



بررسی چالش های موجود بر توسعه صادرات در صنعت داروهای گیاهی و ارائه راهکار

زهرا اصیلی

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت بازرگانی بین الملل

zahraasili66@gmail.com

1

چکیده

رویکرد روز افزون استفاده از گیاهان دارویی و فرآورده های حاصله از آن نقش گیاهان را در چرخه اقتصاد جهانی پر رنگ تر کرده است و حجم مبادلات وسیعی پیرامون این موضوع شکل گرفته و تجارت گیاهان دارویی، بسیار سود آور است. ایران نیز با توجه به تنوع اقلیم پوشش گیاهی می تواند در این تجارت پرسود سهیم بوده به بهبود اقتصاد خویش کمک کند. صنعت تولید گیاهان دارویی و صادرات آن ، وابستگی کشور را به صادرات نفتی و فرآورده های نفتی کم کرده در رونق صادرات غیر نفتی بسیار مثمر ثمر است. از طرف دیگر پتانسیل بالای ایران در زمینه ی تولید محصول با کیفیت مرغوب همواره می تواند امنیت اقتصادی مناسبی را برای این محصولات در سطح بازارهای جهانی داشته باشد. بنابراین با توجه به اهمیت گیاهان دارویی و متابولیت های مشتق از آنها در تامین سلامت جوامع بشری و پتانسیل بالای اقتصادی این گیاهان به عنوان یک منبع در آمد مطمئن لازم است در کشور ما عوامل موثر بر توسعه صادرات این محصولات مورد بررسی قرار بگیرد. امید است با توجه به نتایج حاصله توسعه تجارت گیاهان دارویی در راستای رشد صادرات و حفظ و بهبود موقعیت جهانی ایران در این زمینه افزایش یابد.

واژگان کلیدی: گیاهان دارویی، چالش ها، توسعه صادرات

مقدمه

گیاهان دارویی یکی از منابع بسیار ارزشمند در گستره وسیع منابع طبیعی ایران هستند که در صورت شناخت علمی، کشت، توسعه و بهره برداری صحیح می توانند نقش مهمی در سلامت جامعه، اشتغال زایی و صادرات غیرنفتی داشته باشند. خوشبختانه در سال های اخیر، تلاش های فراوانی برای شناخت همه جانبه گیاهان دارویی از نظر نوع گیاهان و پراکنش آنها در ایران، شرایط اکولوژیک، استفاده های دارویی، استخراج، تجزیه، شناسایی مواد موثره، کشت و اهلی کردن، اصلاح گونه های مهم، بررسی روش های نوین در افزایش مواد موثره و مطالعه اثرات دارویی آنها صورت گرفته و نتایج جالب توجهی نیز حاصل شده است. در راستای رویکردهای وزارت جهاد کشاورزی مبنی بر هدایت فعالیت های کشاورزی به سمت چارچوب برنامه های راهبردی تک محصولی و موضوعی و پیش بینی نقش موثر این برنامه ها در کاربردی نمودن بیش از پیش برنامه های تحقیقاتی وزارت جهاد کشاورزی، بازنگری و تعیین خط مشی ها و سیاست های راهبردی مناسب با توجه به سوابق تحقیقاتی، در نظر گرفتن نیازهای اساسی کشور، سند چشم انداز و برنامه چهارم توسعه کشور در زمینه گیاهان دارویی، می تواند در ساماندهی بهینه تحقیقات آینده در جهت توسعه پایدار کشور مفید باشد و ضمن جلوگیری از اتلاف انرژی و سرمایه های کشور، با تعیین اهداف کلان و برنامه های اجرایی برای رسیدن به آنها، نقش موسسه تحقیقات جنگلها و مراتع را به عنوان متولی تحقیقات گیاهان دارویی در کشور و هماهنگی سایر دست اندرکاران گیاهان دارویی را با این مجموعه برای رسیدن به اهداف پیش بینی شده، تبیین نماید (کشفی بناب، ۱۳۸۹). در کشورهای در حال توسعه، صادرات محصولات کشاورزی جهت تأمین ارز مورد نیاز صنعت و بخش مصرف جامعه مورد توجه است. ایران وابستگی فراوان به درآمد حاصل از صادرات نفت دارد و هرگاه بحث صادرات غیرنفتی مطرح میشود؛ صادرات محصولات کشاورزی و سنتی در ذهن القا میشود. صادرات محصولاتی مانند: گیاهان دارویی، خشکبار و محصولات باغی از مواردی هستند که ارزآوری فراوان در بین فعالیتهای اقتصادی دارند. متکی بودن اقتصاد ایران به درآمدهای نفتی و تأثیرپذیری درآمدها از مسائل سیاسی و اقتصادی، آسیب پذیری اقتصاد کشور را موجب شده است؛ یکی از راههای مقابله با این چالش، توسعه تولیداتی است که ضمن بهبود وضع اقتصاد داخلی سبب افزایش صادرات غیرنفتی می شود (حیدری و همکاران، ۱۳۹۵).

کشور ایران با داشتن بیش از ۱۰۸۸ گونه گیاهی (تقریباً سه برابر تعداد گونه های گیاهی موجود در اروپا) از لحاظ تنوع گیاهان دارویی، در زمره کشورهای مهم جهان به شمار میرود. نوپا بودن گیاهان دارویی، ویژگیهای آنها در سازگاری با شرایط نامساعد، توان باروری این گیاهان در اراضی کم بهره، باز شدن بازارهای جدید گیاهان دارویی، وجود صنایع فرآوری وابسته، و ایجاد اشتغال از جمله عوامل مهمی است که میتوان به عنوان مزایای گیاهان دارویی به آنها اشاره کرد (خداوردی زاده و همکاران، ۱۳۹۴). در نهایت برنامه ریزی اصولی برای توسعه فعالیت ها در بخش گیاهان دارویی، نیازمند بررسی دقیق وضعیت موجود، شناخت کافی پتانسیل های موجود در عرصه های زراعی و منابع طبیعی به عنوان خاستگاه اصلی گونه های بومی کشورمان و همچنین شناخت صحیح از محدودیت ها و چالش ها است.

مفهوم صادرات و اهداف آن

صادرات عبارتست از ارتباط و کار کردن با بازارهای حرفه ای و حرفه های بازار در آن سوی مرزها. صادرات نقطه آغاز ارتباط برقرار کردن با دیگران است. صادرات برای رشد و توسعه اقتصادی کشور است که از فروش تولیدات یا خدمات به کشورهای دیگر برای کسب درآمد ارزی حاصل می شود و در برقراری موازنه تجاری و ایجاد تعادل اقتصادی کمک شایانی می نماید (امجدی و همکاران، ۱۳۸۹).

صادرات عبارتست از صدور کالاهای تولید شده در داخل کشور اعم از نفتی و غیرنفتی که اقلام عمده شامل فرش دستباف، پسته، زعفران و کالاهای صنعتی و ... می باشد که پس از طی مراحل قانونی از طریق گمرک در مبادی خروجی کشور صادر می شود (مجاوریان، ۱۳۹۴).

عمده ترین هدف شرکتها از ورود به بازارهای بین المللی، ایجاد فرصت های مناسب برای کسب سود است. همین دلیل، باعث می شود تا تعدادی از شرکتها پس از دریافت سفارشی غیرقطعی از خارج، به تحقیق در فرصت های موجود در آن بازار خارجی، برانگیخته شوند. وقتی شرکتی به طور قطع تصمیم می گیرد وارد بازار خارجی شود، مجبور است به طور جدی و موثر خود را متعهد به ارائه پیوسته کالا و خدمات بداند. صادرات، آسانترین و کم هزینه ترین راه ورود به بازارهای خارجی است که بر دو گونه صادرات مستقیم و صادرات غیرمستقیم می باشد (Doherty, 2009).

الف) صادرات مستقیم: فروشندگانی که دسترسی به خریداران بازارهای خارجی دارند، اقدام به صدور کالا کرده و بدون واسطه عمل کرده و هزینه های خود را در این مورد افزایش نمی دهند و کالا را به طور مستقیم به بازارهای خارجی می رسانند. این گونه عملیات گرچه مستلزم سرمایه گذاری و ریسک بیشتر است، اما بازگشت سرمایه و سود افزون تری را به دنبال دارد.

ب) صادرات غیر مستقیم: موسساتی که در آغاز راه هستند و فعالیت های خود را به تازگی شروع کرده اند، غالباً از این طریق وارد عمل می شوند؛ زیرا اولاً نیازمند سرمایه گذاری کمتر بوده و ثانیاً مجبور نیستند فعالیت ها و خدمات فروش خود را افزایش داده و ریسک بیشتری را بپذیرند. این گونه شرکتها؛ کالاهای خود را از طریق واسطه های داخلی و خارجی در بازارهای بین المللی به فروش می رسانند (Alamdarlo & Hassani, 2009).

کشورها به دلیل مواهب داخلی در تولید کالاهایی خاص «در زمینه، امکانات یا مرحله تولید» می توانند به طور نسبی بیشترین کارایی را داشته باشند و شامل مزیت هایی هستند که عبارتند از: نیروی انسانی، منابع طبیعی، فناوری از منظر قیمت تمام شده، صدور که شامل عواملی است مانند بسته بندی، حمل و نقل، بیمه، بازاریابی، تبلیغات، کیفیت و سرعت انتقال کالاهای صادراتی به بازارهای مصرف، عامل انتقال کالاها و نیز در زمینه تقاضا که شامل عواملی مانند جمعیت، درآمد و عوامل جغرافیایی وابسته است و نیز کشش پذیری تقاضا و درآمد. بنابراین این کشورها مایلند در تولید کالاها و عرضه خدمات تخصص یابند. کشورها منابع داخلی خود را به صادرات اختصاص می دهند، زیرا از طریق مبادلات بین المللی، کالاها و خدمات بیشتری نسبت به تخصیص مستقیم همان منابع به تولید داخلی دریافت می کنند. مهمترین دلایلی که صدور کالا را اجتناب ناپذیر میکنند عبارتند از: بهبود کیفیت کالاهای تولیدی، تولید به مقیاس اقتصادی، افزایش سطح اشتغال، تامین درآمد ارزی و در نتیجه رشد و توسعه اقتصادی (مجاوریان، ۱۳۹۴).

آثار و نتایج صادرات

منظور از صادرات کالا، صدور قطعی کلیه کالاهایی است که در داخل کشور تولید شده و یا بصورت مواد اولیه و یا کالای نیمه ساخته یا قطعات جداگانه به کشور وارد شده و پس از تغییر شکل یا مونتاژ به طور قطعی صادر می گردد (جلائی، ۱۳۸۹). صادرات به منظور کسب ارز بیشتر برای کشور می باشد و بیانگر تسهیلات تولیدی کشور در جهت رفع نیازهای بین المللی و فراهم نمودن ارز مورد نیاز برای تامین واردات می باشد. از دیدگاه صادر کننده، صادرات به منزله وسیله ای مطمئن در مقابل بحران های اقتصادی داخلی، پیشرفت بیشتر و گسترده تر، درآمد بیشتر و آگاه شدن مستمر از آخرین تحولات فن آوری میباشد و در واقع سنتی ترین راه ورود به بازارهای جهانی صادر کردن کالا است. دولت ها معمولاً طرفدار صادرات هستند، زیرا موجب افزایش تولید داخلی و سطح اشتغال می شود و به معدل تراز پرداختهای کشور کمک می کند. شاید صادرات در ابتدا به عنوان توسعه بازاریابی داخلی که در حجم بزرگتر عمل می نماید کار آسانی به نظر می رسد و این امر یکی از موجبات اصلی

بسیاری از ناکامی هایی است که تا کنون در امر صادرات روی داده است. صادرات بر پایه نظام ها و اصول یک محیط پویا و حتی در برخی موارد یک محیط غیرپایدار بنا شده است. صادرات می بایست جریانی مداوم داشته باشد که با افزایش خطوط تولید، متنوع ساختن کمیت مورد لزوم بازار و توسعه صادرات همراه باشد و هیچگاه نباید به مفهوم رهایی از اجناس مازاد در نظر گرفته شود. بنابراین لزوم توجه به صادرات در سازمانهای بخش خصوصی و دولتی روز به روز محسوس تر گشته عامل مهم در ادامه حیات مفید سازمانی می باشد. در نهایت باید سازمان ها به ایجاد یک واحد بازاریابی و صادرات اقدام نمایند و مهمتر آنکه فعالیت های این واحد را در جهت تحقیقات و مطالعات بازاریابی، ورود به بازارهای خارجی، کسب سهم بازار و در جهت افزایش آن سازماندهی گردد (محمود زاده و همکاران، ۱۳۹۱).

صادرات غیرنفتی و دلایل گرایش به آن

یکی از مشکلات اقتصادی کشورهای در حال توسعه تک محصولی بودن اقتصاد آنهاست. به این ترتیب که بخش عمده ای از درآمدهای ارزی این کشورها منحصراً از طریق صدور یک یا چند قلم کالای محدود به دست می آید. بدیهی است که هر گونه نوسان غیرعادی در قیمت این کالا یا کالاهای محدود به وجود آید که منبع اصلی این کشورها را تشکیل می دهند، اثرات پر دامنه ای در کل اقتصاد این کشورها بر جای خواهد گذاشت. به عنوان نمونه اتکا به درآمدهای حاصل از صدور نفت در ایران دست کم از ربع قرن پیش مانع از آن شده که مسئولان برنامه ریزی برای ایجاد تنوع در منابع درآمدهای ارزی و توسعه صادرات غیرنفتی چاره اندیشی اساسی کنند. چراکه از سالیان گذشته ساختار اقتصادی کشور بر اساس واردات و مصرف از محل درآمد حاصل از فروش نفت طرح ریزی شده بود و درآمد صادرات غیرنفتی رقم قابل توجهی از کل درآمد ارزی کشور را تشکیل نمی داد (هوشمند، ۱۳۸۹).

اگر معیار رشد اقتصادی را، درآمد ملی سرانه بدانیم، می توان افزایش صادرات را یکی از ابزارهایی به شمار آورد که با اجرای درست و منطقی سبب رشد اقتصادی شود. بنابراین گسترش صادرات در یک کشور، علاوه بر اینکه اشتغال را در آن کشور بالا می برد، سبب افزایش درآمد ملی و درآمد سرانه خواهد شد. افزایش واردات و به دنبال آن عدم توازن تراز پرداخت ها در مراحل توسعه اقتصادی، امری اجتناب ناپذیر است. برای جلوگیری از بحران، کشورهای توسعه نیافته مجبورند صادرات خود را افزایش دهند. علاوه بر صدور هر چه بیشتر کالاهای صادراتی، مختص یک کشور خاص نیست، بلکه توجه و علاقه کشورها بخصوص کشورهای در حال توسعه به توسعه اقتصادی، آنها را ناگزیر به اجرای طرح های سرمایه گذاری سنگین می کند، در نتیجه کشورها دائم برای افزایش واردات خود تلاش می کنند و برای رسیدن به خواسته خود مصرند که تمرکز بیشتری در افزایش صادرات خود داشته باشند. با توجه به ماهیت و ترکیب کالاهای صادراتی کشورهای در حال توسعه است. بنابراین کشورهای در حال توسعه برای نیل به توسعه اقتصادی، چاره ای ندارند جز اینکه نخست صادرات خود را افزایش دهند، در ثانی در ترکیب کالاهای صادراتی خود تجدید نظری بکنند (دژپسند و همکاران، ۱۳۹۰). بدون شک صادرات غیرنفتی یکی از عوامل مهم تامین ارزی برای کشور و افزایش درآمد ملی است. بطور خلاصه عوامل ضرورت و اهمیت صادرات بدون نفت عبارت است از: رهایی از صادرات تک محصولی نفت مستقل از بازیهای سیاسی و اقتصادی؛ پرداختن به خدمات عمومی بخش دولتی، تعاونی و خصوصی در امور همه جانبه از طریق منابع ارزی حاصل از صادرات غیرنفتی و در نتیجه تامین نیازهای کشور به واردات مورد نیاز؛ ایجاد زمینه های جدید و افزایش سطح اشتغال در زمینه های مختلف، جلوگیری از مهاجرت بی رویه روستاییان مرزی و کشاورزان و صنعتگران به شهرها به علت جذب تولید آنها و رفع نیازهای اقتصادی و ارائه خدمات مربوط؛ بهبود کیفیت تولیدات (ربیعی و همکاران، ۱۳۹۵).

وضعیت صادرات غیرنفتی در ایران

از دیرباز نوسان ها شدید درآمدهای ناشی از صدور نفت خام، افزایش جمعیت کشور و از همه مهمتر پایان پذیر بودن منابع نفتی، سیاستگذاران و برنامه ریزان کشور را به این باور رسانده که توسعه صادرات غیرنفتی و رهایی از اقتصاد تک محصولی، ضرورتی اجتناب ناپذیر هست. چشم انداز تمام شدن منابع نفتی و وجود مشکلات ناشی از اقتصاد تک محصولی، سیاستگذاریهایی را در راستای افزایش صادرات غیرنفتی از جمله محصولات کشاورزی موجب شده است (طیب زاده، ۱۳۸۵). بر همین اساس ایران به دلیل برخورداری از شرایط متنوع اقلیمی، مستعد کاشت انواع محصولات کشاورزی بوده، به گونه ای که به گزارش فائو در بین ۵۰ محصول کشاورزی، رتبه های نخست تا چهاردهم را دارا میباشد. بنابراین، توسعه کمی و کیفی تولید و صادرات محصولات کشاورزی ضمن ایجاد اشتغال به دلیل کاربر بودن، باعث ارزآوری نسبتاً پایدار برای کشور خواهد شد. لذا در راستای تحقق بخشیدن به اهداف توسعه صادرات غیرنفتی، صادرات محصولات کشاورزی از اهمیتی ویژه برخوردار است (مهرابی بشرآبادی، ۱۳۸۹). توسعه صادرات غیرنفتی و رهایی از درآمد تک محصولی نفت از اهداف نظام اقتصادی ایران در جهت استقلال، خودکفایی و تحصیل ارز می باشد. در این راستا توجه به کالاهایی که امکان بالقوه برای صادرات آن ها وجود دارد، ضروری است. با توجه به آن که اصل مزیت نسبی یکی از مفیدترین ابزارهای سیاستگذاری اقتصادی است، کشف مزیت‌های نسبی در بخش های گوناگون اقتصادی و استفاده از آن ها نه تنها سیاستهای تخصیص منابع کشور و الگوی تولید را بهبود میبخشد بلکه میتواند نوع صادرات و ترکیب آن ها را نیز مشخص کند. این اصل بیانگر توانایی یک کشور در تولید و صدور کالایی با هزینه ارزانتر و کیفیت بالاتر در سطح جهانی است (پور مقیم، ۱۳۸۶). با توجه به تنوع بی نظیر ژنتیک گیاهی ایران در تولید محصولات بخش کشاورزی و منابع طبیعی از جمله گیاهان دارویی بررسی این اصل در گیاهان دارویی ضروری میباشد. گیاهان دارویی یکی از منابع بسیار ارزشمند در گستره وسیع منابع طبیعی ایران هستند که در صورت شناخت علمی، کشت، توسعه و بهره برداری صحیح میتواند نقش مهمی در سلامت جامعه، اشتغالزایی و افزایش صادرات غیرنفتی ایفا نماید. تقریباً بیش از ۸۰ درصد گیاهان دارویی مشهور و قابل مصرف در دنیا در اکثر نقاط ایران کشت می شود (کشفی بناب، ۱۳۸۹). لذا بایستی از این پتانسیل موجود نهایت استفاده را برده تا ارزش بیش تری از صادرات آن ها وارد کشور شود. با توجه به موقعیت ایران در صادرات گیاهان دارویی بررسی چالشهای موجود این محصول در زمینه صادرات میتواند اطلاعات مفیدی در زمینه تدوین راهبرد توسعه صادرات آن در اختیار برنامه ریزان و سیاستگذاران قرار دهد (خداوردیزاده و محمدی، ۱۳۹۴) با توجه به اهمیت اقتصادی و بهداشتی گیاهان دارویی، این موضوع می تواند در برنامه ریزی های کلان کشور جایگاهی شایسته و درخور توجه داشته باشد؛ به ویژه اینکه می تواند سهم قابل توجهی از صادرات غیرنفتی را به خود اختصاص دهد.

گیاهان دارویی، سرزمین های کم بهره و اشتغال زایی

گیاهان دارویی بر خلاف عموم محصولات زراعی و باغی که در اثر تنش های محیطی لطمه می بینند، مواد موثره آنها میتوانند تحت تاثیر تنش های تنظیم شده و هدفمند محصول شیمیایی افزوده شده و مواد موثر ویژه پیدا کنند که در این صورت بازدهی اقتصادی آنها افزایش خواهد یافت. گیاهان رویشی طبیعت نیز در حالات خاصی این پدیده را نشان می دهند. تنوع و تفرق شگفت انگیز گونه های گیاهی در پهنه دشت ها و کوهساران ایران (حدود دو برابر گونه های چندین کشور اروپایی) سبب شده تا برخی صاحب نظران جهان ایران را به صورت مخزنی از گیاهان دارویی و معطر بدانند. در برخی اقالیم کم بهره و پرتنش کشور تراکم گیاهان دارویی و میزان مواد موثر نه تنها تزايد مواد موثر در سرزمین های کم بهره را تأیید میکند، بلکه براساس اطلاعاتی که از آن الگوها گرفته می شود می توان به بازسازی شرایط مزرعه پرداخت و گیاه دارویی مورد نظر را تحت تاثیر آنها پرورش داد و با استفاده هدفمند از سرزمین های کم بهره کشورمان جهت تولید گیاهان دارویی و فراوری

مواد موثر آن نه تنها می توان به احیای این مناطق پرداخت، بلکه می توان بازار کار مناسبی برای علاقمندان به این رشته ایجاد کرد تا اسباب اشتغال زایی در زمین های کم بهره کشور فراهم گردد (حیدرزاده، ۱۳۹۵).

گیاهان دارویی و اهمیت آنها

گیاهان دارویی به گستره وسیعی از گیاهان اطلاق می شود که در درمان و پیشگیری از بیماری ها استفاده می شود. حدود این گستره به فرهنگی، قوانین و مقررات و پیشرفت های علمی هر کشور بستگی دارد (دوازده امامی، ۱۳۹۲). سازمان بهداشت جهانی (۲۰۰۱) گیاهان دارویی را چنین معرفی می کند: گیاهان دارویی به گیاهانی گفته می شود که تمام یا اجزایی از آن به صورت تازه، خشک شده یا فرآوری شده جهت تشخیص، درمان، پیشگیری و حفظ بهداشت بدن انسان، حیوان و دیگر گیاهان بکار رود. گیاهان از ارزش و اهمیت بالایی در سلامت و بهداشت جهان برخوردار هستند. در بسیاری از کشورهای در حال توسعه طب گیاهی به عنوان بخش مهمی از سیستم درمانی آنها شناخته می شود. بر اساس آمار سازمان بهداشت جهانی بیش از ۸۰٪ مردم جهان برای درمان بیماری های خود از ۲۰۰ گونه گیاه دارویی استفاده می کنند و بیش از ۳۰٪ گونه های گیاهی جهان با اهداف پزشکی مورد استفاده قرار می گیرد. ۲۵٪ از کل داروهای مصرف شده در کشورهای توسعه یافته و بیش از ۸۰ درصد داروهای مصرف شده در چین و هند منشا گیاهی دارند (سازمان بهداشت جهانی، ۲۰۱۱). سازمان بهداشت جهانی نیز به عنوان مرکز سیاست گذاری و نظارت جهانی در امر بهداشت بر اهمیت گیاهان دارویی تاکید دارد. این سازمان در سال ۱۹۸۷ با اعتراف به این که هنوز بخش عمده ای از جامعه بشری به داروهای گیاهی اعتقاد دارند، بر استفاده کشورهای عضو از گیاهان دارویی در سیستم بهداشت و درمان خود تاکید کرد. این سازمان بر جایگزینی تدریجی داروهای طبیعی به جای شیمیایی تاکید داشته و تلاش می کند رهنمودهای ارزشمندی در جهت استفاده از گیاهان دارویی به کشورها ارائه دهد (امیری عقدایی، ۱۳۹۳). گیاهان دارویی از نظر اقتصادی نیز دارای اهمیت هستند. بر اساس گزارش سازمان جهانی بهداشت نزدیک به نیمی از مردم جهان به خدمات و امکانات بهداشتی مناسب دسترسی ندارند و در صورت دسترسی توانایی مالی کافی جهت بهره مندی از این خدمات را دارا نیستند. ایجاد زمینه استفاده از گیاهان دارویی در پیشگیری و درمان بیماری ها، راهکاری است که می تواند هزینه های استفاده از دارو در درمان را کاهش داده و به تأمین سلامت این قشر از افراد جامعه کمک فراوانی کند. همچنین افزایش مصرف گیاهان دارویی مزایای اقتصادی زیادی را در پی دارد. رونق بازار این گیاهان علاوه بر ایجاد اشتغال می تواند در آمد زیادی را نسب تولید کنندگان آنها کند. هم اکنون کشورهای چین و هند به این اهمیت پی برده اند و با تولید این گیاهان توانسته اند سهم بالایی را در بازارهای جهانی برای خود ایجاد کرده و از مزایای اقتصادی آن بهره برداری کنند (Batugal et al, 2014).

وضعیت فعلی گیاهان دارویی در کشور

کشت اغلب گیاهان دارویی مستلزم برخورداری از منابع غنی خاک، آب یا سرمایه است. کشور ایران با تنوع بالای زیست محیطی در تولید بسیاری گونه های دارویی توانمند است. مواد موثر گیاهان دارویی، یعنی ارزشمندترین بخش تولید گیاه از دیدگاه اقتصادی بر خلاف گیاهان زراعی و باغی تحت تأثیر تنش های محیطی افزایش می یابد. به عبارت دیگر میزان بازدهی اقتصادی مواد دارویی در گیاهان دارویی تحت تأثیر شرایط دشوار محیط افزایش می یابد. (امید بیگی، ۱۳۸۷).

از حیث ساختاری، صنعت گیاهان دارویی ایران شامل ۴ بخش عمده است:

۱- صنایع داروسازی شیمیایی و گیاهی: این واحدها علاوه بر تولید داروها و فرآورده های شیمیایی داروهای گیاهی نیز عرضه میکنند.

۲- صنایع داروسازی گیاهی: این واحدها صرفاً داروهای گیاهی تولید می کنند.

۳- صنایع مواد اولیه گیاهی: این واحدها - انواع مواد اولیه گیاهی از جمله اسانس، عصاره و هم چنین گیاه خام را به صورت عمده برای مصارف داروسازی، غذایی، آرایشی و بهداشتی تولید مینمایند.

۴- صنایع بسته بندی گیاهان دارویی: در این واحدها، گیاهان دارویی به صورت مجزا یا مخلوط بسته بندی شده و به اشکال گوناگون عرضه می گردد (حبیب وند کهریزی و اسکو، ۱۳۹۷).

وضعیت تجارت گیاهان دارویی در ایران

ارزش دارویی، تقاضای بازار و سطح فرآوری از مهم ترین شاخص های سنجش اقتصادی یک گیاه است. طبق گزارش سازمان خواربار جهانی، ارزش تجارت جهانی گیاهان دارویی که در حال حاضر حدود صد میلیارد دلار در سال است، در سال ۲۰۵۰ میلادی به رقم پنج تریلیون دلار خواهد رسید. کشور ایران با داشتن شرایط اقلیمی و تنوع گیاهی به مراتب بهتر از اروپا، در حال حاضر تنها ۶۰ تا ۹۰ میلیون دلار از تجارت جهانی گیاهان دارویی را به خود اختصاص داده است. علاوه بر آن، سالانه حدود دو میلیون دلار محصولات فرعی جنگلی و مرتعی به بازارهای جهانی از جمله آلمان، فرانسه و امارات متحده عربی صادر می شود. به طور کلی می توان گفت که عمده ترین خریداران گیاهان دارویی ایران، کشورهای اروپای غربی به خصوص آلمان، انگلستان، فرانسه و اروپای شرقی و آمریکا، هندوستان، پاکستان و کشورهای حوزه خلیج فارس می باشند (پوردرد محمد هادی، ۱۳۹۳).

با توجه به اینکه استفاده از گیاهان دارویی در قالب طب سنتی برای درمان بیماریها و مصارف دیگر در صنایع غذایی و بهداشتی از دیرباز مورد توجه بوده است؛ ولی در چند سال اخیر با گرایش مردم به استفاده از داروهایی با منشأ گیاهی به دلیل عوارض جانبی و سو داروهای شیمیایی توجه جهانیان به این بحث بیشتر شده است. از سوی دیگر، تاکید سازمان بهداشت جهانی در جایگزینی تدریجی مواد طبیعی به جای مواد شیمیایی موجب شده تا کشورهای مختلف جهان نسبت به سرمایه گذاری، برنامه ریزی کشت و تولید انبوه گیاهان دارویی در سطوح صنعتی و استفاده از آن در صنایع دارویی، بهداشتی و غذایی اقدام کنند. چنین توجه و اقبال به سوی گیاهان دارویی، کشت و تجارت آن را در جایگاه اقتصادی مناسبی قرار داده است. به طوری که برآوردها حاکی از دهها میلیارد دلار گردش مالی حاصل از پرداختن به این تجارت است. امروزه در اقتصاد جهانی، تولید و صادرات نقش به سزا و مهمی را در چارچوب هر اقتصاد سالمی ایفا می کند. تمام کشورهای برخوردار از اقتصاد موفق میکوشند تا خود را در زمینهای از صادرات که در آن مزیت نسبی دارند؛ تقویت نمایند. از طرفی در جهان امروز چالشهای جدیدی مثل افزایش روزافزون رقابت، پیشرفت بسیار سریع فناوری، تغییر در سلیقه و خواسته های مشتریان و... پیش روی شرکتها قرار دارند (علیزاده، ۱۳۹۵).

چالشهای موجود در صنعت داروهای گیاهی در ایران

ایران در زمینه گیاهان دارویی دارای پتانسیل های خاصی است که کمتر مورد توجه و استفاده مناسب قرار گرفته است. تنوع گونه های دارویی دارای ترکیبات ارزشمند، گیاهان دارای ارزش اقتصادی بالا مانند زعفران و گل محمدی، تنوع اقلیمی برای تولید انواع گونه های دارویی، نیروی انسانی و منابع انرژی ارزان از پتانسیل های مهم این کشور جهت توسعه کشت و صنایع مرتبط با گیاهان دارویی است. چالش های متعددی در مسیر توسعه کشت و صنعت گیاهان دارویی وجود دارد که با شناخت دقیق این چالشها و رفع آنها می توان به سمت توسعه این صنعت در کشور حرکت نمود. برخی از چالشهای موجود در بخش کشاورزی گیاهان دارویی به این شرح است:

- کمبود متخصصان در سطوح عالی و نیز در سطح کارشناس
 - کمبود دانش فنی کشت و تولید گیاهان دارویی
 - نبود بذر و نهال استاندارد
 - نبود ماشین آلات برداشت و فرآوری گیاهان دارویی
 - ریسک پذیر نبودن کشاورزان برای محصولات جدید
 - حمایت ضعیف دولت و به خصوص جهاد کشاورزی
 - هزینه های بالای تولید استاندارد گیاهان دارویی
 - بازار متغیر و نبود بازار مشخص خرید
 - پایبند نبودن کشاورزان به قراردادهای تولید
 - نوسانات شدید قیمت نهاده ها و هزینه ها در ایران که امکان انعقاد قرارداد درازمدت را مشکل می سازد.
 - نوسانات شدید قیمت حمل و نقل
 - پایین و محدود بودن نیاز صنایع داخلی به مواد اولیه
 - نبود استانداردهای تولید و مدیریت گیاهان دارویی
 - ناپایداری سیاست گذاری در زمینه گیاهان دارویی
 - نبود روابط بین المللی قوی و ضعیف بودن بازاریابی خارجی
- نگاهی به چالشهای موجود نشان دهنده این است که تاکنون برنامه ریزی منسجمی برای استفاده از پتانسیل های موجود کشور و رفع چالشها وجود نداشته است و با وجود حرکت های مناسبی که در سالهای اخیر در کشور در زمینه حمایت و توسعه از این صنعت شکل گرفته، تا زمانی که این حمایت ها طبق استراتژی مشخصی در کشور پیگیری نشود، حصول به نتایج مناسب بسیار مشکل خواهد بود (نجفی، ۱۳۹۳).

راهکارهای ورود به بازارهای جهانی

تنها راه ورود محصولات ایرانی به بازارهای خارجی و بین المللی چه به صورت مواد خام و چه محصولات فرآوری شده نیازمند استاندارد کردن این محصولات بر اساس نیازهای جهانی است. در صورتی که تولیدکننده ایرانی نتواند محصولی با استانداردهای جهانی تولید کند، از گردونه رقابت شدید در بازارهای بین المللی حذف خواهد شد. تولید مواد اولیه استاندارد اولین قدم و بنیان حرکتیهای بعدی در صنعت گیاهان دارویی و ادویه ای است. گام های لازم در این زمینه شامل:

۱. تدوین استاندارد تولید زراعی و جمع آوری بهینه مواد اولیه گیاهی دارویی در کشور استانداردهای تولید زراعی و جمع آوری بهینه گیاهان دارویی و معطر در سال ۲۰۰۳ میلادی توسط سازمان بهداشت جهانی تدوین شد تا کشورهای تولیدکننده گیاهان دارویی بر اساس شرایط بومی خود اقدام به تدوین استاندارد مورد نظر و اجرای آن در کشور نمایند. با توجه به اینکه این استاندارد برای شرکت های بین المللی خریدار از اهمیت بالایی برخوردار و به عنوان پیش شرط خرید است و جهت دستیابی صنایع داخلی به محصولات گیاهان دارویی با کیفیت بالا و سالم، اولین قدم در تولید، تدوین این استاندارد در کشور است. قدم بعدی در این فرآیند ایجاد دانش فنی است که بر عهده دانشگاه ها و مراکز تحقیقاتی است.

۲. تولید دانش فنی بسته زراعی (Agropackage)

دانش فنی کشت، داشت، برداشت و فرآوری اولیه گیاهان صنعتی مهم به خصوص گیاهان مختص ایران که دارای بازار جهانی هستند. مانند زعفران، زیره، گل محمدی، ترخون و...

۳. پتانسیل یابی مناطق مستعد تولید گونه‌ها

۴. ایجاد مواد اولیه مناسب تکثیر که دارای عملکرد و مواد مؤثره بالا باشند

استفاده از ارقام اصلاح شده با عملکرد و مقدار بالای مواد مؤثره در فرآیند تولید بسیار مهم است. به همین خاطر در شرایط اولیه ورود بذره‌های اصلاح شده و بررسی سازگاری آنها و در قدم دوم آزادسازی ارقام در کشور و ایجاد شرکتهای تولید بذر و اندام تکثیری این گیاهان بسیار مهم است.

۵. ساخت و طراحی ماشین‌های مناسب برداشت و فرآوری اولیه

جهت کاهش هزینه‌های تولید و دستیابی به محصولاتی با کیفیت بالا و جهت افزایش قدرت رقابت در بازار، مکانیزاسیون مزارع گیاهان دارویی چه در زمینه دستگاه‌های کشت و برداشت و چه در زمینه دستگاه‌های فرآوری پس از برداشت بسیار مهم است.

۶. آموزش تولیدکنندگان

تولیدکنندگان و کشاورزان مهمترین بخش در صنعت گیاهان دارویی است. با توجه به این نکته بی‌شتر گیاهان دارویی به عنوان گیاهان جدید در سیستم‌های زراعی مطرح هستند، تولیدکنندگان هیچ‌گونه اطلاعات فنی در زمینه کشت و تولید این گیاهان نداشته و قبول ریسک تولید برای آنها سخت است. از این رو، از طریق آموزش و ایجاد مزارع آموزشی می‌توان به انتقال دانش فنی از سطوح بالاتر به پایین‌تر اقدام نمود.

۷. گیاهان دارویی بومی دارای پتانسیل اقتصادی

بسیاری از گونه‌های وحشی کشور دارای ترکیبات ارزشمند دارویی هستند. اما جهت ورود این گونه‌ها به چرخه تولید استفاده صنایع از آنها به سرمایه‌گذاری تحقیقاتی بیشتر و نیز انجام فعالیت‌هایی جهت معرفی نیاز دارد. برخی از فعالیت‌های مورد نیاز شامل:

• اصلاح و اهلی کردن (اوت اکولوژی، اصلاح، بسته‌زراعی، ماشین‌آلات، بررسی‌های اقتصادی، فرآوری)

• بهره‌برداری پایدار (تدوین و استفاده از استاندارد جهانی (GACP)

• طراحی دستگاه‌های خاص برداشت و فرآوری برای این گونه‌ها

• ایجاد بازار خرید

۸. ایجاد آزمایشگاه‌های آکرودیته جهت کنترل کیفی (کیفیت مواد مؤثره، آلودگی‌ها و باقیمانده سموم)

یکی از مسایل مهم در زمینه تولید گیاهان دارویی، اطمینان از سلامت مواد تولیدشده و کیفیت آنها است. یکی از مشکلات کشور نبود آزمایشگاه‌های آکرودیته کنترل محصولات مطابق با استانداردهای بین‌المللی است که در نتیجه امکان تأیید کیفیت محصول را سخت می‌کند (نجفی، ۱۳۹۳).

راهکارهایی برای توسعه بازار داروهای گیاهی

۱- آموزش و تحقیق

آموزش و تحقیق در زمینه گیاهان دارویی از اهمیت بالایی برخوردار است. تحقیق در راستای توسعه دانش فنی و انتقال این دانش از بخش دانشگاهی به سطوح پایین دست بسیار مهم است تا منجر به تولید اقتصادی گیاهان دارویی با حداکثر کیفیت شود.

• ایجاد رشته‌های جدید در زمینه‌های تولید و فرآوری گیاهان دارویی و پرورش متخصصانی با قابلیت فنی بالا در زمینه کشت و فرآوری گیاهان دارویی، کنترل کیفی و صنایع مربوط.

• ایجاد دوره های آموزشی کوتاه مدت برای مدیران و کارشناسان بخش های تولیدی، کشاورزان و...

• صنعت

• افزایش آگاهی شرکتهای تولیدکننده گیاهان دارویی، صادرکنندگان، کارخانه های فرآوری در ارتباط با استانداردهای جهانی، آموزش پرسنل و مدیران آنها در رابطه با استانداردهای جهانی. درجه بندی این شرکتها و تولیدکنندگان از نظر دانش فنی و استانداردهای لازم و تعیین فعالیت آنها و حمایت از این شرکتها بر اساس درجه بندی و امتیاز دریافت شده.

• حمایت از تولید و فرمولاسیون داروهای ساده گیاهی که مردم به طور دائم درگیر هستند، جهت رشد تولید داروهای گیاهی در کشور و بعد سرمایه گذاری در بخش تولید داروهای خاص که نیاز به دانش فنی پیچیده دارند.

• نظارت بر رعایت استانداردهای لازم توسط شرکت های دارویی و موظف نمودن آنها به استفاده از مواد اولیه استاندارد و نه هر ۲-نوع مواد اولیه.

• حمایت از طرح های مشترک صنعت و دانشگاه، استفاده از امکانات آزمایشگاهی دانشگاه ها و امکانات تولیدی شرکتهای دارویی به صورت سرمایه گذاری مشترک دولت و بخش خصوصی در بخش تحقیقات مربوط به فرآوری و نه پرداخت بلاعوض. دولت نیز باید در سرمایه گذاری سود کافی را برداشت کند.

۳-صادرات و بازرگانی خارجی

• واقعی شدن قیمت ارز جهت رقابت صادرکنندگان با تولیدکنندگان سایر کشورها، ایجاد تولید در کشور و ایجاد اشتغال حمایت از پروژه های سرمایه گذاری مشترک شرکت های خارجی و داخلی در کشت صنعتی و صنایع گیاهان دارویی Joint venture و ایجاد تسهیلات برای سرمایه گذاری این شرکت ها

• نظارت دقیق بر فعالیت صادرات به خصوص صادرات گونه های در معرض خطر و کنترل کیفی و گواهی های بهداشت که هم اکنون به صورت سطحی انجام می شود.

• ایجاد تسهیلات صادراتی برای شرکتهای گیاهان دارویی که با استانداردهای لازم اقدام به تولید و صادرات گیاهان دارویی مینمایند.

• ایجاد تسهیلات برای شرکت در نمایشگاه های بین المللی دارویی در جهان به خصوص کشورهای اروپایی و در اختیار قرار دادن اطلاعات مربوط به این شرکت ها از طریق وابسته های تجاری ایران در سفارتخانه ها

• همکاری ستاد و دفتر توسعه صادرات با اتاق بازرگانی کشورهای عمده در تولید، فرآوری و بازار گیاهان دارویی

پیشنهاداتی جهت توسعه تجارت و صادرات گیاهان دارویی

نگاهی به چالشهای پیش روی تولید گیاهان دارویی نشان دهنده این است که تاکنون برنامه ریزی منسجمی برای استفاده از پتانسیلهای موجود در کشور و رفع چالشها وجود نداشته است و با وجود حرکتهای مناسبی که در سالهای اخیر در کشور در زمینه حمایت و توسعه از این صنعت شکل گرفته، تا زمانی که این حمایتها طبق استراتژی مشخصی در کشور پیگیری نشود؛ حصول به نتایج مناسب بسیار مشکل خواهد بود. راهکارهای پیشرو شامل موارد زیر است.

-سامان دهی تحقیقات، ترویج و آموزش گیاهان دارویی به منظور توسعه سطح دانش و آگاهی بهره برداران

-امکان سنجی مناسب جهت توسعه سطح زیر کشت گیاهان دارویی با هدف افزایش تولید، ایجاد اشتغال مولد و توسعه صادرات.

-معرفی گیاهان دارویی ایران در بازارهای داخلی و بین المللی

-حمایت از بخش خصوصی جهت تولید، فرآوری، بسته بندی و صادرات گیاهان دارویی

- رعایت استانداردهای بین المللی در تولید گیاهان دارویی و داروهای گیاهی برای حضور در بازار جهانی
- بازاریابی و شناسایی بازار هدف به منظور حضور موثر در تجارت بین المللی گیاهان دارویی
- توسعه تولید زراعی گیاهان دارویی در سطوح صنعتی در مقایسه با برداشت بی رویه از طبیعت
- حفظ و حراست از گونه‌های موجود در طبیعت و محیط زیست
- کاشت گیاهان دارویی که در اقلیم ایران وجود ندارد
- حمایت دولت از تولید انبوه گیاهان دارویی منتخب با خرید تضمینی و رفع خلأهای قانونی در زمینه کشت گیاهان دارویی
- جلوگیری از قاچاق کالا
- تشکیل شرکتهای بازرگانی، جهت صدور محصولات تولید کنندگان با هدف فروش و افزایش قدرت رقابت پذیری در بازارهای بین المللی
- اصلاح قوانین دست و پاگیر صادراتی
- ارتباط با بازارهای نوپا و جدید
- نفوذ به بازارهای هدف کشورهای رقیب
- ایجاد نمایشگاه گیاهان دارویی منتخب در کشورهای مصرف کننده خارجی
- جلوگیری از فروش گیاهان دارویی به کشورهایی که با هدف صادرات دوباره اقدام به وارد کردن گیاهان می کنند (صادر کردن گیاهان به کشورهایی که مصرف کننده نهایی باشند).

بحث و نتیجه گیری

در آخر اینکه بهبود و توسعه تجارت بازار گیاهان دارویی نیازمند همکاری و هماهنگی بین ارگان های مختلف است. عمل انتزاعی، گسسته و ناهماهنگی در اجرای سیاست ها و استراتژی ها در بخش های تحقیق، ترویج، تولید، بازرگانی، فرآوری، بهداشت و درمان رسیدن به اهداف را با مشکل مواجه می کند. به منظور تلاش هماهنگی، هدفمند و موثر در امر ساماندهی بازار گیاهان دارویی، باید تلاش شود تا برنامه ای جامع را که در آن اهداف کاملاً روشن است و وظایف و مسولیت های بخش های مختلف تعیین شده تدوین گردد. تدوین و اجرای این برنامه امکان ارزیابی عملکرد سازمان های مختلف را فراهم کرده و از اتلاف زمان و سرمایه جلوگیری می کند.

منابع

۱. امجدی، افشین؛ محمدزاده، رویا؛ باریکانی، الهام، تعیین بازارهای هدف صادرات پسته و خرماي ایران با استفاده از الگوی تقاضای صادرات و روش غربالگری، نشریه اقتصاد کشاورزی و توسعه، جلد ۱۸، شماره ۲، بهار ۱۳۹۸، ۱۰۶-۱۲۵
۲. امیدبیگی، رضا (۱۳۸۷). رهیافت های تولید و فرآوری گیاهان دارویی، انتشارات طراحان نشر
۳. پوردره محمد هادی، مهدی، اهمیت گیاهان دارویی در افزایش صادرات غیر نفتی و درآمد حاصل از آن، کنگره پیشگامان پیشرفت، ۱۳۸۷
۴. پورمقیم، جواد. (۱۳۸۶). تجارت بین الملل: نظریه ها و سیاست های بازرگانی، چاپ یازدهم، نشرنی.
۵. جلائی، سید عبدالمجید، پاکروان، محمدرضا، گیلانپور، امید، اثنی عشری، هاجر. و مهرابی بشرآبادی، حسین. پیش بینی صادرات محصولات کشاورزی ایران: کاربرد مدل‌های رگرسیونی و شبکه عصبی مصنوعی. فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال هجدهم، شماره ۲۷، تابستان ۱۳۸۹، ۴۷-۵۱
۶. حبیب وند کهریزی، مرضیه؛ اسکو، مزده. بررسی عوامل تأثیرگذار بر صادرات گیاهان دارویی، هفتمین کنفرانس ملی مرتع و مرتعداری ایران، ۱۳۹۷، ۱-۱۵
۷. حیدری، فرح؛ محمودی، ملیحه؛ تاجری، منصور. ارزیابی راهبردی تولید و تجاری سازی گیاهان دارویی در سواحل مکران، همایش ملی فرصت های کارآفرینی و سرمایه گذاری، پاییز ۱۳۹۵، ۱۶-۲
۸. حیدرزاده، سمانه. بررسی عامل های موثر بر سطح مصرف فرآورده های گیاهان دارویی، اقتصاد کشاورزی، جلد ۱۰، شماره ۲، ۱۳۹۵، ۴۸-۳۲
۹. خداوردی زاده، محمد؛ محمدی، سمیه. تعیین مزیت نسبی و ساختار بازار صادرات جهانی گیاهان دارویی (مطالعه موردی: رازیانه، بادیان، انیسون و گشنیز)، تحقیقات اقتصاد کشاورزی جلد ۹، شماره ۲ (پیاپی ۳۴)، زمستان ۱۳۹۴، ۳۶-۲۴
۱۰. دژسند، فرهاد؛ امیری، میثم؛ ساوه، بنیامین. بررسی عوامل موثر بر صادرات غیرنفتی با تاکید بر عوامل غیرقیمتی، اقتصاد مالی (اقتصاد مالی و توسعه)، دوره ۵، شماره ۱۵، ۱۳۹۰، ۲۵-۱۲
۱۱. دوازده امامی، سعید، کاربرد گیاهان دارویی، انتشارات نصوص اصفهان، دانشگاه اصفهان، ۱۳۹۲
۱۲. ربیعی، مهناز؛ خداوردی ندرآبادی، منصور؛ محبی حمزه، زینب. نقش جهانی شدن اقتصاد در اشتغال زایی بخش خدمات و صادرات غیرنفتی ایران، کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت اقتصاد و حسابداری، ۱۳۹۵، ۱۳-۱
۱۳. طیب زاده، علی. نگاه اجمالی به عملکرد صادرات غیر نفتی ایران، گروه پژوهشی بررسی متغیرهای کلان. پایگاه اینترنتی توسعه صادرات ایران، ۱۳۸۵
۱۴. عزیززاده، محمدعلی، جایگاه و اهمیت اقتصادی گیاهان داروئی در جهان و ایران، چالش ها و ضرورت توجه به پرورش گیاهان دارویی، نخستین همایش ملی گیاهان دارویی معطر و ادویه ای، دانشگاه گنبدکاووس، ۱۳۹۵، ۱۲-۱
۱۵. امیر عقدایی، فتح اله، بررسی عوامل موثر بر بهبود و توسعه بازار گیاهان دارویی در ایران (مطالعه موردی: شهر اصفهان)، فصلنامه علمی-پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، سال چهارم، شماره اول، شماره پیاپی ۱۲، بهار ۱۳۹۳، ۵۷-۴۲
۱۶. کشفی بناب، علیرضا. مزیت نسبی اقتصاد ی کشت و تجارت گیاهان دارویی در ایران و ارزش آن در بازارهای جهانی، بررسی های بازرگانی، شماره ۴۴، ۱۳۸۹
۱۷. مجاوریان، مجتبی، تعیین بازارهای هدف صادراتی گیاهان دارویی ایران، مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، دوره ۲، شماره ۴، ۱۳۹۴، ۲۵-۱۴
۱۸. محمودزاده، محمود؛ کریمی، محبوبه؛ حسن پور، یوسف، تحلیل رقابت‌مندی ایران در صادرات دارو، سیاست گذاری اقتصادی، دوره ۴، شماره ۷، ۱۳۹۱، ۱۴۷-۱۲۶

۱۹. مهربانی بشرآبادی، حمید. (۱۳۸۹). بررسی صادرات غیرنفتی استان کرمان، سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان کرمان، چاپ نخست.
۲۰. نجفی، فرزاد، چالش‌ها و راهکارهای تولید اقتصادی و استاندارد گیاهان دارویی در ایران، دومین نمایشگاه و جشنواره گیاهان دارویی، فراورده‌های طبیعی و طب سنتی ایران، تهران، ۱۳۹۳
۲۱. هوشمند، محمود، عوامل موثر بر صادرات غیرنفتی ایران، مجله دانش و توسعه، سال هفدهم، شماره ۳۴، ۱۳۸۹
22. Alamdarlo, H. & Hassani, H. (2009). **Investigation comparative advantage, export and identification of cumin's target market**, Researcher of Agricultural Economics, 1(3) 2009: 101-122. (In Farsi) .
23. Batugal ,P. A. ,Kanniah, J. ,lee ,Sy and Oliver ,J. T, (2014). **Medicinal plants Research in Asia**, 2014 ,Volume 1 ,International Plant Genetic Resources Institute.
24. Doherty, A. M. (2009). **Market and partner selection processes in international retail franchising**. Journal of Business Research, 62. 2009: 528-534.
25. World Health Organization (WHO) ,(2011). **The world medicines situation 2011: traditional medicines**, global citation issues and challenges. Available at at: <http://apps.who.int/medicinedocs/documnts/s18063en/s18063en.pdf>