



تحصیلات تکمیلی

پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت فناوری اطلاعات

عنوان:

بررسی ارتباط بین استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) و تسهیل فرایند واردات

(مطالعه موردی شرکت های عضو اتاق بازرگانی تهران)

استاد راهنما:

دکتر باقر کرد

استاد مشاور:

دکتر شهرام مهنا

استاد داور:

تحقیق و نگارش:

احسان اله فضائلی

پاییز ۱۳۹۱

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## بسمه تعالی

این پایان نامه با عنوان بررسی ارتباط بین استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ITC) و تسهیل فرایند واردات قسمتی از برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات توسط دانشجو احسان اله فضائی با راهنمایی استاد پایان نامه جناب آقای دکتر باقر کرد تهیه شده است. استفاده از مطالب آن به منظور اهداف آموزشی با ذکر مرجع و اطلاع کتبی به حوزه تحصیلات تکمیلی دانشگاه سیستان و بلوچستان مجاز می باشد.

(نام و امضاء دانشجو)

این پایان نامه ۴ واحد درسی شناخته می شود و در تاریخ ..... توسط هیئت داوران بررسی و درجه ..... به آن تعلق گرفت.

تاریخ

امضاء

نام و نام خانوادگی

استاد راهنما:

استاد مشاور:

داور ۱ :

داور ۲ :

نماینده تحصیلات تکمیلی:



دانشگاه بلوچستان

## تعهدنامه اصالت اثر

اینجانب احسان اله فضائلی تعهد می کنم که مطالب مندرج در این پایان نامه حاصل کار پژوهشی اینجانب است و به دستاوردهای پژوهشی دیگران که در این نوشته از آن استفاده شده است مطابق مقررات ارجاع گردیده است . این پایان نامه پیش از این برای احراز هیچ مدرک هم سطح یا بالاتر ارائه نشده است. کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به دانشگاه سیستان و بلوچستان می باشد.

نام و نام خانوادگی دانشجو:

امضاء

## تقدیم به :

پدرم او که عالمانه به من آموخت تا چگونه در عرصه زندگی، ایستادگی را تجربه نمایم  
و به مادرم، دریای بی کران فداکاری و عشق که وجودم برایش همه رنج بود و وجودش برایم همه مهر  
همسرم، اسطوره زندگی، پناه خستگی و امید بودنم  
و به :

دختر عزیزتر از جانم ، که طراوت بخش زندگی شد.

## سپاسگذاری

شکر و سپاس خدا را که بزرگترین امید و یاور در لحظه لحظه زندگیست  
نمی توانم معنایی بالاتر از تقدیر و تشکر بر زبانم جاری سازم و سپاس خود را در وصف استادان خویش آشکار نمایم، که هر  
چه گویم و سراپیم ، کم گفته ام.

## چکیده:

با توجه به پیشرفت های زیادی که در زمینه تجارت الکترونیکی به وجود آمده است و همگرایی هایی که در جهت جهانی سازی به ویژه در زمینه های تجاری و اقتصادی به وجود آمده، ایجاد هماهنگی با شرایط و فضای تجارت بین المللی از الزامات کنونی کشور ما است. یکی از این روندهای جهانی سازی تجارت با توجه به اقتصاد شبکه محور آینده، موضوع انجام فرایند واردات کالاها و خدمات به صورت الکترونیکی است. واردات کالاهای اساسی و مورد نیاز مصرف جامعه و همچنین واردات کالاهای سرمایه ای و واسطه ای برای تولید سایر محصولات نهایی داخلی از اهمیت بسزایی برخوردار هستند. با توجه به شرایط اقتصادی و سیاسی جامعه، نیاز به تسهیل فرایند واردات از سوی متولیان این امر در کشور بیش از پیش احساس می شود.

در این تحقیق تاثیر بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات بر تسهیل روند واردات مورد بررسی قرار گرفته است. فناوری اطلاعات در شش بعد مورد بررسی قرار گرفت که شامل: آگاهی از وضعیت بازار، آگاهی از وضعیت رقبا، آگاهی فناوری و تکنیکی، آگاهی راهبردی- اجتماعی، تعامل و توسعه بلند مدت ارتباطات و پشتیبانی فعالیتهای فروش و خدمات می باشد. نتایج تحقیق ارتباط معناداری بین ابعاد فناوری اطلاعات و ارتباطات با تسهیل فرایند واردات را نشان می دهد.

## واژگان کلیدی:

فناوری اطلاعات و ارتباطات، تجارت الکترونیک، واردات،

## فهرست منابع

عنوان..... صفحه

### فصل اول: کلیات تحقیق

- ۱-۱-۱- مقدمه ..... ۱
- ۱-۲-۱- بیان مسئله ..... ۳
- ۱-۳-۱- ضرورت انجام تحقیق ..... ۴
- ۱-۴-۱- اهداف تحقیق ..... ۶
- ۱-۴-۱- هدف کلی تحقیق: ..... ۶
- ۱-۴-۲- اهداف فرعی تحقیق: ..... ۶
- ۱-۵-۱- سوالات تحقیق: ..... ۷
- ۱-۵-۱- سوال اصلی تحقیق ..... ۷
- ۱-۵-۲- سوالات ویژه تحقیق ..... ۷
- ۱-۶-۱- فرضیات تحقیق: ..... ۸
- ۱-۶-۱- فرضیه اصلی: ..... ۸
- ۱-۶-۲- فرضیات فرعی: ..... ۸
- ۱-۷-۱- روش انجام تحقیق ..... ۹
- ۱-۷-۱- روش و ابزار گردآوری تحقیق ..... ۹
- ۱-۷-۲- روش تجزیه و تحلیل اطلاعات ..... ۹
- ۱-۸-۱- متغیرهای پژوهش ..... ۱۰
- ۱-۸-۱- تعریف مفهومی متغیرها ..... ۱۰
- ۱-۸-۲- تعریف عملیاتی متغیرها ..... ۱۱

### فصل دوم: مبانی نظری پژوهش

- ۲-۱-۱- مقدمه ..... ۱۳
- ۲-۲-۱- پیشینه تحقیق ..... ۱۵
- ۲-۲-۱- پیشینه تحقیق ..... ۱۵



- ۱۵ ..... ۱-۲-۲- مطالعات انجام شده در ایران
- ۱۹ ..... ۲-۲-۱-۲- مطالعات انجام شده در جهان
- ۲۰ ..... ۲-۲-۲- تاریخچه فناوری اطلاعات و ارتباطات
- ۲۳ ..... ۲-۳- چهارچوب نظری تحقیق
- ۲۳ ..... ۲-۳-۱- فناوری اطلاعات و ارتباطات
- ۲۵ ..... ۲-۳-۲- صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات
- ۲۶ ..... ۲-۳-۳- ویژگیهای توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات
- ۲۸ ..... ۲-۳-۴- کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات در فرایند واردات
- ۲۹ ..... ۲-۳-۵- ابعاد فناوری اطلاعات و ارتباطات
- ۳۱ ..... ۲-۳-۶- مزایای فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)
- ۳۲ ..... ۲-۳-۸- فرآیند فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)
- ۳۵ ..... ۲-۳-۹- بررسی وضعیت ICT در ایران
- ۳۶ ..... ۲-۳-۹-۱- شاخص آمادگی الکترونیکی:
- ۳۸ ..... ۲-۳-۹-۲- اهمیت شاخص "آمادگی الکترونیکی"
- ۴۰ ..... ۲-۳-۹-۳- جایگاه ایران در رده بندی آمادگی الکترونیکی
- ۴۱ ..... ۲-۴- واردات
- ۴۱ ..... ۲-۴-۱- مفاهیم کلی واردات
- ۴۲ ..... ۲-۴-۱-۱- واردکننده کالا
- ۴۲ ..... ۲-۴-۱-۲- کارت بازرگانی
- ۴۳ ..... ۲-۴-۱-۳- روشهای خرید کالا
- ۴۴ ..... ۲-۴-۱-۴- مراحل ثبت سفارش
- ۴۶ ..... ۲-۴-۲- انواع واردات
- ۴۶ ..... ۲-۴-۲-۱- واردات قطعی
- ۵۴ ..... ۲-۴-۲-۲- واردات موقت:
- ۵۴ ..... ۲-۴-۲-۳- کالاهای مرجوعی (اعاده به خارج از کشور):
- ۵۵ ..... ۲-۴-۳- راههای واردات کالا
- ۵۵ ..... ۲-۴-۴- روشهای ورود کالا
- ۵۶ ..... ۲-۴-۵- وزارتخانه ها و سازمان های موثر

۵۷	.....۲-۴-۵-۱-گمرک ایران:
۵۸	.....۲-۴-۵-۲-اقدامات ممکن گمرک در تسهیل یا محدودیت واردات:
۶۰	.....۳-۴-۵-۲-چهار ابزار اصلی محدود کننده
۶۱	.....۴-۴-۵-۲-محدودیت‌های تحمیلی
۶۳	.....۲-۷-۲-نگاهی به واردات در ایران
۶۳	.....۱-۲-۷-۲-نگاهی به واردات، قبل از انقلاب
۶۴	.....۲-۷-۲-واردات بعد انقلاب
۶۵	.....۲-۸-۲-عوامل خارجی
۶۶	.....۱-۲-۸-۲-اهم عوامل خارجی تأثیرگذار در روند واردات
۶۷	.....۲-۹-۲-فرآیند واردات کالا به ایران سخت تر از سال های قبل شده است
۶۸	.....۲-۱۰-۲-فرآیند انجام ثبت سفارش واردات
۶۹	.....۱-۲-۱۰-۲-
۶۹	.....تشریفات ورود و صدور کالا
۷۴	.....۲-۱۱-۲-تشریفات ترخیص کالا از گمرک
۷۵	.....۱-۲-۱۱-۲-اسناد و ضمیمه اظهارنامه
۷۷	.....۲-۲-۱۱-۲-حمل یکسره
۷۷	.....۳-۲-۱۱-۲-ترخیص یکسره
۷۷	.....۴-۲-۱۱-۲-کابوتاژ
۷۷	.....۵-۲-۱۱-۲-کالا‌های انتقالی
۷۷	.....۶-۲-۱۱-۲-روز اظهار کالا
۸۳	.....۲-۱۳-۲-مدیریت واردات
۸۳	.....۱-۲-۱۳-۲-تعریف مدیریت واردات
۸۳	.....۲-۲-۱۳-۲-اهداف
۸۴	.....۳-۲-۱۳-۲-نگاه راهبردی و فرابخشی
۸۵	.....۴-۲-۱۳-۲-عدالت محوری
۸۵	.....۵-۲-۱۳-۲-سیاست ها و برنامه های عمده

۸۷	..... ۲-۱۳-۶-مدیریت واردات در کشورهای مختلف
۸۷	..... ۲-۱۳-۶-۱-جلوگیری از کالای بی کیفیت
۸۹	..... ۲-۱۳-۶-۲-تضعیف پول ملی
۸۹	..... ۲-۱۳-۶-۳-مالیات مضاعف
۹۰	..... ۲-۱۳-۶-۴-تعرفه فصلی
۹۰	..... ۲-۱۳-۶-۵-اعتبار محصول
۹۱	..... ۲-۱۴-تقسیم بندی کالاها
۹۲	..... ۲-۱۴-۱-فرایند واردات کالا
۹۲	..... ۲-۱۴-۱-۱-فرایند سه مرحله ای
۹۳	..... ۲-۱۵-عملکرد فرایند واردات
۹۳	..... ۲-۱۵-۱-مواد اولیه تولید ، ضرورت واردات
۹۵	..... ۲-۱۵-۲-کالای خارجی - علل گرایش
۹۶	..... ۲-۱۶-قوانین و مقررات واردات
۹۶	..... ۲-۱۶-۱-ماده پنج قانون مقررات صادرات و واردات:
۹۶	..... ۲-۱۶-۲-ماده ۲ آیین نامه اجرایی مقررات صادرات و واردات
۹۶	..... ۲-۱۶-۳-قانون بهره وری بخش کشاورزی
۹۸	..... ۲-۱۶-۴-کمیته ماده یک (آیین نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات)
۹۹	..... ۲-۱۷-تقسیم کار ملی - دستگاه های درگیر
۱۰۲	..... ۲-۱۸-نقش واردات در اقتصاد کشور
۱۰۳	..... ۲-۱۸-۱-روند واردات در کشور
۱۰۶	..... ۲-۱۹-مدل نظری تحقیق:

### فصل سوم: روش شناسی پژوهش

۱۰۸	..... ۳-۱-مقدمه
۱۰۹	..... ۳-۲-روش شناسی تحقیق
۱۰۹	..... ۳-۲-۱-اطلاعات مربوط به روش شناسی پژوهش

۱۰۹	..... روش تحقیق ۳-۲-۲
۱۱۰	..... جامعه آماری و حجم نمونه مورد تحقیق ۳-۳
۱۱۰	..... نمونه و نمونه گیری ۳-۳-۱
۱۱۱	..... جامعه آماری و بر آورد حجم نمونه ۳-۳-۲
۱۱۲	..... معرفی ابزار های جمع آوری اطلاعات ۳-۴
۱۱۲	..... مصاحبه ۳-۴-۱
۱۱۲	..... پرسشنامه ۳-۴-۲
۱۱۳	..... معرفی پرسشنامه ۳-۴-۲-۱
۱۱۳	..... چگونگی طراحی نهایی پرسشنامه ۳-۴-۲-۲
۱۱۵	..... روش اجرا و نمره گذاری شاخص ها ۳-۴-۲-۳
۱۱۶	..... روایی ( Validity ) و پایانی ( Reliability ) ۳-۵
۱۱۶	..... اعتبار / روایی / اعتبار ۳-۵-۱
۱۱۷	..... پایایی ۳-۵-۲
۱۱۹	..... مراحل اجرایی تحقیق ۳-۶
۱۱۹	..... خلاصه فصل ۳-۷

### فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده های پژوهش

۱۲۱	..... مقدمه ۴-۱
۱۲۲	..... بررسی قابلیت اعتماد پرسشنامه ۴-۲
۱۲۲	..... روش آلفای کرونباخ برای سنجش قابلیت اعتماد پرسشنامه ۴-۲-۱
۱۲۳	..... بررسی قابلیت اعتماد پرسشنامه ۴-۲-۱-۱
۱۲۴	..... پایایی شاخص ها ۴-۲-۱-۲
۱۲۴	..... شاخص های توصیفی ۴-۳
۱۲۵	..... توزیع فراوانی نظر پاسخگویان درباره تسهیل واردات ۴-۳-۱
۱۲۶	..... توزیع فراوانی نظر پاسخگویان درباره استفاده از ICT برای آگاهی از وضعیت بازار ۴-۳-۱-۱
۱۲۸	..... توزیع فراوانی نظر پاسخگویان درباره استفاده از ICT برای آگاهی از وضعیت رقبا ۴-۳-۱-۲

- ۱۲۹-۳-۱-۴-توزیع فراوانی نظر پاسخگویان درباره استفاده از ICT برای آگاهی فناوری تکنیکی.....
- ۱۳۰-۳-۱-۴-توزیع فراوانی نظر پاسخگویان درباره استفاده از ICT برای آگاهی راهبردی-اجتماعی.....
- ۱۳۱-۳-۱-۵-توزیع فراوانی نظر پاسخگویان درباره استفاده از ICT برای تعامل و توسعه بلند مدت.....
- ۱۳۲-۳-۱-۶-توزیع فراوانی نظر پاسخگویان درباره استفاده از ICT برای پشتیبانی فروش.....
- ۱۳۳-۳-۴-شاخص های توصیفی مربوط به پاسخ پرسشنامه ها.....
- ۱۳۳-۲-۱-۴-اطلاعات کمی متغیرهای جمعیت شناختی.....
- ۱۳۷-۳-۴-شاخص های توصیفی متغیرها.....
- ۱۳۸-۴-۵-آمار استنباطی.....
- ۱۳۸-۵-۱-۴-بررسی نرمال بودن داده ها.....
- ۱۳۹-۵-۲-۴-آزمون فرضیه ها.....
- ۱۴۰-۵-۲-۱-۴-فرضیه اول:.....
- ۱۴۱-۵-۲-۲-۴-فرضیه دوم:.....
- ۱۴۲-۵-۲-۳-۴-فرضیه سوم:.....
- ۱۴۳-۵-۲-۴-۴-فرضیه چهارم:.....
- ۱۴۴-۵-۲-۵-۴-فرضیه پنجم:.....
- ۱۴۵-۵-۲-۶-۴-فرضیه ششم:.....
- ۱۴۶-۴-۶-تحلیل آنالیز واریانس.....
- ۱۴۶-۶-۱-۴-جدول آنالیز واریانس.....
- ۱۴۷-۶-۲-۴-ضرایب رگرسیونی.....

### فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات پژوهش

- ۱۴۹-۵-۱-۵-مقدمه.....
- ۱۴۹-۵-۲-۵-یافته های تحقیق.....
- ۱۴۹-۲-۵-۵-یافته های توصیفی پژوهش.....
- ۱۵۰-۲-۵-۵-یافته های استنباطی پژوهش.....
- ۱۵۰-۲-۵-۵-یافته های منتج از فرضیه های پژوهش.....

۱۵۳	..... جمع بندی یافته های پژوهش ۸-۲-۳
۱۵۵	..... پیشنهادات ۵-۳
۱۵۵	..... ۵-۳-۱-پیشنهادهای منتج از فرضیه های پژوهش
۱۵۷	..... ۵-۳-۲-پیشنهادهای کاربردی
۱۵۸	..... ۵-۴: محدودیتهای پژوهش
۱۵۸	..... ۵-۴-۱ محدودیت تحقیق
۱۵۸	..... ۵-۴-۲ محدودیت محقق
۱۵۹	..... ۵-۵-خلاصه فصل
۱۶۰	..... فهرست منابع
۱۶۰	..... الف) منابع فارسی
۱۶۲	..... ب) منابع انگلیسی
۱۶۳	..... پیوست پژوهش:
۱۶۳	..... پرسشنامه

## فهرست جداول و نمودارها

عنوان.....	صفحه.....
جدول ۱-۲- رتبه بندی آمادگی الکترونیکی کشورها (اکنونمیست).....	۳۸
جدول ۲-۲- رتبه بندی آمادگی الکترونیکی کشورها (سازمان ملل).....	۳۹
جدول ۳-۲- روشهای خرید کالا.....	۴۴
نمودار ۳-۲- مدل مفهومی تحقیق.....	۱۰۶
جدول ۳-۱- نحوه اجرا و نحوه نمره گذاری متغیرها.....	۱۱۵
جدول ۱-۴- میزان آلفای کرونیباخ برای شاخص ها.....	۱۲۴
جدول ۱-۴- تعداد و درصد پاسخگویان بر حسب جنسیت.....	۱۳۳
جدول ۲-۴- تعداد و درصد پاسخگویان بر حسب سن.....	۱۳۴
جدول ۳-۴- تعداد و درصد پاسخگویان بر حسب سطح سواد.....	۱۳۵
جدول ۴-۴- تعداد و درصد پاسخگویان بر حسب پست سازمانی.....	۱۳۶
جدول ۵-۴- آماره های توصیفی شاخص ها.....	۱۳۷
جدول (۶-۴) نتایج آزمون کلموگرف اسمیرنوف.....	۱۳۸
جدول ۷-۴- جدول آنالیز واریانس.....	۱۴۶
جدول (۸-۴) ضرایب رگرسیونی.....	۱۴۷
جدل ۱-۵- خلاصه ای از نتایج آزمون فرض های پژوهش.....	۱۵۴

# فصل اول

کلیات پژوهش



## ۱-۱- مقدمه

تکنولوژی در توسعه اقتصادی و اجتماعی همواره یک وسیله ضروری بوده و خواهد بود. امروزه بر همگان روشن است که علت اصلی کندی کشورهای در حال توسعه در پیشرفت های اجتماعی و اقتصادی و حتی فرهنگی، ناتوانی آن ها در باز شناختن یا گسترش تکنولوژی درست و بهره گیری از آن در فعالیت های تولیدی است. در عصر حاضر فناوری اطلاعات در تعریف قدرت و تمدن جوامع، نقش کلیدی پیدا کرده است. از این رو در دو دهه گذشته کشورهای پیشرفته و صاحب فناوری، به فناوری اطلاعات به عنوان محور بنیادین توسعه توجه پیدا کرده اند به طوری که هر یک از کشورها به نوبه خود طرح های ملی و منطقه ای خاصی را برای توسعه این فناوری اجرا کرده اند (فتیحی و همکاران، ۱۳۸۶).

فناوری همواره به عنوان یک ابزار بخشی از زندگی ما را تشکیل داده است و با افزایش توانایی های بشر به عنوان سازگاری با محیط برای رهایی از نیروهای قهار طبیعت مطرح بوده است. اهمیت و جذب و به کارگیری فناوری های جدید در دنیای کنونی توسط شرکت ها و سازمان ها بر کسی پوشیده نیست. یکی از علل توجه به این فن افزایش رقابت در ابعاد کیفیت، هزینه، زمان و به طور کلی بهره وری در عرصه بین الملل است (فلاح همت آبادی، ۱۳۸۲).

تجارت فرامرزی یکی از نیروهای ادغام کننده اقتصاد جهان است. فشار بر فرآیند ادغام اقتصادی طی دو دهه اخیر به وسیله توسعه تکنولوژی، تغییر در ساختار بازارها و ظهور شرکتهای فراملیتی یا چند ملیتی افزایش یافته، که بخشی از این موارد، نتیجه افزایش تجارت در جهان است.

تجربه کشورهای مختلف؛ اعم از توسعه یافته یا در حال توسعه مبین این موضوع است که در عمل، منافع تجارت آزاد بیش از مشکلات و سختی های آن است. در این رابطه واردات نیز نقش مهمی در ایجاد فرصتها و رشد اقتصادی ایفا می کند؛ به عنوان نمونه، در کشور آمریکا حداقل ده میلیون شغل از طریق واردات حمایت می شوند. بطور کلی واردات را می توان انگیزه ای جهت نوآوری و اختراعات در داخل کشور دانست. هم چنین واردات منجر به تولید کالاهایی با کیفیت بالاتر خواهد شد. در این میان واردات کالاهای واسطه ای سرمایه ای می تواند

صنایع را در داخل کشور رقابتی تر کند و در نهایت موجب کاهش تورم و افزایش توان انتخاب مصرف کنندگان شود. کشورهای در حال توسعه نظیر ایران، به دلیل کمبود نهاده های تولید، به خارج وابسته هستند. نهاده های واسطه ای سرمایه ای وارداتی صنعت، در تولید کالاهای صنعتی بکار می روند و از نقش و کارایی بالایی نسبت به نهاده های داخلی برخوردارند؛ بعبارتی می توان گفت از واردات نهاده ها در کشورهای در حال توسعه، علاوه بر استفاده مستقیم در فرایند تولید، بطور غیر مستقیم در بالا بردن کارایی نهاده های داخلی از طریق ارتباط پسین و پیشین قوی در روند تولید، بهره برداری می شود.

تحقیق حاضر به بررسی رابطه بین بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات از طرف شرکت ها و دستگاههای متولی امر واردات با تسهیل فرایند واردات در کشور می پردازد. در این تحقیق سعی شده است تا مشخص گردد که آیا رابطه معناداری میان فناوری اطلاعات و ارتباطات و تسهیل فرایند واردات وجود دارد یا خیر. این تحقیق مشتمل بر پنج فصل است. در فصل اول به بیان مسئله و تشریح اهداف و فرضیات تحقیق و متغیرهای آن پرداخته شده است. فصل دوم شامل پیشینه تحقیق و بیان نظری تحقیق می باشد. در این فصل چهارچوب نظری تحقیق مورد بررسی قرار میگیرد و در نهایت مدل اصلی تحقیق ارائه میگردد. در فصل سوم روش شناسی تحقیق و ابزارهای گردآوری اطلاعات تشریح شده است. در فصل چهارم به بیان آزمون فرضیات تحقیق و نتایج آماری بدست آمده می پردازد. در فصل پنجم و پایانی تحقیق به بیان نتایج بدست آمده از تحقیق و آزمون فرضیات در فصل چهارم پرداخته می شود و نتایج کلی تحقیق ارائه می گردد. همچنین پیشنهادات و نظرات محقق در نهایت ارائه می گردد.

## ۲-۱- بیان مسئله

فناوری در توسعه اقتصادی و اجتماعی همواره یکی از عوامل ضروری بوده و خواهد بود. امروزه بر همگان روشن است که علت اصلی کندی کشورهای در حال توسعه در پیشرفتهای اجتماعی و اقتصادی و حتی فرهنگی ناتوانی آنها در باز شناختن یا گسترش فناوری درست و بهره گیری از آن در فعالیتهای تولیدی است.

فناوری، اگر صحیح به کار گرفته شود، می تواند به حل بسیاری از بحرانهای موجود در کشورهای در حال توسعه، مانند تورم، بیکاری، منابع مالی محدود، تراز تجاری منفی و ... کمک مؤثری کند. در بین تحولات فنی، فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) رشد بسیار شتابنده و تصورناپذیری دارد. افزایش سرعت ارتباطات در تولید جهانی کالاها و خدمات همه بازارها را تحت تأثیر خود قرار می دهد. (ICT) در تمام شئون و کل جامعه رسوخ می کند و عامل اصلی رشد اقتصاد از طریق افزایش بهره وری و بهبود عملکرد شناخته می شود (جهانگیریان، ۱۳۸۳).

حضور در بازارهای بین المللی نیاز به کسب اطلاعات از بازار، محصولات و رقبا را بیش از پیش آشکار می کند. فعالان حوزه واردات برای کسب اطلاعات در مورد بازارهای مورد نظر و محصولات مورد نیاز هر بازار از ابزارها و روشهای متعددی استفاده می کنند. در چند سال اخیر با توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در اکثر کشورها و بکارگیری آن در همه حوزه های اقتصادی و اجتماعی، همه سازمان ها برای بهبود عملکرد و اثربخشی فعالیت های خود روی به استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات آورده اند. در واقع کسب اطلاعات به موقع و مناسب در زمینه های مورد نظر سازمان تبدیل به یکی از مزیت های رقابتی شرکت ها شده است.

در این تحقیق ما چهار بعد استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات را مورد بررسی قرار می دهیم:

- آگاهی از وضعیت بازار: که در آن عمدتاً اطلاعات مربوط به مشتریان، تامین کنندگان، خریداران و توزیع کنندگان گردآوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرد.
- آگاهی از وضعیت رقبا: که متمرکز بر مسائلی از قبیل سیاست های قیمت گذاری، محصولات جانشین و سیاست های توسعه رقبا است.

- آگاهی فناوری و تکنیکی: که با تحقیقات پایه و کاربردی، کارخانجات، فرایندها و هنجارها و حق اختراع سروکار دارد.

آگاهی راهبردی- اجتماعی: که به مسائلی از قبیل قوانین، مسائل مالی و مالیاتی، مسائل سیاسی و اقتصادی و جنبه های اجتماعی و منابع انسانی می پردازد.

واردات کالا برای هر بازاری نیاز به کسب اطلاعات از نیازهای بازار مقصد و توانمندیهای بازار مبدا دارد. همچنین آگاهی و اطلاع از وضعیت اجتماعی، فرهنگی، تکنولوژیکی و فنی بازار مقصد از نیازهای ضروری برای واردات موفق می باشد. در این راستا فناوری اطلاعات و ارتباطات به عنوان ابزاری مناسب در جهت کمک به متولیان امر واردات نقش مهمی ایفا می کند. ابعاد فناوری اطلاعات و ارتباطات، دانش کافی و لازم برای بهبود عملکرد فرایند واردات فراهم می کنند و شرایطی به وجود خواهند آورد که متولیان امر واردات بتوانند پیش بینی های لازم در ارتباط با نیازهای بازار مقصد و توانمندیهای بازار مبدا داشته باشند و با بهبود فرایند واردات نیاز بازار را در زمان مناسب برآورده نمایند.

بنابراین با توجه به اینکه فعالان حاضر در بخش واردات نیاز به اطلاعات مناسب در مورد نیازهای بازار داخلی، بازارهای تامین کننده و همچنین اطلاعات در مورد میزان رضایت مشتریان از محصولات و خدمات پشتیبانی و کانالهای توزیع دارند لذا این تحقیق به بررسی ارتباط میان ابعاد فناوری اطلاعات و ارتباطات با تسهیل عملکرد فرایند واردات می پردازد. تحقیق حاضر دنبال پاسخ به این سوال اصلی است که فناوری اطلاعات و ارتباطات چه تاثیری بر عملکرد فرایند واردات دارد؟

### ۳-۱- ضرورت انجام تحقیق

بدون تردید یکی از مسایل جدی حوزه تجارت خارجی که بر اقتصاد داخلی تاثیرات مستقیمی دارد، واردات کالاهای مصرفی و سرمایه ای مورد نیاز بازار داخلی می باشد. بروز مشکلات عدیده برای واحدها و بنگاه های