive measures applied by a country or a group of countries against a country that violates international laws or has violated accepted moral standards (Khaledi & Ardestani, 2022).

### Research Methodology

The current research is applicable in terms of the purpose, and descriptive-survey-correlation in terms of the method. The tool used for data collection is a standard questionnaire (5-point Likert scale) as a result of the Alidaie et al, (2023) qualitative research work. The statistical population of this research includes the managers of garment manufacturing and exporting companies (N = 987); random sampling method was used to select the sample and finally, by Cochran's formula, at least 276 garment industry managers were selected to conduct the research, and 344 questionnaires were collected.

### Research Findings

To analyze the hypotheses or the conceptual model of the research, Smart PLS 3 software was used, and the results showed that the effect of sanctions' reduction on the development of garment exports was calculated as (0.415), which indicates a favorable effect. The t-test statistic was also obtained (7.586), which is greater than the critical value at the 5% error level, i.e. (1.96) and shows that the effect is significant. The effect of financial strength on the development of Iran's garment export has been calculated as (0.468), which indicates a desirable effect. The t-test statistic was also obtained (4.557), which is greater than the critical value at the 5% error level, i.e. (1.96), and it shows that the effect is significant. The effect of indirect export on the development of garment export has been calculated equal to (0.457), which indicates a favorable effect. The t-statistic was also obtained (4.497), which is greater than the critical value at the 5% error level, i.e. (1.96) and shows that the effect is significant. The effect of direct garment export on the development of garment export has been calculated equal to (0.581), which indicates a relatively strong effect. The t-test statistic was also obtained (9.211), which is greater than the critical value at the 5% error level, i.e. (1.96) and shows that the effect is significant. The effect of sanctions' reduction on direct export of clothing has been calculated as (0.927), which indicates a very strong effect. The t-test statistic was also obtained (81.106), which is greater than the critical value at the 5% error level, i.e. (1.96) and shows that the effect is significant. The effect of sanctions' reduction on indirect export of clothing has been calculated as (0.574), which indicates a favorable effect. The t- test statistic was also obtained (43.805), which is greater than the critical value at the 5% error level, i.e. (1.96) and shows that the effect is significant. The effect of sanctions' reduction on financial strength has been calculated as equal to (0.451), which indicates a favorable effect. The t-test statistic was also obtained (3.144), which is greater than the critical value at the 5% error level, i.e. (1.96) and shows that the effect is significant. The effect of direct export on financial strength has been calculated equal to (0.414), which indicates a favorable effect. The t-test statistic was also obtained (4.711), which is greater than the critical value at the 5% error level, i.e. (1.96) and shows that the effect is significant. The effect of indirect export on financial strength has been calculated equal to (0.515), which indicates a desirable effect. The t-test statistic was also obtained (4.379), which is greater than the critical value at the 5% error level, i.e. (1.96) and shows that the effect is significant. The effect of direct exports on the relationship between the sanctions' reduction and the development of

garment exports shows that the partial mediation of direct exports is confirmed with an intensity of 0.56. The effect of indirect export on the relationship between the sanctions' reduction and the development of garment exports also indicates that the partial mediation of indirect export is confirmed with the intensity of the effect of 0.33.

### **Conclusion**

The results of the hypothesis "the sanctions' reduction impacts on the development of garment exports" are confirmed. The results of this hypothesis are in line with the research of Pourebadollahan et al, (2019) and Jafari et al, (2023). The results of the hypothesis "financial strength on the development of Iran's garment export" are confirmed. The results of this hypothesis are in line with the research of Rasoulinezhad & Kazemnia (2019) and Khorshidi et al. (2015). The results of the hypothesis "direct exports play a mediation role on the relationship between the sanctions' reduction and the development of garment exports" are confirmed. Therefore, the direct export plays a mediating role. Also, the results of the hypothesis "indirect exports have a mediation role on the relationship between the sanctions' reduction and the development of garment exports" are confirmed, which indicates the mediation role of indirect exports. Considering that the current research is exploratory and has innovation, it does not have a similar research history in the field of garment export.

The policy makers of the country should try to reduce the sanctions as much as they can, and in the situation of sanctions, it is recommended to the garment manufacturers and exporters to switch to indirect exports if there is a problem with direct exports. Increasing communication with brokers in this field is the key to the success of these companies in indirect export. These companies can increase their financial strength through appropriate and optimal financing methods and select target markets that have high export value added. These companies can transform their distribution network into internet sales and distribution networks in the export target markets and do brand development in the export target markets and avoid exporting products with fake brands.

## تأثیر کاهش تحریم‌ها و توان مالی شرکت‌ها بر توسعه صادرات پوشاک با در نظر گرفتن نقش میانجی صادرات مستقیم و صادرات غیرمستقیم

فرشاد عالی داعی<sup>۱</sup>، مصطفی هاشمی تپله نوئی<sup>۲</sup>، حسین وظیفه دوست<sup>۳</sup>

۱- دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران

۲- گروه مدیریت، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۳- گروه مدیریت بازرگانی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

### چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر کاهش تحریم‌ها و توان مالی شرکت‌ها بر توسعه صادرات پوشاک با در نظر گرفتن نقش میانجی صادرات مستقیم و صادرات غیرمستقیم است. روش تحقیق از نظر هدف، کاربردی بوده و از لحاظ روش، توصیفی-پیمایشی-همبستگی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل مدیران شرکت‌های تولیدکننده و صادرکننده پوشاک می‌باشد که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی، حجم نمونه به تعداد ۳۴۴ نفر تعیین شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS به کار گرفته شده است. ابزار مورد استفاده برای جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه استاندارد شده می‌باشد. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که کاهش تحریم‌ها تأثیر مستقیم و معناداری با توسعه صادرات پوشاک دارد. همچنین توان مالی شرکت‌ها تأثیر مستقیم و معناداری بر توسعه صادرات پوشاک دارند. صادرات مستقیم، نقش میانجی را بر رابطه بین کاهش تحریم‌ها و توسعه صادرات پوشاک ایفا می‌کنند، نقش میانجی صادرات غیرمستقیم بر رابطه بین کاهش تحریم‌ها و توسعه صادرات پوشاک نیز مورد تأیید قرار گرفت.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۰۴

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۲۷

### کلید واژه‌ها:

توسعه صادرات پوشاک،  
صادرات مستقیم،  
صادرات غیرمستقیم،  
توان مالی،  
کاهش تحریم‌ها

لطفاً به این مقاله استناد کنید (APA): عالی داعی، فرشاد، هاشمی تپله نوئی، مصطفی، وظیفه دوست، حسین. (۱۴۰۳). تأثیر کاهش تحریم‌ها و توان مالی شرکت‌ها بر توسعه صادرات پوشاک با در نظر گرفتن نقش میانجی صادرات مستقیم و صادرات غیرمستقیم. فصلنامه ارزش آفرینی در مدیریت کسب و کار. ۲۶-۱. ۴(۳).

doi <https://doi.org/10.22034/jvcbm.2023.415508.1181>

Creative Commons: CC BY 4.0



ناشر: مرکز پژوهشی مطالعات مدیریت منابع و کسب و کار دانش محور

ایمیل: mostafahashemi82@gmail.com

نویسنده مسئول: مصطفی هاشمی تپله نوئی

## مقدمه

صادرات پوشاک به کشورهای دیگر برای تولیدکنندگان ایرانی یکی از تصمیمات بسیار حساس و مهم می‌باشد. بین‌المللی شدن برای این شرکت‌ها نه تنها منجر به افزایش ارزش‌آوری می‌شود بلکه منجر به رشد و توسعه آن‌ها در سطح بین‌المللی هم خواهد شد. بین‌المللی شدن این شرکت‌ها به سرعت بر عملکرد مالی و غیرمالی آن‌ها تأثیر می‌گذارد. در واقع ارتقاء دانش و قابلیت انطباق آن‌ها با محیط بین‌المللی، کلید موفقیت این شرکت‌ها خواهد بود (Yoruk et al, 2023). صادرات، یک راهبرد اساسی برای حصول اطمینان از بقا و رشد شرکت است (Hessels & Terjesen, 2010). صادرات، سنتی‌ترین و قدیمی‌ترین و شناخته‌شده‌ترین شکل فعالیت در بازار خارجی است که راه‌های مختلفی دارد، سه‌راه اصلی آن عبارت‌اند از: صادرات مستقیم، صادرات غیرمستقیم و تولید در کشور مقصد (Hessels & Terjesen, 2010). صادرات پوشاک به‌طور گسترده‌ای بر صنایع بالادستی (صنایع مدلینگ و خرده‌فروشی‌ها) و پایین‌دستی خود (صنایع نساجی) اثرگذار می‌گذارد و از آن تأثیر می‌پذیرد. بررسی آخرین گزارش آماری تجارت جهانی که اخیراً توسط سازمان تجارت جهانی منتشر شده است نشان می‌دهد که ارزش دلاری صادرات منسوجات و پوشاک جهان به ترتیب ۳۱۵ و ۵۰۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۸ بوده است که نسبت سال قبل از آن به ترتیب ۶/۴ و ۱۱/۱ درصد افزایش یافته است، این افزایش سریع‌ترین رشد تجارت نساجی و پوشاک جهان از سال ۲۰۱۲ بوده است. همچنین پیش‌بینی می‌شود که نرخ رشد سالانه حدود ۵ درصد در بین سال‌های ۲۰۱۹ الی ۲۰۲۵ صادرات منسوجات و پوشاک جهان در سال ۲۰۲۵ به حدود ۱۲۰۷ میلیارد دلار برساند. در ایران نیز شرکت‌های زیادی با دارا بودن پروانه بهره‌برداری از وزارت صنعت معدن و تجارت در صنایع نساجی و پوشاک کشور فعال هستند که درصد قابل توجهی از کل بنگاه‌های فعال صنعتی کشور را تشکیل می‌دهد. همچنین این واحدهای صنعتی درصد قابل توجهی از اشتغال صنعتی کشور را به خود اختصاص داده‌اند. شایان‌ذکر است که این میزان مربوط به واحدهای صنعتی بوده و با توجه به تعداد زیاد واحدهای کوچک و صنفی میزان شاغلین در صنعت نساجی، پوشاک و چرم کشور، میزان قابل توجهی از کل صنعت است (Ebadi et al, 2021). این در حالی است که صنایع بالادستی صنعت پوشاک نیز دارای اهمیت بسیاری هستند، صنعت مد یک تجارت جهانی ۱/۳ تریلیون دلاری است که بیش از ۳۰۰ میلیون نفر را در سراسر جهان استخدام می‌کند و نشان‌دهنده یک نیروی اقتصادی قابل توجه و محرک قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی جهانی است، بر اساس تجزیه و تحلیل بازار که توسط برخی از شرکت‌های اصلی مشاوره بین‌المللی (مک کینزی، گروه دلویت، BCG) ارائه شده است، شرکت‌های مد امروزه در یک محیط رقابتی بسیار پویا، تحت سلطه تغییرات ناگهانی و عدم اطمینان فزاینده فعالیت می‌کنند (Gazzola et al, 2020). تغییرات سریع مد، تغییر در طراحی و دوخت را سرعت می‌بخشد و صادرکنندگان و خرده‌فروشان را برای دستیابی به مزیت‌های رقابتی وادار به توزیع در کوتاه‌ترین زمان می‌نماید (Freudenreich & Schaltegger, 2020). وجود منابع نهادی و مالی ممکن است به شرکت‌ها کمک کنند تا مزیت‌های رقابتی را برای بهبود عملکرد صادرات ایجاد کنند اما چنین مزیت‌هایی ممکن است همیشه به شرکت‌ها کمک نکند تا از نوآوری خود برای صادرات استفاده کنند. درحالی که منابع مالی، عنصر ضروری برای صادرات و محرک نوآوری برای آن تلقی می‌شود، منابع نهادی هم امتیازات ویژه و هم چالش‌های دولتی خارجی و حاکمیت داخلی را در برمی‌گیرد، این مهم ارزش مثبت نوآوری برای صادرات را تضعیف می‌کند (Wu et al., 2022). در مقایسه با استراتژی صادرات غیرمستقیم، استراتژی صادرات مستقیم

پیچیده تر هستند و از این رو مستلزم دارا بودن قابلیت های خاص یا توسعه این قابلیت ها می باشند. پیچیدگی فزاینده عملیات بین المللی سازی مستلزم سطوح بالایی از سرمایه انسانی برای مدیریت موفقیت آمیز چنین فعالیت هایی است (Onkelinx et al, 2016). یکی از عوامل تأثیرگذار بر صادرات، تحریم ها هستند، تحریم ها اثرات منفی بر رشد تولید ناخالص داخلی و همچنین کانال های توزیع دارند، تحریم ها فعالیت اقتصادی را سرکوب می کنند و از تمرکز و پایدار ماندن آن جلوگیری می نمایند.

(Gutmann et al, 2023) نشان دادند که تحریم ها بر نرخ رشد تولید ناخالص داخلی و اجزای آن (مصرف و سرمایه گذاری) و همچنین بر تجارت و سرمایه گذاری مستقیم خارجی اثر منفی قابل توجهی دارد. در طول سالیان گذشته روندها حاکی از آن است که صادرات پوشاک ایران نسبت به صادرات کشورهایمانند ترکیه و ویتنام، کره جنوبی، هند، چین حتی شامل ده قلم اول از کالاهایی که بیشترین ارزش صادراتی را داشته اند، نمی شود. با توجه به آنکه صادرات پوشاک ارزش افزوده و ارزآوری بالایی دارد همچنین از صنایعی به حساب می آید که ظرفیت اشتغالزایی بسیار بالایی دارد و سرمایه بر بودن آن به نسبت اشتغال پایداری که نسبت به صنایع دیگر (نفت و پتروشیمی) ایجاد می نماید به مراتب پایین تر است، همچنین رشد این صنعت بر صنایع دیگر تأثیر می گذارد. لذا صادرات در این حوزه می تواند موتور محرکه صنایع بالادستی و پایین دستی باشد که با توجه به ظرفیت بالای این صنایع در مجموع می تواند بخش قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی ایران را به خود اختصاص دهد و منجر به بهبود وضعیت اقتصادی گردد. اما همچنان سهم ایران در این حوزه بسیار ناچیز بوده است. این سهم ناچیز ایران در بازار جهانی، حکایت از آن دارد که شرکت های ایرانی رویه ها و عوامل تأثیرگذاری برای ورود و تثبیت برای سال های متوالی را در این بازارها را شناسایی نکرده اند و مدیران این شرکت ها راه حلی برای شناخت رویه های جدید در بازارهای صادراتی مانند بازار پوشاک دارا نمی باشند، مدیران این صنایع هیچ گونه راهبردی مؤثری جهت توسعه صادراتشان و فائق آمدن بر تحریم ها و بهبود توان مالی خود در این بخش ندارند. این مسئله نیازمند شناسایی و مشخص کردن میزان تأثیرات مؤلفه هایی است که بر توسعه صادرات پوشاک ایران اثر می گذارد. مغفول ماندن و عدم تحقیقات در این حوزه منجر به پدید آمدن شکافی میان رویه عملی صادرکنندگان پوشاک (صادرات مقطعی) با رویه های نظری ناکارآمد (ارائه راه کارهایی که از کارآمدی لازم در محیط تحریمی برخوردار نیستند) گشته است. این پژوهش با در نظر شرایط موجود از جمله پایدار ماندن تحریم ها به عنوان عاملی حیاتی سعی در پر کردن این شکاف و ارائه راه کارهای عملی برای برون رفت از شرایط نابسامان صادرات پوشاک می نماید، لذا با پیش فرض های موجود، این پژوهش به دنبال پاسخگویی به این پرسش است که آیا تحریم ها و توان مالی شرکت ها می توانند بر توسعه صادرات پوشاک تأثیرگذار باشند و اینکه آیا صادرات مستقیم و صادرات غیرمستقیم می توانند نقش میانجی را بر رابطه بین کاهش تحریم ها و توسعه صادرات پوشاک ایفا نمایند؟

## ادبیات نظری

بخش قابل توجهی از ارتباطات امروزه کشورها مربوط به روابط تجاری هست که یکی از ارکان این بخش صادرات است. به بیان دیگر از عواملی که سبب رشد و توسعه اقتصادی پایدار کشورها می شود می توان به رونق در صادرات و تجارت بین الملل اشاره نمود، این مسأله خود منجر به رشد تولید و افزایش اشتغال می شود، بنابراین بهبود وضعیت تجاری

کشورها، منجر به افزایش ارزآوری و پاسخگویی به نیازهای ارزی کشور می‌شود (Saadat et al, 2023). با توجه به این مهم، واحدهای تجاری نیازمند بهبود توان مالی خود می‌باشند. توان مالی یک فرآیند علمی است که به سازمان کمک می‌کند تا میزان استفاده مؤثر از منابع شرکت را برای به حداکثر رساندن منابع مالی اندازه‌گیری می‌کند (Bei & Wijewardana, 2012). به دیگر سخن، توان مالی معیاری برای سنجش احتمال نیاز یک شرکت به حمایت اشخاص ثالث مانند سهامداران، بانک‌ها، دولت یا نهادهای رسمی به منظور تأمین مالی و پرداخت دیون شرکت می‌باشد. (Salimi et al, 2017) از این رو برای اینکه بتوانند وارد فعالیتهای تجاری شده و این فعالیت‌ها را ادامه داد، باید روش تأمین مالی درستی را انتخاب نمود. تأمین مالی شرکت‌ها عنصر کلیدی برای اجرای پروژه‌های سودآور در جهت رشد شرکت‌ها می‌باشد، مشخص نمودن منابع مالی بالقوه جهت سرمایه‌گذاری‌های لازم و تهیه برنامه‌های مالی مناسب امکان رشد و پیشرفت را برای شرکت‌ها فراهم می‌آورد. روش‌های تأمین مالی شرکت‌ها به دو بخش تقسیم می‌گردند: سیاست‌های تأمین مالی داخلی و سیاست‌های تأمین مالی خارجی (Alavi et al, 2022). یکی از راه‌های تأمین مالی صادرات است. صادرات اقدامی برای فروش محصولات تولیدشده کشور سازنده در کشور دیگر می‌باشد (Grozdanovska et al, 2017). به بیانی دیگر صادرات به مجموعه اقدامات و فعالیت‌هایی گفته می‌شود که برای انتقال کالاها و خدمات شرکت‌های تجاری یا دولتی از یک کشور به کشور دیگر در قبال دریافت ارز و یا تهاتر آن با کالا و خدمات دیگر صورت می‌گیرد (Moshabaki & Khademi, 2012). مهم‌ترین شیوه‌های صادراتی عبارتند از صادرات مستقیم و صادرات غیرمستقیم. صادرات مستقیم به صادراتی گفته می‌شود که در آن حرکت کالا و تدارکات مستقیماً به سمت بازارهای خارجی صورت می‌گیرد (Grozdanovska et al, 2017). به عبارت دیگر صادرات مستقیم شامل فروش مستقیم کالا به مشتری در یک بازار بین‌المللی توسط یک شرکت است. صادرات مستقیم منابع فشرده‌تر و ریسک بالاتری دارد، اما بازده بیشتری نیز به همراه خواهد داشت (Hessels & Terjesen, 2010). صادرات غیرمستقیم به معنای تحقق صادرات کالا از طریق واسطه‌ها است. آن‌ها می‌توانند نمایندگان یا شرکت‌هایی باشند که صادرات را انجام می‌دهند. نمایندگان به‌عنوان دلال عمل می‌کنند یا بین صادرکننده و خریداران خارجی رابطه برقرار می‌کنند (Grozdanovska et al, 2017). در واقع، صادرات غیرمستقیم به این معنی است که یک بنگاه به یک واسطه در کشور خود کالا را می‌فروشد، پس از آن، این واسطه کالا را به بازار بین‌المللی می‌فروشد و مسئولیت سازمان‌دهی اسناد، مجوزها و حمل‌ونقل و ترتیب بازاریابی را بر عهده می‌گیرد (Hessels & Terjesen, 2010). بر مبنای این تعریف می‌توان نتیجه‌گیری کرد که: کشورها برای افزایش صادرات خود برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت و بلندمدت می‌نمایند. این برنامه‌ریزی که به برنامه‌ریزی توسعه صادرات شهرت دارد عبارت است از طراحی یک ساختار نظام‌مند به منظور کمک به فعالیتهای صادراتی شرکت‌ها، در جهت افزایش دانش پایه صادرکنندگان، انتقال دانش و دستیابی آن‌ها به امکانات فیزیکی موردنیازشان برای صادرات. برنامه مذکور می‌تواند از مشاوره مالی (مشاوره تأمین مالی، اعطای مشوق‌های مالیاتی) تا مشاوره‌های بازاریابی (شرکت در نمایشگاه‌های تجاری و کمک به بنگاه‌ها برای افزایش فروششان) باشد (Moshabaki & Khademi, 2012). در واقع برنامه‌های توسعه صادرات، برنامه‌هایی هستند که شامل کلیه اعمال تجاری، اطلاعاتی و آموزشی می‌باشند، این برنامه‌ها علاوه بر منبع یابی به ارزیابی عملکرد صادراتی دوره جاری نسبت به دوره قبل نیز می‌پردازند. علیرغم برنامه‌ریزی برای توسعه صادرات، این برنامه‌های صادراتی همواره با موانعی همراه است. موانع

صادراتی عبارتند از: کمبود دانش، پایین بودن اعتبار نسبت به بنگاه‌های داخلی، کمبود منابع موجود برای صادرات، نیاز به اطلاعات تخصصی برای تصمیم‌گیری و اختلافات در سطوح فکری و روانی افراد غیربومی برای شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها (Malca et al, 2020). مانع اصلی صادرات ایران، تحریم‌های اقتصادی می‌باشند. تحریم عبارت است از مجموعه‌ای از تدابیر محدودکننده توسط یک کشور یا گروهی از کشورها علیه کشوری که نسبت به قوانین بین‌الملل تجاوز می‌کند یا از معیارهای اخلاقی مقبول تخطی کرده باشد اعمال می‌شود. در واقع تحریم، فعالیت‌هایی است که از سوی مجری تحریم‌ها علیه کشور هدف تحریم‌ها، به‌منظور مجازات این کشور و باهدف محروم ساختن کشور مذکور از انجام برخی مبادلات تجاری و برای پذیرش هنجارهای خاص مورد تأیید کشور مجری تحریم‌ها اعمال می‌شود (Khaledi & Ardestani, 2022). اعمال تحریم‌ها در سال‌های ۲۰۱۴-۲۰۱۲ نشان از تأثیرگذاری منفی بر صادرات ایران دارد و میانگین صادرات ایران را سالانه ۳۳ درصد کاهش داده است (Shirazi Saadat et al, 2016). این مسأله، گویای تأثیر منفی این تحریم‌ها بر اقتصاد کشورها است. تأثیر تحریم‌های تجاری بر کشور هدف می‌تواند تأثیر مستقیم و غیرمستقیم باشد. در واقع تحریم‌ها ابزاری برای کمرنگ نمودن توافقات تجاری هستند. اعمال تحریم‌ها منجر به کاهش ارزش جریان تجاری می‌شود (Frank, 2017). تحریم‌ها بر اساس نوع و ترکیب و شیوه اعمالشان، تأثیرات مختلفی را بر صادرات غیرنفتی می‌گذارند، در زیر به تأثیر این تحریم‌ها با توجه نوع آن‌ها می‌پردازیم: اولین نوع تحریم‌ها، تحریم‌های تجاری می‌باشد. تحریم‌های تجاری به شکل مستقیم منجر به قطع یا کاهش واردات می‌شود، این امر منجر به افزایش ریسک صادراتی و وارداتی می‌شود. این موضوع تأثیر چشمگیری بر حجم وارداتی دارد؛ و دومین نوع تحریم‌ها عبارتند از: تحریم‌های مالی، تحریم‌های بانک‌های تجاری و بانک مرکزی که امکان تجارت را برای صادرکنندگان و واردکنندگان با چالش جدی مواجه می‌سازد. سومین نوع تحریم‌ها عبارتند از: تحریم دانش و تکنولوژی که با افت قدرت تولید در صنایع کشور مورد هدف تحریم‌ها، سعی در کاهش توان رقابت‌پذیری در شرکت‌های صادرکننده دارد و به شکل غیرمستقیم سبب کاهش صادرات این محصولات می‌گردد. چهارمین دسته تحریم‌ها، می‌تواند از تحریم‌های اتحادیه اروپا و سازمان‌های بین‌المللی را نام برد، این تحریم‌ها دسترسی به بازار این اتحادیه و منابع مالی و تأمین سرمایه لازم را برای صنایع و صادرکنندگان مختل می‌نماید (Hassanvand et al, 2018).

(Pourebaddollahan et al, 2019) در پژوهشی با عنوان "تأثیر تحریم‌های بین‌المللی بر صادرات زیربخش‌های صنعتی ایران" نشان دادند که هر یک از زیر بخش‌های مختلف صنعتی به میزان‌های متفاوتی از تحریم‌های مختلف متأثر شده‌اند و در خصوص برخی از زیر بخش‌های صنعتی، تأثیر تحریم‌ها معنادار نبوده است. در رابطه با صنایع پوشاک تأثیرپذیری تحریم‌ها منفی بوده است، که این مطلب نشان می‌دهد که با افزایش تحریم‌ها میزان تولید پوشاک در ایران کاهش یافته است، که به‌طورقطع این اتفاق بر صادرات این محصولات نیز اثر گذاشته است.

### پیشینه پژوهش

(Mirab et al, 2019) در پژوهشی که را با عنوان "واکاوی افول تولید صنعتی پوشاک کشور با رویکرد سیستمی" انجام دادند، سه مکانیسم را در صنعت پوشاک شناسایی کردند. مکانیسم‌های مذکور عبارت‌اند از: اولاً، استفاده از ظرفیت‌های خالی موجود (مکانیسم کوتاه‌مدت) که سیاست‌های آن عبارت‌اند از: سیاست تحریک و افزایش تقاضا و کنترل واردات

کالاهای خارجی. دوما، افزایش بهره‌وری (مکانیسم میان‌مدت) که سیاست‌های آن عبارت‌اند از سیاست‌های ارتقاء سطح تکنولوژی، آموزش و یادگیری و مشارکت. سوماً، افزایش سرمایه‌گذاری (مکانیسم بلندمدت) که سیاست‌های آن عبارت‌اند از: تسهیل تأمین داخلی یا خارجی به همراه بهبود فضای کسب و کار.

(Tabakhian et al, 2017) در پژوهشی که با عنوان "نوع شناسی مصرف‌کنندگان پوشاک برند بر اساس سبک تصمیم‌گیری" انجام دادند، مصرف‌کنندگان پوشاک را بر اساس سبک تصمیم‌گیری‌شان به چهار دسته تقسیم کردند که عبارتند از: مصرف‌کنندگان کیفیت‌گرا و بی‌برنامه، مصرف‌کنندگان مدگرا، مصرف‌کنندگان کمال طلب و مصرف‌کنندگان کیفیت‌گرا و سردرگم.

(Khodadad Kashi & Firoozjang, 2013) در پژوهشی که با عنوان "بررسی تأثیر قاچاق منسوجات بر بهره‌وری در صنعت نساجی و پوشاک ایران" انجام دادند، به نتایج زیر دست یافتند: نتایج حاکی از آن است که قاچاق، رشد بهره‌وری را در صنایع بافندگی و پوشاک کاهش می‌دهد. دلیل اثر منفی قاچاق این است که قاچاق مقیاس اقتصادی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و موجب کاهش سهم تولیدات داخلی از سهم بازار و عرضه می‌شود، همچنین موجب خالی ماندن ظرفیت تولید بنگاه‌های داخلی می‌شود که این امر کاهش تولید و در نتیجه، کاهش بهره‌وری را در پی دارد. صادرات موجب افزایش بهره‌وری این صنایع می‌شود. دلیل اثر مثبت صادرات بر بهره‌وری در این صنایع می‌تواند آن باشد که دانش و فناوری از طریق رابطه تجاری به صنعت داخلی منتقل و موجب افزایش رشد بهره‌وری می‌شود.

(Chattopadhyay, 2019) در پژوهشی با عنوان "شاخص اندازه‌گیری غیر تعرفه‌ای: مطالعه بازار پوشاک و پارچه اروپا"، تأثیر شاخص‌های غیر تعرفه‌ای را بر استانداردهای واردات پوشاک و پارچه هند و اروپا شناسایی نمود. تأثیر این شاخص‌ها در بخش پوشاک نسبت به پارچه ناچیز است، این مسئله گویای دو مطلب است: اولاً، پارچه مستقیماً در معرض آلودگی قرار می‌گیرد، در حالی که این اتفاق کمتر برای پوشاک می‌افتد. دوما، میزان کنترل در بخش پوشاک بسیار بیشتر از بخش پارچه می‌باشد، این مسئله مخصوصاً در واردات پوشاک دسته دوم بیشتر خود را نشان می‌دهد. کنترل این بخش‌ها در کوتاه‌مدت منجر به افزایش هزینه خواهد شد اما در بلندمدت منجر به تجارت باثبات‌تر و حفظ محیط‌زیست خواهد شد.

(Võ et al, 2018) در پژوهشی با عنوان "اثرات توافقنامه تجارت آزاد اتحادیه اروپا و ویتنام بر صادرات پوشاک ویتنام: کاربرد مدل شبیه‌سازی ویت-اسمارت" دریافت که پس از پیاده‌سازی توافقنامه تجاری میان ویتنام و اتحادیه اروپا، صادرات پوشاک این کشور از ۶/۲۶۸ میلیون دلار به ۹۸۱/۳ میلیون دلار افزایش یافته است و دلیل این افزایش حذف عوارض از صادرات پوشاک ویتنام از سوی اتحادیه اروپا می‌باشد. به طبع افزایش صادرات پوشاک سودبخش پوشاک نیز افزایش یافته است اما به دلیل عدم تخصیص مناسب منابع، این سود نسبت به کشورهای دیگر که خارج از این توافق بوده‌اند اما تخصیص مناسبی در منابع خود داشته‌اند، به مراتب پایین‌تر بوده است. با پیاده‌سازی این توافق، صادرکنندگان پوشاک ویتنامی از تأمین‌کنندگان پارچه‌های چینی به سوی تأمین‌کنندگان پارچه کره‌ای سوق پیدا کرده‌اند.

(Nourouzpour et al, 2021) در پژوهشی که با عنوان "تدوین الگوی توسعه صادرات صنایع هایتک ایران نتایج" انجام دادند، به نتایج زیر دست یافتند: این نتایج نشان می‌دهد که سیاست‌های تشویق و توسعه صادرات و تسهیل تجاری دارای بالاترین تأثیر و دسترسی بازار دارای کمترین تأثیر بر توسعه صادرات محصولات با فناوری بالا است؛ بنابراین عوامل طرف عرضه از عوامل طرف تقاضا از اهمیت بالاتری برخوردار است.

(Linares Vizcarra, 2019) در پژوهشی که با عنوان "مشکل در شناسایی محتوای عنوان تعرفه در سیاست گمرکی و پویایی صادرات پوشاک الیاف ویکوانا برای بازار ایالات متحده" انجام داد به یافته‌های زیر دست یافت: مشکل اصلی گمرکات ویکوانا عدم وجود عنوان تعرفه‌ای خاص بر روی پارچه است، این مسئله به شکل قابل توجهی بر عملکرد صادراتی پوشاک و پارچه در بازه زمانی ۲۰۱۳ الی ۲۰۱۷ اثر گذاشته است.

(Campos & Chuquilin, 2020) در پژوهشی که با عنوان "تأثیر ابزارهای تبلیغاتی تجاری بر کمیسیون تبلیغات صادرات و گردشگری پرو با تکیه بر عملکرد صادرات مشاغل خرد و کوچک بخش فرعی پوشاک، پوشاک لباس، ازلیما، در طول ۲۰۱۹-۲۰۱۶" انجام داده است، به نتایج زیر دست یافته‌اند: ارزیابی‌های صورت گرفته بر روی شرکت‌های کوچک، مشخص نموده است که ابزارهای تبلیغاتی از قبیل شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی، اتاق‌های بازرگانی فعال و سفرهای تجاری بر توسعه صادرات پوشاک این کشور تأثیر گذار بوده است.

(Azarli, 2020) در پژوهشی که با عنوان "الگوی توسعه صادرات" ارائه نمود، مؤلفه‌های کلیدی پژوهش را به شرح زیر دسته‌بندی نموده است: کارآمدی سیستم‌ها و روش‌ها، کارآمدی بازرگانی خارجی، سیاست‌های راهبردهای مترقی بنگاهی‌ها، بهبود و ارتقاءهای زیرسیستم، ارتقای کیفیت و استانداردهای محصولی، بهبود فرآیندهای اکتساب، بهره‌وری خدمات پس از فروش، تولید کارآمد.

(zarei & parsamehr, 2018) در پژوهشی که با عنوان "شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه صادرات تجهیزات پزشکی با استفاده از تئوری داده بنیاد" انجام داده است، مؤلفه‌های اصلی زیر را شناسایی کرده‌اند: عوامل بازاریابی، عوامل سازمانی، عوامل ساختاری، عوامل اقتصادی، عوامل سیاسی-قانونی.

(Zeng, 2020) در پژوهشی که با عنوان "بررسی عوامل مؤثر بر توسعه صادرات محور در صنعت پوشاک" انجام داده است، به یافته‌های زیر دست یافت: رقابت‌پذیری صادرات پوشاک به میزان زیادی وابسته به پارچه می‌باشد. این صنعت برای مواجهه با تهدیدات موجود نیازمند افزایش رقابت‌پذیری و گسترش توانمندی‌های پویا می‌باشد. برای فائق آمدن بر این تهدیدات، شرکت‌های این حوزه باید بر ریسک بازار غلبه نمایند.

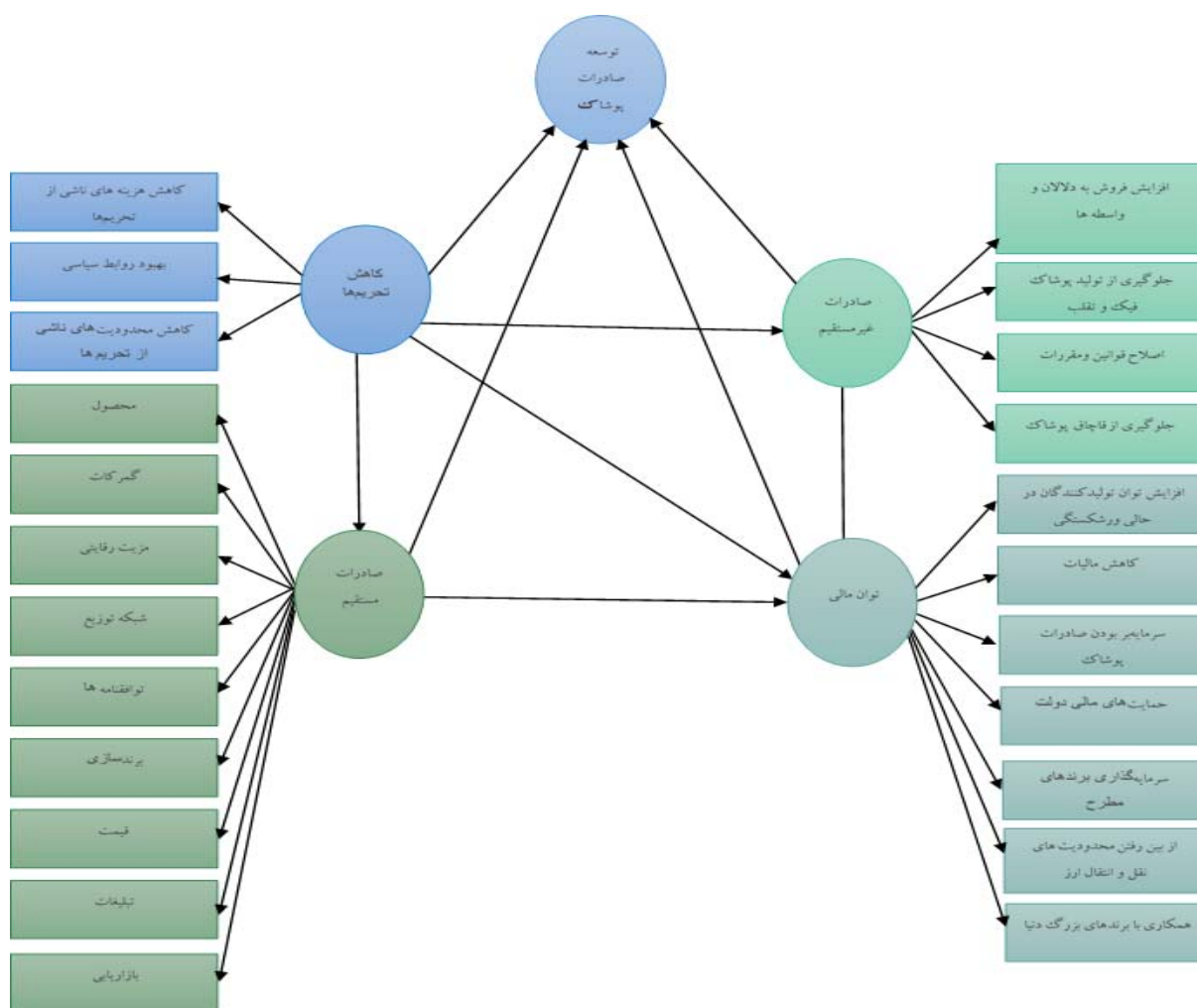
### فرضیه‌های پژوهش:

- فرضیه اول: کاهش تحریم‌ها بر توسعه صادرات پوشاک تأثیر دارد.
- فرضیه دوم: توان مالی شرکت‌ها بر توسعه صادرات پوشاک تأثیر دارد.
- فرضیه سوم: صادرات مستقیم بر توسعه صادرات پوشاک تأثیر دارد.
- فرضیه چهارم: صادرات غیرمستقیم بر توسعه صادرات پوشاک تأثیر دارد.
- فرضیه پنجم: صادرات غیرمستقیم بر توان مالی شرکت‌ها تأثیر دارد.
- فرضیه ششم: صادرات مستقیم بر توان مالی صادرات پوشاک تأثیر دارد.
- فرضیه هفتم: کاهش تحریم‌ها بر صادرات مستقیم پوشاک تأثیر دارد.
- فرضیه هشتم: کاهش تحریم‌ها بر صادرات غیرمستقیم پوشاک تأثیر دارد.
- فرضیه نهم: کاهش تحریم‌ها بر توان مالی تأثیر دارد.

فرضیه دهم: صادرات مستقیم بر رابطه بین کاهش تحریم‌ها و توسعه صادرات پوشاک نقش میانجی را ایفا می‌کند.  
 فرضیه یازدهم: صادرات غیرمستقیم بر رابطه بین کاهش تحریم‌ها و توسعه صادرات پوشاک نقش میانجی را ایفا می‌کند.

### مدل مفهومی تحقیق:

مدل مفهومی این تحقیق، حاصل پژوهش کیفی عالی داعی و همکاران در سال ۲۰۲۳ می‌باشد مؤلفه‌های اصلی این مدل عبارتند از: صادرات مستقیم پوشاک، صادرات غیرمستقیم پوشاک، توان مالی و کاهش تحریم‌ها



شکل ۱. الگوی متغیرهای اصلی توسعه صادرات پوشاک (Alidaie et al, 2023)

### روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی-پیمایشی-همبستگی می‌باشد، زیرا تحقیق پیمایشی روشی است برای بدست آوردن اطلاعاتی درباره دیدگاه‌ها، باورها، نظرات، رفتارها، انگیزه‌ها یا مشخصات گروهی از اعضای یک جامعه می‌باشد، تحقیق پیمایشی در واقع روش آماری است که از راه انجام تحقیق و پژوهش علمی میسر می‌شود. تحقیق همبستگی هم یکی از روش‌های تحقیق توصیفی است و یافته‌های تحقیقات همبستگی را می‌توان برای

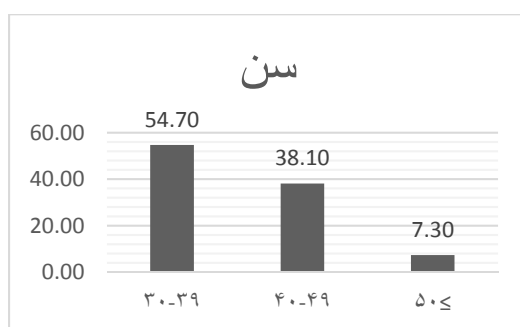
تعیین شیوع و روابط بین متغیرها و برای پیش‌بینی رویدادها از داده‌ها و دانش فعلی استفاده کرد (Curtis et al, 2016)، پرسشنامه این پژوهش، پرسشنامه استاندارد حاصل کار پژوهش کیفی عالی داعی و همکاران در سال ۲۰۲۳ می‌باشد (Alidaie et al, 2023)، می‌باشد و به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مسیر به وسیله معادلات ساختاری و با استفاده از نرم‌افزار SMART PLS3 (به دلیل محدودیت در تعداد افراد مشارکت‌کنندگان، نرم‌افزار SMART PLS3 انتخاب گردید) به دست آمده است. ابزار مورد استفاده برای جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه استاندارد می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل مدیران شرکت‌های تولیدکننده و صادرکننده پوشاک (N=۹۸۷) است، برای انتخاب نمونه از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده شده است و در نهایت با استفاده از فرمول کوکران حداقل ۲۷۶ نفر از مدیران صنعت پوشاک برای انجام پژوهش انتخاب شدند که از میان ۳۵۸ پرسشنامه ارسال شده، ۳۴۴ پرسشنامه جمع‌آوری گردید و روایی پرسشنامه توسط تنی چند از خبرگان مورد تأیید قرار گرفته و پایایی آن از روش آلفای کرونباخ محاسبه گردید که مقدار آن بالاتر از ۰/۷ می‌باشد. یافته‌های این پژوهش بیانگر رابطه معناداری بین کاهش تحریم‌ها و توان مالی شرکت‌ها بر توسعه صادرات پوشاک ایران است. پرسشنامه این پژوهش حاصل کار پژوهش کیفی عالی داعی و همکاران در سال ۲۰۲۳ می‌باشد (Alidaie et al, 2023). و از طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای استفاده شده است و شامل پرسشنامه‌های توسعه صادرات (۴ سؤال) مستقیم (۹ سؤال)، صادرات غیرمستقیم (۴ سؤال)، توان مالی (۷ سؤال) و کاهش تحریم‌ها (۳ سؤال) می‌باشد که هر کدام زیرمجموعه‌های خاص خود را دارد و روایی پرسشنامه توسط تنی چند از خبرگان مورد تأیید قرار گرفته و پایایی آن از روش آلفای کرونباخ محاسبه گردید، مقدار آلفای کرونباخ پرسشنامه فوق ۰/۸۷ است. تمامی آزمون‌ها در سطح معنی اطمینان ۰/۰۵ می‌باشند و نتایج تجزیه و تحلیل اطلاعات و آزمون آن از طریق مدل معادلات ساختاری به وسیله SMART PLS3 انجام شده است.

## یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی این پژوهش شامل سن، جنسیت و تحصیلات می‌باشد که در ذیل به آن‌ها اشاره شده است:  
 سن: ویژگی‌های مربوط به سن پاسخگویان در جدول ۱ و شکل ۲ نشان داده شده است

جدول ۱. وضعیت سن پاسخگویان

سن				
درصد تجمعی	درصد اعتبار	درصد	فراوانی	
۵۴/۷	۵۷/۴	۵۴/۷	۱۸۸	۳۰-۳۹
۹۲/۷	۳۶/۲	۳۸/۱	۱۳۱	۴۰-۴۹
۱۰۰/۰	۷/۳	۲/۱	۲۵	۵۰≥
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۴۴	کل

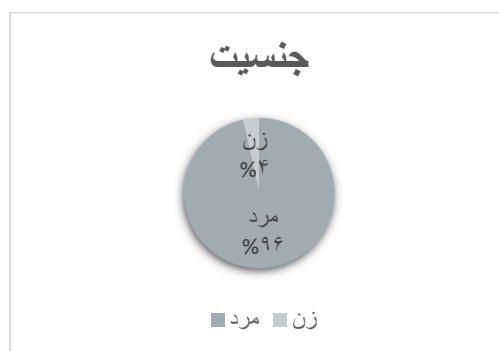


شکل ۲. وضعیت سن پاسخگویان

جنسیت: ویژگی‌های مربوط به جنسیت در جدول ۲ و شکل ۳ نشان داده شده است.

جدول ۲- وضعیت جنسیت پاسخگویان

جنسیت			
	فراوانی	درصد	درصد اعتبار
مرد	۳۳۲	۹۶/۵	۹۶/۵
زن	۱۲	۳/۵	۳/۵
کل	۳۴۴	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰



شکل ۳. وضعیت جنسیت پاسخگویان

تحصیلات پاسخگویان: ویژگی‌های مربوط به تحصیلات پاسخگویان در جدول ۳ و شکل ۴ نشان داده شده است.

### جدول ۳- وضعیت تحصیلات پاسخگویان

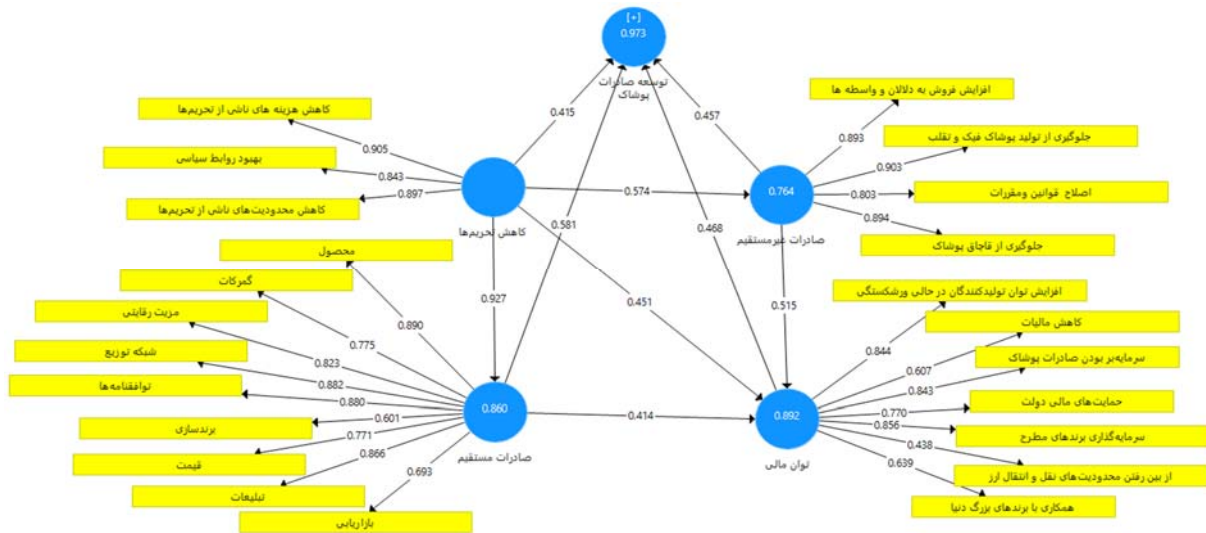
تحصیلات				
	فراوانی	درصد	درصد اعتبار	درصد تجمعی
فوق دیپلم	۴۲	۱۲/۲	۱۲/۲	۱۲/۲
کارشناسی	۳۰۲	۸۷/۸	۸/۸۷	۱۰۰/۰
کل	۳۴۴	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	



شکل ۴. وضعیت تحصیلات پاسخگویان

### آمار استنباطی:

تجزیه بار عاملی: با توجه به شکل ۵ مشخص است که تمامی ضریب‌های بار عاملی متغیرهای اصلی دارای مقادیر بیشتر از ۰/۴ می‌باشد، این مطلب حاکی از آن است که پایایی مدل، قابل قبول می‌باشد. همچنین در خصوص ضرایب مسیر باید عنوان داشت که این ضرایب مسیر همان بتای استاندارد شده در رگرسیون خطی می‌باشد. ضرایب بتای مثبت نشان می‌دهد که روابط مستقیم بین متغیرهای پنهان درون‌زا و برون‌زا مدل وجود دارد. در مقابل بتای منفی نشان‌دهنده رابطه معکوس بین متغیرهای پنهان درون‌زا و برون‌زا است که در شکل زیر رابطه معکوس مشاهده نمی‌شود (Esmailzadeh Ghandehari & Khojasteh, 2019).



شکل ۵. بارهای عاملی و ضرایب مسیر استاندارد شده مدل تحقیق

با توجه به مقادیر نشان داده شده در جدول ۴ که آلفای کرونباخ کل در حدود ۰/۸۷ نشان می‌دهد، لذا مدل اندازه‌گیری از برازش قابل قبولی برخوردار است و در رابطه با پایایی ترکیبی، از آنجا که پایایی ترکیبی بزرگ‌تر از ۰/۷ می‌باشد لذا مشخص است که مدل اندازه‌گیری از برازش مناسبی برخوردار است و معیار سوم از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، روایی همگرا است که به بررسی میزان همبستگی هر سازه با شاخص‌های خود می‌پردازد. معیار میانگین واریانس استخراج شده، نشان‌دهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده بین هر سازه با شاخص‌های خود است (kamali zarch & Shekari, 2020). مقدار مناسب برای میانگین واریانس استخراجی را ۰/۵ به بالا ذکر نموده‌اند، که این شاخص در مدل مذکور بالای ۰/۵ می‌باشد. این در حالی است که مگنر و همکاران ۰/۴ به بالا را کافی دانسته‌اند (kamali zarch & Shekari, 2020). در جدول ۴ میزان این همبستگی آورده شده است.

جدول ۴. آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی واگرا

متغیرهای مدل	آلفای کرونباخ	پایایی همگون	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراج شده
توان مالی	۰/۸۴۳	۰/۸۸۰	۰/۸۸۴	۰/۵۳۱
توسعه صادرات پوشاک	۰/۸۵۱	۰/۸۶۰	۰/۹۰۰	۰/۶۹۴
صادرات غیرمستقیم	۰/۸۹۷	۰/۹۰۶	۰/۹۲۸	۰/۷۶۴
صادرات مستقیم	۰/۹۲۹	۰/۹۴۰	۰/۹۴۲	۰/۶۴۵
کاهش تحریم‌ها	۰/۸۵۷	۰/۸۶۱	۰/۹۱۳	۰/۷۷۸

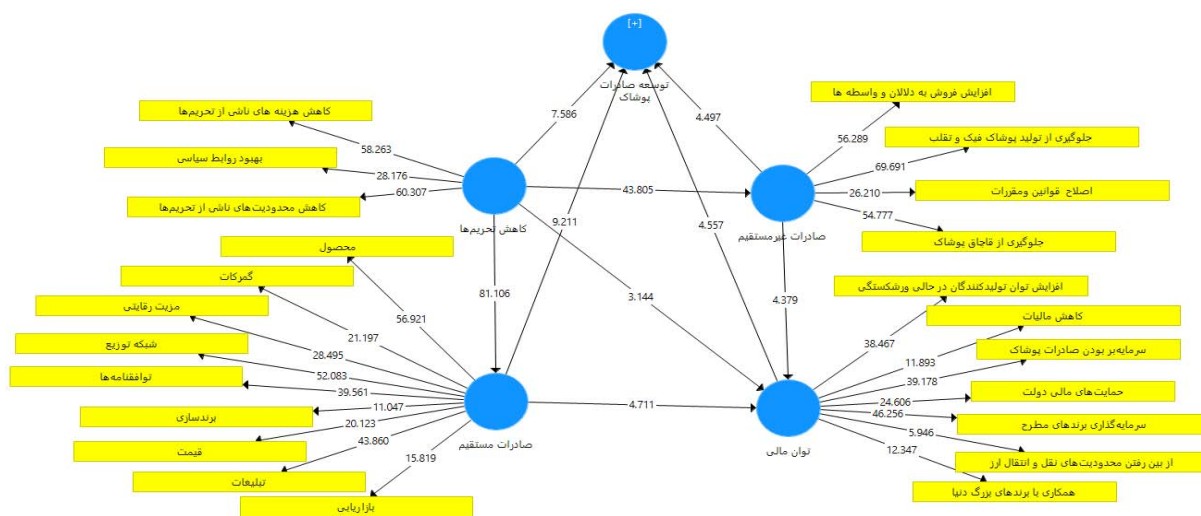
روایی واگرایی سازه‌های تحقیق بر اساس روش فورنل و لارکر: روایی واگرا سومین معیار بررسی مدل‌های اندازه‌گیری است که دو موضوع را پوشش می‌دهد: الف) مقایسه همبستگی بین شاخص‌های یک سازه با آن سازه در مقابل همبستگی آن شاخص‌ها با سازه‌های دیگر. ب) مقایسه میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌هایش در مقابل همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها (kamali zarch & Shekari, 2020). در این قسمت روایی واگرا از طریق ماتریس فورنل و لارکر

بررسی شده است. در این روش میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌هایش در مقابل همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها مقایسه می‌شود. در جدول ۵ روایی واگرایی سازه‌های تحقیق نشان داده شده است.

جدول ۵. روایی واگرایی سازه‌های تحقیق بر اساس روش فورنل و لارکر

کاهش تحریم‌ها	صادرات مستقیم	صادرات غیرمستقیم	توان مالی	توسعه صادرات پوشاک ایران	توان مالی
۰/۸۸۲	۰/۹۲۷	۰/۸۷۴	۰/۹۵۸	۰/۷۲۹	توان مالی
				۰/۹۴۶	توسعه صادرات پوشاک
		۰/۸۷۴	۰/۹۱۶	۰/۸۹۶	صادرات غیرمستقیم
	۰/۸۰۳	۰/۸۷۵	۰/۹۶۵	۰/۹۲۲	صادرات مستقیم
		۰/۸۷۴	۰/۹۵۸	۰/۹۱۰	کاهش تحریم‌ها

برازش مدل ساختاری: معیار اول برازش مدل ساختاری، آماره  $t$  است. برازش مدل ساختاری با استفاده از ضرایب  $t$  به این صورت است که این ضرایب باید از مقدار  $1/96$  بیشتر بوده تا در سطح اطمینان  $95\%$  معنادار بودن آن‌ها مورد تأیید قرار گیرد، لذا در شکل زیر تمام مقادیر از  $1/96$  بالاتر می‌باشند و مدل از آماره  $t$  مناسبی برخوردار است. در شکل زیر این مقادیر نشان داده شده است.



شکل ۶. ضرایب معناداری سازه‌های تحقیق

برازش مدل با استفاده از معیار R Squares یا  $R^2$ : دومین معیار برای بررسی برازش ساختاری در یک پژوهش ضرایب  $R^2$  مربوط به متغیر پنهان درون‌زای مدل است.  $R^2$  معیاری است که نشان از تأثیر یک متغیر برون‌زا دارد و سه مقدار  $0/19$ ،  $0/33$ ،  $0/67$  به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی  $R^2$  در نظر گرفته می‌شود (Deval et al, 2022). با توجه به جدول ۶ تمامی مقادیر  $R^2$  بالاتر از  $0/67$  می‌باشند که این مطلب حاکی از برازش قوی مدل است، در جدول ۶ مقادیر  $R^2$  نشان داده شده است.

### جدول ۶. مقادیر R2 سازه‌های تحقیق

متغیرهای مدل	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده
توان مالی	۰/۸۹۲	۰/۸۹۱
توسعه صادرات پوشاک	۰/۹۷۳	۰/۹۷۲
صادرات غیرمستقیم	۰/۷۶۴	۰/۷۶۳
صادرات مستقیم	۰/۸۶۰	۰/۸۵۹

پیش‌بینی مدل با استفاده از معیار  $Q^2$  (Ston-Geisser Criterion): این معیار قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد و در صورتی که مقدار  $Q^2$  در مورد یک سازه درون‌زا سه مقدار ۰/۰۲ و ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را کسب نماید. به این ترتیب نشان از قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی سازه با سازه‌های برون‌زای مربوط به آن را دارد (Musipour, 2023). مقدار  $Q^2$  سازه‌های تحقیق در جدول ۷ آورده شده است. لذا با توجه به مقادیر جدول ۷ مشخص است که اکثر مقادیر بیش از ۰/۳۵ بوده و نشان از قدرت پیش‌بینی قوی و مناسب مدل دارد.

### جدول ۷. مقدار $Q^2$ سازه‌های تحقیق

متغیرهای مدل	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
کاهش تحریم‌ها	۱۵۳/۹۳۵	۱۵۳/۹۳۵	
توان مالی	۳۱۱/۸۸۱	۱۹۶/۹۱۲	۰/۳۶۹
توسعه صادرات پوشاک	۱۸۰/۴۵۲	۶۷/۶۵۵	۰/۶۲۵
صادرات غیرمستقیم	۱۷۵/۶۱۶	۸۳/۱۵۱	۰/۵۲۷
صادرات مستقیم	۴۶۰/۹۹۸	۲۴۸/۵۴۸	۰/۴۶۱

مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری می‌شود و با تأیید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل می‌شود برای بررسی برازش مدل کلی از معیار GOF استفاده می‌شود.

$$R2 = 0/829$$

$$\text{Commonality} = 0/683$$

$$GOF = \sqrt{\text{average (Commonality)} \times \text{average (R2)}} = 0/683 \times 0/829 = 0/752$$

سه مقدار ۰/۰۱ و ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به‌عنوان مقادیر ضعیف متوسط و قوی برای GOF معرفی نموده‌اند (Davali et al, 2022). با توجه به مقدار به‌دست آمده مشخص است که مدل پژوهش از برازش قوی و مناسبی برخوردار می‌باشد.

تعیین شدت اثر میانجی: برای تعیین شدت اثر غیرمستقیم متغیر میانجی از آماره‌ای به نام VAF استفاده می‌شود که مقداری بین صفر و یک اختیار می‌کند و هر چه این مقدار به یک نزدیک‌تر باشد، نشان از تأثیر قوی‌تر بودن متغیر میانجی دارد. مقدار VAF از طریق فرمول زیر محاسبه می‌شود:  $VAF = \frac{a*b}{(a*b)+c}$

در فرمول بالا مقدار a ضریب مسیر میان متغیر مسیر و میانجی است، مقدار b ضریب میانجی میان متغیر میانجی و وابسته است و مقدار c ضریب مسیر میان متغیر مستقل و وابسته است (Shaker Ardakani et al 2,018). در صورتی که VAF کوچک‌تر از ۲۰٪ باشد متغیر مربوطه بدون اثر میانجی‌گری خواهد بود، در صورتی که VAF بین ۸۰ الی ۲۰ درصد باشد شدت متغیر مربوطه میانجی‌گری جزئی خواهد بود و در صورت بالاتر رفتن از ۸۰ درصد میانجی‌گری کامل اتفاق خواهد افتاد (Baron & Kenny, 1986). در پژوهش حاضر نقش میانجی صادرات مستقیم به وسیله آزمون بارون و کنی مورد تأیید قرار گرفته است که مقدار نقش میانجی جزئی صادرات مستقیم ۵۶ درصد و نقش جزئی میانجی صادرات غیرمستقیم ۳۳ درصد می‌باشد.

جدول ۸. مقادیر ضریب‌های مسیر و معناداری میان مؤلفه‌ها

نتیجه	مقادیر T	ضریب مسیر	مسیر
تأیید	۷/۵۸۶	۰/۴۱۵	کاهش تحریم‌ها بر توسعه صادرات پوشاک ایران
تأیید	۴/۴۹۷	۰/۴۵۷	صادرات غیرمستقیم بر توسعه صادرات پوشاک ایران
تأیید	۹/۲۱۱	۰/۵۸۱	صادرات مستقیم بر توسعه صادرات پوشاک ایران
تأیید	۴/۵۵۷	۰/۴۶۸	توان مالی بر توسعه صادرات پوشاک ایران
تأیید	۸۱/۱۰۶	۰/۹۲۷	کاهش تحریم‌ها بر صادرات مستقیم
تأیید	۳/۱۴۴	۰/۴۵۱	کاهش تحریم‌ها بر توان مالی
تأیید	۴۳/۸۰۵	۰/۵۷۴	کاهش تحریم‌ها بر صادرات غیرمستقیم
تأیید	۴/۳۷۶	۰/۵۱۵	صادرات مستقیم بر توان مالی
تأیید	۴/۷۱۱	۰/۴۱۴	صادرات غیرمستقیم بر توان مالی
تأیید	شدت میانجی: ۵۶ درصد		صادرات مستقیم (میانجی کاهش تحریم‌ها بر توسعه صادرات پوشاک ایران)
تأیید	شدت میانجی: ۳۳ درصد		صادرات غیرمستقیم (میانجی کاهش تحریم‌ها بر توسعه صادرات پوشاک ایران)

### بحث و نتیجه‌گیری

فرضیه اول تحقیق: "کاهش تحریم‌ها بر توسعه صادرات پوشاک تأثیر دارد". همان‌طور که نتایج حاصل از تحلیل مدل در شکل ۶ نشان می‌دهد، آماره t میان کاهش تحریم‌ها و توسعه صادرات پوشاک ایران برابر با ۷/۵۸۶ می‌باشد. لذا فرضیه اول در سطح معنی‌داری ۹۵٪ مورد تأیید است؛ بنابراین مدل ساختاری نشان می‌دهد که کاهش تحریم‌ها بر توسعه صادرات پوشاک ایران تأثیر معنادار دارد. نتایج فرضیه اول با تحقیقات پورعبادواللهیان و همکاران (Pourebaddollahan et al, 2019) و جعفری و همکاران (jafari et al, 2023) همسو است. با بهبود روابط سیاسی و کاهش تحریم‌ها شرکت‌های این بخش شاهد توسعه صادرات خواهند بود.

فرضیه دوم تحقیق: "توان مالی بر توسعه صادرات پوشاک ایران تأثیر دارد". همان طور که نتایج حاصل از تحلیل مدل در شکل ۶ نشان می دهد، آماره  $t$  میان توان مالی و توسعه صادرات پوشاک ایران برابر با  $4/557$  می باشد. لذا فرضیه دوم در سطح معنی داری  $95\%$  مورد تأیید است. بنابراین مدل ساختاری نشان می دهد که توان مالی بر توسعه صادرات پوشاک ایران تأثیر معنادار دارد. لذا نتایج فرضیه دوم با تحقیقات رسولی نژاد و کاظم نیا (Rasoulinezhad & Kazemnia, 2019) (Khorshidi et al, 2015) همسو می باشد. بیشترین عوامل تأثیرگذار برافزایش توان مالی شرکت ها به ترتیب افزایش توان تولیدکنندگان در حال ورشکستگی و سرمایه گذاری برندهای مطرح می باشد.

فرضیه سوم تحقیق: "صادرات مستقیم پوشاک بر توسعه صادرات پوشاک ایران تأثیر دارد". در آزمون فرضیه موردنظر با استفاده از مدل معادلات ساختاری، اولاً خروجی نرم افزار نشان دهنده مناسب بودن مدل ساختاری برازش یافته ها برای آزمون فرضیه های تحقیق است. همچنین با توجه به نتایج حاصل از شکل ۶ که نشان دهنده آماره  $t$  میان صادرات مستقیم و توسعه صادرات پوشاک ایران است این آماره برابر  $9/211$  می باشد؛ و از آنجایی که مقدار  $T$  به دست آمده بیشتر از  $1/96$  است، لذا فرضیه مورد تأیید قرار گرفته است بنابراین مدل ساختاری نشان می دهد که صادرات مستقیم بر توسعه صادرات پوشاک ایران تأثیر معناداری دارد. نتایج فرضیه سوم با توجه به اینکه تحقیق حاضر اکتشافی است و دارای نوآوری می باشد لذا دارای سابقه پژوهشی مشابهی نمی باشد و تنها مؤلفه های فرعی آن با نتایج محققین دیگر همچون رضایی و همکاران (Rezaei et al, 2020)، بهزادیان و صنوبری (Behzadnia et al, 2019) رضایی و دولت آبادی (Rezaei Dolatabadi & Alikhasi, 2022) همسو است. یافته ها حاکی از آن است که افزایش برندسازی و شبکه توزیع می تواند شرایط شرکت های صادرکننده پوشاک را بهبود بخشد.

فرضیه چهارم تحقیق: "صادرات غیرمستقیم بر توسعه صادرات پوشاک ایران تأثیر دارد". همان طور که نتایج حاصل از تحلیل مدل در شکل ۶ نشان می دهد، آماره  $t$  میان صادرات غیرمستقیم و توسعه صادرات پوشاک ایران برابر با  $4/497$  می باشد. لذا فرضیه چهارم در سطح معنی داری  $95\%$  مورد تأیید است؛ بنابراین مدل ساختاری نشان می دهد که صادرات غیرمستقیم بر توسعه صادرات پوشاک ایران تأثیر معنادار دارد. به عبارتی دیگر نتایج نشان می دهد که دارای اثر معنی دار به لحاظ آماری می باشد. نتایج فرضیه مذکور با نتایج محققین دیگر همچون سیسلیک و مچالک (Cieslik & Michalek, 2018) قاسمی و انار<sup>۱</sup> (Seifollahi onar & Ghasemi hamedani, 2022) همسو می باشد. یافته ها حاکی از آن است که افزایش فروش به دلالت و به موازات آن جلوگیری از قاچاق پوشاک می تواند میزان صادرات پوشاک را افزایش دهد.

فرضیه پنجم تحقیق: "صادرات مستقیم بر توان مالی شرکت تأثیر دارد". همان طور که نتایج حاصل از تحلیل مدل در شکل ۶ نشان می دهد، آماره  $t$  میان صادرات مستقیم و توان مالی صادرکنندگان پوشاک در ایران برابر با  $4/711$  می باشد. لذا فرضیه پنجم در سطح معنی داری  $95\%$  مورد تأیید است؛ بنابراین مدل ساختاری نشان می دهد که صادرات مستقیم بر توان مالی صادرکنندگان پوشاک در ایران تأثیر معنادار دارد. با بررسی صورت گرفته مشخص گردید که نتایج این فرضیه با تحقیقات رهمنو (Rahmanov, 2019) و برونو و شین (Bruno & Shin, 2023) همسو است.

<sup>1</sup> Seifollahi Anar, Ghasemi Naser

فرضیه ششم تحقیق: "صادرات غیرمستقیم بر توان مالی شرکت‌ها تأثیر دارد". همان‌طور که نتایج حاصل از تحلیل مدل در شکل ۶ نشان می‌دهد، آماره  $t$  میان صادرات غیرمستقیم و توان مالی صادرکنندگان پوشاک در ایران برابر با  $۴/۳۷۶$  می‌باشد. لذا فرضیه ششم در سطح معنی‌داری  $۰/۹۵$  مورد تأیید است؛ بنابراین مدل ساختاری نشان می‌دهد که صادرات غیرمستقیم بر توان مالی صادرکنندگان پوشاک در ایران تأثیر معنادار دارد. با بررسی صورت گرفته مشخص گردید که این فرضیه دارای سابقه پژوهشی مشابهی در حوزه صادرات پوشاک نمی‌باشد. نتایج فرضیه ششم با توجه به اینکه تحقیق حاضر اکتشافی است و دارای نوآوری می‌باشد

فرضیه هفتم تحقیق: "کاهش تحریم‌ها بر صادرات مستقیم پوشاک تأثیر دارد". همان‌طور که نتایج حاصل از تحلیل مدل در شکل ۶ نشان می‌دهد، آماره  $t$  میان کاهش تحریم‌ها و صادرات مستقیم پوشاک ایران برابر با  $۸۱/۱۰۶$  می‌باشد. لذا فرضیه هفتم در سطح معنی‌داری  $۰/۹۵$  مورد تأیید است؛ بنابراین مدل ساختاری نشان می‌دهد که کاهش تحریم‌ها بر صادرات مستقیم پوشاک ایران تأثیر معنادار دارد. نتایج فرضیه هفتم با تحقیقات زهانگ (Zhang et al, 2020) و برونو و دیگ (Braun & Deeg, 2020) همسو است.

فرضیه هشتم تحقیق: "کاهش تحریم‌ها بر صادرات غیرمستقیم پوشاک تأثیر دارد". همان‌طور که نتایج حاصل از تحلیل مدل در شکل ۶ نشان می‌دهد، آماره  $t$  میان کاهش تحریم‌ها و صادرات غیرمستقیم پوشاک ایران برابر با  $۴۳/۸۰۵$  می‌باشد. لذا فرضیه هشتم در سطح معنی‌داری  $۰/۹۵$  مورد تأیید است؛ بنابراین مدل ساختاری نشان می‌دهد که کاهش تحریم‌ها بر صادرات غیرمستقیم پوشاک ایران تأثیر معنادار دارد. نتایج فرضیه هشتم با تحقیقات جونز (Jones, 2021) و کاماراسامی و سینق (Kumarasamy & Singh, 2018) همسو است.

فرضیه نهم تحقیق: "کاهش تحریم‌ها بر توان مالی تأثیر دارد". همان‌طور که نتایج حاصل از تحلیل مدل در شکل ۶ نشان می‌دهد، آماره  $t$  میان کاهش تحریم‌ها و توان مالی صادرکنندگان پوشاک در ایران برابر با  $۴/۳۷۶$  می‌باشد. لذا فرضیه نهم در سطح معنی‌داری  $۰/۹۵$  مورد تأیید است؛ بنابراین مدل ساختاری نشان می‌دهد که کاهش تحریم‌ها بر توان مالی صادرکنندگان پوشاک در ایران تأثیر معنادار دارد. با بررسی صورت گرفته مشخص گردید که این فرضیه دارای سابقه پژوهشی مشابهی در حوزه صادرات پوشاک نمی‌باشد و تنها مؤلفه‌های فرعی آن با نتایج محققین دیگر همچون حقیقی<sup>۱</sup> (Naeij Haghighi et al, 2019) و مک‌دول (McDowell, 2021) همسو است.

فرضیه دهم تحقیق: "صادرات مستقیم بر رابطه بین کاهش تحریم‌ها و توسعه صادرات پوشاک نقش میانجی دارد". همان‌طور که نتایج حاصل از تحلیل مدل در شکل ۶ نشان می‌دهد، ضریب بارهای عاملی صادرات مستقیم بر رابطه بین کاهش تحریم‌ها و توسعه صادرات پوشاک مثبت می‌باشد و رابطه مستقیم وجود دارد. لذا میانجی‌گری جزئی کاهش صادرات مستقیم با میزان شدت اثر  $۰/۵۶$  تأیید می‌گردد. نتایج فرضیه دهم با توجه به اینکه تحقیق حاضر اکتشافی است و دارای نوآوری هست لذا دارای سابقه پژوهشی مشابهی در حوزه صادرات پوشاک نمی‌باشد.

فرضیه یازدهم تحقیق: "صادرات غیرمستقیم بر رابطه بین کاهش تحریم‌ها و توسعه صادرات پوشاک نقش میانجی دارد". همان‌طور که نتایج حاصل از تحلیل مدل در شکل ۶ نشان می‌دهد، ضریب بارهای عاملی صادرات غیرمستقیم بر رابطه بین کاهش تحریم‌ها وجود دارد و رابطه میان کاهش تحریم‌ها و توسعه صادرات رابطه مثبت می‌باشد. لذا میانجی‌گری

<sup>1</sup> Haghighi Ali Naeij, Saeedi Parviz, Dihekhan Hosseini, n.d.

جزئی صادرات غیرمستقیم با میزان شدت اثر ۰/۳۳۳ تأیید می‌گردد. نتایج فرضیه یازدهم با توجه به اینکه تحقیق حاضر اکتشافی است و دارای نوآوری می‌باشد لذا دارای سابقه پژوهشی مشابهی در حوزه صادرات پوشاک نمی‌باشد.

### با توجه به تأیید فرضیات فوق پیشنهاد می‌شود که:

با توجه به مسائل مبتلابه‌ی که در رابطه با تحریم‌ها برای تمامی صنایع ایران رخ داده‌است به سیاستگذاران کلان کشور توصیه می‌شود که در جهت کاهش تحریم‌ها تا جایی که می‌توانند تلاش نمایند و در وضعیت تحریمی به تولیدکنندگان و صادرکنندگان پوشاک توصیه می‌شود که در صورت وجود مشکل صادرات مستقیم به صادرات غیرمستقیم روی بیاورند.

به تولیدکنندگان و صادرکنندگان پوشاک توصیه می‌شود که از طریق روش‌های تأمین مالی مناسب و بهینه، توان مالی خود را افزایش داده تا بتوانند نفع حداکثر را از صادرات پوشاک ببرند. این مدیران می‌توانند بازارهای هدفی را انتخاب نمایند که ارزش افزوده صادرات به این کشورها بالاتر از سایر کشورها است.

به تولیدکنندگان و صادرکنندگان پوشاک توصیه می‌گردد بازارهای هدفی را انتخاب کنند که امکان صادرات مستقیم در آن بازارها فراهم است. با توجه به توان مالی پایین تولیدکنندگان پوشاک و وجود تعداد زیادی از این شرکت‌های کوچک در ایران، برای صادرات مستقیم پیشنهاد می‌شود تعاونی‌های صادراتی ایجاد گردد تا شرکت‌های کوچک این حوزه بتوانند با تکیه بر هم‌افزایی یکدیگر صادراتی پایدار داشته‌باشند. یکی از مشکلات اصلی این شرکت‌ها، صادرات مقطعی است که به علت عدم ایجاد شبکه توزیع و فروش مناسب در کشورهای هدف ایجاد شده‌است، پیشنهاد می‌گردد شبکه توزیع این شرکت‌ها از شکل سنتی به شبکه‌های توزیع و فروش اینترنتی در بازارهای هدف صادراتی تبدیل گردد. مهم‌ترین عناصر فروش محصولات این شرکت‌ها در بازار هدف علاوه بر کیفیت محصولاتشان و افزایش مزیت‌های رقابتی، برندسازی است. لذا به تولیدکنندگان و صادرکنندگان بخش پوشاک پیشنهاد می‌گردد که به شکل گسترده‌ای در بازارهای هدف صادراتی دست به برندسازی زده و از صادرات محصولات با برندهای جعلی اجتناب نمایند.

به تولیدکنندگان و صادرکنندگان پوشاک توصیه می‌گردد که تنها به صادرات مستقیم اکتفا نکنند و در بازارهایی که امکان صادرات مستقیم وجود ندارد از صادرات غیرمستقیم ورود کنند. افزایش ارتباطات با دلان در این حوزه کلید موفقیت این شرکتها در صادرات غیرمستقیم است.

### Reference

- Alavi, M., Yaqubnejad, A., & Mohammadi Nodeh, F. (2022). Investigating the Impact of Indicators Related to Supervision on Financing Mechanisms and Factors Affecting it. *Financial Economics*, 16(60), 325-354. doi: 10.30495/fed.2022.697617
- Alidaie, F. (2023). Provide a model for the development of garment exports to specific target markets using the Grand Theory. (unpublished doctoral dissertation, Semnan Branch, Islamic Azad University). (in persian).
- Azarli, A. (2020). A Strategic Model for Arms Export's Development at National Level. *Defense Economics*, 5(17), 9-47. (in persian).
- Baron, R. and Kenny, D. (1986) The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>.

- Behzadnia, P., Sanoubar, N. (2019). The Impact of Marketing Capabilities on Export Performance (The Case of Iranian Entrepreneurial Exporter Companies of Agricultural Products). *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 6(11), 58–67. <https://doi.org/10.29252/jea.6.11.58>. (in persian).
- Bei, Z., & Wijewardana, W. P. (2012). Financial leverage, firm growth and financial strength in the listed companies in Sri Lanka. *Procedia-social and behavioral sciences*, 40, 709-715.
- Braun, B., & Deeg, R. (2020). Strong firms, weak banks: The financial consequences of Germany's export-led growth model. *German Politics*, 29(3), 358-381.
- Bruno, V., & Shin, H. S. (2023). Dollar and exports. *The Review of Financial Studies*, 36(8), 2963-2996.
- Campos, A., & Chuquilin, D. (2020). Efectos de los instrumentos de promoción comercial de PROMPERÚ en el desempeño exportador de las MYPES del subsector confecciones, deprendas de vestir, de Lima, durante el 2016-2019. [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652729/Campos\\_IA.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652729/Campos_IA.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Chattopadhyay, S. (2019). Index of Non-tariff Measures: A Study of the EU Textile and Garment Market. *Foreign Trade Review*, 54(3), 206–223. <https://doi.org/10.1177/0015732519854932>.
- Ciešlik, A., & Michalek, J. J. (2018). Firm-level determinants of direct and indirect exports: empirical evidence for CEE and MENA countries. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 31(1), 982-992.
- Curtis, E. A., Comiskey, C., & Dempsey, O. (2016). Importance and use of correlational research. *Nurse Researcher*, 23(6).
- Davali, M. M., Masoumzadeh Jouzdani, R., & Rasouli, N. (2022). The Effects of Brand Anxiety on Brand Obsession Mediated by Brand Hatred and Moderation of Brand affection (Case Study: SAIPA Brand). *New Marketing Research Journal*, 12(2), 217-238. doi: 10.22108/nmrj.2022.133505.2693. (in persian).
- Ebadi, S. V., Kazerooni, H., & Semnani, D. (2021). The Compilation of Strategic Plan for Advanced Textile Industry of Iran. *Journal of Strategic Management Studies*, 12(45), 141-159. (in persian).
- Esmailzadeh Ghandehari, M. R., & Khojasteh, M. R. (2019). Investigating the Synergistic Effect of Inter-Organizational Sports Federations with the Approach of Improving the Performance of Sports in the Country Based on Dashboard Model. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 18(45), 225–240. [http://fasname.msy.gov.ir/article\\_335.html](http://fasname.msy.gov.ir/article_335.html). (in persian).
- Fassinger, R. E. (1987). Use of structural equation modeling in counseling psychology research. *Journal of Counseling Psychology*, 34(4), 425.
- Frank, J. (2017), Empirical Consequence of Trade Sanctions for Directly and Indirectly Affected Countries. FIW Working paper, 174. <http://hdl.handle.net/10419/162190>.
- Freudenreich, B., & Schaltegger, S. (2020). Developing sufficiency-oriented offerings for clothing users: Business approaches to support consumption reduction. *Journal of Cleaner Production*, 247, 119589.
- Gazzola, P., Pavione, E., Pezzetti, R., & Grechi, D. (2020). Trends in the fashion industry. The perception of sustainability and circular economy: A gender/generation quantitative approach. *Sustainability*, 12(7), 2809.
- Grozdánovska, V., Jankulovski, N., & Bojkovska, K. (2017). International business and trade. *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research (IJSBAR)*, 31(3), 105-114.
- Gutmann, J., Neuenkirch, M., & Neumeier, F. (2023). The economic effects of international sanctions: An event study. *Journal of Comparative Economics*, 3(21), 1-35. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jce.2023.05.005>
- Hassanvand, A. A., Hassanvand, D., & Nademi, Y. (2018). The Impact of sanctions on non-oil exports of Iran: Structural time series approach. *Quarterly Journal of The Macro and Strategic Policies*, 6(24), 666-687. doi: 10.32598/JMSP.6.4.666. (in persian).
- Hessels, J., & Terjesen, S. (2010). Resource dependency and institutional theory perspectives on direct and indirect export choices. *Small Business Economics*, 34, 203–220.

- jafari, H., vazifehdust, H., saeednia, H. R., & heidarzadeh, K. (2023). Presenting the Development Model of Oil Products Export in the International Market. *Commercial Surveys*, 21(118), 101-114. doi: 10.22034/bs.2022.556225.2574. (in persian).
- Jones, E. (2021). The financial consequences of export-led growth in Germany and Italy. *German Politics*, 30(3), 422-440.
- Kamali Zarch, M., & Shekari, H. (2020). Effect of Mental Workload on Employees Cyberloafing: Mediating Role of Social Undermining. *Social Psychology Research*, 10(39), 58-39. doi: 10.22034/spr.2020.212813.1367. (in persian).
- Khaledi, K., & Ardestani, M. (2022). The Impact of Sanctions on Economic Growth of Iran's Agricultural Sector. *Agricultural Economics and Development*, 29(4), 251-284. doi: 10.30490/aead.2022.354555.1334. (in persian).
- Khaleghi Soroush, F., Abolghasemi, M., Karanejad, G.R., & Dolo, M. (2017). Designing the pattern of allocation of higher education resources in Iran. *Financial Economics*, 11(39):147-70. (in persian).
- Khalili, S., Jamali, G., & Rameshi, K. (2021). A Survey in the Effect of Green Marketing Strategies on Competitive Advantage of Cooperative Companies in Bushehr City. *Co-Operation and Agriculture*, 10(37), 63-86. doi: 10.22034/ajcoop.2021.220020.1543. (in persian).
- Khani Zalan, A., Hejazi, R., Ranjbar, M. H., & Salari, H. A. (2022). Presenting the utility of consolidated financial reporting using structural equations. *Financial Accounting Research*, 14(3), 59-84. doi: 10.22108/far.2023.135570.1930. (in persian).
- Khodadad Kashi, F., & Firoozjang, H. (2013). The Effects of Smuggling on Productivity: The case of Textile and Clothing Industry in Iran (1996-2007). *Economics Research*, 13(49), 49-74. (in persian).
- Khorshidi, G., Rousta, A., Hamidzadeh, M., & Shakouri, B. (2015). An Evaluation on Development of Iran's Quarry Products Export Strategy. *Journal of Strategic Management Studies*, 6(23), 81-112.
- Kumarasamy, D., & Singh, P. (2018). Access to finance, financial development and firm ability to export: experience from Asia-Pacific countries. *Asian Economic Journal*, 32(1), 15-38.
- Kumcu, E., Harcar, T., & Kumcu, M. E. (1995). Managerial perceptions of the adequacy of export incentive programs. Implications for export-led economic development policy. *Journal of Business Research*, 32(2), 163-174. [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(94\)00038-G](https://doi.org/10.1016/0148-2963(94)00038-G).
- Linares Vizcarra, M. L. D. C. (2019). Dificultad en la identificación de la Partida Arancelaria: Exportación de prendas de fibra de vicuña pura. *Neumann Business Review*, 5(2), 50-82. <https://doi.org/10.22451/3002.nbr2019.vol5.2.10039>.
- Malca, O., Peña-Vinces, J., & Acedo, F. J. (2020). Export promotion programmes as export performance catalysts for SMEs: insights from an emerging economy. *Small Business Economics*, 55, 831-851.
- McDowell, D. (2021). Financial sanctions and political risk in the international currency system. *Review of International Political Economy*, 28(3), 635-661.
- Mirab, P., rabieh, M., mashayekhy, A., & zandieh, M. (2019). Systemic Approach to Analysis of Clothing Manufacturing Development in Iran. *Quarterly journal of economic research and policies*, 27(89), 331-372. <http://qjerp.ir/article-1-2321>. (In Persian).
- Moshabaki, A., & Khademi, A. A. (2012). The Effect of Export Promotion Programs on Firm Export Performance. *Journal of Improvement Management*, 6(3), 98-135. (in persian).
- Mousapour Lafmejani, M., & Yaghoubnehad, A. (2023). Modelling the Determinants of Formation of Informal Companies in Iran Tax System. *Financial Accounting and Auditing Research*, 15(58), 165-188. doi: 10.30495/faar.2023.702109. (in persian).
- Naeij Haghighi, A., Saeedi, P., Dihekhan, H., & Nazarian. R. (2019). Investigating the impact of Western sanctions on financing strategies of start-up companies based on new technologies in Iran. *Scientific and research quarterly of new attitudes in human geography*. 11(4), 511-39. (in persian).
- Norouzi, H., Darvish, F., Nasri, R. (2019). Impact of marketing capabilities in the field of export and innovation capabilities on the dimensions of export performance by moderating role of dysfunctional competition (case study: handicrafts and arts). *Journal of International Business Administration*, 2(4), 97-119. doi: 10.22034/jiba.2019.9820. (in persian).

- Nourouzpour, N., Ebrahimi, A., Valibeigi, H., & Didekhani, H. (2021). Formulating a Model for Export Development of Iran's High-Tech Industries. *Iranian Journal of Trade Studies*, 26(101), 193-228. doi: 10.22034/ijts.2021.246924
- Onkelinx, J., Manolova, T. S., & Edelman, L. F. (2016). The human factor: Investments in employee human capital, productivity, and SME internationalization. *Journal of International Management*, 22(4), 351-364. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.intman.2016.05.002>
- prioritization of target markets for Iran's garment exports(in persian).
- Pourebaddollahan Covich, M., Panahi, H., & Javadzadeh, L. (2019). The Impact of International Sanctions on the Export of Iran's Industrial Sub-Sectors. *Quarterly Journal of Industrial Economics Researches*, 3(9), 55-68. doi: 10.30473/indeco.2019.7015. (in persian).
- Rasoulnezhad, E., & Kazemnia, T. (2019). Export Expansion Strategies of Iranian Commodities to Russian Market: Case of Dairy Products. *Quarterly Journal of The Macro and Strategic Policies*, 6(Resistive Economy), 844-863. doi: 10.32598/JMSP.6.Special.Issue.844
- Rezaei Dolatabadi, H., & Alikhasi, A. (2020). Analyzing the Effect of Export Experience, Export Commitment and Export Marketing Capability on Export Performance with the Moderating Effect of Marketing Strategy Implementation Effectiveness in SMEs. *Commercial Strategies*, 17(15), 115-136. doi: 10.22070/cs.2020.3195. (in persian).
- Rezaei, S., paytakhti oskooe, S. A., mohamadzadeh, P., & karami, A. (2020). Investigating the Impact of Factors Affecting the Development of Halal Brand Food Exports: *Structural Formulation Approach*. *Journal of Iran's Economic Essays (JIEE)*, 17(34), 235-252. doi: 10.30471/iee.2021.7016.1992. (in persian).
- Rahmanov, R. (2019). Financial Constraints and Export Participation of SMEs in Post-Communist Countries. *Acta Oeconomica*, 69(2), 289-319.
- Saadat, R., Talebbeydokhti, A., & Shahriar, I. (2023). Examining the Effect of Sanctions on the Trade Relationship between Iran and France. *International Political Economy Studies*, 5(2), 545-569. doi: 10.22126/ipes.2022.8240.1504. (in persian).
- Salimi, M., Hanafizade, P., & Jafari, A. (2017). A Model for Assessing the Financial Strength of the Iranian Banks. *Financial Management Strategy*, 5(2), 101-133. doi: 10.22051/jfm.2017.12836.1201
- Shaker Ardakani, M., Sepehrtaj, S. F., & Niknamjoo, M. (2018). Role of servant leadership in organizational silence by mediating role of social capital, organizational trust and organizational justice in public libraries of Yazd province. *Library and Information Sciences*, 21(3), 125-153. doi: 10.30481/lis.2018.67484. (in persian).
- Seifollahi onar, N., Ghasemi hamedani, I. (2022). The Impact of Institutional Support on Export Performance: Analyzing the Role of Market Turbulence and Innovation Orientation. *Journal of International Business Administration*, 5(1), 79-99. doi: 10.22034/jiba.2021.48495.1782. (in persian).
- Shirazi, H., Azarbaiejani, K. & Sameti, M. (2016), The Effect of Economic Sanctions on Iran's Export. *Iranian Economic Review*, 20 (1), 111-124. (in persian).
- Tabakhiyan, L., Hadadian, A., & Pooya, A. (2017). Typology of clothing brand consumers based on purchase decision making style. *Journal of Business Management*, 9(2), 353-374. doi: 10.22059/jibm.2017.224916.2442. (in persian).
- Võ, T. T., Lê Quỳnh, H., & Hoàng Thu, H. (2018). Effects of EVFTA on Vietnam's apparel exports: An application of WITS-SMART simulation model. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 25(2), 4-28. <https://doi.org/10.24311/jabes/2018.25.s02.1>
- Wu, L., Wei, Y., Wang, C., McDonald, F., & Han, X. (2022). The importance of institutional and financial resources for export performance associated with technological innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 185, 122040. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122040>
- Yoruk, D. E., Yoruk, E., Figueiredo, P. N., & Johnston, A. (2023). Sectoral resilience through learning in networks and GVCs: A historical perspective on the food-processing and clothing industries in Poland. *Technological Forecasting and Social Change*, 192, 122535. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122535>

- zareei, G., & parsamehr, B. (2018). Identification of Effective Factors on the Development of Export of Medical Equipment Using Grounded Theory. *Journal of healthcare management*, 9(no 3), 7-17. (in persian).
- Zeng, Y. (2020). Exploring Factors Affecting the Development of Export-Oriented Garment Industry: Facing the Global Competitiveness Challenges. *International Business Research*, 13(6), 20. <https://doi.org/10.5539/ibr.v13n6p20>.
- Zhang, Y., Liu, C., & Wang, T. (2020). Direct or indirect? The impact of political connections on export mode of Chinese private enterprises. *China Economic Review*, 61, 101434.