



دانشگاه پیام نور

دانشکده علوم انسانی

پایان نامه

برای دریافت مدرک کارشناسی ارشد
رشته مدیریت اجرایی (بازاریابی و صادرات)
گروه مدیریت

عنوان پایان نامه :

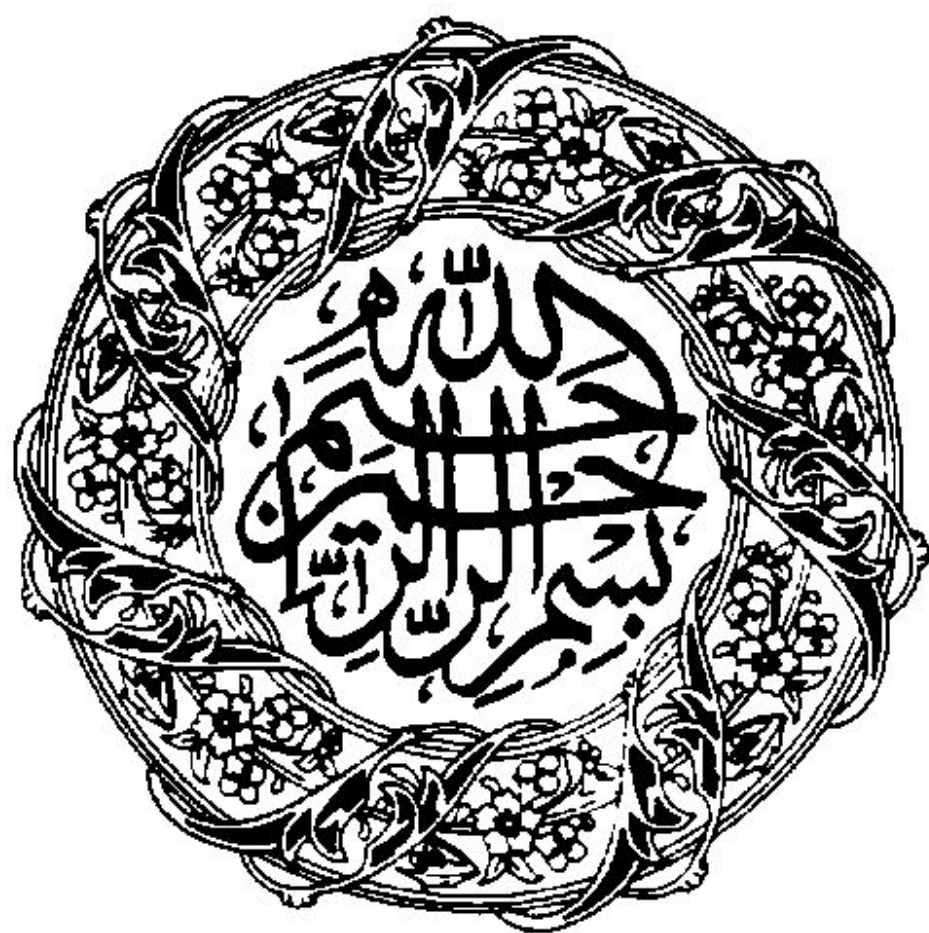
**شناسایی عوامل مؤثر در مزیت رقابتی صادرات خدمات فنی و
مهندسی شرکت های ایرانی**

زهرا کاظمیان

استاد راهنما : آقای دکتر بختیاری

استاد مشاور : آقای دکتر علی ربیعی

اردیبهشت ۱۳۹۱





دانشگاه پیام نور
دانشکده علوم انسانی
مرکز تهران غرب

پایان نامه

برای دریافت مدرک کارشناسی ارشد
رشته مدیریت اجرایی (بازاریابی و صادرات)
گروه مدیریت

عنوان پایان نامه :

**شناسایی عوامل مؤثر در مزیت رقابتی صادرات خدمات فنی و
مهندسی شرکت های ایرانی**

زهرا کاظمیان

استاد راهنما : آقای دکتر بختیاری

استاد مشاور : آقای دکتر علی ربیعی

اردیبهشت ۱۳۹۱

شماره
تاریخ
پیوست



دانشگاه پیام نور
دانشگاه پیام نور استان تهران
محل بلوک ارتعاش و لرزه دانش



جمهوری اسلامی ایران
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

واحد تهران غرب

تصویب نامه

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی تحت عنوان:

"شناسایی عوامل موثر در مزیت رقابتی صادرات خدمات فنی و

مهندسی شرکتهای ایرانی"

ساعت: ۸-۱۰

تاریخ دفاع: ۹۱/۰۲/۱۹

درجه ارزشیابی: ≥ 7

نمره: ۱۹

هیات داوران:

امضا	مرتبه علمی	نام و نام خانوادگی	اساتید
		آقای دکتر بختیاری	استاد راهنما
		آقای دکتر ربیعی	استاد مشاور
		آقای دکتر پرهیزگار	استاد داور

تهران، انتهای غربی اتوبان شهید
هست، بعد از دانشگاه علوم انتظامی
شهرک شهید باقری، روبروی درمانگاه
تلفن: ۴۴۷۳۱۹۰۹-۱۲
چهارنگار: ۴۴۷۳۱۹۰۸

WWW.TPNU.AC.IR
gharb@tpnu.ac.ir

تقدیم به :

پدر ، مادر ، همسر و پسر عزیزم

به پاس ذره ای از خوبی‌ها و محبت‌هایشان.

سپاسگزاری:

سپاس خدای را که در تمام لحظات زندگی حضورش را حس می کنم.

اکنون که با یاری خداوند متعال این پایان نامه را به اتمام رساندم بر خود لازم می دانم از تمام کسانی که در پیمودن این راه مرا همراهی نمودند صمیمانه قدردانی کنم. اساتید گرانمایه جناب آقای دکتر بختیاری که راهنمایی علمی این پایان نامه را عهده دار بودند و در حل مسائل و مشکلات کار با رهنمودهای مفید خود مرا ارشاد نمودند و جناب آقای دکتر علی ربیعی که به عنوان استاد مشاور صبورانه مرا یاری کردند. همسر عزیزم که همواره در کنارم بود و در جهت رفع ابهامات و نواقص کار زحمات زیادی متحمل شد. همچنین از جناب آقای سهرابی مدیر توسعه بازار بانک توسعه صادرات ایران و جناب آقای دکتر احمدی از مدیران سازمان توسعه تجارت که در نظرسنجی ها و جمع آوری اطلاعات کمک شایانی نمودند تشکر می نمایم.

امیدوارم توانسته باشم ذره ای از بار مسئولیتی که در قبال این همه لطف و محبت بر عهده ام بوده، به مقصد رسانده باشم.

چکیده

دستیابی به سرعت بالای رشد اقتصادی برای کشوری که در مراحل اولیه توسعه است، از اهمیت ویژه ای برخوردار است و با توجه به نوسانات موجود در قیمت جهانی، پایان پذیر بودن این منابع زیر زمینی و ماهیت ثروت ملی حاکم بر آن، این سوال اساسی را پیش روی مسوولان اقتصادی، صاحب نظران و کار آفرینان متعهد کشورمان قرار داده است که کدامین راهکار می تواند ساختار اقتصادی کشور را که دچار ناکارآمدی و عدم تولید ثروت شده است، دگرگون کند و امکان توسعه اقتصادی کشور را در عمل محقق سازد. در شرایط کنونی توجه جدی و همه جانبه به سمت صادرات غیر نفتی بطور عام و توجه به صادرات خدمات به عنوان یکی از کارآمدترین انواع آن بطور خاص می تواند از محورهای سیاست گذاریهای توسعه اقتصادی باشد. در این میان، با توجه به ماهیت گونه های متعدد صدور خدمات، توجه به صادرات خدمات فنی و مهندسی در مقایسه با سایر صور خدمات از جایگاه ویژه ای برخوردار است. این مطالعه کوششی در جهت شناسایی مزیت رقابتی صادرات خدمات فنی و مهندسی شرکت های ایرانی است. در مطالعه حاضر، پس از بیان آموزه های نظری، تلاش شده تا به این سوال پاسخ داده شود که عوامل موثر بر مزیت رقابتی در صدور خدمات فنی و مهندسی توسط شرکت های ایرانی کدام است و دیگر اینکه چه راهکارهایی برای غلبه بر این مسایل و مشکلات وجود دارد. یافته های این تحقیق به روش مطالعه اکتشافی متکی بر ابزار مصاحبه با متخصصان مربوطه و نیز استفاده از ابزار پرسشنامه (به دو صورت پرسشنامه باز و پرسشنامه بسته) حاصل شده است. از یافته های تحقیق ۳۰ راهکار مشخص شد، مواردی چون حمایت از واحدهای تولیدی صادرات گرا، حمایت های غیر مستقیم و بلند مدت دولت، اصلاح نرخ ارزها، پوشش ریسک و ضمانت نامه و ... را می توان نام برد. همچنین تحلیل آماری از وضعیت ایران در بین سال های ۱۳۷۳ تا ۱۳۸۹ ارایه شده است. همچنین در پایان، مدل بومی شده ی الگوی مزیت رقابتی پورتر با توجه به شرایط موجود در ایران ارایه شده است.

کلید واژگان :

مزیت رقابتی، خدمات فنی و مهندسی، صادرات

فهرست

صفحه

عنوان

فصل اول : طرح تحقیق

۲	۱-۱ مقدمه
۳	۲-۱ بیان مسئله
۴	۳-۱ سابقه و ضرورت تحقیق
۶	۴-۱ اهداف تحقیق
۷	۵-۱ سوالات تحقیق
۷	۱-۵-۱ سوال اصلی تحقیق
۷	۲-۵-۱ سوالات فرعی تحقیق
۷	۶-۱ فرضیه تحقیق
۷	۷-۱ قلمرو زمانی تحقیق
۸	۸-۱ قلمرو مکانی تحقیق
۸	۹-۱ قلمرو موضوعی تحقیق
۸	۱۰-۱ کاربران تحقیق
۸	۱۱-۱ تعریف واژه ها
۸	۱-۱۱-۱ مزیت رقابتی
۹	۲-۱۱-۱ خدمات فنی و مهندسی
۱۰	۳-۱۱-۱ صادرات

فصل دوم : ادبیات تحقیق

۱۲	۱-۲ مقدمه
۱۳	۲-۲ تعریف صادرات خدمات فنی و مهندسی

- ۳-۲ اهمیت صادرات خدمات فنی و مهندسی ۱۴
- ۴-۲ ضرورت توجه به صادرات خدمات فنی و مهندسی ۱۵
- ۵-۲ پدیده های حاکم بر صادرات خدمات فنی و مهندسی ۱۶
- ۶-۲ تعریف خدمات و ویژگی های آن ۱۷
- ۷-۲ تقسیم بندی های خدمات از نظر سازمان تجارت جهانی ۱۹
- ۸-۲ تجارت خدمات ۲۰
- ۹-۲ صادرات خدمات فنی و مهندسی ۲۳
- ۱۰-۲ تاریخچه صادرات خدمات فنی و مهندسی در ایران ۲۴
- ۱۱-۲ تحلیلی بر روند صادرات خدمات فنی و مهندسی در ایران ۲۷
- ۱-۱۱-۲ صادرات خدمات فنی و مهندسی در سال ۱۳۸۰ ۲۷
- ۲-۱۱-۲ صادرات خدمات فنی و مهندسی در سال ۱۳۸۱ ۲۷
- ۳-۱۱-۲ صادرات خدمات فنی و مهندسی در سال ۱۳۸۲ ۲۸
- ۴-۱۱-۲ صادرات خدمات فنی و مهندسی در سال ۱۳۸۳ ۲۹
- ۵-۱۱-۲ صادرات خدمات فنی و مهندسی در سال ۱۳۸۴ ۳۰
- ۶-۱۱-۲ صادرات خدمات فنی و مهندسی در سال ۱۳۸۵ ۳۱
- ۷-۱۱-۲ صادرات خدمات فنی و مهندسی طی دوره ۶ ساله ۳۱
- ۱۲-۲ نمودار آماری وضعیت صادرات خدمات فنی و مهندسی طی سالیان اخیر ۳۲
- ۱۳-۲ صادرات خدمات فنی و مهندسی در جهان ۳۳
- ۱۴-۲ مروری بر تجارت خدمات و خدمات فنی و مهندسی در کشورهای مختلف جهان ۳۷
- ۱-۱۴-۲ مروری بر صادرات جهانی خدمات فنی و مهندسی ۴۰
- ۲-۱۴-۲ حجم صادرات خدمات فنی و مهندسی به تفکیک مناطق جهان ۴۵
- ۳-۱۴-۲ تحلیلی بر صادرات خدمات فنی و مهندسی جهان در کشورهای در حال توسعه ۴۶
- ۱۵-۲ عملکرد صادرات غیر نفتی با تأکید بر صادرات خدمات فنی و مهندسی در برنامه های توسعه ۴۹
- ۱۶-۲ عوامل مؤثر بر روند صادرات خدمات فنی و مهندسی طی دوره (۱۳۸۰ تا ۱۳۸۷) ۵۱

- ۱۷-۲ روند کاهش نرخ رشد و ترکیب نامناسب صادرات خدمات فنی و مهندسی..... ۵۳
- ۱۸-۲ نقش سازمان توسعه تجارت ایران و دیگر وزارتخانه ها و دستگاه های ذیربط در ظرفیت سازی و توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی..... ۵۵
- ۱۹-۲ قوانین حمایت از صدور خدمات به ویژه خدمات فنی و مهندسی..... ۵۸
- ۲۰-۲ خلاصه رئوس اهم قوانین و مقررات وضع شده ناظر بر صادرات خدمات فنی و مهندسی طی برنامه چهارم توسعه..... ۶۱
- ۲۱-۲ سیاست های کلان حمایتی دولت از صادرات خدمات فنی و مهندسی..... ۶۳
- ۲۲-۲ حمایت های مقرر در قانون از صادرات خدمات فنی و مهندسی..... ۶۶
- ۲۳-۲ نهادهای حمایتی و مرتبط با صادرات خدمات فنی و مهندسی..... ۶۸
- ۲۴-۲ اثر بخشی حمایت های دولت از صادرات خدمات فنی و مهندسی..... ۶۸
- ۱-۲۴-۲ انواع حمایت های دولت..... ۶۹
- ۲-۲۴-۲ جوایز و مشوق های صادراتی..... ۶۹
- ۲۵-۲ مشکلات فراروی توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی..... ۷۰
- ۱-۲۵-۲ ضعف سیستم استاندارد کشور..... ۷۰
- ۲-۲۵-۲ تامین ضمانت نامه بانکی برای پروژه های خارجی..... ۷۰
- ۳-۲۵-۲ رقابت ناسالم بین شرکت های ایرانی..... ۷۱
- ۴-۲۵-۲ محدودیت گستره فعالیت بیمه های ایران..... ۷۱
- ۵-۲۵-۲ عدم اعتبار بین المللی شرکت های ایرانی..... ۷۲
- ۶-۲۵-۲ پایین بودن ارزش پول ملی..... ۷۲
- ۷-۲۵-۲ فقدان اطلاع رسانی صحیح و به موقع..... ۷۲
- ۸-۲۵-۲ بازاریابی خدمات..... ۷۳
- ۲۶-۲ مزایای صدور خدمات فنی و مهندسی..... ۷۳
- ۱-۲۶-۲ مزایای صدور خدمات فنی و مهندسی برای شرکت ها..... ۷۳
- ۲-۲۶-۲ مزایای صادرات خدمات فنی و مهندسی برای دولت ها..... ۷۳
- ۲۷-۲ فرایند صدور خدمات فنی و مهندسی..... ۷۴

- ۲۸-۲ استراتژی های رقابتی صادرات خدمات فنی و مهندسی در کشورهای رقیب ایران..... ۸۷
- ۲۹-۲ مروری بر مطالعات انجام شده گذشته در زمینه خدمات فنی و مهندسی..... ۹۰
- ۲-۲۹-۱ مطالعات انجام شده در ایران..... ۹۱
- ۲-۲۹-۲ مطالعات انجام شده در جهان..... ۹۵
- ۳۰-۲ تصمیمات عمده در بازاریابی..... ۹۷
- ۲-۳۰-۱ مرحله اول : ارزیابی محیط بازاریابی بین الملل..... ۹۸
- ۲-۳۰-۲ مرحله دوم : تصمیم به فعالیت در سطح بین المللی..... ۹۹
- ۲-۳۰-۳ مرحله سوم : تصمیم در مورد انتخاب بازارها در سطح بین المللی..... ۱۰۰
- ۲-۳۰-۴ مرحله چهارم : تصمیم در مورد چگونگی نفوذ به بازار بین المللی..... ۱۰۱
- ۲-۳۰-۵ مرحله پنجم : تصمیم در مورد برنامه های بازاریابی بین المللی..... ۱۰۱
- ۲-۳۰-۶ مرحله ششم : تصمیم در مورد نوع سازمان بازاریابی بین المللی..... ۱۰۱
- ۳۱-۲ تئوری های تجارت بین الملل..... ۱۰۲
- ۲-۳۱-۱ مرکانتیلیست ها..... ۱۰۲
- ۲-۳۱-۲ نظریه مزیت مطلق اسمیت..... ۱۰۳
- ۲-۳۱-۳ نظریه مزیت نسبی ریکاردو..... ۱۰۴
- ۲-۳۱-۴ منحنی عمر محصول در بازرگانی بین الملل..... ۱۰۶
- ۲-۳۱-۵ نظریه نسبت های عوامل هکشر - اوهلین..... ۱۰۸
- ۲-۳۱-۶ نظریه برابری قیمت عوامل سامونلسون - استولپر..... ۱۰۸
- ۲-۳۱-۷ تئوری مزیت رقابتی پورتر..... ۱۰۹
- ۳۲-۲ نقش زنجیره ای ارزش در شناسایی عوامل مزیت رقابتی..... ۱۱۱
- ۳۳-۲ عوامل مربوط به محیط صنعت..... ۱۱۲
- ۳۴-۲ مشتریان از نیروی قدرتمندی در رقابت صنعتی برخوردار می شوند اگر :..... ۱۱۲
- ۳۵-۲ عرضه کنندگان از نیروی قدرتمندی در رقابت صنعتی برخوردار می شوند اگر :..... ۱۱۳
- ۳۶-۲ عواملی که باعث تشدید رقابت می شود عبارت است از :..... ۱۱۳

- ۳۷-۲ مهمترین موانع ورود و در نتیجه حفظ رقبای قبلی و ثابت ماندن سهم بازار ۱۱۴
- ۳۸-۲ افزایش امکان جانشینی کالاهاى جدید ۱۱۴
- ۳۹-۲ رقابت جهانی و مزیت رقابتی ملی ۱۱۵
- ۱-۳۹-۲ مناسب بودن شرایط عوامل تولید ۱۱۸
- ۲-۳۹-۲ شرایط تقاضا ۱۲۲
- ۳-۳۹-۲ صنایع وابسته و پشتیبان ۱۲۴
- ۴-۳۹-۲ راهبرد، ساختار و وضع رقابتی شرکت ۱۲۵
- ۵-۳۹-۲ شانس ۱۲۷
- ۶-۳۹-۲ نقش دولت ها ۱۲۸

فصل سوم : روش تحقیق

- ۱-۳ مقدمه ۱۳۵
- ۲-۳ نوع تحقیق ۱۳۵
- ۳-۳ جامعه آماری، حجم و روش نمونه گیری ۱۳۶
- ۴-۳ روش گردآوری داده ها ۱۳۷
- ۵-۳ ابزار گردآوری داده ها ۱۳۷
- ۶-۳ روش تجزیه و تحلیل داده ها ۱۳۷
- ۷-۳ قلمرو مکانی و زمانی مطالعه (قلمرو تحقیق) ۱۳۹
- ۸-۳ محدودیت های تحقیق ۱۳۹
- ۹-۳ روایی و پایایی ابزار اندازه گیری ۱۴۰

فصل چهارم : تجزیه و تحلیل اطلاعات

- ۱-۴ مقدمه ۱۴۳
- ۲-۴ یافته های پژوهش ۱۴۴
- ۱-۲-۴ تحلیل داده های جمعیت شناختی ۱۴۴
- ۲-۲-۴ تحلیل نتایج پرسشنامه ۱۵۴

۱۵۴ ۱-۲-۲-۴ تحلیل نتایج براساس آمار توصیفی

۲۱۶ ۲-۲-۲-۴ تحلیل نتایج براساس آمار استنباطی

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادها

۲۲۲ ۱-۵ مقدمه

۲۲۲ ۲-۵ جمع بندی و نتیجه گیری

۲۳۳ ۳-۵ پاسخ به سؤالات تحقیق

۲۴۰ ۴-۵ پیشنهادها و راهکارها

۲۴۰ ۱-۴-۵ پیشنهادهای حاصل از نتایج تحقیق

۲۴۷ ۲-۴-۵ سایر پیشنهادها

۲۴۸ ۳-۴-۵ پیشنهادهایی برای تحقیقات آتی

۲۵۰ منابع و مأخذ

۲۵۵ پیوست (پرسشنامه)

۲۶۲ Abstract

فهرست نمودارها

عنوان	صفحه
نمودار ۱-۲: تقسیم بندی خدمات از نظر سازمان تجارت جهانی.....	۱۹
نمودار ۲-۲: مقایسه صادرات جهانی کالا و خدمات در سال ۲۰۰۸.....	۲۲
نمودار ۳-۲: مقایسه میزان صادرات خدمات فنی و مهندسی و سایر خدمات جمهوری اسلامی ایران تا سال ۲۰۰۸.....	۲۲
نمودار ۴-۲: صادرات خدمات فنی و مهندسی در سال ۱۳۸۰.....	۲۷
نمودار ۵-۲: صادرات خدمات فنی و مهندسی در سال ۱۳۸۱.....	۲۸
نمودار ۶-۲: صادرات خدمات فنی و مهندسی در سال ۱۳۸۲.....	۲۹
نمودار ۷-۲: صادرات خدمات فنی و مهندسی در سال ۱۳۸۳.....	۳۰
نمودار ۸-۲: صادرات خدمات فنی و مهندسی در سال ۱۳۸۴.....	۳۱
نمودار ۹-۲: صادرات خدمات فنی و مهندسی طی دوره ۶ ساله.....	۳۱
نمودار ۱۰-۲: میزان صادرات خدمات فنی و مهندسی از سال ۱۳۷۳ تا پایان ۱۳۸۹.....	۳۲
نمودار ۱۱-۲: صادرات خدمات فنی و مهندسی ایران از سال ۱۳۷۳ تا پایان ۱۳۸۸.....	۳۲
نمودار ۱۲-۲: حجم صادرات خدمات فنی و مهندسی به تفکیک مناطق جهان از سال ۱۳۸۰ تا پایان ۱۳۸۸.....	۴۵
نمودار ۱۳-۲: میزان رشد صادرات خدمات فنی و مهندسی.....	۵۳
نمودار ۱۴-۲: سهم فعالیت های مختلف از صادرات خدمات فنی و مهندسی (۱۳۸۰ تا ۱۳۸۶).....	۵۴
نمودار ۱۵-۲: نقش سازمان توسعه تجارت و دیگر وزارتخانه ها در ظرفیت سازی و توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی.....	۵۷
نمودار ۱۶-۲: مراحل عمده تصمیم گیری در بازاریابی بین الملل.....	۹۸
نمودار ۱۷-۲: نقش زنجیره ای ارزش در شناسایی عوامل مزیت رقابتی.....	۱۱۱
نمودار ۱۸-۲: مدل ۵ نیروی رقابتی پورتر.....	۱۱۲
نمودار ۱۹-۲: عوامل تعیین کننده مزیت ملی.....	۱۱۷

- نمودار ۲-۲۰ : تأثیرات عوامل تعیین کننده مزیت رقابتی بر یکدیگر (مدل الماس ملی) ۱۳۱
- نمودار ۲-۲۱ : عوامل تشکیل دهنده محیط بازاریابی بین المللی و نقش دولت ها در این عوامل ۱۳۳
- نمودار ۴-۱ : توزیع فراوانی بر حسب تحصیلات ۱۴۴
- نمودار ۴-۲ : توزیع فراوانی بر حسب نوع شرکت ۱۴۵
- نمودار ۴-۳ : توزیع فراوانی بر حسب سابقه صادراتی ۱۴۶
- نمودار ۴-۴ : توزیع فراوانی بر حسب شرکت در مناقصات مؤسسات بین المللی ۱۴۷
- نمودار ۴-۵ : توزیع فراوانی بر حسب سهم کارکنان متخصص ۱۴۸
- نمودار ۴-۶ : توزیع فراوانی بر حسب سهم کارگران ماهر ۱۴۹
- نمودار ۴-۷ : توزیع فراوانی بر حسب کارکنان اداری و مالی ۱۵۰
- نمودار ۴-۸ : توزیع فراوانی بر حسب طبقه بندی نوع فعالیت ۱۵۱
- نمودار ۴-۹ : توزیع فراوانی بر حسب زمینه اشتغال شرکت ۱۵۲
- نمودار ۴-۱۰ : توزیع فراوانی بر حسب حضور در پروژه ای با سرمایه گذاری خارجی ۱۵۳
- نمودار ۴-۱۱ : توزیع فراوانی بر حسب سهم انجام پروژه های داخلی از ظرفیت سالانه خدمات ۱۵۴
- نمودار ۴-۱۲ : توزیع فراوانی بر حسب سهم انجام پروژه های خارجی از ظرفیت سالانه خدمات ۱۵۵
- نمودار ۴-۱۳ : توزیع فراوانی بر حسب میزان تقاضای داخلی ۱۵۶
- نمودار ۴-۱۴ : توزیع فراوانی بر حسب سودآوری برای خدمات در بازار داخلی ۱۵۷
- نمودار ۴-۱۵ : توزیع فراوانی بر حسب میزان تقاضا برای خدمات در بازار داخلی ۱۵۸
- نمودار ۴-۱۶ : توزیع فراوانی گرایش به بازار داخلی به دلیل مشکلات پاسخگویی به بازارهای خارجی ۱۵۹
- نمودار ۴-۱۷ : توزیع فراوانی سهم تجهیزات و ماشین آلات ساخت داخل برای انجام خدمات خارجی ۱۶۰
- نمودار ۴-۱۸ : توزیع فراوانی بر حسب سهم منابع و مواد اولیه داخلی در ارائه خدمات خارجی ۱۶۱
- نمودار ۴-۱۹ : توزیع فراوانی بر حسب سهم استفاده از نیروهای داخلی برای ارائه خدمات خارجی ۱۶۲
- نمودار ۴-۲۰ : توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیر پشتیبانی صنایع مرتبط در صدور خدمات فنی و مهندسی ۱۶۳
- نمودار ۴-۲۱ : توزیع فراوانی بر حسب امکان ایجاد ارتباط متقابل با صنایع مرتبط داخلی ۱۶۴

- نمودار ۴-۲۲: توزیع فراوانی بر حسب گرایش به بازار خارجی به دلیل شدت رقابت در بازار داخلی ۱۶۵
- نمودار ۴-۲۳: توزیع فراوانی بر حسب سهم شرکت های داخلی در تامین نیازهای حوزه خدمات فنی و مهندسی .. ۱۶۶
- نمودار ۴-۲۴: توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیر گذاری استراتژی شرکت در کسب سهم بازار خارجی ۱۶۷
- نمودار ۴-۲۵: توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیر گذاری انتخاب استراتژی "کسب سهم بازار از طریق مزیت در هزینه قیمت" در کسب سهم بیشتر بازار خارجی ۱۶۸
- نمودار ۴-۲۶: توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیر گذاری انتخاب استراتژی "مزیت در کیفیت و تمایز خدمات" در کسب سهم بیشتر بازار خارجی ۱۶۹
- نمودار ۴-۲۷: توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیر گذاری انتخاب استراتژی "کسب سهم بازار از طریق تمرکز در بازارهای هدف خاص" در کسب سهم بیشتر بازار خارجی ۱۷۰
- نمودار ۴-۲۸: توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیر گذاری انتخاب رویکرد "نگاه داخل و کسب درآمد از قراردادهای و منابع داخلی" در کسب سهم بیشتر بازار خارجی ۱۷۱
- نمودار ۴-۲۹: توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیر گذاری انتخاب استراتژی "نگاه خارج و کسب درآمد از قراردادهای و منابع خارجی" در کسب سهم بیشتر بازار خارجی ۱۷۲
- نمودار ۴-۳۰: توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیر گذاری ساختار تخت در کسب سهم بازار خارجی ۱۷۳
- نمودار ۴-۳۱: توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیر گذاری ساختار ماتریسی در کسب سهم بازار خارجی ۱۷۴
- نمودار ۴-۳۲: توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیر گذاری ساختار بلند در کسب سهم بازار خارجی ۱۷۵
- نمودار ۴-۳۳: توزیع فراوانی بر حسب میزان اهمیت تمرکز در پروژه های مصوب موسسات بین المللی در موفقیت بازاریابی صدور خدمات فنی و مهندسی ۱۷۶
- نمودار ۴-۳۴: توزیع فراوانی بر حسب امکان تهیه و تدارک تجهیزات با قیمت مناسب تر از داخل کشور ۱۷۷
- نمودار ۴-۳۵: توزیع فراوانی بر حسب ترجیح تهیه و تدارک تجهیزات از داخل به واسطه سهولت در تهیه و تامین آن ۱۷۸
- نمودار ۴-۳۶: توزیع فراوانی بر حسب ترجیح تهیه و تدارک مواد اولیه از داخل برای قراردادهای ۱۷۹
- نمودار ۴-۳۷: توزیع فراوانی بر حسب میزان تقاضای داخلی برای خدمات فنی و مهندسی ۱۸۰
- نمودار ۴-۳۸: توزیع فراوانی بر حسب نقش سیاست های دولت در میزان توفیق در صادرات خدمات فنی و مهندسی ۱۸۱
- نمودار ۴-۳۹: توزیع فراوانی بر حسب نقش رویدادهای اتفاقی در میزان توفیق در صادرات خدمات فنی و مهندسی ۱۸۲

نمودار ۴-۴۰: توزیع فراوانی بر حسب نقش مذهب شرکت های شرکت کننده در برنده شدن در مناقصات..... ۱۸۳

نمودار ۴-۴۱: توزیع فراوانی بر حسب نقش ملیت شرکت های شرکت کننده در برنده شدن در مناقصات..... ۱۸۴

نمودار ۴-۴۲: توزیع فراوانی بر حسب نقش مذهب جوایز و مشوق های صادراتی در توسعه صادرات خدمات ۱۸۵

نمودار ۴-۴۳: توزیع فراوانی بر حسب تاثیر تمرکز شرکت های صادراتی در مرکز کشور به لحاظ تسهیل در تبادل

اطلاعات..... ۱۸۶

نمودار ۴-۴۴: توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیرگذاری هزینه و حاشیه سود پایین تر شرکت ها در برنده شدن مناقصات

خارجی..... ۱۸۷

نمودار ۴-۴۵: توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیرگذاری تعاملات مربوط به قراردادهای تجاری و روابط سیاسی کشور با

کشور طرف قرارداد در برنده شدن مناقصات خارجی..... ۱۸۸

نمودار ۴-۴۶: توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیرگذاری نوآوری و ابتکار در ارائه فناوری در برنده شدن مناقصات..... ۱۸۹

نمودار ۴-۴۷: توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیرگذاری تجربه، سابقه و اشتغال شرکت در برنده شدن مناقصات خارجی

..... ۱۹۰

نمودار ۴-۴۸: توزیع فراوانی بر حسب نقش انجمن ها و اتحادیه های صنفی صادرات خدمات فنی و مهندسی در تسهیل

توسعه صادرات..... ۱۹۱

نمودار ۴-۴۹: توزیع فراوانی بر حسب روند رشد شرکت های فعال در صدور خدمات فنی و مهندسی در دهه گذشته در

کسب سهم بازار خارجی..... ۱۹۲

نمودار ۴-۵۰: توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیرگذاری استفاده از فضای مجازی و اینترنت در آگاهی از مناقصات..... ۱۹۳

نمودار ۴-۵۱: توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیرگذاری اشتراک نشریات تخصصی در آگاهی از مناقصات..... ۱۹۴

نمودار ۴-۵۲: توزیع فراوانی بر حسب اعتقاد به روش اطلاع یابی از مناقصات بین المللی از طریق بروشور..... ۱۹۵

نمودار ۴-۵۳: توزیع فراوانی بر حسب اعتقاد به روش اطلاع یابی از مناقصات بین المللی از طریق آگهی های رسانه ای

..... ۱۹۶

نمودار ۴-۵۴: توزیع فراوانی بر حسب اعتقاد به روش اطلاع یابی از مناقصات بین المللی به صورت موردی و مکاتبه ای

..... ۱۹۷

- نمودار ۴-۵۵: توزیع فراوانی بر حسب سطح تکنولوژی پیشنهادی شرکت های داخلی در مقایسه با شرکت های مشابه خارجی ۱۹۸
- نمودار ۴-۵۶: توزیع فراوانی بر حسب میزان حمایت های مربوط به پوشش های بیمه ای و تضمین های صادراتی و اعتباری ۱۹۹
- نمودار ۴-۵۷: توزیع فراوانی بر حسب میزان حمایت های اداری و کنسولی در کشورهای مقصد از طریق نمایندگی های کشور در خارج ۲۰۰
- نمودار ۴-۵۸: توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیرگذاری محدودیت های ناشی از انتقال ارز در حوزه خدمات فنی و مهندسی در افزایش هزینه و زمان پروژه ۲۰۱
- نمودار ۴-۵۹: توزیع فراوانی بر حسب میزان مشارکت سرمایه خارجی با توجه به اصلاحات اخیر قانونی سرمایه گذاری خارجی و قانون استفاده از حداکثر توان فنی و مهندسی در کشور در توسعه صادرات خدمات ۲۰۲
- نمودار ۴-۶۰: توزیع فراوانی بر حسب نقش مؤسسات تحقیقاتی و آموزشهای تخصصی در توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی ۲۰۳
- نمودار ۴-۶۱: توزیع فراوانی بر حسب میزان هماهنگی مقررات و تشریفات گمرکی با رویه های صدور خدمات فنی و مهندسی ۲۰۴
- نمودار ۴-۶۲: توزیع فراوانی بر حسب میزان هماهنگی نظام ارزی کشور با رویه های توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی ۲۰۵
- نمودار ۴-۶۳: توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیرگذاری عامل دولتی بودن اقتصاد و عدم تبعیت از اصول اقتصادی بازار رقابتی در صادرات خدمات فنی و مهندسی ۲۰۶
- نمودار ۴-۶۴: توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیرگذاری عامل نبود تعامل موثر با اقتصاد جهانی در صادرات خدمات فنی و مهندسی ۲۰۷
- نمودار ۴-۶۵: توزیع فراوانی بر حسب میزان تاثیرگذاری مهیا نبودن پیش نیازهای اقتصادی و حقوقی توسعه صادراتی در صادرات خدمات فنی و مهندسی ۲۰۸
- نمودار ۴-۶۶: توزیع فراوانی بر حسب مزیت رقابتی صادرات خدمات فنی و مهندسی کشور ۲۰۹
- نمودار ۴-۶۷: توزیع فراوانی بر حسب توان مالی بازارهای کشور برای سرمایه گذاری در پروژه های زیرساختی ... ۲۱۰
- نمودار ۴-۶۸: توزیع فراوانی بر حسب میزان ریسک پروژه برای سرمایه گذاران خارجی در ایران ۲۱۱

- نمودار ۴-۶۹: توزیع فراوانی بر حسب نقش تحریم ها در میزان صادرات خدمات فنی و مهندسی..... ۲۱۲
- نمودار ۴-۷۰: توزیع فراوانی بر حسب درصد نیروی انسانی متخصص مورد استفاده در پروژه های خارجی از داخل کشور
..... ۲۱۳
- نمودار ۴-۷۱: توزیع فراوانی بر حسب درصد نیروی انسانی غیرمتخصص داخلی در پروژه های خارج از کشور..... ۲۱۴
- نمودار ۴-۷۲: توزیع فراوانی بر حسب کیفیت مراحل انجام مناقصات..... ۲۱۵
- نمودار ۵-۱: عوامل موثر در رقابت پذیری و رشد اقتصادی..... ۲۳۳
- نمودار ۵-۲: مدل بومی عوامل تعیین کننده مزیت رقابت..... ۲۴۰

فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول ۱-۲: بیشترین صادرات خدمات فنی و مهندسی در دنیا در سال ۲۰۰۸.....	۴۵
جدول ۲-۲: صادرات خدمات فنی و مهندسی کشورهای منطقه در سال ۲۰۰۸.....	۴۵
جدول ۳-۲: صادرات خدمات فنی و مهندسی در کشورهای در حال توسعه جهان طی دوره ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۹.....	۴۷
جدول ۴-۲: صادرکنندگان عمده خدمات فنی و مهندسی در کشورهای در حال توسعه.....	۴۷
جدول ۵-۲: واردکنندگان عمده خدمات فنی و مهندسی در کشورهای در حال توسعه.....	۴۸
جدول ۶-۲: جوایز صادراتی بخش خدمات فنی و مهندسی.....	۵۲
جدول ۷-۲: آمار مربوط به صدور ضمانت نامه های ارزی از سال ۱۳۸۰ تا پایان ۱۳۸۵.....	۷۱
جدول ۸-۲: عناصر موثر و موجهه مزیت رقابتی.....	۱۱۰
جدول ۹-۲: عوامل تعیین کننده مزیت رقابتی ملی.....	۱۲۹
جدول ۱-۴: توزیع فراوانی بر حسب تحصیلات.....	۱۴۴
جدول ۲-۴: توزیع فراوانی بر حسب نوع شرکت.....	۱۴۵
جدول ۳-۴: توزیع فراوانی بر حسب سابقه صادراتی.....	۱۴۶
جدول ۴-۴: توزیع فراوانی بر حسب شرکت در مناقصات مؤسسات بین المللی.....	۱۴۷
جدول ۵-۴: توزیع فراوانی بر حسب سهم کارکنان متخصص.....	۱۴۸
جدول ۶-۴: توزیع فراوانی بر حسب سهم کارگران ماهر.....	۱۴۹
جدول ۷-۴: توزیع فراوانی بر حسب کارکنان اداری و مالی.....	۱۵۰
جدول ۸-۴: توزیع فراوانی بر حسب طبقه بندی نوع فعالیت.....	۱۵۱
جدول ۹-۴: توزیع فراوانی بر حسب زمینه اشتغال شرکت.....	۱۵۲
جدول ۱۰-۴: توزیع فراوانی بر حسب حضور در پروژه ای با سرمایه گذاری خارجی.....	۱۵۳
جدول ۱۱-۴: توزیع فراوانی بر حسب سهم انجام پروژه های داخلی از ظرفیت سالانه خدمات.....	۱۵۴