

راهکارهای افزایش صادرات غیرنفتی در استان اصفهان

محمودرضا اقارب پرست^۱

چکیده

اتکا به صادرات نفتی از ویژگی‌های خاص اقتصاد ایران می‌باشد و همواره نوسانات قیمت نفت سبب بی‌ثباتی درآمدهای ارزی و اقتصاد ایران می‌باشند. همین امر سبب شده که عدم وابستگی به اقتصاد تک‌محصولی، تنوع بخشیدن به درآمدهای ارزی از طریق افزایش صادرات غیرنفتی و افزایش سهم اقتصاد ایران در تجارت بین‌الملل مورد تأکید برنامه‌های توسعه اقتصادی قرار گیرد. در این پژوهش راهکارهای صادرات غیرنفتی اصفهان مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که متغیرهای واردات کالاهای سرمایه‌ای، شاخص ادغام تجاری و نرخ دارای تأثیر مثبت و معناداری در بلندمدت بر صادرات غیرنفتی هستند، اما نرخ تورم دارای تأثیر منفی و معنادار در بلندمدت بر صادرات غیرنفتی می‌باشد. همچنین ساختار موجود صادرات غیرنفتی نقش تعیین‌کننده‌ای در سرنوشت صادرات دارد.

واژگان کلیدی: صادرات، غیرنفتی، کالا، صادرات غیرنفتی

مقدمه

اقتصاد ایران در طول سالیان گذشته با وابستگی شدید به صادرات نفت و فرآورده‌های نفتی بهترین تجارت را برای ارزآوری داشته است. در مقایسه با سال‌های گذشته صادرات غیرنفتی نیز رشد چشمگیری داشته است اما همچنان اقتصاد ایران به نفت و مشتقات آن وابستگی تام دارد. از سویی دیگر نوسانات قیمت نفت، افزایش قیمت نفت خام در بازارهای جهانی و همچنین تحریم کشور از سوی دولت‌های خارجی بر اقتصاد ایران اثرات نامطلوبی گذاشته است و بدنه اقتصاد را بسیار متزلزل ساخته است. با این وجود نمی‌توان به درآمد حاصل از نفت اکتفا کرد و ورود به دیگر زمینه‌های تجارت و داخل شدن در عرصه رقابت در

راهکارهای افزایش صادرات غیرنفتی در استان اصفهان/ ۵۷

بازارهای خارجی امری ضروری خواهد بود. صادرات برای دولت و سازمان‌ها اقتصادی و مالی زیر نظران بسیار سودمند است. (آلام، ۲۰۱۷).

توسعه صادرات غیرنفتی جدای از ویژگی‌های ارزآوری در جهت ایجاد اشتغال و افزایش ظرفیت‌های تولید داخلی از اهمیت خاصی برخوردار است زیرا عامل صادرات در کشور موجب رشد و توسعه اقتصاد خواهد شد. تنوع صادرات غیرنفتی به عنوان یک روش سیاسی در راستای پیشبرد اهداف دولت مؤثر است.

یکی از استراتژی‌های مهم در توسعه اقتصاد کشور، توسعه صادرات غیرنفتی است در راستای افزایش سیاست صادرات غیرنفتی، شناخت اولویت‌های تولیدات داخلی که شرایط لازم جهت نفوذ در بازارهای جهانی را دارا باشند، امری ضروری به نظر می‌رسد. بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه که نرخ رشد اقتصادی بالایی دارند، عدم وجود منابع نفتی و با وارد کردن صادرات غیرنفتی به چرخه اقتصاد خود در بازارهای جهانی به افزایش درآمدهای ارزی خود و بهبود تراز پرداخت‌های ارزی کشور اقدام نموده‌اند. (جلایی اسفند آبادی، ۱۳۹۱).

در خصوص صادرات تحقیقات فراوانی انجام شده است که این مسئله نشان دهنده اهمیت و تأثیر آن بر سازوکار اقتصادی است. کریمیان شیرازی (۱۳۹۹)، صمدی نیا (۱۳۹۹)، خالصی (۱۳۹۸)، سیاوشی (۱۳۹۷)، فعال (۱۳۹۶)، واحد (۲۰۲۰)، آدنوگبا (۲۰۱۳)، مطالعاتی در این زمینه انجام داده‌اند. بررسی مطالعات انجام شده در این زمینه می‌تواند به نقش و تأثیر متغیرها در ارتباط با یکدیگر و صادرات کمک نماید.

هدف از پژوهش حاضر شناسایی و اولویت‌بندی موانع کلیدی در حوزه صادرات غیرنفتی استان اصفهان با رویکرد افزایش صادرات می‌باشد. علاوه بر موارد بالا نباید از توسعه پایدار در صادرات غافل شویم زیرا این توسعه پایدار است که در ایران به سبب داشتن درآمد ارزی حاصل از فروش نفت، به‌ندرت به صادرات کالاهای غیرنفتی توجه شده است.

تجزیه و تحلیل کلی روند تجارت خارج ایران

در سال ۱۳۵۲، افزایش قابل‌ملاحظه درآمدهای ارزی کشور به وجود آمد، سیاست‌های ارزی و بازرگانی کشور، در جهت تسهیلات بیشتر در زمینه واردات تغییر یافت. تحولات سیاسی کشور طی سال‌های (۱۳۵۸-۱۳۵۷) موجب گردید تا بازار آزاد ارز وسیله‌ای برای

خروج ارز و فرار سرمایه از کشور گردد. لذا از نیمه دوم سال ۱۳۵۷، بانک مرکزی اقدام به برقراری محدودیت در زمینه خروج ارز نمود و بدین ترتیب فروش ارز جهت مصارف غیر بازرگانی محدود گردید. به دنبال پیروزی انقلاب اسلامی ایران، دولت در زمینه دستیابی به اهداف بازرگانی خارجی کشور و سعی در حفظ تعادل نسبی تر از پرداخت‌ها با مشکلات مواجه گردید. در این راستا کمیسیون تخصیص ارز به منظور نظارت و صرفه‌جویی در مصرف منابع ارزی و نحوه تخصیص آن به مصارف گوناگون، از آذرماه سال ۱۳۶۰، آغاز به کار نمود. از سال ۱۳۶۱ به بعد سیاست تشویق و افزایش صادرات غیرنفتی به عنوان یکی از استراتژی‌های مهم تجارت، مورد توجه دولت قرار گرفت که این سیاست تا سال ۱۳۶۷ ادامه داشت. از نیمه دوم سال ۱۳۶۸، سیاست ارزی و بازرگانی خارجی کشور در راستای سیاست تعدیل اقتصادی قرار گرفت. طی سال‌های پس از آن در برنامه اول توسعه (۷۲-۱۳۶۸)، نیز گام‌های مؤثری در زمینه توسعه هر چه بیشتر صادرات غیرنفتی برداشته شد. در نهایت در سال ۱۳۷۲، با اعمال سیاست یکسان‌سازی نرخ ارز و اعلام نظام ارز شناور هدایت شده و همچنین اعلام نرخ ارز شناور به عنوان نرخ رسمی ارز، تحولات عمده‌ای در بخش تجارت خارجی کشور به وقوع پیوست. ساختار ضعیف اقتصاد ایران و کاهش قیمت‌های جهانی نفت، موجب گردید تا اهداف برنامه توسعه اول در زمینه تجارت خارجی حاصل نگردد. به همین دلیل در جهت کاهش وابستگی اقتصاد کشور به درآمدهای حاصل از نفت و توسعه بیش از پیش صادرات غیرنفتی به عنوان یکی از اهداف کیفی کلان برنامه دوم اقتصادی (۱۳۷۴-۱۳۷۸) مورد تأکید قرار گرفت. با توجه به اهمیت ویژه بخش تجارت خارجی در برنامه توسعه کشورها در برنامه سوم و چهارم توسعه بسیاری از مسائل و مشکلات بخش تجارت خارجی شناسایی شده و اقدامات مؤثری در جهت بهبود صادرات و هدفمند کردن واردات و کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی صورت پذیرفته است. اقتصاد ایران برنامه سوم توسعه اقتصادی را برای (۱۳۸۳-۱۳۷۹) تجربه کرد. طی سال‌های اجرای برنامه سوم وضعیت اقتصادی کشور از ثبات و رشد پایداری برخوردار گردید که بخشی از آن معلول تحولات سیاستی و مقررات زدایی‌های گسترده در راستای فراهم کردن نقش‌آفرینی بخش خصوصی و بخش دیگر آن ناشی از تحولات مثبت مربوط به قیمت نفت در بازارهای جهانی بوده است.

الگوی توسعه صادرات غیرنفتی

امروزه مسلم شده است که بین رشد اقتصادی و صادرات هر کشور ارتباط تنگاتنگی وجود دارد. نظریه پردازان اقتصاد بین‌الملل با اعتقاد فوق‌العاده به نقش تجارت در رشد و توسعه اقتصادی از آن به عنوان موتور رشد نام می‌برند (بالانتین، ۲۰۱۱).

در ایران نیز با توجه به اهداف تعیین شده در سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ و تدوین سند راهبردی توسعه صادرات غیرنفتی که در راستای آن که مقرر شده است: باید کشور با توجه به توانمندی و ظرفیت‌های بالای اقتصادی نسبت به افزایش سهم خود از تجارت جهانی حرکت کرده و به توازن تجاری در صادرات و واردات رسیده و دارای اقتصادی متنوع با سهم غالب بخش غیرنفتی و غیردولتی شود نشان از اهمیت و توجه ویژه به مقوله صادرات غیرنفتی ایران دارد؛ اما با توجه به اینکه ایران دارای منابع عظیم نفت و گاز می‌باشد صادرات ایران به طور کلی وابسته به صادرات نفتی و گازی می‌باشد و صادرات تک‌محصولی سبب شده تا اقتصاد کشور به شدت تحت تأثیر قیمت نفت قرار بگیرد و هرگاه درآمدهای حاصل از فروش نفت کاهش یافته است راهکارهایی کوتاه‌مدت نظیر اعطای جوایز صادراتی و حذف تعرفه‌های صادراتی برای افزایش صادرات غیرنفتی اجرا شده است؛ به عبارت دیگر به نظر می‌رسد که ایران از نظر تثبیت ساختار صادراتی در جایگاه مناسبی قرار ندارد. (محمد زاده و محمدی، ۱۳۹۱).

در خصوص نقش ناچیز صادرات غیرنفتی در توسعه اقتصادی کشور، کافی است به سهم آن در تولید ناخالص داخلی توجه شود که طی یک روند ده ساله از ۴ درصد در سال ۷۹ به ۶ درصد در سال ۸۸ رسیده است. از بعد مقایسه بین‌المللی نیز می‌توان به سهم اندک صادرات غیرنفتی در کل صادرات جهانی پی برد به طوری که در سال ۲۰۰۹ میزان صادرات جهانی در حدود ۱۶ تریلیون دلار بوده که سهم صادرات غیرنفتی ایران ۱۳٪ درصد می‌باشد (آمار بانک جهانی، ۲۰۱۱).

در شرایط موجود هر کوششی برای برنامه‌ریزی و توسعه اقتصادی در سطح واحدهای ملی به‌گونه‌ای اجتناب‌ناپذیر، تنها در تعامل با محیط‌های بزرگ‌تر بین‌المللی معنا و مفهوم پیدا می‌کند که این خود اولین و نزدیک‌ترین مفهوم جهانی‌شدن می‌باشد. جهانی‌شدن در حوزه اقتصاد با مشخصه‌های آزادسازی و ادغام اقتصادهای ملی با گسترش تجارت و اقتصاد بازار آزاد تعریف می‌شود؛ بنابراین در روندهای جهانی‌شدن، میدان رقابت از سطح ملی و منطقه‌ای

به سطح جهانی گسترش می‌یابد و در این روند کشورهایی موفق‌ترند که قدرت رقابت بالاتری در بعد تجارت بین‌الملل داشته باشند (کلباسی و جلابی، ۱۳۹۱).

نکته قابل توجه آن است که با وجود رشد صادرات غیرنفتی، همچنان تراز بازرگانی غیرنفتی به عنوان آیینه تجارت بین‌الملل کشور منفی می‌باشد. دلیل این است که رشد صادرات غیرنفتی کشور مرهون افزایش حجم صادرات بوده تا افزایش قیمت هر واحد کالای صادرات غیرنفتی. با مقایسه ارزش هر تن کالای وارداتی با کالای صادراتی در دو سال پایانی برنامه چهارم درمی‌یابیم که ارزش هر تن کالای وارداتی بیش از دو برابر ارزش هر تن کالای صادراتی می‌باشد. (محمد زاده و محمدی، ۱۳۹۱).

در شرایط کنونی اقتصاد ایران، توسعه صادرات غیرنفتی از مهم‌ترین مسائل سیاسی و اقتصادی است که باید مسئولان کشور در نظر بگیرند. از این‌رو آگاهی از سیاست تشویقی اعمال شده در جهان و همچنین بررسی لوایح و قوانین به منظور تشویق و افزایش توسعه صادرات در داخل کشور، امری ضروری است. توسعه صادرات غیرنفتی نه تنها از دیدگاه ارزآوری آن، بلکه از نظر ایجاد اشتغال در داخل کشور از اولویت ویژه‌ای برخوردار است. به نظر می‌رسد تنوع صادرات غیرنفتی نه تنها دیدگاه اقتصادی، بلکه به عنوان یک راه‌حل سیاسی در راستای پیشبرد اهداف دولت نیز مؤثر است. بر اساس اهداف برنامه اول و دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، ایران در ردیف صادرکنندگان بزرگ بسیاری از فرآورده‌های مهم صنعتی و راهبردی نظیر مس، آهن، آلومینیوم، سیمان، کودهای شیمیایی، محصولات متنوع پتروشیمی، انواع دارو و سرم و بسیاری کالاهای دیگر قرار گرفته است، ولی شرط اساسی آن است که سیاست‌های صادراتی مستمر و پایداری داشته باشیم همچنین باید نظام پولی و بانکی، بر توسعه صادرات غیرنفتی با هدف خودگردانی آتی اصرار داشته باشد. اندیشه گسترش صادرات غیرنفتی از دیرباز در سطحی گسترده مورد توجه و اقبال کارشناسان امور اقتصادی بوده و از لحاظ نظری و عملی فراز و نشیب‌های زیادی را پشت سر گذاشته است. واضح است کشور پهناوری مانند ایران که از منابع سرشار طبیعی برخوردار است، باید بتواند با تولید و صدور محصولات غیرنفتی در دنیا، به ویژه در منطقه خاورمیانه، از جایگاه ویژه‌ای برخوردار شود اما طی نیم قرن گذشته، نفت، نه تنها مهم‌ترین کالای صادراتی، بلکه عامل اثرگذار و دیکته کننده برنامه‌ها و تحولات اقتصادی ایران بوده است. مطالعه روند تولید داخلی و صادرات کشور طی پنج دهه گذشته

راهکارهای افزایش صادرات غیرنفتی در استان اصفهان/۶۱

نشان می‌دهد که بین میزان تولید و حجم تجارت رابطه مستقیمی وجود دارد. صادرات غیرنفتی ایران به طور متوسط فقط ۵/۷ درصد کل صادرات کشور و ۱/۶ درصد تولید ناخالص داخلی را تشکیل داده است (محنت پر و خاکپور، ۱۳۹۹).

به طور کلی یکی از مهم‌ترین مشکلات کشورهای در حال توسعه و جهان سوم، تک‌محصولی بودن و وابستگی اقتصاد آن‌ها به صدور مواد خام و اولیه است که آثاری منفی در ساختار اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و حتی فرهنگی برجای گذاشته است. از آنجایی که بخش بزرگی از درآمدهای ارزی این کشورها فقط با صدور یک یا چند قلم مواد خام و اولیه به دست می‌آید، در برابر ناملایمات و فشارهای خارجی ساختاری بسیار ضعیف و شکننده قرار دارند. بدیهی است در چنین شرایطی هرگونه نوسان غیرعادی که در قیمت این کالا یا کالاهای محدودی که منابع اصلی درآمد این کشورها را تشکیل می‌دهد به وجود آید، آثار پر دامنه‌ای بر ساختار اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و حتی فرهنگی آن‌ها برجای خواهد گذاشت. کشور ما به علت افزایش شدید جمعیت، کاهش ذخایر نفتی و تنزل تدریجی بازده چاه‌ها و بالا رفتن هزینه استخراج، اطمینان نداشتن به آینده بازار جهانی و تغییرات قیمت نفت، ترمیم خسارت‌های حاصل از جنگ هشت ساله عراق علیه ایران، بازسازی اقتصاد، افزایش تعهدات ایران برای بازسازی و توسعه و تغذیه جمعیت جوان به ارزش بیشتری نیازمند خواهد بود، در نتیجه راهی جز تأکید بیشتر بر صادرات غیرنفتی در پیش ندارد. بخش وسیعی از صنایع ایران با فرسودگی ماشین‌آلات و فناوری روبه‌رو است و به بازسازی و فناوری‌های جانشین نیاز دارد. از این گذشته، روند افزایش مصرف داخلی به حدی است که تداوم صادرات نفت را در آینده با تردید جدی مواجه می‌کند. بنا بر پیش‌بینی‌های به عمل آمده در صورت تداوم رشد فعلی مصرف داخلی، طی ۱۲ سال آینده صادرات نفت به صفر خواهد رسید. مجموعه عوامل مورد اشاره، آشکار می‌کند که برای رسیدن به اقتصاد بدون نفت باید راهبرد توسعه ملی و صادراتی کشور را مورد بازنگری قرار داده و حضور اقتصادی ایران را در بازارهای جهانی افزایش داد. (کاوند و حسنونند، ۱۳۹۲).

چالش و راهکارهای توسعه صادرات غیرنفتی

معضل صادرات غیرنفتی، نداشتن راهکاری مدون و مشخص صادراتی و پیروی نکردن از خط مشی ثابت در زمینه صادرات است به طوری که این ضعف همواره یکی از

بزرگ‌ترین مشکلات صادرکنندگان محسوب شده و از این رهگذر موانع بسیاری فراروی صادرکنندگان قرار گرفته است. نبود یک راهکار مشخص صادراتی موجب شده که از سیاست‌های پولی، ارزی، مالی و تجاری مناسب برای توسعه صادرات نیز برخوردار نباشیم. مطالعه و بررسی قوانین و مقررات مربوط به بازرگانی خارجی و روش‌های مربوط به صادرات و مراحل اجرایی آن، مشخص می‌کند که هماهنگی لازم بین فعالیت‌های سازمان‌ها و مؤسسه‌های شاغل در بخش صادرات وجود ندارد. ضعف ساختار تولید، انطباق نداشتن کیفیت بسیاری از کالاهای تولیدی با نیاز بازارهای مصرف خارجی، توجه به منابع کوتاه‌مدت بازارهای داخلی، ناکافی بودن نقدینگی صادرکنندگان برای تداوم فعالیت‌های صادراتی، مشکلات قیمت‌گذاری کالاهای صادراتی، نبود مشوق‌های لازم و کافی برای صادرات، ضعف صنعت بسته‌بندی و حمل‌ونقل، مشکلات مالیاتی و اخذ عوارض گوناگون از صادرکنندگان، نبود خدماتی صادراتی مورد نیاز، توسل به روش‌های تجاری سنتی و نامطلوب، ضعف تشکل‌های صادراتی، دشواری تهیه مواد اولیه مورد نیاز برای تولید کالاهای صادراتی، استفاده نکردن از منطقه آزاد تجاری برای تحقق اهداف صادراتی کشور و بسیاری مشکلات درون‌مرزی دیگر از معضلات این بخش هستند (محنت پور و خاکپور، ۱۳۹۹).

بخش خصوصی با همه تجارب و ظرفیت‌هایش باید پا به عرصه عمل گذارد و با عزم جدی وارد بازار صادرات کالا و خدمات شود. بدیهی است که باید با استفاده از ساختارهای سنتی و درعین حال بهره‌گیری از فناوری مدرن بازرگانی و شرایط موجود، جایگاه صادرات غیرنفتی را ارتقا بخشد. در این راستا، کسب اطلاعات تجاری، تبادل هیئت‌های بازرگانی، نشر جزوه‌های اطلاعاتی، تشکیل کلاس‌های آموزشی و برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی و بازرگانی در داخل و خارج از کشور از عوامل مهمی است که باید مورد توجه قرار گیرد. تربیت متخصصان در رشته‌هایی مانند بانکداری بین‌الملل، کارشناسی بیمه، حمل‌ونقل، کارگزاری، بازاریابی و مدیریت مالی نیز از عواملی است که ابزارهای ضروری برای صادرات غیرنفتی را تقویت خواهد کرد. تبلیغات در این رشته باید از فن‌آوری روز بهره برده و از استمرار برخوردار باشد، زیرا معرفی و تبلیغات مؤثر زمینه‌های مناسبی برای گسترش صادرات خدمات و کالاهای غیرنفتی فراهم می‌کند. نیروی محرکه اصلی در هر حرکت اقتصادی، درآمد حاصل از آن حرکت است تا پس از پوشش هزینه‌ها، سود انتظاری معقولی به بار

آورد. نرخ خرید ارز حاصل از صادرات، نقش به سزایی در رشد صادرات غیرنفتی دارد؛ بنابراین نرخ آن باید به گونه‌ای تعیین شود که وقتی صادرکننده، ارز حاصل از صادرات را به ریال تبدیل کرد، ضمن پوشش هزینه‌های انجام شده برای صدور کالا، سود معقولی را در مقایسه با سایر بخش‌ها به دست آورد. بیشتر کشورهای در حال توسعه برای تشویق صادرکنندگان، از سیاست‌هایی نظیر برقراری نرخ بالاتر برای ارز حاصل از صادرات و نرخ معمول به‌علاوه جایزه یا امتیازاتی برای ارز حاصل از صادرات، در راستای توسعه صادرات استفاده می‌کنند. کاهش دیوانسالاری اداری و تدوین بخشنامه‌های صحیح نیز موجب تقویت صادرات می‌شود. برای افزایش صادرات لازم است سیاست تجارت خارجی تقویت شود و مذاکراتی برای فراهم آوردن زمینه‌های انعقاد قراردادهای مشترک و توسعه صادرات و دستیابی به توازن نسبی در مبادلات خارجی انجام شود. همچنین در این راستا اتخاذ سیاست‌های پولی و مالی هماهنگ با سیاست‌های تجاری و صادراتی، استفاده صحیح از نظام ارزی و سیاست‌های ارزی مناسب، تعیین نرخ ارز قابل قبول، بهره‌برداری کامل از سیاست‌های مکمل نظیر سیاست‌های گمرکی، بازاریابی، اعتبار مناسب، توجه به اهمیت نقش نظام بانکی در توسعه صادرات و توجه لازم به فناوری نوین اطلاعات ضرورت دارد (محنت پور و خاکپور، ۱۳۹۹).

تجزیه و تحلیل آماری

به دنبال مباحث گفته شده به معرفی الگو برای صادرات غیرنفتی پرداخته می‌شود: بنابراین تابع را می‌توان به صورت زیر در نظر گرفت:

$$\alpha = \left(\frac{n}{n-1}\right) \times \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s^2}\right)$$

که در آن

n: تعداد سؤال‌های تست

Si2: واریانس سؤال

St2: واریانس کل تست

بر روی نمونه‌های ۱۶۰ نفری اجرا گردید و ضریب آلفای کرونباخ در جدول (۱) مشاهده می‌شود.

شاخص‌های پرسشنامه	گویه‌ها	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
رشد صادرات	۱-۴	۴	۰/۸۱
سودآوری صادرات	۵-۷	۳	۰/۸۵
ورود به بازارهای جدید	۸-۹	۲	۰/۷۸
بهبود وضعیت سهم بازار	۱۰-۱۲	۳	۰/۸۳
آگاهی و تصویرسازی	۱۳-۱۴	۲	۰/۸۲
عملکرد صادراتی	جمع کل گویه: ۱۴ گویه		مجموع آلفای کرونباخ: ۰/۸۳,۳

به منظور اولویت‌بندی عوامل تأثیرگذار بر تدوین الگوی توسعه صادرات غیرنفتی در استان اصفهان از رتبه‌بندی فریدمن استفاده می‌شود که نتایج آن به شرح زیر می‌باشد:

جدول ۲: آزمون فریدمن

متغیرها	رشد صادرات	سودآوری صادرات	ورود به بازارهای جدید	بهبود وضعیت سهم بازار	آگاهی و تصویرسازی
رتبه	۴/۸۸	۱/۶۵	۲/۸۹	۳/۸۲	۱/۷۷
میانگین					

می‌توان گفت رشد صادرات با میانگین ۸/۱۸ دارای بیشترین رتبه و سودآوری صادرات با میانگین ۱/۶۵ دارای کمترین رتبه می‌باشد. با توجه به یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل آماری ابتدا متغیرهای تحقیق به لحاظ آماری توصیف و بررسی می‌شوند.

نتایج آزمون

هدف اصلی این مقاله بررسی راهکارهای افزایش صادرات غیرنفتی در استان اصفهان است. امروزه صادرات با ارزش افزوده بیشتر برای اکثر کشورها، نه تنها به عنوان یک مسیر انتخابی بلکه عاملی در جهت رشد و توسعه اقتصادی مطرح شده است تا جایی که شناخت

موانع و مشکلات صادراتی و سعی و تلاش برای رفع آن‌ها میزان آشنایی با معیارهای عملکرد صادراتی و سرمایه‌گذاری برای ایجاد محرک‌های صادراتی که موجب توسعه صادراتی می‌شود دست پیدا کرد. (ناطق، ۱۳۸۸). در حال حاضر شرایط اقتصادی ایران به گونه‌ای است که صادرات به عنوان اصلی‌ترین و ضروری‌ترین برای رشد و توسعه اقتصادی ایفای نقش می‌کند. توسعه صادرات غیرنفتی جدای از ویژگی‌های ارزآوری بلکه در جهت ایجاد اشتغال و افزایش ظرفیت‌های تولید داخلی از اهمیت خاصی برخوردار است زیرا عامل صادرات در کشور موجب رشد و توسعه اقتصاد خواهد شد. تنوع صادرات غیرنفتی به عنوان یک روش سیاسی در راستای پیشبرد اهداف دولت مؤثر است. امروزه مدیران اقتصادی به این باور رسیده‌اند که رشد و پایداری اقتصادی و بر بهبود کیفیت زندگی اثرگذار است به همین منظور در راستای توسعه صادرات به ویژه محصولات غیرنفتی و دستیابی به بازارهای خارجی در کشورهای مختلف با استفاده استراتژی مناسب و از قبل برنامه‌ریزی شده باید عمل کرد. تلاش برای کسب صادرات غیرنفتی و در پی آن توازن و توسعه اقتصادی اجتناب‌ناپذیر است.

نتایج پژوهش پیش رو اظهار می‌دارد که نقش صادرات بیش از آن که به ارزآوری برای کشور مهم باشد این نقش در اشتغال، تولید، رشد اقتصادی و ظاهر می‌شود. از طرفی برای صادرات بایستی تولیدی مازاد بر مصرف داخلی داشت و این امر مستلزم تولید بیشتر است. در کشورهای کمتر توسعه یافته که از لحاظ سرمایه‌گذاری کمبود آن احساس می‌شود و یا روند سرمایه‌گذاری به کندی صورت می‌گیرد لزوم سرمایه‌گذاری دولت در بخش‌های زیرساختی اقتصاد کشور برای جذب سایر سرمایه‌گذاری‌ها از جمله سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی دیده می‌شود که این امر منجر به فراهم آمدن زمینه برای تولید و یا تولید بیشتر می‌شود که به دنبال آن تولید بیشتر منجر به صادرات بیشتر می‌شود.

از آنجایی که صادرات غیرنفتی می‌تواند اثرات مختلفی بر تولید ملی یک کشور داشته باشند، پس در شرایط تحریم‌های کنونی توجه به عوامل تأثیرگذار بر صادرات غیرنفتی اهمیت و ضرورت بیشتری دارد، لذا همان‌طور که در این تحقیق هم ملاحظه گردید، اثرات سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و فناوری اطلاعات و ارتباطات و بهره‌وری کل عوامل تولید بر صادرات غیرنفتی ایران قابل توجه بود به این صورت که بر اساس تصریح مدل، جهت برآورد اقتصادسنجی که از روش خود توضیح برداری استفاده شد نتایج برآوردها نشان داد که صادرات

غیرنفتی رابطه مستقیم و معنی‌داری با سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، فناوری اطلاعات و ارتباطات و بهره‌وری کل عوامل تولید دارد.

پیشنهادات

با توجه به اینکه فعالیت مهم استان اصفهان صادرات غیرنفتی است، اصلاح ساختار نظام بهره‌برداری، مالکیت، مدیریت، قیمت‌گذاری، بازاریابی و تدوین الگوی توسعه در استان اصفهان در بخش صادرات غیرنفتی و تحقیقات و توسعه صادرات در این استان ضروری است.

برای افزایش تولید ملی از روزه صادرات غیرنفتی و با استفاده از سرمایه‌گذاری خارجی، فناوری و ارتقا بهره‌وری مهم‌ترین عوامل هستند که پیشنهاد می‌گردد در این روند، همه موارد جذب فناوری بالا، بهره‌گیری از خدمات تخصصی و مدیریتی همراه با سرمایه‌گذاری خارجی، واردات فناوری و بومی کردن آن و بهره‌گیری از فناوری پیشرفته برای ورود به بازارهای جهانی و به دست آوردن جایگاه ویژه در آن مورد توجه قرار گیرد.

منابع و مأخذ

- دهقانی سلطانی، مهدی و آذر، عادل، ۱۳۹۹، پیش‌زمینه‌ها و پیامدهای کارآفرینی در صادرات در صنعت نساجی و پوشاک، ششمین همایش ملی پژوهش‌های نوین در حوزه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی ایران، تهران.

- سیروتا، دیوید. میسائیل، اروین (۱۳۸۶)، "ملتزر ترجمه یاسر جلالی، بی انگیزگی کارکنان خود را متوقف کنید"، نشریه تدبیر، شماره ۱۸۲.

- صمدپورداریانی، محمود (۱۳۸۹). "کارآفرین؛ تعریف، نظریات و الگوها". تهران؛ انتشارات پردیس.

- Alam Tabriz, A., Azimi, M., & Najafi, S.E. (2017). Modeling in improving organizational relationships with customers. Journal of strategic management studies, vol. 8 issue: 30, pp.91. (In Persian.)

- Aparicio, S., Audretsch, D., & Urbano, D. (2020). Why is export-oriented entrepreneurship more prevalent in some countries than others? Contextual antecedents and economic consequences. *Journal of World Business*, 56(3), 101177.
- Ballantyne, D., Frow, P., Varey, R., & Payne, A. (2011). Value proposition as communication practice: Taking a wider view, *Industrial Marketing Management*, 40, 202-210.
- Hessels, J., & van Stel, A. (2011). Entrepreneurship, export orientation, and economic growth. *Small business economics*, 37(2), 255-268.
- Taylor, P. (2013). The effect of entrepreneurial orientation on the internationalization of SMEs in developing countries. *African Journal of Business Management*, 17, 19-21.

