

عنوان مقاله:

طراحی مدل توسعه صادرات محصولات کشاورزی با رویکرد سیستم های پویا (مورد مطالعه: توسعه صادرات خرما)

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و اقتصاد (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

حامد فلاح تفتی - عضو هیات علمی دانشگاه علم و هنر یزد

میرمحمد اسعدی - استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه علم و هنر یزد

سعیده رشیدی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

ایران یکی از بزرگ ترین صادرکنندگان این محصول در سطح جهانی است و سهم قابل ملاحظه ای از تولید، مقدار و ارزش صادرات جهانی به ایران اختصاص دارد. در نتیجه سیاست گذاران و برنامه ریزان می توانند با اتخاذ سیاست ها و تصمیم گیری های مناسب در زمینه صادرات خرما در زمینه صادرات خرما زمینه گسترش تجارت جهانی این محصول را فراهم آورند. سیاست گذاری مناسب برای بهبود جایگاه صادرات خرما در عرصه جهانی مستلزم داشتن اطلاعات و تحقیقات واقع بینانه و کاربردی است. در این رابطه شناخت کافی بازارهای هدف، درجه تمرکز، رفتار رقبا و موانع ورود به این بازارها برای صادرکنندگان یک ضرورت اجتناب ناپذیر است. در این رابطه بازیگران بازارهای جهانی (صادرکنندگان) درصددند با دستیابی به اطلاعات کافی و شناخت بازار و ساختار آن و تعیین درجه رقابت بین رقبا، سیاست های قیمتی و غیر قیمتی خود را طوری تدوین و طراحی کنند تا بتوانند منافع خود را حداکثر نمایند. ایران نیز به عنوان یک کشور با پتانسیل های فراوان در تولید و صادرات محصول و فرآورده های خرما بایستی با اتخاذ استراتژی های صحیح صادراتی جایگاه خود را به عنوان کشور مسلط در عرصه صادرات این محصول ارتقاء بخشد. این پژوهش، با بهره گیری و تلفیق عوامل موثر بر صادرات خرما، در چارچوب سیستم های پویا، مدلی را برای توسعه صادرات محصولات کشاورزی ارائه نموده است. برای انجام این تحقیق، پس از مرور بر ادبیات کافی و مناسب به جمع آوری اطلاعات لازم در مورد پروژه ها و شناسایی عوامل موثر و تجزیه و تحلیل آن ها، ارتباط بین عوامل و متغیرها در قالب نمودار علی حلقوی مشخص شده و سپس با استفاده از نرم افزار Vensim نمودار جریان و سپس شبیه سازی و اعتبار سنجی شد. به منظور شناخت وضعیت کلی میزان صادرات خرما تعداد 40 پرسشنامه بین تولید کنندگان، صادر کنندگان، واسطه ها و کارشناسان خرما توزیع شد. در آخر با طرح سناریوسازی و تحلیل نتایج پیشنهادها کاربردی برای اتخاذ تصمیمات مناسب در توسعه صادرات خرما ارائه گردید. نتایج نشان می دهد که به طور کلی مشکل اصلی خرما محدود به بسته بندی، فرآوری و تبدیل و پایین بودن قیمت صادراتی آن درمقایسه با خرمای سایر کشورها نیست، بلکه نداشتن یک برنامه جامع و مدرن صادراتی، چالش اصلی در تولید و صادرات خرما است. به نظر می رسد تنها راه حفظ جایگاه تولید و صادرات خرمای ایرانی، توجه به اجزای حلقه تولید تا صادرات نظیر تولید کیفی، آموزش و ترویج، بسته بندی، صنایع تبدیلی و فرآوری، بازاریابی، مصرف داخلی و صادرات است. وجود یک تشکل منسجم، قوی و تخصصی برای خرمای کشور که درتصمیم سازی های مربوط به محصول نقش داشته باشد، الزامی است.

کلمات کلیدی:

محصولات کشاورزی، توسعه صادرات، سیستم های پویا، سناریو سازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/597120>



