

# شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر توسعه صادرات محصولات استراتژیک کشاورزی (مطالعه موردی: محصول کشمش)

نویسنده:

سهراب رحمانی

رشته مدیریت کارآفرینی بین‌الملل مقطع دکترا (ph.d)



[www.katibenovin.ir](http://www.katibenovin.ir)



|                     |   |                                                                                                                             |
|---------------------|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| سرشناسه             | : | رحمانی، سهراب، ۱۳۴۸                                                                                                         |
| عنوان و نام پدیدآور | : | شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر توسعه صادرات محصولات استراتژیک کشاورزی (مطالعه موردی: محصول کشمش) / نویسنده سهراب رحمانی. |
| مشخصات نشر          | : | شیراز: کتیبه نوین، ۱۳۹۶.                                                                                                    |
| مشخصات ظاهری        | : | ۱۸۶ ص.                                                                                                                      |
| شابک                | : | 978-600-8813-01-9                                                                                                           |
| وضعیت فهرست نویسی   | : | فیا                                                                                                                         |
| موضوع               | : | کشمش -- ایران -- صنعت و تجارت                                                                                               |
| موضوع               | : | Raisin industry -- Iran                                                                                                     |
| موضوع               | : | صادرات و واردات -- ایران -- توسعه و ترویج                                                                                   |
| موضوع               | : | Foreign trade promotion -- Iran                                                                                             |
| رده بندی کنگره      | : | ۳۹۶ ش ۳/۳ SB۳۹۹                                                                                                             |
| رده بندی دیویی      | : | ۳۴۱                                                                                                                         |
| شماره کتابشناسی ملی | : | ۴۷۳۳۳۴۷                                                                                                                     |

|                                |                                                                                                     |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| عنوان کتاب:                    | شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر توسعه صادرات محصولات استراتژیک کشاورزی (مطالعه موردی: محصول کشمش) |
| نویسنده:                       | سهراب رحمانی                                                                                        |
| ناشر:                          | کتیبه نوین                                                                                          |
| نوبت چاپ:                      | اول ۱۳۹۶                                                                                            |
| شابک:                          | ۹۷۸-۶۰۰-۸۸۱۳-۰۱-۹                                                                                   |
| شمارگان:                       | ۱۰۰۰ جلد                                                                                            |
| ویراستار، صفحه آرا و طراح جلد: | علی داودی                                                                                           |
| چاپ و صحافی:                   | چاپ گاندی                                                                                           |
| قیمت:                          | ۱۵۰۰۰ تومان                                                                                         |

(کلیه حقوق برای انتشارات کتیبه نوین محفوظ است)

## پیشگفتار

صادرات کالاهای غیرنفتی در فعالیتهای اقتصادی اهمیت ویژه‌ای داشته و اثر آن بر اقتصاد و رشد نسبی انکارناپذیر است. لذا، تکیه بر توسعه و گسترش صادرات بخش کشاورزی می‌تواند زمینه مناسبی را برای حضور ایران در بازارهای جهانی در امر صادرات کالاهای غیرنفتی فراهم آورد. هدف اصلی کتاب حاضر «شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه صادرات محصولات استراتژیک کشاورزی با استفاده از رویکرد MCDM فازی» است. لذا برای دستیابی به این اهداف، عوامل استراتژیک، بازاریابی، توسعه‌ای، آموزشی و عوامل تسهیل‌کننده که بر توسعه صادرات بخش کشور مؤثر بودند، شناسایی شدند.

ابزار اصلی تحقیق پرسشنامه‌ای در پنج بخش بود که توسط نویسنده تدوین شد. برای تعیین پایایی ابزار از روش «ی آلفای کرونباخ» و دو نیمه کردن گاتمن استفاده شد. داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از نرم‌افزار To sis، رگرشن و تحلیل گردید.

نتایج نشان داد که معیار استراتژیک، مهم‌ترین عامل در توسعه صادرات کشمش می‌باشد. همچنین آموزش کشاورزان، بررسی واردات روغن استرالیایی و هدفمند کردن جایزه صادراتی اولویتهای برتر و توسعه ناوگان حمل و نقل با رویکرد استراتژی و طراحی و ساخت انبارهای مدرن آخرین رتبه‌ها را در رتبه‌بندی شاخص‌های توسعه صادرات کشمش به خود اختصاص دادند.

## فهرست مطالب

| عنوان                                       | صفحه |
|---------------------------------------------|------|
| فصل اول: مقدمه‌ای بر کتاب.....              | ۱۷   |
| مقدمه.....                                  | ۱۹   |
| مسئله مورد بررسی کتاب.....                  | ۲۰   |
| اهمیت و ضرورت کتاب.....                     | ۲۱   |
| اهداف.....                                  | ۲۴   |
| سوالات.....                                 | ۲۴   |
| ابزارهای گردآوری اطلاعات.....               | ۲۵   |
| روش تجزیه و تحلیل داده‌ها.....              | ۲۵   |
| روایی و پایایی.....                         | ۲۶   |
| ساختار کتاب.....                            | ۲۷   |
| تعریف واژه‌ها و اصطلاحات فنی و تخصصی.....   | ۲۸   |
| الف) تعاریف مفهومی.....                     | ۲۸   |
| ب) تعاریف عملیاتی.....                      | ۲۸   |
| فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه کتاب.....      | ۳۱   |
| مقدمه.....                                  | ۳۳   |
| تاریخچه و گفتارهای مرتبط با پژوهش کتاب..... | ۳۴   |
| تاریخچه صادرات.....                         | ۳۴   |
| تعریف صادرات.....                           | ۳۸   |
| شرایط صادرات.....                           | ۳۸   |
| اصول و قواعد صادرات.....                    | ۳۸   |
| مبانی اجتماعی بازاریابی.....                | ۴۰   |

|    |                                                                 |
|----|-----------------------------------------------------------------|
| ۴۰ | تعریف بازاریابی                                                 |
| ۴۲ | مبادله                                                          |
| ۴۲ | معامله                                                          |
| ۴۲ | بازار                                                           |
| ۴۲ | مدیریت بازاریابی                                                |
| ۴۳ | فلسفه مدیریت بازاریابی                                          |
| ۴۳ | مفهوم تبادل                                                     |
| ۴۳ | مفهوم کار                                                       |
| ۴۳ | مفهوم فروش                                                      |
| ۴۴ | مفهوم بازاریابی                                                 |
| ۴۴ | مفهوم بازاریابی اجتماعی                                         |
| ۴۴ | اهداف نظام بازاریابی                                            |
| ۴۴ | به حداکثر رساندن رضایت مشتری                                    |
| ۴۵ | به حداکثر رساندن حق انتخاب                                      |
| ۴۵ | به حداکثر رساندن کیفیت زندگی                                    |
| ۴۶ | نقش اطلاع‌رسانی در صادرات                                       |
| ۴۸ | موانع پیش روی صادرات غیرنفتی                                    |
| ۵۲ | شناسایی بازار هدف                                               |
| ۵۵ | نقش توسعه صادرات در رشد و توسعه اقتصاد                          |
| ۵۶ | ضرورت توسعه صادرات محصولات استراتژیک                            |
| ۵۸ | راهکارها و برنامه‌ریزی توسعه صادرات غیرنفتی و محصولات استراتژیک |
| ۵۹ | چالش‌های توسعه صادرات غیرنفتی و محصولات استراتژیک در ایران      |
| ۶۱ | سیاست‌های بازرگانی                                              |
| ۶۲ | سیاست جانشینی واردات                                            |
| ۶۲ | سیاست توسعه صادرات                                              |

|     |                                                                                  |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------|
| ۶۳  | محرك‌ها و برانگيزاننده‌هاى صادرات                                                |
| ۶۵  | موانع، مشكلات و محدوديت‌هاى صادرات                                               |
| ۷۰  | عملکرد صادراتى                                                                   |
| ۷۰  | متغيرهاى مربوط به عملکرد صادراتى                                                 |
| ۷۱  | متغيرهاى مربوط به شرکت                                                           |
| ۷۲  | مدل‌هاى مربوط به عملکرد صادراتى                                                  |
| ۷۴  | ارائه چارچوب جامع بسترسازى توسعه صادرات                                          |
| ۷۶  | جايگاه كشاورى در صادرات غيرنفتى                                                  |
| ۷۷  | صادرات در چرخه اقتصاد كشور                                                       |
| ۷۸  | كسرى تراز تجارى                                                                  |
| ۷۹  | رويکرد ورود به بازارهاى جهانى                                                    |
| ۷۹  | موانع دستيابى به بازارهاى جهانى                                                  |
| ۸۰  | سناريوى خصوصى‌سازى                                                               |
| ۸۱  | بررسى بازار داخلى - خارجى كشمش                                                   |
| ۸۵  | ارقام انگور ايران                                                                |
| ۸۸  | وضعيت سطح زير كشت و توليد انگور در جهان و ايران                                  |
| ۸۹  | بررسى روند صادرات محصول كشمش در ۹ كشور عمده صادركننده                            |
| ۹۲  | كشمش و فوايد آن                                                                  |
| ۹۴  | ميزان توليد كشمش و محاسبه سهم صادرات از توليد محصول در كشور طى سال‌هاى ۱۳۸۲-۱۳۷۳ |
| ۹۶  | ميزان نسبي صادرات كشمش ايران                                                     |
| ۱۰۳ | دسته‌بندى عوامل مهم در صادرات كشمش                                               |
| ۱۰۵ | رقابت در بازار بين‌المللى كشمش                                                   |
| ۱۰۷ | كانال‌هاى بازررسانى انگور و كشمش در استان قزوین                                  |
| ۱۰۹ | واكاوى ادبيات پژوهش در ايران                                                     |

|          |                                                                 |
|----------|-----------------------------------------------------------------|
| ۱۱۳..... | واکاوی پژوهش در سایر کشورها.....                                |
| ۱۱۵..... | چارچوب نظری و مدل.....                                          |
| ۱۱۶..... | فواید چارچوب نظری.....                                          |
| ۱۱۹..... | فصل سوم: روش اجرا.....                                          |
| ۱۲۱..... | مقدمه.....                                                      |
| ۱۲۱..... | روش تحقیق.....                                                  |
| ۱۲۲..... | متغیرها.....                                                    |
| ۱۲۳..... | جامعه آماری.....                                                |
| ۱۲۳..... | ابزار جمع‌آوری اطلاعات.....                                     |
| ۱۲۴..... | مقیاس و طیف اندازه‌گیری.....                                    |
| ۱۲۵..... | روایی یا اعتبار ابزار اندازه‌گیری.....                          |
| ۱۲۷..... | پایایی یا اعتماد ابزار اندازه‌گیری.....                         |
| ۱۳۱..... | روش تجزیه و تحلیل داده‌ها.....                                  |
| ۱۳۱..... | تکنیک تحلیل سلسله مراتبی فازی.....                              |
| ۱۳۲..... | الگوریتم استفاده از AHP.....                                    |
| ۱۳۶..... | اولویت‌بندی معیارها با تکنیک AHP فازی.....                      |
| ۱۴۱..... | فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها.....                           |
| ۱۴۳..... | مقدمه.....                                                      |
| ۱۴۳..... | شناسایی شاخص‌های نهائی.....                                     |
| ۱۴۶..... | تعیین اولویت عوامل توسعه صادرات.....                            |
| ۱۴۷..... | تعیین اولویت عوامل توسعه صادرات براساس هدف.....                 |
| ۱۵۲..... | تعیین اولویت زیرمعیارها.....                                    |
| ۱۶۰..... | تعیین اولویت نهائی عوامل توسعه صادرات با تکنیک FAHP.....        |
| ۱۶۳..... | اولویت‌بندی گزینه‌های فرایند توسعه صادرات با تکنیک FTOPSIS..... |

فصل پنجم: مروری بر نتایج و ارائه پیشنهادها..... ۱۷۱

مقدمه..... ۱۷۳

بحث در پاسخ به سؤالات..... ۱۷۳

کاربرد..... ۱۷۷

پیشنهادهای کاربردی و مدیریتی..... ۱۷۷

پیشنهادهای برای تحقیقات آینده..... ۱۷۹

منابع..... ۱۸۱

www.ketab.ir