

بررسی نقش دیپلماسی اقتصادی در توسعه صادرات غیرنفتی

فریبا صلاحی^۱، اسفندیار دشمن زیاری^۲، مظفر علیخانی^{۳*}

^۱. عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیکی

^۲. عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر

^۳. کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیکی

*نویسنده مسئول alikhanimozaffar@yahoo.com

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش دیپلماسی اقتصادی در قالب دو مقوله دیپلماسی اقتصادی دولتی و دیپلماسی اقتصادی غیردولتی بر توسعه صادرات غیرنفتی از دیدگاه فعالان کشور در حوزه صادرات انجام شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر، صادرکنندگان نمونه کشور طی برنامه ۵ ساله پنجم می باشد.

نتایج بدست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌های میدانی با استفاده از رگرسیون خطی چندگانه بیانگر تاثیر مثبت و معنی دار دیپلماسی اقتصادی دولتی با ضریب تاثیر ۰/۹۱ بر صادرات غیرنفتی می باشد. از سوی دیگر تاثیر دیپلماسی اقتصادی غیردولتی نیز با ضریب تاثیر (۰/۸۴)، معنادار ارزیابی شده است. به عبارتی به اعتقاد صادرکنندگان نمونه کشور نقش و برنامه های دولت در ایجاد زمینه لازم برای توسعه و همچنین عملکرد شرکت ها و نهاد های عمومی غیر دولتی در این راستا بسیار مهم و تاثیر گذار است.

در این پژوهش همچنین با استناد به راهبرد های موجود برای تقویت دیپلماسی اقتصادی در ادبیات، با بهره گیری از تکنیک دلفی فازی اقدام به اولویت بندی راهبرد های مذکور از منظر صاحب نظران این حوزه شده است. علاوه بر اجماع صاحب نظران بر راهبرد کلیدی، ایشان نقش (۱) تنش زدایی و همزیستی مسالمت آمیز، (۲) اجماع در سیاست خارجی پیشرفت محور، (۳) بهبود تصویر کشور و (۴) همگرایی با اقتصاد جهانی را پررنگتر از دیگر راهبرد های اعلام نمودند.

واژه‌های کلیدی: دیپلماسی اقتصادی دولتی و غیردولتی، صادرات غیرنفتی، رگرسیون خطی چندگانه،

تکنیک دلفی فازی

مقدمه

با توجه به تحولات عظیم اقتصادی و گسترش صادرات، جایگاه ویژه صادرات غیر نفتی در تصمیم‌گیری‌ها و مشارکت فعالانه آن در افزایش تولید ملی و نهایتاً درآمد سرانه محسوس‌تر گشته است. به دلیل وجود عوامل درونی و بیرونی موثر هنوز صادرات کشور نتوانسته است جایگاه واقعی خود را پیدا نماید. بنابراین شناخت دلایل موفقیت کشور در امر صادرات و استفاده از آن برای رفع موانع رشد و توسعه بازرگانی خارجی کشور یک ضرورت است. در اکثر کشورهای پیشرفته بویژه کشورهای صنعتی فعالیت‌های وسیعی در این زمینه صورت گرفته و به راهکارهای علمی و عملی‌مناسبی منجر گردیده است.

امروزه به دلیل تحولات ناشی از تغییر الگوی مصرف جهانی، فروپاشی مرزهای تجاری و اقتصادی و نیز جهانی شدن اقتصاد و پیدایش واژه همبستگی اقتصادی به جای سلطه اقتصادی، در روابط تجاری بین‌المللی، موضوع صادرات کالاها و خدمات از اهمیت بسزایی برخوردار شده است. بدین ترتیب لذا طبیعی خواهد بود که تمام کشورها در جهت بدست آوردن سهم قابل توجهی از تجارت جهانی تلاش نمایند زیرا در این میان کشورهایی که سهم بیشتری از تجارت جهانی کسب نمایند می‌توانند خود را از نظر قدرت اقتصادی به سطح مطلوبی برسانند. نوشتار حاضر سعی دارد تا عوامل موثر بر صادرات غیرنفتی را از دیدگاه اساتید دانشگاهی و آگاهان این عرصه مورد شناسایی قرار دهد تا گامی در جهت ارتقاء صادرات غیرنفتی کشور برداشته باشد.

بیان مسأله

توسعه صادرات معرف‌گرایش به آزادی در تجارت بین‌الملل است. این سیاست نشان می‌دهد یک ملت تا چه حد متوجه بازارهای خارجی و تابع نیازهای آن است. سیاست توسعه صادرات باعث تقویت تجارت خارجی آزاد می‌شود، تجارت خارجی آزاد نیز باعث هدایت تولید و تخصیص منابع در جهتی می‌شود که کشور در آن جهت نسبت به خارج دارای مزیت نسبی است. تخصیص منابع در کارآمدترین رشته‌های تولید باعث چنان افزایشی در تولید داخلی و درآمدهای صادراتی می‌گردد که گویا جزء از راه تجارت خارجی تامین آن امکان‌پذیر نیست (Gnizy, et al, ۲۰۱۶)

برنامه‌ریزی و تلاش برای تنوع بخشی و رشد صادرات غیر نفتی که از اهداف و آرمانهای نظام جمهوری اسلامی ایران است، یکی از وظایف اصلی دست‌اندرکاران امور اقتصادی (اعم از خصوصی و دولتی) است. در این زمینه هر

اندازه مطالعه، بررسی و تحقیق صورت پذیرد کافی نیست، زیرا حیات اقتصادی کشور و زندگی مردم بدان وابسته است. در سالهای پس از پیروزی انقلاب اسلامی نه تنها مسئولان دولتی، بلکه دست‌اندرکاران بخش خصوصی نیز به مطالعه و تحقیق و برنامه‌ریزی در این زمینه پرداختند و برخی تجربه‌های موفق نیز در دسترس است که آگاهی از آنها می‌تواند دیگر فعالان اقتصادی را نیز به نظام نوین مدیریتی رهنمود سازد. اندیشه گسترش صادرات غیر نفتی 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. مسلماً کشور پهناوری مانند ایران که از منابع سرشار طبیعی برخوردار است، باید بتواند با تولید و صدور محصولات غیر نفتی، در دنیا و به ویژه در منطقه خاورمیانه، عرض اندام کند. اما طی نیم قرن گذشته، نفت، نه تنها مهم‌ترین کالای صادراتی، بلکه عامل اثر گذار و دیکته کننده برنامه‌ها و تحولات اقتصادی ایران بوده است (پاکروان و همکاران، ۱۳۹۰). در همین راستا بررسی عوامل موثر بر صادرات غیر نفتی همواره یکی از موضوعات اساسی در عرصه سیاست‌های کلان کشور بوده است که پژوهش حاضر نیز تلاشی برای پوشش نیاز موجود در این راستا می‌باشد.

بدون شناسایی و بررسی نقش عوامل مهم تاثیر گذار بر صادرات غیر نفتی، تدوین برنامه‌های حمایتی از اثربخشی لازم برخوردار نخواهد بود چرا که راهبرد ها و برنامه‌های کلان توسعه صادرات غیر نفتی بایست با توجه به محرک‌ها یا توانمند سازهای مربوطه و همچنین موانع توسعه تدوین و اجرا گردد. در پژوهش‌های متعدد و مختلف داخلی عوامل مختلف که عمدتاً ماهیت اقتصاد کلان داشته اند از قبیل، رشد اقتصادی، سرمایه‌گذاری خارجی، تورم و مورد عنایت محققان قرار گرفته اند و کمتر به حوزه دیپلماسی و به طور خاص دیپلماسی اقتصادی پرداخته شده است.

اهداف تحقیق

هدف ۱: بررسی نقش دیپلماسی اقتصادی بر صادرات غیر نفتی

هدف ۱-۱ بررسی نقش دیپلماسی اقتصادی دولتی بر صادرات غیر نفتی

هدف ۱-۲: بررسی نقش دیپلماسی اقتصادی غیر دولتی بر صادرات غیر نفتی

هدف ۲: شناسایی بهترین سیاست‌ها در چارچوب دیپلماسی اقتصادی در راستای توسعه صادرات غیر نفتی

مبانی نظری تحقیق

یکی از هدفهای مهم اقتصادی تمام کشورها رسیدن به نرخ رشد بالا می باشد. این هدف مستلزم بکارگیری سیاستهای مناسب اقتصادی می باشد که یک شاخه مهم از این سیاستها را سیاست های تجاری تشکیل می دهد. به همین خاطر در ادبیات رشد اقتصادی توجه خاصی به تجارت خارجی بعنوان عامل رشد اقتصادی شده است.

یکی از مشکلات اقتصادی کشورهای در حال توسعه تک محصولی بودن اقتصاد آنهاست. به این ترتیب که بخش عمده ای از درآمدهای ارزی این کشورها منحصراً از طریق صدور یک یا چند قلم کالای محدود به دست می آید. بدیهی است که هر گونه نوسان غیرعادی در قیمت این کالا یا کالاهای محدود به وجود آید که منبع اصلی این کشورها را تشکیل می دهند، اثرات پر دامنه ای در کل اقتصاد این کشورها بر جای خواهد گذاشت. به عنوان نمونه اتکا به درآمدهای حاصل از صدور نفت در ایران دست کم از ربع قرن پیش مانع از آن شده که مسئولان برنامه ریزی برای ایجاد تنوع در منابع درآمدهای ارزی و توسعه صادرات غیرنفتی چاره اندیشی اساسی کنند. (حسینی، ۱۳۸۶، ۲۳).

رابطه تجارت بین المللی و رشد اقتصادی موضوعی مهم می باشد. برخی اقتصاددانان و سیاستگذاران معتقدند باز بودن تجاری به عملکرد کلان اقتصادی بهتر و رشد اقتصادی سریع تر می انجامد. مطالعات تجربی فراوانی از این دیدگاه حمایت می کنند. نهادهای بین المللی همانند بانک جهانی، صندوق بین المللی پول و سازمان همکاری اقتصادی و توسعه اقتصادی به کشورهای عضو این باور را توصیه می کنند که آزاد سازی و سرمایه گذاری خارجی بر رشد اقتصادی تأثیر مثبت دارد. حتی بانک جهانی و صندوق بین المللی پول اصلاحات با جهت گیری بازار و آزاد سازی تجاری را شرط کمک های مالی خود قرار داده اند. پیوند مثبت باز بودن تجاری و رشد اقتصادی انگیزه مناسبی برای اصلاحات تجاری یک جانبه طی بیست سال گذشته بوجود آورده است (Maj eed et al , ۲۰۰۶).

در سالهای اخیر، وابستگی متقابل کشورهای مختلف جهان، با سرعت بسیار زیادی در حال گسترش است. رشد سریع فناوری، گسترش بازارهای مالی و حرکت سریع اقتصاد جهانی در قالب جهانی شدن اقتصاد که موجب رشد سریع تجارت جهانی و - تقسیم کار بین المللی شده است به این همبستگی و وابستگی - ملی دامن زده و ضمن گسترش سریع رقابت بین المللی، زمینه همکاری متقابل و وسیع اقتصادی را برای کشورهای مختلف جهان به همراه آورده است (Gni zy, et al , ۲۰۱۶). از این رو در دهه اخیر، سیاست توسعه صادرات به عنوان جایگزین سیاست واردات، اعتبار ویژه ای در میان اقتصاددانان و سیاستگذاران کشورهای مختلف جهان دارد. در کشور ما، سهم عمده صادرات، متعلق به مواد نفتی است و این بخش، سهم کمتری در کل صادرات کشور دارد. قیمت نفت در

سطح بین‌المللی تعیین می‌شود و یک کشور به تنهایی نمی‌تواند بر قیمت نفت تأثیر بگذارد؛ بنابراین، توجه هر چه بیشتر به صادرات غیرنفتی ضرورتی آشکار است. افزون بر این، به دلیل افزایش جمعیت، کاهش ذخایر نفتی، نبود اطمینان به آینده بازار جهانی نفت و نوسانات شدید قیمت آن، ضرورت توجه به توسعه صادرات غیرنفتی در سالهای اخیر درک شده است

دیپلماسی اقتصادی مرتبط با موضوعات اقتصادی به عنوان ابزاری برای سیاست خارجی است. به طور خاص دیپلماسی اقتصادی مرتبط با به کار بردن توانایی‌های مادی از جمله تکنولوژی، و مذاکره در مورد مسائل سیاسی با ابعاد اقتصادی است.

در این ارتباط می‌توان دو معنی از دیپلماسی اقتصادی برداشت نمود:

- ۱- دیپلماسی مرتبط با موضوعات سیاسی اقتصادی است
- ۲- دیپلماسی، منابع اقتصادی را هم به عنوان پاداش به کار می‌گیرد و هم به عنوان مجازات برای تامین اهداف سیاست خارجی. در واقع دیپلماسی اقتصادی تنوعی از ابزار که هم به طور مستقیم و هم غیر مستقیم در تعاملات دیپلماتیک میان بازیگران گرفته می‌شود.

دیپلماسی اقتصادی مفهومی عام بوده که تمامی موضوعات اقتصادی سیاسی میان کشورها را در بر می‌گیرد. به عبارتی دیپلماسی اقتصادی شامل کلیه اقدامات سیاسی در سطح دولتی و غیر دولتی با هدف ایجاد منفعت اقتصادی می‌باشد. لذا در یک تقسیم‌بندی دیپلماسی اقتصادی را متناسب با نقش و کارکرد آن می‌توان به دو دسته دیپلماسی اقتصادی دولتی و دیپلماسی اقتصادی غیر دولتی تقسیم نمود. (Saner and Yiu ۲۰۰۲)

دیپلماسی دولتی شامل دیپلماسی بازرگانی و دیپلماسی غیر دولتی شامل دیپلماسی شرکتی، کسب و کار، سازمان‌های غیر دولتی ملی و سازمان‌های غیر دولتی فراملی می‌شود.

دیپلماسی بازرگانی حمایت از بخش‌های تجاری و مالی کشور را بر عهده دارد. از جمله دیپلمات‌های مرتبط با این حوزه، ارتقا سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی، باز کردن بازارهای خارجی برای شرکت‌های کشور خود از طریق اعمال نفوذ در اقتصاد سایر کشورها، تلاش در حل و فصل تعارض منافع با سهامداران غیر تجاری و تجاری در سایر کشورها، تامین اطلاعات در باره فرصت‌های سرمایه‌گذاری و صادرات و سازماندهی برای اقدام به عنوان میزبان نمایندگی‌های تجاری، ارتقای پیوند‌های اقتصادی از طریق مشاوره و حمایت از شرکت‌های داخلی و خارجی، ارتقا و تقویت نمایندگی‌های تجاری در کشورهای شریک است. (Kostecki and Naray, ۲۰۰۷)

دیپلماسی سازمان های غیر دولتی ملی، بیانگر منافع و علایق جامعه مدنی در حوزه اقتصادی سیاسی هستند و طیفی از مسائل نظیر دفاع از مصرف کننده و مبارزه با فساد اقتصادی تا حمایت از گروه های سهامدار و طرفداران محیط زیست را در بر می گیرد. آنها به دنبال ایجاد ائتلاف با سایر سازمان های غیر دولتی و نمایندگان جامعه مدنی و نیز حامی بکارگیری رسانه ها و اقدام سیاسی مستقیم برای لابی در برابر حکومت و شرکت های فراملی در سطح ملی هستند (موسوی شفایی، ۱۳۸۸).

دیپلماسی سازمان های غیر دولتی فراملی، متولی سازماندهی رویدادها، حمایت، لابی کردن در سطوح فراملی است.

مروری بر تحقیقات گذشته

بررسی مطالعات پیشین نشان می دهد پژوهشگران داخلی و خارجی همواره به مقوله صادرات توجه کرده اند و پژوهش های زیادی به بررسی اهمیت گسترش صادرات و عوامل مؤثر بر آن پرداخته اند. عواملی مانند ناامنی سرمایه گذاری، ضعف شدید در مدیریت صنعتی کشور، بسته بندی نامناسب، وجود شرایط تورمی، ثبات نرخ ارز، نبود برنامه ریزی برای ورود به بازارهای خارجی و بالابودن قیمت تمام شده محصولات، تأثیر بسزایی بر صادرات غیر نفتی و موانع حضور در بازارهای هدف دارند (ولی بیگی، ۱۳۸۵).

پزشکی راد و فعلی (۱۳۹۰) نبود یک نشان تجاری (برند ملی)، حضور دلال ها و واسطه ها، نبود بسته بندی و ضعف در تجارت و بازاریابی الکترونیک را عوامل اصلی مؤثر بر جایگاه زعفران ایران در بازار جهانی معرفی کردند. سرمایه گذاری مستقیم خارجی یکی از مهمترین عواملی است که میزان صادرات کالاهای صنعتی را متاثر می کند. درجه باز بودن تجارت نیز می تواند یکی از عوامل مؤثر بر صادرات کالاها و خدمات باشد. در اقتصادهای بسته علاوه بر اینکه امکان دسترسی به نهاده های وارداتی اندک است، فرآیند صادرات نیز دشوار بوده و معمولاً با مشکل مواجه است. همچنین کاهش ارتباط با بازارهای جهانی، باعث کاهش اطلاعات از سلايق مصر فکنندگان و استراتژی های رقابت می شود (تقسیمی، جوزدانی، ۱۳۹۰).

متغیر دیگری که مورد توجه پژوهشگران بوده کیفیت نیروی کار یا سرمایه انسانی است. با افزایش کیفیت نیروی کار انتظار م ی رود بهر هوری نیروی کار و در نتیجه هزین ههای تولید کاهش یابد. این امر منجر به افزایش توان رقابتی محصولات تولید شده در بازارهای بین المللی و افزایش صادرات خواهد شد (Papadogonas et al., ۲۰۰۷). بنابراین انتظار می رود اثر نرخ نیروی کار ماهر (سرمایه انسانی) بر میزان صادرات مثبت باشد.

عامل دیگری که در برخی مطالعات به عنوان عامل موثر بر رشد صادرات ذکر شده است، نرخ سود بانکی است. کاهش نرخ سود انگیزه سرمایه گذاری را افزایش می دهد. در بسیاری از مطالعات نظری بر اهمیت وجود زیرساخت ها و امکانات ارتباطی، به خصوص امکانات حمل و نقل، به عنوان یک عامل بالقوه در ایجاد مزیت رقابتی اشاره شده است. به عبارت دقیق تر، هزینه صادرات علاوه بر هزینه های مبادله، هزینه های حمل و نقل را نیز شامل شده و مقدار این هزینه ها اثر مستقیم بر رقابت پذیری صادرات دارد. کشورهایی که دارای سیستم حمل و نقل مناسب هستند می توانند محصولات نهایی را با هزینه پایین و در زمان کمتری به دست خریداران برسانند و ریسک عدم وصول را کاهش دهند (Kennedy, ۲۰۰۷)

روش تحقیق:

تحقیق حاضر یک تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی است. پیمایش عبارتست از جمع آوری اطلاعات که با طرح و نقشه به عنوان راهنمای عمل توصیف یا پیش بینی و یا به منظور تجزیه و تحلیل روابط برخی متغیرها صورت گیرد. همچنین پژوهش حاضر از نوع کاربردی می باشد. از آنجائیکه این تحقیق درباره یک موضوع واقعی، عینی و پویا صورت گرفته است و از نتایج آن می توان به طور عملی استفاده کرد یک تحقیق کاربردی است.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری پژوهش حاضر صادرکنندگان نمونه کشور طی برنامه پنجم توسعه (۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴) می باشد. مهمترین اعمال این محدودیت در جامعه آماری، آشنایی بالای مدیران این شرکت ها با موضوع صادرات غیرنفتی و عوامل موثر بر آن می باشد. بدین ترتیب تعداد اعضای جامعه آماری پژوهش با حذف موارد تکراری ۹۸ شرکت می باشد

ابزار تحقیق

ابزار استفاده شده در این تحقیق، پرسش نامه از نوع بسته می باشد که توسط خود محقق و با راهنمایی اساتید راهنما و مشاور طراحی و تدوین گشته است.

در پرسشنامه مذکور متناسب با دو مولفه دیپلماسی اقتصادی دولتی و غیر دولتی ۱۶ سوال طرح گردیده است. برای سنجش میزان صادرات غیرنفتی نیز متناسب با شاخص های ۵ گانه مرتبط با آن ۵ سوال در زمینه های فرش و صنایع دستی و سنتی، مواد معدنی، محصولات کشاورزی، کالاهای صنعتی، خدمات فنی و مهندسی تدوین شده است. در این تحقیق برای تجزیه و تحلیل داده ها از روشهای آماری توصیفی و استنباطی و تکنیک دلفی استفاده شده است.

یافته های تحقیق

فرضیه اول: بین دیپلماسی اقتصادی دولتی و صادرات غیرنفتی ارتباط معناداری وجود دارد. همانطور که در جدول زیر مشخص است، آماره آزمون دوربین-واتسون مذکور بین ۱/۵ تا ۲/۵ است. لذا امکان استفاده از آزمون رگرسیون برای فرضیه اول وجود دارد.

جدول ۱: خلاصه مدل رگرسیون برای آزمون فرضیه اول

ضریب تعیین	آماره دوربین-واتسون
۰/۹۰۷	۲,۳۸۲

با توجه به اینکه ضریب معناداری مدل کمتر از ۰/۰۵ است، مدل رگرسیون معنادار می باشد

جدول ۲: خلاصه جدول آنالیز واریانس برای رگرسیون فرضیه اول

درجه آزادی	آماره F	معناداری.
۱	۷۴۴/۴۲۳	۰/۰۰۰.

با توجه به ضریب معناداری در جدول زیر، می توان نتیجه گرفت که متغیر مستقل به طور معناداری بر متغیر وابسته تاثیر گذار است

جدول ۳: ضرایب مدل رگرسیون فرضیه اول

ضرایب استاندارد	آماره T	معناداری.
۰/۹۲۶	۲۸/۲۸۴	۰/۰۰۰

فرضیه دوم: بین مولفه‌های دیپلماسی اقتصادی غیر دولتی و صادرات غیرنفتی ارتباط معناداری وجود دارد. همانطور که در جدول زیر مشخص است، آماره دورین-واتسون بین ۱/۵ تا ۲/۵ است. لذا امکان استفاده از آزمون رگرسیون برای فرضیه دوم وجود دارد

جدول ۴: خلاصه مدل رگرسیون برای آزمون فرضیه دوم

ضریب تعیین	آماره دورین-واتسون
۰/۸۴۶	۱/۹۴۸

با توجه به اینکه ضریب معناداری مدل کمتر از ۰/۰۵ است، مدل رگرسیون معنادار می باشد

جدول ۵: خلاصه جدول آنالیز واریانس برای رگرسیون فرضیه دوم

درجه آزادی	آماره F	معناداری.
۱	۴۲۳/۹	۰/۰۰۰.

با توجه به ضریب معناداری در جدول زیر، می توان نتیجه گرفت که متغیر مستقل به طور معناداری بر متغیر وابسته تاثیر گذار است.

جدول ۶: ضرایب مدل رگرسیون فرضیه دوم

ضرایب استاندارد	آماره T	معناداری.
۰/۸۸۴	۲۰/۵۹	۰/۰۰۰

استفاده از آزمون دلفی فازی برای شناسایی مهمترین راهبرد های دیپلماسی اقتصادی از منظر صاحبان صادراتی کشور

به منظور دستیابی به اجماع در خصوص مهمترین راهبرد های دیپلماسی اقتصادی از نظرات خبرگان عضو کمیسیون توسعه صادرات اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران بهره گیری شده است. در این فرایند از تکنیک دلفی فازی استفاده شده است و در یک فرایند رفت و برگشت نظر ۱۲ نفر از اعضای این کمیسیون در خصوص راهبرد های موجود در ادبیات در زمینه دیپلماسی اقتصادی مورد بررسی قرار گرفته است. نتیج این نظرسنجی در جداول زیر آورده شده است.

جدول ۷: میانگین فازی و غیرفازی دیدگاه مشارکت کنندگان حاصل از نظرسنجی نخست

ردیف	راهبرد های دیپلماسی اقتصادی	میانگین فازی مثلثی	میانگین فازی زدایی شده
۱	تنش زدایی و همزیستی مسالمت آمیز-	(۰/۷۳، ۰/۹۱، ۰/۹۶)	۰/۷۴
۲	تقویت بخش خصوصی و زیرساختهای اقتصادی و آزادسازی اقتصادی-	(۰/۶۲، ۰/۷۹، ۰/۹۰)	۰/۶۵
۳	دستیابی به علم و تکنولوژی-	(۰/۲۲، ۰/۳۹، ۰/۵۶)	۰/۲۶
۴	حفظ یکپارچگی، حاکمیت، تمامیت ارضی و استقلال	(۰/۱۹، ۰/۳۵، ۰/۵۳)	۰/۲۳
۵	اجماع در سیاست خارجی پیشرفت محور	(۰/۷۵، ۰/۹۳، ۰/۹۷)	۰/۷۵
۶	بهبود تصویر کشور	(۰/۷۳، ۰/۹۱، ۰/۹۶)	۰/۷۴
۷	همگرایی با اقتصاد جهانی	(۰/۷۳، ۰/۹۱، ۰/۹۶)	۰/۷۴
۸	استفاده از موقعیت ژئوپلتیک کشور	(۰/۶۸، ۰/۸۷، ۰/۹۳)	۰/۶۷

جدول ۸: میانگین فازی و غیر فازی دیدگاه مشارکت کنندگان حاصل از نظرسنجی دوم

ردیف	راهبرد های دیپلماسی اقتصادی	میانگین فازی مثلثی	میانگین فازی زدایی شده
۱	تنش زدایی و همزیستی مسالمت آمیز-	(۰/۷۵، ۰/۹۳، ۰/۹۷)	۰/۷۵
۲	ویت بخش خصوصی و زیرساختهای اقتصادی و آزادسازی اقتصادی-	(۰/۶۵، ۰/۸۱، ۰/۹۲)	۰/۶۷
۳	دستیابی به علم و تکنولوژی-	(۰/۲۰، ۰/۳۷، ۰/۵۵)	۰/۲۴
۴	حفظ یکپارچگی، حاکمیت، تمامیت ارضی و استقلال	(۰/۲۰، ۰/۳۷، ۰/۵۵)	۰/۲۴
۵	اجماع در سیاست خارجی پیشرفت محور	(۰/۶۳، ۰/۷۹، ۰/۹۱)	۰/۷۸
۶	بهبود تصویر کشور	(۰/۷۵، ۰/۹۳، ۰/۹۷)	۰/۷۵
۷	همگرایی با اقتصاد جهانی	(۰/۷۵، ۰/۹۳، ۰/۹۷)	۰/۷۵
۸	استفاده از موقعیت ژئو پلتیک کشور	(۰/۷۶، ۰/۹۵، ۰/۹۸)	۰/۷۷

به منظور تصمیم گیری در خصوص ادامه یا توقف نظر سنجی از مشارکت کنندگان، لازم است تا اختلاف نظر

ایشان را در دو مرحله اندازه گیری نماییم. جدول زیر نتایج این تحلیل را نشان می دهد.

جدول ۹: اختلاف میانگین نظرات مشارکت کنندگان در دو نظر سنجی

یف	متغیر ها	مرحله اول	مرحله دوم	اختلاف
۱	تنش زدایی و همزیستی مسالمت آمیز-	۰/۷۴	۰/۷۵	۰/۰۱
۲	تقویت بخش خصوصی و زیرساختهای اقتصادی و آزادسازی اقتصادی	۰/۶۵	۰/۶۷	۰/۰۲
۳	دستیابی به علم و تکنولوژی-	۰/۲۶	۰/۲۴	۰/۰۲
۴	حفظ یکپارچگی، حاکمیت، تمامیت ارضی و استقلال	۰/۲۳	۰/۲۴	۰/۰۱
۵	اجماع در سیاست خارجی پیشرفت محور	۰/۷۵	۰/۷۸	۰/۰۳

۰/۱	۰/۷۵	۰/۷۴	بهبود تصویر کشور	۶
۰/۰۱	۰/۷۵	۰/۷۴	همگرایی با اقتصاد جهانی	۷
۰/۱	۰/۷۷	۰/۶۷	استفاده از موقعیت ژئوپلتیک کشور	۸

همان‌طور که از جدول مشخص است، اختلاف میانگین نظرات مشارکت‌کنندگان در دو مرحله کمتر از ۰/۱ است. لذا در این مرحله نظرسنجی متوقف می‌شود

نتایج تحقیق

این تحقیق با هدف بررسی ارتباط دیپلماسی اقتصادی و صادرات غیر نفتی و شناسایی بهترین راهبرد های مربوطه صورت پذیرفته است. بدین منظور ابتدا با مرور ادبیات و مدل های موجود در این حوزه تصویر جامعی از حوزه صادرات غیر نفتی و متغیرهای تاثیرگذار بر آن ایجاد گردید. در همین چارچوب مشخص گردید که در زمینه دیپلماسی اقتصادی که به زعم کارشناسان عامل بسیار مهمی در پیشبرد اهداف صادراتی کشور دارد، پژوهشی صورت نگرفته است.

لذا بر اساس ادبیات موجود، متغیر **دیپلماسی اقتصادی** در قالب دو متغیر **دیپلماسی اقتصادی دولتی** و **دیپلماسی غیر دولتی** مورد توجه قرار گرفت و مولفه های هر کدام شناسایی شد. مولفه ها در قالب یک پرسشنامه با ۲۱ سوال در اختیار اعضای جامعه آماری که از میان صادر کنندگان نمونه کشور طی برنامه پنجم اقتصادی بودند توزیع و مورد پرسش قرار گرفت.

در پژوهش حاضر با دو فرضیه اصلی روبرو بودیم که عبارتند از:

۱. دیپلماسی اقتصادی دولتی بر توسعه صادرات غیر نفتی موثر است.

همانطور که اشاره شد، ضریب رگرسیون این متغیر بیانگر تاثیر مثبت و معنادار بر صادرات غیر نفتی می باشد. به عبارتی از دیدگاه صادر کنندگان نمونه عملکرد دولت در حوزه دیپلماسی اقتصادی به منظور توسعه صادرات غیر نفتی کشور دارای اثر مثبت و قابل توجه خواهد بود. لذا فرضیه اول تحقیق مورد تایید قرار می گیرد.

ضریب معنی داری به دست آمده برای این متغیر مستقل در مدل، ۰/۹۱ و $Sig = 0$ می باشد. به عبارتی می توان عنوان نمود در بازه زمانی تعریف شده در تحقیق و به نظر صادر کنندگان نمونه کشور با اطمینان ۹۵ درصد، دیپلماسی اقتصادی دولتی بر توسعه صادرات غیر نفتی کشور تاثیر مثبت و معناداری دارد.

۲. دیپلماسی اقتصادی غیر دولتی بر توسعه صادرات غیرنفتی موثر است.

ضریب به دست آمده در مدل رگرسیونی نشان می دهد که این متغیر داری تاثیر مثبت اما غیر معنادار است. به عبارتی فرضیه دوم تحقیق مورد تایید قرار نمی گیرد.

ضریب به دست آمده برای این متغیر $0/88$ و دارای ضریب معناداری $Sig=0$ است. بدین معنا که دیپلماسی اقتصادی غیر دولتی بر صادرات غیر نفتی، تاثیر مثبت و معناداری دارد.

سپس بر اساس ادبیات موجود راهبرد های ارتقاء سطح دیپلماسی اقتصادی با نگاه صادرات گرایانه در اختیار خبرگان بخش صادرات کشور قرار گرفت. ایشان با اجماع بر این راهبرد ها با استفاده از تکنیک دلفی فازی، ۴ راهبرد زیر را نسبت به دیگر راهبرد ها مهمتر ارزیابی نمودند:

- اجماع در سیاست خارجی پیشرفت محور
- استفاده از موقعیت ژئوپلیتیک کشور
- تنش زدایی و همزیستی مسالمت آمیز
- بهبود تصویر کشور

فهرست منابع

- ۱- پاکروان، پاکروان، مهرابی بشرآبادی، گیلانپور (۱۳۹۰). بررسی عوامل موثر بر عرضه و تقاضای صادرات محصولات کشاورزی ایران، پژوهش های اقتصاد و توسعه کشاورزی، شماره ۴، صص ۲۵-۴۳
- ۲- تقسیمی، جمشید و جوزدانی، ندا (۱۳۹۰). تعیین کننده های کلان اقتصادی صادرات خدمات فنی و مهندسی، اتاق بازرگانی اصفهان.
- ۳- حافظ نیا، محمدرضا، ۱۳۸۵، مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، انتشارات سمت.
- ۴- حسینی، میرزا حسن، (۱۳۸۶) مدیریت صادرات و واردات، مرکز چاپ و انتشار پیام نور، تهران
- ۵- علوی راد، علی، ۱۳۸۱، بررسی ساختار صادراتی ایران طی دو دهه گذشته، مجله تعاون، شماره ۱۳۷، صص ۳۸-۴۳.

۶- ولی بیگی، حسن (۱۳۸۵)؛ اولویت بندی بازارهای هدف صادراتی و موانع حضور در آن ها مطالعه موردی: منتخبی از محصولات صادراتی مواد غذایی، پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۴۱، صص ۹۰-۵۳.

۱- Gnizy, et al., (۲۰۱۶) The empirical link between export dispersion and export performance: A contingency-based approach, *International Business Review*

۲- Kostecki, Michel and Oliver Naray (۲۰۰۷), "Commercial Diplomacy and International Business", Netherlands Institute of International Relations "Clingendael", Discussion Paper.

۳- Majeed, M. T., & Ahmad, E. (۲۰۰۶). "Determinants of Exports in Developing Countries", *The Pakistan Development Review*, ۴۵(۴), pp. ۱۲۶۵-۱۲۷۶.

۴- Majeed, M. T., & Ahmad, E. (۲۰۰۶). "Determinants of Exports in Developing Countries", *The Pakistan Development Review*, ۴۵(۴), pp. ۱۲۶۵-۱۲۷۶.

۵- Pakravan, M. R., Mehrabi Boshraadi, H., Gilanpour, O. (۲۰۱۱). Estimating Supply and Demand Function of Iran's Agricultural Products Export. *Journal of Economics and Agriculture Development*, ۲۴(۴), ۴۷۱-۴۷۸.

۶- Papadogonas, T., Mylonakis, J., & Georgopoulos, D. (۲۰۰۷). "Energy Consumption and Firm Characteristics in the Hellenic Manufacturing Sector", *International journal of energy technology and policy* . ۵(۱), pp. ۸۹-۹۶.

۷- Pezeshki Rad, G. & Feli, S. (۲۰۱۰). Challenges and Practical Guidance for Saffron's Processing, Marketing and Export: Application of Delphi Technique. *Agricultural Economics: Journal of Agricultural Economics (Economics and Agriculture Journal)*, ۴(۱), ۱۳۷-۱۵۷.

۸- Saner, Raymond and Lichia Yiu (۲۰۰۳), "International Economic Diplomacy: Mutations in Post Modern Times", Discussion Papers in Diplomacy Netherlands Institute of International Relations "Clingendael", Discussion Paper No. ۸۴, January www.clingendael.nl/cli/publ/diplomacy/pdf.