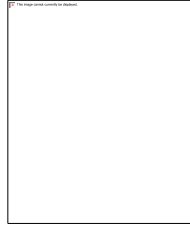


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه آزاد اسلامی
واحد تهران مرکزی
دانشکده مدیریت – گروه مدیریت اجرایی

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)
گرایش: " استراتژیک "

عنوان:
تحلیل استراتژیک محیط خرد صنایع معدنی ایران – گروه فلزات آهنی

استاد راهنما:
دکتر بهروز قاسمی

استاد مشاور:
دکتر سهیل سرمد سعیدی

پژوهشگر:
مرجان پورقیصر

زمستان ۱۳۹۱



Islamic Azad University

**Central Tehran Branch
Faculty Of Management- Department of Executive Management
"M.A" Thesis**

On: Strategic

**Subject:
Strategic Analysis of minor environment in Iran mineral
industries-
Iron metals group**

**Advisor:
Dr.Behrooz Ghasemi**

**Reader:
Dr.Soheil Sarmadsaedi**

**By:
Marjan Pourgheysar**

Winter 2013

تشکر و قدردانی:

سپاس و ستایش مرخداي را جل و جلاله که آثار قدرت او بر چهره روز روشن، تابان است و انوار حکمت او در دل شب تار، درفشان.

سپاس خداوندي را که به من فرصت آموختن علم و دانش را عطا نمود و استاداني دلسوز و فرزانه را بر سر راهم قرار داد تا کم تجربگي هاي اينجانب را با سعه صدر تحمل نموده و با راهنمائي هاي ارزشمند خویش، اينجانب را در ارائه هرچه بهتر اين پايان نامه ياري نمايند.

سپاس از

راهنمائي هاي دلسوزانه و مدبرانه

استاد ارجمند

جناب آقاي دکتر بهروز قاسمي

و

مشاوره هاي خردمندانه و سازنده

استاد ارجمند

جناب آقاي دکتر سهيل سرمد سعيدي

و

همه عزيزاني که از گذشته تاکنون مشوق اينجانب بوده و مرا در راه رسيدن به هدف ياري نموده اند.

از زحمات همه کسانی که مرا در تدوین این پایان نامه یاری نموده اند، صمیمانه تشکر می نمایم.
این پایان نامه را تقدیم می کنم به :

روح پاک پدرم

بزرگ استادم که درس تلاش و زندگی را از او آموختم

مادرم

بلند تکیه گاهم، مظهر صبر و مهربانی که هر چه دارم از اوست

همسر و فرزندم

همیشه یاور و همراهانم

صفحه	عنوان
۱	فصل اول- کلیات تحقیق
۲	۱.۱ مقدمه
۲	۲.۱ بیان مساله تحقیق
۳	۳.۱ تاریخچه و سابقه موضوع
۴	۴.۱ اهمیت و ضرورت موضوع تحقیق
۵	۵.۱ اهداف تحقیق
۶	۶.۱ چارچوب نظری تحقیق
۷	۷.۱ مدل تحلیلی تحقیق
۸	۸.۱ فرضیه یا سئوالات تحقیق
۹	۹.۱ روش تحقیق
۹	۱۰.۱ قلمرو تحقیق (موضوعی، مکانی، زمانی)
۱۰	۱۱.۱ جامعه آماری
۱۰	۱۲.۱ نمونه، روش نمونه گیری و تعیین حجم نمونه
۱۰	۱۳.۱ ابزارهای گردآوری داده ها(اطلاعات)
۱۱	۱۴.۱ روش تجزیه و تحلیل داده
۱۱	۱۵.۱ محدودیت های تحقیق(در صورت وجود)
۱۲	۱۶.۱ تعاریف متغیرها و اطلاعات بکار رفته در تحقیق
۱۶	۲ فصل دوم : ادبیات نظری و پیشینه تحقیق
۱۷	۱.۲ بخش اول : کلیات مدیریت استراتژیک
۱۸	۱.۱.۲ ۱-۱-۲- مراحل مدیریت استراتژیک
۱۹	۲.۱.۲ ۲-۱-۲- الگوی مدیریت استراتژیک
۱۹	۲.۲ بخش دوم : محیط شناسی خرد استراتژیک
۲۹	۳.۲ بخش سوم : صنعت معدن – گروه فلزات آهنی جهان و ایران
۲۹	۱.۳.۲ سنگ آهن
۲۹	۱.۱.۳.۲ کلیات
۳۰	۱.۱.۱.۳.۲ فرایند تولید آهن
۳۱	۲.۱.۱.۳.۲ روش های تولید آهن
۳۱	۳.۱.۱.۳.۲ انواع محصولات حاصله از تولید آهن
۳۲	۲.۱.۳.۲ بررسی وضعیت سنگ آهن جهان
۳۲	۱.۲.۱.۳.۲ مقدمه
۳۳	۲.۲.۱.۳.۲ آشنائی با برخی شرکتهای برتر سنگ آهن جهان
۳۵	۳.۲.۱.۳.۲ وضعیت ذخیره سنگ آهن جهان
۳۷	۴.۲.۱.۳.۲ وضعیت تولید سنگ آهن در جهان
۴۲	۵.۲.۱.۳.۲ وضعیت مصرف سنگ آهن جهان
۴۳	۶.۲.۱.۳.۲ وضعیت صادرات و واردات سنگ آهن جهان
۴۵	۷.۲.۱.۳.۲ قیمت گذاری سنگ آهن جهان
۴۶	۸.۲.۱.۳.۲ چشم انداز آینده سنگ آهن جهان
۴۷	۳.۱.۳.۲ بررسی وضعیت سنگ آهن ایران
۴۷	۱.۳.۱.۳.۲ مقدمه

۴۷	آشنائی با معادن سنگ آهن ایران	۲.۳.۱.۳.۲
۴۹	وضعیت تولید ذخایر سنگ آهن ایران	۳.۳.۱.۳.۲
۵۲	وضعیت صادرات و واردات سنگ آهن ایران	۴.۳.۱.۳.۲
۵۲	قیمت گذاری سنگ آهن ایران	۵.۳.۱.۳.۲
۵۳	چشم انداز بازار سنگ آهن ایران	۶.۳.۱.۳.۲
۵۳	فولاد	۲.۳.۲
۵۳	کلیات	۱.۲.۳.۲
۵۴	فرآیند تولید فولاد	۱.۱.۲.۳.۲
۵۵	بررسی وضعیت فولاد جهان	۲.۲.۳.۲
۵۵	مقدمه	۱.۲.۲.۳.۲
۵۶	میزان تولید فولاد در جهان	۲.۲.۲.۳.۲
۵۹	برترین شرکتهای تولیدکننده فولاد جهان	۳.۲.۲.۳.۲
۵۹	رشد تولید فولاد در مناطق مختلف جهان	۴.۲.۲.۳.۲
۶۰	رابطه تولید فولاد با میزان درآمد کشورها	۵.۲.۲.۳.۲
۶۱	میزان مصرف فولاد در جهان	۶.۲.۲.۳.۲
۶۲	میزان صادرات و واردات فولاد در جهان	۷.۲.۲.۳.۲
۶۴	قیمت گذاری فولاد	۸.۲.۲.۳.۲
۶۴	چشم انداز (مصرف) فولاد جهان	۹.۲.۲.۳.۲
۶۶	بررسی وضعیت فولاد ایران	۳.۲.۳.۲
۶۶	مقدمه	۱.۳.۲.۳.۲
۶۶	میزان تولید فولاد در ایران	۲.۳.۲.۳.۲
۷۰	رابطه تولید فولاد با میزان درآمد کشور	۳.۳.۲.۳.۲
۷۰	بزرگترین شرکت های تولیدکننده فولاد در ایران	۴.۳.۲.۳.۲
۷۱	میزان مصرف فولاد در ایران	۵.۳.۲.۳.۲
۷۱	میزان صادرات و واردات فولاد در ایران	۶.۳.۲.۳.۲
۷۲	قیمت گذاری فولاد	۷.۳.۲.۳.۲
۷۲	چشم انداز صنعت فولاد ایران	۸.۳.۲.۳.۲
۷۳	ساختار بازار داخلی فولاد	۹.۳.۲.۳.۲
۷۳	تعرفه فولاد و محصولات فولادی	۱۰.۳.۲.۳.۲
۷۴	مزیت ها و تهدیدهای فولاد ایران	۱۱.۳.۲.۳.۲
۷۵	بخش چهارم : پیشینه تحقیق	۴.۲
۸۰	فصل سوم : روش شناسی تحقیق	۳
۸۱	مقدمه	۱.۳
۸۱	روش تحقیق	۲.۳
۸۱	جامعه و نمونه آماری	۳.۳
۸۲	میزان پراکندگی جنسیت پاسخگویان	۱.۳.۳
۸۲	میزان پراکندگی سنی پاسخگویان	۲.۳.۳
۸۳	میزان پراکندگی میزان تحصیلات پاسخگویان	۳.۳.۳
۸۴	میزان پراکندگی شغل پاسخگویان	۴.۳.۳
۸۴	میزان پراکندگی سمت پاسخگویان	۵.۳.۳
۸۵	میزان پراکندگی سابقه کاری پاسخگویان	۶.۳.۳
۸۵	حجم نمونه	۴.۳
۸۶	ابزارهای جمع آوری داده ها	۵.۳

۸۷	۶.۳	روائي و پايائي
۹۰	۴	فصل چهارم : تجزيه و تحليل داده ها
۹۱	۱.۴	بررسي جامعه آماري
۹۱	۲.۴	بررسي فرضيه هاي آماري
۱۳۱	۵	فصل پنجم: نتيجہ گيري و پيشنهادات
۱۳۲	۱.۵	نتايج حاصل از بررسي فرضيه ها
۱۳۴	۲.۵	پيشنهادات کاربردي
۱۳۵	۳.۵	پيشنهادات براي پژوهشهاي آتي
۱۳۶		فهرست منابع و مآخذ
۱۳۸		پيوست ها و ضمائم
۱۳۹		چکيده انگليسي

۳۴	جدول ۱.۲. تولیدکنندگان برتر سنگ آهن جهان به ترتیب ظرفیت تولید
۳۶	جدول ۲.۲. رتبه بندی کشورها از لحاظ میزان ذخیره خام آهن
۳۷	جدول ۳.۲. رتبه بندی کشورها از لحاظ میزان تولید سنگ آهن
۳۸	جدول ۴.۲. رتبه بندی کشورها از لحاظ نسبت تولید به ذخیره سنگ آهن
۳۹	جدول ۵.۲. رتبه بندی کشورها از لحاظ میزان ذخیره آهن خالص
۴۱	جدول ۶.۲. رتبه بندی کشورها از لحاظ میزان خلوص آهن
۴۲	جدول ۷.۲. وضعیت مصرف ظاهري سنگ آهن جهان در سال ۲۰۱۰
۴۴	جدول ۸.۲. صادر کنندگان و واردکنندگان سنگ آهن جهان
۵۰	جدول ۹.۲. عملکرد ماهانه شرکتهای سنگ آهن طی سال ۱۳۸۹
۵۱	جدول ۱۰.۲. عملکرد ماهانه شرکتهای سنگ آهن طی سال ۱۳۹۰
۵۳	جدول ۱۱.۲. اهداف برنامه پنجم توسعه در گروه فلزات آهنی - کنسانتره سنگ آهن
۵۸	جدول ۱۲.۲. کشورهای تولیدکننده فولاد به ترتیب رتبه
۵۹	جدول ۱۳.۲. میزان تولید فولاد شرکتهای برتر در سال ۲۰۱۱
۶۰	جدول ۱۴.۲. متوسط رشد تولید فولاد جهان در سالهای ۲۰۱۰-۲۰۲۵
۶۱	جدول ۱۵.۲. میزان مصرف فولاد نهائی جهان در سالهای ۲۰۱۰-۲۰۱۱ (میلیون تن)
۶۳	جدول ۱۶.۲. بزرگترین صادر کنندگان فولاد
۶۳	جدول ۱۷.۲. بزرگترین واردکنندگان فولاد
۶۷	جدول ۱۸.۲. عملکرد سالیانه تولید فولاد خام در سال ۱۳۸۹
۶۸	جدول ۱۹.۲. عملکرد سالیانه تولید محصولات فولادی در سال ۱۳۸۹
۶۹	جدول ۲۰.۲. عملکرد سالیانه تولید فولاد خام در سال ۱۳۹۰
۶۹	جدول ۲۱.۲. عملکرد سالیانه تولید محصولات فولادی در سال ۱۳۹۰
۷۱	جدول ۲۲.۲. میزان تولید بزرگترین شرکت های تولیدکننده فولاد در ایران
۷۲	جدول ۲۳.۲. اهداف برنامه پنجم توسعه در گروه فلزات آهنی - فولاد خام
۸۲	جدول ۱.۳. توزیع فراوانی جنسیت پاسخگویان
۸۳	جدول ۲.۳. توزیع فراوانی سن پاسخگویان
۸۳	جدول ۳.۳. توزیع فراوانی میزان تحصیلات پاسخگویان
۸۴	جدول ۴.۳. توزیع فراوانی شغل پاسخگویان
۸۴	جدول ۵.۳. توزیع فراوانی سمت پاسخگویان
۸۵	جدول ۶.۳. توزیع فراوانی سابقه کاری پاسخگویان
۹۱	جدول - نتایج حاصله از تست Binomial
۹۲	جدول - آمار توصیفی فرضیه اول
۹۳	جدول - نتایج آزمون رگرسیون
۹۳	جدول - اطلاعات مربوط به ضرایب رگرسیون، ضرایب تعیین و خطای استاندارد تحلیل رگرسیون
۹۴	جدول - آمار توصیفی فرضیه دوم
۹۵	جدول ۱.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۱
۹۶	جدول ۲.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۲
۹۷	جدول ۳.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۳
۹۸	جدول ۴.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۴
۹۹	جدول ۵.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۵

١٠٠	جدول ٦.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ٦
١٠١	جدول ٧.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ٧
١٠٢	جدول ٨.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ٨
١٠٣	جدول ٩.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ٩
١٠٤	جدول ١٠.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ١٠
١٠٥	جدول ١١.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ١١
١٠٦	جدول ١٢.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ١٢
١٠٧	جدول ١٣.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ١٣
١٠٨	جدول ١٤.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ١٤
١٠٩	جدول ١٥.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ١٥
١١٠	جدول ١٦.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ١٦
١١١	جدول ١٧.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ١٧
١١٢	جدول ١٨.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ١٨
١١٣	جدول ١٩.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ١٩
١١٤	جدول ٢٠.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ٢٠
١١٥	جدول ٢١.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ٢١
١١٦	جدول ٢٢.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ٢٢
١١٧	جدول ٢٣.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ٢٣
١١٨	جدول ٢٤.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ٢٤
١١٩	جدول ٢٥.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ٢٥
١٢٠	جدول ٢٦.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ٢٦
١٢١	جدول ٢٧.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ٢٧
١٢٢	جدول ٢٨.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ٢٨
١٢٣	جدول ٢٩.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ٢٩
١٢٤	جدول ٣٠.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ٣٠
١٢٥	جدول ٣١.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ٣١
١٢٦	جدول ٣٢.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ٣٢
١٢٧	جدول ٣٣.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ٣٣
١٢٨	جدول ٣٤.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ٣٤
١٢٩	جدول ٣٥.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ٣٥
١٣٠	جدول ٣٦.٤. توزيع فراواني پاسخگویان به سوال ٣٦

۷۳	میزان انحصار در بازار برای واحدهای تولیدکننده فولاد خام
۹۵	شکل ۱.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۱
۹۶	شکل ۲.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۲
۹۷	شکل ۳.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۳
۹۸	شکل ۴.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۴
۹۹	شکل ۵.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۵
۱۰۰	شکل ۶.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۶
۱۰۱	شکل ۷.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۷
۱۰۲	شکل ۸.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۸
۱۰۳	شکل ۹.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۹
۱۰۴	شکل ۱۰.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۱۰
۱۰۵	شکل ۱۱.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۱۱
۱۰۶	شکل ۱۲.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۱۲
۱۰۷	شکل ۱۳.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۱۳
۱۰۸	شکل ۱۴.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۱۴
۱۰۹	شکل ۱۵.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۱۵
۱۱۰	شکل ۱۶.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۱۶
۱۱۱	شکل ۱۷.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۱۷
۱۱۲	شکل ۱۸.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۱۸
۱۱۳	شکل ۱۹.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۱۹
۱۱۴	شکل ۲۰.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۲۰
۱۱۵	شکل ۲۱.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۲۱
۱۱۶	شکل ۲۲.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۲۲
۱۱۷	شکل ۲۳.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۲۳
۱۱۸	شکل ۲۴.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۲۴
۱۱۹	شکل ۲۵.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۲۵
۱۲۰	شکل ۲۶.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۲۶
۱۲۱	شکل ۲۷.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۲۷
۱۲۲	شکل ۲۸.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۲۸
۱۲۳	شکل ۲۹.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۲۹
۱۲۴	شکل ۳۰.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۳۰
۱۲۵	شکل ۳۱.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۳۱
۱۲۶	شکل ۳۲.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۳۲
۱۲۷	شکل ۳۳.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۳۳
۱۲۸	شکل ۳۴.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۳۴
۱۲۹	شکل ۳۵.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۳۵
۱۳۰	شکل ۳۶.۴. توزیع فراوانی پاسخگویان به سوال ۳۶

صفحه	فهرست اشکال
۸	شکل ۱.۱. مدل تحلیلی تحقیق
۱۹	شکل ۱.۲. الگوی مدیریت استراتژیک
۲۵	شکل ۲.۲. رابطه بین قابلیت‌های موسسه با شرایط محیط
۳۵	شکل ۳.۲. نقشه پراکندگی معادن سنگ آهن جهان
۴۹	شکل ۴.۲. پراکندگی معادن سنگ آهن در ایران
۴۹	شکل ۵.۲. پراکندگی کانسارهای آهن در ایران
۵۱	شکل ۶.۲. روند تولید فعلی و آتی کنسانتره در ایران
۵۲	شکل ۷.۲. روند تولید فعلی و آتی گندله در ایران
۵۴	شکل ۸.۲. فرآیند تولید فولاد
۵۵	شکل ۹.۲. روش‌های تولید فولاد

چکیده پایان نامه

پژوهش حاضر جهت بررسی محیط خرد صنعت معدن گروه فلزات آهنی که سنگ آهن و فولاد را در بر می گیرد، صورت گرفته است. در این مطالعه تاثیر سه عامل مشتریان، رقبا و عرضه کنندگان به عنوان عوامل محیط خرد این صنعت مورد بررسی قرار گرفته است و در ادامه بررسی عاملی که بیشترین تاثیر را در بروز فرصتها یا تهدیدات محیط صنعت معدن دارا می باشد را معرفی می نمایم.

روش تحقیق استفاده شده در این پایان نامه، پیمایشی و از نوع تحلیلی است. زیرا اطلاعات این تحقیق از طریق پرسشنامه تهیه و جمع آوری شده و مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است. هدف از فرضیه اول، شناسایی دقیق محیط خرد خارجی (مشتریان، عرضه کنندگان و رقبا) در صنعت معدن و معرفی عوامل اصلی در مواجهه با فرصتها و تهدیدات محیطی است که پس از بررسی تحلیل آزمون، در سطح معناداری ۰/۰۱۲ با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه اول مورد پذیرش و تایید واقع گردید. هدف از فرضیه دوم معرفی مشتریان به عنوان موثرترین عامل از عوامل محیط خرد خارجی، در بروز هرگونه تهدید یا فرصت در صنعت معدن بوده که پس از بررسی تحلیل واریانس و آماره آزمون این فرضیه نیز در سطح معناداری ۰/۰۰۰ با اطمینان ۰/۹۵ مورد تایید قرار گرفت.

علاوه بر موارد فوق این پایان نامه بدنبال دستیابی به دو هدف اصلی دیگر نیز می باشد. هدف نخست تعیین صحت عوامل شناسایی شده به عنوان فرصت یا مانع و هدف دیگر الویت بندی عوامل به منظور تهیه راهبردهای صنعت می باشد. بهمین دلیل پرسشنامه‌ای طراحی و در اختیار مدیران و کارشناسان صنعت معدن قرار گرفت که نتایجاً روائی پرسشنامه‌ها به روش صوری سنجیده و با محاسبه آلفای کرونباخ (۰/۹۱۲)، پایایی پرسشنامه‌ها نیز بررسی و تایید شد. از طرف دیگر با استفاده از آزمونهای آماری و بهره‌گیری از محاسبات کامپیوتری و نرم افزاری SPSS نتایج محاسبات هر دو فرضیه نیز به اثبات رسید. نتایج حاصله حاکی از آن است بهره‌مندی سازمان از برنامه استراتژیک به نحوی که عوامل محیطی به خوبی مورد شناسایی و تحلیل قرار گرفته باشند، مدیران ارشد را قادر می‌سازد تا در هنگام مواجهه با فرصتها و یا تهدیدهای محیطی با یاری جستن از آنها تصمیمات راهبردی درستی را اتخاذ نمایند.

فصل اول- کلیات تحقیق

۱-۱- مقدمه

کشور ایران با بیش از ۵۲ میلیارد تن ذخایر معدنی متفاوت، بر روی یکی از کمربندهای مهم معدنی قرار گرفته و دوازدهمین کشور بزرگ معدنی جهان می باشد. عملیات اکتشافی انجام شده، وجود ۶۰ نوع ماده معدنی مختلف را در سطح کشور به اثبات رسانده است که حداقل در ۱۰ نوع ماده معدنی، ایران، به عنوان یکی از غنی ترین کشورها شناخته شده است. با توجه به نقش و اهمیت بخش صنعت و معدن در توسعه اقتصادی کشور از یک سو و لزوم افزایش قدرت رقابت پذیری و بالا بردن سهم بازارهای جهانی از سوئی دیگر، مطالعه بیشتر در این حوزه از صنعت امری ضروری و اجتناب ناپذیر می باشد. در این پایان نامه سعی بر این است تا با تحقیق و بررسی وضعیت ذخایر و بازارهای داخلی سنگهای معدنی و مطالعه وضعیت بازار آنها در تعامل با بازارهای بین المللی، قوتها و ضعفهای صنعت مزبور مورد بررسی و توجه قرار گرفته و در صورت امکان پیشنهادهای در جهت حذف یا کاهش ریسک شناسایی شده ارائه گردد.

۱-۲- بیان مساله تحقیق

ارتقاء جایگاه جمهوری اسلامی ایران در سهم بازارهای جهانی، برنامه‌ای جامع است که در آن با ایجاد تحولات ساختاری در نظام سیاستگذاری کشور در بخش معدن و با فراهم آوردن بستر مناسب ارتقاء، چهار عنصر اصلی این نظام یعنی فن‌افزایی، انسان‌افزایی، اطلاعات‌افزایی و سازمان‌افزایی، می‌تواند در بلندمدت نه تنها در صنعت معدن بلکه در وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور تحول ایجاد نماید. با توجه به کلیه مشکلات و تنگناهای موجود، تا زمانی که برنامه‌ای مشخص و مدون برای بهبود وضعیت صنعت معدن در کشور تدوین نگردد، سیاست‌های این صنعت همچنان دچار روزمرگی و غیر رقابتی خواهد بود. خلاصه آنکه با توجه به برخورداری از منابع عظیم معدنی، ایران می‌تواند موقعیت خود را به عنوان یک کشور صادرکننده مواد و فرآورده های معدنی در جهان مطرح نماید. در سند نهائی چشم انداز بیست ساله کشور، بر دست یافتن به جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه آسیای جنوب غربی با تاکید بر ارتقاء نسبی سطح درآمد سرانه و رسیدن به اشتغال کامل تاکید شده است. در این راستا، بخش صنعت و معدن بدلیل دارا بودن پتانسیل رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال، سهمی اساسی در تحقق اهداف چشم انداز بیست ساله کشور ایفا می نماید. تلاش استراتژیستهای بخش صنعت و معدن در برنامه پنجم توسعه، بر این است تا بگونه ای برنامه ریزی نمایند که ضمن تحقق اهداف چشم انداز بیست ساله، موانع سرمایه گذاری صنعتی و

معدنی حذف گردیده، فعالیتهای معدنی توسعه یافته و در جهت ارتقاء نقش معدن در اقتصاد ملی گام برداشته شود و سطح رقابتمندی افزایش یابد. لذا، داشتن استراتژی رقابتی بهترین گزینه برای دست یافتن به موارد فوق می باشد. هدف از استراتژی رقابتی موقعیتی است که سازمان بتواند به بهترین وجه ممکن در مقابل عوامل رقابتی از خود دفاع نموده و با افزایش توان رقابتی و میزان سودآوری خود، جایگاه و موقعیت خود را در بازار حفظ نموده و یا بهبود بخشد. اکنون این سوال در ذهن شکل می گیرد که صنعت معدن ایران در مزیت رقابت ملی در کجا قرار گرفته است؟ چه عواملی صنایع معدنی ایران را مورد تهدید خود قرار داده است؟ برای گسترش توان رقابت ملی در حوزه صنعت معدن چه تلاشهایی باید در جهت حذف یا کاهش تهدیدات شناسائی شده صورت گیرد؟ چگونه می توان این تهدیدها را به فرصتهای اقتصادی تبدیل نمود؟ پاسخ به این سوالات موضوعی است که در این پایان نامه به آن پرداخته خواهد شد.

۱-۳- تاریخچه و سابقه موضوع

با بررسیهای بعمل آمده در این زمینه، صنایع مختلفی با استفاده از مدل پنج نیروی مایکل پورتر مورد ارزیابی قرار گرفته اند، که از آن جمله می توان به صنعت نفت، گردشگری، بانکداری، صنایع پتروشیمی، صنایع شیر، کاشی و ... اشاره کرد. بدلیل وجود اقتصاد تک محصولی و وابستگی اقتصاد کشور به انرژی های مبتنی بر سوختهای فسیلی و سرازیر شدن منابع و امکانات کشور در جهت تقویت حوزه های فوق باعث گردیده که از پتانسیل های موجود در صنعت معدن و عوامل کلیدی استراتژی رقابتی به منظور بالا بردن توان رقابتی در این حوزه صرفاً به استفاده از فناوری های مختلف در فرآیندهای شناسایی، استخراج و صنایع مادر از بعد تجهیزاتی اکتفا نموده و این صنعت با همه پتانسیل های بالقوه خود در برنامه های اقتصادی مورد توجه قرار نگیرد. بنابراین پرداختن به پژوهش، تحقیقات و بررسی های محیطی و همچنین شناسایی فرصت ها و تهدیدهای محیط خرد صنعت معدن مقبول مانده است. در این تحقیق سعی خواهد شد خلاء موجود در پیش گفته شده در شناسایی عوامل محیطی و همچنین ارائه یک نقشه راه در جهت بالا بردن توان رقابتی مد نظر قرار گیرد.

۱-۴- اهمیت و ضرورت موضوع تحقیق

تغییرات سریع در فرآیند جهانی شدن، سازمانها را با چالشهای مختلفی روبرو کرده است. نهادها، شرکتها و سازمانهای کشور ما نیز از این امر مستثنی نیستند، بویژه آن دسته از سازمانها که جنبه فعالیت اقتصادی آنها بیشتر است یا آنهایی که تحت قواعد بین المللی ناچارند فعالیت نمایند. در این میان سازمانهایی موفق هستند که به کمک ابزارهای مدیریتی و فناوریهای نوین، از فرصتهای ایجادشده به نفع خود استفاده کنند. استفاده از ابزارهای گوناگون بخصوص آنهایی که منجر به ایجاد ارزش افزوده می شوند، در فرآیند مدیریت استراتژیک اهمیت می یابد. در این میان آنچه از اهمیت ویژه ای برخوردار است، تصمیم گیری صحیح مدیران مبتنی بر تفکر استراتژیک و داشتن نگاهی بلند مدت در این زمینه است.

شناخت محیط خرد خارجی و عوامل موثر آن، طراحی چشم انداز مطلوب، تبیین استراتژی های برای ایجاد تحرک سریع و انعطاف پذیر، داشتن سازمانی چابک و خلاق، شناخت استراتژی های رقبا و سایر عرضه کنندگان معدن و بررسی نوع برخورد با مشتریان بعنوان یک اهرم مهم و

حیاتی و شناخت فرصت‌ها و دور کردن تهدیدها به مدیران و تصمیم‌گیرندگان صنعت معدن کمک می‌کند تا در راه عبور به سمت آینده‌ای روشن و مطلوب و ایجاد تغییر نگرشی، از برنامه‌ریزی استراتژیک بعنوان یک موتور محرک و الزام‌آور برای پیشرفت و شکوفایی استفاده نمایند. بدین سان با توجه به نقش و اهمیت مواد معدنی بر اقتصاد کشور لزوم بررسی بیشتر در این حوزه از صنعت ضروری بنظر می‌رسد و نقش آن در شناسایی ثروت‌ها، گسترش صنایع، توسعه متوازن کشور و ایجاد درآمدها قابل توجه می‌باشد. جذب سرمایه‌گذاری در این بخش کلیدی اقتصاد، در راستای بهره‌برداری بهینه از این ذخایر می‌تواند به عنوان یکی از محورهای رشد اقتصادی و از جمله بخش‌های جایگزین درآمدهای نفت مطرح باشد که نقش بی‌بدیلی را در راستای توسعه متوازن کشور ایفا نماید. مدیریت کارآمد بهره‌برداری از ذخایر معدنی کشور در کنار بهره‌گیری مناسب از دیگر مزیت‌های کشور می‌تواند فرصت‌های مناسبی را در جهت گسترش معادن و توسعه فعالیت‌های پیشین و پسین زنجیره تولیدات معادن در راستای ایفای نقش شایسته در اقتصاد ملی ایجاد نماید. لذا بررسی وضعیت بازار مواد معدنی نه تنها برای تولیدکنندگان بلکه برای مصرف‌کنندگان و سرمایه‌گذاران نیز از اهمیت خاصی برخوردار است. نگاهی به آمار متعدد بورس‌ها، موسسات و ارزش پول در گردش بخش معدنی جهان، اهمیت این مسئله را آشکارتر می‌سازد.

۱-۵- اهداف تحقیق

واضح و مبهم است که صنعت معدن یکی از صنایع مادر می‌باشد که تأثیری بنیانی بر پایه‌های اقتصاد جامعه دارد، چرا که مواد معدنی از اساسی‌ترین مواد اولیه مورد نیاز صنعت و تکنولوژی می‌باشند و بدون آنها رشد و توسعه اقتصادی مفهومی ندارد، به همین دلیل نقش ویژه‌ای در گردش چرخ‌های اقتصاد کشور ایفا می‌نمایند. بر این اساس، وضعیت بازار مواد معدنی نه تنها برای تولیدکنندگان بلکه برای مصرف‌کنندگان و سرمایه‌گذاران و مدیران اجرایی نیز از اهمیت خاصی برخوردار است. نگاهی به آمار متعدد بورس‌ها، شرکت‌ها، موسسات و ارزش پول در گردش بخش معدنی جهان، اهمیت این مسئله را آشکارتر می‌سازد.

صنعت معدن در ایران فعالیت خود را بطور رسمی از سال ۱۳۳۷ آغاز نموده و تا کنون توانسته است حدود یک سوم از اقتصاد کشور را بخود وابسته نماید. با توجه به رویکرد سند چشم‌انداز بیست‌ساله کشور مبني بر توسعه همه‌جانبه بویژه توسعه اقتصادی با تأکید بر عدالت اجتماعی و نیز عزم دولت در راستای تحقق این رسالت در برقراری تعادل و توازن منطقه‌ای در سرمایه‌گذاری‌های جدید، تقویت سهم صنایع با فناوری‌های پیشرفته و دارای ارزش افزوده بالا که صنایع معدنی نیز از جمله آنهاست و بهبود نرخ بهره‌وری و کاهش نرخ بیکاری و تورم در کشور، برنامه توسعه سرمایه‌گذاری معدنی و صنعتی با هدف ترغیب سرمایه‌گذاران این بخش در دستور کار برنامه پنجم توسعه قرار گرفته است، به نحوی که وزارت صنایع و معادن موظف به ایجاد ۳۲۰ هزار فرصت شغلی و افزایش سهم معدن در تولید ناخالص ملی از ۰/۸ درصد به ۱/۲ درصد می‌باشد. لذا به جهت تشویق سرمایه‌گذاران و تقویت صنعت معدن، لزوم بررسی‌های محیطی این حوزه ضروری به نظر می‌رسد. در این پایان‌نامه تلاش ما بر این است تا با مطالعه، تبیین و بررسی محیط خرد صنعت معدن و شناسایی عوامل تهدیدکننده این صنعت و

ارائه راهکارهایی در جهت حذف و یا کاهش این عوامل و شناسایی فرصتهای در پیش روی محیط خرد صنعت معدن یعنی مشتریان، رقبا و سایر عرضه کنندگان، به منظور استفاده مدیران صنعت معدن از برنامه استراتژی و الویت بندی استراتژی های مناسب در جهت بالا بردن کارایی، گامی موثر در جهت توسعه، پیشرفت و شکوفایی فعالیتهای معدنی برداریم و بدین طریق بتوانیم با رونق صنعت مزبور علاوه بر رهایی از اقتصاد تک محصولی، از تمامی قابلیت های موجود در کشور در ایجاد ارزش افزوده و ارزآوری آن بهره ببریم.

اهداف تحقیق به دو قسمت اهداف نظری و اهداف کاربردی تقسیم بندی می شود. در اهداف کاربردی ما بدنبال اهداف زیر می باشیم:

۱. بستر سازی مناسب جهت انجام برنامه ریزی های لازم در زمینه مقابله با چالشهای احتمالی و ارائه راهکارهای مناسب
 ۲. ایجاد چارچوب به منظور انجام برنامه ریزی های مناسب با هر یک از عوامل اثرگذار بر روی رفتار مشتریان
 ۳. ارائه راهکارهای علمی و تحلیلی به تصمیم گیرندگان در صنعت معدن در اهداف نظری ما بدنبال دستیابی به این اهداف می باشیم:
۱. شناسایی دقیق عوامل محیطی گروه فلزات آهنی صنعت معدن
 ۲. شناسایی چالشهای محیطی گروه فلزات آهنی صنعت معدن
 ۳. شناسایی استراتژیهای موثر بر محیط خرد صنعت معدن

۱-۶- چارچوب نظری تحقیق

سازمان باید بکوشد در صنعت مربوطه پیشگام شود و به صورتی خلاق و مبتکر (و نه به صورت انفعالی) عمل کند، یعنی به جای اینکه در برابر رویدادها از خود واکنش نشان دهد، باید بکوشد بر محیط اثر بگذارد و پیوسته نوآوری کند^۱.

شرکتهای چند ملیتی با تعداد بی شماری از عوامل اجتماعی، فرهنگی، بوم شناسی، محیطی، سیاسی، دولتی، قانونی، فن آوری و فرصت ها و تهدیدات رقابتی روبرو می شوند و با توجه به تعداد زیاد محصول و حوزه های بی شمار جغرافیائی روز به روز به تعداد و پیچیدگی این عوامل افزوده می شود.^۲

به دلایل بسیار زیادی شرکتهای باید استراتژی هائی را تدوین و اجرا کنند که بتوانند بدان وسیله دامنه فعالیتهای خود را به فراسوی مرزهای ملی بکشانند یا این گونه فعالیتهای خود را ادامه دهند. بنابراین می توان ادعا نمود که شناسایی محیط خرد خارجی یکی از عوامل تاثیرگذار در جهت مقابله با تهدیدات صنعت معدن می باشد.

در این تحقیق با استفاده از مدل پنج نیروی رقابتی مایکل پورتر به عنوان مدل محوری به بررسی و تحلیل ساختار صنعت معدن کشور پرداخته می شود. مدل پورتر، هر صنعت را با توجه به پنج عامل که چارچوبی برای پیش بینی سیر ترقی صنعت مزبور می باشند و تعیین کننده شدت رقابت در آن صنعت هستند، مورد تحلیل و بررسی قرار می دهد. این عوامل عبارتند

^۱ دیوید. فرد آر، مدیریت استراتژیک، دفتر پژوهشهای فرهنگی، چاپ نوزدهم، ص ۶۵

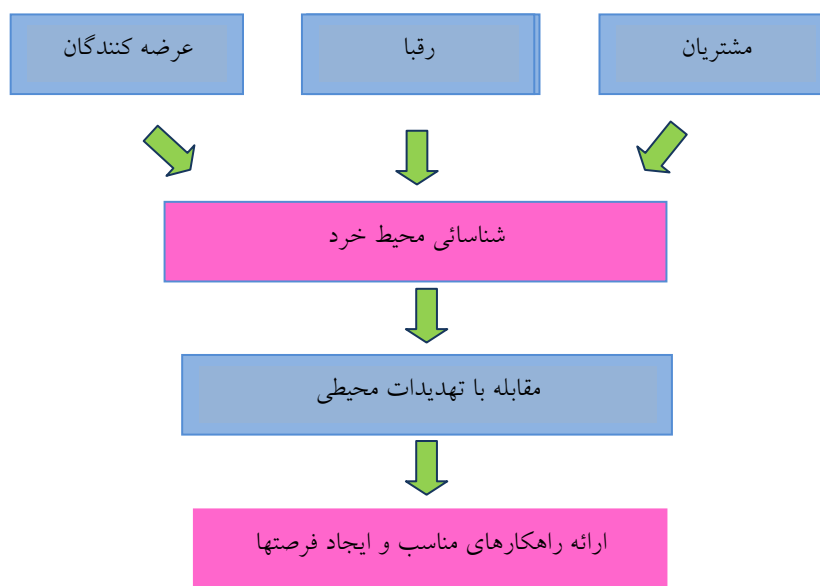
^۲ دیوید. فرد آر، مدیریت استراتژیک، دفتر پژوهشهای فرهنگی، چاپ نوزدهم، ص ۹۳

از تامین کنندگان، رقبای موجود، خریداران، محصولات جایگزین و رقبای بالقوه. پورتر معتقد است که ماهیت رقابت در یک صنعت را، عناصر فوق تعیین می کنند و چون طراحی استراتژی بدون توجه به رقابت مفهومی ندارد، هر استراتژی باید در بطن خود چگونگی رویارویی با عناصر فوق را داشته باشد. توان جمعی این چند عامل توان سودآوری را در یک صنعت تعیین می کند. مشتریان، تامین کنندگان، جایگزین ها و واردشوندگان بالقوه، همگی رقبایی برای بنگاه های موجود در یک صنعت به شمار می روند که ممکن است بسته به شرایط، از اهمیت بالاتر یا پائین تری برخوردار باشند.

۱-۷- مدل تحلیلی تحقیق

مدل تحلیلی، نوعی نمودارسازی برای متغیرهای استخراج شده از چارچوب نظری تحقیق است.^۳ از این رو

شناسایی نیروهای موثر بر فضای رقابت در صنعت معدن و تحلیل قدرت هر نیرو، قواعد رفتاری در این صنعت را آشکار خواهد ساخت. محور اصلی تحلیل ساختار صنعت معدن در این پایان نامه مدل ذیل خواهد بود.



شکل ۱.۱. مدل تحلیلی تحقیق^۴

۱-۸- فرضیه یا سئوالات تحقیق

بیان مسئله تنها به صورت کلی پژوهش را هدایت می کند و تمام اطلاعات ویژه و پژوهشی را در بر ندارد، از طرف دیگر در صورتیکه اطلاعات پژوهشی را در مساله مطرح کنیم، مساله به گونه ای بزرگ می شود که تدبیر و هدایت آن امکان پذیر نیست، بنابراین مساله هرگز به

^۳ خاکی . غلامرضا، روش تحقیق با رویکرد پایان نامه نویسی، انتشارات بازتاب، چاپ دوم، ۱۳۸۴، ص ۸۴

^۴ Reference: Michael E. Porter

صورت علمی نخواهد شد مگر اینکه به فرضیه هائی تبدیل شود.^۵ بنابراین پژوهشگر در این رابطه دو فرضیه زیر را تدوین نموده است :

۱- فرضیه اول: شناسایی دقیق محیط خرد خارجی (مشتریان، رقبا و عرضه‌کنندگان) در صنعت معدن یکی از عوامل اصلی در مواجهه با فرصتها و تهدیدات محیطی است.

۲- فرضیه دوم: مشتریان بعنوان یکی از عوامل محیط خرد خارجی بیشترین تاثیر را در بروز هرگونه تهدید یا فرصت در صنعت معدن دارد.

۱-۹- روش تحقیق

در تحقیق حاضر سعی شده است تا با مراجعه به آمارهای مربوط به سالهای اخیر و مطالعه اسناد و مدارک موجود و نیز بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ها و انجام مصاحبه با مدیران و سرپرستان، اطلاعات لازم گردآوری گردد و سپس از طریق توزیع پرسشنامه میان مدیران و سرپرستان و با استفاده از روش‌های آماری به تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها پرداخته شده است. بنابراین روش تحقیق پیمایشی و از نوع تحلیلی می‌باشد.

روشهای تحقیقی که در این پژوهش مورد استفاده قرار می‌گیرند، اکتشافی و توصیفی می‌باشند. بمنظور بررسی انواع مدل‌های محیطی و محاسن و معایب هر یک از آنها از روش اکتشافی و برای تحقیق پیرامون عوامل محیطی موثر بر صنعت معدن و بررسی فرصتها و تهدیدهای این صنعت و ارائه راهکارهای احتمالی از روش توصیفی استفاده خواهد گردید.

۱-۱۰- قلمرو تحقیق (موضوعی، مکانی، زمانی)

یکی از اصلی‌ترین و مهم‌ترین نکاتی که بایستی مورد توجه قرار گیرد، مشخص نمودن مرزهای تحقیق می‌باشد. لذا منظور از تعیین حدود مسأله مشخص کردن قسمت هائی است که باید مطالعه گردد و شایسته است این حدود قبل از شروع تحقیق به روشنی مشخص گردد. از این رو محدوده پژوهش از سه جهت قابل بررسی است:

الف- قلمرو زمانی: برآورد دوره زمانی انجام این پژوهش برگرفته از آمار و اطلاعات مربوط به دوره‌های اجرای برنامه چهارم (۱۳۸۶-۱۳۸۹)، پنجم و اهداف تحقق یافته و همچنین وضع موجود و برنامه‌گزار از وضع موجود به وضع مطلوب خواهد بود. اما تحقیق نهائی و توزیع پرسشنامه در تابستان و پائیز ۱۳۹۱ صورت گرفته است.

ب- قلمرو مکانی: این تحقیق در استان تهران در مجموعه مدیران دولتی و خصوصی بخش صنعت و معدن- گروه فلزات آهنی، انجام شده است.

ج- قلمرو موضوعی: شناسایی مزیت‌های رقابتی و بررسی فرصتها و تهدیدات محیط خرد صنعت معدن- گروه فلزات آهنی (آهن و فولاد) برای جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی که از طریق الویت بندی و رفع موانع موجود تبیین می‌گردد.

۱-۱۱- جامعه آماری

جامعه آماری این تحقیق مشتمل بر خبرگان صنعت معدن در گروه فلزات آهنی هستند که عموماً به صورت مستقیم و یا غیر مستقیم در سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران ،

^۵ خاکی . غلامرضا، روش تحقیق با رویکرد پایان نامه نویسی، انتشارات بازتاب، چاپ دوم، ۱۳۸۴، ص ۸۴