

راهنمای توسعه صادراتی در صنایع سنگ

مؤلف:

حمید میرزایی

۱۳۹۶

استان زنجان



سازمان صنعت، بازرگانی و معدن

شابک	۹۷۸-۶۰۰-۸۷۶۵-۰۶-۶ :
شماره کتابشناسی ملی	۴۸۶۰۸۸۷ :
عنوان و نام پدید آور	راهبردهای توسعه صادراتی در صنایع سنگ / مولف حمید میرزائی.
مشخصات نشر	کرج: پیدار، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	۱۸۸ ص.
موضوع	سنگ - ایران - صنعت و تجارت
موضوع	Stone industry and trade -- Iran :
موضوع	سنگ - ایران - زنجان (استان) - صنعت و تجارت
موضوع	Stone industry and trade - Iran- Zanjan (Province):
موضوع	صادرات -- ایران
موضوع	Exports -- Iran :
رده بندی دیویی	۲۷۵۰۹۵۵/۳۳۸ :
رده بندی کنگره	HD ۹۱۳۹۶۹۶۲۱ م ۹ الف /
درشناسه	میرزایی، حمید، ۱۳۶۷ -
وضعیت فهرست نویسی	فیبیا.
قیمت	۱۸۰۰۰۰ ریال

نام کتاب : راهبردهای توسعه صادراتی در صنایع سنگ

مولف: حمید میرزائی

ویراستار: حمید میرزائی

ناشر: انتشارات پیدار

چاپ اول : ۱۳۹۶

شمارهگان : ۱۵۰۰

قطع: وزیری

چاپ و صحافی : پیشگام

طراح جلد: عرفان گروسی

قیمت: ۱۸۰۰۰۰ ریال

مرکز پخش: انتشارات پیدار

آدرس : رجایی شهر خ هفتم غربی فاز ۲- پلاک ۹۰

تلفن: ۰۲۶۳۴۲۱۰۵۰۷-۳۴۲۱۰۵۰۳

سفارشات: ۰۹۳۷۸۱۳۸۶۵۸

www.pidar.ir www.hamrah-pnu.ir

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است

فهرست مطالب

فصل اول : کلیات برنامه ریزی استراتژیک در حوزه صنایع سنگ

۱۲	۱-۱- مقدمه
۱۳	۲-۱- بیان مسأله و ضرورت انجام پژوهش در حوزه صنایع سنگ
۱۵	۱-۲-۱- برنامه ریزی
۱۵	۲-۲-۱- برنامه ریزی راهبردی
۱۵	۳-۲-۱- ویژگیهای برنامه ریزی راهبردی
۱۶	۴-۲-۱- مزایای برنامه ریزی راهبردی
۱۶	۳-۱- اهمیت و ضرورت برنامه ریزی راهبردی در صنایع سنگ
۱۸	۴-۱- ادبیات و پیشینه پژوهش
۲۹	۵-۱- اهداف برنامه ریزی راهبردی در صنایع سنگ استان زنجان
۲۹	۱-۵-۱- هدف اصلی
۲۹	۲-۵-۱- اهداف فرعی
۳۰	۶-۱- سوالات و فرضیات برنامه ریزی راهبردی در صنایع سنگ استان زنجان
۳۰	۱-۶-۱- سوالات پژوهش
۳۰	۲-۶-۱- فرضیه های پژوهش
۳۰	۷-۱- تعاریف، مفاهیم و اصطلاحات
۳۰	۱-۷-۱- مفهوم مدیریت راهبردی
۳۱	۲-۷-۱- تدوین استراتژی
۳۱	۳-۷-۱- اجرای استراتژی
۳۱	۴-۷-۱- ارزیابی استراتژی
۳۲	۵-۷-۱- چارچوب جامع تدوین استراتژی
۳۳	۶-۷-۱- فرآیند انتخاب استراتژی
۳۴	۷-۷-۱- تعاریف صادرات
۳۴	۸-۷-۱- توسعه صادرات در صنایع سنگ
۳۵	۹-۷-۱- موانع صادرات

فصل دوم : برنامه ریزی راهبردی جهت توسعه صادراتی صنایع سنگ

- ۳۸ ۱-۲- مقدمه
- ۴۳ ۲-۲- رویکردهای برنامه ریزی راهبردی در پژوهش
- ۴۴ ۱-۲-۲- مدیریت راهبردی
- ۴۴ ۲-۲-۲- مراحل مدیریت راهبردی
- ۴۴ ۳-۲-۲- تدوین استراتژی
- ۴۵ ۴-۲-۲- اجرای استراتژی
- ۴۵ ۵-۲-۲- ارزیابی استراتژی
- ۴۵ ۶-۱-۲- معرفی مدیریت راهبردی و اصطلاحات کلیدی در آن
- ۴۷ ۷-۱-۲- تعریف استراتژی
- ۴۷ ۸-۲-۲- اصطلاحات کلیدی در مدیریت راهبردی
- ۴۹ ۹-۲-۲- فرآیند مدیریت راهبردی و تشریح اجزای آن
- ۵۰ ۱۰-۲-۲- الگوی مدیریت راهبردی
- ۵۱ ۱۱-۲-۲- مزایای مدیریت راهبردی
- ۵۴ ۱۲-۲-۲- انواع استراتژی ها
- ۶۱ ۱۳-۲-۲- استراتژی های عمومی (رژیم) مایکل پورتر
- ۶۲ ۳-۲- اصول و مبانی مرتبط با حوزه صادرات
- ۶۴ ۱-۳-۲- تعاریف صادرات
- ۶۴ ۲-۳-۲- توسعه صادرات در صنایع سنگ
- ۶۵ ۳-۳-۲- موانع صادرات
- ۶۵ ۴-۳-۲- شرایط صادرات
- ۶۶ ۵-۳-۲- اصول و قواعد صادرات
- ۶۷ ۶-۳-۲- نقش اطلاع رسانی در صادرات
- ۶۸ ۷-۳-۲- مراحل انجام صادرات
- ۶۹ ۸-۳-۲- مدیریت واردات برای توسعه صادرات
- ۷۰ ۹-۳-۲- راه کارهای اجرایی توسعه تولید و صادرات کشور
- ۷۵ ۱۰-۳-۲- صادرات و موانع پیش رو
- ۷۷ ۱۱-۳-۲- مزیت های رقابتی کشورها
- ۷۸ ۱۲-۳-۲- رقابت پذیری و صادرات

- ۷۹ ۲-۳-۱۳-ارکان رقابت پذیری
- ۸۱ ۲-۳-۱۴-بررسی گزارش رقابت پذیری ایران در سال ۲۰۱۰
- ۸۷ ۲-۳-۱۵-خوشه ها، شرکتهای مدیریت صادرات و کنسرسیوم های صادراتی
- ۹۰ ۲-۳-۱۶-مشکلات سر راه صادرات بنگاه های کوچک و متوسط
- ۹۱ ۲-۳-۱۷-تقسیم بندی موانع و مشکلات توسعه صادرات
- ۹۲ ۲-۳-۱۸-رفع موانع و مشکلات بنگاه های کوچک و متوسط
- ۹۳ ۲-۳-۱۹-حمایت از صادرات و مشوق های صادراتی
- ۹۶ ۲-۳-۲۰-فعالیت ها و عوامل بازاریابی جهت موفقیت صادرات
- ۹۷ ۲-۳-۲۱-تاثیر پیوستن به سازمان تجارت جهانی بر عملکرد صنایع
- ۹۹ ۲-۳-۲۱-معرفی سازمان توسعه تجارت ایران
- ۱۰۰ ۲-۴-۴-بررسی وضعیت معادن سنگ در ایران
- ۱۰۰ ۲-۴-۱-تشریح معادن سنگ مختلف در ایران
- ۱۰۳ ۲-۴-۲-بررسی وضعیت استخراج معادن سنگ در ایران
- ۱۰۳ ۲-۵-۵-وضعیت صنایع تبدیلی سنگها، معدنی به سنگ های تزئینی در ایران
- ۱۰۴ ۲-۵-۱-واحدهای فعال فرآوری سنگ
- ۱۰۵ ۲-۵-۲-واحدهای در دست بهره برداری فرآوری سنگ
- ۱۰۵ ۲-۵-۳-وضعیت صنایع تبدیلی سنگ های معدنی
- ۱۰۶ ۲-۵-۴-جایگاه جهانی صنعت سنگ ایران
- ۱۰۶ ۲-۵-۵-مسائل پیش روی صنعت سنگ
- ۱۰۸ ۲-۵-۶-راهکارهای توسعه تولید در صنعت سنگ
- ۱۰۸ ۲-۵-۷-وضعیت صادرات ماشین آلات و تجهیزات در صنعت سنگ
- ۱۱۰ ۲-۵-۸-بررسی وضعیت تولید سنگ در ایران و جهان
- ۱۱۲ ۲-۶-۶-بررسی وضعیت معادن سنگ در استان و مزیت های ویژه استان
- ۱۱۲ ۲-۶-۱-وضعیت معادن سنگ در استان
- ۱۱۲ ۲-۶-۲-مزیت های ویژه استان
- ۱۱۳ ۲-۷-وضعیت تولید محصولات سنگ در استان
- ۱۱۴ ۲-۸-وضعیت کلی صادرات سنگ استان در دوره ۱۳۹۴-۱۳۹۰
- ۱۱۶ ۲-۹-جایگاه جهانی صادرات ایران و سهم استان در وضعیت صادرات کشور
- ۱۱۶ ۲-۹-۱-تعریف سنگ
- ۱۱۸ ۲-۹-۲-بررسی صادرات سنگ کشور ایران (۱۳۹۲-۱۳۸۵)

- ۱۱۹ ۳-۹-۲- مقایسه حجم و ارزش صادرات سنگهای کارنشده (۱۳۸۵-۱۳۹۲)
- ۱۲۱ ۴-۹-۲- مقایسه حجم و ارزش صادرات سنگهای کارشده (۱۳۸۵-۱۳۹۲)
- ۱۲۲ ۵-۹-۲- وضعیت صادرات در ایران
- ۱۲۳ ۶-۹-۲- وضعیت صادرات سنگ در جهان
- ۱۲۳ ۷-۹-۲- وضعیت صادرات جهانی و کشورهای صادراتی سنگ (۲۰۰۴-۲۰۱۳)
- ۱۲۵ ۸-۹-۲- وضعیت کلی صادرات سنگ استان زنجان در دوره ۱۳۹۰-۱۳۹۴
- ۱۲۷ ۱۰-۲- جایگاه استان در صادرات محصولات صنایع سنگ
- ۱۲۷ ۱-۱۰-۲- جایگاه صادرات سنگ استان
- ۱۲۸ ۲-۱۰-۲- تشریح وضعیت صادراتی استان (۱۳۹۰-۱۳۹۴)

فصل سوم: روش شناسی تدوین راهبردهای توسعه صادراتی در صنایع سنگ

- ۱۳۲ ۱-۳- مقدمه
- ۱۳۳ ۲-۳- روش و چارچوب پژوهشی پژوهش
- ۱۳۴ ۱-۲-۳- مدل مفهومی پژوهش
- ۱۴۰ ۲-۲-۳- چشم انداز
- ۱۴۰ ۳-۲-۳- مأموریت
- ۱۴۰ ۴-۲-۳- ارزش ها
- ۱۴۰ ۵-۲-۳- ارزیابی عوامل خارجی
- ۱۴۱ ۶-۲-۳- ارزیابی عوامل داخلی
- ۱۴۱ ۷-۲-۳- تحلیل استراتژیک "اس دلبیو او تی"
- ۱۴۱ ۸-۲-۳- تحلیل استراتژیک کمی
- ۱۴۲ ۳-۳- جامعه و نمونه آماری
- ۱۴۳ ۴-۳- روش نمونه گیری و حجم نمونه
- ۱۴۳ ۵-۳- روش گردآوری اطلاعات
- ۱۴۵ ۶-۳- ابزار گردآوری اطلاعات
- ۱۴۵ ۷-۳- روایی و پایایی ابزار جمع آوری اطلاعات
- ۱۴۶ ۸-۳- قلمرو پژوهش
- ۱۴۶ ۱-۸-۳- قلمرو زمانی

- ۱۴۶ ۳-۸-۲- قلمرو مکانی
- ۱۴۶ ۳-۸-۳- قلمرو موضوعی
- ۱۴۶ ۳-۹- الگوی تجزیه و تحلیل اطلاعات

فصل چهارم: تحلیل اطلاعات و تدوین راهبردهای توسعه صادراتی در صنایع سنگ

- ۱۴۸ ۴-۱- مقدمه
- ۱۴۹ ۴-۲- تعیین نقاط ضعف و قوت صنایع سنگ استان زنجان
- ۱۴۹ ۴-۲-۱- نقاط ضعف و قوت حوزه معدنی
- ۱۴۹ ۴-۲-۱- نقاط ضعف و قوت حوزه صنعت
- ۱۵۰ ۴-۲-۳- نقاط ضعف و قوت حوزه تجارت
- ۱۵۱ ۴-۳- تعیین فرصت ها و تهدیدات در صنایع سنگ استان زنجان
- ۱۵۱ ۴-۳-۱- فرصت ها و تهدیدات حوزه معدن
- ۱۵۲ ۴-۳-۲- فرصت ها و تهدیدات حوزه صنعت
- ۱۵۲ ۴-۳-۳- فرصت ها و تهدیدات حوزه تجارت
- ۱۵۳ ۴-۴- طراحی چک لیست با مساعدت ساتید برحسته دانشگاهی
- ۱۵۵ ۴-۵- اجرای چک لیست و تجزیه و تحلیل اطلاعات
- ۱۵۸ ۴-۶- جهت گیری استراتژی های صنایع سنگ استان زنجان
- ۱۵۹ ۴-۷- شناسایی استراتژی های مرتبط با صنایع سنگ استان زنجان
- ۱۶۲ ۴-۸- ارائه استراتژی های بهینه جهت توسعه صادرات در صنایع سنگ استان زنجان
- ۱۶۲ ۴-۸-۱- طراحی ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک
- ۱۶۴ ۴-۸-۲- پیاده سازی ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی
- ۱۷۱ ۴-۸-۳- اولویت بندی استراتژی های بهینه پیشنهادی

فصل پنجم: نتیجه گیری و ارائه راهبردهای توسعه صادراتی در صنایع سنگ

- ۱۷۴ ۵-۱- مقدمه
- ۱۷۴ ۵-۲- برنامه ریزی راهبردی صنایع سنگ استان زنجان
- ۱۷۴ ۵-۲-۱- هدف

- ۱۷۴ ۵-۲-۲-دامنه کاربرد
- ۱۷۵ ۵-۲-۳-مأموریت
- ۱۷۵ ۵-۲-۴-بیانیه مأموریت صنایع سنگ
- ۱۷۵ ۵-۲-۵-چشم انداز
- ۱۷۶ ۵-۲-۶-ارزش ها
- ۱۷۷ ۵-۲-۷-شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت، تهدید در صنایع سنگ استان
- ۱۸۱ ۵-۲-۸-اجرای چک لیست و تجزیه و تحلیل اطلاعات
- ۱۸۲ ۵-۲-۹-شناسایی استراتژی های مرتبط با صنایع سنگ استان
- ۱۸۵ ۵-۳-تبیین راهبردهای توسعه صادراتی در صنایع سنگ استان زنجان

فهرست جداول

- ۱۲۳ جدول ۱-۲: مشکلات و راهکارها - حوزه صادرات صنایع سنگ در ایران
- ۱۲۴ جدول ۲-۲: وضعیت صادرات نهانی سنگ (۲۰۱۳ - ۲۰۰۴)
- ۱۳۵ جدول ۱-۳: تشریح مراحل تدوین استراتژی در مدل فرد.آر.دیوید
- ۱۴۶ جدول ۲-۳: الگوی تجزیه و تحلیل اطلاعات در مدل فرد.آر.دیوید
- ۱۵۴ جدول ۱-۴: شاخص های عوامل خارجی مؤثر بر صنایع سنگ استان زنجان
- ۱۵۶ جدول ۲-۴: شاخص های عوامل داخلی مؤثر بر صنایع سنگ استان زنجان
- ۱۵۶ جدول ۳-۴: تجزیه و تحلیل عوامل خارجی مؤثر بر صنایع سنگ استان زنجان
- ۱۵۷ جدول ۴-۴: تجزیه و تحلیل عوامل داخلی مؤثر بر صنایع سنگ استان زنجان
- ۱۵۹ جدول ۵-۴: روند شناسایی استراتژی های مرتبط با صنایع سنگ استان زنجان
- ۱۶۰ جدول ۶-۴: طراحی استراتژی های تهاجمی و محافظه کارانه
- ۱۶۱ جدول ۷-۴: طراحی استراتژی های رقابتی و تدافعی
- ۱۷۰ جدول ۸-۴: بررسی و مقایسه امتیاز جذابیت استراتژی های طراحی شده
- ۱۷۱ جدول ۹-۴: اولویت بندی استراتژی های بهینه پیشنهادی
- ۱۸۳ جدول ۱-۵: روند شناسایی استراتژی های مرتبط با صنایع سنگ استان زنجان
- ۱۸۵ جدول ۲-۵: تبیین راهبردهای توسعه صادراتی در صنایع سنگ استان زنجان

فهرست اشکال

- شکل ۱-۱: تعامل بخش های سه گانه مدیریت راهبردی ۳۱
- شکل ۱-۲: چارچوب جامع تدوین استراتژی ۳۳
- شکل ۱-۲: الگوی جامع مدیریت استراتژیک ۵۱
- شکل ۲-۲: مدل الماس پورت ۷۸
- شکل ۲-۳: اهمیت ارکان رقابت پذیری در مراحل مختلف توسعه ۸۷
- شکل ۱-۱: مدل برنامه ریزی راهبردی جهت توسعه صادرات سنگ استان ۱۳۶
- شکل ۱-۴: جهت گیری استراتژی های صنایع سنگ استان زنجان ۱۵۸
- شکل ۱-۴: تصمیم دینار مدل "اسپیس" در صنایع سنگ استان زنجان ۱۶۴
- شکل ۱-۵: جهت گیری استراتژی های صنایع سنگ زنجان ۱۸۲

فهرست نمودارها

- نمودار ۱-۲: ظرفیت تولید سنگ بری استان زنجان ۱۱۴
- نمودار ۲-۲: وضعیت صادرات سنگ استان زنجان ۱۳۹۰-۱۳۹۰ (ارزش ریالی) ۱۱۵
- نمودار ۳-۲: وضعیت صادرات سنگ استان زنجان ۱۳۹۰-۱۳۹۰ (ارزش دلاری) ۱۱۵
- نمودار ۴-۲: وضعیت صادرات سنگ استان زنجان ۱۳۹۰-۱۳۹۰ (حجم صادرات) ۱۱۶
- نمودار ۵-۲: صادرات سنگ تزئینی - ساختمانی ایران (کارخانه) ۱۲۰
- نمودار ۶-۲: کشورهای هدف صادراتی سنگ تزئینی - ساختمانی - کار شده ۱۲۰
- نمودار ۷-۲: کشورهای هدف صادراتی سنگ تزئینی - ساختمانی کار شده ۱۲۱
- نمودار ۸-۲: صادرات سنگ تزئینی - ساختمانی ایران (کار شده) ۱۲۲
- نمودار ۹-۲: ارزش صادرات جهانی سنگ (۲۰۱۳ - ۲۰۰۴) - میلیون دلار ۱۲۵
- نمودار ۱۰-۲: وضعیت صادرات سنگ استان زنجان ۱۳۹۰-۱۳۹۴ (ارزش ریالی) ۱۲۵
- نمودار ۱۱-۲: وضعیت صادرات سنگ استان زنجان ۱۳۹۰-۱۳۹۴ (ارزش دلاری) ۱۲۶
- نمودار ۱۲-۲: وضعیت صادرات سنگ استان زنجان ۱۳۹۰-۱۳۹۴ (حجم صادراتی) ۱۲۷