

دانشگاه پیام نور
دانشکده مدیریت

پایان نامه کارشناسی ارشد
مدیریت بازرگانی (بازاریابی بین الملل)

بررسی راهکارهای افزایش صادرات محصولات بومی منطقه خراسان جنوبی با اقتباس از مدل الماس ملی پورتر

حسنیه حق داد

استاد راهنما:

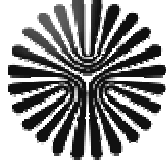
دکتر محمد حقیقی

استاد مشاور:

دکتر حبیب ا... دانایی

شهریور 1390

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه پیام نور
دانشکده مدیریت
مرکز کرج

پایان نامه کارشناسی ارشد
مدیریت بازرگانی (بازاریابی بین الملل)

بررسی راهکارهای افزایش صادرات محصولات بومی منطقه خراسان جنوبی با اقتباس از مدل الماس ملی پورتر

حسنیه حق داد

استاد راهنما:

دکتر محمد حقیقی

استاد مشاور:

دکتر حبیب ا... دانایی

شهریور 1390



شماره :
تاریخ :
پیوست :

بسمه تعالی

تصویب نامه

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی

تحت عنوان : بررسی راهکارهای افزایش صادرات محصولات بومی منطقه خراسان جنوبی با اقتباس از مدل آلماس ملی پورتر

نام و نام خانوادگی : حسینه حقداد

شماره دانشجویی : ۸۷۰۰۰۴۶۵۹

ساعت : ۱۷-۱۵

تاریخ دفاع : ۹۰/۰۶/۲۳

درجه ارزشیابی : (بجای)

نمره : ۱۹..... (بجای)

اعضای هیات داوران :

امضاء	مرتبۀ علمی	نام و نام خانوادگی	داوران
	دانشیار	دکتر محمد حقیقی	استاد راهنما
	استادیار	دکتر حبیب اله دانایی	استاد مشاور
	استادیار	دکتر شهرام هاشم نیا	استاد داور

اینجانب حسنیه حقداد دانشجوی ورودی سال 1387 مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی گواهی می‌نمایم چنانچه در پایان‌نامه خود از فکر، ایده و نوشته دیگری بهره گرفته‌ام با نقل قول مستقیم یا غیر مستقیم منبع و ماخذ آن را نیز در جای مناسب ذکر کرده‌ام. بدیهی است مسئولیت تمامی مطالبی که نقل قول دیگران نباشد بر عهده خویش می‌دانم و جوابگوی آن خواهم بود.

حسنیه حقداد

1390/6/23

اینجانب حسنیه حقداد دانشجوی ورودی سال 1387 مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی گواهی می‌نمایم چنانچه بر اساس مطالب پایان‌نامه خود اقدام به انتشار مقاله، کتاب و ... نمایم ضمن مطلع نمودن استاد راهنما، با نظر ایشان نسبت به نشر مقاله، کتاب و ... و به صورت مشترک و با ذکر نام استاد راهنما مبادرت نمایم.

حسنیه حقداد

1390/6/23

کلیه حقوق مادی مترتب از نتایج مطالعات، آزمایشات و نوآوری ناشی از تحقیق موضوع این پایان‌نامه متعلق به دانشگاه پیام‌نور می‌باشد.

شهریور 1390

با تمام عشق،

این ناچیزترین را تقدیم می‌کنم به...

... تمامی مهربانی‌ها و دلوپسی‌های پدر و مادرم

... تمامی فداکاریها و دلگرمی‌های همسر

... تمامی همراهی‌ها و دلسوزی‌های خواهران و برادرانم

و نیز

دخترم و تمامی کسانی که عاشقانه دوستشان دارم.

تقدیر و تشکر

وظیفه خود می‌دانم از همه اساتید عزیز و ارجمندی که با کمک‌های سودمند خود مرا در تهیه این پایان نامه یاری رسانده و به غنای آن افزودند قدردانی و سپاس قلبی خود را تقدیم نمایم.

- از جناب آقای دکتر محمد حقیقی، دانشگاه تهران به عنوان استاد محترم راهنما که با هدایت‌ها و مساعدت‌های ارزنده خویش زمینه تهیه این پایان‌نامه به شکل مناسب را فراهم نمودند بسیار سپاسگزارم.

- از جناب آقای دکتر حبیب ا... دانایی، دانشگاه پیام نور، به عنوان استاد محترم مشاور که با ارائه مشورت‌های خویش کمک‌های شایانی به تهیه این پایان‌نامه به شکل مناسب نمودند بسیار سپاسگزارم.

- از جناب آقای دکتر محمدرضا بهنیا، استاد بازنشسته دانشگاه تهران، که با مشاوره‌های ارزشمند خود به غنای این پایان‌نامه کمک ارزنده‌ای نمودند، صمیمانه سپاسگزارم.

- همچنین همسر، دکتر علیرضا ذوالفقاری که در تمامی مراحل انجام پایان‌نامه مرا یاری نمود، کمال تشکر را دارم.

- در ادامه لازم می‌دانم از همه کسانی که به نحوی بنده را در این پژوهش یاری دادند صمیمانه تشکر و قدردانی می‌کنم.

حسنیه حق داد

چکیده

از مهمترین و مستعدترین اقلام تشکیل‌دهنده صادرات غیرنفتی کشور، محصولات زعفران و زرشک استان خراسان جنوبی است. به طوری که کشور ایران با تولید سالانه بیش از 200 تن زعفران، حدود 90% سطح زیر کشت و 93/7% تولید جهانی را به خود اختصاص می‌دهد و بر این اساس، ایران به عنوان بزرگترین تولید کننده زعفران از نظر کمیت و کیفیت در سطح جهان مطرح است. همچنین، در حال حاضر سطح زیر کشت محصول زرشک در خراسان جنوبی حدود 14 هزار هکتار است و از این طریق، سالانه حدود 13 هزار تن زرشک در این استان تولید می‌شود. بر این اساس، استان خراسان جنوبی حدود 98.8 درصد زرشک ایران را تولید می‌کند و از این لحاظ، مقام نخست تولید این محصول در جهان را دارا است. اما با این وجود، متأسفانه صادرات چندانی برای محصول زرشک صورت نمی‌گیرد. این تحقیق با هدف شناسایی راهکارهای افزایش صادرات محصولات زعفران و زرشک استان خراسان جنوبی، با اقتباس از مدل الماس ملی پورتر، با توجه به جایگاه استراتژیک این محصولات برای منطقه و همچنین مزیت نسبی تولید و صادرات آنها انجام گرفته است. این پژوهش با استفاده از روش توصیفی-پیمایشی و مطالعه کل جامعه آماری و استفاده از روش‌های آمار توصیفی به بررسی وضعیت هر یک از عوامل مذکور، در صنعت زعفران و زرشک ایران پرداخته است. یافته‌ها و نتایج تحقیق نشان می‌دهد که صنعت زعفران، از نظر بعد ساختار، استراتژی و وضع رقابتی شرکتها و نیز از نظر صنایع وابسته و سیاست‌های دولت در وضعیتی ضعیف‌تر از رقبا قرار دارد. همچنین از میان متغیرهای زیرمجموعه این ابعاد (عوامل 24 گانه مؤثر بر صادرات زعفران)، ضعف کشور ایران در پنج عامل (توجه به نشان تجاری (برند)، برخورداری از زیرساختهای کارا و پیشرفته، ثبات سیاسی و قابل پیش‌بینی بودن تصمیمات دولت، توجه به تبلیغات آگاهی دهنده و توجه به خواست مشتریان هر یک از بازارهای خارجی) بیشترین تأثیر را بر عدم توسعه صادرات این محصول داشته است. همچنین نتایج تحقیق حاضر حاکی از آن است که میزان اهمیت هر یک از ابعاد پنج‌گانه مدل مفهومی بر توسعه صادرات محصول زرشک از سطح متوسط طیف لیکرت بیشتر است و بر این اساس، هر پنج عامل مذکور از عوامل مهم در توسعه صادرات زرشک محسوب می‌شوند. از میان این پنج بعد مدل الماس ملی، عامل «شرایط تقاضای داخلی» دارای کمترین میزان اهمیت در ایجاد مزیت استراتژیک در این صنعت می‌باشد. در حالی که نقش عامل «صنایع وابسته و پشتیبان» نسبت به سایر عوامل بیشتر است. در پایان پیشنهادهایی برای بهبود و ارتقاء وضعیت رقابتی این محصولات و هرچه نزدیکتر شدن به استانداردهای جهانی، ارائه شده است.

کلمات کلیدی: صادرات؛ زعفران؛ زرشک؛ مزیت رقابتی؛ مدل الماس ملی

فهرست مطالب

۱	فصل اول: کلیات تحقیق	۱
۲	۱-۱. مقدمه	
۳	۲-۱. تشریح و بیان موضوع	
۴	۳-۱. مسأله اصلی تحقیق	
۵	۴-۱. فرضیه‌های تحقیق	
۵	۵-۱. سابقه و ضرورت انجام تحقیق	
۶	۶-۱. اهداف اصلی از انجام این تحقیق	
۶	۷-۱. کاربرد نتایج تحقیق	
۷	۸-۱. استفاده‌کنندگان از نتیجه تحقیق	
۷	۹-۱. روش انجام تحقیق	
۷	۱-۹-۱. روش تحقیق	
۷	۲-۹-۱. روش و ابزار گردآوری اطلاعات	
۸	۳-۹-۱. قلمرو تحقیق	
۸	۴-۹-۱. جامعه آماری	
۹	۵-۹-۱. روش نمونه‌گیری	
۹	۱۰-۱. تعریف واژه‌ها و اصطلاحات تخصصی طرح	
۱۲	فصل دوم: ادبیات و مبانی نظری تحقیق	۲
۱۵	۱-۲. مقدمه	
۱۶	۲-۲. تئوریهای کلاسیک تجارت بین‌الملل	
۱۶	۳-۲. مفهوم مزیت رقابتی پایدار	
۱۷	۴-۲. ایجاد مزیت از دیدگاه پورتر	
۱۸	۵-۲. مروری بر تئوریهای ارائه شده توسط پورتر	
۱۸	۶-۲. انتخاب استراتژی رقابتی	
۱۸	۱-۶-۲. تحلیل ساختاری صنایع	
۲۰	۲-۶-۲. موضع یابی در یک صنعت	
۲۱	۳-۶-۲. راهبردهای عام برای ایجاد مزیت رقابتی	
۲۲	۷-۲. مدل الماس مزیت رقابتی پورتر	
۲۵	۱-۷-۲. شرایط عوامل تولید	

۲۸	شرایط تقاضا	۲-۷-۲
۳۰	صنایع وابسته و پشتیبانی کننده	۳-۷-۲
۳۱	استراتژی، ساختار و وضعیت رقابتی شرکت‌ها	۴-۷-۲
۳۲	شانس	۵-۷-۲
۳۲	نقش دولت‌ها	۶-۷-۲
۳۳	دیدگاه پورتر در خصوص اقتصادهای نفتی	۸-۲
۳۴	ویژگی‌های عوامل تولید	۱-۸-۲
۳۴	ویژگی‌های استراتژی و محیط رقابتی شرکت‌ها	۲-۸-۲
۳۵	ویژگی‌های تقاضای داخلی	۳-۸-۲
۳۵	ویژگی‌های صنایع وابسته و پشتیبان	۴-۸-۲
۳۶	برخی انتقادهای به مدل الماس پورتر	۹-۲
۳۶	فرهنگ	۱-۹-۲
۳۶	الماس مضاعف به جای الماس واحد	۲-۹-۲
۳۸	روند تغییر سهم ایران در بازار بین‌المللی محصولات کشاورزی	۱۰-۲
۴۲	جایگاه بخش کشاورزی در اقتصاد ایران	۱۱-۲
۴۲	اهمیت اقتصادی زعفران	۱۲-۲
۴۳	وضعیت فعلی تولید زعفران	۱۳-۲
۴۵	راهکارهای افزایش تولید	۱۴-۲
۴۷	راهبردهای پژوهشی زعفران	۱۵-۲
۴۹	وضعیت کنونی صادرات زعفران	۱۶-۲
۵۱	راهکارهای افزایش صادرات	۱۷-۲
۵۳	محصول زرشک استان خراسان جنوبی	۱۸-۲
۵۴	صادرات زرشک	۱۹-۲
۵۵	فرآوری زرشک	۲۰-۲
۵۶	مروری بر تحقیقات پیشین	۲۱-۲
۵۶	مروری بر مقالات مرتبط	۱-۲۱-۲
۵۸	مروری بر کتب مرتبط	۲-۲۱-۲
۵۹	مروری بر پایان‌نامه‌های مرتبط	۳-۲۱-۲
۶۰	فصل سوم: روش انجام تحقیق	

۶۱	۱-۳	مقدمه
۶۲	۲-۳	روش تحقیق
۶۴	۳-۳	جامعه آماری
۶۵	۴-۳	نمونه آماری
۶۵	۵-۳	روشهای گردآوری اطلاعات
۶۷	۶-۳	ابزار گردآوری اطلاعات
۶۹	۷-۳	روشهای آماری جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات
۷۰	۸-۳	مدل مفهومی
۷۱	۹-۳	سنجش روایی و پایایی پرسشنامه
۷۱	۱-۹-۳	بررسی پایایی
۷۲	۲-۹-۳	بررسی روایی
۷۳	۴	فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها
۷۴	۱-۴	مقدمه
۷۴	۲-۴	بخش اول: بررسی راهکارهای توسعه صادرات زعفران
۸۰	۱-۲-۴	تعیین اهمیت عوامل مؤثر بر توسعه صادرات زعفران
۹۲	۲-۲-۴	تشخیص وضعیت نسبی ایران در بازار جهانی زعفران
۱۰۴	۳-۲-۴	کشف مزیتها و ضعفهای ایران در زمینه صادرات زعفران
۱۰۷	۳-۴	بخش دوم: بررسی راهکارهای توسعه صادرات زرشک
۱۱۱	۱-۳-۴	بررسی اهمیت عوامل مختلف در توسعه صادرات زرشک
۱۲۱	۵	فصل پنجم: جمع‌بندی و نتیجه‌گیری
۱۲۲	۱-۵	مقدمه
۱۲۲	۲-۵	پیشنهادات و راهکارهای افزایش صادرات زعفران
۱۲۴	۱-۲-۵	پیشنهادات اصلی و پر اهمیت
۱۲۶	۲-۲-۵	پیشنهادات با درجه‌ی اهمیت کمتر
۱۳۰	۳-۵	پیشنهادات و راهکارهای توسعه صادرات زرشک
۱۳۳	۱-۳-۵	راهکار حمایت دولت از صنایع تبدیلی
۱۳۳	۲-۳-۵	راهکار برای بهبود کیفیت بسته‌بندی
۱۳۳	۳-۳-۵	راهکار ایجاد واحدهای تحقیق و توسعه
۱۳۴	۴-۳-۵	راهکار توجه به خواست مشتریان خارجی

۱۳۵ ۴-۵. پیشنهاد برای مطالعات بیشتر

۱۳۵ ۵-۵. محدودیت‌های تحقیق

۱۳۷

منابع

۱۴۰

پیوستها

۱۴۰

پیوست ۱ (پرسشنامه شماره ۱)

۱۴۳

پیوست ۲ (پرسشنامه شماره ۲)

۱۴۶

پیوست ۳ (پرسشنامه شماره ۳)

فهرست جداول

فصل دوم

۴۴ جدول (۱-۲). وضعیت سطح زیر کشت و تولید محصول زعفران استان خراسان.

۴۵ جدول (۲-۲). سطح زیر کشت، تولید و عملکرد زعفران در کشورهای مختلف.

۵۰ جدول (۳-۲). میزان صادرات زعفران و کشورهای هدف

فصل سوم

۶۸ جدول (۱-۳). نحوه‌ی توزیع سؤالات پرسشنامه

فصل چهارم

۷۶ جدول (۱-۴). نحوه‌ی توزیع پاسخ‌دهندگان از نظر جنسیت

۷۷ جدول (۲-۴). نحوه‌ی توزیع پاسخ‌دهندگان از نظر سن

۷۸ جدول (۳-۴). نحوه‌ی توزیع پاسخ‌دهندگان از نظر سابقه کاری مرتبط

۷۹ جدول (۴-۴). نحوه‌ی توزیع پاسخ‌دهندگان از نظر میزان تحصیلات

۸۱ جدول (۵-۴). تعیین میزان اهمیت نهاده‌های تولید در مدل

۸۳ جدول (۶-۴). تعیین میزان اهمیت شرایط تقاضای داخلی در مدل

۸۵ جدول (۷-۴). تعیین میزان اهمیت ساختار، استراتژی و وضع رقابت داخلی در مدل

۸۶ جدول (۸-۴). تعیین میزان اهمیت صنایع مرتبط در مدل

۸۸ جدول (۹-۴). تعیین میزان اهمیت سیاست‌های دولت در مدل

۹۴ جدول (۱۰-۴). تعیین جایگاه ایران در دنیا از نظر نهاده‌های تولید

۹۶ جدول (۱۱-۴). تعیین جایگاه ایران در دنیا از نظر شرایط تقاضای داخلی

۹۷ جدول (۱۲-۴). تعیین جایگاه ایران در دنیا از نظر ساختار، استراتژی و وضع رقابتی شرکتها

۹۹ جدول (۱۳-۴). تعیین جایگاه ایران در دنیا از نظر صنایع وابسته و پشتیبان

۱۰۰ جدول (۱۴-۴). تعیین جایگاه ایران در دنیا از نظر سیاست‌های دولت

فهرست شکلها

فصل دوم

- ۱۹ شکل (۱-۲). مدل پنج نیروی رقابتی.
- ۲۱ شکل (۲-۲). راهبردهای رقابتی عام.
- ۲۳ شکل (۳-۲). مدل ساده الماس ملی.
- ۲۵ شکل (۴-۲). مدل کامل الماس ملی.
- ۳۹ شکل (۵-۲). روند تغییرات صادرات غیرنفتی و واردات کالایی در ایران.
- ۳۹ شکل (۶-۲). مقایسه روند تغییرات سهم ایران از تجارت کالایی و محصولات کشاورزی.
- ۴۰ شکل (۷-۲). روند تغییرات صادرات و واردات محصولات کشاورزی در ایران.

فصل سوم

- ۶۲ شکل (۱-۳). فرآیند روش علمی.

فصل چهارم

- ۹۰ شکل (۱-۴). میزان اهمیت هر یک از عوامل ۲۴ گانه مؤثر بر صادرات زعفران.
- ۹۱ شکل (۲-۴). میزان اهمیت هر یک از ابعاد پنج‌گانه مدل مفهومی بر ایجاد مزیت استراتژیک.
- ۱۰۲ شکل (۳-۴). وضعیت ایران به ازای هر یک از اجزای ۲۴ گانه مؤثر بر صادرات زعفران.
- ۱۰۴ شکل (۴-۴). وضعیت کلی ایران در صنعت زعفران به ازای هر یک از ابعاد پنج‌گانه مدل مفهومی.
- ۱۰۵ شکل (۵-۴). طرحواره‌ای از مفهوم و نحوه‌ی تعریف شاخص \bar{z} .
- ۱۰۶ شکل (۶-۴). میزان اهمیت ضعف و یا مزیت نسبی ایران به ازای عوامل ۲۴ گانه مؤثر بر صادرات زعفران.
- ۱۰۷ شکل (۷-۴). میزان اهمیت ضعف و یا مزیت نسبی ایران به لحاظ ابعاد پنج‌گانه مدل مفهومی.
- ۱۱۸ شکل (۸-۴). میزان اهمیت هر یک از عوامل ۱۵ گانه مؤثر بر توسعه‌ی صادرات زرشک.

فصل پنجم

- ۱۲۳ شکل (۱-۵). میزان اهمیت هر یک از عوامل ۲۴ گانه مؤثر بر صادرات زعفران به ترتیب اهمیت ضعف ایران.

- شکل (۲-۵). میزان اهمیت هر یک از ابعاد ۵ گانه‌ی مدل مفهومی بر توسعه‌ی صادرات زعفران ایران. ۱۲۴
- شکل (۳-۵). میزان اهمیت هر یک از ابعاد ۵ گانه‌ی مدل مفهومی بر توسعه‌ی صادرات زرشک ایران. ۱۳۱
- شکل (۴-۵). میزان اهمیت هر یک از اجزای ۱۵ گانه‌ی مدل مفهومی بر توسعه‌ی صادرات زرشک ایران. ۱۳۲

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱. مقدمه

با توجه به اینکه اکثر کشورهای در حال توسعه با بی‌ثباتی درآمدهای ارزی حاصل از صادرات مواد اولیه مواجه هستند، برخورداری از محصولات کشاورزی دارای مزیت تولیدی و صادراتی، به منظور برقراری یک جریان با ثبات تأمین ارز، حائز اهمیت فراوانی در فرایند رشد و توسعه این کشورها می‌باشد. از سوی دیگر، توسعه صادرات محصولات کشاورزی موجب شکوفائی بخش کشاورزی می‌گردد که به نوبه خود، این امر زیر بنای توسعه اقتصادی محسوب می‌شود. در همین راستا، در دو دهه اخیر صادرات بخش کشاورزی در ایران سهم قابل توجهی از صادرات غیر نفتی را به خود اختصاص داده و از جایگاه ارز آوری در خور توجهی برخوردار بوده است. افزایش رشد صادرات نه تنها به شکل مستقیم بر تولیدات کشاورزی اثر می‌گذارد بلکه با توسعه صادرات، میزان بهره‌وری نهاده‌های نیروی کار و سرمایه نیز بهبود می‌یابد و بر رونق اقتصادی بخش کشاورزی می‌افزاید. به این ترتیب، مزیت نسبی کشور در تولید محصولات کشاورزی می‌تواند عامل تعیین‌کننده‌ای در جهت توسعه صادرات از طریق نفوذ هر چه بیشتر در بازارهای بین‌المللی بوده تا به مرور زمان از این رهگذر نه تنها نیازهای کشور مرتفع گردد، بلکه از استعدادهای مربوط به مازاد منابع انسانی و سرمایه‌ای موجود در بخش کشاورزی استفاده بهتری صورت گیرد. در میان محصولات مختلف تولیدی در بخش کشاورزی، زعفران و زرشک جزء محصولات خاص و سنتی کشور ما به شمار می‌آیند.

این تحقیق با هدف شناسایی راهکارهای افزایش صادرات محصولات زعفران و زرشک استان خراسان جنوبی، با توجه به جایگاه استراتژیک این محصولات برای منطقه و همچنین مزیت نسبی تولید و صادرات آنها انجام گرفته است.

فصل اول به بیان ضرورت و اهمیت انجام چنین تحقیقی می‌پردازد و در عین حال، به بیان چهارچوب و محدوده‌ی پژوهش اختصاص دارد. محقق با بیان کلیات تحقیق انجام شده، شرح مختصری در مورد

کلیه مراحل انجام شده ارائه می‌دهد. در این فصل موضوعاتی مانند موضوع تحقیق، بیان مسأله، ضرورت و اهمیت حل مسأله و همچنین هدف از اجرای تحقیق، روش اجرای آن، نحوه گردآوری اطلاعات و روش‌های آماری مورد استفاده برای بررسی اطلاعات نیز به طور خلاصه مورد بررسی قرار می‌گیرد. در پایان نیز تعریف واژه‌ها و اصطلاحات تخصصی مورد استفاده در جریان تحقیق ارائه شده است.

۱-۲. تشریح و بیان موضوع

کشور ما، سرزمین پهناوری است که از شرایط آب و هوایی و اقلیمی بسیار متنوعی برخوردار است. همین شرایط اقلیمی متنوع، زمینه‌ی مساعدی را برای تولید انواع و اقسام محصولات کشاورزی فراهم می‌نماید. بر این اساس، هر یک از اقلیمهای ایران با توجه به شرایط آب و هوایی خاص خود، در زمینه‌ی تولید برخی از محصولات کشاورزی، از مزیت نسبی قابل توجهی برخوردار است. شرایط ویژه‌ای که به لحاظ جغرافیایی در خراسان جنوبی وجود دارد، از جمله اقلیم کویری، کیفیت نامناسب آب و فقر زمین از نظر عناصر غذایی مورد نیاز گیاه در کنار بکارگیری روش‌های سنتی تولید محصولات کشاورزی، موجب محدود شدن رشد صنعت کشاورزی در این منطقه شده است.

در بین گیاهان زراعی، زعفران و زرشک از جمله گیاهانی هستند که می‌توانند با خصوصیات ویژه‌ی خود، معضل کم آبی منطقه را تحمل کرده و با داشتن بازده اقتصادی بسیار بالا، موجبات دلگرمی مردم را فراهم نمایند. همچنین، یکی دیگر از مزایای مهم این محصولات، ارز آوری بالای آنها است. از سوی دیگر، صنعت کشت زعفران توانسته است که نقش مؤثری در ایجاد اشتغال در منطقه ایفا نماید. به طوری که در حال حاضر درآمد حاصل از زعفران بخش عمده‌ای از درآمد حدود 85000 خانواده در شهرهای جنوبی و مرکزی استان خراسان را تأمین می‌کند و در هر هکتار حدود 270 نفر روز کار ایجاد می‌نماید (کافی و همکاران، 1381: 181). همچنین، محصول زرشک با حدود 14 هزار هکتار

سطح زیر کشت، هزینه‌ی معیشت حدود 18 هزار خانوار را تأمین می‌نماید. از این رو، توجه به توسعه‌ی صنعت کشاورزی محصولات بومی مذکور می‌تواند در نهایت موجب توسعه استان خراسان جنوبی و منطقه گردد.

۱-۳. مسأله اصلی تحقیق

رهایی از اقتصاد تک محصولی و حرکت به سوی توسعه‌ی صادرات غیر نفتی همواره از دغدغه‌های اصلی مسئولین بوده است و تا کنون اقدامات بسیاری برای دستیابی به این مهم صورت گرفته است. اما با توجه به اینکه استان خراسان جنوبی سهم بسزایی در تولید برخی از محصولات کشاورزی نظیر زعفران و زرشک را دارا است و علیرغم پتانسیل‌های بالقوه‌ی این استان در زمینه‌ی تولید محصولات فوق، هنوز راهبردهای مدون و گسترده‌ای در زمینه‌ی صادرات این محصولات ارائه نشده است. بهبود وضعیت ایران در بازار جهانی زعفران و زرشک در گرو برنامه‌ریزی هوشمندانه به منظور بهبود وضعیت رقابتی این صنایع در بازارهای داخلی و بین‌المللی است و بررسی وضعیت فعلی رقابت‌پذیری این صنعت و فاصله‌ی آن با سطوح برتر جهانی و تجزیه و تحلیل شکاف‌های موجود، لازمه‌ی برنامه‌ریزی در راستای افزایش رقابت‌پذیری خواهد بود. در حالی که توجه به مسائل و مشکلات صادرکنندگان این گروه از محصولات می‌تواند تا حد زیادی به توسعه‌ی صادرات غیر نفتی کشور کمک کند.

در این میان این سؤالات مطرح می‌شود که:

- چه مشکلاتی مانع از دستیابی به این مهم می‌شود؟
- در چه زمینه‌هایی ضعف وجود دارد؟
- چه راهکارهایی برای از میان برداشتن این مشکلات و نهایتاً افزایش صادرات این محصولات وجود دارد؟

این تحقیق با اقتباس از مدل الماس رقابت ملی پورتر، سعی کرده که به بررسی این سؤالات بپردازد. به این ترتیب می‌توان دریافت که در چه بخشهایی مزیت وجود دارد و چه بخشهایی نیاز به تقویت و توجه دارند؛ تا در نهایت بتوانیم حضور موفق در بازارهای جهانی داشته باشیم.

۱-۴. فرضیه‌های تحقیق

با توجه به سؤال اصلی تحقیق و پس از بررسی و مطالعه‌ی تحقیقات انجام گرفته و کتابها و مقالات موجود و مصاحبه با تنی چند از متخصصان و صاحب‌نظران فرضیه‌های زیر مطرح گردید:

- بهبود وضعیت عوامل و نهاده‌های تولید محصولات بومی منطقه‌ی خراسان جنوبی با توسعه‌ی صادرات این محصولات ارتباط دارد.
- بهبود شرایط تقاضای داخلی، با توسعه‌ی صادرات این محصولات ارتباط دارد.
- بهبود استراتژی، ساختار و وضع رقابتی شرکتهای عرضه‌کننده با توسعه‌ی صادرات این محصولات ارتباط دارد.
- بهبود وضعیت صنایع وابسته و پشتیبان (به ویژه صنعت بسته‌بندی) با توسعه‌ی صادرات این محصولات ارتباط دارد.
- سیاستهای دولت در زمینه‌ی حمایت از صادرکنندگان و تشویق صادرات با توسعه‌ی صادرات این محصولات ارتباط دارد.

۱-۵. سابقه و ضرورت انجام تحقیق

اهمیت بررسی راهکارهای افزایش صادرات از چندین بعد قابل توجه است. اولین بعد مربوط به نقش صادرات محصولات کشاورزی در افزایش ظرفیتهای تولیدی محصولات منطقه است. یعنی چنانچه صادرات این محصولات افزایش یابد، می‌توان ظرفیتهای بلااستفاده را نیز به کار گرفت. بعد دوم