





دانشگاه پیام نور

پایان نامه

برای دریافت درجه کارشناسی ارشد

در رشته MBA

دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی

گروه علمی مدیریت اجرایی و MBA

عنوان پایان نامه :

بررسی تاثیر عوامل ساختاری و زیر ساختاری استراتژی تولید بر رقابت پذیری در صنعت کاشی و

سرامیک استان اصفهان

استاد راهنما :

دکتر محمد محمودی میمند

استاد مشاور :

دکتر محمد مهدی پرهیزگار

نگارش:

سروش بصیرت

آبان 89

چکیده

صنعت کاشی و سرامیک به عنوان یکی از زیر مجموعه های کانی های غیر فلزی از صنایع پر اهمیت در کشور محسوب می گردد. با توجه به سابقه مناسب ایران در تولید کاشی و همچنین موقعیت مناسب، در عرصه بین المللی اهمیت پرداختن به مباحث مرتبط با این صنعت مشخص می گردد. صنعت کاشی و سرامیک در ایران دارای نقاط قوت و ضعفی می باشد که نیازمند بررسی و تحلیل قوی جهت برنامه ریزی دقیق و منسجم در جهت کسب برتری در رقابت جهانی می باشد. در این راستا مباحث مرتبط با تولید در این صنعت بسیار حیاتی می باشد. در این تحقیق به دنبال حلقه مفقوده برای ارتباط بین استراتژی تولید و استراتژی رقابتی در صنعت کاشی و سرامیک می باشیم.

این تحقیق به دنبال بررسی تاثیر تصمیمات تولیدی بر عوامل رقابتی در صنعت کاشی و سرامیک در استان اصفهان می باشد. به بیان دیگر این تحقیق به دنبال تصمیمات ساختاری (ظرفیت، تسهیلات، تکنولوژی، ادغام عمودی) و زیر ساختاری (کیفیت، برنامه ریزی تولید، منابع انسانی، توسعه محصول جدید، ساختار سازمانی، سیستم های ارزیابی عملکرد) تاثیر گذار بر عوامل رقابتی (هزینه، کیفیت، عملکرد، تحویل، انعطاف پذیری، نوآوری) در صنعت کاشی و سرامیک می باشد.

جهت بررسی و تحلیل این ارتباط از تکنیک تحلیل مسیر استفاده شده است. نتایج حاصله نشان دهنده ارتباط معنا داری بین عوامل رقابتی هزینه، کیفیت، انعطاف پذیری، نوآوری و تحویل با

عوامل ساختاری و زیر ساختاری می باشد در حالی که هیچ رابطه ای بین عامل عملکرد محصول و عوامل ساختاری و زیر ساختاری وجود ندارد.

همچنین با تحلیل پاسخ های ارائه شده مشخص می گردد که عامل هزینه پر اهمیت ترین عامل در میان عوامل رقابتی از نظر کارشناسان صنعت می باشد. طبق نظر کارشناسان عملکرد محصول، کیفیت و تحویل نیز در میان عوامل رقابتی از اهمیت بالایی برخوردار هستند. در بخش عوامل ساختاری و زیر ساختاری نیز عوامل نیروی انسانی، توسعه محصول، ارزیابی عملکرد و ساختار سازمانی مهم ترین و موثر ترین متغیر های تصمیم می باشد. در نهایت با توجه به شرایط فعلی صنعت کاشی و سرامیک به کارگیری استراتژی کاهش هزینه به عنوان موثر ترین استراتژی در جهت کسب مزیت رقابتی پیشنهاد می گردد.

واژگان کلیدی: استراتژی تولید، عوامل ساختاری و زیر ساختاری، عوامل رقابتی، استان اصفهان، کاشی.

فهرست مطالب

1	فصل اول: کلیات تحقیق
2	مقدمه
3	1-1-شرح و بیان مسئله
4	2-1-اهمیت و ضرورت تحقیق
5	3-1-اهداف تحقیق
6	4-1-سوالات تحقیق
6	5-1-فرضیات تحقیق
6	1-5-1-فرضیه اصلی
6	2-5-1-فرضیه های فرعی
7	6-1-روش تحقیق
7	7-1-ابزار گرد آوری اطلاعات
7	8-1-جامعه آماری
7	9-1-نمونه آماری
8	10-1-روش گردآوری اطلاعات
8	1-10-1-روش کتابخانه ایی
8	2-10-1-استفاده از منابع اینترنتی
8	3-10-1-مطالعه میدانی
8	11-1-قلمرو تحقیق
8	1-11-1-قلمرو مکانی تحقیق

8	2-11-1-فلمرو زمانی تحقیق
8	3-11-1-فلمرو موضوعی
9	12-1-تعاریف عملیاتی واژه های تحقیق
11	فصل دوم: مروری بر ادبیات تحقیق
12	بخش اول برنامه ریزی استراتژیک و استراتژی تولید
13	مقدمه
14	1-1-2-تعاریف استراتژی از دیدگاه صاحبانظران مختلف
15	2-1-2-مکاتب طراحی استراتژی
17	3-1-2-مدل های تدوین استراتژی
18	4-1-2-سطوح تدوین استراتژی
19	5-1-2-استراتژی تولید
21	6-1-2-تعاریف ارائه شده از استراتژی تولید
23	7-1-2-مزیت رقابتی چیست؟
25	8-1-2-ماهیت استراتژی تولید
26	9-1-2-محتوا و فرایند تدوین استراتژی
28	10-1-2-دو رویکرد کلی در شکل گیری استراتژی تولید
31	11-1-2-اجزای استراتژی تولید
32	12-1-2-چهار چوب کلی استراتژی تولید
34	13-1-2-خروجی های تولید
40	14-1-2-نظرات در مورد خروجی های تولید
40	1-14-1-2-نظریه بده - بستان اسکینر (trade off)

41	2-14-1-2- نظریه تپه شنی
42	3-14-1-2- تولید ناب
44	15-1-2- اهرم های تولید
46	16-1-2- تجزیه و تحلیل رقابتی
48	17-1-2- ارتباط استراتژی تولید با دیگر سطوح تدوین استراتژی
52	بخش دوم: سابقه و پیشینه تحقیق
53	مقدمه
53	1-2-2- مطالعات داخلی
56	2-2-2- مطالعات خارجی
64	بخش سوم: صنعت کاشی و سرامیک
65	1-3-2- تاریخچه کاشی و سرامیک
66	2-3-2- تعریف کاشی و سرامیک
66	3-3-2- تاریخچه کاشی در ایران
70	4-3-2- بررسی صنعت کاشی و سرامیک در جهان
70	1-4-3-2- موقعیت ایران در عرصه جهانی
74	فصل سوم روش تحقیق
75	مقدمه
76	1-3- نوع تحقیق
76	2-3- تعریف مسئله
77	3-3- فرضیات تحقیق
77	1-3-3- فرضیه اصلی

77	3-3-2-فرضیه های فرعی
78	3-4-اهداف تحقیق
78	3-4-1-هدف اصلی
78	3-4-2-اهداف فرعی
78	3-5-سوالات تحقیق
79	3-6-ضرورت انجام تحقیق
80	3-7-روش انجام تحقیق
80	3-8-روش و ابزار گرد آوری اطلاعات
80	3-8-1-پرسش نامه
81	3-8-2-روش کتابخانه ایی
81	3-8-3-استفاده از منابع اینترنتی
81	3-9-جامعه آماری
84	3-10-تعداد و روش نمونه گیری
85	3-11-قلمرو مکانی تحقیق
85	3-12-قلمرو زمانی تحقیق
85	3-13-قلمرو موضوعی
85	3-14-روایی
86	3-15-پایایی
87	3-16-روش تجزیه و تحلیل اطلاعات
88	فصل چهارم تجزیه و تحلیل اطلاعات
89	بخش اول:آمار توصیفی تحلیل ویژگی های جمعیت شناختی

90	مقدمه
91	4-1-1-1-متغیر جنس
92	4-1-2-2-متغیر سن
92	4-1-3-3-میزان تحصیلات
93	4-1-4-4-رشته تحصیلی
95	بخش دوم:توصیف داده های مربوط به متغیر های تحقیق
96	مقدمه
96	4-2-1-1-توصیف داده های عوامل رقابتی
99	4-2-2-2- توصیف داده های عوامل ساختاری و زیر ساختاری
105	بخش سوم:تحلیل فرضیات تحقیق و آمار استنباطی
106	مقدمه
107	4-3-1-1-مدل یابی معادلات ساختاری و تحلیل مسیر
108	4-3-1-1-موارد استفاده مدل یابی معادلات ساختاری
111	4-3-2-2-برازندگی مدل
111	4-3-2-1-اهم شاخص های برازندگی مدل های ساختاری
115	4-3-3-3-تحلیل فرضیات تحقیق و آمار استنباطی
115	4-3-3-1-تحلیل فرضیات
120	4-3-3-2-مقادیر R2 معادلات ساختاری
120	4-3-4-4-تحلیل نتایج حاصل از تحلیل مسیر
124	فصل پنجم نتیجه گیری و پیشنهادها
125	مقدمه

126	1-5- محدودیت های تحقیق
126	2-5- پیشنهادات
132	3-5- پژوهش های آینده
133	منابع
134	منابع فارسی
136	منابع لاتین
139	منابع اینترنتی
140	پیوست ها
141	پرسش نامه
145	تحلیل های آماری و خروجی نرم افزار

فهرست جداول

16	جدول (1-2) مقایسه ویژگیهای پارادایم های تجویزی و توصیفی
22	جدول (2-2) تعاریف استراتژی تولید
24	جدول (3-2) مدل چهارمرحله ای نقش استراتژیک عملیات
29	جدول (4-2) فرآیند تدوین استراتژی تولید
35	جدول (5-2) روند تکاملی اولویت های رقابتی
39	جدول (6-2) شاخص های مربوط به شش ستاده تولید
45	جدول (7-2) بخش بندی حوزه تصمیم گیری
49	جدول (8-2) ارتباط تصمیمات و مسئولیت های تولید و بازاریابی در شرکت ها
50	جدول (9-2) ارتباط استراتژی تولید و استراتژی منابع انسانی
62	جدول (10-2) بررسی نتایج تحقیقات خارجی
73	جدول (11-2) میزان تولید و مصرف ایران در بازار جهانی
83	جدول (1-3) لیست تولید کنندگان کاشی و سرامیک استان اصفهان
87	جدول (2-3) ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده
97	جدول (1-4) اولویت بندی عوامل رقابتی
98	جدول (2-4) توزیع داده های عوامل رقابتی
99	جدول (3-4) اولویت بندی عوامل ساختاری و زیر ساختاری
100	جدول (4-4) توزیع داده های مربوط به عوامل ساختاری و زیر ساختاری و اولویت آنها
104	جدول (5-4) مقایسه اولویتهای رقابتی تولید در کشورهای مختلف
114	جدول (6-4) شاخص های برازندگی مدل
118	جدول (7-4) ضرایب مسیر و مقادیر T-value بدست آمده از حل مدل
120	جدول (8-4) مقادیر R2 معادلات ساختاری
121	جدول (9-4) مسیر های معنا دار بین عوامل رقابتی و عوامل ساختاری و زیر ساختاری

فهرست اشکال و نمودارها

- 17 شکل (1-2) مدل تدوین استراتژی دیوید
- 19 شکل (2-2) سطوح تدوین استراتژی
- 27 شکل (3-2) فرآیند تدوین استراتژی
- 27 شکل (4-2) محتوا و فرآیند در استراتژی تولید
- 33 شکل (5-2) مدل محتوای استراتژی
- 33 شکل (6-2) الگوی استراتژی تولید
- 43 شکل (7-2) ساختار سلسله مراتبی تولید ناب.
- 46 شکل (8-2) استراتژی های سطح عملیات
- 71 نمودار (9-2) سهم ایران از تولید جهانی کاشی و سرامیک در سال 2009
- 71 نمودار (10-2) برترین تولیدکنندگان کاشی و سرامیک در جهان
- 72 نمودار (11-2) بزرگترین مصرف کنندگان کاشی و سرامیک در جهان
- 82 نمودار (1-3) سهم استان های مختلف کشور از تولید داخلی
- 91 نمودار (1-4) توزیع فراوانی متغیر جنس
- 92 نمودار (2-4) نمودار توزیع فراوانی متغیر سن
- 93 نمودار (3-4) توزیع فراوانی متغیر میزان تحصیلات.
- 94 نمودار (4-4) نمودار توزیع فراوانی متغیر رشته تحصیلی
- 110 شکل (5-4) مدل ساختاری مفروض مسئله

فصل اول
کلیات تحقیق

مقدمه

صنعت کاشی و سرامیک به عنوان یکی از صنایع پر اهمیت در کشور محسوب می گردد. این صنعت از مجموعه صنایع کانی های غیر فلزی می باشد که در حال حاضر 164 کارخانه در این زمینه در کشور در حال فعالیت می باشد. (پورتال صنایع کاشی و سرامیک ایران، 1389)

در زمان فعلی مشکلات عدیده ای بر سر راه تولید کنندگان کاشی و سرامیک در ایران وجود دارد که برخی از آنها به شرح زیر میباشد:

- 1- اشباع بازار داخلی و رسوب کاشی در انبارها و کاهش نقدینگی.
 - 2 - پایین بودن قیمت های صادراتی.
 - 3 - افزایش مداوم قیمت تمام شده در ایران و از دست دادن توان رقابت و تحمل تورم دو رقمی هر ساله.
 - 4 - کاشی و سرامیک ایران در بازارهای جهانی فاقد BRAND می باشد.
 - 5 - اشباع بازارهای جهانی (پورتال صنایع کاشی و سرامیک ایران، 1389).
- همچنین وابستگی این صنعت به بخش مسکن و ساخت و ساز در کشور از دیگر موارد رکود بازار کاشی و سرامیک می باشد.

با توجه به سابقه مناسب ایران در تولید کاشی و همچنین موقعیت مناسب این صنعت در عرصه بین المللی اهمیت پرداختن به مباحث مرتبط با این صنعت مشخص می گردد. صنعت کاشی و سرامیک در ایران دارای نقاط قوت و ضعفی می باشد که نیازمند بررسی و تحلیل قوی جهت برنامه ریزی

دقیق و منسجم در جهت کسب برتری در رقابت جهانی می باشد. در این راستا مباحث مرتبط با تولید در این صنعت بسیار حیاتی می باشد. عدم دسترسی به تکنولوژی روز دنیا و انتقال تکنولوژی تولید سرامیک از کشور هایی همچون ایتالیا و چین، هزینه های بالای تولید سرامیک در کشور نسبت به سایر کشور ها، کیفیت نسبی محصولات تولید شده داخلی به نسبت محصولات سایر کشور ها، بهره وری پایین تولید در کشور، عدم دسترسی به برخی از مواد و قطعات مورد نیاز این صنعت همگی موجب می گردد تا برای پیمودن راه موفقیت نیاز به تدوین استراتژی تولید مناسب و شناسایی راهکار های اساسی برای استفاده مناسب از داشته های کشور کنیم. از طرف دیگر شناخت مناسب بازار و عوامل رقابتی تاثیر گذار در عرصه صنعت و تحلیل همزمان این عوامل با شرایط فعلی برای سازمان ها از اهمیت فراوانی برخوردار می باشد.

لزوم حرکت به سمت تقویت سایر صنایع و جدا شدن از اقتصاد تک محصولی و کم کردن اتکای کشور به نفت از دیگر مواردی است که لزوم پرداختن به این مبحث را دوچندان می کند. لذا تلاش در جهت کسب موقعیت مناسب در تولید جهانی و نزدیک شدن به سطح اول کلاس جهانی و موقعیت پایدار رقابتی از اهمیت ویژه ای برخوردار می باشد. در این تحقیق به دنبال حلقه مفقوده برای ارتباط بین استراتژی تولید و استراتژی رقابتی در صنعت کاشی و سرامیک می باشیم. در این فصل به صورت اجمالی به معرفی تحقیق انجام شده و کلیات آن پرداخته می شود.

1-1- شرح و بیان مسئله

با توجه به سطوح تدوین استراتژی در یک سازمان، استراتژی های عملیاتی به عنوان زیر مجموعه استراتژی های سطح کسب و کار در نظر گرفته می شود. استراتژی های سطح کسب و کار شامل استراتژی های تولیدی، مالی، فروش و بازاریابی، تحقیق و توسعه، منابع انسانی و فن آوری اطلاعات می باشد. (شورینی، 1389) ترکیب مناسب کارکردهای مختلف این استراتژی ها در کنار یکدیگر

موجب موفقیت یک سازمان می شود. اما گاهی در سازمان ها استراتژی های وظیفه ایی به یک وضعیت منفعلانه تبدیل می شوند. در سازمانهای تولیدی اتخاذ استراتژیهای مناسب تولید برای موفقیت در بازار رقابتی از اهمیت ویژه ایی برخوردار می باشد هر چند دیده می شود به خاطر فرهنگ حاکم بر بخش تولید بررسی تولیدی در تدوین و فرموله کردن استراتژی لحاظ نمی شوند. این تحقیق به دنبال بررسی تاثیر تصمیمات تولیدی بر عوامل رقابتی در صنعت کاشی و سرامیک می باشد. به بیان دیگر این تحقیق به دنبال تصمیمات ساختاری (ظرفیت، تسهیلات، تکنولوژی، ادغام عمودی) و زیر ساختاری (کیفیت، برنامه ریزی تولید، منابع انسانی، توسعه محصول جدید، ساختار سازمانی، سیستم های ارزیابی عملکرد) تاثیرگذار بر عوامل رقابتی (هزینه، کیفیت، عملکرد، تحویل، انعطاف پذیری، نوآوری) در صنعت کاشی و سرامیک می باشد.

به بیان دیگر در این تحقیق بدنبال یافتن مولفه های تاثیر گذار بر عوامل رقابتی هستیم تا با سرمایه گذاری و تمرکز در این بخش ها امکان دستیابی به موفقیت را افزایش دهیم.

1-2- اهمیت و ضرورت تحقیق

کسب مزیت رقابتی صنعتی نیازمند بررسی همه جانبه مسائل صنعت می باشد و پرداخت یک جانبه به مباحث بازار و در سایه قرار گرفتن ساخت و تولید، برای کل ترکیب استراتژی سازمان در جهت کسب مزیت رقابتی می تواند خطرناک باشد.

از آنجایی که مهمترین فعالیت سازمان های تولیدی فرآیند ساخت و تولید می باشد وجود یک رویه مشخص و مدون برای حرکت در این راه بسیار پر اهمیت می باشد.

رشد روز افزون صنعت کاشی و فائق آمدن عرضه بر تقاضا موجب شده نیاز به حفظ سهم بازار قابل کسب با توجه به افزایش رقابت امری ضروری باشد. همچنین افزایش انتظارات مشتریان و حضور رقبای خارجی بسیار قدرتمند چون چین، ایتالیا، اسپانیا و برزیل در این صنعت موجب شده است تا

شرکت های فعال در این صنعت به دنبال ارتقاء سطوح قابلیت های تولیدی خود باشند تا بتوانند بهترین تصمیمات را در جهت دستیابی به موقعیت برتر رقابتی اتخاذ نمایند. سازمان دهی مجدد تولید جهت بهبود نیازمند به کارگیری الگوهای مناسب استراتژیهای تولیدی می باشد، تا جهت و چگونگی انجام این کار مشخص گردد.

از سوی دیگر کشور ایران با برخورداری از منابع خاک مناسب به عنوان ماده اولیه صنعت کاشی و سرامیک و همچنین داشتن سابقه ایی چند هزار ساله در این صنعت می تواند به عنوان یکی از تولید کنندگان قدرتمند در این عرصه مطرح گردد.

همانگونه که از آمارهای جهانی مشخص است کشور ایران از قدرت های برتر در تولید کاشی و سرامیک می باشد به طوری که در سال های گذشته همواره در بین 10 کشور اصلی تولید کننده قرار داشته است. این نکته موجب گردیده تا دست اندر کاران این صنعت همواره به دنبال حفظ موقعیت ایران و حتی بهبود این موقعیت در عرصه صنعت باشند.

البته رسیدن به این اهداف نیازمند برنامه ریزی مناسب و دقیق برای بهره برداری از منابع در دسترس در جهت کسب برتری نسبت به سایر رقبا در جهان است.

1-3-اهداف تحقیق

این تحقیق به دنبال دستیابی به اهداف زیر می باشد که شامل هدف اصلی و همچنین شش هدف فرعی می گردد.

هدف اصلی:

تحلیل تاثیر عوامل ساختاری و زیر ساختاری استراتژی تولید بر رقابت پذیری در صنعت کاشی و سرامیک.

اهداف فرعی:

- تحلیل تاثیر عوامل ساختاری و زیر ساختاری استراتژی تولید بر هزینه در صنعت کاشی و سرامیک.
- تحلیل تاثیر عوامل ساختاری و زیر ساختاری استراتژی تولید بر کیفیت در صنعت کاشی و سرامیک.
- تحلیل تاثیر عوامل ساختاری و زیر ساختاری استراتژی تولید بر عملکرد در صنعت کاشی و سرامیک.
- تحلیل تاثیر عوامل ساختاری و زیر ساختاری استراتژی تولید بر نوآوری در صنعت کاشی و سرامیک.
- تحلیل تاثیر عوامل ساختاری و زیر ساختاری استراتژی تولید بر انعطاف پذیری در صنعت کاشی و سرامیک.
- تحلیل تاثیر عوامل ساختاری و زیر ساختاری استراتژی تولید بر تحویل در صنعت کاشی و سرامیک.

1-4- سوالات تحقیق

پرسش اصلی این تحقیق اینگونه بیان می گردد که :

آیا عوامل ساختاری و زیر ساختاری استراتژی تولید بر رقابت پذیری در صنعت کاشی و سرامیک استان اصفهان تاثیر گذار است؟

1-5- فرضیات تحقیق

1-5-1- فرضیه اصلی

عوامل ساختاری و زیر ساختاری بر عوامل رقابتی در صنعت کاشی و سرامیک اثر معنا داری دارد.

1-5-2- فرضیه های فرعی

با توجه به الگوی کلی تحقیق شش فرضیه فرعی به صورت زیر تعریف می گردد.

- عوامل ساختاری و زیر ساختاری بر هزینه در صنعت کاشی و سرامیک اثر معنا داری دارد.
- عوامل ساختاری و زیر ساختاری بر کیفیت در صنعت کاشی و سرامیک اثر معنا داری دارد.
- عوامل ساختاری و زیر ساختاری بر عملکرد در صنعت کاشی و سرامیک اثر معنا داری دارد.
- عوامل ساختاری و زیر ساختاری بر نوآوری در صنعت کاشی و سرامیک اثر معنا داری دارد.

عوامل ساختاری و زیر ساختاری بر انعطاف پذیری در صنعت کاشی و سرامیک اثر معنا داری دارد.

عوامل ساختاری و زیر ساختاری بر تحویل در صنعت کاشی و سرامیک اثر معنا داری دارد.

1-6- روش تحقیق

این تحقیق از جنبه هدف از نوع کاربردی و به لحاظ نوع تحقیق از نوع همبستگی می باشد. اطلاعات اولیه با کمک توزیع پرسش نامه در صنعت جمع آوری گردیده است. بررسی همبستگی بین عوامل موجود با استفاده از روش های آماری توسط نرم افزار لیزرل انجام گرفته است.

1-7- ابزار گرد آوری اطلاعات

ابزار اصلی گرد آوری اطلاعات در این تحقیق پرسش نامه ی محقق ساخته ایی در قالب 58 سوال که در دو بخش تاثیر عوامل رقابتی بر رقابت پذیری و همچنین تاثیر عوامل ساختاری و زیر ساختاری بر عوامل رقابتی تدوین شده است که تعداد 24 سوال مربوط به بخش اول و 34 سوال مربوط به بخش دوم می باشد.

1-8- جامعه آماری

جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه مدیران و کارشناسان صنعت کاشی و سرامیک در استان اصفهان می باشد. استان اصفهان دارای 22 شرکت فعال در زمینه تولید کاشی و سرامیک می باشد که این مقدار حدود 13 درصد از کل تولید کنندگان کاشی کشور است.

1-9- نمونه آماری

از آنجا که این تحقیق به بررسی صنعت در استان اصفهان می پردازد تعداد کل جامعه (N) در حدود 200 نفر و تعداد نمونه (n) 50 نفر می باشد. نمونه آماری با استفاده از فرمول نمونه گیری ساده تصادفی بدست آمده است. یعنی در واقع 25 درصد از کل جامعه مورد پرسش قرار می گیرند.

1-10-1- روش گردآوری اطلاعات

1-10-1-1- روش کتابخانه ایی

در بخش ادبیات تحقیق از روش کتابخانه ایی استفاده شده است.

1-10-2- استفاده از منابع اینترنتی

بخشی از اطلاعات مربوط به ادبیات تحقیق و همچنین مطالب مرتبط به اطلاعات صنعت کاشی و سرامیک از منابع اینترنتی و سایت های مختلف بدست آمده است که لیست کامل آنها در بخش منابع آورده شده است.

1-10-3- مطالعه میدانی

در این بخش از پرسش نامه محقق ساخته ایی جهت جمع آوری نظرات کارشناسان صنعت استفاده شده است.

1-11-1- قلمرو تحقیق

1-11-1-1- قلمرو مکانی تحقیق

این تحقیق در استان اصفهان انجام گرفته است. این استان دارای 22 شرکت فعال در زمینه کاشی می باشد که از نظر تولید و تعداد کارخانجات بعد از استان یزد در مرتبه دوم قرار دارد. با توجه به قابلیت های این استان و موقعیت برتر آن در تولید کاشی و سرامیک در کشور قلمرو مکانی استان اصفهان انتخاب گردیده است.

1-11-2- قلمرو زمانی تحقیق

این تحقیق در بهار و تابستان سال 1389 هجری شمسی انجام گردیده است.

1-11-3- قلمرو موضوعی

موضوع مورد مطالعه در حوزه مدیریت استراتژیک و در سطح استراتژی های عملیاتی می باشد.