

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی

پایان نامه تحصیلی  
برای دریافت درجه کارشناسی ارشد  
رشته مدیریت بازرگانی

**عنوان:**

**بررسی رابطه بین برنامه‌های ارتقاء صادرات و**

**عملکرد صادراتی شرکتهای سنگ ایران**

**استاد راهنما**

**دکتر ناصر بامداد**

**استاد داور**

**دکتر علیرضا علوی تبار**

**استاد مشاور**

**دکتر سیدمحمد زاهدی**

**نگارش**

**آدینه بیکه بایندری**

انگیزه‌های صادراتی  
تجارت

۱۳۸۸ / ۶ / ۱

مهر ماه ۱۳۸۷

۱۱۵۶۷۰



مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی

معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی

**بسمه تعالی**

## **ارزشیابی پایان نامه تحصیلی**

دفاع نهایی پایان نامه خانم آدینه بیگه بایندری،  
دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی با عنوان:

**بررسی رابطه بین برنامه های ارتقاء صادرات و عملکرد  
صادراتی شرکتهای سنگ ایران**

با شماره ۱۹ و درجه عالی در تاریخ ۱۳۸۷/۷/۱۵ مورد تصویب  
قرار گرفت.

**امضای هیأت داوران:**

۱- استاد راهنما: دکتر ناصر بامداد

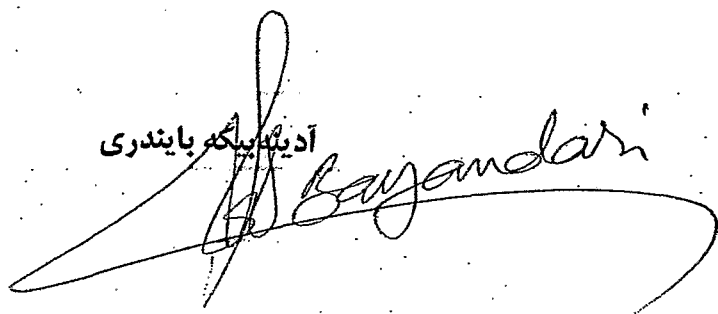
۲- استاد مشاور: دکتر سیدمحمد زاهدی

۳- استاد داور: دکتر علیرضا علوی تبار

## اظهاریه

پژوهشی که فرا روی شماست حاصل بیش از ۱۵ ماه تلاش پیگیر نگارنده می باشد که به لطف پروردگار و با کمک اساتید محترم راهنما و مشاور به سرانجام رسیده است. جهت استواری روح علمی و اخلاق پژوهشی، اذعان می دارد که در این پایان نامه به غیر از مطالب مورد استفاده که در منابع و مأخذ به آنها اشاره شده است، از هیچ منبعی رونویسی یا کپی برداری صورت نگرفته است.

آدینه بیگم بایندری



Bayandari

## چکیده

بررسی رابطه بین برنامه‌های ارتقاء صادرات و عملکرد صادراتی شرکتهای سنگ ایران

آدینه بیکه باینتری

این پژوهش رابطه میان برنامه‌های ارتقاء صادرات شامل ادراک مدیریت از محیط بازار صادرات، تعهد صادراتی، استراتژی صادراتی و دانش صادراتی را با عملکرد صادراتی شرکتها، مورد تحقیق قرار می‌دهد تا روشن شود که هر کدام از عوامل برنامه‌های ارتقاء صادرات چه تأثیری بر عملکرد صادراتی شرکتهای صادرکننده سنگهای ساختمانی دارند. تعداد ۴۱۸ صادرکننده سنگ در ایران شناسایی شدند که تعداد ۲۰۱ شرکت به عنوان نمونه برای مطالعه انتخاب شدند. از پرسشنامه به عنوان ابزار پژوهش استفاده گردید. این پرسشنامه پرسش‌های بسته و باز را دربرمی‌گرفت. پرسش‌های بسته متغیرهای مربوط به برنامه‌های ارتقاء صادراتی و عملکرد صادراتی را هدف قرار دادند و پرسش‌های باز بر عوامل برون سازمانی تأکید می‌کردند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که عواملی دیگر (سوالات باز پرسشنامه) توسط تمامی پاسخگوها به عنوان عوامل بسیار تأثیرگذار بر عملکرد صادراتی شرکتها شناخته شدند. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نشان داد که ادراک مدیریت از محیط بازاریابی صادراتی، دانش صادراتی، تعهد صادراتی و استراتژی صادراتی بر عملکرد صادراتی تأثیر دارند. با توجه به یافته‌ها و نتایج حاصله، پیشنهادهایی ارائه می‌شود. در مورد عوامل دیگر پیشنهاد افزایش حمایت دولت از صادرکنندگان طبق یک برنامه صحیح و دقیق و اجرانمودن آن مطرح می‌شود. در مورد برنامه‌های ارتقاء صادرات توضیح می‌شود که برای بهبود عملکرد صادراتی به این ترتیب به عوامل اهمیت داده شود. در حله اول، ادراک مدیریت از محیط بازاریابی افزایش یابد. سپس به استراتژی صادراتی شرکتها توجه شود. ارتقاء دانش صادراتی مد نظر قرار گیرد و در نهایت به بهبود تعهد صادراتی توجه شود.

تقدیم به تنها دردانه‌ی زندگیم فرید. که در  
شرایطی بسیار سخت شکفت و یاریم نمود و  
این‌گونه بود که کم‌یاب‌تر و زیباتر از همه بر  
مسند یگانگی نشست.

قدردانی بی دریغ من نثار آقای دکتر ناصر بامداد، استاد راهنمای  
بنده در این پژوهش و آقایان دکتر زاهدی به عنوان استاد مشاور و  
دکتر علوی تبار به عنوان استاد داور، که با زحمات بی شائبه‌ی  
خویش بسیار یاریم نمودند.

## فهرست مطالب

عنوان ..... صفحه

### فصل اول: کلیات پژوهش

مقدمه

- ۱,۱ بیان مساله ..... ۵
- ۲,۱ اهمیت و ضرورت تحقیق ..... ۷
- ۳,۱ هدف پژوهش ..... ۹
- ۴,۱ پیریش‌های پژوهش ..... ۹
- ۵,۱ فرضیه‌های پژوهش ..... ۹
- ۶,۱ متغیرهای پژوهش ..... ۹
- ۷,۱ تعریف واژه‌ها و اصطلاحات ..... ۱۰

### فصل دوم: پیشینه پژوهش

مقدمه

- ۱,۲ عملکرد ..... ۱۴
- ۲,۲ اندازه‌گیری عملکرد صادراتی در صنایع خدماتی ..... ۲۰
- ۱,۲,۲ ویژگی‌های نهاد بازرگانی ..... ۲۲
- ۲,۲,۲ گرایش مدیران به مسائل بین‌المللی ..... ۲۲
- ۳,۲,۲ ویژگی‌های بازار ..... ۲۳
- ۴,۲,۲ دیدگاه مدیریت نسبت به صادرات ..... ۲۴
- ۵,۲,۲ عملکرد ..... ۲۴
- ۶,۲,۲ مزیت رقابتی یا استراتژیک ..... ۲۵
- ۷,۲,۲ محرک استراتژیک ..... ۲۶
- ۸,۲,۲ اندازه‌گیری عملکرد صادراتی ..... ۲۶
- ۳,۲ اندازه‌گیری عملکرد صادراتی در صنایع تولیدی ..... ۳۱
- ۱,۳,۲ کاربردسازی عملکرد صادراتی ..... ۳۷



۳۸	..... قابلیت‌ها. ۲,۳,۲
۳۹	..... استراتژی. ۳,۳,۲
۴۰	..... ویژگی‌های شرکت. ۴,۳,۲
۴۰	..... گرایش بازاریابی. ۵,۳,۲
۴۳	..... برنامه‌های ارتقاء صادرات و عملکرد صادراتی شرکت‌ها. ۴,۲
۵۱	..... تحلیلی بر وضعیت و جایگاه سنگ تزئینی ایران. ۵,۲
۵۵	..... گزارش عملکرد صنعت سنگ کشور. ۶,۲
۵۵	..... ذخایر و تولید سنگ در ایران. ۷,۲
۵۶	..... بررسی آماری وضعیت معادن سنگ تزئینی ایران. ۸,۲
۵۹	..... تولید جهانی سنگ. ۹,۲
۶۰	..... وضعیت تجارت جهانی در صنعت سنگ. ۱۰,۲
۶۳	..... وضعیت صادرات سنگ ایران. ۱۱,۲

### فصل سوم: روش پژوهش

#### مقدمه

۶۸	..... روش پژوهش. ۱,۳
۶۹	..... توصیف جامعه. ۲,۳
۶۹	..... گروه نمونه و روش محاسبه حجم نمونه. ۳,۳
۷۱	..... روش جمع‌آوری اطلاعات. ۴,۳
۷۲	..... روایی و پایایی ابزارهای پژوهش. ۵,۳
۷۴	..... روش تحلیل داده‌ها. ۶,۳
۵۳	..... خلاصه‌ای از فرآیندهای اعمال شده روی پرسشنامه جهت تحلیل داده‌ها. ۷,۳

### فصل چهارم: یافته‌های پژوهش

#### مقدمه

۷۹	..... بررسی داده‌ها بر اساس آمار توصیفی. ۷۹
۷۹	..... بخش اول پرسشنامه. ۱,۱,۴
۸۶	..... بخش دوم پرسشنامه. ۲,۱,۴
۹۲	..... بررسی داده‌ها بر اساس آمار استنباطی. ۹۲
۹۲	..... آزمون همبستگی. ۱,۲,۴

- ۲,۲,۴. آزمون و معادله رگرسیون ..... ۹۵  
 ۳,۲,۴. آزمون همبستگی بین داده‌های جمعیت‌شناختی، مستقل و وابسته ..... ۱۰۰

## فصل پنجم: بحث و تفسیر

## مقدمه

- ۱,۵. یافته‌ها و نکته‌ها ..... ۱۰۵  
 ۲,۵. نتیجه‌گیری ..... ۱۰۸  
 ۳,۵. موارد قابل ذکر در تولید و تجارت جهانی سنگ ..... ۱۱۱  
 ۴,۵. نوسازی و بازسازی واحدهای سنگ‌بری ..... ۱۱۱  
 ۵,۵. مشکلات و مسائل موجود در بخش‌های مختلف صنعت سنگ ایران ..... ۱۱۲  
 ۱,۵,۵. مشکلات کلان صنعت ..... ۱۱۲  
 ۲,۵,۵. مشکلات بخش معدن ..... ۱۱۳  
 ۳,۵,۵. مشکلات بخش فرآوری ..... ۱۱۳  
 ۶,۵. پیشنهادها و راه‌حل‌ها. (بر اساس اطلاعات بدست‌آمده از بخش سوالات باز پرسشنامه ..... ۱۱۵  
 ۷,۵. محدودیت‌های پژوهش ..... ۱۱۷  
 ۱,۷,۵. محدودیت‌های قابل کنترل ..... ۱۱۷  
 ۲,۷,۵. محدودیت‌های غیر قابل کنترل ..... ۱۱۷  
 ۵,۵. پیشنهادهایی برای تحقیقات آینده ..... ۱۱۷

## منابع

- منابع فارسی ..... ۱۱۹  
 منابع خارجی ..... ۱۲۰

## پیوست‌ها

۱. پرسشنامه ..... ۱۳۱  
 ۲. آلفای کرونباخ پرسشنامه ..... ۱۳۶  
 ۳. مدل رگرسیون عملکرد صادراتی بر اساس دامنه‌ی عددی ..... ۱۴۲

- جدول ۱,۱. متغیرهای مستقل و وابسته در ادبیات پژوهش ..... ۶
- جدول ۱,۲. متغیرها و شاخص‌های مؤثر بر عملکرد صادراتی در صنایع خدماتی ..... ۲۰
- جدول ۲,۲. متغیرها و شاخص‌ها در مدل شمس‌الضحی و یونس علی ..... ۵۰
- جدول ۳,۲. آخرین آمار وزارت صنایع و معادن از وضعیت معادن سنگ تزئینی  
(۱۳۸۵) ..... ۵۸
- جدول ۴,۲. پیش‌بینی میزان مصرف سنگ در جهان تا سال ۲۰۲۵ میلادی ..... ۵۹
- جدول ۵,۲. آمار صادرات سنگ‌های تزئینی ایران طی سال‌های ۸۴-۱۳۸۰ ..... ۶۰
- جدول ۶,۲. صادرکنندگان برتر و میزان صادرات آنها در سال ۲۰۰۶ ..... ۶۱
- جدول ۷,۲. آمار واردات سنگ‌های تزئینی ایران طی سال‌های ۸۴-۱۳۸۳ ..... ۶۲
- جدول ۸,۲. واردکنندگان برتر و میزان واردات آنها در سال ۲۰۰۶ ..... ۶۲
- جدول ۹,۲. آمار صادرات سنگ‌های تزئینی ایران طی سال‌های ۸۴-۱۳۸۲ ..... ۶۳
- جدول ۱۰,۲. بررسی بازارهای عمده صادرات ایران در سال ۱۳۸۴ ..... ۶۳
- جدول ۱,۴. فراوانی گروه سنی ..... ۸۰
- جدول ۲,۴. فراوانی جنسیت ..... ۸۰
- جدول ۳,۴. فراوانی سمت ..... ۸۱
- جدول ۴,۴. فراوانی رشته‌ی تحصیلی ..... ۸۳
- جدول ۵,۴. فراوانی میزان تحصیلات ..... ۸۴
- جدول ۶,۴. فراوانی میزان تجربه ..... ۸۵
- جدول ۷,۴. فراوانی متغیر ادراک مدیریت از محیط بازاریابی ..... ۸۶
- جدول ۸,۴. فراوانی متغیر دانش صادراتی ..... ۸۷
- جدول ۹,۴. فراوانی متغیر تعهد صادراتی ..... ۸۷
- جدول ۱۰,۴. فراوانی متغیر استراتژی صادراتی ..... ۸۸
- جدول ۱۱,۴. فراوانی متغیر عملکرد صادراتی بر اساس دامنه‌ی اعداد ..... ۹۰
- جدول ۱۲,۴. فراوانی متغیر ادراک از عملکرد صادراتی ..... ۹۰
- جدول ۱۳,۴. ماتریس همبستگی متغیر عملکرد صادراتی بر اساس دامنه‌ی اعداد ..... ۹۳
- جدول ۱۴,۴. ماتریس همبستگی متغیر عملکرد صادراتی بر اساس ادراک پاسخ‌گو ..... ۹۳
- جدول ۱۵,۴. ماتریس همبستگی متغیر عملکرد صادراتی بر اساس دامنه‌ی اعداد و  
ادراک پاسخ‌گو ..... ۹۴
- جدول ۱۶,۴. ضرایب همبستگی در مدل رگرسیون ..... ۹۵
- جدول ۱۷,۴. ANOVA ..... ۹۶

فصل اول

کلیات پرورش

## مقدمه

در جهان امروز امر صادرات و واردات تحول حیرت‌آوری پیش روی داشته‌است. بدین صورت که سودآوری در این بخش برای کشورهایی که دارای مزیت‌های رقابتی به غیر از نفت می‌باشند اهمیت قابل توجهی پیدا کرده‌است. شناسایی نیاز مشتریان در سرزمین‌های برون‌مرزی که دارای فرهنگ‌ها و عادات متفاوتی نسبت به کشور مبدا دارند به ظاهر بسیار مشکل می‌آید و نداشتن چنین دانشی باعث شکست در امر صادرات و واردات می‌شود (صفتی، ۱۳۸۶، ۱).

ایران از مواد کانی بسیار زیادی برخوردار است که نه تنها مایحتاج داخل ایران را تأمین می‌کند بلکه می‌تواند با بدست آوردن بازارهای حاصل‌خیز (منظور وجود فرصت‌هایی در بازارهای برون‌مرزی است که اگر کمی به آن توجه‌شود سود کلانی را همراه با سهم بازار عالی نصیب بنگاه‌ها خواهد کرد) حرفی برای گفتن داشته‌باشد. البته بنابر شرایطی که بازارهای برون‌مرزی ایجاد می‌کنند در میان معادن ایران، معادن سنگ‌های تزئینی - ساختمانی، از جمله محصولاتی است که به عنوان منبع درآمد ارزی غیرنفتی بسیار حائز اهمیت می‌باشد.

ایران به لحاظ تنوع رنگ و جنس سنگ و ذخائر قابل توجه آن موقعیت ویژه‌ای نسبت به دیگر کشورها در برخی نقاط دنیا طبق آمار رسمی بالغ بر ۱۰۰ معدن سنگ تزئینی و حدود ۵۰۰۰ واحد فرآوری سنگ در کشور وجود دارد. از این تعداد کمتر از ۲۵۰ واحد مدرن و با استفاده از تکنولوژی روز دنیا و مابقی نیمه‌صنعتی و سنتی می‌باشند. مرمریت، گرانیت، تراورتن و مرمر از جمله انواع سنگ‌های موجود است که معادن آنها در ایران می‌باشد. (میثاقیان، ۱۳۸۵، ۱).

ما در این تحقیق قصد داریم به شرکت‌ها کمک کنیم تا این دانش را بدست آورند که صادرات محصولی مانند سنگ، امری پیش پا افتاده نیست. ما قصد داریم رابطه‌ی چند عامل مهم که بر عملکرد صادراتی تأثیر می‌گذارد را در صنعت مهم سنگ بررسی کنیم.

در زمینه بررسی رابطه بین برنامه‌های ارتقاء صادرات و عملکرد صادراتی شرکت‌ها، تحقیقاتی به عمل آمده‌است.

- شمس‌الضحی و یونس علی، ۲۰۰۶، مدل جامع عملکرد صادراتی شرکت‌ها را تست کرده و آنرا کمی تصحیح کرده‌اند. آنان در تحقیق خود رابطه برنامه‌های ارتقاء صادراتی بر عملکرد صادراتی شرکت‌های صادرات پوشاک، چرم و محصولات چرمی در کشور بنگلادش (۳ صنعت اصلی صادراتی کشور) را بررسی نموده‌اند. ( Shamsuddoha & Yunus Ali, 2006, 93-110).
- پیتر ثیرکل<sup>۱</sup> و دارالسلام رامادهانی<sup>۲</sup>، ۱۹۹۸، از مدل کلی غابی<sup>۳</sup> و اسلاتر<sup>۴</sup>، ۱۹۸۹، در ارزیابی عملکرد صادراتی که در موفقیت صادرکنندگان تولیدکننده نقش بسزایی داشته‌اند استفاده نموده‌اند. اینان در تحقیق خود عوامل درونی و بیرونی مؤثر بر عملکرد صادراتی را در کشور نیوزیلند با استفاده از تحلیل عاملی برشمرده و روابط را تصحیح کرده‌اند. (Thirkell & Dau, 1998, 813-829).
- آیسه آکیول<sup>۵</sup> و گری اکهوست<sup>۶</sup>، ۲۰۰۳، در پی کشف متغیرهای تأثیرگذار بر گرایش شرکت‌ها به بازارهای صادراتی بوده‌اند. این تحقیق در صنعت نساجی کشور ترکیه انجام شده‌است. (Akyol & Akehurst, 2003, 5-19).
- ژان فرانسیس<sup>۷</sup> و کالین کالینز<sup>۸</sup>، ۲۰۰۴، تأثیر برنامه‌های ارتقاء صادراتی را بر شایستگی‌ها، استراتژی‌ها و عملکرد شرکت بررسی کرده‌اند. این تحقیق در کشور کانادا انجام شده و شرکت‌های کوچک و متوسط که از دانش High-Tech برخوردارند مورد بررسی قرار گرفته‌اند. (Francis & Collins-Dodd, 2004, 474-495).
- لوئیز فلاپ لیگز<sup>۹</sup> و دیوید مونت گمری<sup>۱۰</sup>، ۲۰۰۵، رابطه بین عوامل مهم صادراتی و بهبود عملکرد صادراتی را در کشور پرتغال سنجیده‌اند ( Lages & Montgomery, 2005, 755-784).

1. Peter C. Thirkell,

2. Dar es Salaam Ramadhani Dau

3. N.E. Aaby

4. S.F. Slater

5. Ayse Akyol

6. Gary Akehurst

7. June Francis

8. Colleen Collins-Dodd

9. Luis Filipe Lages

10. David B. Montgomery

- کنستانتین کاتسکیز<sup>۱</sup>، نایگل پیرسی<sup>۲</sup> و کریس لونیدس<sup>۳</sup>، ۱۹۹۶، تعیین کننده‌های عملکرد صادراتی را در یک کشور اروپایی مورد بررسی قرار داده‌اند. این تحقیق روی صنعت غذایی یونان انجام شده است (Katsikeas et. al., 1996, 6-35).

- استیون وایت<sup>۴</sup>، دیوید گرافت<sup>۵</sup>، جان یانز<sup>۶</sup> و جی آر<sup>۷</sup>، ۱۹۹۸، عملکرد صادراتی را در صنایع خدماتی آمریکا بر اساس تحلیل عاملی و همراه با کشف عوامل اساسی مورد بررسی قرار داده‌اند. این صنایع شامل: تبلیغات، طراحی و معماری، نرم‌افزارهای کامپیوتری، مهندسی، خدمات مالی، خدمات بهداشتی و کارگزاران امنیتی/کالا/سرمایه‌گذاری می‌باشد (White et. al., 1998, 188-204).

- جیل تافتن<sup>۸</sup>، ۲۰۰۵، تأثیر استفاده از اطلاعات صادراتی را بر دانش و عملکرد صادراتی مورد بررسی قرار داده است. وی با انجام تحلیل عاملی تأییدی روی صنعت غذاهای دریایی نروژ در شرکت‌های کوچک و متوسط به این نتیجه رسیده است که درک بهتر اطلاعات بازار صادراتی، دانش و عملکرد صادراتی را در حد مطلوب قرار می‌دهد (Toften, 2005, 200-219).

این پژوهش به ۵ فصل اصلی تقسیم شده است. فصل اول با عنوان کلیات پژوهش به بیان مسئله، اهمیت و ضرورت، هدف، پرسش‌ها، فرضیه‌ها و متغیرهای پژوهش می‌پردازد. فصل دوم مروری بر ادبیات پژوهش دارد. فصل سوم روش پژوهش را به تفصیل شرح می‌دهد. در فصل چهارم یافته‌های پژوهش همراه با جداول و نمودارها آمده و فصل پنجم به بحث و تفسیر و ارائه پیشنهادات می‌پردازد.

1. Constantine S. Katsikeas

2. Nigel F. Piercy

3. Chris Loannidis

4. D. Steven White

5. David A. Griffith

6. John K. Ryans

7. Jr

8. Kjell Toften

## ۱,۱. بیان مسئله

وابستگی اقتصاد ایران به درآمدهای حاصل از صادرات نفت و لزوم کاهش این وابستگی همواره مدنظر برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران توسعه اقتصادی - اجتماعی در ایران بوده است. این وابستگی که بخش قابل توجهی از اقتصاد ایران را به تحولات بازارهای جهانی نفت متصل کرده، موجب شده که نوسان‌های مربوط به بازارهای جهانی نفت به طور مستقیم به اقتصاد داخلی کشور منتقل شود. با نگاهی به تحولات تاریخی موجود در بازارهای جهانی نفت که به طور برون‌زا به اقتصاد ایران وارد می‌شود، می‌توان دریافت که این بازارها تحت تأثیر عوامل متعددی از جمله مسائل سیاسی و روابط اقتصادی بین کشورهای مختلف است. از این رو بازارهای مذکور همواره نوسان‌های قابل توجهی را تجربه کرده و می‌کنند. این نوسان‌ها در اقتصاد ایران به صورت تکانه‌های غیر قابل پیش‌بینی، پیامدهای مختلفی به دنبال داشته که مهم‌ترین آنها بی‌ثباتی در وضعیت کلان اقتصاد کشور بوده است (میشاقیان، ۱۳۸۵، ۱۸).

املا به وجود احساس ضرورت برای کاهش وابستگی اقتصاد ایران به درآمدهای نفتی، که همواره اهداف موردنظر در برنامه‌های توسعه اقتصادی - اجتماعی کشور هم بوده است، نه تنها این وابستگی کاهش نیافته بلکه درآمدهای نفتی کماکان مهم‌ترین منبع ایجاد درآمدهای ارزی کشور می‌باشد. اقتصاد ایران نتوانسته درآمدهای ارزی خود را از منابعی متنوع تأمین کند و از حالت اقتصاد تک محصولی خارج نماید و همچنین صنعت و کشاورزی نیز نتوانسته‌اند در جهت کسب درآمدهای ارزی نیرویی محرکه باشند (همان منبع، ۱۸).

صادرات مهم‌ترین منبع تأمین درآمد ارزی برای کشورهاست و اغلب کشورها از طریق صدور انبوهی از کالاها به درآمدهای ارزی هنگفتی دسترسی پیدا می‌کنند که این درآمدها اعتبارات لازم را برای اجرای برنامه‌های توسعه اقتصادی، سرمایه‌گذاری در طرح‌های عمرانی و پرداخت بهای کالاها و خدمات وارداتی تأمین می‌کنند. کشور کوچک سنگاپور که مساحت آن حدود ۶۴۰ کیلومتر مربع است، سالانه بیش از ۱۲۰ میلیارد دلار از طریق صادرات درآمد ارزی دارد (همان منبع، ۱۸).



اثر توسعه صادرات در ایجاد اشتغال یا افزایش فرصت‌های شغلی جدید آشکار است. بر اساس برآوردهایی که در کشور اتریش انجام گرفته‌است هر یک درصد افزایش در صادرات برای ۱۲۰۰۰ نفر از بیکاران آن کشور اشتغال ایجاد کرده‌است (همان منبع، ۱۹). با توجه به مطالب گفته‌شده صادرات غیرنفتی و رشد و موفقیت آن در ایران هم اکنون از مباحث بسیار داغ جوامع اقتصادی می‌باشد. در نتیجه اینکه چه عواملی بنگاه‌ها را جهت افزایش کیفیت صادرات یاری می‌رساند و چقدر بر این متغیر تأثیر مستقیم یا معکوس دارند بسیار مهم می‌باشد. ششمین عنوان تأثیرگذار بر کیفیت صادرات غیرنفتی ایران در این تحقیق نمی‌گنجد.

جدول ۱،۱. متغیرهای مستقل و وابسته در ادبیات پژوهش

ردیف	نام متغیر	نوع متغیر	شاخص‌ها	مقیاس	نظریه پردازان
۱	عملکرد صادراتی	وابسته	- مقدار فروش - سود صادراتی - رشد فروش - توسعه بازار	فاصله‌ای =۱ خیلی پایین‌تر از حدانتظار =۷ خیلی بالاتر از حدانتظار	Cavusgil, 1994, 1-21
۲	ادراک مدیریت از محیط بازاریابی صادراتی	مستقل	- نحوه برقراری ارتباط با بازار - نحوه برقراری ارتباط با مشتریان - قدرت تفکر مدیر - ایجاد نگرش مدیر به بازار - میزان تجربه - میزان علم و آگاهی - نحوه برخورد با موانع صادرات	فاصله‌ای =۱ به شدت مخالف =۷ به شدت موافق	Ali, 2004, 5-20
۳	دانش صادراتی	مستقل	- آگاهی از مستندسازی - آگاهی از روش‌های کار - آگاهی کارکنان از دانش صادراتی - آگاهی از دانش بازاریابی - برخورد علمی شرکت با بحران‌ها	فاصله‌ای =۱ به شدت مخالف =۷ به شدت موافق	McKee & Varadarajan, 1995, 77-79
۴	تمهد صادراتی	مستقل	- تفکر سیستماتیک در صادرات - اجرای به موقع طرح‌ها - درجه اهمیت صادرات	فاصله‌ای =۱ به شدت مخالف =۷ به شدت موافق	Cavusgil, 1994, 1-21
۵	استراتژی صادراتی	مستقل	- طرح‌ریزی آمیخته‌های بازاریابی - تعیین اهداف - طرح توسعه	فاصله‌ای =۱ به شدت مخالف =۷ به شدت موافق	Cavusgil, 1994, 1-21

عوامل برون سازمانی با استفاده از سوالات باز در پرسشنامه استخراج شدند که بر حسب تأثیرگذار بودن و نبودن در ارائه پیشنهادات مورد استفاده قرار گرفتند.

## ۲،۱. اهمیت و ضرورت تحقیق

در سال‌های اخیر دیدگاه‌های مربوط به نقش دولت در امر توسعه، تغییرات زیادی کرده‌است. امروز دیگر نقش مهم دولت در هدایت اقتصاد از طریق تخصیص منابع، کنترل ارز، مدیریت صنایع کلیدی و جهت‌بخشی به تولید و توزیع کالا و خدمات باید کاهش یابد و در مقابل نقش بخش خصوصی تقویت شود (صفازاده، ۱۳۷۸، ۴). در این راستا دولت ایران نیز بر توسعه صادرات از طریق بنگاه‌های دولتی و علی‌الخصوص بنگاه‌های خصوصی، در سال‌های اخیر تأکید نموده‌است. در این بین در برنامه‌های توسعه کشور بر افزایش صادرات غیرنفتی بسیار تمرکز شده‌است. همان‌گونه که ذکر شد صادرات غیرنفتی از جنبه‌های مختلف اهمیت دارد. اکثر کشورهای دنیا تلاش می‌کنند تا در حد توان خود صادرات را افزایش دهند و البته تأکید همیشه بر افزایش صادرات غیرنفتی می‌باشد (اسکندری، ۱۳۷۹، ۳).

اسکندری (۱۳۷۹، ۳) تحقق هدف‌های زیر را از دلایلی می‌داند که کشورها تلاش می‌کنند تا صادرات خود را افزایش دهند:

- ۱- دستیابی به درآمدهای ارزی
- ۲- افزایش سطح اشتغال و رفع معضل بیکاری
- ۳- بهبود کیفیت کالاهای تولیدی به سبب وجود رقابت در بازارهای بین‌المللی و اصلاح مدیریت داخلی در مصاف با رقابتی خارجی
- ۴- کاهش هزینه تولید به سبب بالا رفتن توان واحدهای تولیدی و صرفه‌جویی‌های مقیاس

۵- تقویت بنیه اقتصاد کشور

۶- افزایش تولید ناخالص داخلی و بالا رفتن درآمد سرانه

۷- گسترش رفاه اجتماعی

۸- افزایش سهم کشور در تجارت جهانی و ارتقاء اعتبار بین‌المللی ایران

با توجه به مطالب یادشده قبل از هر کاری جهت رشد صادرات غیرنفتی کشور بایستی به عوامل تأثیرگذار بر عملکرد بنگاه‌ها که موفقیت و سودآوری آنها را تضمین می‌کنند توجه کرد.

با وجود فرصت‌های فراوانی که برای افزایش صادرات سنگ‌های مرغوب وجود دارد به علت برخی کاستی‌ها و نبود تکنولوژی نو، سنگ ایران موقعیت مناسبی در بازارهای جهانی پیدا نکرده و درآمد سرشار صادرات سنگ‌های ایرانی نصیب کشورهای شده است که با فرآوری سنگ خام و تبدیل آن به محصول نهایی قبل از هر چیز امکان توسعه و رشد صنعت سنگ را از ایران گرفته‌اند. وجود مسائلی از جمله طولانی‌بودن زمان بازگشت سرمایه، ضعف عوامل فنی و تکنولوژیکی، عدم حمایت واقعی، دانش فنی و تکنولوژیکی پایین، کیفیت پایین خدمات، یا نبودن هزینه‌های تولید و عدم شفافیت و ثبات در قوانین، سرمایه‌گذاری در بخش تولید سنگ را به مخاطره می‌اندازد. در نتیجه صادرات را تقریباً تحت الشعاع قرار می‌دهند. (زاهدی، ۱۳۸۲، ۱۵)

اقتصاد ایران اقتصادی تقریباً بسته می‌باشد که متغیری به نام دولت می‌تواند تأثیر به‌سزایی در روند صعود و یا نزول صادرات داشته‌باشد. در مدل جامع عملکرد صادراتی به یک سری عوامل تأثیرگذار بر صادرات اشاره شده‌است. در واقع آنها عواملی درون‌سازمانی هستند و عوامل بیرون‌سازمانی درون‌مرزی و بیرون‌مرزی نیز بایستی مد نظر قرار گیرد. محقق در این تحقیق فقط بدان‌ها اکتفا نکرده و به دنبال کشف متغیرهای بسیار اساسی خواهد بود که به طور اخص بر صادرات سنگ ایران تأثیر می‌گذارد. محقق به دلیل آگاه‌بودن از زندگی کاری تولید و صادرات سنگ، این صنعت را انتخاب کرده‌است.

## ۳,۱. هدف پژوهش

- بررسی عوامل مؤثر بر بهبود عملکرد صادراتی شرکت‌های صادرات سنگ ایران

## ۴,۱. پرسش‌های پژوهش

۱. آیا ادراک مدیریت از محیط بازار صادراتی با عملکرد صادراتی شرکت‌های

صادرات سنگ رابطه دارد؟

۲. آیا دانش صادراتی با عملکرد صادراتی شرکت‌های صادرات سنگ رابطه دارد؟

۳. آیا تعهد صادراتی با عملکرد صادراتی شرکت‌های صادرات سنگ رابطه دارد؟

۴. آیا داشتن استراتژی صادرات با عملکرد صادراتی شرکت‌های صادرات سنگ

رابطه دارد؟

۵. هر یک از ادراک مدیریت، دانش صادراتی، تعهد صادراتی و استراتژی صادراتی

چقدر بر عملکرد صادراتی شرکت‌ها تأثیر می‌گذارند؟

## ۵,۱. فرضیه‌های پژوهش

- ادراک مدیریت از محیط بازار صادراتی با عملکرد صادراتی رابطه مستقیم دارد.

- دانش صادراتی با عملکرد صادراتی رابطه مستقیم دارد.

- تعهد صادراتی با عملکرد صادراتی رابطه مستقیم دارد.

- استراتژی صادراتی با عملکرد صادراتی رابطه مستقیم دارد.

## ۶,۱. متغیرهای پژوهش

✓ متغیرهای مستقل: دانش صادراتی، ادراک مدیریت از محیط بازار صادراتی، تعهد

صادراتی، استراتژی صادرات (برنامه ارتقاء صادراتی)

✓ متغیر وابسته: ادراک از عملکرد صادراتی شرکت‌های صادرات سنگ (تزیینی -

ساختمانی)