

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

به نام خدا

## منشور اخلاق پژوهش

با یاری از خداوند سبحان و اعتقاد به اینکه عالم محضر خداوند است و همواره ناظر بر اعمال انسان و به منظور پاس داشت مقام بلند دانش پژوهش و نظر به اهمیت جایگاه و دانشگاه در اعتلای فرهنگ و تمدن بشری ما دانشجویان و اعضای هیات علمی واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی متعهد می گردیم. اصول زیر را در انجام فعالیت های پژوهشی مد نظر قرار داده و از آن تخلفی نکنیم:

- ۱- اصل برائت: التزام به برائت جویی از هرگونه رفتار غیر حرفه ای و اعلام موضوع نسبت به کسانی که حوزه علم و پژوهش را به شائب های غیر علمی می پالایند.
- ۲- اصل رعایت انصاف و امانت: تعهد به اجتناب از هر گونه جانب داری غیر علمی و حفاظت از اموال تجهیزات و منابع در اختیار.
- ۳- اصل ترویج: تعهد به رواج دانش و اشاعه نتایج تحقیقات و انتقال آن به همکاران علمی و دانشجویان به غیر از مواردی که منع قانونی دارد.
- ۴- اصل احترام: تعهد به رعایت حریم ها و حرمت ها در انجام تحقیقات و رعایت جانب نقد و خودداری از هرگونه حرمت شکنی.
- ۵- اصل رعایت حقوق: التزام به رعایت کامل حقوق پژوهشگران و پژوهیدگان (انسان حیوان و نبات) و سایر صاحبان حق.
- ۶- اصل راز داری: تعهد به صیانت از اسرار و اطلاعات محرمانه افراد سازمان ها و کشورها و کلیه افراد و نهادهای مرتبط با تحقیق.
- ۷- اصل حقیقت جویی: تلاش در راستای پی جویی حقیقت و وفاداری به آن و دوری از هر گونه پنهان سازی حقیقت.
- ۸- اصل مالکیت مادی و معنوی: تعهد به رعایت کامل حقوق مادی و معنوی دانشگاه و کلیه همکاران پژوهش.
- ۹- اصل منافع ملی: تعهد به رعایت مصالح ملی و در نظر داشتن پیشبرد و توسعه کشور در کلیه مراحل پژوهش.

**امضاء پژوهشگر:**



**دانشگاه آزاد اسلامی**  
**واحد تهران مرکزی**  
**دانشکده اقتصاد و حسابداری**

**پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)**

**گرایش:**

**توسعه اقتصادی و برنامه ریزی**

**عنوان:**

**بررسی مزیت نسبی خرما در استان بوشهر و بررسی بازارهای هدف**

**استاد راهنما:**

**دکتر هادی محمدی محمدی**

**استاد مشاور:**

**دکتر شهریار نصایان**

**پژوهشگر:**

**زینب کررود جهانی**

**تابستان ۱۳۹۱**

## تقدیم به :

دو موجود مقدس،

آنان که ناتوان شدند تا من به توانایی برسم، موهایشان سپید شد تا من در اجتماع رو سپید شوم و عاشقانه سوختند تا روشنگر راهم باشند و گرمابخش وجودم.

پدرم و مادرم

همچنین تقدیم به همسرم و پدر همسرم جناب آقای حسین حسینی کنگانی.

## تشکر و قدردانی :

تو مگو ما را بدان شه بار نیست

با کریمان کارها دشوار نیست

مولانا

خدای سبحان را شاکرم که توفیق انجام این کار پژوهشی را ارزانی فرمود و همیشه و در همه حال حامی و پشتیبان من است. بر خود لازم می دانم که از زحمات و راهنماییهای استاد ارشمند جناب آقای دکتر هادی محمدی که شاگردی ایشان برایم بس افتخار بزرگی می باشد، سپاسگذاری نمایم.

همچنین از تمامی عزیزانی که در انجام این تحقیق با اینجانب همکاری نموده اند صمیمانه تشکر و قدردانی می نمایم، و قبل از هر چیز از قصوراتی که در این کار وجود دارد از همه عزیزان به ویژه جویندگان علم و دانش و همه کسانی که صاحب فکر و قلم هستند پوزش می طلبم.

## تعهد نامه اصالت پایان نامه کارشناسی ارشد

اینجانب زینب کرورد جهانی دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد ناپیوسته به شماره دانشجویی ۸۸۰۶۵۰۳۸۸۰۰ در رشته توسعه اقتصادی و برنامه ریزی که در تاریخ ۹۱/۶/۲۶ از پایان نامه خود تحت عنوان : بررسی مزیت نسبی خرما در استان بوشهر و بررسی بازارهای هدف ؛ با کسب نمره ۱۹/۲۵ و درجه عالی دفاع نموده ام بدینوسیله متعهد می شوم:

۱- این پایان نامه حاصل تحقیق و پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران (اعم از پایان نامه، کتاب، مقاله و...) استفاده نموده ام، مطابق ضوابط و رویه های موجود، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست ذکر و درج کرده ام.

۲- این پایان نامه قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی (هم سطح، پایین تر یا بالاتر) در سایر دانشگاهها و موسسات آموزش عالی ارائه نشده است.

۳- چنانچه بعد از فراغت از تحصیل، قصد استفاده و هر گونه بهره برداری اعم از چاپ کتاب، ثبت اختراع و ... از این پایان نامه داشته باشم، از حوزه معاونت پژوهشی واحد مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم.

۴- چنانچه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب ناشی از آن را بپذیرم و واحد دانشگاهی مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی ام هیچگونه ادعایی نخواهم داشت.

**نام و نام خانوادگی : زینب کرورد جهانی**

**تاریخ و امضاء**

## بسمه تعالی

در تاریخ: ۹۱/۶/۲۶

دانشجوی کارشناسی ارشد خانم زینب کرودجهانی از پایان نامه خود دفاع نموده و با نمره ۱۹/۲۵ بحروف نوزده و بیست و پنج و با درجه عالی مورد تصویب قرار گرفت.

**امضاء استاد راهنما:**

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	چکیده
۲	مقدمه
۵	فصل اول : جایگاه خرما در اقتصاد ایران و جهان
	مقدمه
۶	۱-۱ کلیات تحقیق
۶	۱-۱-۱ بیان مساله
۷	۲-۱-۱ هدفهای تحقیق
۸	۳-۱-۱ اهمیت موضوع تحقیق و انگیزه انتخاب آن
۸	۴-۱-۱ سوالات و فرضیه های تحقیق
۹	۵-۱-۱ مدل تحقیق
۹	۶-۱-۱ تعاریف عملیاتی متغیرها و واژه های کلیدی
۱۰	۷-۱-۱ روش تحقیق
۱۱	۸-۱-۱ قلمرو تحقیق
۱۱	۹-۱-۱ جامعه آماری
۱۲	۱۰-۱-۱ محدودیت ها و مشکلات تحقیق
۱۳	۲-۱ اهمیت بررسی مزیت نسبی
۱۴	۳-۱ جایگاه خرما در اقتصاد ایران و جهان
۱۶	۱-۳-۱ تاریخچه
۱۷	۲-۳-۱ گیاه شناسی نخل خرما



۱۸	۳-۳-۱ نواحی رشد و پرورش خرما
۱۹	۴-۳-۱ مناطق تولید کننده خرما در کشور براساس شرایط اقلیمی
۲۰	۵-۳-۱ انواع خرما
۲۱	۶-۳-۱ ارزش غذایی خرما
۲۳	۷-۳-۱ موارد مصرف خرما
۲۴	۸-۳-۱ خواص دارویی و درمانی خرما
۲۵	۹-۳-۱ صنایع تبدیلی خرما
۲۶	۱۰-۳-۱ سطح، میزان تولید و عملکرد خرما در ایران
۳۰	۱۱-۳-۱ سطح، میزان تولید و عملکرد خرما در جهان
۳۶	۴-۱ بررسی تجارت جهانی خرما
۳۶	۱-۴-۱ صادرات خرما
۴۰	۲-۴-۱ واردات خرما
۴۲	۵-۱ استان بوشهر
۴۲	۱-۵-۱ سابقه تاریخی
۴۳	۲-۵-۱ موقعیت جغرافیایی
۴۳	۳-۵-۱ کشاورزی
۴۴	۴-۵-۱ آب و هوا
۴۵	۵-۵-۱ بادهای مهم استان بوشهر و اثرات آن بر خرما
۴۵	۶-۵-۱ منابع آب
۴۶	۷-۵-۱ منابع خاک
۴۶	۸-۵-۱ خرما در استان بوشهر
۴۹	۹-۵-۱ ارقام مهم خرما
۵۰	۱۰-۵-۱ بازاریابی و صادرات
۵۱	۶-۱ نتیجه گیری

مقدمه

۵۶	۱-۲ نظریات اولیه
۵۶	۱-۱-۲ نظریه مرکانتلیست ها یا مکتب سوداگران
۵۶	۲-۱-۲ نظریات فیزیوکرات ها
۵۷	۲-۲ نظریات کلاسیک ها
۵۷	۱-۲-۲ نظریه مزیت مطلق
۵۸	۲-۲-۲ نظریه مزیت نسبی
۵۹	۳-۲-۲ نظریه هزینه فرصت از دست رفته
۶۱	۴-۲-۲ نظریه مارشال
۶۲	۳-۲ نظریات نئوکلاسیک
۶۲	۱-۳-۲ نظریه هکشر - اوهلین
۶۲	۲-۳-۲ معمای لئون تیف
۶۴	۴-۳-۲ نظریه لیندر
۶۴	۴-۲ نظریات جدید تجارت بین الملل
۶۶	۱-۴-۲ نظریه شکاف تکنولوژیکی
۶۶	۲-۴-۲ نظریه ورنون
۶۸	۵-۲ نقش تجارت در رشد و توسعه اقتصادی
۷۰	۶-۲ عوامل ایجاد کننده مزیت نسبی
۷۴	۷-۲ ماهیت و مفهوم کاربردی مزیت نسبی
۷۶	۸-۲ شاخص های تعیین کننده مزیت نسبی از دیدگاه تجارت
۷۷	۱-۸-۲ شاخص لایزئر
۷۸	۲-۸-۲ شاخص بالاسا
۷۹	۳-۸-۲ شاخص تکامل یافته بالاسا
۸۰	۴-۸-۲ مزیت نسبی آشکار شده متقارن RSCA
۸۱	۵-۸-۲ شاخص میچلی MI

۸۲	۶-۸-۲ شاخص کای دو $X^2$
۸۳	۷-۸-۲ شاخص CTB
۸۳	۸-۸-۲ شاخص TSI
۸۴	۹-۸-۲ شاخص کونیموتو
۸۵	۱۰-۸-۳ شاخص بالانس
۸۶	۱۱-۸-۲ شاخص ضریب مکان LQ
۸۷	۹-۲ ساختار بازار
۸۸	۱-۹-۲ ماهیت و تعریف تمرکز
۸۹	۲-۹-۲ شاخص های اندازه گیری تمرکز
۹۵	۱۰-۲ بازارهای هدف
۹۹	۱۱-۲ پیشینه تحقیق
۹۹	۱-۱۱-۲ مطالعات انجام شده در داخل کشور
۱۰۵	۲-۱۱-۲ مطالعات انجام شده در سایر کشورها
۱۰۹	۱۲-۲ نتیجه گیری
۱۱۰	<b>فصل سوم: روش شناسائی تحقیق</b>
	مقدمه
۱۱۳	۱-۳ روش تحقیق
۱۱۴	۲-۳ جامعه آماری، معرفی متغیرها، نحوه گردآوری اطلاعات و مشاهدات
۱۱۴	۱-۲-۳ جامعه آماری
۱۱۵	۲-۲-۳ متغیرهای تحقیق
۱۱۵	۳-۲-۳ نحوه گردآوری اطلاعات
۱۱۶	۳-۳ روش تجزیه و تحلیل
۱۱۶	۱-۳-۳ شاخص مزیت نسبی آشکار شده
۱۱۷	۲-۳-۳ شاخص مزیت نسبی آشکار شده متقارن
۱۱۸	۳-۳-۳ شاخص مزیت در کارائی فنی

- ۱۲۰ ۴-۳-۳ شاخص مزیت در مقیاس
- ۱۲۱ ۵-۳-۳ شاخص ضریب مکان
- ۱۲۳ ۶-۳-۳ شاخص نسبت تمرکز و شاخص هر فیندال-هیرشمن
- ۱۲۵ ۷-۳-۳ روش غربال کردن
- ۱۲۸ ۴-۳ نتیجه گیری

## ۱۲۹ فصل چهارم : تجزیه و تحلیل یافته های تحقیق

مقدمه

- ۱۳۱ ۱-۴ بررسی مزیت نسبی صادرات و تولید خرما در استان بوشهر
- ۱۳۱ ۱-۱-۴ مزیت نسبی صادرات خرما در استان بوشهر
- ۱۳۵ ۲-۱-۴ مزیت نسبی تولید خرما در استان بوشهر
- ۱۳۹ ۲-۴ بررسی مزیت نسبی تولید خرما در شهرستان های استان بوشهر
- ۱۴۰ ۱-۲-۴ شهرستان بوشهر
- ۱۴۱ ۲-۲-۴ شهرستان تنگستان
- ۱۴۲ ۳-۲-۴ شهرستان جم
- ۱۴۳ ۴-۲-۴ شهرستان دشتستان
- ۱۴۴ ۵-۲-۴ شهرستان دشتی
- ۱۴۶ ۶-۲-۴ شهرستان دیر
- ۱۴۷ ۷-۲-۴ شهرستان دیلم
- ۱۴۸ ۸-۲-۴ شهرستان کنگان
- ۱۴۹ ۹-۲-۴ شهرستان گناوه
- ۱۵۴ ۳-۴ بررسی ساختار بازار خرمای صادراتی ایران
- ۱۵۷ ۴-۴ بررسی بازارهای هدف خرمای ایران

۱۶۲

## فصل پنجم : نتیجه گیری و پیشنهادات

مقدمه

۱۶۴

۱-۵ آزمون فرضیات تحقیق

۱۶۴

۲-۵ نتیجه گیری

۱۶۷

۳-۵ پیشنهادات

۱۷۱

## فهرست منابع

## فهرست جدول ها

<u>صفحه</u>	<u>عنوان</u>
۲۱	جدول (۱-۱) معرفی مهمترین ارقام خرماي اقتصادي ايران
۲۲	جدول (۲-۱) مقايسه كالري خرما با ساير مواد در ۴۵۰ گرم
۲۷	جدول (۳-۱) سطح كشت باغ هاي خرما با احتساب درختان پراكنده (هكتار)
۲۹	جدول (۴-۱) ميزان توليد خرماي كشور (تن)
۳۰	جدول (۵-۱) عملكرد توليد خرما (كيلوگرم در هكتار)
۳۱	جدول (۶-۱) سطح زير كشت خرما در كشورهاي توليد كننده خرما (هزار هكتار)
۳۳	جدول (۷-۱) مقدار توليد خرما در كشورهاي توليد كننده (هزارتن)
۳۵	جدول (۸-۱) عملكرد در هكتار خرما در كشورهاي توليد كننده (تن در هكتار)
۳۹	جدول (۹-۱) ارزش صادرات خرما (هزار دلار)
۴۰	جدول (۱۰-۱) ارزش واردات خرما (هزار دلار)
۴۸	جدول (۱۱-۱) وضعيت واحدهاي داراي پروانه بهره برداري و فعال بسته بندي و فراوري خرما در استان بوشهر
۴۹	جدول (۱۲-۱) سطح توليد خرما در استان بوشهر، سال ۸۹-۱۳۸۸
۴۹	جدول (۱۳-۱) رتبه بندي خرما از نظر سطح و ميزان توليد در كشور، سال ۸۹-۱۳۸۸
۵۰	جدول (۱۴-۱) صادرات خرماي استان بوشهر به تفكيك سال هاي برنامه
۵۱	جدول (۱۵-۱) پيش بيني صادرات خرما در برنامه پنجم توسعه
۱۲۴	جدول (۱-۳) انواع بازار
۱۲۴	جدول (۲-۳) انواع ساختار بازار و ويژگي آنها
۱۳۱	جدول (۱-۴) مزيت هاي نسبي استان بوشهر در صادرات خرما نسبت به كشور (۸۸-۱۳۷۶)
۱۳۴	جدول (۲-۴) روند صادرات خرما در استان بوشهر و كشور (۸۸-۱۳۷۶)
۱۳۵	جدول (۳-۴) مزيت در عملكرد (TEI)، مزيت در مقايس (SAI) و شاخص ضريب مكان (LQ) استان بوشهر طي سالهاي ۸۸-۱۳۷۴
۱۴۰	جدول (۴-۴) مزيت در عملكرد (TEI)، مزيت در مقايس (SAI) و شاخص ضريب مكان (LQ) شهرستان بوشهر طي سالهاي ۸۸-۱۳۷۴

- جدول (۵-۴) مزیت در عملکرد (TEI)، مزیت در مقیاس (SAI) و شاخص ضریب مکان (LQ) شهرستان تنگستان طی سالهای ۸۸-۱۳۷۴ ۱۴۱
- جدول (۶-۴) مزیت در عملکرد (TEI)، مزیت در مقیاس (SAI) و شاخص ضریب مکان (LQ) شهرستان جم طی سالهای ۸۸-۱۳۷۴ ۱۴۳
- جدول (۷-۴) مزیت در عملکرد (TEI)، مزیت در مقیاس (SAI) و شاخص ضریب مکان (LQ) شهرستان دشتستان طی سالهای ۸۸-۱۳۷۴ ۱۴۴
- جدول (۸-۴) مزیت در عملکرد (TEI)، مزیت در مقیاس (SAI) و شاخص ضریب مکان (LQ) شهرستان دشتی طی سالهای ۸۸-۱۳۷۴ ۱۴۵
- جدول (۹-۴) مزیت در عملکرد (TEI)، مزیت در مقیاس (SAI) و شاخص ضریب مکان (LQ) شهرستان دیر طی سالهای ۸۸-۱۳۷۴ ۱۴۶
- جدول (۱۰-۴) مزیت در عملکرد (TEI)، مزیت در مقیاس (SAI) و شاخص ضریب مکان (LQ) شهرستان دیلم طی سالهای ۸۸-۱۳۷۴ ۱۴۷
- جدول (۱۱-۴) مزیت در عملکرد (TEI)، مزیت در مقیاس (SAI) و شاخص ضریب مکان (LQ) شهرستان کنگان طی سالهای ۸۸-۱۳۷۴ ۱۴۸
- جدول (۱۲-۴) مزیت در عملکرد (TEI)، مزیت در مقیاس (SAI) و شاخص ضریب مکان (LQ) شهرستان گناوه طی سالهای ۸۸-۱۳۷۴ ۱۴۹
- جدول (۱۳-۴) شاخص نسبت تمرکز و درصد تغییرات آن در بازار صادراتی خرمای ایران طی سالهای ۹-۲۰۰۵ ۱۵۵
- جدول (۱۴-۴) شاخص هرفیندال-هیرشمن و تغییرات آن در بازار صادراتی خرمای ایران طی سالهای ۹-۲۰۰۵ ۱۵۷
- جدول (۱۵-۴) شاخص های تعیین بازارهای هدف خرمای صادراتی ایران (۹-۲۰۰۵) ۱۶۰ و ۱۶۱

## فهرست نمودارها

صفحه	عنوان
۲۸	نمودار (۱-۱) توزیع سطح بارور خرما استان ها نسبت به کل کشور سال ۱۳۸۷
۲۹	نمودار (۲-۱) توزیع میزان تولید خرما استان ها نسبت به کل کشور سال ۱۳۷۸
۱۳۲	نمودار (۱-۴) روند تغییرات شاخص RCA و RSCA خرمای استان بوشهر (۸۸-۱۳۷۶)
۱۳۴	نمودار (۲-۴) روند صادرات خرما در استان بوشهر و کشور (۸۸-۱۳۷۶)
	نمودار (۳-۴) روند سهم تولید و سهم صادرات خرمای بوشهر در کشور، سهم صادرات از تولید خرما در بوشهر و سهم ارزش صادرات بوشهر از کل صادرات کشور طی سال های ۸۸-۱۳۷۴
۱۳۷	نمودار (۴-۴) سهم تولید خرمای (آبی و دیم) شهرستانهای بوشهر از کل تولید خرمای بوشهر طی دوره ۸۸-۱۳۷۴ (درصد-تن)
۱۵۱	نمودار (۵-۴) میانگین سهم تولید خرمای شهرستانهای بوشهر از کل تولید خرمای بوشهر طی دوره ۸۸-۱۳۷۴
۱۵۲	نمودار (۶-۴) روند سهم تولید و سطح زیر کشت خرمای دشتستان از کل تولید و سطح زیر کشت خرمای بوشهر طی دوره ۸۸-۱۳۷۴ (درصد-تن-هکتار)
۱۵۳	نمودار (۷-۴) روند سهم سطح زیر کشت باغات خرمای (آبی و دیم) شهرستان های بوشهر از کل سطح زیر کشت باغات خرمای بوشهر طی دوره ۸۸-۱۳۷۴ (درصد-هکتار)
۱۵۴	نمودار (۸-۴) میانگین سهم زیر کشت خرمای شهرستان های بوشهر از کل سطح زیر کشت خرمای بوشهر طی دوره ۸۸-۱۳۷۴



## چکیده

یکی از عوامل مؤثر در تعیین راهبردهای مناسب برونگرایی هر کشور، ظرفیت ها و توانمندی های صادراتی و داشتن مزیت نسبی در تولید و صادرات کالاهایی خاص است. با توجه به موقعیت و شرایط ممتاز استان بوشهر در تولید خرما، تحقیق حاضر درصدد بررسی مزیت نسبی صادرات و تولید خرما در استان بوشهر و شهرستان های آن می باشد. بدین منظور با بهره گیری از داده ها و اطلاعات وزارت جهاد کشاورزی، سازمان گمرک، FAO و PC-TAS به محاسبه شاخص های RCA، RSCA، TEI، SAI و LQ طی دوره ۱۳۷۴-۱۳۸۸ پرداخته شد. نتایج نشان دهنده وجود نوسان های زیاد در روند شاخص RCA و RSCA برای استان بوشهر در طول دوره مورد بررسی است و این مسئله حاکی از نبود برنامه ای مشخص برای صادرات خرما می باشد. استان بوشهر و شهرستان های تنگستان، دشتستان، دیلم و گناوه دارای مزیت نسبی و شهرستان های کنگان و جم فاقد مزیت نسبی در تولید خرما بوده اند. همچنین با بررسی ساختار بازار صادراتی خرما ایران و تغییرات آن طی دوره ۲۰۰۹-۲۰۰۵ با دو شاخص نسبت تمرکز و هرفیندال-هیرشمن، افزایش درجه رقابتی در این بازار مشاهده شد. سپس با استفاده از تکنیک آماری غربال گری، ۲۰ کشور به عنوان مناسب ترین بازار هدف جهت صادرات خرما ایران شناسایی و اولویت بندی گردید.

## مقدمه

پراکندگی منابع طبیعی و عوامل تولیدی، تنظیم نیروی کار، وجود سرمایه و فناوری در نقاط مختلف جهان و تفاوت در کیفیت و کمیت عوامل تولیدی این طرز تفکر را در بسیاری از کشورهای در حال توسعه به وجود آورده است که بدون توسل به تجارت خارجی، ادامه روند توسعه اقتصادی دور از دسترس به نظر می‌رسد. حضور آگاهانه در بازار جهانی بدون تدوین سیاست‌های مناسب بازرگانی برای بسیاری از کشورهای در حال توسعه از جمله ایران، غیر ممکن است. از طرف دیگر توجه به توسعه صادرات بدون ارزیابی امکانات، قابلیت‌ها، گرایشها و ساختار تولیدی کشور امکان‌پذیر نخواهد بود. یکی از عوامل موثر در تعیین راهبردهای مناسب برون‌گرایی هر کشور، ظرفیتها و توانمندی‌های صادراتی و داشتن مزیت نسبی یعنی اقتدار و توانایی یک کشور در تولید و صادرات یک کالا با بالاترین کیفیت و نازلترین قیمت در تولید و صادرات کالاهایی خاص است. در ایران مزیت‌های نسبی در کشور و اکثر مناطق آن و در اغلب بخش‌های اقتصادی بویژه بخش کشاورزی کماکان ناشناخته مانده است. بخش کشاورزی در میان بخشهای اقتصادی ایران جایگاه خاصی را به خود اختصاص داده است، به همین خاطر و با توجه به اینکه استان بوشهر یکی از مناطق خرماخیز کشور می‌باشد، تحقیق حاضر در صدد شناسایی مزیت نسبی خرما استان بوشهر و شهرستان‌های آن از جنبه‌های مزیت نسبی در تولید و صادرات است.

برخی کشورها در تولید و صادرات کالاها مزیت نسبی دارند ولیکن عدم شناخت بازارهای هدف، موانع موجود در مسیر صدور کالا به بازارهای هدف و یا نا آگاهی از قوانین و مقررات حاکم بر آن بازارها، باعث شده است نتوانند در زمینه صدور کالا به آن بازارها موفقیتی کسب کنند. بنابراین یکی از مباحث مهم در تجارت بین الملل، شناسایی بازارهای هدف کالاهای صادراتی است. در تحقیق حاضر مناسب‌ترین بازارهای هدف بالقوه صادراتی شناسایی و با استفاده از تکنیک‌های آماری، غربال و اولویت بندی می‌گردد.

به بیان دیگر، این تحقیق در پی پاسخ دادن به سوالات زیر می باشد :

- ۱ - آیا استان بوشهر در تولید و صادرات محصول خرما مزیت نسبی داشته یا خیر ؟
- ۲ - آیا شهرستان های استان بوشهر در تولید محصول خرما مزیت نسبی داشته یا خیر ؟
- ۳ - اگر استان بوشهر از نظر تولید خرما در مزیت باشد، آیا از نظر صادرات خرما نیز مزیت دارد یا خیر ؟
- ۴ - نوع ساختار بازار خرمای ایران به چه نحو بوده است و بازارهای هدف خرمای صادراتی ایران چه کشورهای می توانند باشند؟

اهمیت موضوع تحقیق را می توان به صورت زیر نام برد :

از نظر تاریخی : کشت خرما در ایران قدمت طولانی دارد .براساس شواهد باستانشناسی نزدیک به شش هزار سال است که کشت نخل در ایران در نزدیکی شوش قدیم، در زمان تمدن ایلامی ها رواج داشته است.(خوشخوی و دیگران، ۱۳۷۱، ۹)

از نظر سطح زیر کشت : از ۹۰ میلیون اصله خرمای جهان حدود ۳۰ میلیون در کشور عراق و بین ۲۶\_۲۰ میلیون اصله در کشور ایران می باشد. بنابراین ایران از نظر سطح زیر کشت و تعداد اصله دومین کشور می باشد (هاشم پور، ۱۳۷۸، ۵۶۴-۵۶۵). استان بوشهر(با توجه به امارهای وزارت جهاد کشاورزی ) در سال های مختلف جزء ۵ استان برتر تولید خرما در کشور می باشد. از نظر اشتغال زایی : گسترده گی کشت خرما در بیش از ۱۰ هزار روستا، باعث اشتغال زایی در کشور و استان مورد بررسی شده است.

تحقیق حاضر از لحاظ بررسی سهم خرما از سبد صادراتی کشور و حفظ جایگاه ایران در عرصه صادرات جهانی خرما اهمیت دارد .علاوه بر رؤیت جایگاه صادراتی این محصول ،ثبات بازارهای هدف ، پایداری درآمد ارزی کشور از صادرات محصول مذکور و رهایی از اقتصاد تک محصولی نفت را نشان می دهد .

از نظر غذایی : یکی از مهمترین محصولات کشاورزی خرما و فرآورده های جانبی و تبدیلی آن است که دارای ارزش غذایی فراوان است .

با توجه به جایگاه خرما در صادرات و تولیدات بخش کشاورزی، هدف از این مطالعه ارزیابی مزیت نسبی صادرات و تولید خرما در استان بوشهر و ارزیابی مزیت نسبی تولید خرما در شهرستان های آن می باشد.( از انجا که آمار مربوط به صادرات خرما به صورت مجزا در هر شهرستان موجود نیست، لذا شاخص های RCA و RSCA (مزیت در صادرات ) را در محدوده زمانی مورد مطالعه فقط برای استان بوشهر محاسبه می کنیم) . همچنین هدف بررسی روند صادرات خرمای بوشهر و بررسی

روند سطح زیر کشت و تولید خرما برای شهرستان های آن ، همراه با پیشنهادهایی در زمینه رفع مشکلات تولید و صادرات این محصول و سامان بخشیدن به روند تولید و صادرات آن می باشد. هدف بعدی تحقیق ، تعیین نوع ساختار بازار خرما و همچنین معرفی و اولویت بندی مناسب ترین بازارهای هدف بالقوه جهت صادرات این محصول می باشد.