

۱۹.۲.۷.

امیر

تدوین استراتژی های تبلیغات در ارتباط با صادرات
مركبات استان مازندران با استفاده از روش SWOT

مؤلف :

معصومه حسینیان امیری

سرشناسه	: حسینیان امیری، معصومه، ۱۳۵۱ -
عنوان و نام پدیدآور	: تدوین استراتژی های تبلیغات در ارتباط با صادرات مرکبات استان مازندران با استفاده از روش SWOT/مؤلف معصومه حسینیان امیری.
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات راه دکتری: سنجش و دانش، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۱۲۵ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۴۶۵-۳۹۸-۵
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: مرکبات -- ایران -- صنعت و تجارت -- نمونه پژوهی
موضوع	: Citrus fruit industry -- Iran -- Case studies
موضوع	: مرکبات -- ایران -- بازاریابی -- نمونه پژوهی
موضوع	: Citrus fruit industry -- Iran -- Marketing -- Case studies
رده بندی کنگره	: ۵ / ج SB۳۶۹ الف ۱۳۹۷۹
رده بندی دیویی	: ۳۰۹۵۵/۶۳۴
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۱۷۰۰۵۲

عنوان: تدوین استراتژی های تبلیغات در ارتباط با صادرات مرکبات استان مازندران با استفاده از روش SWOT

مؤلف: معصومه حسینیان امیری

ناشر: انتشارات راه دکتری: سنجش و دانش

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۷

صفحه آرای: مهتاب دوستی

طراح جلد: مهتاب دوستی

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۱۵۰,۰۰۰ ریال

کلیه حقوق مادی و معنوی برای مؤلف محفوظ میماند

www.rezomephd.ir

www.saniesh.ir



فهرست مطالب

۱	فصل اول
۱	کلیات
۲	مقدمه
۸	تعریف واژه
۱۱	ادبیات موضوعی
۱۲	مقدمه:
۱۳	تاریخچه مرکبات
۱۹	مشخصات کلم مرکبات
۱۹	موقعیت مرکبات در کشور
۲۰	انواع مرکبات کشت شده در ایران و بزرگیهای آنها
۲۰	نارنگی و گریب فورت
۲۱	درجه بندی جهانی مرکبات
۲۱	شرایط آب و هوایی مناسب کشت و پرورش مرکبات
۲۲	احتیاجات غذایی درختان مرکبات
۲۳	تولید جهانی مرکبات
۲۴	تجارت جهانی
۲۵	بررسی وضعیت سطح زیر کشت و تولیدات مرکبات کشور:
۲۶	میزان تولید
۲۸	گزارش مرکبات در استان مازندران:
۲۹	اهمیت اقتصادی مرکبات:
۲۹	نقش مازندران در اقتصاد کشور:
۳۰	سطح زیر کشت ارقام مرکبات در استان:
۳۱	پتانسیل های صادراتی مرکبات استان مازندران:
۳۱	ظرفیت و زیر ساخت های صادراتی استان:
۳۲	فرآیند صادرات مرکبات

۳۲		مراحل قبل از صدور
۳۵		مراحل اداری صادرات میوه
۳۵		دریافت سهمیه صادراتی
۳۵		دریافت اعتبار صادراتی
۳۵		گواهی استاندارد
۳۵		گواهی بهداشت
۳۶		نرخ گذاری کالای صادراتی
۳۶		پیمان ارزی ^۱
۳۶		تشریفات گمرکی ^۲ (داخل شور)
۳۶		گواهی مبدا ^۳
۳۷		نگهداری و انبار
۳۷		دلایل انبار کردن محصولات
۳۸		بسته بندی
۳۹		شرایط اختصاصی در بسته بندی مرکبات
۴۰		ویژگی لازم مصالح و مواد جهت بسته بندی
۴۱		حمل و نقل
۴۱		اهمیت حمل و نقل
۴۲		بازاریابی ^۴
۴۳		بازاریابی صادرات ^۵
۴۵		مهمترین مشکلات بازرگانی مرکبات:
۴۶		توسعه صادرات
۴۷		ارائه چارچوب جامع بسترسازی توسعه صادرات
۴۹		مسائل و مشکلات موجود در توسعه روند صادرات (وزارت بازرگانی، ۱۳۹۲)
۴۹		توانایی دانش مدیریت:
۵۰		دانش مدیریت:
۵۲		تحقیقات بازاریابی ^۶
۵۳		فناوری و دانش فنی:

۵۵	کیفیت محصولات:
۵۵	نقش دولت
۵۷	زیر ساخت ها:
۵۸	موانع، مشکلات و محدودیت های صادراتی
۶۱	عملکرد صادراتی
۶۴	مدل های مربوط به عملکرد صادراتی
۶۶	مدل تجدید، نظر شده ترکیبی از عوامل مؤثر بر عملکرد صادرات
۶۸	پیشینه
۶۹	پیشینه داخلی
۷۲	پیشینه خارجی
۷۶	جمع بندی
۸۳	فصل سوم
۸۳	روش
۸۴	مقدمه:
۸۴	روش:
۸۵	جامعه آماری
۹۱	روش تجزیه و تحلیل داده ها
۹۱	آمار توصیفی
۹۲	برنامه ریزی استراتژیک
۹۳	تعاریف برنامه ریزی استراتژیک
۹۵	مدل های برنامه ریزی استراتژیک
۹۵	مدل دیوید
۹۸	مدل DISM
۹۸	مدل GOAL – BASED
۹۹	مدل کاربردی
۱۰۲	مدل SPP
۱۰۳	تحلیل SWOT (مدل مورد استفاده در این مجموعه)

۱۰۵	فصل چهارم
۱۰۵	تجزیه و تحلیل داده ها
۱۰۶	مقدمه
۱۰۶	تجزیه و تحلیل توصیفی داده ها
۱۱۶	ماتریس SWOT
۱۲۰	ماتریس داخلی و خارجی
۱۲۰	مرحله تصمیم گیری

www.ketab.ir

در دنیای امروز توسعه اقتصادی کشورهای در حال توسعه چنان اهمیتی یافته که حتی کشورهای توسعه یافته متوجه نقش خود در تسریع این توسعه شده و توسط بعضی از سازمانهای بین الملل در صدد کمک به این کشورها برآمده اند. از طرف دیگر نمی توان مساله رشد اقتصادی را بدون توجه به یک حداقل سرعت رشد سالانه در نظر گرفت بدین جهت تعیین واقع بینانه حداقل میزان رشد سالانه نیز برای کشورها ضروری است. صادرات معمولاً منبع اصلی تحصیل خارجی است و کم و بیش مقدار آن سرعت رشد اقتصادی را محدود می کند. (فرخ، ۱۳۹۰)

کاهش درآمد حاصل از صادرات نفت و نوسانات شدید آن افزایش جمعیت کشور کاهش قدرت خرید درآمدهای نفتی، در نتیجه به هم خوردن رابطه مبادله به نفع کشوری صنعتی و پیشرفته در راه تجارت با کشورهای جهان سوم و از همه مهتر پایان پذیر بودن منابع طبیعی و از جمله نفت باید زنگ خطر را برای ما و کشورهای همسایه و منطقه ریزان و سیاست گذاران اقتصادی کشور به صدا در آورده و ما را به این باور رساند، باشد که توسعه صادرات غیرنفتی و رهایی یافتن از اقتصاد تک محصولی متکی به درآمدهای نفتی ضرورتی اجتناب ناپذیر است. با توجه به نکته که کشورمان به دلیل شرایط خاص اقلیمی و جغرافیایی جز محدود کشورهای دنیا است که قابلیت بالایی در تولید محصولات کشاورزی دارد است. از نظر تنوع در بخش باغداری و محصولات باغی سومین کشور دنیا پس از کشورهای چین (اول) و ترکیه و آمریکا (مشترکاً دوم) می باشد. می توان به عنوان بخشی از استراتژیهای توسعه صادرات کشور به بخش کشاورزی و باغداری معطوف شد و با تولید انواع محصولات کشاورزی و باغی علاوه بر تامین نیازهای داخل به صدور این محصولات و درآمدی که ارزی حاصل از آن چشم داشت. (گلشنی، ۱۳۹۰)