

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش
این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید

یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹ Asemankafinet.ir

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

موضوع :

صادرات ایران ، موانع و مشکلات

تهیه و تنظیم :

www.asebankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش
این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید

Asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

فهرست مطالب

۴	مقدمه :
۵	نکات کلیدی :
۵	تعریف صادرات :
۵	شرایط صادرات :
۶	اصول و قواعد صادرات
۶	حرفه ای های بازار پنج ویژگی دارند :
۸	بطور کلی می توان گفت
۸	نقش اطلاع رسانی در صادرات
۹	صادرات و اهمیت آن
۱۱	توسعه اقتصادی کشور با توجه به استراتژیهای توسعه صادرات و جایگزینی واردات
۱۳	• ویژگیهای سیاست جایگزینی واردات در مقایسه با توسعه صادرات
۱۴	• مشکلات سیاست جایگزینی واردات
۱۵	حجم مبادلات تجاری ایران در سال ۱۳۹۲ :
۱۵	* صادرات حیوانات زنده و محصولات حیوانی
۱۵	* محصولات نباتی
۱۶	* صنایع غذایی

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش
این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید**

Asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

- ۱۶ * محصولات معدنی
- ۱۶ * محصولات صنایع شیمیایی
- ۱۶ * مواد پلاستیکی و اشیاء ساخته شده از این مواد
- ۱۶ * مواد نساجی و مصنوعات از این مواد
- ۱۷ * مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان و سرامیک
- ۱۷ * فلزات معمولی و مصنوعات آنها
- ۱۷ * وسایط نقلیه زمینی، هوایی و آبی
- ۱۷ * ماشین آلات و ادوات مکانیکی، ادوات برقی و تلویزیون
- ۱۷ نکته :
- ۱۸ مشکلات و موانع صادرات غیرنفتی در ایران
- ۱۸ مشکلات داخلی
- ۱۸ مشکلات بین المللی
- ۱۸ مشکلات صادرات کالاهای ایرانی
- ۱۹ چه سیاستی را برای آینده برگزینیم؟ توسعه صادرات یا جایگزینی واردات
- ۲۰ • بازاریابی صادرات
- ۲۱ نتیجه گیری و ارائه پیشنهاد :
- ۲۳ منابع :

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش
این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید**

یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

Asemankafinet.ir

مقدمه :

در برنامه سوم و چهارم ، صادرات به عنوان یک عنصر موثر و کلیدی در توسعه اقتصادی کشور محسوب شده است و بر آمادگی زیرساختهای فرهنگی و اجتماعی جهت بکارگیری استراتژی های صادراتی تأکید گردیده است .

توسعه صادرات و ورود صحیح به بازارهای جهانی و حفظ شرایط ماندگاری در آن حاصل نمی شود مگر با ایجاد یک راهبرد مشخص و پایدار صادراتی که بصورت قانون غیر قابل تغییر درآمده و هر کدام از دستگاههای اجرایی مرتبط با امر صادرات و همچنین اتحادیه ها

و تشکلهای صادراتی و سازمانهای خدمات رسانی تجاری از قبیل بانکها ، بیمه ، حمل و

نقل و . . . به وظایف خود به خوبی عمل نمایند و در جامعه نیز آمادگی فرهنگی تولید بهترین کالا برای صادرات بوجود آید .

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش
این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید**

Asemankafinet.ir **یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹**

در این گزارش بطور مختصر و مفید به مفهوم صادرات و بازاریابی می پردازیم با این

شعار که :

« در دنیای آینده ، بازاریابی جهانی و جهان بازاری شدن ملاک عمل قرار می گیرد . »

نکات کلیدی :

صادرات - بازاریابی - وضعیت صادرات ایران

تعریف صادرات :

صادرات عبارتست از ارتباط و کارکردن با بازارهای حرفه ای و حرفه ای های بازار در آن سوی مرزها .

صادرات نقطه آغاز ارتباط برقرار کردن با دیگران است . صادرات برای رشد و توسعه اقتصادی کشور است که

از فروش تولیدات یا خدمات به کشورهای دیگر برای کسب

درآمد ارزی حاصل می شود و در برقراری موازنه تجاری و ایجاد تعادل اقتصادی کمک شایانی می نماید .

شرایط صادرات :

۱. اولین شرط صادرات ، تسلط بر مهارتهای ارتباطی با انسانها و گروههای خارجی است .

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش
این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید**

Asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

۲. دومین شرط صادرات کار کردن است - کار به مفهوم جهانی یعنی هدف گرا کار کردن .

۳. سومین شرط صادرات ، پیکار نمودن در میدان رقابت است .

۴. چهارمین شرط صادرات ، پشتکار داشتن در امر صادرات است .

اصول و قواعد صادرات

یکی از قواعد و مقررات صادرات شناخت اصول و ضوابط حرفه ای و بین المللی بازار است .

بازار سه اصل دارد :

۱. هیچ چیز ثابت نیست .

۲. هیچ کس کامل نیست .

۳. هیچ چیز مطلق نیست .

حرفه ای های بازار پنج ویژگی دارند :

۱. تخصص داشتن علمی ، اخلاقی ، رفتاری و کاری در امر صادرات

۲. تعهد داشتن به صادرات

۳. تعلق داشتن به صادرات

۴. تداوم داشتن در امر صادرات

۵. تحول داشتن در امر صادرات

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش
این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید**

Asemankafinet.ir **یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹**

صادرات نیازمند حرفه ای شدن است چون کل صادرات شکارگاهی است که به قدرت فرصتهایی بدست می آید برای شکار ، در بازارهای جهانی فرصتها به ندرت بدست می آید و به سرعت از بین می رود .

صادرات یعنی بازاریابی فرامرزی یعنی حرکت در آنسوی مرزهای ملی که از نظر فرهنگی ، اقتصادی ، سیاسی ، اجتماعی و اقلیمی با ما فرق دارند و لذا شیوه های برخورد ما هم باید متناسب با آن باشد .

اصول بازاریابی در تمام دنیا یکی است ولی شرایط محیطی و فرهنگی فرق دارد بنابراین در بازاریابی جهانی نکات زیر را باید مورد توجه قرار داد :

۱. تلاش برای متمایز ساختن محصول و شرکت
۲. تولیدات انعطاف پذیر به جای تولیدات انبوه
۳. سرعت و نوآوری در ارائه خدمات بهتر و بیشتر
۴. بازار گرایی و توجه به نیازها و خواسته های روز بازار
۵. تلاش برای ایجاد ارزش افزوده بیشتر نسبت به سایر محصولات رقبا
۶. توجه به تشکل گرایی و هم گرایی در بازار
۷. ارتباط نزدیک و دائمی با توزیع کنندگان و مشتریان
۸. توجه به تحقیق و بررسی بازار به شکل های مختلف
۹. حضور هدفمند در نمایشگاهها و انجام تبلیغات هدفمند

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش
این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید**

Asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

۱۰. توجه به خدمات فراگیر (خدمات قبل از فروش ، خدمات در جریان فروش و خدمات بعد از فروش)

۱۱. مطالعه جدی در مورد بهره وری و مدیریت کیفیت و استانداردهای بین المللی

۱۲. آشنایی و استفاده از تکنیک های مدرن فروش از جمله E-Commerce

۱۳. استفاده از قدرت روابط عمومی خود برای ایجاد ارتباط با مقامات و تصمیم گیرندگان و هسته های

قدرت

۱۴. حساس شدن به عوامل محیطی و برون سازمانی

۱۵. مدیریت و واکنش سریع در مقابل عملکرد رقبا

بطور کلی می توان گفت :

صادرات یک سیستم است با اجزاء مختلف و همه اجزاء بایستی با هم فعالیت کنند تا سیستم بخوبی کار کند

نقش اطلاع رسانی در صادرات

در سیستم اطلاع رسانی مهمترین ویژگی اینست که موقعیت هر کس را در بازار شناخت و الگوبرداری کرد و

نوآوری نمود و الگوی جدید ارائه داد .

یک سیستم اطلاع رسانی در صادرات و بازاریابی بایستی علائم زیر را دارا باشد .

جذابیت ظاهری (Attention)

علاقه های مشتری (Interests)

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش
این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید**

یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹ Asemankafinet.ir

کشش و جاذبه ایجاد کردن (Desire)

انجام فروش کالا (Action)

رضایت مشتری (Satisfaction)

فردی در سیستم اطلاع رسانی موفق است که یاد بگیرد هر چیزی را لازم است دریافت کند و خوب پردازش دهد و خوب در اختیار متقاضیان قرار دهد

در مورد اطلاع رسانی می توان گفت ۲۰ درصد از اطلاعات ما هشتاد درصد نقش را در فعالیتهای ما خواهد داشت و بنابراین بایستی رفت و این ۲۰ درصد اطلاعات کلیدی را بدست آورد که شامل تجزیه و تحلیل رقبا ، تجزیه و تحلیل شرکت ، تجزیه و تحلیل محیط و تجزیه و تحلیل بازار می باشد .

صادرات و اهمیت آن

تنوع نیازهای انسان و منابع اقتصادی و پراکندگی آنها در جهان امروز به حدی است که مبادله کالا و خدمات از کشور دیگر را اجتناب ناپذیر ساخته است. امروزه ثابت شده که رشد اقتصادی کشورها به دلایلی چند با رشد صادرات آنها ارتباط مستقیم دارد. مهمترین دلیل اینست که صادرات جزئی از تقاضای کل جامعه محسوب می شود و اثر تکاثری و مستقیم روی تولید داخل دارد. اثر تکاثری شامل تاثیراتی است که رشد سریعتری بر روی سرمایه گذاری اعمال می نماید. مکانیزم اصل شتاب توسعه سریع صادرات، کمک می کند که محدودیت ارزش بر روی رشد اقتصادی که مشکل کشورهای در حال توسعه در دوره پس از جنگ بوده برداشته شود.

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش
این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید**

Asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

اهمیت روز افزون تجارت خارجی در رشد و توسعه اقتصادی کشورها به حدی است که بعضی از اقتصاد دانان از آن به عنوان موتور توسعه و رشد اقتصادی یاد می کنند. به عقیده این گروه از اقتصاددانان ، رشد صادرات ، بالخص صادرات مواد غذایی کشورها حداقل از دو طریق می تواند به توسعه و رشد اقتصادی آنها مدد برساند. افزایش صادرات اثر مستقیم بر درآمدهای ارزی کشورها داشته و از این طریق با تامین منابع ارزی کشورها امکان سرمایه گذاری های لازم جهت قرار گرفتن اقتصاد در مسیر رشد و توسعه را فراهم می سازد. از طرف دیگر توسعه صادرات امکان استفاده از امکانات بازارهای جهانی برای رشد تولیدات داخلی را مهیا کرده و از این طریق واحدها و بنگاههای تولیدی را قادر می سازد تا از محدودیت های بازار داخلی رهایی یافته و با توسعه مقیاس تولید به منظور صادرات بیشتر به بازارهای خارجی علاوه بر کسب درآمدهای ارزی از صرفه های اقتصادی حاصل از مقیاس تولید نیز بهره کافی ببرند.

رشد صادرات سریعاً "منابع تولیدی را از بخشهای کم بازده به بخشهای پر بازده انتقال داده و استفاده بهتر از صرفه جویی های ناشی از مقیاس را امکان پذیر می سازد. در کل رشد صادرات بنا بر ۳ دلیل به رشد بهره وری می انجامد.

(۱) در جریان انتقال به یک اقتصاد بازتر منابع از بخشهای غیر رقابتی درونگرا به بخشهای پربازده برونگرا انتقال می یابد.

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش
این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید**

Asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

۲) فعالیتهای صادراتی عمدتاً دارای بازده بیشتری می باشد به این دلیل که فشارهای ثابت موجود در بازارهای جهانی آنها را وادار می سازد که همواره توام با تحولات تکنیکهای جهانی، نزدیک به آن، مشغول شوند.

۳) صادرات بر روی سایر فعالیتهای اقتصادی تاثیر مثبت دارد چراکه در انتقال تکنولوژی به بخشهای تولید داخل، ابزار موثری به شمار می رود. (گوهریان، ۱۳۸۴)

لذا با توجه به نقش صادرات در توسعه اقتصادی کشور، توجه به استراتژیهای توسعه صادرات و جایگزینی واردات ضروری است.

توسعه اقتصادی کشور با توجه به استراتژیهای توسعه صادرات و جایگزینی واردات

با توجه به اینکه کشور ما در ابتدای صنعتی شدن است بحث سیاستهای جایگزینی واردات و توسعه صادرات در زمینه صنایع غذایی اهمیت بیشتری پیدا می کند. در اینجا سعی می شود پس از معرفی اجمالی آنها، برخی از ویژگیهای آنان بررسی گردد و سپس به نکته هایی که در اجرای هر یک از این دو سیاست باید مورد توجه قرار گیرد اشاره می شود.

سیاستهای توسعه صادرات از نظر کیندل برگر عبارتست از: سیاست توسعه و گسترش فعالیتهای تولیدی بر مبنای صادرات که یک استراتژی برون گراست . این استراتژی، حرکت صنعتی شدن در جهت تولید کالاهایی است که کشور در تولید آنها دارای مزیت نسبی است این استراتژی برخلاف راهبرد جایگزینی واردات در جهت تقویت «تجارت آزاد» حرکت می نماید. کشورهایی مانند مصر، و چین از این استراتژی استفاده می کنند. (برگر، ۲۰۰۲)

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش
این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید**

Asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

لویس آرتور سیاست جایگزینی واردات را این گونه تعریف کرده است : گسترش فعالیهای تولیدی بر مبنای تامین تقاضای داخلی که یک استراتژی درون گرا می باشد. در این استراتژی سعی می شود تولیدات داخلی جایگزین واردات شود، این استراتژی ابتدا توسط کشورهای آمریکای لاتین بکار گرفته شده طی دهه های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ میلادی در کشورهای پاکستان ، هند، کره ، برزیل ، و مکزیک از این استراتژی جهت توسعه اقتصادی و صنعتی شدن استفاده کرده اند. (آرتور، ۱۹۹۸).

ویژگیهای سیاست توسعه صادرات که آن را از سیاست جایگزینی واردات متمایز می سازد عبارتند از:

- (۱) تخصیص منابع بر حسب مزیت نسبی
- (۲) افزایش بهره برداری از ظرفیتهای اقتصادی
- (۳) افزایش درآمدهای ارزی از طریق گسترش صادرات.
- (۴) کم رنگتر شدن نقش دولت در دخالتهای مستقیم اقتصادی
- (۵) در این استراتژی بواسطه افزایش رقابت میان مصنوعات داخلی و مشابه خارجی ، میزان کارایی بنگاهها داخلی افزایش می یابد.
- (۶) اشتغال برای افراد جامعه و حل مشکل بیکاری.
- (۷) دسترسی با بازارهای خارجی را هدف قرار می دهد.
- (۸) قیمت ها در سطح پایین تری در مقایسه با سیاست جایگزینی واردات قرار می گیرد

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش
این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید**

Asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

نا گفته نماند که استراتژی توسعه صادرات بعد از جایگزینی واردات اعمال می شود . یک کشور باید ابتدا نشان دهد که دارای زیر ساخت صنعتی هست تا بتواند اقدام به تشویق صادرات نماید. این استراتژی را می توان در دوشکل کلی مورد بحث قرار داد. یکی استراتژی صادرات مواد اولیه و کالاهای کشاورزی و دیگری استراتژی صدور کالاهای صنعتی.

البته این استراتژی زمانی می تواند در جهت تقویت منافع ملی حرکت کند که دولت با توان تخصصی مناسب بر هدایت امور نظارت کند و از ابزارهای هدایت و کنترل که در نظام اقتصاد بازار موجود است بخوبی و بدرستی استفاده نماید.

(ایمانی، ۱۳۸۹).

• ویژگیهای سیاست جایگزینی واردات در مقایسه با توسعه صادرات

(۱) در این استراتژی صنایعی ظهور می کنند که کشور در آنها دارای مزیت نسبی است و صرفاً با پشتیبانی سیاستهای حمایتی امکان بقا دارند.

(۲) این استراتژی در راستای سیاستهای خود اتکایی می باشد.

(۳) با اعمال تعرفه های گمرکی درآمدهای دولت افزایش خواهد یافت.

(۴) با حمایت از کالاهای مصرفی ، سرمایه گذاری در بخش تولید کالاهای واسطه ای و سرمایه ای از اولویت زیادی برخوردار خواهد بود.

(۵) صرفه جویی در هزینه های ارزی از طریق سیاست جایگزینی واردات .

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش
این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید**

Asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

۶) در این استراتژی توانایی دولت در کنترل حجم واردات کشور بیشتر است و از این طریق دولت می تواند تراز پرداختها را تحت تاثیر قرار دهد. (ماکاریو، ۱۹۵۰)

• مشکلات سیاست جایگزینی واردات

۱) این استراتژی لازمه اش حمایت همه جانبه و وسیع دولت است که این امر باعث گسترش دیوان سالاری، فساد اداری و افزایش خطر ویی اطمینانی برای سرمایه گذاری می گردد.

۲) وجود محدودیتهای وارداتی برای کالاهای مورد حمایت از یکسو، ولزوم تسهیلات وارداتی برای کالاهای سرمایه ای و واسطه ای از سوی دیگر موجب بروز ناهنجاریهایی در زمینه صادرات، تخصیص منابع بویژه ارز وراکد ماندن ظرفیتهای تولیدی صنایع می شود.

۳) بدلیل محدود بودن بازارهای داخلی و عدم توانایی در کسب بازارهای جهانی، تولیدات معمولاً "افت می کند.

۴) در اثر کنترل ارز و ارزانتر شدن قیمت آن نسبت به قیمت واقعی، تقاضا برای ارز افزایش یافته و در نتیجه هزینه تولید بر اساس منابع داخلی افزایش می یابد که این خود عاملی بازدارنده در توسعه صنایع و به عنوان سدی در راه توسعه اقتصادی می شود. (رابینسون ۲۰۰۰)

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش
این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید**

Asemankafinet.ir **یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹**

حجم مبادلات تجاری ایران در سال ۱۳۹۲ :

حجم مبادلات بازرگانی ایران با سایر کشورها تا ابتدای بهمن ماه سال جاری به رقم ۷۱ میلیارد و ۳۸۴ میلیون دلار رسید که سهم صادرات غیرنفتی جمهوری اسلامی ایران با احتساب میعانات گازی از این میزان ۳۳ میلیارد و ۷۸۸ میلیون دلار بود.

صادرات غیرنفتی ایران در حال حاضر بیش از ۳ هزار و ۴۴۹ ردیف تعرفه‌ای انواع کالا را شامل می‌شود که این موضوع نشان‌دهنده توانمندی‌ها و تنوع صادراتی جمهوری اسلامی ایران است.

گفتنی است روابط عمومی گمرک ایران در همین راستا گزارشی منتشر کرده و در آن به بررسی صادرات گروه‌های مختلف کالایی و سهم هر یک از گروه‌های کالایی از کل صادرات غیرنفتی بدون احتساب صادرات میعانات گازی تا ابتدای بهمن ماه سال جاری پرداخته است:

*** صادرات حیوانات زنده و محصولات حیوانی**

جمهوری اسلامی ایران موفق شد تا ابتدای بهمن ماه سال جاری به میزان ۷۱۷ میلیون و ۸۶۳ هزار دلار انواع حیوانات زنده و محصولات حیوانی به سایر کشورها صادر کند. این بخش ۲ و هشت دهم از ارزش کل صادرات ایران به خود اختصاص داده است.

*** محصولات نباتی**

محصولات نباتی در بخش کشاورزی جمهوری اسلامی ایران در مدت یاد شده ۲ میلیارد و ۲۸۱ میلیون و ۶۲ هزار دلار برای میهن عزیزمان ارزآوری داشته است. محصولات نباتی ۹ درصد از صادرات غیرنفتی ایران را در سال جاری به خود اختصاص داد.

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش
این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید**

Asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

*** صنایع غذایی**

صادرات بخش صنایع غذایی جمهوری اسلامی ایران در سالجاری به یک میلیارد و ۶۶ میلیون و ۴۸۲ هزار دلار رسید. صنایع غذایی ایران ۴ و دو دهم کل صادرات غیرنفتی کشورمان را به خود اختصاص داده است.

*** محصولات معدنی**

محصولات معدنی ایران در سالجاری موفق شد به میزان ۶ میلیارد و ۷۹۹ میلیون و ۷۳۴ هزار دلار ارزش آوری برای کشور داشته باشد. محصولات معدنی هم‌اکنون ۲۷ درصد از کل صادرات غیرنفتی جمهوری اسلامی ایران را به خود اختصاص داده است.

*** محصولات صنایع شیمیایی**

صادرات محصولات صنایع شیمیایی تا ابتدای بهمن‌ماه سالجاری به رقم ۴ میلیارد و ۹۸۸ میلیون و ۱۱۵ هزار دلار رسید. سهم این بخش از صنعت کشورمان از کل صادرات غیرنفتی در این مدت ۱۹ و هفت دهم درصد بود.

*** مواد پلاستیکی و اشیاء ساخته شده از این مواد**

ارزش آوری صنعت پلاستیک و اشیاء ساخته شده از این مواد در سالجاری به میزان ۳ میلیارد و ۵۴۷ میلیون و ۱۹۹ هزار دلار بود. براساس بررسی بعمل آمده در مجموع ۱۴ درصد از ارزش کل صادرات غیرنفتی ایران به این صنعت اختصاص یافته است.

*** مواد نساجی و مصنوعات از این مواد**

صادرات مواد نساجی و مصنوعات از این مواد در این مدت به ۸۲۶ میلیون و ۲۹۳ هزار دلار رسید. این بخش سهم ۳ و سه دهم درسی از کل صادرات غیرنفتی جمهوری اسلامی ایران را به خود اختصاص داده است.

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش
این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید**

یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹ Asemankafinet.ir

*** مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان و سرامیک**

این بخش از صنعت کشورمان موفق شد به میزان ۸۵۴ میلیون و ۹۱ هزار دلار در سالجاری ارزآوری داشته باشد و ۳ و چهار دهم از کل صادرات غیرنفتی ایران را در سالجاری به خود اختصاص دهد.

*** فلزات معمولی و مصنوعات آنها**

جمهوری اسلامی ایران تا ابتدای بهمن ماه سالجاری به میزان ۲ میلیارد و ۶۷۶ میلیون و ۱۷۹ هزار دلار انواع فلزات معمولی و مصنوعات آنها را صادر کرد. سهم این صنعت از ارزش کل صادرات ایران به میزان ۱۰ و ۶ دهم درصد است.

*** وسایط نقلیه زمینی، هوایی و آبی**

میزان صادرات این بخش از صنعت ایران تا ابتدای بهمن ماه سالجاری به رقم ۳۲۷ میلیون و ۴۵۱ هزار دلار رسید و یک و سه دهم درصد از ارزش کل صادرات غیرنفتی ایران به این صنعت اختصاص یافت.

*** ماشین آلات و ادوات مکانیکی، ادوات برقی و تلویزیون**

این بخش از صنعت ایران در سالجاری موفق شد، ۶۷۵ میلیون و ۹۷۷ هزار دلار ارزآوری داشته باشد و در مجموع ۲ و هفت دهم از صادرات غیرنفتی جمهوری اسلامی ایران را در سالجاری به خود اختصاص دهد.

نکته :

صادرات غیرنفتی ایران بدون احتساب میعانات گازی در این مدت ۲۵ میلیارد و ۲۶۷ میلیون و ۲۸۰ هزار دلار بوده است.

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید

یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹ Asemankafinet.ir

مشکلات و موانع صادرات غیرنفتی در ایران

برای انجام صادرات موفق که از زمره مسؤولیت‌های مدیران بازرگانی خارجی است. ابتدا باید مشکلات و موانع صادرات غیرنفتی را باز شناخت. این مشکلات را می‌توان در یک تقسیم‌بندی کلی به دو قسمت تقسیم نمود.

مشکلات داخلی

این مشکلات اصولاً به تولید و کیفیت و قیمت و حمل و نقل داخلی و بازاریابی و بسته‌بندی برمی‌گردد. علاوه بر آن سیاست‌های صادراتی و ارزی و همچنین ضایعات ناشی از مدیریت‌های ناصحیح نیز بر دامنه آن می‌افزاید.

مشکلات بین‌المللی

محدود بودن ارقام صادراتی، کسش‌پذیری کالاها، وجود رقبا، عدم استمرار، عدم انجام به موقع تعهدات، عدم شناخت فرهنگ مصرفی کشورهای خریدار، ضعف تبلیغات ناهماهنگی در عرضه کالا و ... از مهم‌ترین مشکلات بین‌المللی صادرات غیرنفتی است.

مشکلات صادرات کالاهای ایرانی

تحریم‌های سازمان ملل بر برخی فعالیت‌های اقتصادی بازرگانان بخش خصوصی کشور، تأثیر چشمگیری گذاشته است.

با توجه به قطعنامه‌های شورای امنیت علیه ایران و تحریم‌های برخی کشورهای اروپایی و آمریکایی در زمینه مبادلات و فعالیت‌های اقتصادی با ایران، وضعیت تاجران ایرانی از حیث حواله وجوه دریافتی به دست آمده از فروش کالا در خارج از کشور با مشکلات متعددی روبه‌رو شده است.

بنا بر این گزارش، این تجار و بازرگانان ایرانی اظهار می‌کنند که در هنگام حواله پول‌های دریافتی حاصل از صادرات کالا از خارج به ایران، چون نام جمهوری اسلامی در حواله می‌آید، وجوه ارسالی آنها بلوکه شده و در این صورت فرستنده و دریافت‌کننده از دستیابی به این وجوه قطع می‌شود.

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش
این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید**

Asemankafinet.ir **یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹**

این در حالی است که صادرکنندگان ایرانی برای فرار از این معضل، دست به دامن صرافی‌ها می‌شوند که آنها نیز از وضعیت بحرانی سوءاستفاده کرده و هزینه‌های کلان و چند برابری را به صادرکنندگان ایرانی تحمیل می‌کنند، به گونه‌ای که همین امر موجب رکود در برخی بخش‌های صادراتی کشور شده است.

گفتنی است، تا پیش از این، صادرکنندگان ایرانی برای دور زدن تحریم، اقدام به فرستادن حواله و پول از کشورهای چین و امارات می‌کردند که اکنون این راه‌ها نیز با مشکل روبه‌رو شده و به ویژه کشور امارات مشکلات تازه‌ای را فراروی صادرات کالاهای ایرانی ایجاد کرده است.

چه سیاستی را برای آینده برگزینیم؟ توسعه صادرات یا جایگزینی واردات

سیاست توسعه صادرات بر جایگزینی واردات از نظر درآمد، هزینه تولید و رشد اقتصادی ارجحیت دارد. هر کشور صنعتی موفق، بدون صادرات گسترده صنعتی به رشد اقتصادی بالایی دست نیافته است. اما با توجه به این نکته، لازم است که در آغازین مراحل تولید و صنعتی شدن، به نوعی می‌بایست از صنایع غذایی داخلی حمایت بعمل آید تا این صنایع توان رقابت در بازارهای جهانی را داشته باشد. مدت حمایت نیز باید محدود باشد و در قبال این حمایتها دستیابی به استانداردها و افزایش توان واحد تولیدی مطالبه شود. پس از توانا شدن واحدهای صنعتی داخلی برای رقابت در بازارهای جهانی، حمایت‌ها به تدریج قطع و زمینه برای گسترش صادرات و ورود شرکتها به بازارهای جهانی فراهم شود. با توجه به این مسائل می‌توان گفت که تلفیقی از دو سیاست جایگزینی واردات و توسعه صادرات، مناسب تر از هر یک به تنهایی است.

بنابراین می‌توان گفت توجه به بازارهای خارجی یکی از راهها و شاید تنها راه موثر برای نجات این صنایع می‌باشد. لذا هدف بعدی باید تسخیر بازارهای منطقه ای و جهانی باشد که در این راستا وجود مراکز بازار یابی و فروش نقش اساسی دارند.

(صادق الحسینی ۱۳۸۸)

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش
این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید**

یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

Asemankafinet.ir

● بازاریابی صادرات

در صنایع غذایی هیچ تولید کننده ای تحقیق نمی کند تا ذائقه مصرف کنندگان را بشناسد ، بعد آن محصول را تولید کند بلکه این مصرف کننده است که باید ذائقه خود را با تولیدات همسان کند. با توجه به اینکه ۷۰ درصد از ظرفیت های کارخانه های صنایع غذایی در ایران مورد استفاده قرار نمی گیرد و دلیل آن نیز عدم تحقیقات در صنایع غذایی و آشنا نبودن تولید کننده با سلیقه و ذائقه مردم است. اما اینکه مطلوبیت محصول در بازار تا چه اندازه باقی بماند وابسته به علم تحقیقات بازار است. (ظهیری، ۱۳۸۹)

چرا که بسیاری از شرکتها قسمتی از سهم فروش و سود خود را از عملیات بازاریابی خود در کشورهای دیگر بدست می آورند. فرصتها در گرایش شرکتها به بازارهای خارجی نقش تعیین کننده ای دارند. البته باید توجه کرد به این نکته که وقتی مشتری در مسافت دورتری زندگی می کند بازاریابی به مساله غامض تری تبدیل می گردد. در بازاریابی صادرات ، به دلیل بعد مسافت ، مشتریان ممکن است هیچگونه آگاهی نسبت به یک کشور بیگانه و محصولات آن نداشته و تولید کننده نیز به نوبه خود اطلاعاتی درباره مشتریان در دیگر کشورها نداشته باشد. بعلاوه موانع متعددی از قبیل زبان، فرهنگ، تعرفه ها و غیره وجود دارد. بنابراین بازاریابی باز هم اهمیت بیشتری پیدا می کند و از آنجائیکه یک کشور نیاز دارد سریعاً صادرات خود را توسعه دهد، برعکس بازار داخلی زمان کافی وجود ندارد تا فعالیتهای فروش به تدریج توسعه یافته و شکل بگیرد. باید توجه کرد که هدف بازاریابی، تامین وارضای نیازهای مشتریان می باشد.

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش
این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید**

یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

Asemankafinet.ir

نتیجه گیری و ارائه پیشنهاد :

به علت وابستگی کشور به درآمد حاصل از نفت ،اقتصاد کشور نیز کاملاً از روند صادرات نفت پیروی نموده و با نوسانات آن دچار آشفتگی می گردد و چون نفت یک محصول استراتژیک و جهانی می باشد هر تغییری در جهان ،قیمت آن را متاثر می سازد که نتیجه اش ،تغییر درآمد کشور است که بر سایر فعالیتهای کشور نیز تاثیر می گذارد.بدین جهت ،بررسی راههایی که این وابستگی را کاهش دهد یکی از ضروریات به شمار می رود .تامین نیاز عظیم ارزی کشور، باید با توسعه صادرات بخشهای مختلف توأم باشد و در این بین،بخش صنایع غذایی دارای اهمیت فراوانی است.

تولید و صادرات محصولات غذایی به عنوان یکی از مهمترین اقلام صادراتی در سطح جهانی از اهمیت ویژه ای برخوردار است.در ایران نیز باوجود تلاشهای صورت گرفته ،باز هم در صادرات صنایع غذایی به حد قابل انتظار دست نیافته ایم .با روی کار آمدن تولید و عرضه محصولات غذایی با مارک حلال در کشورهای اسلامی ،راهی نوین به روی صدور هرچه بیشتر این محصولات باز شده است این در حالی است که گستردگی بازار

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش
این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید**

Asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

مواد غذایی حلال، تعداد زیادی از کشورها را شامل می شود اگرچه بخش عمده ای از این کشورها در خاورمیانه و آسیا قرار دارند اما در حال گسترش به آفریقا و چین هم هست.

کشور ایران به علت برخورداری از فرصتها (تقاضای بازارهای جهانی بویژه کشورهای حاشیه حوزه خلیج فارس و آسیای مرکزی) و نقاط بالقوه فراوان ، بطور مثال: وجود تنوع اقلیم و تولیدات ، مزیت پتانسیل بالا در تولید برخی از محصولات ، همچنین دارا بودن ظرفیتهای و پتانسیل های مناسب برای جذب سرمایه گذاری خارجی و.. مزایایی هستند که براحتی نمی توان از آنها چشم پوشی کرد. لذا پیشنهاد می شود ضمن ایجاد و توسعه نظام اطلاع رسانی از صنایع غذایی ، با استفاده از فناوری اطلاعات و برنامه ریزی جهت استفاده از ظرفیتهای ایجاد شده واحدهای تولیدی و توسعه فعالیتهای تحقیقاتی با رویکرد صادرات ، راه اندازی مراکز تحقیقاتی - صادراتی در استان های مرزی ، ارتقای فناوری تولید و تنوع کالاهای فرآوری شده ، تجهیز به علم و فن آوری جدید و استفاده از تجارت الکترونیکی، برقراری تشویق صادرات نظیر اعطای تشویق متناسب با ارزش صادرات واحد تولیدی با نرخ برابر با تفاوت نرخ رسمی تورم و رشد نرخ تسعیر ارز در سیاستهای حمایتی این بخش در نظر گرفته شود. از سوی دیگر باید اجرای سیستم های کنترل کیفی بویژه ISO ۲۲۰۰۰، Haccp و... و رعایت استانداردهای بین المللی و منطقه ای و توسعه پایانه های صادراتی کشور را نیز در نظر گرفت. و همچنین به اهمیت نقش دولت در زمینه حمایت تعرفه ای از تولیدکنندگان داخلی و جبران افزایش هزینه های تولیدی و طرح هدفمندی کردن یارانه توجه کرد.

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش
این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید

Asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

www.asebankafinet.ir

منابع :

- ۱- تهرانچیان، امیرمنصور، "تأثیر صادرات بر رشد در اقتصاد ایران"، مجله اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره ۱۶۳

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید آنلاین فایل ورد و قابل ویرایش
این تحقیق با قیمت پنج هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید**

Asemankafinet.ir **یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹**

۲- رجبیان، وحید ، "استراتژی صادرات غیرنفتی ایران، راهکارها و مشکلات"، مجله اطلاعات سیاسی و اقتصادی ، شماره ۱۷۰

۳- ماهنامه اقتصادی و مالی بی نامملی اقتصاد ایران ، "گزارش اقتصادی در خصوص صادرات غیرنفتی" ، شماره ۹

www.asebankafinet.ir