

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



۱۳۸۰ / ۴ / ۱۰

دانشگاه تهران
دانشکده مدیریت

پایان نامه

برای دریافت درجه کارشناسی ارشد

مدیریت بازرگانی

013632

موضوع

بررسی عوامل مؤثر بر افزایش صادرات

کفش های ماشینی استان قم

استاد راهنما:

جناب آقای دکتر داور ونوس

استاد مشاور:

جناب آقای دکتر محمود فیروزیان

استاد ناظر:

جناب آقای دکتر طهمورث حسنقلی پور

دانشجو:

مهدی طاهری مقدم

تابستان ۱۳۷۹



۳۹۹۰۴

دانشگاه تهران
دانشکده مدیریت

پایان نامه
برای دریافت درجه کارشناسی ارشد
مدیریت بازرگانی

موضوع
بررسی عوامل مؤثر بر افزایش صادرات
کفش های ماشینی استان قم

استاد راهنما:
جناب آقای دکتر داور ونوس

استاد مشاور:
جناب آقای دکتر محمود فیروزیان

دانشجو:
مهدی طاهری مقدم

تابستان ۱۳۷۹

تقدیم به :

* شهدای انقلاب اسلامی و امام شهیدان.

* پدر و مادر عزیزم که در راه تحصیل اینجانب از هیچ کوششی

فروگذار نبوده‌اند.

* خولهران و برادران عزیزم.

* کسانی که به کارهای گذشتگان خرسند نشده و راه بی‌پایان

علم و معرفت را پایان یافته تلقی نمی‌کنند.

تشکر و قدردانی

بر خود فرض می‌دانم از استادان بزرگوار و ارجمندم جناب آقای دکتر داور ونوس که هدایت و راهنمایی مرا در انجام این پژوهش تقبل فرمودند، جناب آقای دکتر محمود فیروزیان که مرا در انجام این پژوهش مشاوره فرمودند و جناب آقای دکتر طهمورث حسنقلی‌پور که به عنوان استاد ناظر زحمت مطالعه و بررسی این تحقیق را تقبل فرمودند صمیمانه تشکر و سپاسگزاری کنم و توفیق روزافزون این بزرگواران را در کلیه مراحل و شئون زندگی از پروردگار دانا و توانا مسئلت نمایم.

مهدی طاهری مقدم

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل اول: کلیات تحقیق	۱-۷
- مقدمه	۱
- تعریف موضوع	۲
- هدف و علت انتخاب موضوع	۲
- اهمیت موضوع تحقیق	۳
- فرضیات تحقیق	۴
- قلمرو تحقیق	۵
- شیوه انجام تحقیق	۵
- محدودیت های تحقیق	۵
- بررسی پژوهش های انجام شده در صنعت کفش ملشینی	۶
- تعریف واژه های تحقیق	۷
فصل دوم: مبانی نظری تحقیق	۸-۸۷
گفتار اول: صادرات غیر نفتی	۹
مقدمه	۹
اهمیت و نقش صادرات در اقتصاد کشور	۱۰
استراتژی های توسعه اقتصادی	۱۱
- استراتژی جایگزینی واردات	۱۱
- استراتژی توسعه صادرات	۱۲

- ۱۳ جایگاه صادرات غیرنفتی در استراتژی‌های توسعه اقتصادی
- ۱۴ نقش صادرات غیرنفتی در اقتصاد کشور
- ۱۴ نقش صادرات غیرنفتی در افزایش ظرفیت‌های تولیدی
- ۱۵ نقش صادرات غیرنفتی در ایجاد اشتغال
- ۱۶ اثر صادرات بر درآمد ملی
- ۱۸ انواع صادرات غیرنفتی کشور
- ۱۹ صادرات غیرنفتی طی سال‌های ۷۷-۱۳۵۳ و جایگاه آن در برنامه سوم توسعه
- ۲۲ گفتار دوم: عوامل مؤثر بر صادرات غیرنفتی
- ۲۲ بخش اول: نهادهای اثرگذار و مرتبط با صادرات غیرنفتی
(وزارت بازرگانی، مرکز توسعه صادرات، بانک مرکزی، صندوق ضمانت صادرات ایران، مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران، گمرک، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن، شرکت‌های بیمه)
- ۲۸ بخش دوم: مشوق‌های صادراتی و نقش آن در توسعه صادرات
- ۲۸ ۱- مشوق‌های صادراتی مربوط به ارز
- ۲۹ - لزوم مشوق‌های صادراتی برای جبران نوسانات ارزی
- ۳۱ ۲- مشوق‌های صادراتی مربوط به واردات و حقوق گمرکی
- ۳۴ ۳- مشوق‌های صادراتی مربوط به مالیات‌ها و عوارض
- ۳۵ ۴- کمک‌های صادراتی
- ۳۶ ۵- مشوق‌های صادراتی از طریق مراکز توسعه صادرات
- ۳۷ نقش تأمین مالی در توسعه صادرات
- ۳۷ - روش‌های تأمین مالی صادرات
- ۳۹ - انواع اعتبارات صادراتی
- ۳۹ بیمه‌های صادراتی و نقش آن در توسعه صادرات
- ۴۰ - هدف بیمه اعتبارات صادراتی

۴۱	- مبانی سیستم بیمه اعتبارات صادراتی.....
۴۲	- انواع تضمین اعتبارات صادراتی.....
۴۵	بخش سوم: تبلیغات.....
۴۵	- مقدمه.....
۴۵	- تبلیغات صادراتی.....
۴۶	- جایگاه تبلیغات در آمیخته ترفیع.....
۴۷	- اهداف تبلیغات.....
۴۸	- ابزار تبلیغات تجاری.....
۴۹	- انواع تبلیغات.....
۵۰	- تبلیغات مؤثر.....
۵۱	بسته‌بندی.....
۵۱	- اهمیت بسته‌بندی در صادرات.....
۵۲	- بسته‌بندی و اطلاع‌رسانی.....
۵۳	- برخی از اصولی که باید در بسته‌بندی مراعات گردد.....
۵۴	نمایشگاه‌های بین‌المللی.....
۵۴	- تعریف نمایشگاه.....
۵۴	- انواع نمایشگاه‌ها.....
۵۵	- اهداف شرکت در نمایشگاه‌ها.....
۵۶	- عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت در نمایشگاه‌ها.....
۵۷	بخش چهارم: اتحادیه‌های صادراتی و نقش آن در توسعه صادرات غیرنفتی.....
۵۷	- مقدمه.....
۵۷	- اتحادیه‌های صادراتی در ایران.....
۵۹	- وظایف اتحادیه‌های صادراتی.....

۶۰	- اتحادیه‌های صادراتی و اطلاع‌رسانی
۶۰	- بخش پنجم: طراحی صنعتی کالا
۶۲	- مد در صنعت کفش
۶۵	- گفتار سوم: بررسی صنعت کفش ماشینی
۶۵	- تاریخچه صنعت کفش
۶۶	- علل استفاده از مواد مصنوعی به جای چرم در کفش
۶۹	- بازار جهانی کفش
۷۰	- آسیا
۷۰	- آمریکای مرکزی و جنوبی
۷۱	- اروپا
۷۲ و ۷۳	- صادرکنندگان و واردکنندگان کفش در جهان
۷۴	- صنعت کفش در ایران
۷۵	- نقش و اهمیت محصولات نساجی
۷۸	- انواع کفش‌های ماشینی
۷۹	- وضعیت تولید و صدور کفش ماشینی
۷۹	- وضعیت تولید
۸۲	- وضعیت صادرات
۸۳	- بررسی صنایع و صنعت کفش در استان قم
۸۳	- از لحاظ تولید
۸۴	- از لحاظ صادرات
۸۸ - ۹۶	- فصل سوم: روش تحقیق
۸۹	- مقدمه
۸۹	- انواع تحقیق

- ۹۰ - روش‌های گردآوری اطلاعات
- ۹۰ - پایایی و روایی پرسشنامه
- ۹۱ - تعیین حجم نمونه و روش نمونه‌گیری
- ۹۲ الف) تعیین حجم نمونه
- ۹۳ ب) روش نمونه‌گیری
- ۹۳ - آزمون فرض آماری
- ۹۴ - آماره آزمون
- ۹۵ - مقدار بحرانی (H_0 و H_1)
- ۹۶ - تصمیم‌گیری
- ۹۷ - ۱۳۱ فصل چهارم: تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق
- ۹۸ - تجزیه و تحلیل فرضیه شماره یک
- ۹۹ - جدول توزیع فراوانی فرضیه شماره یک
- ۱۰۰ - نمودار توزیع فراوانی فرضیه شماره یک
- ۱۰۱ - تجزیه و تحلیل فرضیه شماره دو
- ۱۰۲ - جدول توزیع فراوانی فرضیه شماره دو
- ۱۰۳ - نمودار توزیع فراوانی فرضیه شماره دو
- ۱۰۴ - تجزیه و تحلیل فرضیه شماره سه
- ۱۰۵ - جدول توزیع فراوانی فرضیه شماره سه
- ۱۰۶ - نمودار توزیع فراوانی فرضیه شماره سه
- ۱۰۷ - تجزیه و تحلیل فرضیه شماره چهار
- ۱۰۸ - جدول توزیع فراوانی فرضیه شماره چهار
- ۱۰۹ - نمودار توزیع فراوانی فرضیه شماره چهار
- ۱۱۰ - تجزیه و تحلیل فرضیه کلی

۱۱۱	- جدول توزیع فراوانی فرضیه کلی
۱۱۲	- نمودار توزیع فراوانی فرضیه کلی
۱۱۳	- جدول و نمودار توزیع فراوانی سؤال شماره ۱
۱۱۴	- جدول و نمودار توزیع فراوانی سؤال شماره ۲
۱۱۵	- جدول و نمودار توزیع فراوانی سؤال شماره ۳
۱۱۶	- جدول و نمودار توزیع فراوانی سؤال شماره ۴
۱۱۷	- جدول و نمودار توزیع فراوانی سؤال شماره ۵
۱۱۸	- جدول و نمودار توزیع فراوانی سؤال شماره ۶
۱۱۹	- جدول و نمودار توزیع فراوانی سؤال شماره ۷
۱۲۰	- جدول و نمودار توزیع فراوانی سؤال شماره ۸
۱۲۱	- جدول و نمودار توزیع فراوانی سؤال شماره ۹
۱۲۲	- جدول و نمودار توزیع فراوانی سؤال شماره ۱۰
۱۲۳	- جدول و نمودار توزیع فراوانی سؤال شماره ۱۱
۱۲۴	- جدول و نمودار توزیع فراوانی سؤال شماره ۱۲
۱۲۵	- جدول و نمودار توزیع فراوانی سؤال شماره ۱۳
۱۲۶	- جدول و نمودار توزیع فراوانی سؤال شماره ۱۴
۱۲۷	- جدول و نمودار توزیع فراوانی سؤال شماره ۱۵
۱۲۸	- جدول و نمودار توزیع فراوانی سؤال شماره ۱۶
۱۲۹	- جدول و نمودار توزیع فراوانی سؤال شماره ۱۷
۱۳۰	- جدول و نمودار توزیع فراوانی سؤال شماره ۱۸
۱۳۱	- جدول و نمودار توزیع فراوانی سؤال شماره ۱۹
۱۳۲ - ۱۴۱	فصل پنجم: خلاصه، نتیجه گیری و پیشنهادات
۱۳۳	خلاصه

نتیجه‌گیری.....	۱۳۵
۱- نتایج به دست آمده در مورد فرضیه اول (سیاست‌های حمایتی و تشویقی دولت).....	۱۳۵
۲- نتایج به دست آمده در مورد فرضیه دوم (تشکیل اتحادیه صادراتی).....	۱۳۵
۳- نتایج به دست آمده در مورد فرضیه سوم (مدل و شکل ظاهری).....	۱۳۶
۴- نتایج به دست آمده در مورد فرضیه چهارم (تبلیغات).....	۱۳۶
پیشنهادهات.....	۱۳۷
۱- پیشنهادات در مورد سیاست‌های حمایتی و تشویقی دولت.....	۱۳۷
۲- پیشنهادات مربوط به تشکیل اتحادیه صادراتی و توجه به مدل و شکل ظاهری.....	۱۳۸
۳- پیشنهادات مربوط به تبلیغات.....	۱۴۰
منابع و مآخذ.....	۱۴۲

ضمائم

- پرسشنامه تحقیق

- محاسبات سئوالات پرسشنامه از طریق نرم افزار SPSS

چکیده تحقیق

مقدمه

کاهش درآمدهای حاصل از صدور نفت و نوسانات شدید آن، افزایش جمعیت کشور و به تبع آن اضافه شدن نیروی جویای شغل، کاهش قدرت خرید درآمدهای نفتی و مهمتر از همه پایان پذیر بودن منابع نفت مدت هاست که برنامه ریزان کلان کشور را به این باور رسانده که توسعه صادرات غیرنفتی و رهایی از اقتصاد تک محصولی نفت، ضرورتی اجتناب ناپذیر است.

تعریف موضوع

جهت بررسی وضعیت و امکان صدور محصولات در هر صنعت، می بایست نسبت به شناسایی عوامل مؤثر بر صادرات محصولات آن صنعت اقدام نمود. در این تحقیق در پی آن هستیم تا عوامل اثرگذار بر صادرات کفش های ماشینی استان قم را شناسایی کرده تا با تکیه بر آنها بتوان به صورت مؤثر در بازارهای جهانی، حضوری فعال داشت.

فرضیات تحقیق

این تحقیق دارای ۴ فرضیه است که عبارتند از:

- ۱- اعمال سیاست های حمایتی و تشویقی از سوی دولت در زمینه صادرات کفش های ماشینی موجب افزایش صدور این محصول در سطح استان قم می گردد.
- ۲- ایجاد اتحادیه صادراتی کفش های ماشینی در سطح استان قم در جهت هماهنگ کردن و قوی کردن صادرکنندگان منجر به افزایش صدور این محصولات می گردد.
- ۳- توجه به مدل و زیبایی ظاهری کفش های ماشینی عامل مهمی در افزایش میزان صادرات کفش های ماشینی واحدهای تولیدی استان قم می باشد.
- ۴- استفاده از تبلیغات بازاریابی موجب افزایش صدور کفش های ماشینی واحدهای تولیدی استان قم می گردد.

قلمرو و روش تحقیق

قلمرو این تحقیق از نظر موضوعی شامل انواع کفش‌های ماشینی می‌باشد. قلمرو پژوهش از بعد مکانی نیز، شامل آن دسته از تولیدکنندگان صادرکننده کفش‌های ماشینی در سطح استان قم می‌باشد که تحت پوشش انجمن صنفی تولیدکنندگان کفش‌های ماشینی استان قم قرار دارند. تحقیق حاضر از نوع توصیفی است و جهت گردآوری اطلاعات مورد نیاز از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی استفاده می‌شود که در روش میدانی از ابزار پرسشنامه برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده می‌گردد.

ادبیات مربوط به موضوع

در فصل دوم رساله به بررسی ادبیات تحقیق پرداخته شده است. در گفتار اول، موضوع صادرات غیرنفتی در کشور بررسی شده است. در گفتار دوم به بررسی عوامل مؤثر بر صادرات غیرنفتی پرداخته شده است که موضوعاتی چون نهادهای اثرگذار بر صادرات غیرنفتی، مشوق‌های صادراتی، تبلیغات، بازاریابی، اتحادیه‌های صادراتی و طراحی صنعتی کالا مورد توجه قرار گرفته است. در گفتار آخر از فصل دوم نیز به صنعت کفش ماشینی پرداخته شده است.

نتایج تحقیق

الف) تأثیر سیاست‌های حمایتی و تشویقی از سوی دولت: در مورد فرضیه تأثیر سیاست‌های حمایتی و تشویقی بر افزایش صادرات کفش‌های ماشینی استان قم ۶ سؤال طرح گردید و پس از جمع‌آوری پاسخ‌ها و تجزیه و تحلیل آماری آنها، فرضیه مذکور تأیید شد.

ب) تأثیر ایجاد اتحادیه صادراتی کفش ماشینی بر افزایش صدور کفش ماشینی استان قم: در مورد فرضیه مذکور نیز ۶ سؤال طرح گردید و پس از جمع‌آوری پاسخ‌ها و تجزیه و تحلیل آنها، فرضیه دوم نیز تأیید شد.

ج) تأثیر توجه به مدل و زیبایی ظاهری کفش‌های ماشینی در افزایش میزان صادرات کفش‌های ماشینی استان قم: در رابطه با فرضیه سوم، ۳ سؤال مطرح شد که پس از جمع‌آوری پاسخ‌ها و تجزیه و تحلیل آنها، فرضیه سوم نیز تأیید شد.

د) تأثیر استفاده از تبلیغات بازاریابی در افزایش میزان صادرات کفش‌های ماشینی استان قم: در جهت آزمون فرضیه چهارم، ۴ سؤال مطرح گردید که پس از تجزیه و تحلیل پاسخ آنها، فرضیه چهارم نیز تأیید شد.

پیشنهادهات

الف) پیشنهادهات مربوط به سیاست‌های حمایتی و تشویقی دولت: پیشنهاد می‌گردد در جهت تشویق صادرات کفش‌های ماشینی سیاست‌هایی چون پرداخت ارز تشویقی به صادرکنندگان جهت خرید مواد اولیه و ماشین‌آلات، معافیت مواد اولیه و ماشین‌آلات وارداتی تولیدکنندگان صادرکننده از پرداخت حقوق و عوارض گمرکی، معافیت از پرداخت مالیات بر درآمد حاصل از صدور محصولات تولیدی، اعطای تسهیلات مالی به تولیدکنندگان صادرکننده با نرخ بهره پایین و... اعمال گردد.

ب) پیشنهادهات مربوط به تشکیل اتحادیه صادراتی: با توجه به این که بسیاری از کارخانجات دیارتمان فروش فعالی ندارند پیشنهاد می‌گردد اتحادیه‌ای صادراتی فعال گردد تا شاید بتواند ارتباط این دسته از کارخانجات را با بازارهای مصرف خارجی بیشتر نماید.

ج) پیشنهادهات مربوط به مدل و شکل ظاهری کالا: با توجه به اهمیتی که مدل و شکل ظاهری کفش در فروش آن دارد، لازم است در جهت طراحی مدل کفش از وجود طراحان صنعتی آموزش دیده استفاده شود که در این راستا پیشنهاد می‌گردد واحدی در اتحادیه صادراتی تشکیل شود تا خدمات طراحی و مدل‌سازی را به تولیدکنندگان ارائه نماید.

د) پیشنهادهات مربوط به استفاده از تبلیغات بازاریابی: لازم است تبلیغات برای صنعت کفش ماشینی مورد توجه جدی قرار گیرد که در این راستا می‌توان بر حسب شرایط و مقتضیات از دفاتر نمایندگی تجاری فعال، کمیته‌ها یا بخش‌های بازرگانی وزارتخانه‌ها و کنسولگری‌ها، نمایشگاه‌های بین‌المللی و... استفاده نمود.