

شناسایی و بررسی عوامل تاثیرگذار بر توسعه صادرات غیرنفتی به کشور عمان از بندر جنوبی (مورد مطالعه بندر جاسک)

محمد حسین یار احمد زهی^{۱*}، مرتضی سالاری سردری^۲

۱- استادیار دانشگاه دریانوردی و علوم دریایی چابهار

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه دریانوردی و علوم دریایی چابهار

چکیده

با توجه به موقعیت استراتژیک ایران در منطقه و جهان، دسترسی به ذخایر معدنی و نفتی، بازارهای مصرف منطقه ای و جهانی همچنین، با تمرکز بر نیروهای جوان و مستعد داخلی، حمایت از توان و تولید داخلی با ایجاد ارزش افزوده و جلوگیری از خام فروشی، می توان شاهد توسعه صادرات غیرنفتی و افزایش درآمدهای ارزی و شکوفایی اقتصادی بود. با نگاه اجمالی به آمار واردات عمان و سهم اندک صادر کنندگان کشور ما از این بازار، با وجود مزیت همجواری با آن کشور، بیانگر وجود عوامل تاثیرگذار بر سر راه صادرات غیر نفتی است. در این تحقیق با گردآوری داده ها و تجزیه و تحلیل آنها، به شکل کاملاً ملموس عوامل تاثیرگذار بر صادرات غیر نفتی به کشور عمان شناسایی شده است. پس از بررسی تحقیقات و پژوهش های انجام شده داخلی و خارجی در زمینه شناسایی عوامل تاثیرگذار بر صادرات غیر نفتی، این عوامل در ۵ گروه عمده دسته بندی شدند: ۱- عوامل اقتصادی ۲- عوامل اجتماعی-فرهنگی ۳- عوامل مدیریتی ۴- عوامل سیاسی و بین المللی ۵- عوامل جغرافیایی. سپس پرسشنامه ای با ۶۷ سوال تنظیم و بین ۵۰ نفر از صادر کنندگان، مدیران اقتصادی، مدیران عملیاتی بندر، تصمیم گیران عملیات بندر، مالکان شناورها و مدیران شرکت های نمایندگی کشتیرانی بصورت فیزیکی و الکترونیکی توزیع و جمع آوری گردید. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها، از نرم افزار SPSS 22 و آزمون t تک نمونه ای در بررسی عوامل تاثیرگذار بر صادرات غیرنفتی از بندر جاسک به کشور عمان استفاده شد. همچنین از آزمون فریدمن برای رتبه بندی عوامل تاثیرگذار بر صادرات غیر نفتی از بندر جاسک به کشور عمان استفاده گردید. براساس نتایج بدست آمده، متوجه می شویم که همه ابعاد پنج گانه تاثیرگذار بر صادرات غیرنفتی از بندر جاسک به ترتیب عوامل مدیریتی، اجتماعی- فرهنگی، سیاسی و بین المللی، جغرافیایی و اقتصادی هستند. این ابعاد دارای سطح معنی داری کوچکتر از ۰/۰۰۱ می باشند که براساس آن فرضیه صفر این مؤلفه ها حداقل سطح اطمینان ۰/۹۵ درصد رد شده و فرض مخالف بر حضور این مؤلفه ها در آزمون t تک نمونه ای تحقیق حاضر پذیرفته می شود. نتایج حاصل از روش

¹ Corresponding author

E-mail address: varahmadzahi@cmu.ac.ir

Postal Address: Iran, Chabahar Maritime University

شناسایی و بررسی عوامل تاثیرگذار بر توسعه صادرات غیرنفتی به کشور عمان....

رتبه بندی فریدمن بیانگر آن است که: به ترتیب عوامل مدیریتی با مقدار ۳/۷۳ رتبه اول، عوامل اجتماعی- فرهنگی با مقدار ۳/۳۱ رتبه دوم، عوامل سیاسی و بین المللی با مقدار ۳/۱۸ رتبه سوم، عوامل جغرافیایی با مقدار ۲/۴۱ رتبه چهارم و عوامل اقتصادی با مقدار ۲/۳۷ دارای رتبه پنجم از نظر میزان تاثیر گذاری بر صادرات غیر نفتی به کشور عمان می باشند.

کلیدواژه: صادرات غیر نفتی، بندر جاسک، عمان، عوامل اقتصادی، عوامل مدیریتی

۱. مقدمه

از سال ۱۲۸۷ هجری شمسی (۱۹۰۸ میلادی) که نفت توسط ویلیام ناکس داریسی در ایران کشف شد، بیش از ۱۱۰ سال می گذرد. حجم عظیم ذخایر نفتی و تعداد محدود کشورهای دارای ذخایر نفتی سهل الوصول و همچنین نیاز روزافزون کشورهای توسعه یافته و بزرگ دنیا به انرژی، باعث شد که دولتمردان ما در طی این سالیان عمده نگاهشان به درآمدهای حاصل از فروش نفت خام باشد. با افزایش جمعیت، توسعه صنایع داخلی و نیاز آنها به انرژی و مهمتر از همه تجدید ناپذیر بودن ذخایر نفت و گاز، اقتصاد دانان و دولتمردان را به سمت حرکت به سوی کم کردن اتکا به صادرات نفت خام و رویکرد توسعه صادرات غیرنفتی سوق داد. به اعتقاد آگاهان مسائل اقتصادی، اتکا به درآمدهای نفتی حاصل از صدور نفت خام، مانع از آن شده است که مسئولان برای ایجاد تنوع در منابع درآمدی و توسعه صادرات غیر نفتی بطور اساسی چاره اندیشی کنند. افزایش جمعیت، کاهش تدریجی ذخایر نفتی و تنزل بازده چاههای نفتی از مواردی است که نیاز به ارز را افزایش می دهد و اقتصاد ایران برای بازسازی و توسعه به ارز بیشتری نیاز خواهد داشت، بنابراین راهی بجز تاکید بر صادرات غیر نفتی وجود نخواهد داشت (رجیبیان، ۱۳۸۰). بر این اساس در سالهای اخیر تغییر جهت محسوسی در راهبرد توسعه اقتصادی کشور مشاهده شده است. تاکید بر صادرات غیرنفتی یکی از راهبردهای برنامه های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور (برنامه های پنج ساله) از برنامه سوم تاکنون بشمار آمده است (کاظم زاده و ابونوری، ۱۳۸۵). برای انجام صادرات راه های مختلفی در زمینه حمل و نقل وجود دارد و در این بین حمل و نقل دریایی در مقایسه با سایر شقوق حمل و نقل، مزایایی از قبیل هزینه پایین تر، پرداخت وجه در مقابل اسناد معتبر و سرعت در جابجایی حجم بالایی از کالا، به همراه دارد. به همین دلایل بیش از ۹۰ درصد حمل و نقل کالا و تجارت بین المللی از طریق حمل و نقل دریایی انجام می شود. از نظر تناژ شش میلیارد تن از جابجایی و تجارت جهانی به حمل و نقل دریایی اختصاص دارد (توماج و همکاران، ۱۳۹۶) و کشورهایی که به دریای های آزاد جهان دسترسی داشته باشند می توانند از این مزیت در جهت رونق اقتصادی بهره گیری نمایند.

باتوجه به موقعیت استراتژیک ایران در منطقه و جهان، دسترسی به ذخایر معدنی و نفتی و بازارهای مصرف منطقه ای و جهانی، می توان با تمرکز بر نیروهای جوان و مستعد داخلی و حمایت از توان و تولید داخلی با ایجاد ارزش افزوده و جلوگیری از خام فروشی، شاهد توسعه صادرات غیرنفتی و افزایش درآمدهای ارزی و شکوفایی اقتصادی باشیم. با توجه به اهمیت موضوع صادرات غیر نفتی و شناسایی عوامل بازدارنده آن در این تحقیق به این مقوله پرداخته می شود. بانگاه اجمالی به آمار واردات عمان و سهم اندک صادرکنندگان کشور ما از این بازار، باوجود مزیت همجواری با آن کشور، بیانگر وجود موانع

شناسایی و بررسی عوامل تاثیرگذار بر توسعه صادرات غیرنفتی به کشور عمان....

ومسایلی برسر راه صادرات غیرنفتی به این کشور است. شناسایی این عوامل به روش علمی و ارائه راهکارهای عملی به فعالان اقتصادی و تجارت خارجی می تواند باعث رونق اقتصادی و افزایش درآمدهای ارزی و بهبود فضای کسب و کار شود. همچنین در این زمینه با گردآوری داده ها و تجزیه و تحلیل آنها، به شکل کاملاً ملموس عوامل تاثیر گذار بر صادرات غیر نفتی به کشور عمان شناسایی شد و با در اختیار گذاردن این یافته ها به فعالین اقتصادی و تجار و مدیران اقتصادی، آنها را برای ایفای نقشی پررنگ تر و کسب سهم بازاری بیشتر در منطقه مورد مطالعه، یاری خواهد نمود.

۲. مبانی نظری تحقیق (مبانی تجربی)

۲-۱ چارچوب تجربی تحقیق

صادرات یک ساختار مبتنی بر کسب بازارهای جدید است که با هدف رشد و سودآوری بیشتر و موفقیت در حیطه تجاری و اقتصادی مورد نظر انجام می پذیرد. کشورهای که در تجارت بین المللی سهم فعال دارند، زمینه ی بیشتر را برای شهروندان خویش فراهم نموده و سریع تر رشد و پیشرفت می کنند (هاشمی، ۱۳۹۷). حذف مرزهای اقتصادی و سیاسی (همچون، نفتا و اتحادیه اروپا) و توسعه در تکنولوژی ارتباطات، عرصه بازرگانی بین المللی را تغییر داده است. این محیط بازرگانی جدید تحت تأثیر متقابل نیروهای بازار قرار دارد و ابزارهای حمایتی در این محیط جدید کارایی خود را از دست داده اند و چنین ساختاری زمینه گسترش مبادلات تجاری و صادرات را فراهم آورده است. صادرات نقشی کلیدی در کسب و شناسایی بازارهای جدید دارد که می تواند برای شرکت ها و سازمان های مختلف در حیطه های متفاوت امکان تولید بیشتر و در نتیجه سودآوری بیشتری را همراه داشته باشد (سلطان آزمان، ۲۰۱۸). این سودآوری و رشد صادرات از ابعاد مختلفی قابل بررسی است که در مهمترین ساختار آن، ضمن ایجاد و گسترش نیروی کار بکار گیرنده و منابع انسانی، زمینه تولید، سودآوری و رونق اقتصادی را فراهم می گرداند (مریس و همکاران، ۲۰۱۶). یکی از مهمترین انواع تجارت و انتقالات مادی به عرصه صادرات و واردات و عوامل مربوط به آن بر می گردد (کانت، ۲۰۱۵). صادرات و واردات نقش کلیدی در اقتصاد و تامین منابع ضروری هر کشوری دارد (اقیکوم، ۲۰۱۵) و عدم توجه به آن برای مردم جامعه و آن کشور هزینه های بالایی را دربر دارد، در دو دهه اخیر، صادرات یکی از در حال رشدترین فعالیتهای اقتصادی بوده است. صادرات یک فعالیت بازرگانی حیاتی است که به ثروت ملی، ایجاد شغل، توازن تجاری، رشد اقتصادی و استانداردهای بالاتر زندگی کمک می کند. صادرات نقش کلیدی در رسیدن به مزایای رقابتی پایدار در بازارهای پرتلاطم ایفا می کند. چون سبب رشد شرایط اقتصادی، بهبود استانداردهای فنی و رسیدن به عملکرد دلخواه می گردد (اورا، ۲۰۱۵). فرآیند

صادرات بدلیل مزایای فراوان بین کشورهای دنیا در حال رشد است. از اینرو تحقیقات زیادی جهت یافتن عوامل مهم در عملکرد صادراتی انجام شده است. اگرچه تحقیقات انجام شده کمکهای فراوانی به روشن شدن موضوع کرده اند، همچنان اختلاف نظرهایی بین آنها وجود دارد. مهمترین دلیل این اختلافات این است که تحقیقات گذشته هر کدام صرفاً در یک کشور انجام شده است و مدلهای ارائه شده منعکس کننده شرایط صادراتی آن کشور خاص بوده اند (زو، ۱۹۹۸). هر کشوری با شروع مبادلات بین المللی عوامل تولید خود را در عرضه محصولاتی به کار می برد که بازده بیشتری دارند و آنها را با محصولات دیگر کشورها مبادله می کند. حتی شرکتهایی که تصمیم به فعالیت در داخل مرزهای کشورشان می گیرند با چالشهای ناشی از رقابت بین المللی رو به رومی شوند. در این شرایط صادرات به عنوان یک راهبرد اساسی برای بقا و رشد شرکتهای مطرح می شود متغیرهای بسیاری می توانند بر عملکرد صادراتی تاثیرگذار باشند که از میان آنها می توان به متغیرهای مدیریتی (مانند تعهدات صادراتی و غیره...) متغیرهای فیزیکی (مانند اندازه و مکان شرکت و غیره...) متغیرهای سازمانی یا تشکیلاتی (مانند قابلیت های شرکت و استراتژی عمومی صادرات و غیره...) و منابع ارتباطی (مانند پیوستگی های زنجیره تامین و غیره...) اشاره کرد (ایبه و ویلر، ۲۰۰۵).

۲-۲ عملکرد صادراتی

در عصر جهانی سازی، عملکرد صادراتی به طور متوالی به یکی از مهم ترین متغیرها تبدیل شده است. کسب و کار شرکت ها سرشار از اطلاعات و داده می باشد. به دنبال توسعه تئوریک در زمینه استراتژی، توجهات در مورد عملکرد صادراتی بر ساختار صنعت منعطف شده است. بیشتر تحقیقات در زمینه ی عملکرد صادراتی به یک بخش از آن متمرکز شده است و بر منابع شرکت و قابلیت های صادراتی آن تمرکز دارد. رویکرد مبتنی بر منابع بر متغیرهای کنترل (منابع و قابلیت های شرکت) توجه و تمرکز می کنند، که این دو عامل از طریق شرکت با هم ترکیب شده و توسعه می یابد. در فرآیند ایجاد ارزش، در بازارهای بالقوه و جاری این دو عامل اهمیت بسیاری دارد. برای دستیابی به مزیت رقابتی در بازارهای متفاوت و افزایش درآمد، ارزیابی عملکرد صادراتی اهمیت فراوانی دارد (کالکا^۲، ۲۰۱۲). جهانی سازی مهمترین عامل برای نگران بودن عملکرد صادراتی شرکتهای است. رشد جهانی سازی موجب شده است که شرکتهای به عملکرد صادراتی خود توجه بیشتری داشته باشند. این عملکرد موجب شده است که عملکرد صادراتی تحت تاثیر عوامل زیادی قرار گیرند. ویژگیهای صنعت و محصولات صادراتی از جمله این

² Calka

عوامل می باشند (بلومر^۳، ۲۰۱۲). عملکرد صادراتی نوعی مهندسی در رشد اقتصادی کشورها است که در رقابت بین کشورها اهمیت دارد. تعریف کامل و جامعی از عملکرد صادرات وجود ندارد زیرا تعاریف مفهومی به محتوای تحقیق بستگی دارد. عملکرد صادراتی استراتژیک برگرفته از محتوایی است که شرکتها به اهداف استراتژیک خود دست یابند، این اهداف شامل رقابت، افزایش سهم بازار و وضعیت شرکت است. رضایت مندی مدیران با عملکرد صادراتی در ارتباط و با مقایسه با رقبای خاصی می باشد (تاینگی و پورچیس، ۲۰۱۱). میزان موفقیت یک شرکت در امر صادرات را می توان با عملکرد صادراتی آن ارزیابی نمود. برای سنجش عملکرد صادراتی، سه معیار مختلف مالی، غیرمالی و مرکب وجود دارد. معیارهایی چون فروش، سود و رشد از جمله معیارهای مالی و معیارهایی نظیر موفقیت، رضایت، دستیابی به اهداف از جمله معیارهای غیرمالی به شمار می آیند. معیارهای مرکب نیز بر اساس انواع متنوعی از معیارهای عملکردی بنا شده اند (محمود زاده و زیبایی، ۱۳۸۳).

مودسون (۱۹۹۸) عملکرد صادراتی را اینگونه تعریف کرد: عملکرد صادراتی یکی از جنبه های اساسی برای تصمیم گیری در تجارت بین الملل است. محققان مختلفی در مورد این مفهوم و یا تعریف عملیاتی آن موافق نیستند. این تعاریف اغلب به نتایج متضاد منجر می شود. یکی از مهم ترین دلایل، عدم وجود مقیاس مناسب برای ارزیابی آن است. مطالعات مختلف، معیارهای مختلف را بیان می کند که نتایج مختلفی را نیز در بردارد. کاوسگیل و زو^۴ (۲۰۰۰) عملکرد صادراتی را توسعه دستاوردهای شرکت و دستیابی به اهداف صادراتی در بازارهای خارجی تعریف کردند. اهداف اقتصادی (سود، فروش، هزینه)، اهداف استراتژیک (توسعه بازار، افزایش سهم بازارهای خارجی و غیره...). اگرچه اغلب محققان در مورد ماهیت ابعاد چندگانه موافق نیستند. از این طریق عملکرد صادراتی می تواند از چندین طریق مفهوم سازی و تعریف گردد. عملکرد صادراتی باید در برگیرنده ی رضایت مندی مدیریتی باشد زیرا مقیاس های عملکرد در مقابل انتظارات سازمانی قرار می گیرد و بر استراتژی های آینده تاثیر می گذارد. از سوی دیگر رضایت مندی از عملکرد صادراتی نیز نوعی مفهوم و متغیر روان شناختی می باشد (ناوارو و آسدو^۵، ۲۰۱۰). شرکتها باید منابع خود را برای دستیابی به عملکرد صادراتی به صورت بهینه مصرف کنند. زیرا در محیط رقابتی فرصت ها و تهدیدهای بسیاری برای تخصیص این منابع وجود دارد. منابع نامحسوس شرکت عبارت هستند از دانش و تجربه، کسب اطلاعات بازار، ارتباط بین تکنولوژی و کسب

³ Bloomer

⁴ Zoo

⁵ Navaro and Asedo

وکار. از دیگر منابع ناملموس نیروی انسانی را می توان نام برد. نیروی انسانی پس از آموزش قابلیت تجربه و قضاوت بدست می آورد (تاینگی و پورچیس، ۲۰۱۱).

۳-۲ اهمیت حمل و نقل دریایی

حمل و نقل دریایی درمقایسه با سایر شقوق حمل و نقل، مزایایی از قبیل هزینه پایین تر، پرداخت وجه در مقابل اسناد معتبر و سرعت در جابجایی حجم بالایی از کالا به همراه دارد. به همین دلایل بیش از ۹۰ درصد حمل و نقل کالا و تجارت بین المللی از طریق حمل و نقل دریایی انجام می شود (توماج وهمکاران، ۱۳۹۶). امروزه آبراهه های بین المللی با صرفه ترین راه انتقال کالا شناخته می شوند و از آنجایی که کشتی ها از ظرفیت و امکانات بیشتری برخوردارند، تسلط کشورها بر آبراهه ها نه تنها می تواند به عنوان اقتصادی ترین راهکار حمل و نقل کالامحسوب گردد، بلکه در تحکیم اصول و مبانی استقلال اقتصادی و حفظ حقوق کشورها در دریا از موقعیت ویژه ای برخوردار شده است. عوامل اصلی برتری حمل و نقل دریایی بر سایر شقوق حمل و نقل عبارتند از:

۱- هزینه پایین تر حمل و نقل کالا از راه دریا نسبت به سایر روش های حمل

۲- جابجایی حجم انبوه کالا

۳- جابجایی کالاهایی با وزن زیاد

۴- انتقال سریع و کم خطر تر کالا نسبت به سایر شقوق حمل و نقل (حمیدی و همکاران، ۱۳۸۵)

به گزارش سازمان توسعه و تجارت سازمان ملل متحد یا آنکتاد^۶ (UNCTAD) حمل و نقل دریایی در سال ۲۰۱۷ شاهد رشد ۴ درصدی بود که سریعترین میزان رشد را در ۵ سال گذشته تجربه کرد. این رشد بدلیل اصلاح ساختار اقتصادی جهانی و بهبود تجارت جهانی و رسیدن آن عدد به ۱۰/۷ میلیارد تن بود. در این میان حمل و نقل کانتینری و کالاهای فله خشک سریعترین رشد را به ثبت رسانده است. بدنبال عملکرد نسبتاً ضعیف حمل و نقل کانتینری در سالهای ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ حمل کالاهای کانتینری در سال ۲۰۱۷ رشد ۶/۴ درصدی داشته است. در حالیکه حمل کالای فله ی خشک از ۱/۷ درصد رشد در سال ۲۰۱۶ به ۵/۱ درصد رشد در سال ۲۰۱۷ افزایش یافته است. حمل و نقل دریایی نفت خام از ۴ درصد در سال ۲۰۱۶ به ۲/۴ درصد در سال ۲۰۱۷ کاهش یافت و محصولات نفتی پالایش شده و گاز مایع در سال ۲۰۱۷، ۳/۹ درصد افزایش را تجربه کرده است. در همین گزارش پیش بینی می شود حمل و نقل دریایی کالا رشد سالیانه ی ۳/۸ درصدی بین سال های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۳ داشته باشد.

^۶ Tainghi and Porchis

^۷ United Nations Conference on Trade & Development

شناسایی و بررسی عوامل تاثیرگذار بر توسعه صادرات غیرنفتی به کشور عمان....

در حالیکه آینده نگری برای تجارت دریا برد مثبت پیش بینی می شود توصیه شده است که بدلیل عوامل عدم اطمینان محیطی شامل جغرافیای سیاسی، ریسکهای تجاری و اقتصادی و جابجایی ساختاری اقتصاد جهانی مانند توازن اقتصاد چین، ممکن است درسالهای پیش رو شاهد رشد کمتر زنجیره ارزش جهانی و تغییرات در جابجایی انرژی جهانی (حمل و نقل جهانی انرژی دریایی) باشیم. به این موضوع می توان هوشمندسازی جهانی و ظهور بازارهای جدید نیز اضافه کرد که میتواند جریان و الگوی حمل و نقل دریایی کالا را بازتعریف و تغییر دهد (UNCTAD 2018, www.unctad.org).

۲-۴ پیشینه تحقیق

پیکرنل^۸ و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی برنامه‌های ارتقاء عملکرد صادراتی در شرکت‌های کسب و کاری کوچک و متوسط پرداختند. نتایج تحقیق آنها نشان داد که برنامه‌های مبتنی بر اطلاعات و تجربه زمینه ساز تقویت و بهبود عملکرد کسب و کاری چه در فضای داخلی و چه در فضای بیرونی می‌شود. از سوی دیگر ارتباط با کسب و کارهای خارجی نیز در راستای بهبود عملکرد صادراتی می‌باشد. در نهایت محقق این موضوع را بحث نموده بود که عملکرد ارتباطی و همچنین برنامه‌های ارتقاء عملکرد اطلاعاتی زمینه ساز تقویت عملکرد صادراتی نمی‌شوند این در حالی است که برنامه‌های مبتنی بر تجربه زمینه را برای بهبود عملکرد صادراتی مهیا می‌نماید (پیکرنل^۸ و همکاران، ۲۰۱۷). اصغری (۲۰۱۷) با ارزیابی مقوله‌های صادراتی پرداخت. نتایج مطالعه آنها نشان می‌دهد که متغیرهای تعهد مدیریت، منابع و شدت رقابت تاثیر مثبتی بر کارآفرینی صادراتی دارند، در حالی که فاصله بازار متغیر تاثیر مثبتی بر کارآفرینی صادرات ندارد. علاوه بر این، کارآفرینی صادرات تاثیر مثبتی بر عملکرد صادراتی دارد (اصغری، ۲۰۱۷). ماریس^۹ (۲۰۱۶) به بررسی رابطه سرمایه انسانی، سرمایه سازمانی، سرمایه تکنولوژیکی و سرمایه اجتماعی پرداختند. آنها چهار عامل مورد بررسی قرار می‌گیرند که اهداف صادرات غیرمستقیم SME در کشورهای در حال توسعه، یعنی سرمایه انسانی، سرمایه سازمانی، سرمایه تکنولوژیکی و سرمایه اجتماعی را بررسی می‌کند و اثرات آن بر صادرات مستقیم و غیر مستقیم به عنوان شاخص‌های اثر گذار بر صادرات نشان می‌دهد (ماریس^۹، ۲۰۱۶).

زهیر^{۱۰} و همکاران (۲۰۱۵) در تحقیقی به بررسی نقش تعدیل کنندگی قابلیت‌های نوآوری و عملکرد صادراتی در شرکت‌های برتر صادر کننده در کشور ترکیه پرداخته‌اند. نتایج تحقیق آنها نشان داد قابلیت

⁸ Pickernell

⁹ Pickernell

¹⁰ Maris

¹¹ Maris

¹² Zehir

های نو آوری تاثیر چشمگیری بر عملکرد صادراتی دارد (زهیر^{۱۳} و همکاران، ۲۰۱۵). لاگز و مونتگمری^{۱۴} (۲۰۱۵) به بررسی نقش اعتماد و تعهد بر عملکرد صادراتی شرکتها پرداختند. نتایج به دست آمده موید این موضوع است که تعهد و اعتماد زمینه را برای تقویت و بهبود عملکرد صادراتی مهیا می‌کند. از سوی دیگر جهت‌گیر نوام با شایستگی در دو بخش ارتباطی و همچنین کارآفرینی گرایبی است که می‌تواند زمینه را برای بهبود عملکرد صادراتی مهیا کند (مونتگمری^{۱۵}، ۲۰۰۹).

رحمان^{۱۶} (۲۰۱۰) به دنبال شناسایی عوامل مؤثر بر صادرات بنگلادش پرداخت. نتایج تحقیق وی نشان می‌دهد که عمده عوامل اثر گذار در صادرات بنگلادش، نرخ ارز، تقاضای کل واردات شریک و باز بودن اقتصاد بنگلادش است. تمام این عوامل بر صادرات کشور تاثیر مثبت دارد. هزینه حمل و نقل اثرات منفی اما ناچیز بر صادرات بنگلادش دارد (رحمان^{۱۷}، ۲۰۱۰). سینگر^{۱۸} (۱۹۹۴) در بررسی شناسایی عوامل ترویج صادرات پرداخت. نتایج نشان می‌دهد که تعهد، پایداری مدیریت عامل مهم تر در ترویج صادرات از مرحله صادرات یا خدمات مورد استفاده شرکت است (سینگر^{۱۹}، ۱۹۹۴). رضایی (۱۳۹۶) به بررسی تأثیرپذیری عملکرد صادراتی از استراتژیهای بازاریابی بین الملل پرداخت. نتایج تحقیق وی نشان داد که استراتژی بازاریابی بین الملل و استراتژی کاملاً انطباقی بر عملکرد صادراتی تأثیر معناداری دارد. همچنین استراتژی کاملاً استاندارد سازی بر عملکرد صادراتی و استراتژی نسبتاً استاندارد سازی و استراتژی نسبتاً انطباقی تأثیر معنی داری بر عملکرد صادراتی ندارد (رضایی، ۱۳۹۶). دهکردی و مهرانی (۱۳۹۵) به بررسی تأثیر مشتری محوری و تعهد رفتاری و ارتباطی بر روی توسعه صادرات در حوزه غیرنفتی پرداختند. نتایج تحقیق وی نشان می‌دهد که مشتری محوری بر روی تعهد رفتاری اثر مثبت و مستقیم دارد (دهکردی و مهرانی، ۱۳۹۵). غلامی چیرانی (۱۳۹۵) به بررسی و تحلیل تاثیرگذاری استراتژیهای کسب و کار بر عملکرد صادراتی با توجه به نقش میانجی استراتژی های بازاریابی و نوآوری پرداخته است. نتایج تحقیق وی نشان داد که با افزایش استراتژی های کسب و کار و استراتژی های بازاریابی و استراتژی های نوآوری، عملکرد صادراتی بطور معنی داری افزایش می یابد (غلامی چیرانی، ۱۳۹۵).

عرب مازار و قاسمی (۱۳۹۳) به شناسایی عوامل مؤثر بر صادرات غیرنفتی ایران و با استفاده از چارچوب ذهنی عدم اطمینان مدل به بررسی عوامل مؤثر بر صادرات غیرنفتی پرداختند. نتایج مطالعه آنها نشان می‌دهد که شش متغیر نرخ ارز آزاد، تولید ناخالص داخلی، تورم، سرمایه گذاری بخش

¹³ Zehir

¹⁴ Lages and Montgomery

¹⁵ Lages and Montgomery

¹⁶ Rahman

¹⁷ Rahman

¹⁸ Singer

¹⁹ Singer

شناسایی و بررسی عوامل تاثیرگذار بر توسعه صادرات غیرنفتی به کشور عمان.....

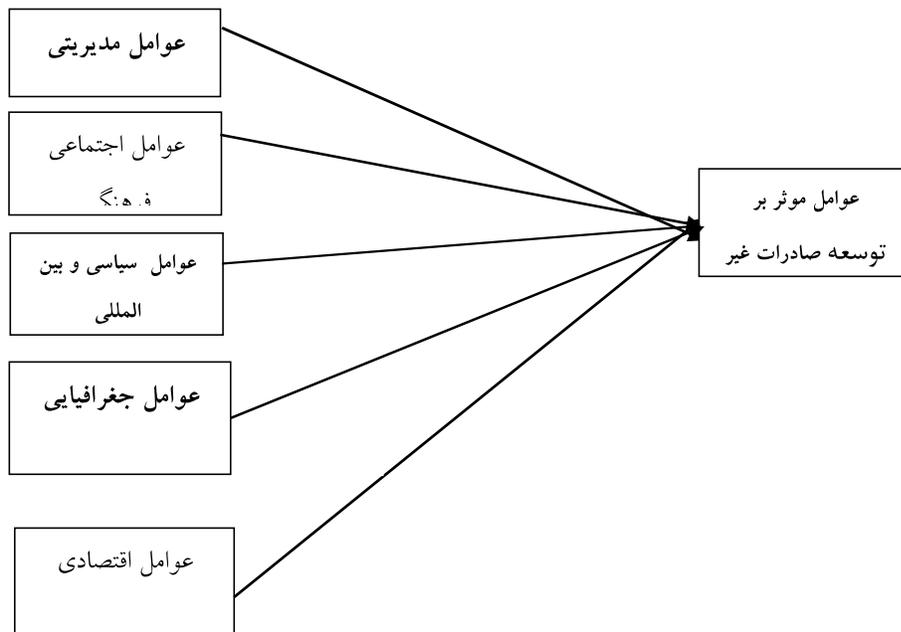
خصوصی، تسهیلات سیستم بانکی به بخش صنعت و معدن و بی‌ثباتی نرخ ارز، بعنوان متغیرهای موثر بر صادرات غیرنفتی کشور به شمار می‌روند (عرب مازاروقاسمی، ۱۳۹۳). دژپسند و همکاران (۱۳۹۰) به بررسی عوامل موثر بر صادرات غیرنفتی با تاکید بر عوامل غیرقیمتی پرداختند. نتایج تحقیق آنها نشان می‌دهد که صادرات غیرنفتی به طور اساسی به وضعیت متغیرهای غیرقیمتی وابسته بوده و این تاثیر قابل ملاحظه و تعیین کننده است، بطوری که تاثیر مثبت بهره وری، درجه باز بودن اقتصاد و تولید ناخالص داخلی بر صادرات غیرنفتی اثر قابل توجهی دارد، البته با توجه به وجود مشکلات مبنایی که در بخش تولید و صادرات کشور وجود دارد و با عنایت به نتایج برآورد شده، نرخ ارز تاثیر معنی داری بر صادرات غیرنفتی ندارد (دژپسند و همکاران، ۱۳۹۰). هوشمند و همکاران (۱۳۸۹) به بررسی عوامل موثر بر صادرات غیرنفتی ایران پرداختند. نتایج تحقیق آنها نشان می‌دهد که درآمد جهانی و نرخ ارز حقیقی تاثیر مثبت و معنی داری بر تقاضای صادرات داشته اند، همچنین سرمایه گذاری زیرساختی دولت دارای تاثیر مثبتی بر عرضه صادرات است. از طرفی به نظرمی رسد سرمایه گذاری مستقیم خارجی و مازاد تقاضای داخلی هرچند از لحاظ آماری تاثیر معنی داری بر عرضه صادرات نداشته اند (هوشمند و همکاران، ۱۳۸۹). صالحی همکاران (۱۳۸۶) به بررسی عوامل موثر بر عرضه صادرات غیرنفتی و تقاضای واردات پرداختند. نتایج مطالعه آنها نشان داد که ارزش افزوده بخش کشاورزی، صنعت، شاخص ضمنی قیمت واردات و درآمدهای نفتی، تاثیر معناداری بر روی تقاضای واردات دارند. علاوه بر این نتایج حاصل از روابط کوتاه مدت نشان داد که در هر دو تابع صادرات و واردات برای تعدیل کامل نتایج حاصل از اجرای یک سیاست، دو سال زمان لازم خواهد بود (صالحی و شاهنوشی، ۱۳۸۶). با توجه به پیشینه های داخلی و خارجی مورد بررسی و مطالعات کتابخانه ای، تعداد ۳۶ مولفه مرتبط با موضوع این تحقیق شناسایی شد. بدلیل تعداد مولفه ها و برقراری ارتباط بیشتر جامعه آماری با پرسشنامه، این مولفه ها به ۵ گروه تحت عناوین: عوامل اقتصادی، عوامل سیاسی و بین المللی، عوامل اجتماعی- فرهنگی، عوامل جغرافیایی و عوامل مدیریتی دسته بندی شدند.

۳. روش تحقیق

با توجه به مطالعات کتابخانه ای و هدف تحقیق شناسایی و بررسی عوامل تاثیرگذار بر توسعه صادرات غیرنفتی به کشور عمان از بنادر جنوبی بویژه بندر جاسک می باشد، سوال های زیر برای این تحقیق در نظر گرفته شده است:

- ۱- آیا عوامل اقتصادی بر توسعه صادرات غیرنفتی از بندر جاسک به کشور عمان تاثیر گذار است؟

- ۲- آیا عوامل اجتماعی-فرهنگی بر توسعه صادرات غیرنفتی از بندر جاسک به کشور عمان تاثیر گذار است؟
 - ۳- آیا عوامل مدیریتی بر توسعه صادرات غیرنفتی از بندر جاسک به کشور عمان تاثیر گذار است؟
 - ۴- آیا عوامل سیاسی و بین المللی بر توسعه صادرات غیرنفتی از بندر جاسک به کشور عمان تاثیر گذار است؟
 - ۵- آیا عوامل جغرافیایی بر توسعه صادرات غیرنفتی از بندر جاسک به کشور عمان تاثیر گذار است؟
 - ۶- عوامل تاثیرگذار به ترتیب رتبه بندی بر توسعه صادرات غیرنفتی از بندر جاسک به کشور عمان کدامند؟
- همچنین برای بررسی مولفه‌های تحقیق از مدل پیشنهادی زیراستفاده شده است:



شکل(۱).مدل مفهومی پژوهش (مطاعات محقق)

شناسایی و بررسی عوامل تاثیرگذار بر توسعه صادرات غیرنفتی به کشور عمان....

این پژوهش از لحاظ هدف جزء پژوهشهای کاربردی است و از لحاظ روش توصیفی است. همچنین از نوع همبستگی می باشد که بصورت میدانی انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق با توجه به سطح تجزیه و تحلیل شامل ۵۰ نفر از صادرکنندگان، مدیران اقتصادی، مدیران عملیاتی بنادر، تصمیم گیران عملیات بنادر، مالکان شناورها و شرکت های نمایندگی کشتیرانی است، که در حدود ۵۰ نفر می باشند، و از سرشماری باتوجه به رفع خطاهای موجود استفاده شده است. در این پژوهش داده ها به روش کتابخانه ای و میدانی جمع آوری شده اند و ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه محقق ساخته برای شناسایی و بررسی عوامل تاثیرگذار بر توسعه صادرات غیرنفتی به کشور عمان از بنادر جنوبی در قالب مقیاس لیکرت استفاده شده است. همچنین برای روایی و پایایی ابزار اندازه گیری (پرسش نامه) از روش، روایی صوری و محتوا و برای سنجش پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شده است. قابل ذکر است که مقدار آلفای کرونباخ برای تمامی متغیرهای تحقیق بالای ۰/۷ می باشد.

۴. روش تجزیه و تحلیل داده ها

در پژوهش حاضر در بعد کمی برای تجزیه و تحلیل داده ها و اطلاعات به دست آمده از نرم افزار آماری اس پی اس ۲۲ استفاده شده است. در بخش نخست، داده های جمع آوری شده با استفاده از شاخصهای آمار توصیفی، توصیف و در ادامه برای بررسی عوامل تاثیرگذار بر صادرات غیرنفتی از بندر جاسک به کشور عمان از آزمون تی تک نمونه ای برای شناسایی عوامل ومولفه ها و از آزمون فریدمن برای رتبه بندی عوامل استفاده گردیده است.

۴-۱ شناسایی عوامل

همان طور که در جدول آزمون تی یک طرفه یعنی جدول های (۱ تا ۵) با استفاده از آزمون t تک نمونه ای مشاهده می شود میانگین آزمون برای تمامی عوامل در جوامع مورد تحقیق بالای عدد ۳ بوده که نشان دهنده تأثیر هر یک از عوامل "اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، مدیریتی، سیاسی و بین المللی و جغرافیایی" از دیدگاه صاحب نظران، بر صادرات غیرنفتی از بندر جاسک به کشور عمان می باشد. جدول (۱)، نتایج عوامل اقتصادی تاثیر گذار بر صادرات غیرنفتی از بندر جاسک به کشور عمان را نشان می دهد.

جدول (۱) آزمون t تک نمونه‌ای جهت آزمون فرضیه اول

P value	t	df	انحراف معیار \pm میانگین	تعداد	
<۰/۰۰۰۱	۲۱/۵۸۷	۴۹	۴/۳۵ \pm ۰/۴۱۱	۵۰	عوامل اقتصادی

جدول بالا نشان می‌دهد که مقدار سطح معنی داری ۰/۰۰۰۱ می‌باشد و مقدار آماره t برابر است با ۲۱/۵۸۷ در سطح اطمینان ۹۹ درصد با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای می‌توان بیان نمود که عوامل اقتصادی بر صادرات غیرنفتی از بندر جاسک به کشور عمان موثر می‌باشد. جدول (۲) نتایج عوامل اجتماعی-فرهنگی تاثیر گذار بر صادرات غیرنفتی از بندر جاسک به کشور عمان را نشان می‌دهد.

جدول (۲) آزمون t تک نمونه‌ای جهت آزمون فرضیه دوم

P value	t	df	انحراف معیار \pm میانگین	تعداد	
<۰/۰۰۰۱	۲۲/۹۲۰	۴۹	۴/۵۱ \pm ۰/۴۶۶	۵۰	عوامل اجتماعی-فرهنگی

جدول بالا نشان می‌دهد که مقدار سطح معنی داری ۰/۰۰۰۱ می‌باشد و مقدار آماره t برابر است با ۲۲/۹۲۰ در سطح اطمینان ۹۹ درصد با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای می‌توان بیان نمود که عوامل اجتماعی-فرهنگی بر صادرات غیرنفتی از بندر جاسک به کشور عمان موثر می‌باشد. جدول (۳) نتایج عوامل مدیریتی تاثیر گذار بر صادرات غیرنفتی از بندر جاسک به کشور عمان را نشان می‌دهد.

جدول (۳) آزمون t تک نمونه‌ای جهت آزمون فرضیه سوم

P value	t	df	انحراف معیار \pm میانگین	تعداد	
<۰/۰۰۰۱	۲۵/۲۱۱	۴۹	۴/۵۵ \pm ۰/۴۳۶	۵۰	عوامل مدیریتی

جدول بالا نشان می‌دهد که مقدار سطح معنی داری ۰/۰۰۰۱ می‌باشد و مقدار آماره t برابر است با ۲۵/۲۱۱ در سطح اطمینان ۹۹ درصد با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای می‌توان بیان نمود که عوامل مدیریتی بر صادرات غیرنفتی از بندر جاسک به کشور عمان موثر می‌باشد. جدول (۴) نتایج عوامل سیاسی و بین المللی تاثیر گذار بر صادرات غیرنفتی از بندر جاسک به کشور عمان را نشان می‌دهد.

شناسایی و بررسی عوامل تاثیرگذار بر توسعه صادرات غیرنفتی به کشور عمان....

جدول (۴) آزمون t تک نمونه‌ای جهت آزمون فرضیه چهارم

P value	t	df	انحراف معیار \pm میانگین	تعداد	
<0/0001	۱۵/۹۰۷	۴۹	۴/۴۱ \pm ۰/۵۲۴	۵۰	عوامل سیاسی و بین المللی

جدول بالا نشان می دهد که مقدار سطح معنی داری ۰/۰۰۰۱ می باشد و مقدار آماره t برابر است با ۱۵/۹۰۷ در سطح اطمینان ۹۹ درصد با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای می توان بیان نمود که عوامل سیاسی و بین المللی بر صادرات غیرنفتی از بندر جاسک به کشور عمان موثر می باشد. جدول (۵) نتایج عوامل جغرافیایی تاثیر گذار بر صادرات غیرنفتی از بندر جاسک به کشور عمان را نشان می دهد.

جدول (۵) آزمون t تک نمونه‌ای جهت آزمون فرضیه پنجم

P value	t	df	انحراف معیار \pm میانگین	تعداد	
<0/0001	۱۹/۰۵۵	۴۹	۴/۲۵ \pm ۰/۵۵۶	۵۰	عوامل جغرافیایی

جدول بالا نشان می دهد که مقدار سطح معناداری ۰/۰۰۰۱ می باشد و مقدار آماره t برابر است با ۱۹/۰۵۵ در سطح اطمینان ۹۹ درصد با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای می توان بیان نمود که عوامل جغرافیایی بر صادرات غیرنفتی از بندر جاسک به کشور عمان موثر می باشد.

۴-۲ رتبه بندی عوامل

در ادامه به منظور اولویت بندی و رتبه بندی عوامل تاثیر گذار به ترتیب رتبه بندی بر صادرات غیرنفتی از بندر جاسک به کشور عمان از روش آزمون فریدمن استفاده گردید که نتایج آن در جدول (۶) طبق آزمون فریدمن به شرح زیر می باشد:

جدول (۶) آزمون فریدمن جهت رتبه بندی عوامل تاثیرگذار بر صادرات

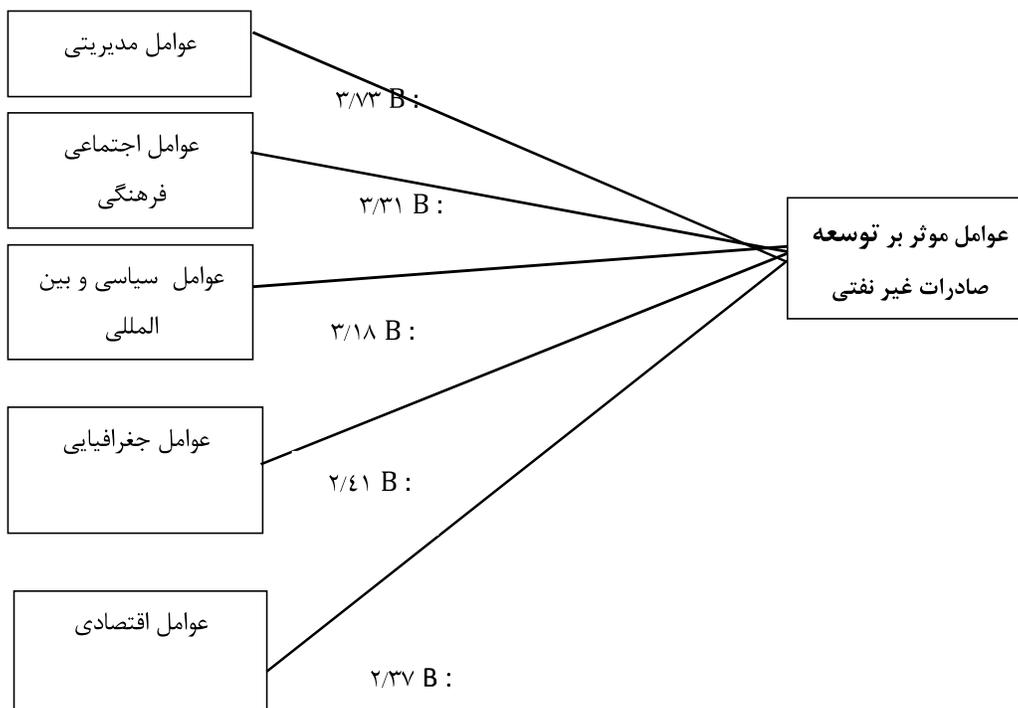
ترتیب رتبه	P value	آماره آزمون	df	رتبه	عوامل
۵	<0/0001	۳۰/۱۴۸	۴	۲/۳۷	اقتصادی
۲				۳/۳۱	اجتماعی-فرهنگی

۱			۳/۷۳	مدیریتی
۳			۳/۱۸	سیاسی و بین المللی
۴			۲/۴۱	جغرافیایی

باتوجه به جدول بالا و با استفاده از آزمون فریدمن نشان داده شد که تفاوت معنی داری در بین عوامل تاثیرگذار برصادرات غیرنفتی وجود دارد. بطوری که بالاترین رتبه تاثیرگذاری را عوامل مدیریتی دارد و سپس عوامل اجتماعی فرهنگی در رتبه دوم، عوامل سیاسی در رتبه سوم، عوامل جغرافیایی در رتبه چهارم و کمترین رتبه تاثیرگذاری را عوامل اقتصادی دارا می باشد

۵. نتیجه گیری

باتوجه به اینکه نتایج پژوهش نشان می دهد همه عوامل اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، مدیریتی، سیاسی و بین المللی و عوامل جغرافیایی برصادرات غیرنفتی از بندرجاسک به کشورعمان تاثیر مثبت دارد، بنابراین هرگونه بهبود یا عدم بهبود دراین عوامل منجر به افزایش یا کاهش صادرات غیرنفتی در این حوزه می گردد. درادامه عوامل تاثیرگذار به ترتیب رتبه بندی بر صادرات غیرنفتی از بندرجاسک به کشور عمان باتوجه آماره آزمون که مقدارآن برابر است با ۳۰/۱۴۸ و سطح معنی داری کمتر از ۰,۰۰۱ می توان گفت که تأثیرعوامل به ترتیب تاثیرگذاری "عوامل مدیریتی" در رتبه اول قراردارد و سپس عوامل اجتماعی-فرهنگی در رتبه دوم، عوامل سیاسی در رتبه سوم، عوامل جغرافیایی در رتبه چهارم و کمترین رتبه تاثیرگذاری را عوامل اقتصادی دارا می باشد. این یافته در راستای یافته‌های محققانی از قبیل: گنجی و همکاران (۱۳۹۶)، حسن و همکاران (۱۳۹۶)، جعفرپور و همکاران (۱۳۹۶)، غلامی و همکاران (۱۳۹۰) و غیره..... می‌باشد. مدل پیشنهادی تحقیق بر مبنای نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها در شکل (۲) نشان داده شده است



شکل (۲). مدل پیشنهادی تحقیق بر مبنای نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها

نظربه اینکه نتایج پژوهش بیانگر وجود اثر مثبت و مستقیم، در بین عوامل پژوهش حاضر شامل "مدیریتی، اجتماعی-فرهنگی، سیاسی و بین المللی، جغرافیایی و اقتصادی" بر صادرات غیرنفتی از بندر جاسک به کشور عمان می باشد، لذا به مدیران و سرپرستان بنادر جنوبی و تصمیم گیران ذیربط به ویژه مدیران بندر جاسک پیشنهاد می گردد که با افزایش فرآیند بازاریابی (تبلیغات و غیره..)، افزایش تحقیق و توسعه، افزایش بکارگیری نیروی کار توانمند، افزایش تعهد و پایداری، مدیریت، افزایش بکارگیری نوآوری و تکنولوژی، افزایش توجه به استراتژی های درون سازمانی (قیمت گذاری، استراتژی محصول، کیفیت و غیره..)، افزایش بهره وری عوامل تولید، توجه به ذینفعان و مشتریان، بهبود شناسایی کمبودها (نیازهای بازار)، شناخت بیشتر تغییرات بازار، آگاهی از استراتژی های کسب و کار، شناخت سلیقه مشتری، بهبود ساز و کار ارتباطی، بهبود ساختار سازمانی و جهت بهبود عوامل

مدیریتی؛ که بیشترین نقش را در عوامل شناسایی شده در این تحقیق دارند، و نیز توسعه صادرات غیر نفتی گام موثری بردارند. همچنین با افزایش قوانین و مقررات حمایت کننده، افزایش ساختارحمایتی و پشتیبانی، افزایش آموزش، افزایش سلامت اداری، افزایش روحیه کارآفرینی، افزایش فرهنگ کار و تلاش و ... جهت بهبود **عوامل اجتماعی-فرهنگی؛** با افزایش روابط مسالمت آمیزسیاسی با همسایگان بویژه کشور عمان)، انعقاد توافقنامه های تجاری دو یا چند جانبه، افزایش ثبات سیاسی، توجه بیشتر به میزان تعاملات سیاسی جهانی، کاهش تحریم ها و در نظرگرفتن آن، بهبود سیاست های دریایی مناسب دولتی و... جهت بهبود **عوامل سیاسی و بین المللی** و در نهایت توسعه صادرات غیر نفتی از منطقه مورد تحقیق گام برداشت؛ مضافا با بهبود جاده ها و راه های مواصلاتی، ایجاد مراکز تولیدی و صنعتی در منطقه جاسک و سواحل مکران و... جهت رفع موانع و **عوامل جغرافیایی** موثر بر صادرات غیر نفتی از منطقه جاسک تلاش نمود؛ و نیز به میران بنادر جنوبی و سیاستگذاران تجارت دریایی و بازرگانی بین المللی کشور پیشنهاد می شود با کنترل نوسانات نرخ ارز، ثبات قوانین، افزایش روساختهای مناسب بندری (تجهیزاتی نظیر جرثقیل وغیره...)، بهبود قوانین و مقررات حمایتی، افزایش سرمایه گذاری بخش خصوصی، بهبود سیاستهای پولی، افزایش سرمایه گذاری زیرساختی، افزایش تسهیلات بانکی، کاهش هزینه حمل دریایی، توجه به هزینه سوخت شناورها، کاهش هزینه ها و تعرفه های بنادر عمان، افزایش سرمایه گذاری خارجی، افزایش امکانات رفاهی نظیر هتل، مراکزخرید و پارکینگ مناسب در بندر جاسک، تسهیلات نگهداری و تعمیر کامیون و کشتی، بهبود قوانین و مقررات گمرکی (محدودیتها و ممنوعیت های مقطعی صادراتی)، کاهش هزینه حمل زمینی، کاهش هزینه های و تعرفه های بنادر عمان و... جهت بهبود **عوامل اقتصادی؛** و به دنبال آن افزایش صادرات غیر نفتی در بنادر جنوبی به ویژه بندر جاسک کوشش نمایند.

منابع:

- برومند، ز. (۱۳۸۶). مدیریت رفتار سازمانی: چاپ پانزدهم، تهران، انتشار پیام نور.
پورکیانی، م. و اشجعی، ا. (۱۳۸۹). معنویت؛ گمشده‌ی سازمان‌های امروز. ماهنامه تدبیر. شماره ۲۲۰. صص ۲۲-۳۶
- حسینی، م. حلوائیان، ح. و رمضانی، س. (۱۳۸۹). بررسی تأثیر تصویر ذهنی برند بر وفاداری کارکنان، مجله مدیریت توسعه و تحول، شماره پنجم، صص ۶۹-۷۵
- دهقان، ن. عمرانیفر، ع. حسینی، م. و فتحی، ص. (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین رعایت عدالت سازمانی و رضایت شغلی کارکنان. فصلنامه مدیریت نظامی، سال دوازدهم، شماره، صص ۶۵-۱۰۲

شناسایی و بررسی عوامل تاثیرگذار بر توسعه صادرات غیرنفتی به کشور عمان....

- رضایی ارجمندی، ع. تسبیحی، آ. شهینی دزفولیان، ر. (۱۳۹۶). نقش مخارج سرمایه‌گذاری در برنامه‌ریزی و ایجاد اشتغال در بخش حمل و نقل دریایی، ماهنامه بندر و دریا، صص ۲۰-۲۲.
- زایی، م. (۱۳۸۹). بررسی رابطه توانمندسازی روان شناختی با رضایت شغلی، صص ۱۰۳-۱۱۳.
- سجادی پارسا، ج. فلاح زاده، م. (۱۳۹۶). ارزیابی تاثیر محیط کاری و جو سازمانی بر انگیزش شغلی مورد کاوی کارکنان اداره کل بنادر و دریانوردی استان سیستان و بلوچستان، ماهنامه بندر و دریا، صص ۱۰-۱۶.
- سعیدی، ن.، دریسای، ح. و عبودزاده، ج. (۱۳۹۴). به‌کارگیری تکنیک فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) در بررسی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید بنادر جنوب کشور ایران، صنعت حمل و نقل دریایی / سال اول / شماره ۳ / زمستان، صص ۵۰-۵۷.
- سمیعی، م. و ذیگلری، ف. (۱۳۹۴). بررسی عناصر بازاریابی داخلی بر اعتماد رضایتمندی و وفاداری کارکنان مطالعه موردی شعب بانک صادرات شهر اصفهان، کنفرانس ملی هزاره سوم و علوم انسانی، شیراز، مرکز توسعه آموزش های نوین ایران (متانا).
- شفیع آبادی، ع. (۱۳۸۱). راهنمایی و مشاوره شغلی و حرفه‌ای و نظریه‌های انتخاب شغل؛ تهران، رشد.
- صادقی، ع. (۱۳۹۵). بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی و رضایت شغلی با وفاداری کارکنان مورد مطالعه شعب بانک تجارت غرب استان مازندران، پنجمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و دومین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری‌های باز، تهران، همایشگران مهر اشراق.
- عزتی، م. (۱۳۸۶). روش تحقیق در علوم اجتماعی: کاربرد در مسائل اقتصادی، تهران، انتشارات دانشگاه تربیت مدرس.
- علاقه بند، ع. (۱۳۸۹). مبانی نظری اصول مدیریت آموزشی؛ تهران: روان
- کریمی، س. دهقانی، ف. (۱۳۹۶). ضرورت بررسی خستگی مفرط در بخش عملیاتی راهنمایان در بنادر، سازمان بنادر و دریانوردی، صص ۳۰-۳۴.
- محمدی، ج. (۱۳۹۵). بررسی ارتباط ویژگی‌های شخصی با تعهد سازمانی کارکنان دانشگاه‌های تربیت معلم و پیام نور استان زنجان، کنفرانس بین المللی نخبگان مدیریت، تهران، موسسه سرآمد همایش کارین.
- میچل، ت. (۱۳۷۷). مردم در سازمان‌ها. ترجمه سید مهدی الوانی و غلامرضا معمارزاده، تهران: انتشارات مروارید.
- میرکمالی، م. نارنجی ثانی، ف. (۱۳۸۹). بررسی رابطه توانمندسازی روانشناختی با رضایت شغلی در پرسنل پرستاری، فصلنامه دانشکده پرستاری و مامایی، دور ه هشتم، شماره دوم.
- نادی، م. و گل پرور، م. (۱۳۸۹). روابط ساده و ترکیبی مولفه‌های معنویت با وفاداری در محیط کار فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری. سال ششم. شماره دوم. صص ۲۲-۱۳.

- Asghari, A. R. R. Rostami (2017). "The Role of Export Entrepreneurship Effective Factors in Export Performance" Vol 7, No 4 August (2017), pp;1855-1862.
- Ibeh, K. I. N., & Wheeler, C. N. (2005). A resource-centred interpretation of export performance. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(4), 539-556.
- Lages.L, Silva.G, Styles.Ch, Pereira.Z, 2009, the NEP scale: A measure of network export performance, *International Business Review*, 18, 344-356.
- [Maris, S. M., Suban, G., Abdurahman, A.Z.\(2016\). Factors Affecting Non-exporting Small and Medium Enterprises' Intention to Export: Resource Based Approach.Procedia - Social and Behavioral Sciences, 224, 199-206.](#)
- Oura, M,Novaes Zilber, S,Lopes, E(2015)"Innovation capacity, international experience and export performance of SMEs in Brazil" *International business review*, 25(4), 921-932
- Papadopoulos, N. & Martín Martín, O. (2010)"Toward a model of the relationship between internationalization and export performance" *International Business Review*,vol. 19, pp. 388-406
- Pickernell, D., Jones, P., Thompson, P. and Packham, G. (2017), "Determinants of SME exporting: insights and implications", *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*17, 31-42.
- Rahman, M. M. (2010). The factors affecting Bangladesh's exports: evidence from the gravity model analysis. *The Journal of Developing Areas* 44(1), 229-244. Tennessee State University College of Business. Retrieved May 27, 2019, from Project MUSE database.
- Singer, O.(1994). Factors Associated with Effective Use of Export Assistance. *Journal of International Marketing* 2, 53-71
- The Review of Maritime Transport 2018 was prepared by UNCTAD under the coordination of Jan Hoffmann, with administrative support and formatting by Wendy Juan, and the overall guidance of Shamika N. Sirimanne.Regina Asariotis, Mark Assaf, Hassiba Benamara, Jan Hoffmann, Anila Premti, Luisa Rodríguez, Mathis Weller and Frida Youssef were contributing authors.
- UNCTAD Maritime transport 2018, www.unctad.org
- Zehir, Cemal, Köle, Mahmut Yıldız, Hacer (2015). The Mediating Role of Innovation Capability on Market Orientation and Export Performance: An Implementation on SMEs in Turkey, *Social and Behavioral Sciences*, Volume207, 700-708.

Identifying and Explore factors Affecting Non-oil Exports to Oman from Southern Port of Iran (Case Study: Jask Port)

Mohammad Hossain Yarahmadzahi¹, Morteza Salari Sardari²

1-The Assistance Professor of Chabahar's Maritime University, varahmahzahi@cmu.ac.ir

2-The Master of Art Student of Chabahar's Maritime University, morsall773@gmail.com

Abstract

Given Iran's strategic position in the region and the world, access to mineral and oil reserves, regional and global consumer markets, also by focusing on the potency of young's and interior talented, and support domestic power and production by creating added value and preventing crude sales, can be witnessed the development of non-oil exports and the increase in foreign exchange earnings and economic prosperity. With take a brief look at Oman's import statistics and the small share of our country's exporters in this market, despite the advantage of being adjacent to that country, it indicates the existence of influential factors on the way to non-oil exports. In this study, by collecting data and analyzing them, the factors affecting non-oil exports to Oman have been identified in a very tangible way. After reviewing the domestic and foreign research and studies conducted in the field of identifying the factors affecting non-oil exports, these factors were classified by in 5 main groups; I) Economic factors II) Socio-cultural factors III) Management factors IV) Political and international factors V) Geographical factors. Then, a questionnaire with 67 questions was prepared and distributed physically and electronically between 50 people of exporters, economic managers, port operations managers, port operations decision-makers, vessel owners, and shipping company managers. To analyze the data, SPSS 22 software and a single t-test were used to investigate the factors affecting non-oil exports from Jask port to Oman. The Friedman test was also used to rank the factors influencing non-oil exports from the port of Jask to Oman. Based on the results obtained, we understand that all five dimensions affecting non-oil exports from Jask port are factors managerial, socio-cultural, political and international, geographical, and economic respectively. These dimensions have a significant level of less than 0.001 according to which the zero hypothesis of these components, the minimum level of assurance is 0.95% and the opposite assumption on the presence of these components is accepted in the present study the single-sample t-test. The results of Friedman's ranking method indicate that: respectively, managerial factors with a value of 3.73 are ranked first, socio-cultural factors with a value of 3.31 are ranked second, political and international factors with a value of 3.18 are ranked third, geographical factors with a value of 2.41 are ranked fourth and economic factors with The amount of 2.37 has the fifth rank in terms of the impact on non-oil exports to Oman.

Keywords: Non-oil exports, Jask port, Oman, economic factors, managerial factors

¹ Corresponding author: varahmadzahi@cmu.ac.ir