

توسعه صادرات و عملکرد صادراتی، مروری بر مفاهیم، مدل‌ها، موانع و عوامل مؤثر بر صادرات

غیرنفتی

مهری مهدیخانی^۱، بینا یزدانی^۲

۱- گروه مدیریت، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران (نویسنده مسئول)

۲- گروه مدیریت، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران

چکیده

در دهه‌های اخیر با اشباع بازارهای داخلی، حضور در عرصه بین‌المللی جهت حداکثر سازی سود، یافتن بازار جدید و جذب بیشتر مشتریان، همچنین با اهداف تعیین شده در سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ و تدوین سند راهبردی توسعه صادرات غیرنفتی که مقرر می‌دارد کشور باید با توجه به توانمندی و ظرفیت بالای اقتصادی نسبت به افزایش سهم در تجارت جهانی حرکت کرده، به توازن تجاری در واردات و صادرات برسد و دارای اقتصادی متنوع با سهم غالب بخش غیرنفتی و غیردولتی باشد، مقوله صادرات غیرنفتی بیش از گذشته اهمیت یافته است. توسعه صادرات غیرنفتی از دیدگاه ارزآوری، ایجاد اشتغال، بهبود کیفیت و ... در کشور از اولویت ویژه‌ای برخوردار است، توسعه صادرات غیرنفتی شاید تنها راه‌هایی از اقتصاد تک محصولی باشد. مقاله حاضر با اهمیت صادرات در محصولات غیرنفتی به مروری جامع و به روشی توصیفی به ارائه مباحث صادرات از جمله توسعه صادراتی، موانع و مشکلات پیش روی صادرکنندگان، مدل‌های عملکرد صادراتی و عوامل مؤثر بر صادرات غیرنفتی پرداخته است، هدف نهایی دستیابی و ارائه چارچوبی مناسب در بسترسازی توسعه صادراتی و عملکرد صادراتی با جمع‌بندی نتایج تحقیقات قبلی در قالب رویکردی جامع برای کمک به برنامه‌ریزی‌های توسعه صادراتی هرچند اندک در حصول اهداف توسعه صادراتی و عملکرد صادراتی در کشور است.

واژگان کلیدی: توسعه صادرات، عملکرد صادراتی، محصولات غیرنفتی.