

## چکیده:

گیاهان دارویی از جمله مواهبی است که توجه به آن می تواند جانشین مناسبی برای بخشی و یا درصدی از درآمدهای نفتی باشد. وجود گونه های متنوع گیاهی با ارزش های صنعتی، دارویی و خوراکی که بعضی از آنها دارای نقش ارزنده ای در صادرات غیرنفتی دارا می باشند و جاذبه های فراوانی در گستره جنگل ها و مراتع کشور پدید آورده است.

هدف: بررسی عوامل تاثیرگذار بر صادرات و بازاریابی گیاهان دارویی در سال ۱۳۸۱ بر اساس رفتارهای اقتصادی صادرکنندگان و کارشناسان در استان تهران .

روش بررسی: روش بکاررفته شده در این تحقیق از نوع توصیفی - تحلیلی است . وضعیت فعلی صادرات گیاهان دارویی و موانع و مشکلات برسر راه بررسی شود و سپس در روش تحلیلی ، اطلاعات به دست آمده توسط پرسشنامه ها بوسیله روش های آماری ( روش آزمون تی - استودیانت و ضریب چوپروف و روش آزمون فریدمن) مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد . جامعه پژوهش را کارشناسان و صادرکنندگان دست اندر کار این محصولات تشکیل داده است. به منظور استفاده بهینه و بر اساس یک استاندارد کلی از نظرات متخصصان و کارشناسان و صادرکنندگان گیاهان دارویی و استادان رشته اقتصاد استفاده گردیده است.

یافته ها: بررسی پرسشنامه ها و همچنین نظرات پاسخ دهنده گان در خصوص سئوالات عنوان شده، به یک رویه مشترک ختم می شود که در نهایت عوامل تاثیر گذار بر اساس آزمون های آماری ارتباط میان مشکلات فراروی صادرات و ضعف مدیریت و نبود امکانات و عدم شناخت بازار بر اساس نظریات اقتصاددانان را تایید می کند .

بحث و نتیجه گیری: باتوجه به کیفیت کالا بر اساس استانداردهای کشور واردکننده و بر اساس اصول علمی وبااستفاده از اصول بازاریابی بایدبه طریقی عمل نمود که بتوان به بازاری مشخص و پایدار دست بیاییم ودرآمدهای ارزی کشور را ارتقاء بخشید.

واژه های کلیدی: گیاهان دارویی، بازاریابی، صادرات