



**بررسی تاثیر تحریم بر شاخص‌های اقتصادی برندهای داخلی صنعت بهداشتی و آرایشی
(مطالعه موردی: شرکت پاکشو از گروه صنعتی گلرنگ)**

علیرضا شیخ^۱

شیوا اسلامی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۹۹/۰۴/۰۲ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۹/۰۶/۰۴

چکیده

تحریم‌های اقتصادی اخیر تأثیرات مخرب بسیار زیادی را طی چند ساله اخیر بر صنایع بهداشتی و آرایشی داشته است، حتی برخی از شرکت‌های تولیدی مذکور به خاطر نبود مواد اولیه وارداتی و عدم جایگزینی آن، به حالت نیمه فعال و بعضاً تعطیل گشتند. لیکن در نیمه دوم سال ۱۳۹۷ با تصمیم اتخاذ شده از سمت وزارت صنایع و معادن، هیئت دولت و تاییدیه مجلس شورای اسلامی، در راستای حمایت از تولید داخل پیرو سیاست‌های کلان کشور مبنی بر توقف کامل کالاهای خارجی منجر به تحول نسبتاً خوبی در صنایع مذکور گردیده است به نحوی که شرکت‌های تولیدی داخلی صنعت لوازم بهداشتی و شوینده‌ها در نبود رقبای خارجی و در محیط امن اقدام به سرمایه‌گذاری مجدد و با استفاده از توانمندی‌های داخلی شروع به راه‌اندازی برخی از واحدهای تولیدی نموده‌اند که کیفیت محصولات آن‌ها چه بسا بالاتر از نمونه سابق وارداتی آن می‌باشد و در همین راستا مصرف‌کنندگان داخلی نیز با توجه به افزایش کیفیت برندهای داخلی و قیمت مناسب آن از نیمه دوم سال ۹۷ به بعد استقبال بسیار زیادی از محصولات صنایع آرایشی و بهداشتی داخلی کرده‌اند، بطوری‌که تأثیر بسیار زیادی بر میزان فروش و سطح کیفیت و حتی میزان صادرات به کشورهای منطقه داشته است. در تحقیق حاضر بر آن شدیم تا نتایج تحریم‌های بین‌المللی و تأثیرات آن را بر صنایع بهداشتی و آرایشی بررسی نماییم. پژوهش حاضر با هدف شناسایی تأثیرات تحریم و قطع واردات بر روی ۴ شاخصه فروش داخلی، فروش صادراتی، سود خالص و کیفیت تأثیرگذاری آن بر نتایج سازمان انجام شده است. این پژوهش از نوع مطالعات کاربردی به شمار می‌رود که به روش ترکیبی انجام پذیرفت. بخش کیفی به روش تحلیل محتوا و بخش کمی به روش توصیفی - همبستگی انجام شد. مدیران ارشد گروه صنعتی پاکشو (گلرنگ) و خبرنگاران این صنعت به عنوان جامعه آماری بخش کمی پژوهش انتخاب شدند. نمونه‌گیری نیز به روش تصادفی ساده انجام پذیرفت. ۶۴ نفر به عنوان نمونه آماری در بخش تحلیل استنباطی و ۱۵ نفر از خبرنگاران صنعت در بخش تحلیل محتوا (کیفی) انتخاب شدند. داده‌های بخش کمی و کیفی توسط پرسشنامه گردآوری و با استفاده از نرم افزارهای آماری *SPSS* و مدل تم تجزیه و تحلیل شد. به منظور بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون (کولموگروف-اسمیرنوف) بهره‌گرفته شده است و برای تست مدل پیشنهادی از آزمون تحلیل عاملی تاییدی بهره‌گرفته شد، نتایج سه فرضیه از ۴ فرضیه پیشنهادی مورد تایید قرار گرفت. به نحوی که میزان همبستگی بین قطع واردات و تحریم‌ها و افزایش مبلغ فروش، سود خالص و کیفیت محصولات تولیدی این صنعت تایید گردید (۲۱)

کلمات کلیدی

تحریم، فروش، سود خالص، کیفیت، صادرات، رضایت مشتریان

۱- گروه بازاریابی، دانشکده مدیریت، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، تهران، ایران. a.sheikh@aut.ac.ir

۲- گروه مدیریت کسب و کار، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) sh.eslami@aut.ac.ir

در سال‌های اخیر تحریم‌های اقتصادی به عنوان یکی از مهمترین مسایل روز مورد بحث در مجامع علمی ایران گرفته است. ابعاد انتشارات علمی، مقاله و نوشته در این زمینه، در داخل کشور به شکلی شگفت آور کم بوده است. (۱)

تحریم اقتصادی ابعاد و تبعات گوناگونی دارد و می‌تواند بر شاخص‌های اقتصادی و مالی مانند فروش، سود خالص، میزان صادرات، میزان کیفیت، تاثیرات جدی را وارد کند، مسئله اصلی که در این تحقیق مطرح است که آیا تحریم‌های اقتصادی بر شاخص‌های اقتصادی شرکت‌های صنایع آرایشی و بهداشتی تاثیری داشته است یا خیر؟ و اگر تاثیری داشته است تاثیر آن چگونه بوده است؟

از آنجایی که بازار جهانی محصولات آرایشی - بهداشتی در سال ۲۰۱۷، به ارزش ۵۳۲/۴۳ میلیارد دلار تخمین زده شد و انتظار می‌رود تا سال ۲۰۲۳ این رقم به ۸۰۵/۶۱ میلیارد دلار برسد و در سال‌های ۲۰۱۸-۲۰۲۳ نرخ رشد سالانه این صنعت به حدود ۷/۱۴ درصد دست یابد. موردور اینتلجنس (۲۰۱۹) این روند، آن را به یک صنعت با ارزش جهانی و البته یک بازار بسیار رقابتی تبدیل کرده است. این امر نیاز به نوآوری و جذابیت را در انتخاب استراتژی‌های بازاریابی در صنعت آرایشی - بهداشتی افزایش داده است. سینتسیو (۲۰۱۷) از طرفی، جایگاه ایران به عنوان سومین کشور مصرف کننده محصولات آرایشی - بهداشتی در خاورمیانه و هفتمین واردکننده در جهان (اکبری و همکاران ۱۳۹۵) توجه افراد زیادی را به سرمایه گذاری در این صنعت جلب کرده است. (۲)

بازار مصرف لوازم آرایشی در طول سال‌های اخیر رونق بسیاری گرفته است و مقدار قابل توجهی از این میزان تقاضا شده به وسیله واردات تامین می‌شود. حجم بازار لوازم آرایشی و بهداشتی در ایران حدود ۲/۲ میلیارد دلار است که از میزان ۳۰ درصد توسط تولید کنندگان داخلی تامین و عرضه می‌شود. این در صورتی است که تولیدکنندگان داخلی توان تولید بیش از ۱۰۰ درصد نیاز داخلی را دارند. ۷۰ درصد باقیمانده نیاز بازار نیز توسط کالاهای خارجی تامین می‌شود. در این میان نکته قابل توجه این است که تا سال ۱۳۹۶ فقط ۱۰ درصد از ۷۰ درصد واردات کالاهای خارجی به صورت قانونی به کشور صورت گرفته و بقیه آن توسط قاچاق تامین شده است. به عبارت دیگر اگر سهم محصولات آرایشی خارجی را یک میلیارد و ۶۰۰ هزار دلار در نظر بگیریم حدود ۲۰۰ هزار دلار آن به صورت رسمی و بقیه به وسیله قاچاق وارد کشور شده است.

بررسی تاثیر تحریم بر شاخص‌های اقتصادی برندهای داخلی صنعت ... / شیخ و اسلامی

در بررسی‌های صورت گرفته از نظر کیفی تولید اقلام لوازم آرایشی در داخل کشور با کالاهای فرانسوی و آمریکایی برابری می‌کند. مواد اولیه از بهترین کشورهای تولید کننده وارد می‌شود و از نظر امکانات و منابع تامین مواد اولیه و تکنولوژی تولید هیچ‌گونه کمبودی را مشاهده نمی‌کنیم. (۳)

با توجه به اینکه از سالهای ۱۳۹۷-۱۳۹۰ علی‌رغم تحریم‌های صورت گرفته کماکان واردات لوازم آرایشی - بهداشتی به صورت رسمی و غیررسمی به داخل کشور ادامه داشته است و اثر تحریم‌ها بر روی شاخص‌های اقتصادی با توجه به تحقیقات صورت گرفته طی سال‌های ۱۳۹۷-۱۳۹۰ منفی بوده است لیکن در سال ۱۳۹۷ با توجه به مصوبه هیئت دولت و همچنین تاییدیه مجلس مبنی بر ممنوعیت کلیه کالاهای خارجی لوکس (۹۷/۰۶/۱۵) تولید کنندگان صنایع آرایشی و بهداشتی را بر آن داشت با توجه به قطع کامل واردات و نبود رقیب خارجی و فراهم شدن فرصت سرمایه گذاری جدید و همچنین استقبال شدید مصرف کنندگان لوازم آرایشی و بهداشتی در ایران تحول بسیار بزرگی در میزان تولید، فروش، صادرات و افزایش کیفیت برندهای داخلی صنایع آرایشی و بهداشتی رخ داد و این رویکرد منجر به رشد شاخص‌های اقتصادی مذکور گردید. در این تحقیق بر آن هستیم اثرات تحریم را در فاصله زمانی بعد از نیمه دوم سال ۱۳۹۷ (مصوبه ممنوعیت واردات کالاهای خارجی) بررسی و گزارش گردد. (۴)

پیشینه تحقیق

در دوره‌های اخیر تحریم اقتصادی به یک ابزار سیاسی و اقتصادی مهم برای تحت تاثیر قرار دادن رفتار کشورها تبدیل شده است. حتی سازمان‌های بین المللی نیز از این رویکرد استقبال کرده‌اند. (کورتزایت ، لویز ۲۰۰۰). تحریم اقتصادی در واقع با هدف سیاسی اعمال می‌گردد به گونه‌ای که کشورهای اعمال کننده از برخی منافع تجاری و اقتصادی خود برای دستیابی به اهداف سیاسی چشم پوشی می‌کنند. تحریم اقتصادی را میتوان از منظر تعداد کشورهای تحریم کننده بررسی نمود. بر این اساس تحریم اقتصادی به دو قسمت تحریم‌های یکجانبه و چند جانبه قابل تقسیم می‌باشد. (کاروسو ۲۰۰۳) داگسی (۱۹۸۰) تحریم‌های اقتصادی را به چهار نوع تقسیم می‌کند: ۱. کنترل و محدودسازی تجاری ۲. معلق ساختن کمک‌ها و حمایت‌های تکنولوژیکی ۳. مصادره اموال و دارایی‌های کشورهای هدف تحریم ۴. ممنوعیت لیستی از شرکت‌های کشورهای هدف برای تجارت با کشور اعمال کننده. مطالعات متعددی در ارتباط با آثار تحریم‌ها انجام گرفته است. در جدول شماره ۱ تعدادی از مطالعات که به بررسی اثرات تحریم پرداخته است مورد بررسی قرار گرفته است. (۱۰-۱۵)

فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و هفتم - پائیز ۱۳۹۹

جدول ۱: تعدادی از مطالعات پیشین در زمینه تحریم‌های اقتصادی

نویسنده	زمینه تحقیق
هافباوئر (۲۰۰۳)	به بررسی تاثیر تحریم‌های اقتصادی آمریکا بر تجارت آمریکا بر اساس مدل جاذبه پرداخته است. تحریم‌ها به سه بخش، تحریم‌های ضعیف، متوسط و شدید تقسیم بندی شده است. در این مقاله هافباوئر بر اساس مدل جاذبه به محاسبه و تخمین میزان تجارت گمشده و یا زیان‌های تجاری ناشی از تحریم بر اقتصاد آمریکا پرداخته است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که در بین ۶ کشور مورد مطالعه ایران دومین کشوری است که تحریم‌های آن بیشترین زیان یا تجارت گمشده را بر اقتصاد آمریکا تحمیل کرده است.
کاروسو (۲۰۰۳)	به بررسی تاثیر تحریم اقتصادی بین الملل روی تجارت خارجی آمریکا دوره ۱۹۶۰ تا ۲۰۰۰ پرداخته و تایید نموده که تحریم اقتصادی تاثیر منفی معنی داری بر تجارت خارجی آمریکا داشته است.
یانگ (۲۰۰۴)	به بررسی اثرات تحریم اقتصادی توسط آمریکا پرداخته است. نتایج مطالعه یانگ نشان داده است که تحریم اقتصادی آمریکا باعث گسترش حجم تجارت کشورهای تحریم شده با کشورهای غیر تحریم کننده شده است.
لیندرمن و دیگران (۲۰۰۷)	به بررسی ابعاد تحریم اقتصادی علیه ایران از سوی کشورها و نهادهای بین الملل پرداخته است. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که تحریم‌ها از طریق کانال‌هایی نظیر قرارداد کشتی‌ها، قرارداد بیمه و نهادهای مالی بر اقتصاد ایران تاثیر معنی داری می‌گذارد و نهایتاً تجارت خارجی ایران را به صورت جدی تحت تاثیر قرار می‌دهد.
کاتزمن (۲۰۱۲)	به تحلیل تاثیر تحریم‌های اقتصادی بر بخش نفت و سرمایه گذاری در ایران پرداخته و نشان داده است که تحریم سه دهه گذشته تاثیر معناداری بر تولید و سرمایه گذاری خصوصا در بخش نفت در ایران گذاشته است در این گزارش فرآیند تحریم‌های اقتصادی ایران و رفتار بازیگران مهم در این فرآیند مورد تحلیل قرار گرفته است.
شریعتی نیا (۱۳۹۲)	یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد عمده تحریم‌های اعمالی علیه ایران در جهت ممانعت از دسترسی این کشور به منابع مورد نیاز بوده و به تدریج بر ابعاد و عمق آنها افزوده شده، به گونه‌ای که بسیاری از ساختارهای دولت و در سال اخیر اساساً حیات اقتصادی ایران را هدف قرار داده‌اند. بر همین مبنا نویسندگان استدلال کرده‌اند که نشانه‌هایی از به کارگیری مدل فروپاشی سیاسی نیز در قالب تحریم‌های اعمالی، بروز و ظهور یافته است.
آذربایجانی (۱۳۹۴)	با استفاده از مدل جاذبه، به ارزیابی اثر تحریم‌های اقتصادی ایالات متحده و اتحادیه اروپا، از حیث شدت اعمال آن‌ها، بر تجارت غیرنفتی ایران و نمونه ای چهارده تایی از شرکای عمده

بررسی تاثیر تحریم بر شاخص‌های اقتصادی برندهای داخلی صنعت ... / شیخ و اسلامی

<p>تجاری آن طی سال ۲۰۱۱-۲۰۰۰ پرداخته شده است. بر اساس این تحقیق تحریم محدود جز در زمینه صادرات کد کالایی شماره هفت و تحریم گسترده جز در زمینه صادرات کد کالایی شماره پنج در سایر موارد اثر منفی و معنی داری بر جای گذارده است.</p>	
<p>به بررسی کمی شوک‌های وارد بر اقتصاد ایران و اندازه گیری اهمیت هر یک از آن‌ها در رکود ۱۳۹۱-۱۳۹۲ پرداخته شده است. بر اساس یافته‌های این مطالعه، شکاف بهره وری بیشترین توانایی را در توضیح چرخه‌های تجاری ایران داشته و شکاف تجارت نقشی در توضیح رکود ۱۳۹۱-۱۳۹۲ نداشته است. اما زمانی که اثر نرخ ارز از شکاف تجارت خارج می‌شود و تنها اثر تحریم‌ها در شکاف تجارت باقی می‌ماند، شکاف تجارت، بخشی از کاهش تولید در سال ۱۳۹۲ را توضیح می‌دهد. همچنین افزایش موانع تجارت در سال ۱۳۹۱ به طور عمده ناشی از افزایش نرخ ارز و در سال ۱۳۹۲ ناشی از تحریم‌ها است.</p>	<p>رحمتی (۱۳۹۵)</p>
<p>در این تحقیق صرفاً به ارزیابی اثر پویای تحریم‌های بین‌المللی بر واردات کالاهای سرمایه‌ای و همچنین بر تولید ناخالص داخلی <i>GDP</i> ایران، در چارچوب یک مدل ساده پرداخته شده است. همچنین یافته‌های این مقاله نشان می‌دهند که ضریب افزایش بلند مدت معادل ۰,۶۸ است، یعنی یک درصد کاهش در واردات کالاهای سرمایه‌ای، باعث کاهش <i>GDP</i> به مقدار ۰,۶۸ درصد می‌شود.</p>	<p>مهرگان (۱۳۹۶)</p>
<p>این تحقیق به بررسی عوامل تعیین کننده نرخ ارز در ایران پرداخته است. نتایج موید این است که در بازه زمانی مورد مطالعه در بلند مدت، نرخ ارز اسمی با رشد مخارج دولت، درآمد‌های نفتی و خالص صادرات رابطه عکس دارد و با نرخ بهره بانکی، تولید ناخالص داخلی، اختلاف تورم داخل با خارج و نیز کسری بودجه دولت رابطه مثبت دارد.</p>	<p>برخورداری (۱۳۹۷)</p>

منبع : شماره ۱۵-۱۰ فهرست منابع

تحریم‌های اعمال شده علیه ایران

لایحه تحریم ایران و لیبی مشهور به (ایلسا) تحریم‌های بسیار شدیدی علیه بخش عمده تجارت کشورها با ایران و لیبی اعمال کرده و هدف عمده آن جلوگیری از سرمایه گذاری در بخش نفت و انرژی ایران بود. (۸) قانون مقابله با دشمنان آمریکا از طریق تحریم‌ها که به اختصار (کاتسا) نامیده می‌شود، تازه ترین تحریم‌های جامعی است که علیه ایران و البته روسیه و کره شمالی اعمال شده است. این قانون در تابستان سال ۱۳۹۶ در کنگره و سنای آمریکا رای آورد و به طور عمده، تحریم‌هایی علیه فعالیت‌های موشکی و تسلیحاتی ایران اعمال کرده است. (۹) به رغم این اقدامات، شاید بتوان قانون ایسا را به عنوان بزرگترین و جامع ترین حرکت تحریمی ایران شناخت و در طراحی چند مرحله ای موسوم به ماشه یا هرگونه سرمایه گذاری در صنایع وابسته به نفت و انرژی ، فروش بنزین، تجهیزات مربوط به صنایع

فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و هفتم - پائیز ۱۳۹۹

پتروشیمی، و نهایتاً بخش‌های مربوط به حمل و نقل نفت و انرژی ایران مشمول تحریم‌های آمریکا قرار گرفتند. تحریم‌های هر سال در کنار رشد درآمد سرانه (به عنوان متغییری که نشان دهنده سطح اثرگذاری تحریم‌ها است). می‌تواند مقایسه و بررسی اثرگذاری تحریم را به سادگی نشان دهد. (۱۶)

با توجه به بررسی صورت گرفته، سیاست تحریم اقتصادی ایران طی دوره ۱۳۸۴-۱۳۵۹، علی‌رغم تحمیل هزینه‌های بسیار سنگین بر اقتصاد ایران، در نیل به اهداف خود از موفقیت نسبتاً کمی برخوردار بوده است. (نرخ درآمد سرانه در این دوران دچار تغییرات منفی چشم‌گیری نشده است) اما قطعنامه ۱۷۳۷ و تحریم‌های همراه آن، با همه جانبه کردن تحریم اقتصادی ایران، ایجاد هماهنگی بیشتر بین اهداف و ابزارهای تحریم و استفاده از ابزارهای موثرتر، به نحوه چشمگیری کارآیی سیاست تحریم اقتصادی ایران را افزایش داده است. همچنین نشان می‌دهد بیشترین تاثیر تحریم‌ها مربوط به سال‌های ۱۳۵۹، ۱۳۶۵، ۱۳۶۷، ۱۳۹۱، ۱۳۹۴، ۱۳۹۷ بوده است. (۱۷-۲۰)

صنعت بهداشتی و آرایشی در ایران

شرکت‌های گروه محصولات شوینده، پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار شامل ۶ شرکت، به ترتیب جدول زیر می‌باشد:

جدول ۲: فهرست جداول شرکت‌های بورسی صنعت بهداشتی و آرایشی.

ردیف	نام شرکت	نیروی انسانی (نفر)
۱	پاکشو	۱۱۱۰
۲	پاکسان	۹۶۱
۳	داروگر (تولید دارو)	۴۲۸
۴	گل‌تاش	۴۵۷
۵	تولی پرس	۳۰۰
۶	ساینا	۱۶۹

منبع: کدال بورس - اطلاعات صورت‌های مالی شرکت‌های صنعت آرایشی و بهداشتی

با توجه به بررسی‌های به عمل آمده حجم فروش داخلی شرکت‌های صنایع بهداشتی و آرایشی در سال ۹۷ بالغ بر ۸۰/۰۰۰ میلیارد ریال برآورد شده است که به تفکیک شرکت‌های بورسی و غیر بورسی را شامل می‌شود و با توجه به تحقیق صورت گرفته در شرکت تولیدی پاکشو اطلاعات آن به شرح زیر می‌باشد:

بررسی تاثیر تحریم بر شاخص‌های اقتصادی برندهای داخلی صنعت ... / شیخ و اسلامی

تاریخچه شرکت پاکشو

گروه صنعتی پاکشو (سهامی عام) در سال ۱۳۵۱ با سرمایه فکری، مادی و معنوی آقای حاج محمدکریم فضلی و به مدد تلاش و کوشش‌های شبانه روزی وی و جمعی از مهندسين و متخصصين ایرانی و عده‌ای از همراهانش بنیان گذاشته شد. گروه صنعتی پاکشو با به کارگیری دانش فنی روز و همکاران متخصص و دلسوز خود، در حال حاضر به عنوان یک شرکت پیشتاز و نوآور در صنعت شوینده ایران مطرح است و از آن می‌توان به عنوان یکی از بزرگترین و معتبرترین شرکت‌های بخش خصوصی ایران در زمینه مواد شوینده، بهداشتی و آرایشی نام برد. تولیدات این شرکت با نام‌های گلرنگ، اوه، سافتلن، مریدنت و هوم پلاس در بازار ایران و نزد مصرف کنندگان ایرانی، جایگاه ویژه‌ای دارد و در عین حال به بازار سایر کشورهای جهان نیز راه یافته است. از تولیدات سال‌های اولیه تاسیس می‌توان از مایع ظرفشویی، مایع سفید کننده، نرم کننده حوله و لباس، شیشه شوی، جرم گیر، شامپو فرش و موکت نام برد که در سال‌های بعد با تلاش و کوشش مضاعف، انواع شامپو، مایع دستشویی، خمیردندان و نرم کننده موی سر در رنگ‌ها و بسته بندی‌های متنوع اضافه شده است:

جدول ۳: مبلغ فروش (کلیه مبالغ به میلیون ریال است)

ردیف	نام شرکت	سال ۹۵	سال ۹۶	سال ۹۷	سال ۹۸
۱	گل‌تاش	۱/۸۰۹/۸۸۷	۱/۸۴۴/۷۳۰	۲/۵۸۳/۰۸۹	۵/۶۶۵/۵۴۳
۲	پاکسان	۳/۷۶۹/۵۵۴	۳/۷۸۹/۰۶۵	۵/۲۹۵/۶۲۷	۷/۱۸۸/۰۳۸
۳	داروگر (تولید دارو)	۱/۳۲۵/۱۳۷	۱/۲۱۶/۷۷۵	۱/۲۶۰/۶۸۱	۱/۵۲۹/۹۱۵
۴	تولی پرس	۲۶۴/۶۰۱	۲۷۳/۰۱۰	۲۱۱/۸۹۶	۵۵/۱۴۹
۵	ساینا	۵۴۴/۵۴۰	۶۱۷/۷۳۳	۹۳۶/۸۸۹	۱/۲۶۷/۴۷۸
۶	پاکشو	۶/۶۰۱/۵۵۸	۷/۱۲۶/۶۵۴	۱۲/۱۱۹/۴۹۲	۱۶/۹۳۳/۳۳۳

منبع: کدال بورس - اطلاعات صورت‌های مالی شرکت‌های صنعت آرایشی و بهداشتی

گروه صنعتی پاکشو، کیفیت تولید را معادل رضایتمندی مصرف کننده تعریف می‌کند و آنرا کلید موفقیت خود می‌داند. در این دوره انواع شامپوها، مایع دستشویی، خمیر دندان، دستمال کاغذی و به عبارتی تقریباً بیشتر محصولات بهداشتی و شوینده با برندهای مختلفی چون گلرنگ، اوه، سافتلن و ... این گروه که شرکت‌های مختلفی چون: پاکشو، گلرنگ پخش، گلپخش اول، پدیده شیمی نیلی و ... را شامل می‌شود به عنوان یکی از پویاترین گروه‌های اقتصادی برآمده از بخش خصوصی می‌باشد.

فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و هفتم - پائیز ۱۳۹۹

جدول ۴: مبلغ سود یا زیان خالص (کلیه مبالغ به میلیون ریال است)

سال ۹۸	سال ۹۷	سال ۹۶	سال ۹۵	نام شرکت
۱/۷۶۸/۰۸۳	۲۷۶/۹۴۱	۴۰۶/۱۹۵	۴۵۳/۰۵۰	گلتاش
۱/۵۷۰/۰۳۰	۹۴۵/۲۶۹	۳۴۹/۸۵۱	۵۳۱/۷۵۱	پاکسان
۲۲۶/۸۶۶	۹۸۱/۱۷۲	۱۱۴/۰۶۹	۲۴۴/۸۲۶	داروگر (تولید دارو)
(۵۳۶/۹۸۱)	(۱/۲۷۸/۴۵۶)	(۵۳۹/۵۹۳)	(۴۲۴/۳۶۱)	تولی پرس
۱۸۸/۳۶۷	۹۰/۸۴۹	۴۰/۶۴۰	۳۲/۹۷۸	ساینا
۴/۲۳۴/۰۰۰	۴/۰۵۲/۱۳۷	۱/۴۳۱/۲۷۱	۱/۳۸۵/۵۴۵	پاکشو

منبع: کدال بورس - اطلاعات صورت‌های مالی شرکت‌های صنعت آرایشی و بهداشتی
انتخاب به عنوان کارآفرین نمونه از طرف وزارت صنایع، دریافت نشان طلایی تحقیق و توسعه از سوی وزیر صنایع و معادن، دریافت لوح تقدیر صادر کننده نمونه کشور و در عرصه مسئولیت‌های اجتماعی انعقاد تفاهم‌نامه حمایت گلرنگ از یونیسف به نفع کودکان ایرانی نیز از دیگر افتخارات ایشان به شماره می‌رود. (۶)

جدول ۵: مبلغ فروش صادراتی (کلیه مبالغ به میلیون ریال است)

سال ۹۸	سال ۹۷	سال ۹۶	نام شرکت	ردیف
۱۳۵/۹۲۷	۶۵/۲۹۰	۷۴/۳۲۷	گلتاش	۱
۹۰۳/۴۷۱	۷۰۳/۱۳۸	۵۰۵/۸۸۹	پاکسان	۲
۱۳۱/۲۰۹	۱۱۳/۷۸۸	۵۸/۸۷۱	ساینا	۳
۳۹۳/۶۱۴	۷۷۷/۸۷۳	پاکشو	۴

منبع: کدال بورس - اطلاعات صورت‌های مالی شرکت‌های صنعت آرایشی و بهداشتی
لازم به ذکر است شرکت‌های فوق الذکر، در سال‌های مذکور صادراتی نداشتند. داروگر، تولی پرس

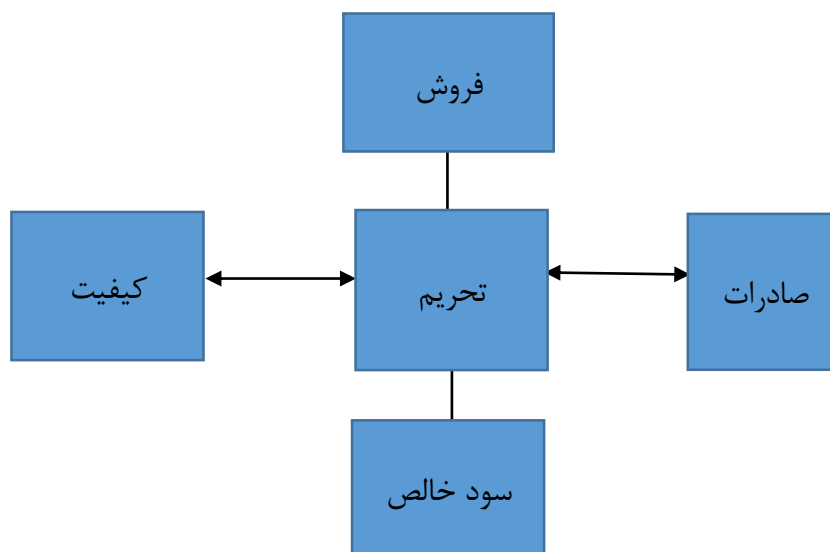
فرضیات تحقیق

در تحقیق حاضر فرضیات به شرح زیر مطرح می‌گردد:
فرضیه پیشنهادی ۱: بین تحریم‌ها و میزان فروش داخلی رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد.
فرضیه پیشنهادی ۲: بین تحریم‌ها و میزان فروش صادراتی رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد.
فرضیه پیشنهادی ۳: بین تحریم‌ها و میزان سود خالص رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد.
فرضیه پیشنهادی ۴: بین تحریم‌ها و افزایش سطح کیفی محصولات رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد.

بررسی تاثیر تحریم بر شاخص‌های اقتصادی برندهای داخلی صنعت ... / شیخ و اسلامی

مدل پیشنهادی تحقیق

با توجه به فرضیات مطرح شده می‌توان الگوی مفهومی زیر را ارائه کرد .



شکل ۱: مدل پیشنهادی تحقیق

روش تحقیق

به منظور دستیابی به مولفه‌ها و ابعاد موثر و ساخت مدل تحقیق از روش‌های کیفی تحقیق و با توجه به شرایط سازمان و جامعه آماری، روش تحلیل تم مد نظر قرار گرفته است. بر این اساس مصاحبه‌هایی (۱۵ مصاحبه) با خبرگان موضوع انجام شد و محتوای این مصاحبه‌ها با استفاده از روش تحلیل تم مورد بررسی قرار گرفت. نهایتاً تم‌ها و مقوله‌های تأیید شده به عنوان مدل پژوهش ارائه شده است.

مرحله ۱. آشنایی با داده‌ها: عمق و گستره محتوایی داده‌ها معمولاً شامل "بازخوانی مکرر داده‌ها" و خواندن داده‌ها به صورت فعال (یعنی جستجوی معانی و الگوها) است.

فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و هفتم - پائیز ۱۳۹۹

جدول ۶: مصاحبه با خبرگان صنعت

مقوله / پاسخ دهنده	توضیحات مصاحبه شونده
نفر اول مصاحبه شندگان سرپرست لاین زنجیره ای	طبق نظر ایشان استقبال مصرف کنندگان با توجه به تحریم کالای وارداتی و کنار رفتن برخی از شرکت‌های خارجی، سهم برندهای داخلی در قفسه‌های فروشگاههای زنجیره‌ای بسیار چشمگیر است و همچنین میزان فروش تناژی و ریالی بعد از تحریم‌ها حداقل بین ۱۵ تا ۲۰ درصد افزایش داشته است.
نفر دوم مصاحبه شندگان رئیس فروش داروخانه و اینترنتی	طبق نظر ایشان با توجه به ارتقا کیفیت محصولات داخلی و مخصوصا بسته بندی و پکینگ و همین‌طور خلق محصولات جدید منجر به افزایش فروش داخلی و صادراتی گردیده است و همچنین تحریم تهدیدی جهت تامین مواد اولیه شرکت‌های تولیدی محسوب می‌شود.
نفر سوم مصاحبه شندگان رئیس فروش صادراتی	طبق نظر ایشان میزان فروش صادراتی با توجه به افزایش نرخ ارز از حیث ریالی افزایش پیدا کرده ولی از طرف دیگر باتوجه به اینکه صادرات از طریق خطوط ریلی به کشورهای همسایه مقدور نیست هزینه حمل و نقل بالاست و با توجه به تحریم‌های آمریکا انتقال پول از کشورهای صادراتی هدف به ایران تقریبا غیر ممکن است.
نفر چهارم مصاحبه شندگان رئیس فروش	طبق نظر ایشان فروش افزایش پیدا کرده است و کیفیت نیز مسلما افزایش پیدا کرده است ولی با توجه به هزینه‌های خرید مواد اولیه که نسبت به قبل از تحریم افزایش قابل توجهی داشته در نهایت سود شرکت تغییر چندانی نداشته است.
نفر پنجم مصاحبه شندگان مدیر مالی	طبق نظر ایشان بعد از شروع تحریم و قطع واردات کلیه شاخص‌های اقتصادی اعم از فروش داخلی و فروش صادراتی به نحو چشمگیری افزایش یافته و میزان کیفیت محصولات نیز ارتقا یافته است و ضمنا اطلاعات موجود در کدال بورس شرکت دلیل بسیار موجهی برای اثبات این ادعا است.

منبع: یافته‌های پژوهشگر

مرحله ۲. ایجاد کدهای اولیه: این مرحله شامل ایجاد کدهای اولیه از داده‌ها است. کدها یک ویژگی داده‌ها را معرفی می‌نمایند که به تحلیل پژوهش کمک می‌کند. داده‌های کدگذاری شده از واحدهای تحلیل (تم‌ها) متفاوت هستند.

بررسی تاثیر تحریم بر شاخص‌های اقتصادی برندهای داخلی صنعت ... / شیخ و اسلامی

جدول ۷: جدول کدهای اولیه آماری

ردیف	عنوان و کد تم	عنوان موضوع	کد موضوع
1	فروش صادراتی (<i>ex</i>)	افزایش فروش صادراتی در صنعت لوازم بهداشتی و آرایشی	E01
2	واردات (<i>IM</i>)	قطع واردات کالاهای بهداشتی و آرایشی خارجی	I01
3	تحریم (<i>SN</i>)	گسترش تحریم‌ها در سال‌های اخیر	N01
4	تولید (<i>PR</i>)	افزایش تولید کالاهای داخلی	P01
5	سودآوری (<i>PT</i>)	افزایش سودآوری برندهای داخلی لوازم آرایشی و بهداشتی	T01
6	کیفیت (<i>QA</i>)	بهبود کیفیت محصولات داخلی در صنعت لوازم بهداشتی و آرایشی	Q01
7	کیفیت (<i>QA</i>)	رضایت از کیفیت محصولات برندهای داخلی	Q02
8	کیفیت (<i>QA</i>)	سرمایه گذاری جهت افزایش تولید محصولات داخلی	Q03
9	فروش (<i>SL</i>)	افزایش فروش محصولات داخلی لوازم بهداشتی و آرایشی	S01
10	فروش (<i>SL</i>)	افزایش خرید محصولات داخلی لوازم بهداشتی	S02
11	فروش (<i>SL</i>)	استقبال مصرف کنندگان لوازم بهداشتی و آرایشی از محصولات داخلی	S03
12	فروش (<i>SL</i>)	محبوبیت برندهای داخلی محصولات بهداشتی و آرایشی	S04
13	فروش (<i>SL</i>)	خرید محصولات بهداشتی و آرایشی برندهای داخلی	S05
14	فروش (<i>SL</i>)	تمایل برای خرید محصولات بهداشتی و آرایشی از محصولات برند داخلی	S06
15	فروش (<i>SL</i>)	افزایش تقاضا برای خرید محصولات برندهای داخلی بهداشتی و آرایشی	S07

منبع: یافته‌های پژوهشگر

کدگذاری را می‌توان به صورت دستی یا از طریق برنامه‌های نرم افزاری انجام داد. در تحقیق حاضر شناسایی و کدگذاری بصورت دستی صورت گرفته است.

جدول ۸: دسته بندی کدهای آماری در قالب تم‌ها

ردیف	عنوان موضوعات	کد موضوع
1	افزایش فروش صادراتی در صنعت لوازم بهداشتی و آرایشی	E01
2	قطع واردات کالاهای بهداشتی و آرایشی خارجی	I01
3	گسترش تحریم‌ها در سال‌های اخیر	N01
4	افزایش تولید کالاهای داخلی	P01
5	افزایش سودآوری برندهای داخلی لوازم آرایشی و بهداشتی	T01
6	بهبود کیفیت محصولات داخلی در صنعت لوازم بهداشتی و آرایشی	Q01
7	رضایت از کیفیت محصولات برندهای داخلی	Q02
8	سرمایه گذاری جهت افزایش تولید محصولات داخلی	Q03
9	افزایش فروش محصولات داخلی لوازم بهداشتی و آرایشی	S01
10	افزایش خرید محصولات داخلی لوازم بهداشتی	S02
11	استقبال مصرف کنندگان لوازم بهداشتی و آرایشی از محصولات داخلی	S03
12	محبوبیت برندهای داخلی محصولات بهداشتی و آرایشی	S04
13	خرید محصولات بهداشتی و آرایشی برندهای داخلی	S05
14	تمایل برای خرید محصولات بهداشتی و آرایشی از محصولات برند داخلی	S06
15	افزایش تقاضا برای خرید محصولات برندهای داخلی بهداشتی و آرایشی	S07

منبع: یافته‌های پژوهشگر

مرحله ۳. جستجوی تم‌ها: این مرحله شامل دسته بندی کدهای مختلف در قالب تم‌های بالقوه، و مرتب کردن همه خلاصه داده‌های کدگذاری شده در قالب تم‌های مشخص شده است. در پژوهش حاضر، بر اساس موضوعات مطرح شده تم‌های قابل طرح مشخص شدند و سپس بر اساس میزان همپوشانی، فراوانی و اهمیت موضوعات تلفیق و بازبینی تم‌ها صورت گرفته است.

مرحله ۴. بازبینی تم‌ها: این مرحله شامل دو مرحله بازبینی و تصفیه تم‌ها است. مرحله اول شامل بازبینی در سطح خلاصه‌های کدگذاری شده است. در مرحله دوم اعتبار تم‌ها در رابطه با مجموعه داده‌ها در نظر گرفته می‌شود. نهایتاً با پالایش محتوای مصاحبه‌های انجام شده موضوعات براساس چهار مقوله زیر طبقه‌بندی شده‌اند.

بررسی تاثیر تحریم بر شاخص‌های اقتصادی برندهای داخلی صنعت ... / شیخ و اسلامی

جدول ۹: مقوله‌های تعیین شده تحقیق کیفی

<i>SL</i>	<i>EX</i>	<i>NP</i>	<i>QA</i>
فروش داخلی	فروش صادراتی	سود خالص	کیفیت محصول

منبع: یافته‌های پژوهشگر

مرحله ۵. تعریف و نام‌گذاری تم‌ها: در این مرحله، تم‌هایی را که برای تحلیل ارائه شده تعریف کرده و مورد بازبینی مجدد قرار دادیم، سپس داده‌های اصلی تحلیل شده و به وسیله تعریف و بازبینی کردن، ماهیت موضوعی که یک تم در مورد آن دلالت دارد، مشخص شده، که هر تم نشانگر کدام جنبه از داده‌ها است.

تحلیل استنباطی

ابتدا به تعیین و تأیید عوامل مورد بررسی در مدل تحقیق از طریق تحلیل عاملی پرداخته شده و سپس به بررسی فرضیات فرعی در تحقیق از طریق آزمون دو جمله‌ای اقدام شده است. متغیرهای مستقل تحقیق شامل (فروش، صادرات، سود خالص، کیفیت) و متغیر وابسته تحریم‌ها هستند. متعاقباً به بررسی تاثیر تحریم‌ها بر متغیرهای مستقل تحقیق شامل (فروش، صادرات، سود خالص، کیفیت) پرداخته شده است. و نهایتاً با بررسی همبستگی بین وضعیت متغیرهای مستقل تحقیق و تاثیر تحریم‌ها در شرکت مورد بررسی به آزمون فرضیات تحقیق اقدام شده است.

نتایج تحقیق

تحلیل داده‌های پرسشنامه

به منظور بررسی پایایی پرسشنامه ضریب آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفته و پرسشنامه با ضریب آلفای کرونباخ ۰,۸۶۵ تایید شد. وبا توجه به مدل و فرضیه‌های تحقیق آزمون‌های آماری تی به‌منظور بررسی نظر پاسخگویان در مورد سوال‌های پرسشنامه و ضریب همبستگی پیرسون به‌منظور بررسی رابطه متغیرهای تحقیق و فرضیه‌های تحقیق بکار گرفته شده است.

بررسی نرمال بودن داده‌ها از طریق آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

به منظور بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف بهره گرفته شده است. در این آزمون فرض صفر، مبنی بر یکنواختی داده‌ها در سطح خطای ۰,۰۵ تست می‌شود. اگر مقدار معناداری بزرگتر یا مساوی سطح خطا (۵٪) بدست آید، در این صورت دلیلی برای رد فرض صفر وجود نخواهد داشت. به عبارت دیگر توزیع داده‌ها نرمال خواهد بود. فرضیه‌های این آزمون را به صورت زیر می‌توان

فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و هفتم - پاییز ۱۳۹۹

بیان کرد: $H0$: توزیع داده‌های مربوط به هر یک از متغیرها نرمال است. $H1$: توزیع داده‌های مربوط به هر یک از متغیرها نرمال نیست. از آنجا که آماره بدست آمده در آزمون برای سوالات پرسشنامه بزرگتر مساوی ۰,۰۵ است، دلیلی برای رد فرض صفر مبتنی بر اینکه داده نرمال است، وجود نخواهد داشت. به عبارت دیگر توزیع داده‌ها نرمال است و می‌توان از آزمون‌های پارامتریک استفاده کرد.

بررسی روایی و پایایی پرسشنامه

روایی پرسشنامه بر اساس نظر دو گروه صاحب‌نظران و خبرگان شرکت پاکشو (گلرنگ) مورد بررسی و تأیید شد. همچنین پایایی پرسشنامه بر اساس ضریب آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت. این ضریب برای کل پرسشنامه معادل ۰,۸۶۵ بدست آمد که نشانگر پایایی بسیار خوب پرسشنامه می‌باشد. همچنین با بررسی ضریب آلفای تک تک سوالات مشاهده می‌شود که این ضریب در تمامی آن‌ها مقدار مطلوبی دارد. پرسشنامه مذکور مجموعاً ۶۴ نفر شامل ۵۷ نفر مدیر، ۱ نفر سرپرست و ۶ نفر کارشناس از کارکنان شرکت پاکشو توزیع گردیده است. که تعداد ۲۵ نفر آقایان و ۳۹ نفر از بانوان شرکت می‌باشد. در پرسشنامه مذکور بازار هدف کل کارکنان شرکت پاکشو به تعداد ۱۱۰۰ نفر بوده است که ۶۴ نفر فوق به صورت تصادفی (روش نمونه‌گیری کل شماری بوده و در حقیقت کل جامعه مورد بررسی قرار گرفته است). بر اساس نتایج بدست آمده مشاهده می‌شود که آزمون تی در مورد سوال‌های ۱۰، ۱۳، ۱۶، ۱۷، ۱۷ مورد تأیید قرار نگرفته است. به این معنی که خبرگان با این سوالات موافق نبوده‌اند.

جدول ۱۰: گویه‌های تایید نشده سوالات پرسشنامه

وضعیت	ضریب معنی داری	گویه‌های پرسشنامه
عدم تأیید	.055	۱- به نظر شما آیا میزان خرید مصرف کنندگان در سال ۹۸ از محصولات داخلی لوازم بهداشتی و آرایشی نسبت به سال ۹۶ و ۹۷ افزایش یافته است؟
عدم تأیید	.742	۶- آیا به نظر شما استقبال مصرف کنندگان لوازم بهداشتی و آرایشی مخصوصاً در طیف بانوان در سال ۹۸ از محصولات داخلی افزایش یافته است؟
عدم تأیید	.838	۱۰- آیا تاکنون شخص شما خریدار محصولات بهداشتی و آرایشی برندهای داخلی بوده‌اید
عدم تأیید	.176	۱۳- آیا تولیدکنندگان محصولات برندهای داخلی بهداشتی و آرایشی انگیزه لازم برای سرمایه‌گذاری مجدد جهت افزایش تولید محصولات خود را دارند؟
عدم تأیید	.085	۱۷- آیا شما با این جمله که تحریم‌های اعمال شده از سال ۹۶ و خصوصاً سال ۹۷ به بعد تأثیر منفی خود را از دست داده‌اند و صنایع تولیدی مخصوصاً صنایع بهداشتی و آرایشی رشد خوبی را در شاخص‌های تولید، فروش، سود و صادرات و کیفیت در سال‌های ۹۷ و ۹۸ دارند موافق هستید؟

منبع: یافته‌های پژوهشگر

بررسی تاثیر تحریم بر شاخص‌های اقتصادی برندهای داخلی صنعت ... / شیخ و اسلامی

بررسی فرضیه‌های مدل

مدل تحقیق بر اساس متغیرهای تعریف شده ۴ فرضیه را به شرح زیر در بر گرفته است:

فرضیه پیشنهادی ۱: بین تحریم‌ها و میزان فروش داخلی رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد.

فرضیه پیشنهادی ۲: بین تحریم‌ها و میزان فروش صادراتی رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد.

فرضیه پیشنهادی ۳: بین تحریم‌ها و میزان سود خالص رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد.

فرضیه پیشنهادی ۴: بین تحریم‌ها و افزایش سطح کیفی محصولات رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد.

معرفی و تایید مدل از طریق تحلیل عاملی تاییدی

به منظور تست مدل از آزمون تحلیل عاملی تاییدی بهره گرفته شده است. از آنجا که تعداد نمونه‌های تحقیق محدود بود برای انجام این آزمون از نرم افزار *PLS* استفاده شده است.

۱- بارهای عاملی: هریک از اعدادی که بر فلش‌های رسم شده از متغیرهای پنهان (متغیرهای آبی رنگ) به متغیرهای آشکار (متغیرهای زرد رنگ) بدست آمده؛ نشانگر بارهای عاملی می‌باشد. بارهای عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شوند، که اگر این مقدار برابر و یا بیشتر از مقدار ۰,۴ شود، مؤید این مطلب است که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر بوده و پایایی در مورد آن مدل اندازه‌گیری قابل قبول است (هولاند، ۱۹۹۹). لذا باتوجه به اینکه پس از محاسبه بارهای عاملی بین سازه و شاخص‌های آن با مقادیری کمتر از ۰,۴ مواجه شدیم، باید برخی از شاخص‌ها (سؤالات پرسش‌نامه) اصلاح شده و متغیر مستقل فروش صادراتی نیز از مدل تحقیق خود حذف می‌شود.

۲- ضریب رگرسیونی استاندارد: ضریب رگرسیونی استاندارد نشان دهنده میزان تاثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته می‌باشد و در بازه ۱- تا ۱+ قرار دارد. هرچه این عدد به یک نزدیک‌تر باشد نشان دهنده تاثیر قوی و مستقیم است، و هر چه به منفی یک نزدیک باشد نشان دهنده تاثیر قوی و غیر مستقیم و زمانی که به صفر نزدیک‌تر باشد، نشان دهنده تاثیر نامحسوس و غیر معناداری است.

۳- ضریب تعیین (R): به توان دو: نسبت تغییرات (متغیرهای) تعریف شده، به کل تغییرات (متغیرها) می‌باشد. این اندازه‌گیری به ما این امکان را می‌دهد که تعیین کنیم چقدر می‌توان به پیش بینی مدل مطمئن بود. ضریب تعیین میزان بیان واریانس متغیر وابسته به وسیله متغیرهای مستقل را نشان می‌دهد.

فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و هفتم - پاییز ۱۳۹۹

جدول ۱۱: بارهای عاملی متغیرهای پنهان و آشکار مدل

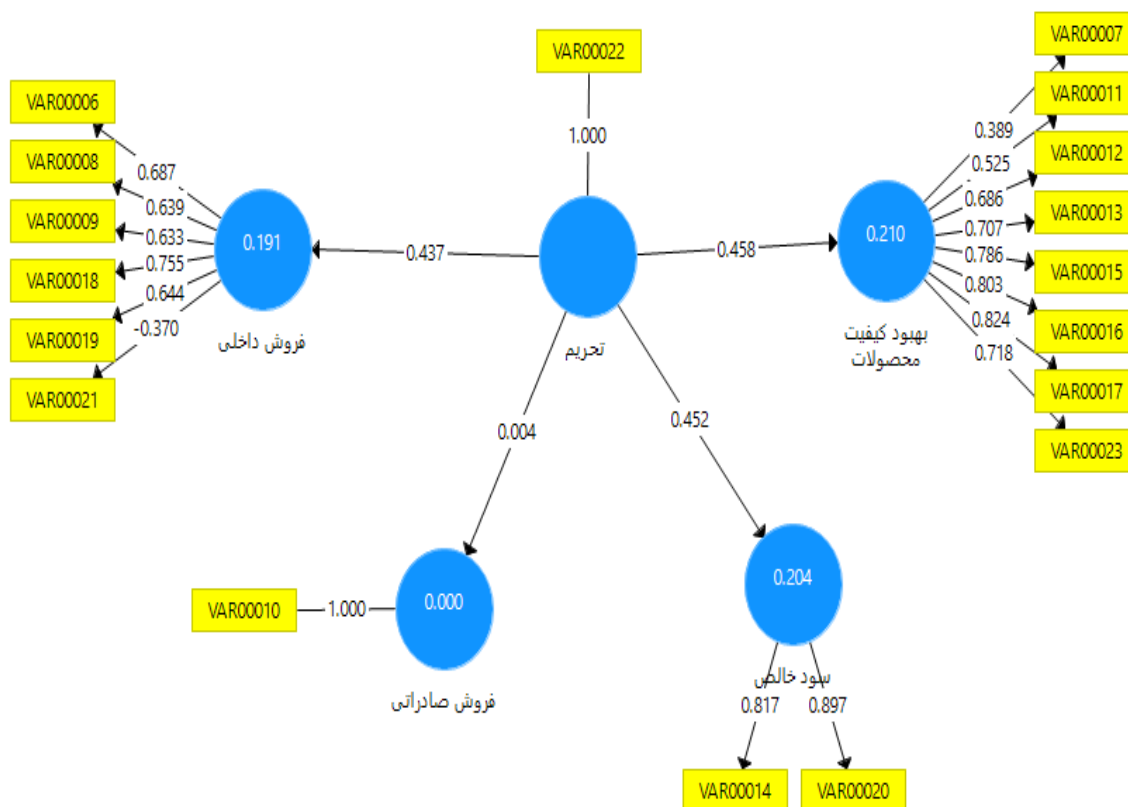
سود خالص	کیفیت محصولات	فروش صادراتی	فروش داخلی	تحریم ها
۰,۴۵۲	۰,۴۵۸	۰,۰۰۴	۰,۴۳۷	بارعاملی
۰,۲۰۴	۰,۲۱۰	۰,۰۰	۰,۱۹۱	ضریب رگرسیونی

منبع: یافته‌های پژوهشگر

با توجه به اینکه بارهای عاملی بالاتر از ۰,۴ برآورد شده اند بر این اساس می‌توان گفت که تمام متغیرهای مدل به غیر از متغیر فروش صادراتی مورد تایید قرار گرفته است. بر اساس نتایج بدست آمده فرضیه‌های اول، سوم و چهارم تأیید می‌شود. به این معنی که رابطه مثبت و معنی داری بین متغیرهای فروش، سودآوری و کیفیت محصولات با متغیر مستقل تحقیق (تحریم‌ها) مشاهده می‌شود. این ارتباط در متغیرهای کیفیت و سودآوری از شدت بیشتری برخوردار بوده است. اما فرضیه دوم تأیید نشد. به این معنی که صادرات یا فروش خارجی بر اساس تحریم‌ها نتوانسته خود را تقویت کند.

بررسی تاثیر تحریم بر شاخص های اقتصادی برندهای داخلی صنعت ... / شیخ و اسلامی

همچنین مدل تحلیلی را بصورت زیر می توان نمایش داد:



شکل ۲: تحلیل عاملی تاییدی مدل پیشنهادی

نتیجه گیری

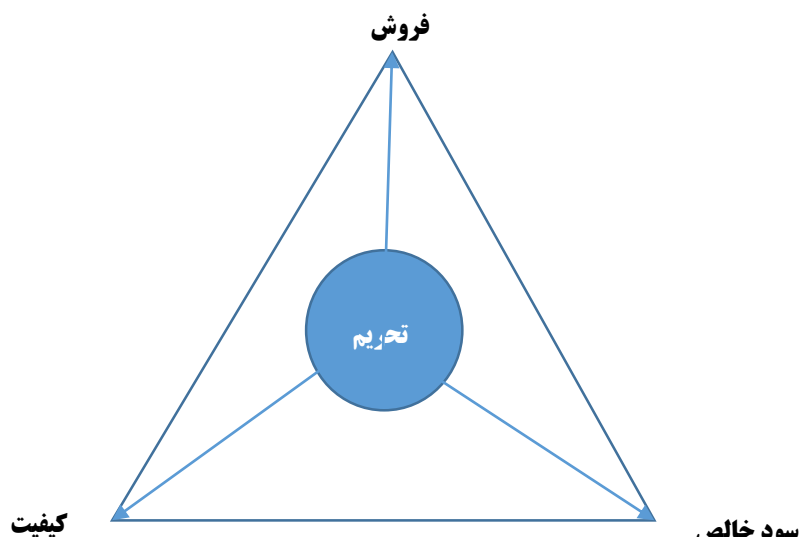
با توجه به اینکه از سال های ۱۳۹۷-۱۳۹۰ علی رغم تحریم های صورت گرفته کماکان واردات لوازم آرایشی - بهداشتی به صورت رسمی و غیررسمی به داخل کشور ادامه داشته است و اثر تحریم ها بر روی شاخص های اقتصادی با توجه به تحقیقات صورت گرفته طی سال های ۱۳۹۷-۱۳۹۰ منفی بوده است لیکن در سال ۱۳۹۷ با توجه به مصوبه هیئت دولت و همچنین تاییدیه مجلس مبنی بر ممنوعیت کلیه کالاهای خارجی لوکس (۹۷/۰۶/۱۵) تولید کنندگان صنایع آرایشی و بهداشتی را بر آن داشت با توجه به قطع کامل واردات و نبود رقیب خارجی و فراهم شدن فرصت سرمایه گذاری جدید و همچنین استقبال

فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و هفتم - پائیز ۱۳۹۹

شدید مصرف کنندگان لوازم آرایشی و بهداشتی در ایران تحول بسیار بزرگی در میزان تولید، فروش، صادرات و افزایش کیفیت برندهای داخلی صنایع آرایشی و بهداشتی رخ داد و این رویکرد منجر به رشد شاخص‌های اقتصادی مذکور گردید. مدیران ارشد گروه صنعتی پاکشو (گلرنگ) و خبرنگاران این صنعت به عنوان جامعه آماری بخش کمی پژوهش انتخاب شدند پرسشنامه مذکور مجموعاً ۶۴ نفر شامل ۵۷ نفر مدیر، ۱ نفر سرپرست و ۶ نفر کارشناس از کارکنان شرکت پاکشو توزیع گردیده است که تعداد ۲۵ نفر آقایان و ۳۹ نفر از بانوان شرکت می‌باشد. در پرسشنامه مذکور بازار هدف کل کارکنان شرکت پاکشو به تعداد ۱۱۰۰ نفر بوده است که ۶۴ نفر فوق به صورت تصادفی (روش نمونه گیری کل شماری بوده و در حقیقت کل جامعه مورد بررسی قرار گرفته است). نمونه گیری نیز به روش تصادفی ساده انجام پذیرفته است و ۱۵ نفر از خبرنگاران صنعت در بخش تحلیل محتوا (کیفی) انتخاب شدند.

داده‌های بخش کمی و کیفی توسط پرسشنامه گردآوری و با استفاده از نرم افزارهای آماری *SPSS* و مدل تم تجزیه و تحلیل شد. به منظور بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون (کولموگروف-اسمیرنوف) بهره گرفته شده است. از آنجا که آماره بدست آمده در آزمون برای سوالات پرسشنامه بزرگتر مساوی ۰,۰۵ است، دلیلی برای رد فرض صفر مبتنی بر اینکه داده نرمال است، وجود نداشت و به عبارت دیگر توزیع داده‌ها نرمال بود و برای تست مدل پیشنهادی از آزمون تحلیل عاملی تاییدی بهره گرفته شد. هریک از اعدادی که بر فلش‌های رسم شده از متغیرهای پنهان به متغیرهای آشکار بدست آمده، نشانگر بارهای عاملی می‌باشد. بارهای عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شوند، که اگر این مقدار برابر و یا بیشتر از مقدار ۰,۴ شود، مؤید این مطلب است که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر بوده و پایایی در مورد آن مدل اندازه‌گیری قابل قبول است. لذا نتایج سه فرضیه از ۴ فرضیه پیشنهادی مورد تایید قرار گرفت. با توجه به اینکه بارهای عاملی بالاتر از ۰,۴ برآورد شده‌اند بر این اساس می‌توان گفت که مدل به غیر از متغیر فروش صادراتی مورد تایید قرار گرفته است. به نحوی که میزان همبستگی بین قطع واردات و تحریم‌ها و افزایش مبلغ فروش، سود خالص و کیفیت محصولات تولیدی این صنعت تایید گردید (۲۱)، لذا بر اساس نتایج تحقیق نهایتاً می‌توان مدل تاییده شده را به صورت زیر ارائه کرد.

بررسی تاثیر تحریم بر شاخص‌های اقتصادی برندهای داخلی صنعت ... / شیخ و اسلامی



شکل ۳: مدل نهایی تحقیق

بنابراین از نتایج پژوهش حاضر به این نکته نایل شدیم، که توجه مصرف کنندگان داخلی به برندهای داخلی تولیدات صنایع بهداشتی و آرایشی در کشور نسبت به سال‌های قبل از تحریم بسیار بیشتر شده است. و علت اصلی تایید سه مولفه از چهار مولفه متغیرهای مدل از جمله، افزایش فروش داخلی، افزایش کیفیت محصولات و افزایش سودآوری نیز در سال‌های ۹۷ به بعد نیز نشانگر همین موضوع می‌باشد. از طرفی مطالعه صورت‌های مالی شرکت‌های موجود در این صنعت و ارزیابی میزان فروش داخلی، میزان برگشت از فروش (کیفیت) و سودخالص پایان دوره و مقایسه سال‌های ۹۷ به بعد، خصوصاً شرکت‌های پذیرفته شده در بورس تهران از جمله شرکت مورد مطالعه (پاکشو) و سایر شرکت‌های موجود در کدال بورس تهران، شرکت گلتاش، پاکسان، داروگر، تولی پرس و ساین (جدول شماره ۳ الی ۴-۳) در پژوهش حاضر نیز موید همین مطلب هست. لذا با توجه به سود آور بودن صنعت لوازم بهداشتی و آرایشی و افزایش محبوبیت برندهای داخلی، سرمایه‌گذاری، افزایش تولید، در این بخش که کمک زیادی به افزایش سطح اشتغال و تولید داخلی نیز خواهد نمود، توصیه می‌شود. از طرفی با توجه به رد شدن متغیر فروش صادراتی، و کاهش آن در جدول صورت‌های مالی شرکت‌های مشروحه جدول شماره ۳ پژوهش حاضر، با توجه به شرایط تحریم بانک‌های ایران و صعوبت انتقال ارز صادراتی حاصل از فروش محصولات توصیه نمی‌شود.

فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و هفتم - پاییز ۱۳۹۹

منابع

- ۱) حسین یادگاری، یدالله حکمی صفت، مهدی یعقوبی - بررسی تاثیر تحریم‌های اقتصادی بر شاخص‌های مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران - اولین همایش ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری ایران، سال ۱۳۹۵
- ۲) پری احدی، محیا وطن پرست، فاطمه صابریان - طراحی مدل ساختاری - تفسیری شکل‌گیری تصویر ذهنی برند در صنعت لوازم آرایشی بهداشتی، بر اساس محتوای ویدئویی شبکه‌های اجتماعی - فصلنامه مدیریت برند، تابستان ۱۳۹۷
- ۳) مصاحبه با مهندس فروزش دبیر انجمن صنایع شوینده، بهداشتی و آرایشی - روزنامه دنیای اقتصاد سال ۱۳۹۷
- ۴) بخشنامه شماره ۵۹۴/۵۵۲۶۷ مورخ ۹۷/۰۶/۱۵ معاون اول محترم رئیس جمهور موضوع ممنوعیت خرید کالاهای خارجی دارای تولید مشابه وزارت صنعت و معدن سازمان توسعه تجارت سال ۱۳۹۷
- ۵) علی حسین استادزاد - تاثیر منفی انواع تحریم بر رشد اقتصادی ایران - کنفرانس بین‌المللی اقتصاد جهانی و تحریم‌ها - سال ۱۳۹۸
- ۶) شرکت پاکشو - آرشیو اطلاعات مدیریت بازاریابی - سال ۱۳۹۸ جدول اطلاعات فروش، صادرات، شاخص‌های کیفی ۱۳۹۵-۱۳۹۹
- ۷) کدال بورس تهران - جداول صورت‌های مالی منتهی به سال‌های مالی ۹۵ الی ۹۷، گروه صنعتی پاکشو ویرایش ۱۳۹۹.
- ۸) مهدی فدایی، مرتضی درخشان، تحلیل اثرات کوتاه مدت و بلند مدت بر تحریم‌های اقتصادی بر رشد اقتصادی ایران. فصلنامه علمی و پژوهشی ۱۳۹۳، سال پنجم، شماره هجدهم ص: ۱۱۳-۱۳۱
- ۹) حسین فخاری، داود سلیمانی، محمدرضا دارایی، اثرات تحریم‌های بین‌المللی بر شرکت‌های دانش بنیان کشور ۱۳۹۲، فصلنامه علمی و پژوهشی سال پنجم، شماره سوم ص: ۸۹-۱
- ۱۰) هروزیفرو، مرتضی ۱۳۸۳، اثرات تحریم‌های یکجانبه آمریکا بر اقتصاد بازرگانی ایالات متحده و بازارهای جهانی انرژی. فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲، ۱۹۵-۲
- ۱۱) عزیزنژاد، صمد و سیدنورانی، سید محمدرضا ۱۳۸۸، بررسی آثار تحریم بر اقتصاد ایران با تأکید بر تجارت خارجی. مجله مجلس و پژوهش، شماره ۶۱، ص: ۱۶۵-۲۱۰
- ۱۲) وصالی، ساناز و ترابی، مهنوش ۱۳۸۹، اثرات تحریم بانک‌ها بر اقتصاد و سیستم بانکی ایران مجله بانک و اقتصاد، شماره ۱۱۱، ص: ۴۴-۳۸

- 13) Cheraghlou, Ebrahim, (۲۰۱۵), *The Limits of Coercive Diplomacy in Iran*, Maryland University press.p: 12-13
- 14) ۹. Katzman, K (۲۰۱۲). *Iran sanctions. Congressional Research Service*, ۷-۵۷۰۰, www.crs.gov, RS۲۰۸۷
- 15) Sechser, Todds S, (۲۰۱۷), *Nuclear Weapons and Coercive Diplomacy*, Cambridge University, London, United Kingdom
- 16) Yang, J. Askari, H. & Teegen, H (۲۰۰۴), *U.S. economic sanctions: an empirical study. The International Trade Journal*, XVIII, ۱.
- 17) Linderman, M., Shour, R., & Chisholm, A. (۲۰۰۷). *Trade Sanctions against Iran – an Overview. INCE & CO . p:2*
- 18) Eyler, R. (2007). *Economic Sanctions International Policy and Political Economy at Work. Palgrave Macmillan . p: 2-4*
- 19) -Carter, Barry E., (2003). *International Economic Sanctions: Improving the Haphazard U.S. Legal Regime. Cambridge: Cambridge University Press*
- 20) Alikhani, H. (2000). *Sanctioning Iran, Anatomy of a Failed Policy. I.B.Tauris & Co Ltd p: 12-14.*
- 21) *Quality Research & Analysis Modeling, Braun& Clarke, 2006-P.81.*