

عنوان مقاله:

شناسایی و اولویتبندی بازارهای هدف خرمای صادراتی ایران با استفاده از رویکرد Taxonomy

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی ابزار و تکنیکهای مدیریت (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

سیدحجت بزاززاده - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور کرج ایران

محمد محمودی میمند - دانشیار دانشگاه پیام نور تهران ایران

خلاصه مقاله:

امروزه به جهت وسعت بازارهای جهانی و وجود برخی تفاوت‌های عمده‌ی اجتماعی و اقتصادی در بین کشورها و گروه‌های مختلف مصرف‌کننده، به کارگیری یک روش اصولی در راستای شناسایی و اولویتبندی بازارهای هدف صادراتی از جمله الزامات دستیابی به جهش صادراتی محسوب میگردد. خرمای یکی از مهمترین اقلام صادراتی غیرنفتی ایران است که صادرات آن قدمت طولانی دارد. ایران از نظر صادرات خرما همواره جز پنج کشور اول صادرکننده این محصول در سطح جهان بوده است. هدف از این پژوهش، معرفی مناسبترین بازارهای هدف بالقوه جهت صادرات خرمای تولیدی ایران است، تا از این راه درآمد صادراتی مستمری از محل صادرات این محصول عاید کشور گردد. در این تحقیق طبق آمار و نقشه‌های FAO در بازه زمانی 5002 الی 5022، ابتدا تمامی کشورهای کهنیاز متناسب به محصول دارند انتخاب گردیدند و سپس بر اساس اطلاعات و آمار بدست آمده با استفاده از روش Taxonomy، که یکی از تکنیکهای تصمیمگیری چند معیاره (MCDM) است، مقایسه شد. بر اساس نتایج بدست‌آمده به ترتیب کشورهای مراکش، هند، یمن، اندونزی، اردن، آمریکا، روسیه، مالزی، امارات متحده عربی، فرانسه، کانادا، استرالیا و ... مناسبترین بازارهای هدف صادراتی خرما خواهند بود.

کلمات کلیدی:

اولویتبندی، خرما، Taxonomy

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/477072>

