



دانشگاه پیام نور

دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری

گروه مدیریت اجرایی

عنوان پایان نامه:

رتبه بندی موانع توسعه صادرات خرما با استفاده از تکنیک AHP

نگارش:

جواد زمانپور معززی

استاد راهنما:

دکتر محمد مهدی پرهیزکار

استاد مشاور:

دکتر محمد حکاک

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد

در رشته مدیریت اجرایی (گرایش بازاریابی صادرات)

خرداد ۱۳۹۱

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



شماره
تاریخ
پیوست

تصویب نامه

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی

"رتبه بندی موانع توسعه صادرات خرمای با استفاده
از تکنیک AHP"

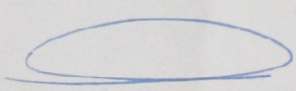
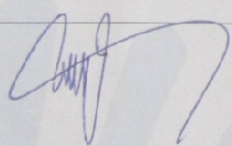
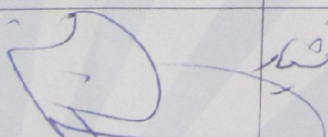
ساعت: ۱۶-۱۴

تاریخ دفاع: ۹۱/۰۴/۲۰

درجه ارزشیابی: عالی

نمره: نوزدهم - ۱۹

هیات داوران

امضاء	مرتبه علمی	نام و نام خانوادگی	اساتید
		دکتر پرهیزگار محمد مهدی	استاد راهنما
		دکتر حکاک عجم	استاد مشاور
	دانشیار	دکتر امینی محمد رحمتی	استاد داور

تقدیم به:

خانواده عزیزم،

که خداوند همواره سلامتشان بدارد

و تقدیم به مادر و پدرم که دیگر پیش ما نیستند.

روحشان شاد

تقدیر و تشکر

سپاس و قدردانی خود را بعنوان یک شاگرد تقدیم می کنم به استاد راهنما جناب آقای دکتر پرهیزکار بخاطر قدم بزرگی که بدون منت برای امکان ادامه پروژه حاضر تقبل کردند و در انتخاب موضوع مشوقم بودند و از استاد مشاور عزیزم جناب آقای دکتر حاک که علیرغم مشغله زیاد با تکنیک AHP آشنایم ساختند و همواره از رهنمودهای ایشان بصورت حضوری بهره مند شدم ، از استاد داور جناب آقای دکتر امینی که قضاوت پایان نامه را بر عهده گرفتند و با رهنمودهایشان پایان نامه را غنی تر ساختند و از خداوند متعال برای هر سه بزرگوار نعمت تندرستی را خواهانم .

از شرکت صادر کننده (خرما)پارسان دی سمبل و مشاوره های مدیر عامل گرامی و پر تلاش آن آقای آرش علوی که بستر تحقیق و امکان دسترسی به صادر کنندگان کرمانی را فراهم ساختند سپاسگزارم .

چکیده:

اهمیت صادرات غیر نفتی وقتی است که بدانیم اقتصاد کشورمان به شدت به درآمد نفت وابسته بوده و صاحب نظران معتقدند درآمد نفتی می بایست بعنوان سرمایه تلقی و به جای مصرف در بودجه های جاری صرف کارهای عمرانی شده تا نسلهای آینده نیز از منافع آن منتفع شوند.

هدف این تحقیق شناسایی موانع توسعه صادرات خرما از نگاه صادرکنندگان و سپس تعیین میزان رتبه هریک از موانع در مقایسه زوجی با موانع دیگر و در نهایت یافتن راه حل ها و تعیین اولویت برای آنان با استفاده از تکنیک AHP بدین منظور منطقه کرمان بعنوان جامعه آماری انتخاب شد و با تدوین پرسش نامه با بیش از ۱۲۰ سوال بین صادرکنندگان استان در بم و کرمان و جیرفت توزیع شد که تمامی ۲۰ نفر صادرکننده از مجموعه ای در همین حدود (۲۳ نفر) پاسخ خود را مرقوم فرمودند و با کمک نرم افزار اکسپرت چویس (EXPERT CHOICE) وزن هر معیار مشخص و رتبه بندی گردید. که بدین ترتیب در بخش تهدید خارجی باشش شاخص با اهمیت ترین و کم ترین مانع بترتیب وجود رقبای قوی در بازار خارج و تحریم های مالی ابراز شدند و در اولویت بندی راه حل های این بخش لزوم کمک دولت بعنوان اولویت اول و استفاده از کشورهای واسطه بعنوان اولویت آخر اعلام گردید.

در بخش ضعف داخلی از مجموع ۱۱ ضعف اصلی اعلام شده مهم ترین ضعف بالا بودن قیمت تمام شده هزینه تولید خرما و کمترین ضعف فراوری اعلام گردید و راه حل این بخش نیز بترتیب بازاریابی بعنوان اولویت اول و گسترش سردخانه و آزمایشگاه بعنوان آخرین اولویت ارزش گذاری شدند.

کلید واژه ها: موانع توسعه صادرات - تکنیک AHP - ضعف ها و تهدیدها - رتبه بندی

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	فصل اول : کلیات تحقیق
۱	مقدمه
۱	۱-۱. بیان مسئله
۳	۱-۲. اهمیت موضوع
۴	۱-۳. اهداف تحقیق
۴	۱-۴. سوالات تحقیق
۴	۱-۵. تعریف عملیاتی متغیرها.....
۵	۱-۶. تعریف اصطلاحات و مفاهیم بکار رفته در تحقیق

فصل دوم : پیشینه تحقیق و ادبیات تحقیق

۷	مقدمه
۷	۲-۱. تاریخچه صادرات غیر نفتی
۱۰	۲-۲. انواع موانع بر سر راه صادرات
۱۴	۲-۳. مشکلات بر سر راه صادرات خرما
۱۶	۲-۴. پیشنهادات و راه حل ها برای بهبود صادرات خرما
۲۰	۲-۵. پیشینه تاریخی صادرات خرما

۲۲	۶-۲. خواص خرما
صفحه	فهرست مطالب	عنوان
۲۳	۷-۲. اهمیت و مصارف خرما و جایگاه آن در کشور ایران
۲۵	۸-۲. مشخصات خرما جهت فروش در بازار داخل و خارج
۲۶	۹-۲. مراحل از فرآوری خرما
۲۷	۱۰-۲. مقایسه صادرات خرما ایران با سایر کشورها
۲۸	۱۱-۲. وضعیت صادرات خرما ایران در سالهای اخیر
۳۰	۱۲-۲. ارزش یا قیمت خرما صادراتی ایران در مقایسه با سایر کشورها
۳۱	۱۳-۲. بازارهای جهانی خرما
۳۲	۱۴-۲. بازرگانی بین الملل
۳۴	۱۵-۲. مدل AHP
۳۶	۱۶-۲. اصول اساسی تفکر تحلیلی
۴۱	۱۷-۲. مزایای فرایند سلسله مراتبی
۴۲	۱۸-۲. پژوهش های انجام شده داخلی و خارجی
۴۷	۱۹-۲. مدل مفهومی
فصل سوم : روش شناسی تحقیق (روش شناسی)		
۴۸	مقدمه
۴۸	۱-۳. روش تحقیق

۴۸	۲-۳. ابزار جمع گردآوری داده ها
صفحه	فهرست مطالب	عنوان
۴۹	۳-۳. شیوه نمونه گیری
۴۹	۴-۳. جامعه آماری
۴۹	۵-۳. روایی پرسش نامه
۵۰	۶-۳. پایایی پرسش نامه

فصل چهارم : توصیف و تحلیل داده ها

۵۱	مقدمه
۵۱	۴-۱. بررسی ویژگی های پاسخ دهندگان
۵۲	۴-۲. بررسی نتایج اولویت بندی شاخص ها (تهدید خارجی)
۵۲	۴-۳. اولویت بندی معیارها (تهدید خارجی) از دید صادرکنندگان خرما
۶۳	۴-۴. اولویت بندی نهایی گزینه ها بر اساس معیارها (تهدید خارجی)
۶۴	۴-۵. بررسی نتایج اولویت بندی شاخص ها (ضعف داخلی)
۹۵	۴-۶. اولویت بندی نهایی گزینه ها بر اساس معیارها (ضعف داخلی)

فصل پنجم : خلاصه بحث ، نتیجه گیری و پیشنهادات

۹۷	۵-۱. خلاصه بحث
۹۷	۵-۲. نتیجه گیری
۱۰۲	۵-۳. پیشنهادات
۱۰۶	منابع و ماخذ

فهرست جداول

صفحه	عنوان
۲۸	جدول ۱-۲. مقایسه سطح تولید خرما.....
۲۸	جدول ۲-۲. مقایسه مقادیر صادرات خرمای ایران
۲۹	جدول ۳-۲. کشورهای که خرمای ایران به آنجا صادر شده سال ۸۶.....
۳۰	جدول ۴-۲. کشورهای که خرمای ایران به آنجا صادر شده در سال ۸۷.....
۳۱	جدول ۵-۲. مقایسه ارزش صادرات خرما.....
۳۸	جدول ۶-۲. مزایای استفاده از AHP.....
۴۹	جدول ۱-۳. سئوالات و سنجش معیارها/متغیرها.....
۵۱	جدول ۱-۴. بررسی وضعیت پاسخ دهندگان از نظر تحصیلی.....
۵۱	جدول ۲-۴. بررسی وضعیت پاسخ دهندگان از نظر سابقه کار.....
۵۳	جدول ۳-۴. ماتریس مقایسات زوجی معیارها (تهدید خارجی).....
۵۳	جدول ۴-۴. نتایج حاصل از مقایسات زوجی معیارها (تهدید خارجی).....
۵۴	جدول ۵-۴. ماتریس مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار تحریم مالی
۵۵	جدول ۶-۴. نتایج حاصل از مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار تحریم مالی ...
۵۶	جدول ۷-۴. ماتریس مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار تبلیغات منفی.....
۵۶	جدول ۸-۴. نتایج حاصل از مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار تبلیغات منفی.....
۵۷	جدول ۹-۴. ماتریس مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار فقدان تعامل تجاری... ..

فهرست جداول

صفحه	عنوان
۵۹	جدول ۴-۱۱. ماتریس مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار تحریم تجاری.....
۵۹	جدول ۴-۱۲. نتایج حاصل از مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار تحریم تجاری....
۶۰	جدول ۴-۱۳. ماتریس مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار تنوع وارسته.....
۶۱	جدول ۴-۱۴. نتایج حاصل از مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار تنوع وارسته....
۶۱	جدول ۴-۱۵. ماتریس مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار رقبای قوی.....
۶۲	جدول ۴-۱۶. نتایج حاصل از مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار رقبای قوی
۶۳	جدول ۴-۱۷. اولویت بندی کلی گزینه ها بر اساس معیارها (تهدید خارجی).....
۶۴	جدول ۴-۱۸. نرخ سازگاری ماتریس مقایسات شاخص ها (تهدید خارجی).....
۶۵	جدول ۴-۱۹. ماتریس مقایسات زوجی معیارها (ضعف داخلی).....
۶۶	جدول ۴-۲۰. نتایج حاصل از مقایسات زوجی معیارها (ضعف داخلی).....
۶۷	جدول ۴-۲۱. ماتریس مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار ضعف بسته بندی.....
۶۹	جدول ۴-۲۲. نتایج حاصل از مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار ضعف بسته بندی..
۷۰	جدول ۴-۲۳. ماتریس مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار کمبود سردخانه.....
۷۱	جدول ۴-۲۴. نتایج حاصل از مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار کمبود سردخانه..
۷۲	جدول ۴-۲۵. ماتریس مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار ضعف قوانین.....
۷۴	جدول ۴-۲۶. نتایج حاصل از مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار ضعف قوانین....
۷۵	جدول ۴-۲۷. ماتریس مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار بازاریابی.....

جدول ۴-۲۸. نتایج حاصل از مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار بازاریابی..... ۷۶

فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول ۴-۲۹. ماتریس مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار نبود شکل ها.....	۷۷
جدول ۴-۳۰. نتایج حاصل از مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار نبود شکل ها	۷۹
جدول ۴-۳۱. ماتریس مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار حمایت دولت.....	۸۰
جدول ۴-۳۲. نتایج حاصل از مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار حمایت دولت.	۸۲
جدول ۴-۳۳. ماتریس مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار حمل و نقل.....	۸۳
جدول ۴-۳۴. نتایج حاصل از مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار حمل و نقل..	۸۴
جدول ۴-۳۵. ماتریس مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار ثقل در فروش نمونه.....	۸۵
جدول ۴-۳۶. نتایج حاصل از مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار ثقل در فروش.....	۸۷
جدول ۴-۳۷. ماتریس مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار قیمت تمام شده.....	۸۸
جدول ۴-۳۸. نتایج حاصل از مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار قیمت تمام شده.....	۸۹
جدول ۴-۳۹. ماتریس مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار نرخ وام.....	۹۰
جدول ۴-۴۰. نتایج حاصل از مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار نرخ وام....	۹۲
جدول ۴-۴۱. ماتریس مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار فراوری.....	۹۳
جدول ۴-۴۲. نتایج حاصل از مقایسات زوجی گزینه ها بر اساس معیار فراوری.....	۹۴
جدول ۴-۴۳. اولویت بندی کلی گزینه ها بر اساس معیارها (ضعف داخلی).....	۹۵
جدول ۴-۴۴. نرخ سازگاری ماتریس مقایسات شاخص ها (ضعف داخلی).....	۹۶
جدول ۱-۵. نتایج رتبه بندی موانع صادرات خرما در بخش تهدیدها.....	۹۸

جدول ۵-۲. اولویت بندی راه حلها برای کاهش تهدیدها ۹۸

فهرست جداول

عنوان
صفحه

جدول ۵-۳. نتایج رتبه بندی موانع صادرات خرما در بخش ضعف داخلی ۹۸

جدول ۵-۴. اولویت بندی راه حلها برای کاهش ضعف ها ۹۹

فهرست اشکال

صفحه	عنوان
۴۷	شکل ۲- امدل مفهومی تحقیق

فصل اول

کلیات تحقیق

متنوع سازی صادرات و اهمیت به صادرات غیر نفتی بالاخص به آن دسته از صادراتی که امکان رقابت در بازار جهانی وجود دارد همواره مورد توجه برنامه ریزان اقتصادی قرار گرفته است و صادرات خرما با توجه به قدمت تولید و سطح وسیع زیر کشت آن در کشور از جایگاه خاصی برخوردار می باشد. اما انتظار و توقع یاد شده برای گسترش صادرات خرما و ارز حاصل از آن برآورده نشده است. وجود موانع زیادی بر سر راه صادرات خرما مانند سایر محصولات غیر نفتی سبب شده تحقیق مختلفی در این زمینه با پرسش گری از کارشناسان به عمل آمده تا فهرست ریز و درشت از موانع و راه حل ها بدست آید. اما جای خالی اولویت بندی کردن موانع و راه حل ها مذکور که به تصمیم گیری کمک شایانی خواهد کرد احساس می شد. که در این تحقیق سعی شده به آن جامع عمل پوشانده شود.

۱-۱. بیان مسئله

صادرات خرما ایران در سالهای اخیر علیرغم داشتن تولیدی در حد یک میلیون تن با ضایعات زیاد و صادرات ناچیز روبروست. (<http://faostat.fao.org/site/۳۳۹/default.aspx>) یافتن علل و دسته بندی آنان به دو بخش شامل نقاط ضعف داخلی که در محدوده کشور تلقی شده و در بردارنده ضعف شرکت های صادراتی یا ضعف دولت است. و بخش دیگر تحت عنوان تهدیدها که از اراده صادر کنندگان خارج بوده و بر آن کنترلی نداشته اند. بدلیل آنکه هر تحقیق کاربردی باید به راه کاری برای غلبه بر مشکلات ختم شود لذا قدم اول شناسایی موانع کاهش صادرات اعم از ضعف داخلی و تهدیدها ست که در تحقیقات و پژوهش های پایان نامه ای و تالیفات به آن پرداخته شده است و قدم بعد دسته بندی آنها ست چراکه تهدیدها از کنترل صادرکننده خارج بوده و تدابیر خاص خود را دارد. بنابراین این قدم سوم ارایه راه کار برای غلبه بر موانع یاد شده می باشد. که با رتبه بندی کردن آن با استفاده از تکنیک **AHP** به توان دیدگاه صادرکنندگان را نسبت به درجه اهمیت هر یک از موانع و راه حل ها شناسایی و در نهایت با در نظر داشتن محدودیت منابع به تمرکز بر حل موانع با اهمیت در کوتاه یا بلند مدت همت گماشت.

وقتی مشخص شود عمده موانع اصلی صادرات ناشی از مشکلات و ضعف داخلی نظیر بسته بندی نامناسب و مشتری پسند ، قیمت تمام شده بالا نظیر دستمزد و سربار ها بالاخص با برداشتن یارانه سوخت)، ضعف بازاریابی و تبلیغات ،نرخ بالای وام بانکی ،عدم آشنایی باغ داران با امور علمی تولید ، نبود شکل های قوی برای نظارت بر نحوه قیمت گذاری صادرکنندگان ، ضعف جاده ای و ناوگان حمل و نقل ، خلف وعده به مشتریان خارجی وعدم رعایت اخلاق ودرست کاری در تجارت ، کمبود سردخانه و آزمایشگاه در فواصل مناسب جغرافیایی و فرآوری و بعمل آوری ، قوانین متضاد ، سخت گیرانه و دست وپاگیر ..است . حال باید مشخص کرد کدامیک از عوامل از منظر صادر کنندگان اهمیت یا اولویت بالاتری دارد که رفع آن می تواند راه گشای توسعه صادرات شود . این موانع که تحت عنوان مشکلات داخلی از آن یاد می شود نیاز به عزم صادر کنندگان در قالب تشکلی منسجم برای رایزنی با نمایندگان دولت و درخواست های برنامه ریزی شده برای جلب حمایت آنان می باشد .مانند این که ثبات چند سال اخیر نرخ ارز سبب گردیده علیرغم افزایش همه ساله هزینه تولید . افزایش متناسبی در نرخ ارز صورت نگرفته و سیاست دولت برای کنترل تورم با پایین آوردن و تثبیت کردن نرخ ارز سبب کاهش درآمد حاصل ازصادرات غیر نفتی شده و صادر کننده را با عدم صرفه اقتصادی مواجه ساخته است . از این رو دولت از یک طرف خواهان افزایش صادرات غیر نفتی بوده و سعی در تشویق آن می نماید و از طرف دیگر مجموعه قوانین و مقررات ارزی سبب لطمات به صادرکنندگان شده است .لذا یافتن راه حلی میانه و فرمولی مناسب برای جبران هزینه صادرات بین صادرکنندگان و دولت اجتناب ناپذیر بوده . اما اینکه صادرکنندگان چقدر حاضرند برای رفع موانع داخلی از این دست هزینه نمایند بستگی به درجه اهمیت این عامل نسبت به سایر ضعف ها و موانع داخلی دارد . خلاءچنین اطلاعاتی یعنی فقدان مقایسه کمی و ارزش گذاری شده از دید صادرکنندگان در سطح استان کرمان ایجاب نمود تا محقق این موضوع را در دستورتحقیق پایان نامه ای خود قرار دهد تا دیدگاه صادرکنندگان را در زمینه رتبه موانع فوق الذکر بدست آورده و نتایج تحقیق را نیز در اختیار تشکل تازه تاسیس انجمن خرما ی کرمان قرار دهد .

بسیاری از ضعف های داخلی با اهمیت و کم اهمیت موجود بر سر راه صادرات خرما می تواند با هم فکری صادرکنندگان و ترغیب سرمایه گذاران به این بخش بستری را فراهم سازد

تا افراد و اشخاصی برای رفع این کمبودها مانند سردخانه و بسته بندی مناسب پا پیش نهاده نسبت به برپایی آن اقدام نمایند .

ضعف بسته بندی محصولات که در مباحث بازاریابی از آن به عنوان پنجمین P یاد می کنند، می تواند بستر خوبی را بین صادرکنندگان خرما و کارخانجات تولید کننده لوازم بسته بندی و طراحان ایجاد نموده و دگرگونی خوبی را برای فروش بیشتر این محصول فراهم نماید .

۱-۲. اهمیت موضوع تحقیق

آمار پایین صادرات خرمای ایران به خارج و ارز آوری کم آن سبب گردیده دارندگان نخل ها و صادر کنندگان در تنگای اقتصادی قرار گرفته و در خصوص جایگزینی آن با محصولی دیگر به تردید بی افتند . عوامل مختلفی در این کاهش درآمد ارزی و ریالی نقش داشته و هر کس از منظر خود به آن پرداخته است . تحقیقات متعددی راجع به موانع سد راه توسعه صادرات و رقابت مطرح شده اما تحولی برنامه ریزی شده برای از میان برداشتن این موانع به چشم نمی خورد . شاید به این دلیل که حل مشکلات موجود را از دولت طلب می کنند . و به دلیل تعدد مشکلات و فقدان شکل های منسجم صادر کنندگان خرما و اولویت بندی اتفاق نظر شده بر آنها موجب کندی برداشتن موانع شده و انگیزه رقابت در بازار جهانی را از افراد سلب نموده است .

از این رو پرداختن به موضوع تحقیق مذکور از چند زاویه اهمیت بسزایی دارد :

الف - بهره مندی از منابع طبیعی و حاصل خیزی خاک آن که مناسب گونه خاصی از خرما خواهد بود که قابلیت رقابتی را دارد .

ب - ایجاد اشتغال مولد در مناطق کویری

ج - امکان ارز آوری و تاثیر آن بر تعدیل نرخ تورم

۱-۳. اهداف تحقیق

شناخت موانع صادرات خرما

اولویت بندی موانع صادرات خرما

ارائه راه کار برای رفع موانع صادرات خرما

۱-۴. سوالات تحقیق

سئوال اصلی تحقیق:

اولویت موانع توسعه صادرات خرما چگونه است؟

سئوالات فرعی:

- اولویت موانع خارجی چگونه است ؟

- اولویت موانع داخلی چگونه است؟

- اولویت راه حل های موانع خارجی چگونه است؟

- اولویت راه حل های موانع داخلی چگونه است؟

۱-۵. تعریف عملیاتی متغیرها

موانع داخلی: شامل بسته بندی ، کمبود زیر ساخت (آزمایشگاه محصول و سردخانه ها ؛ راه ها) فقدان نرخ بالای وام بانکی ، تغییر مکرر قوانین دولتی و ناکارآمدی مقررات تشویقی و مالیاتی ؛ تعرفه های گمرکی ؛ قیمت تمام شده بالا ، ضعف بازاریابی ؛ کم توجهی سفارت خانه های کشور در بازار هدف به مقوله صادرات خرما ؛ نبود تشکلهای صادراتی ؛ فقدان مکانیزه بودن در سورت تینگ کالا ، ضعف شاخص های بهداشتی ؛ تقلب در فروش نمونه ؛ ضعف دولت در امر پشتیبانی ومقررات دست و پا گیر دولتی

موانع خارجی: شامل مواردی نظیر تحریم مالی ، تحریم تجاری ؛ تبلیغ منفی علیه کشور، وجود رقبای قوی و فقدان تعامل با خارج ،تنوع وارسته

- راه کارهای داخلی: شامل سرمایه گذاری مشترک با تولیدکننده ، بازاریابی ، جلب حمایت دولتی ، ساده سازی مقررات ، آموزش باغ داران ، کاهش نرخ وام ، توسعه حمل و نقل ، ایجاد تشکل صادراتی ، رعایت اخلاق در تجارت ، گسترش سردخانه ، و آزمایشگاه
- راه کارهای خارجی: استفاده از کشورهای واسطه ، انتخاب کشورهای مسلمان آسیا ، مبادله کالا با کالا ، برقراری روابط حسنه تجاری با کشورها و سیاست زدایی ، کمک بیشتر دولت به صادر کننده

۱-۶. تعریف اصطلاحات و مفاهیم بکار رفته در تحقیق:

- نفاذ ضعف ؛ مهارتها و توانایی هایی هستند که سازمان بخاطر عدم برخورداری از آنها نمی تواند استراتژی هایی را انتخاب و اجرا کند که از مأموریت سازمانی حمایت شود. (اعرابی ، ۱۳۸۹ ، ص ۲۷)

- تهدیدها: منظور از تهدیدها کلیه متغیرهایی که در خارج از کشور ایران و توسط سایر کشورها بر محدود کردن صادرات تاثیر میگذارد .

تنوع وارسته : در بردارنده کشت انواع خرما ی گوناگون می باشد که سطح و حجم زیر کشت متفاوتی داشته و برای عامه مردم بالانحص کشورهای مقصد ناشناخته می باشد .

تکنیک AHP: روشی است که در آن یک وضعیت پیچیده به بخشهای کوچکتر آن تجزیه شده . سپس این اجزا در یک ساختار سلسله مراتبی قرار می گیرد در این روش به قضاوتهای ذهنی با توجه به اهمیت هر متغیر عددی اختصاص داده ، متغیرهایی که بیش ترین اهمیت را دارند مشخص می شوند . به عبارت دیگر ترتیت اولویت متغیرها تعیین می شود. (آذر ، ۱۳۸۹ ، ص ۱۰۰)

جامعه آماری : جامعه ، بطور کل جامعه عبارت است از همه اعضای واقعی یا فرضی که علاقه مند هستیم یافته های پژوهش را به آنها تعمیم (خورشیدی و قریشی ، ۱۳۸۶ ، ص ۱۳۲) که در این تحقیق صادرکنندگان خرما ی در استان کرمان به تعداد ۲۳ نفر جامعه آماری را تشکیل می دهد .