

عنوان مقاله:

پرتقال ایران در کدام بازارهای هدف صادراتی فرستاده شود؟

محل انتشار:

اولین کنگره ملی توسعه و ترویج مهندسی کشاورزی و علوم خاک ایران (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

سیدمجتبی مجاوریان - دانشیار گروه اقتصاد کشاورزی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری

مهرداد خندکار - دانشجوی کارشناسی ارشد گروه اقتصاد کشاورزی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری

سیدعلی حسینی یکانی - استادیار دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری

خلاصه مقاله:

شناسایی بازار هدف گامی موثر در جهت تحقق جهش صادراتی و رساندن صادرات غیر نفتی کشور به جایگاه شایسته خود و ساماندهی منطقی، بهینه و هدف دار تخصیص بهینه منابع در داخل کشور است. پرتقال از جمله مرکبات مهم در دنیا محسوب میشود. آمریکا و برزیل و چین بزرگترین تولید کنندگان پرتقال در دنیا میباشند. ایران از این حیث با تولید 2/2 میلیون تن پرتقال در رتبه هفتم دنیا قرار دارد. در این مطالعه به دنبال اولویت بندی بازار هدف صادراتی پرتقال میباشیم. در اینجا 10 کشور اول وارد کننده پرتقال در دنیا را براساس آمار FAO تعیین کردیم و سپس با روش تاکسونومی عددی و با استفاده از شاخص مد نظر که دوره زمانی آن طی سالهای 1997 تا 2011 بود به اولویت بندی بازار هدف صادراتی پرتقال پرداختیم. کشورهای آلمان، فرانسه، هلند، روسیه، بلژیک، انگلستان، هنگکنگ، کانادا، عربستان و ژاپن به ترتیب 10 کشور اول وارد کننده پرتقال در دنیا میباشند. بعد از انجام تحلیل تاکسونومی عددی تعیین شد به ترتیب کشورهای هلند، انگلستان، آلمان، فرانسه، بلژیک، ژاپن، هنگ کنگ، کانادا، روسیه و عربستان بهترین بازار هدف صادراتی پرتقال را دارا میباشند. در حال حاضر سهم این کشورها در مقصد صادرات پرتقال ایران بین 0 تا 6 درصد میباشد

کلمات کلیدی:

ایران- بازار هدف صادراتی-پرتقال-تحلیل تاکسونومی عددی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/471732>

