

**سازمان مديريت صنعتي**

**عنوان:**

**بررسي موانع صادرات مرکبات**

**و ارائه راه کارهايي براي افزايش صادرات**

**استاد :**

**محقق :**

فهرست مطالب

عنوان صفحه

[**فصل اول** 1](#_Toc26465719)

[1-1 مقدمه: 2](#_Toc26465720)

[2-1 تعريف موضوع 2](#_Toc26465721)

[3-1 اهميت موضوع 3](#_Toc26465722)

[4-1 هدف از انتخاب موضوع 4](#_Toc26465723)

[**فصل دوم – ادبيات موضوع** 4](#_Toc26465724)

[2-1 ساير مطالعات انجام شده 5](#_Toc26465725)

[2-2 تاريخچه مرکبات 5](#_Toc26465726)

[2-3 مشخصات کلي مرکبات 8](#_Toc26465727)

[2-4 درجه بندي جهاني مرکبات 9](#_Toc26465728)

[2-5 شرايط آب و هوايي مناسب کشت و پرورش مرکبات: 10](#_Toc26465729)

[2-6 احتياجات غذايي درختان مرکبات 11](#_Toc26465730)

[2-7 بررسي وضعيت سطح زير کشت و توليدات مرکبات کشور: 11](#_Toc26465731)

[2-8 توليد جهاني مرکبات 14](#_Toc26465732)

[2-9 فرآيند صادرات مرکبات 16](#_Toc26465733)

[2-15-1 مراحل قبل از صدور 16](#_Toc26465735)

[2-10 مراحل اداري صادرات ميوه 19](#_Toc26465736)

[2-12 بسته بندي 22](#_Toc26465737)

[2-13 حمل و نقل 24](#_Toc26465738)

[2-14 بازاريابي 25](#_Toc26465739)

[**فصل سوم – روش تحقيق** 28](#_Toc26465740)

[1-3 مقدمه : 29](#_Toc26465741)

[1-3- جامعه آماري: 29](#_Toc26465742)

[2-3 فرضيات تحقيق 30](#_Toc26465743)

[3-3 روشهاي جمع آوري اطلاعات 30](#_Toc26465744)

[4-3 پرسشنامه: 30](#_Toc26465745)

[**فصل چهارم – تجزيه و تحليل يافته ها** 32](#_Toc26465746)

[**فصل پنجم – نتيجه گيري و پيشنهادات** 35](#_Toc26465747)

[**منابع و مأخذ** 50](#_Toc26465748)

[**پرسشنامه**: 50](#_Toc26465749)

# 1-1 مقدمه:

کاهش درآمد حاصل از صدور نفت و نوسانات شديد آن، افزايش جمعيت کشور، کاهش قدرت خريد، درآمدهاي نفتي در نتيجه به هم خوردن رابطه مبادله به نفع کشوري صنعتي و پيشرفته در راه تجارت با کشورهاي جهان سوم و از همه مهتر پايان پذير بودن منابع طبيعي و از جمله نفت بايد زنگ خطر را براي ما و خصوصاً برنامه ريزان و سياست گذاران اقتصادي کشور به صدا در آورده و ما را به اين باور رسانده باشد که توسعه صادرات غيرنفتي و رهايي يافتن از اقتصاد تک محصولي متکي به درآمد هاي نفتي ضرورتي اجتناب ناپذير است. امروز توسعه صادرات غيرنفتي تنها افزايش درآمدهاي ارزي از طريق صدور انواع کالاهاي ساخته شده و خدمات محدود نمي شود. بلکه توسعه صادرات نقش مهمتري را به عنوان يک استراتژي رشد و توسعه اقتصادي به عهده دارد. در اجراي استراتژي توسعه صادرات بخشهاي مختلف اقتصادي شامل صنعت، معدن، خدمات، بهداشت، کشاورزي، و غيره.... مورد توجه قرار مي گيرد.

با توجه به نکته که کشورمان به دليل شرايط خاص اقليمي و جغرافيايي جزء محدود کشورهاي دنيا است که قابليت بالايي در توليد محصولات کشاورزي داراست و از نظر تنوع در بخش باغداري و محصولات باغي سومين کشور دنيا پس از کشورهاي چين (اول) و ترکيه و آمريکا (مشترکاً دوم) مي باشد. مي توان به عنوان بخشي از استراتژيهاي توسعه صادرات کشور به بخش کشاورزي و باغداري معطوف شد و با توليد انواع محصولات کشاورزي و باغي علاوه بر تامين نيازهاي داخل به صدور اين محصولات و درآمدي که ارزي حاصل از آن چشم داشت.

# 2-1 تعريف موضوع

موضوعي که در اين تحقيق مورد بررسي قرار خواهد گرفت «بررسي موانع صادرات مرکبات کشور و ارائه راهکارهايي براي افزايش صادرات آنها مي باشد» کشور ما سرزمين پهناوريست که از شرايط آب و هوايي بسياري متنوعي برخوردار است. همين شرايط آب و هوايي و اقليمي متنوع زمينه بسيار مساعدي را براي توليد انواع و اقسام محصولات کشاورزي فراهم آورده است. بخشي از اين توليدات به مصرف داخلي مي رسد و بخش قابل توجهي از آن نيز قابل صدور به ساير کشورهاي دنيا است.

مرکبات نيز به دليل همين شرايط مساعد آب و هوايي و خاک مناسب در اغلب نقاط کشور به ويژه شمال و جنوب کشور قابل کشت و پرورش است و ذکر اين نکته ضروري است که توليد فعلي مرکبات کشور در توليد اين محصولات مي توان با افزايش سطح زير کشت و در نتيجه توليد آن به افزايش صادرات آن اميدوار بوده پس با توجه به ظرفيت موجود صاردات اين محصولات مي توان مقدار قابل توجهي ارز وارد سيستم اقتصادي کشور کرد و با توجه به اينکه در برنامه هاي اقتصادي دولت براي صادرات محصولات غيرنفتي اهميت خاصي قائلند. لذا بررسي و تخصص پيرامون اين موضوع مي تواند راهگشا باشد. در اين راستا تحقيق حاضر به بررسي و تبيين مواننع موثر بر افزايش صادرات مرکبات مي پردازد و تلاش بر اين است که مولفه ي مهمي نظيرتسهيلات و نگهداري انبار سيستم بسته بندي، سيستم حمل و نقل و انجام بازاريابي به طور صحيح و ميزان اهميت و تاثير هر يک از اين چها مولفه در افزايش صادرات مرکبات مورد بررسي و شناسايي قرار گيرد.

# 3-1 اهميت موضوع

صادرات فعاليتي بسيار پيچيده و داراي ظرافت هاي خاصي خويش است. توسعه صادرات امري آسان نيست. براي فروش بيشتر کالا به خريداران شرايط و عمل مساعد بسيار لازم است نه فقط جلب رضايت مصرف کننده خارجي نسبت به کيفيت قيمت، شرايط عرضه، بازار رساني و خدمات پس از فروش کالا لازم است. بلکه با توجه به اين نکته ضروري است که کشور با رقباي سرسخت قدرتمند در اين زمينه روبرو است. بدون مطالعات مشکلات و تنگناها و بررسي تحقيق مستمر پيرامون عوامل موثر در افزايش صادرات توسعه صادرات غيرنفتي ممکن نيست بسياري از کشورهاي توسعه يافته و حتي در حال توسعه دنيا مبالغ هنگفتي را به انجام پژوهشهاي علمي به تخصيص مي دهند.

در راه صادرات محصولات کشاورزي و از جمله مرکبات که ظرفيت بالايي براي توليد و صادرات آن در کشور وجود دارد موانع بسياري پيش روي ماست. توليد فعلي مرکبات کشور سالانه بيش از سه ميليون و هفتصد هزار تن است و بررسي انجام شده نشان مي دهد که از اين مقدار 700 هزار تن حدود 20% آن قابليت صدور دارد. اما ميزان فعلي صادرات اين محصول در حدود 70 هزار تن در سال است يعني در حدود 10% از ظرفيت صادراتي موجود که اين رقم بسيار ناچيزي است فراوان مشاهده شده است که کشور عين که توليد بسيار ناچيزي نسبت به کشور ما دراد چندين برابر ما صادرات مرکبات درند.

# 4-1 هدف از انتخاب موضوع

مرکبات يکي از انواع محصولات کشاورزي است که در سال اخير جزء اقلام صادراتي کشور قرار گرفته است با توجه به اينکه ظرفيت صادراتي اين محصول بسيار بيشتر از حجم فعلي صادرات فعلي صادرات آن است اين تحقيق به دنبال اين است که موانع موجود صادرات مرکبات را شناسايي و معرفي نمايد.

# فصل دوم – ادبيات موضوع

# 2-1 ساير مطالعات انجام شده

تحقيقات و سمينارهاي انجام شده و مقالات ارائه شده اغلب در ارتباط با کاشت و توليد مرکبات بوده و به امر صادرات و بازاريابي مرکبات کمتر پرداخته شده است. از مواردي که در آن به امر صادرات توجه شده است به يک گزارش تحقيق ارائه شده تحت عنوان نگاهي به بازارهاي فروش ميوه و تره بار صادراتي در کشورهاي آن سوي خليج فارس که ارائه شده است. همچنين در 15 شهريور 1378 سميناري تحت عنوان بازاريابي و توسعه صادرات مرکبات ايران در دانشگاه مازندران برگزار شد که در اين سمينار علاوه بر جنبه هاي کشاورزي مرکبات به امر صادرات و بازاريابي آن نيز پرداخته شده است. اما جامع ترين تحقيقي که تاکنون در ارتباط با تجارت مرکبات انجام شده در کتابي تحت عنوان بازار جهاني مرکبات و کيوي در سال 75 منتشر شده است. بخش اعظم اين کتاب به صادرات و واردات مرکبات اختصاص يافته و به طور مفصل در مورد تجارت مرکبات بحث شده است. و همايش شناخت استعداد هاي بازرگاني اقتصادي استان مازندران که در تاريخ 12/2/76 برگزار شد مقاله اي در ارتباط با بررسي مزيت نسبي مرکبات استان مازندران جهت صدور به کشورهاي آسياي مرکزي ارائه شده است.

# 2-2 تاريخچه مرکبات

منشأ مرکبات در اصل نواحي حاره و معتدله بود. و اين گياه توسط مردم چين از مدتها قبل شناخته و کشت شده است. چين مبدا اوليه پرتقال به صورت وحشي و شمال هندوستان مبدا اصلي انواع نارنگي و ليمو شمرده مي شود. پيدايش بذر برخي از مرکبات نظير نارنج و بالنگ در بين النهرين زمان کاشت آنها به هزاره چهارم قبل از ميلاد منتسب مي کند.

در ايران در حدود 300 سال قبل از ميلاد در مناطق گرمسيري استان خوزستان خصوصاً در شوش و شوشتر کشت شده است در همين سالها يعني در حدود 300 سال قبل از ميلاد مورخي به نام تئوفراتوس يک نوع از مرکبات به نام Citrurs Media را در اروپا ديده و از آن نام برده است. چندين قرن بعد اعراب پرتقال و ليموترش و نارنج را به آفريقا و اسپانيا و چند کشور همجوار برده اند و در قرن شانزدهم ميلادي پرتقال به اروپا معرفي و کشت شد . در سال 1492 کريستف کلمب در دومين سفر خود بذور مرکبات (پرتقال – ليمو – نارنج – نارنگي) را به آمريکا برده و در محلي که اکنون هائيتي ناميده مي شود کشت نمود. در سال 1590 مرکبات در برزيل کاشته شد و به اين ترتيب مرکبات در دنياي امروز توسعه يافته است.

در ايران مرکبات موجي وجود نداشته و اعراب با فتوحاتي که نموده اند بزرگترين عامل انتشار مرکبات بودند و هنگام حمله به ايران مرکبات را نيز به ايران آوردند. پس از اعراب پرتقالي ها انواع مرکبات را به ايران آورده و در مناطق جنوبي کشور کشت نموده و تدريجاً در شمال نيز کاشته شده است. در اين اواخر از کشورهاي ترکيه، لبنان، آمريکا ارقام تجارتي آن وارد کشور شد و در نواحي شمال کشت شده است.

مرکبات از خانواده Puta ceose است که بيش از هزار گونه آن تاکنون شناخته شده است. در قرن 18 با بروز بيماري پوسيدگي طوقه در ايتاليا پيوند مرکبات به روي نارنج و ساير پايه هاي مقاوم به بيماري قارچي کموز مرسوم گرديد که به تدريج با بروز اين بيماري در ساير کشورهاي مرکبات خيز دنيا اين شيوه رايج يافت از جمله در ايران که در سال 1298 با از بين رفتن اولين گروه درختان پرتقال، عمل پيوند مرکبات نيز آغاز شده است. در سال 1309 ارقام اصلاح شده و تجاري مرکبات وارد کشور شد و در شمال ايران مخصوصاً رامسر کاشته شده که عبارت بودند از پرتقال تامسون، ناول،

\* فتحي – جيبه بازار جهاني مرکبات – انوري – فاطمه مرکبات شمال ايران

\* ملک آرا – عباس کلياتي درباره مرکبات – نشريه فني

خوني، بروهن، شاموطي، والنيا و نارنگي هاي انشو، گلمانتين، پرتقال تامسون، ناول از بين رفت و از آن تاريخ به بعد اين سه رقم به عنوان ارقام انتخابي و اصلي در شمال کشور مورد ازدياد قرار گرفت که البته بعدها دو رقم ديگر نارنگي ايشي کوا، سوجي ياما نيز در برنامه ازدياد قرار داده شده اند.