

(مقاله پژوهشی)

## طراحی مدل توسعه حمل و نقل دریایی جمهوری اسلامی ایران

سید علیرضا حسینی طباطبائی<sup>۱</sup>، عبدالله نعیمی<sup>۲</sup>، علیرضا روستا<sup>۳</sup>

## چکیده

حمل و نقل دریایی یکی از مهمترین شیوه‌های حمل و نقل کالا است و با توجه به موقعیت استراتژیک ایران، یکی از بهترین روش‌های توسعه صادرات و کالاهای ترانزیتی از طریق حمل و نقل دریایی است. هدف پژوهش کنونی طراحی مدل توسعه حمل و نقل دریایی از دیدگاه بازاریابی است. روش تحقیق، کیفی و مطابق با رویکرد ظاهرشونده گلیر نظریه داده بنیاد است. ۱۰ خبره حوزه حمل و نقل به ویژه حمل و نقل دریایی در این پژوهش مشارکت کردند که از طریق نمونه‌گیری هدفمند و به شیوه گلوله برفی انتخاب شده‌اند. از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته به منظور گردآوری داده‌ها و کدگذاری سه گانه برای تجزیه تحلیل یافته‌ها استفاده شد. نتایج حاکی از این بود که می‌توان از طریق ۵ نوع بازاریابی، حمل و نقل دریایی را توسعه بخشید. بازاریابی صادراتی، بازاریابی پایدار، بازاریابی هوشمند، بازاریابی سیاسی و بازاریابی داخلی انواع بازاریابی‌هایی که توصیه شده است. در مجموع ۲۵ راهکار بازاریابی شناسایی در این دسته‌ها قرار گرفتند. بازاریابی صادراتی با راهکارهایی همچون 4p صادراتی، پایگاه داده‌های صادراتی و شفافیت اطلاعات و همکاری شرکت‌های حمل و نقل با صادرکنندگان، بازاریابی پایدار (بهینه مصرف انرژی، کاهش آلودگی، الزامات حمل مواد خطرناک، توسعه پایدار و مدیریت بحران زیستی، بازاریابی هوشمند (حمل و نقل هوشمند، توسعه زیرساخت فناوری و هوش مصنوعی و ICT) بازاریابی سیاسی (توسعه روابط اقتصادی/سیاسی، افزایش امنیت منطقه‌ای، ترمیم مرزها، تشکیل اتحادیه منطقه‌ای، اصلاح و تطبیق قوانین، بیمه ترانزیت کالا و جذب سرمایه گذار خارجی) و بازاریابی داخلی (بیمه و آموزش کارکنان، کاهش تصادفات و تلفات انسانی) همراه بودند. این استراتژی‌های بازاریابی در قالب الگویی برای فهم بهتر نمایش داده شدند که می‌تواند مبنای مناسبی برای توسعه حمل و نقل دریایی جمهوری اسلامی ایران باشد.

واژگان کلیدی: حمل و نقل دریایی، توسعه حمل و نقل، ترانزیت کالا، استراتژی بازاریابی

تاریخ دریافت مقاله: ۹۹/۰۵/۱۹

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۹/۰۸/۱۵

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بین الملل کیش، کیش، ایران، نویسنده مسئول: seyedalirezahoseini@yahoo.com

<sup>۲</sup> استادیار دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران

<sup>۳</sup> استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد شهر قدس، دانشگاه آزاد اسلامی، شهر قدس، ایران

## ۱- مقدمه

جمهوری اسلامی ایران در جنوب غرب آسیا قرار گرفته است. این کشور از شمال به دریای خزر و کشورهای ارمنستان، جمهوری آذربایجان، ترکمنستان و از جنوب به خلیج فارس و دریای عمان محدود می‌گردد. کشورهای همسایه ایران در غرب ترکیه و عراق و در شرق، افغانستان و پاکستان هستند. این کشور دارای تنوع آب و هوایی مختلف بوده و هر سه نوع آب و هوای سرد، گرم و معتدل در آن دیده می‌شود. وجود همزمان دریاچه خزر در شمال کشور و دسترسی به آبهای آزاد در جنوب، این کشور را در موقعیت ویژه حمل‌ونقلی قرار داده است. از سوی دیگر به لحاظ جغرافیایی این کشور هم دارای کوهستان و هم دارای دشت و کویر بوده و بنا براین ساخت و توسعه انواع راه در آن وجود دارد. این امر در حالی است که بسیاری از کشورها بدلائل مختلف از جمله وسعت کم، محصور بودن در خشکی، واقع شدن در نزدیکی قطب یا استوا و ... از چنین موقعیت ممتازی برخوردار نیستند. این موقعیت ممتاز ایران با فروپاشی شوروی سابق دوچندان گردیده بطوری که شرایط مناسبی برای کالاهای ترانزیتی و فعال‌تر شدن بازار منطقه‌ای کالا و خدمات فراهم گردیده است. تلاش همه جانبه و سرمایه‌گذاری عظیمی در زمینه توسعه شبکه ارتباطات و حمل‌ونقل باید به عمل آید تا بتواند امکانات ترابری خود را در اختیار کشورهای منطقه قرار دهد و در عرصه بین‌المللی صدور خدمات ترانزیت جایگاه شایسته خود را بیابد. در جنوب ایران خلیج فارس قرار دارد که کشورهای عمده تولید کننده نفت جهان را در خود جای داده است. این منطقه به عنوان گلوگاه انرژی جهان محسوب می‌شود. در شمال ایران نیز دریای خزر می‌تواند نقش مهمی در تجارت میان این کشورها ایفا کند. از سوی دیگر ایران از غرب و شرق با کشورهای ترکیه - عراق - پاکستان و افغانستان همسایه می‌باشد. به عبارتی می‌توان گفت ارتباط ایران با ۱۵ کشور جهان از طریق مرزهای آبی و خاکی برقرار می‌شود و در عین حال نیز ایران به نوبه خود می‌تواند به عنوان پل ارتباطی میان این کشورها (با یکدیگر و سایر مناطق جهان) ایفای نقش نماید. از طرف دیگر این کشورها جمعیت بزرگی را در خود جای داده و از درآمدهای زیادی نیز برخوردارند که این عامل نیز به نوبه خود علاوه بر در اختیار داشتن منابع و ثروت‌های ملی خدادادی می‌تواند عامل توسعه ترانزیت و تجارت در منطقه موثر باشد. ارتباط کشورهای آسیای میانه با خلیج فارس و همچنین برقراری رابطه تجاری بین شرق آسیا با کشورهای اروپایی از طریق ایران بسیار مقرون به صرفه است. به نحوی که بسیاری از کشورها به دنبال آن هستند تا چنین روابطی را از طریق ایران برقرار کنند.

## ۱-۱- حمل‌ونقل و اهمیت آن

حمل و نقل به معنای جامع، شامل مدیریت، زیربنا و روبنا از نیازهای اساسی جوامع امروزی می‌باشد به گونه‌ای که در هر کشور اعتدالی توان اقتصادی، فرهنگی، امنیتی و سیاسی، داشتن شبکه حمل‌ونقلی گسترده و قابل اطمینان از نیازهای اولیه به حساب می‌آید. در ادبیات علمی حمل‌ونقل در لغت به معنای عبور، گذر و راه و حمل‌ونقل کالا به معنی ورود کالا از مرز یک کشور و خروج از مرز دیگر که ممکن است با استفاده از امکانات حمل‌ونقل آن کشور نیز باشد. حمل‌ونقل کالا ممکن است از طریق زمین (راه‌آهن یا جاده) یا عبور از آب‌های ساحلی کشور و با استفاده از امکانات بندری آن باشد یا اینکه از طریق هوا و از امکانات فرودگاهی کشور استفاده نماید (یاسانی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۶). حمل‌ونقل مفهومی است که بشر از ابتدای خلقت خود با آن درگیر بوده و این مفهوم از دیرباز نقشی کلیدی در زندگی انسان‌ها بازی کرده است. پس از اختراع چرخ، حمل‌ونقل تحولی اساسی پیدا کرد و روز به روز وسایل پیشرفته‌تر و پیچیده‌تر در این عرصه به کار گرفته شد، به طوری که امروزه مسائل مطرح در زمینه جابجایی و حمل‌ونقل جزء پیچیده‌ترین مسائل در ابعاد مختلف هستند (زینل همدانی و همکاران، ۱۳۹۵). اساساً هدف نظام حمل‌ونقل تامین جابجایی انسان و کالا از نقطه‌ای به نقطه دیگر به طور مطلوب و یا تولید خدمات حمل‌ونقل متناسب با تقاضای جابجایی و بطور هماهنگ، یکپارچه، ایمن، فراوان، منظم، سریع، راحت و ارزان می‌باشد (دوست‌خواه و اجاری، ۱۳۹۳). هدف از حمل‌ونقل، چیرگی بر فضاست بنابر این هدف حمل‌ونقل انتقال خصوصیات جغرافیایی بار، مسافر یا اطلاعات از یک مبدأ به مقصد است که به عنوان ارزش افزوده این فرایند شناخته می‌شود (فرجی سبکبار، ۱۳۹۷). در تقسیم‌بندی معمول،

<sup>۱</sup> Yasui, T

حمل و نقل به دو دسته حمل و نقل کالا و حمل و نقل مسافر تقسیم بندی می گردد. در روشی دیگر برای حمل کالا و مسافر سیستم های مختلف حمل و نقل هوایی، دریایی، ریلی و جاده ای وجود دارد (فرجی سبکبار، ۱۳۹۷). حمل و نقل یکی از ارکان اصلی اقتصاد، تجارت، رفاه اجتماعی، امنیت، حاکمیت و سیاست است. حمل و نقل بین المللی کالا انتقال کالا از کشور مبدأ که اغلب فروشنده است به کشور مقصد که اغلب خریدار است، می باشد (کارا، ۲۰۰۹: ۱۵۸). در تکمیل این تعریف باید گفت حمل از کشوری که متصدی حمل کالا را تحویل می گیرد تا کشور مقصد که باید کالا در آنجا تحویل گرفته شود، می باشد (جباری و همکاران، ۱۳۹۳). از دیدگاه بند ۲ ماده ۲ قانون تجارت نیز حمل و نقل به سه دسته ذیل تقسیم می گردد: (۱) حمل و نقل دریایی، (۲) حمل و نقل زمینی یا حمل و نقل از طریق راه های خشکی و (۳) حمل و نقل از طریق دریایی. اما در حال حاضر با پیشرفت تکنولوژی و با گذشت زمان شیوه های گوناگون حمل و نقل بوجود آمده است از جمله خط لوله انتقال کابلی و ...

### ۱-۲- حمل و نقل دریایی

حمل و نقل دریایی عبارت است از حمل و نقل محموله ها بر روی شبکه های حمل و نقل آبی، لینک ها و گره ها در این شبکه ها به ترتیب همان راه های آبی و بندرگاه ها هستند. در واقع، حمل و نقل دریایی بخش حیاتی زنجیره تامین جهانی است. میلیون ها نفر در سراسر جهان برای دریافت کالا و خدمات به حمل و نقل دریایی وابسته هستند. حمل و نقل با جابجایی انسان و کالاها از نقطه ای به نقطه ای دیگر آغاز و از جمله خصائص ذاتی و ماندگار انسان هاست، به همین جهت، آشنایی انسان با پدیده حمل و نقل به زمان های باستانی برمی گردد و باستانی ترین طریقه تجارت عبارت از مبادله کالا با کالایی دیگر بوده که ضرورتا نیازمند حمل و نقل و جابجایی اجناس می باشد (صفا زاده و همکاران، ۱۳۸۸: ۴۴۹-۴۵). همچنین حمل و نقل دریایی مسئول ۱۲ درصد از تقاضای انرژی حمل و نقل جهانی است (بالکامب و همکاران، ۲۰۱۹).

حمل و نقل دریایی به عنوان به صرفه ترین نوع حمل و نقل کالا در کنار سایر ویژگی های منحصر به فردش، نقش بی بدیلی در توسعه تجارت بین المللی دارد. گاهی هزینه حمل و نقل بیش از نیمی از قیمت کالا را در بازار تشکیل می دهد، در حالیکه هزینه حمل دریایی معمولا تنها بین ۸ تا ۱۵ درصد از قیمت کالا در بازار را شامل می شود. از طرفی نظر به خطرهای خاص حمل کالا در دریا، مسئله اصلی حمل دریایی تعیین مسئول جبران خسارت وارد به کالاهاست (تقی زاده و احمدی، ۱۳۹۴). حمل و نقل دریایی کالاها نقش کلیدی در تجارت خارجی به ویژه تجارت فراقاره ای جهان دارد. کشورهایی که به آبراه های بین المللی دسترسی دارند، بالقوه از مزیت نسبی برای تجارت و ترانزیت کالا برخوردار می باشند. اما بهره گیری از این برتری، نیازمند در اختیار داشتن ناوگان دریایی مناسب، مطمئن و منظم، تجهیزات بندری پیشرفته و حمل و نقل زمینی سریع و منظم است.

بر اساس آمارهای جهانی حدود ۹۰ درصد از فعالیت های واردات و صادرات کشورها، تخلیه و بارگیری و جابجایی کالاها در فرایند تجارت جهانی از طریق دریا و بنادر صورت می گیرد. از این جهت، بنادر نقشی حیاتی و حساس در این فرایند دارند. اهمیت بنادر به عنوان معابر ورود و خروج کالا اقتصادی ترین شیوه حمل و نقل، یعنی حمل و نقل دریایی کاملا واضح است (اراهیش، ۱۳۹۸). مطابق با انکتاد<sup>۳</sup> (۲۰۱۷) پیش بینی می شود که تا اوایل سال ۲۰۲۰ تجارت جهانی دریایی جهان حدود ۳ درصد در سال رشد کند این تاثیرات زیست محیطی حمل و نقل را افزایش خواهد داد. لذا امروزه تا حدود زیادی موفقیت یک کشور در اقتصاد جهانی بستگی به بهره وری هرچه بیشتر بنادر آن کشور دارد.

<sup>1</sup> Carr, I

<sup>2</sup> Balcombe, P., Brierley, J., Lewis, C., Skatvedt, L., Speirs, J., Hawkes, A., & Staffell, I.

<sup>3</sup> UNCTAD

از آنجا که حمل‌ونقل محموله‌های زیاد توسط کشتی‌ها یکی از ارزان‌ترین راه‌ها در سراسر جهان است، در دهه‌های گذشته حجم تجارت دریایی به طور قابل توجهی در حال افزایش است و امارها نشان می‌دهد که حجم تجارت دریایی در سال ۲۰۱۵ حدوداً ۳/۴ درصد افزایش یافته است (آساریوتیس و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۵). محموله‌های انواع مختلفی مانند زغال سنگ، غلات، سنگ معدن، سیمان، محصولات فولادی، نفت خام، محصولات شیمیایی و ... دارند که توسط کشتی حمل می‌شوند. طبق گزارش سالانه آنکتاد، محموله‌های فله خشک تقریباً نیمی از کل حجم تجارت دریا را در بین انواع محموله‌های گاز مایع، جامد یا ... تشکیل می‌دهند (سونور و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۷).

حمل‌ونقل فله خشک مقرون به صرفه‌ترین روش برای حمل‌ونقل حجم زیاد بار است (رابرتز و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۳). با توجه به تاثیر مواد اولیه بر رشد اقتصادی، جای تعجب نیست که انتظار گسترش ناوگان حمل‌ونقل جهانی را داشته باشید. طبق گزارش جهانی صنعت دریایی، سهم ناوهای عمده به ۴۳/۵ درصد از کل ناوگان جهانی رسیده است (سونور و همکاران، ۲۰۱۷). به دلیل پیشرفت تکنولوژی جدید در صنعت کشتی سازی، اندازه کشتی‌های فله خشک به طور قابل توجهی افزایش یافته است (سونور و همکاران، ۲۰۱۷). البته باید توجه داشت که در حمل‌ونقل دریایی، خطاهای انسانی بسیار اتفاق می‌افتد که مهمترین چالش‌های حمل‌ونقل دریایی است و در این حمل‌ونقل مشاغل بسیار سخت مثل بارگیری بار، بارگیری کالا، شستشوی مخزن، گازرسانی، رانندگی دریایی و ... وجود دارد و آمار حوادث دریایی بسیار بالاست (آکیوز<sup>۴</sup>، ۲۰۱۶).

اما در مورد حمل‌ونقل دریایی ایران باید گفت که کشور جمهوری اسلامی ایران با داشتن دسترسی به دریای خزر و کشورهای ساحلی آن و نیز در جنوب به خلیج فارس، دریای عمان و اقیانوس هند، از برتری نسبی بالقوه‌ای برای توسعه صنعت حمل‌ونقل چندوجهی برخوردار است، اما با وجود گسترش ناوگان خود، هنوز سهم شایسته‌ای در حمل‌ونقل دریایی جهان و نقل و انتقالات بار در سطح بین‌المللی ندارد (صفرزاده و همکاران، ۱۳۸۸: ۵۲). عدم یکپارچگی در مدیریت حوزه دریایی و مسئول بودن سازمان‌ها و نهادهای مختلف مانند سازمان بنادر و دریانوردی، شرکت ملی نفت کش، سازمان کشتیرانی، سازمان صنایع دریایی، نیروی دریایی ارتش و سازمان‌های دیگر در این حوزه، باعث شده طی سالیان گذشته سازمان‌های مختلف درگیر در موضوع دریا، هر کدام متناسب با سلیقه، ظرفیت‌ها و رسیدن به اهداف بخشی و سازمانی خود فعالیت کنند. غیر از سازمان‌های دریایی تصمیم‌گیر و مجری در حوزه حمل‌ونقل دریایی، به دلیل موازی کاری و عدم شفافیت وظایف و مسئولیت نهادهای مختلف برای بسیاری از نهادهای غیرمرتبط با دریا نیز وظایف دریایی تعریف شده است.

در باب سیاست‌های دولت در باب توسعه حمل‌ونقل دریایی، موکندان<sup>۵</sup> (۲۰۰۸) در تحقیقی که در چین انجام داد بیان کرد که سیاست‌های دولت نقش پررنگی در تحقق رشد میانگین ۹/۳ درصدی در ۳۰ سال اخیر داشته است. از جمله این سیاست‌ها می‌توان به ترویج و ارتقا کشتیرانی، تجارت از طریق اقیانوس، کشتی‌سازی و کانتینر سازی با اعطای وام‌های با بهره پایین از سوی بانک‌های دولتی، مشارکت بین صنایع توسعه کشتیرانی کره و ژاپن، انتقال تکنولوژی و دانش، آموزش مهندسان چینی توسط هم‌تایان کره‌ای و ژاپنی اشاره کرد. الصفی (۱۳۹۲) نوشته است پاناما ۳ سال بعد از افتتاح کانال پاناما در سال ۱۹۱۷ با انتخاب سیاست ثبت آزاد کشتی‌ها که به ثبت آزاد و یا پرچم راحت مشهور می‌باشند، با اعمال تسهیلات قانونی، مالیاتی و ... توانست در این رابطه نظر مالکان کشتی‌ها در سراسر جهان را به خود معطوف نماید. به نحوی که در حال حاضر ۲۲ درصد کشتی‌های جهان با پرچم پاناما می‌باشند و از این طریق نیز درآمد قابل ملاحظه‌ای را سالیانه کسب می‌نماید.

<sup>1</sup> Asariotis, R., Benamara, H., Hoffmann, J., Premti, A.,

<sup>2</sup> Soner, O., Celik, E., & Akyuz, E.

<sup>3</sup> Roberts, S.E., Pettit, S.J., Marlow, P.B.,

<sup>4</sup> Akyuz, E

<sup>5</sup> Mukundan, H

بندر چابهار، تنها بندر اقیانوسی در کشور است و کشورهای همسایه که دسترسی به آبهای آزاد ندارند برای حمل و نقل و ترانزیت کالا از بندر چابهار با توجه به موقعیت بندر می‌خواهند استفاده کنند (اراهیش، ۱۳۹۸). در پروژه تحقیقاتی که به وسیله سازمان بنادر و دریانوردی با عنوان طرح جامع بنادر بازرگانی ایران اجرا شد، محققین به دنبال پاسخ به این سوال بودند طرح جامع بنادر بازرگانی کشور در جهت کسب جایگاه رفیع در منطقه چگونه باید باشد؟ در نهایت محققین به این نتیجه رسیدند که گسترش بنادر اصلی کشور شامل ۱۲ بندر خواهد بود که ۸ بندر در سواحل جنوبی و ۴ بندر در سواحل شمالی می‌باشد. از بین بنادر جنوب، ۲ بندر شهید رجایی و بندر اما نقش قطب‌های تخصصی را داشته و در سواحل دریای خزر نیز ۲ بندر انزلی و امیرآباد نقش اصلی را خواهند داشت. در جنوب، بندر شهید رجایی و شهید بهشتی برای بارگیری کشتی‌های نسل جدید و پذیرش انواع کالاها مجهز خواهند شد و به عنوان پایانه‌های ترانزیتی کشور ایفای نقش خواهند کرد (سازمان بنادر و دریانوردی، ۱۳۸۴).

در تحقیقی که نعمتی و دولتی (۱۳۹۱) با عنوان رتبه‌بندی عوامل موثر در توسعه صنعت حمل و نقل دریایی با استفاده از تکنیک AHP فازی در بندر نوشهر انجام دادند، دریافتند که خدمات سازمان بنادر و دریانوردی به آخرین فناوری روز مجهز شود، همکاری‌ها و هماهنگی‌های دیپلماتیک و سیاسی برای مشارکت عمومی کشورهای همسایه که دارای زیربنای حمل و نقل دریایی هستند و با اتخاذ یکسری خط مشی‌ها و سیاست‌های کلی بین سازمان‌های دولتی و خصوصی که در اسکله‌ها فعالیت می‌کنند، اشاره کرد. موسوی و همکاران (۱۳۹۶) در ارائه سیاست‌های راهبردی در اداره امور حمل و نقل دریایی در یک روش تحلیل گفتمان رهبر انقلاب نشان دادند که شش مولفه توسعه صنایع پشتیبان حمل و نقل دریایی، توسعه هدفمند علمی، تحقیقاتی و کاربردی در حوزه فعالیت‌های حمل و نقل دریایی، جمع آوری و نشر اطلاعات و مبارزه با سواستفاده‌ها و فساد، توسعه اقتصادی با تاکید بر فعالیت‌های دریایی و بندری، تکمیل عناصر مدیریت در اداره امور حمل و نقل دریایی و توسعه و بهبود نظام مدیریتی حمل و نقل دریایی به عنوان مقوله‌ها و ابعاد اصلی سیاست‌های راهبردی حمل و نقل دریایی می‌باشد. محیط کلان در توسعه استراتژی از اهمیت زیادی برخوردار است (لینچ<sup>۱</sup>، ۱۳۹۷) از این رو، برای توسعه یک مدل بازاریابی جهت توسعه حمل و نقل، باید به محیط بازاریابی توجه کرد.

## ۲- روش پژوهش

روش این پژوهش از نوع کیفی و براساس گراند تئوری است. همچنین بر مبنای هدف، تحقیقی بنیادی-اکتشافی است. به منظور تحلیل داده‌ها از روش گراند تئوری استفاده شد زیرا این روش به دلیل مفهوم‌سازی‌هایی از الگوهای اجتماعی دارد، که از همه روش‌های تشریحی فراتر می‌باشد (گلیزر<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸). «گراند تئوری» یا نظریه مبنایی<sup>۳</sup> یک روش تحقیق «استقرایی<sup>۴</sup>» با رویکرد کاملاً «کیفی<sup>۵</sup>» و یک شیوه پژوهشی «اکتشافی<sup>۶</sup>» است (مارتین و ترنر<sup>۷</sup>، ۱۹۸۶: ۱۴۱؛ فرناندز<sup>۸</sup>، ۲۰۰۴: ۸۴). این موضوع، امکان را برای محقق فراهم می‌کند تا در مواردی که امکان تدوین فرضیه وجود ندارد به جای استفاده از نظریه‌های از پیش تعریف‌شده، شخصاً به تدوین یک تئوری جدید<sup>۹</sup> اقدام نماید، اما این تئوری جدید نه بر مبنای ایده شخصی محقق، بلکه براساس داده‌های فراهم آمده از محیط و شرایط واقعی تدوین می‌گردد. امروزه سه رهیافت مسلط در نظریه‌پردازی داده بنیاد،

<sup>1</sup> Lynch

<sup>2</sup> Glaser BG.

<sup>3</sup> Grounded Theory

<sup>4</sup> Inductive

<sup>5</sup> Qualitative

<sup>6</sup> Exploratory

<sup>7</sup> Martin, Patricia Y. & Turner, Barry A.

<sup>8</sup> Fernández, Walter D.

<sup>9</sup> Theory Development

قابل تمیز است: «رهیافت نظام‌مند»<sup>۱</sup> که با اثر استراوس و کوربین<sup>۲</sup> (۱۹۹۸) شناخته می‌شود، «رهیافت ظاهر شونده»<sup>۳</sup> که مربوط به اثر گلیزر (۱۹۹۲) است، و «رهیافت ساختارگرایانه»<sup>۴</sup> که توسط چارماز<sup>۵</sup> (۲۰۰۰) حمایت می‌شود (دانایی فرد و امامی، ۱۳۸۶). نوع کدگذاری و مراحل آن از تفاوت‌های اصلی میان این رویافت‌هاست. در رویافت نظام‌مند مراحل کدگذاری شامل باز، محوری و انتخابی است اما در رویافت ظاهر شونده یا کلاسیک مراحل کدگذاری باز، انتخابی و نظری است. در پژوهش حاضر ضمن اتخاذ رویکرد فلسفی عمل‌گرایی، به صورت کلی نظریه‌پردازی داده بنیاد با رویکرد ظاهر شونده یا کلاسیک گلیزر مبنای قرار دارد.

از دیگر موضوعاتی که باید در رویکرد گلیزری به آن توجه کرد، یادداشت نگاری و نگارش نظریه است. یادداشت‌ها گزارش نظریه‌پردازانه ایده‌هایی است در مورد کدها و ارتباطات میان آنها که به فکر تحلیلگر در هنگام کدگذاری خطوط می‌کند (دانایی فرد، الوانی و آذر، ۱۳۹۸). نظریه‌پردازان داده بنیاد مرحله میانی بین جمع‌آوری داده‌ها و نوشتن یک پیش‌نویس از نظریه را یادداشت نگاری می‌دانند (چارماز، ۲۰۰۶). سپس یادداشت‌ها دسته‌بندی می‌شوند که این به نوعی کلید تدوین نظریه برای ارائه به سایرین است. هنگامی که یادداشت‌ها مرتب شدند، شروع به درک روابط میان آنها می‌کنیم. این فرایند را کدگذاری نظری می‌نامند که اشاره به تلفیق میان مفاهیم، توسط یک الگوی ارتباطی دارد. کدهای نظری، مفاهیم تکه تکه شده را به هم بافته و چگونگی ارتباط میان کدهای حقیقی را که به منظور تلفیق به صورت یک نظریه مفروض هستند، مفهوم‌سازی می‌کنند. این فرضیه‌ها در یک نظریه با هم عمل می‌کنند و دیدگاه اصلی مشارکت‌کنندگان را تشریح می‌کنند. در نهایت، زمانی که مقوله‌های مختلف به همدیگر و متغیر محوری مرتبط شدند، محصول نظریه داده بنیاد شکل می‌گیرد و شبیه نظریه می‌شود. اعضای هیئت علمی آموزشگاه‌های علوم دریایی، خبرگان و سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان حوزه حمل‌ونقل دریایی جامعه آماری این پژوهش کیفی محسوب می‌شوند، به منظور نمونه‌گیری برای انجام مصاحبه‌ها از روش نمونه‌گیری هدفمند و تکنیک نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شد و نمونه‌گیری تا زمانی تداوم یافت که پژوهش به اشباع نظری<sup>۶</sup> و کفایت رسید. به توصیه گلیزر، رویه‌های اعتباربخشی به نظریه، به صورت زیر انجام شده است؛ تناسب نظریه با داده‌ها<sup>۷</sup>، مرتبط بودن نظریه<sup>۸</sup>، مؤثر واقع شدن و کاربردی بودن نظریه<sup>۹</sup>، قابلیت اصلاح نظریه<sup>۱۰</sup> (ساغروانی و همکاران، ۱۳۹۳).

در این پژوهش برای تایید روایی و پایایی علاوه بر رعایت اصول فوق‌الذکر، از روش توافق دو کدگذار (شاخص تکرارپذیری) و کدگذاری پژوهشگر در یک فاصله زمانی مشخص (شاخص ثبات) استفاده شد؛ به این صورت که چهار مصاحبه توسط یک دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی کدگذاری شد و نتایج کدگذاری‌ها مقایسه شد، نتایج نشان داد که بیش از ۷۰ درصد تشابه قطعی در کدگذاری هر مرحله وجود داشت؛ بنابراین پایایی کدگذاری‌ها تایید شد. همچنین دو استاد دانشگاه که دارای پژوهش‌هایی با روش داده بنیاد بودند، بر تمامی مراحل کدگذاری، مفهوم‌سازی، استخراج مقولات و تدوین نظریه نظارت داشتند.

<sup>1</sup> Systematic

<sup>2</sup> Strauss, A., & Corbin, J.

<sup>3</sup> Emergent

<sup>4</sup> Constructivist

<sup>5</sup> Charmaz, K.

<sup>6</sup> Theoretical saturation

<sup>7</sup> the "fit" of the theory to the data

<sup>8</sup> the "relevance" of the theory

<sup>9</sup> the "work" or applicability of the theory

<sup>10</sup> "modifiability" of the theory

## ۴- یافته‌های پژوهش

جدول ۱ ویژگی‌های جمعیت‌شناختی خبرگان شرکت کننده در مصاحبه‌ها را نشان می‌دهد. محقق در این پژوهش با مرور مصاحبه‌های تایپ شده و در نظر گرفتن مبحث اصلی تلاش کرده است به درک و فهم دقیقی از مصاحبه‌ها دست یافته و آرای اصلی خبرگان را دریابد؛ به این صورت که با مطالعه چندین باره قسمت‌های مختلف هر مصاحبه و تفسیر تک تک کلمات، عبارت‌ها، جملات، سطرها و پاراگراف‌ها، کدها، مفاهیم و مقوله‌ها استخراج شد. با بررسی کلیت مصاحبه‌های انجام شده در طول تحلیل‌ها و بررسی‌های صورت گرفته، ۷۳۴ کد ۲۰ مفهوم و ۵ مقوله اصلی بوده است.

جدول ۱- ویژگی‌های جمعیت‌شناختی خبرگان پژوهش

ردیف	سمت	تعداد	تحصیلات	حوزه فعالیت	
				اجرائی	دانشگاهی
۱	عضو هیئت علمی دانشگاه	۱	دکتری تخصصی		۱
۲	ستاد راهبردی حمل‌ونقل	۴	کارشناسی ارشد دکتری تخصصی	۴	
۳	سیاست‌گذاری بخش حمل‌ونقل دریایی	۴	کارشناسی ارشد دانشجوی دکتری	۴	
۴	محقق و پژوهشگری حوزه حمل‌ونقل	۱	دکتری تخصصی		۱

نمونه‌هایی از نقل قول‌های خبرگان در ارتباط با موضوع پژوهش به شرح زیر است: «در توسعه پایدار، نه تنها به مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان می‌پردازیم بلکه به موضوع رفاه اقتصادی برای عامه هم می‌پردازیم و همچنین مسئله زیست محیطی. این موضوعی است که الان خیلی از کشورها به همین دلیل، از مراودات با ایران معذور هستند چرا که آلودگی دریایی و زمینی را ناهماهنگی با توسعه پایدار می‌دانند.» (خبره ۱۰). «ایران در چند ساله اخیر عضو بسیاری از کمیته‌ها و کنفرانس‌های بین‌المللی و منطقه‌ای شده است و این راه را برای تعرفه کمتر و مسیر هموارتر صادرات میسر کرده است. البته هنوز هم می‌توان، شرایط بهتری برای صادرات و ترانزیت میسر کرد.» (خبره ۲). «اینکه در بسیاری از کشورهای منطقه، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی رشد کرده است، به خاطر شرایط مختلف سیاسی، قانونی و اقتصادی حاکم بر آن کشورهاست. ایران به شدت نیاز به سرمایه‌گذاری خارجی دارد و طی قراردادهای مختلف می‌تواند ضمن توسعه یافتن، تخصص را نیز یاد بگیرد.» (خبره ۳). «بعضی مواد خطرناک برای حمل‌ونقل دریایی پیشنهاد شده است اما خوب به دلیل اینکه احتمال تصادف و مشکلات دیگر در حمل‌ونقل زیاد است، برخی از قوانین اجازه همکاری را نمی‌دهد. در این خصوص باید به فکر یک راه حل بود، همان کاری که بسیاری از همسایگان توانستند بدون الودگی زیستی، این مواد خطرناک را حمل کنند.» (خبره ۷). «در مورد صادرات ایران، هیچ آمار دقیقی وجود ندارد، اماها هیچ مبنایی ندارد. به سایت آمار مراجعه کنی یک جا به دلار ۴ تومانی یکجا به دلار ۱۰ تومانی، سودآوری محاسبه شده است و این را می‌توان حدس زد چون توضیحی در مورد اینکه دلار در آن زمان چه قدر بوده است، اطلاعاتی نیست اما از رشد زیاد آن علیرغم واقعیتی که وجود دارد، می‌توان حدس زد که این اطلاعات یک جاهایی پر از اشتباه است.» (خبره ۴).

انتخاب ورودی و خروجی‌های فرایند، تعیین‌کننده مسیر این فرایند است. با توجه به اینکه گراندتئوری با رویکرد پدیدارشنونده در این پژوهش به کار گرفته شده است، الزامی برای استفاده از مدل پارادایمی داده بنیاد برای نمایش نتیجه فرایند وجود

ندارد (دانایی فرد، الوانی و آذر، ۱۳۹۸) و پژوهشگر براساس خلاقیت شخصی، فرایند مدل مفهومی برآمده از داده‌ها را شکل می‌دهد و میان مقوله‌های اقتباس شده از داده‌ها ارتباط برقرار می‌کند.

جدول ۲- جزئیات مقوله‌های پژوهش

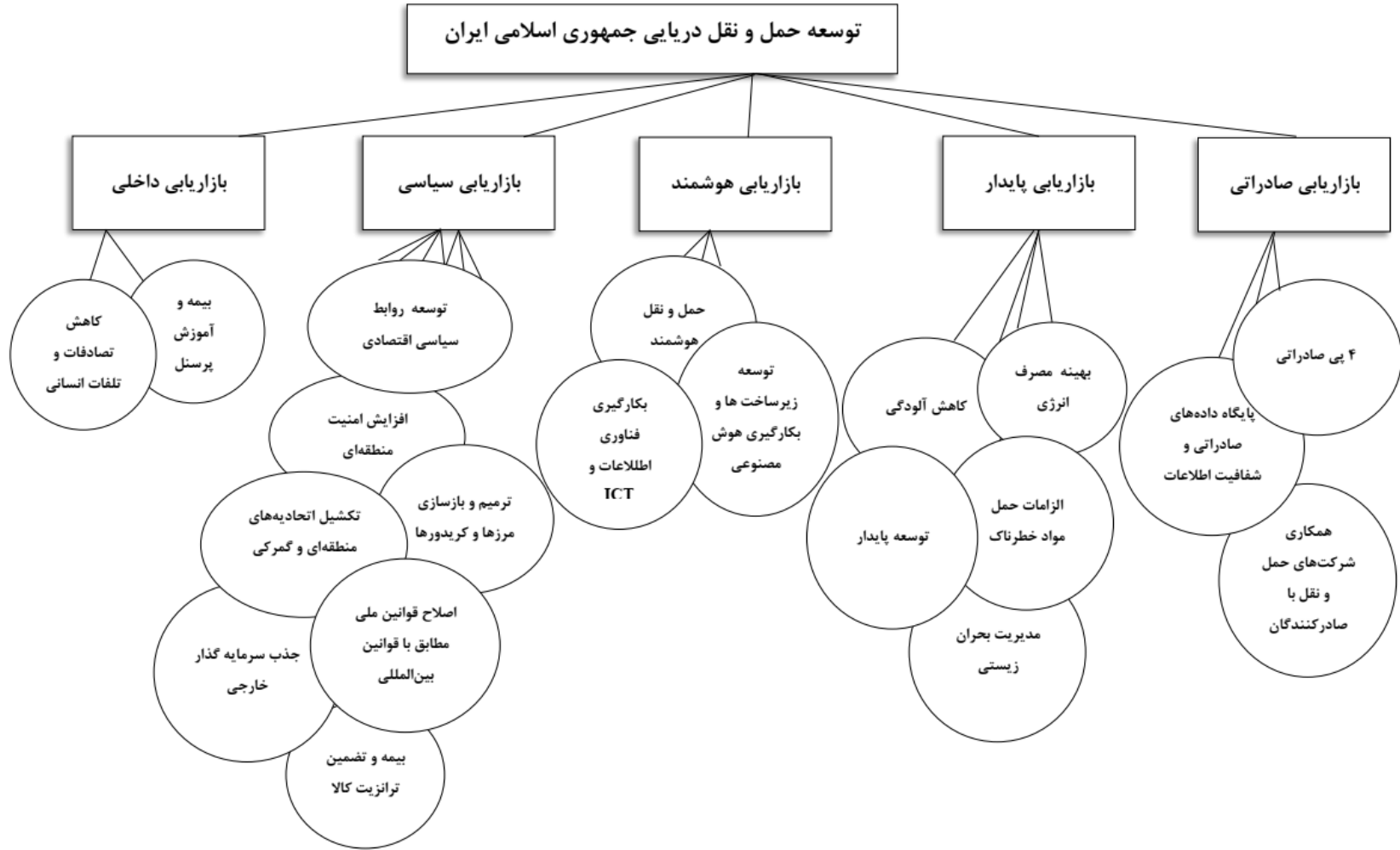
مقوله	کدهای نهایی	مهمترین کدهای باز
بازاریابی صادراتی	همکاری صادرکنندگان با شرکت‌های صادر کننده	(۱) تشکیل اتحادیه صادرکنندگان داخلی (۲) مقررات همکاری شرکت‌های صادرکننده، (۳) داشتن روابط متقابل میان صادرکنندگان و شرکت‌های صادرکننده
	پایگاه داده‌های صادراتی و ترانزیتی و شفافیت اطلاعاتی	(۱) شفاف سازی اطلاعات، (۲) تعیین نرخ ارز در هر دوره، آمار دقیق، (۳) اطلاعات در مورد مشتریان (۴) اطلاعات به روز، (۵) آمار ترانزیتی داخلی، (۶) آمار ترانزیت کالای خارجی، (۷) اطلاعات راجع به کالاهای انتقالی، (۸) تنظیم داده‌ها در زمان‌های متوالی، (۹) گزارش دهی متوالی، (۱۰) گزارش‌های منسجم و مقایسه ای
بازاریابی پایدار	۴ پی صادراتی	(۱) قیمت گذاری رقابتی، (۲) برندسازی منطقه‌ای، (۳) برندسازی کالا، (۴) تضمین کیفیت، (۵) بسته‌بندی مناسب کالا، (۶) تخفیفات جهت ترانزیت کالا، (۷) مسیرهای ترانزیت مناسب، (۸) مسیرهای ترانزیت با کمترین نرخ مصوب، (۹) نرخ گذاری مناسب، (۱۰) وسعت بازارهای هدف صادراتی، (۱۱) تطبیق فرایند تولید با محصول جدید، (۱۲) طراحی و توسعه محصولات جدید در بازار، (۱۳) تحقیق و توسعه
	بهبود مصرف انرژی	(۱) کاهش مصرف انرژی وسایط نقلیه شهری (۲) کاهش مصرف انرژی در ترانزیت مرزی، (۳) کاهش مصرف انرژی در زمان‌های اوج مصرف، (۴) کاهش مصرف انرژی با افزایش هوشمندی کسب و کار
بازاریابی پایدار	راهبردهای کاهش آلودگی	(۱) کاهش آلودگی دریایی، (۲) کاهش آلودگی زمینی، (۳) کاهش آلودگی هوا، (۴) کاهش انتشار دی اکسید کربن، (۵) دیدگاه کم کربن، (۶) کاهش مصرف سوخت فسیلی، (۷) راهبردهای مقرراتی مصرف سوخت، (۸) مقررات کاهش استفاده از وسایل قدیمی و آلاینده
	الزامات حمل مواد خطرناک	(۱) کاهش حمل مواد خطرناک، (۲) قوانینی برای بسته‌بندی مواد خطرناک، (۳) طراحی مسیرهای ویژه برای حمل مواد خطرناک، (۴) تعیین بسته‌بندی ضد آب، (۵) بسته‌بندی ضد احتراق برای حمل مواد آتش زا
توسعه پایدار	مدیریت بحران	(۱) مدیریت پیش از بحران، (۲) مدیریت حین بحران، (۳) مدیریت پس از بحران، (۴) مدیریت بحران زیستی، (۵) مدیریت بحران‌های انسانی، (۶) مدیریت تصادفات، (۷) کاهش تلفات تصادفی
	توسعه پایدار	(۱) در نظر گرفتن مسائل زیست محیطی، (۲) استراتژی سبز، (۳) تولید سبز، (۴) زنجیره تامین سبز، (۵) لجستیک سبز، (۶) مشارکت همگان، (۷) نظام سرمایه اجتماعی، (۸) نظام مدیریت پایدار، (۹) نظام پژوهش پایدار، (۱۰) اقتصاد سبز، (۱۱) تولید محصولات سبز، (۱۲) بسته‌بندی سبز، (۱۳) افزایش درختکاری در مسیر ترانزیت کالا
بازاریابی هوشمند	حمل و نقل هوشمند	(۱) دوربین‌های نظارت تصویری، (۲) سیستم هوشمند کنترل خط، (۳) سیستم هوشمند راهگردیانی، (۴) چراغ راهنمایی هوشمند، (۵) تابلوهای متغیر خبری، (۶) ثبت تخلفات هوشمند، (۷) مدیریت هوشمند پارکینگ، (۸) مدیریت هوشمند اولویت‌بندی عبور از تقاطع، (۹) سیستم هوشمند اعلام سرعت مجاز، (۱۰) سیستم هوشمند اطلاع رسانی پیش از آغاز ترانزیت، (۱۱) سیستم هوشمند نگهداری و مرمت مسیر، (۱۲) سیستم هوشمند مدیریت وقایع
	توسعه زیرساخت ICD و فناوری اطلاعات	(۱) بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات، (۲) استفاده از IT، (۳) توسعه زیرساخت فناوری، (۴) توسعه زیرساخت سخت افزاری، (۵) استفاده از تجهیزات مدرن تخلیه و



مقوله	کدهای نهایی	مهمترین کدهای باز
		بارگیری، ۶) نقش فناوری اطلاعات در بنادر
	بکارگیری هوش مصنوعی	۱) دیده بانی بوسیله ربات‌ها و کنترل شبانه روزی، ۲) انجام داده کاوی، ۳) خوشه‌بندی، ۴) استفاده از الگوریتم ژنتیک، ۵) استفاده از روش‌های آماری مختلف
	توسعه روابط و همکاری‌های سیاسی اقتصادی	۱) گسترده سازی بازارهای داخلی و خارجی، ۲) بازاریابی سیاسی، ۳) همکاری با کشورهای همسایه، ۴) همکاری بیشتر با کشورهای همزبان، ۵) توسعه همکاری‌های فرهنگی اجتماعی، ۶) تشکیل کمیته‌های فرهنگی برای ترانزیت کالای فرهنگی، ۷) تشکیل کنفرانس‌ها برای توسعه روابط و همکاری‌های بیشتر، ۸) فراخوان حل چالش‌های همکاری
	افزایش امنیت منطقه ای	۱) کاهش جنگ و درگیری‌های منطقه‌ای، ۲) قراردادهای صلح و همکاری متقابل بجای جنگ‌های سیاسی، ۳) واسطه‌گری برای افزایش امنیت، ۴) ایجاد امنیت برای ترخیص کالای ترانزیتی، ۵) اطمینان از وضعیت کالا در لب مرزها
	ترمیم و بازسازی و مدرن سازی مرزها و کریدورها	۱) تهیه امکانات و زیربنای گسترده تر، ۲) افزایش ظرفیت‌های انبارداری در مرزها، ۳) ترمیم راه‌ها، ۴) تخصیص بودجه کافی جهت ترمیم و ایجاد زیرساخت، ۷) افزایش ظرفیت حمل‌ونقل کریدورها، ۸) بهبود امنیت مسیرهای کوهستانی، ۹) استفاده از ظرفیت نهایی برای ترانزیت کالا، ۱۰) بازاریابی منطقه‌ای و گردشگری جهانی
بازاریابی سیاسی	تشکیل اتحادیه‌های منطقه‌ای و گمرکی	۱) معافیت‌های مالیاتی و گمرکی در مورد کشورهای عضو، ۲) تعرفه‌های خاص برای اعضای عضو، ۳) تبادل هیا متقابل میان کشورهای عضو، ۴) همکاری کشورهای عضو برای دور زدن تحریم‌ها ۵) کمک‌های کشورهای عضو برای توسعه اقتصادی، ۶) راه حل‌های سیاسی برای حل منازعات
	اصلاح قوانین داخلی مطابق با قوانین بین المللی	۱) آنلاین بودن قوانین و مقررات نظارتی، ۲) بکارگیری قوانین و مقررات در تسهیل امور تجاری، ۳) تغییر قوانین برای تسریع صادرات و واردات و ترانزیت کالا، ۴) قوانین جهت جبران خسارت به سرمایه‌گذاران خارجی، ۵) پذیرش قوانین در صورت بروز بحران، ۶) وجود نظام مالیاتی دقیق، ۷) تعرفه تجاری مناسب و عادلانه، ۸) کاهش مالیات بر درآمد، ۹) معافیت مالیاتی برای برخی از شرکت‌های دوستدار محیط زیست و غیرانتفاعی
	جذب سرمایه گذاری خارجی	۱) راهبرد جذب سرمایه، ۲) سرمایه گذاری خطرپذیر دولتی، ۳) سرمایه گذاری مستقیم خارجی، ۴) قراردادهای مختلف سرمایه گذاری، ۵) تضمین امنیت اقتصادی و سیاسی به سرمایه‌گذاران خارجی، ۶) پوشش بیمه‌ای به سرمایه‌گذاران، ۷) معافیت مالیاتی برای سرمایه‌گذاران
	بیمه و تضمین ترانزیت کالا	۱) بیمه کالا، ۲) ضمانت کالا، ۳) گارانتی کالا، ۴) گارانتی وسایل نقلیه، ۵) برقراری بیمه‌های مختلف در طول مسیر، ۶) خدمات یدک کشی کالا و وسایل، ۷) طراحی بیمه‌های مخصوص و جهانی برای کشورهای ناامن،
بازاریابی داخلی	بیمه و آموزش پرسنل داخلی و بین المللی	۱) مدیریت بیمه، ۲) آموزش پرسنل، ۳) آموزش زبان خارجی، ۴) بکارگیری افراد با فرهنگ یکسان در لب مرزها، ۵) ایجاد امنیت شغلی، ۶) ایجاد مزایای شغلی، ۷) کاهش زمان و بار کاری پرسنل، ۸) ارزشیابی پرسنل، ۹) پاداش‌های مالی و معنوی به پرسنل، ۱۰) افزایش استراحتگاه‌ها برای پرسنل مرزی، ۱۱) انجام آزمایش‌های مختلف برای ردیابی بیماری یا اعتیاد
	کاهش تصادفات و تلفات انسانی	۱) افزایش مقررات حمل‌ونقلی، ۲) کاهش تصادفات، ۳) کاهش موانع، ۴) بهبود مسیرهایی برای کاهش تصادفات، ۵) افزایش ایمنی، ۶) اجرای HSE، ارزیابی سالانه مسافت و تصادفات، ۷) بکارگیری مدل‌های امنیت مسیری، ۸) مهندسی مجدد

مقوله	کدهای نهایی	مهمترین کدهای باز
		مسیرهای ترانزیتی، ۹) برقراری و کنترل مسیرها، ۱۰) کنترل وسایل حمل و نقل و زمانبندی حرکت آنها، ۱۱) کنترل خودکار حرکت وسایل نقلیه و ترانزیتی

مدل نهایی پژوهش در شکل ۱ ترسیم شده است.



شکل ۱- مدل توسعه حمل و نقل دریایی جمهوری اسلامی ایران

## ۵- بحث و نتیجه گیری

همان طور که شرح داده شد، حمل و نقل و ترانزیت کالا یکی از موضوعات مهمی است که می‌تواند به توسعه اقتصادی و اجتماعی و توسعه پایدار ایران بسیار کمک کند. شرایط و عواملی وجود دارد که تاکنون، توسعه خاصی در این حوزه مشاهده نشده است. در این تحقیق، به منظور توسعه حمل و نقل دریایی جمهوری اسلامی ایران از دیدگاه بازاریابی، ۵ نوع بازاریابی کشف گردید که می‌تواند از جهات گوناگون و به صورت وسیع حمل و نقل جمهوری اسلامی ایران را توسعه دهد. بازاریابی صادراتی، بازاریابی پایدار، بازاریابی هوشمند، بازاریابی سیاسی و بازاریابی داخلی هر یک می‌تواند به تدوین استراتژی‌های خاصی برای توسعه حمل و نقل دریایی بیانجامد.

مطابق با صحبت‌های خبرگان، ایران از نظر صادرات و واردات در منطقه خوبی قرار گرفته است، بنابراین، یکی از راه‌های توسعه حمل و نقل دریایی، توسعه صادراتی است و این امر مستلزم بازاریابی صادراتی است؛ به گونه‌ای که محصولات صادراتی از نظر بسته‌بندی، توزیع، کیفیت، قیمت، ترویج و ... بازاریابی شوند. میان صادرکنندگان و شرکت‌های حمل و نقل، تعاملاتی برقرار باشد و اطلاعات شفاف میان آنها، روابط را حسنه سازد. شکاف میان صادرکنندگان و شرکت‌های حمل و نقلی باعث شده است که صادرات ایران از درون دچار چالش‌هایی باشد.

در مورد بعدی موضوع دیرینه توسعه پایدار مطرح است. با توجه به افزایش آلودگی‌های دریایی که در نتیجه حمل و نقل دریایی مواد خطرناک اتفاق افتاده است، و بحران‌های زیست محیطی که پیامدهای حمل و نقل نادرست و ناصحیح است و همچنین استفاده از سوخت‌های فسیلی و آلاینده‌های گوناگون، بحث در مورد توسعه حمل و نقل دریایی بی‌معناست، چرا که توسعه اینگونه حمل و نقل باعث می‌شود که محیط زیست نابود شود و همچنین بسیاری از برنامه‌های توسعه‌ای دیگر که در دستور کار قرار دارند، با این شیوه حمل و نقل موافق نبوده و مانع گسترش آن خواهند شد. بنابراین، موضوع حمل و نقل دریایی پایدار، و بازاریابی پایدار یکی دیگر از چالش‌های درون کشوری است که باید مورد بررسی قرار گیرد و راهکارهایی برای آن ارائه گردد.

در انقلاب صنعتی چهارم به سر می‌بریم و هوشمندسازی وسایل از بدیهی‌ترین استراتژی‌هایی است که در هر زمینه‌ای باعث قدرت‌نمایی اقتصادهای برتر شده است. از این رو، همگام با شهر هوشمند، مدرسه هوشمند و ماشین‌های هوشمند، به نظر می‌رسد بازاریابی هوشمند، بازاریابی قرن حاضر است. در توسعه حمل و نقل دریایی نیز، حمل و نقل هوشمند می‌تواند راهکاری بهینه باشد. با توجه به تحقیقات انجام شده در این خصوص، افزایش استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات و همچنین سایر فناوری‌ها باعث شده است که بسیاری از چالش‌ها و نگرانی‌هایی که صادرکنندگان در مورد کالاهای خود در دریا داشتند، برطرف شود و در هر لحظه از سلامت کالای خود با خبر باشند. به نظر می‌رسد یکی از زمینه‌هایی که می‌تواند حتی به توسعه پایدار نیز کمک کند، بازاریابی هوشمند در توسعه حمل و نقل دریایی است.

موضوع بعدی که باز چالش درون کشوری است، البته می‌تواند برای کارکنان خارجی در دریاهای ایران باشد، موضوع بازاریابی داخلی است. شاهد هستیم که سالانه بسیاری از کشتی‌ها دچار سانحه، تصادف و آتش سوزی می‌شوند، کارکنان کشتی‌های حمل و نقل دریایی معمولاً از سواد یا تحصیلات خاصی برخوردار نیستند و حتی تحصیلات آکادمیک نیز نمی‌تواند به آنها در مدیریت بحران کمک کند. از این رو، امنیت شغلی، افزایش ایمنی وسایل، داشتن امکانات نجات در مواقع ضروری،

مقدم بودن جان آنها بر کالاهای ترانزیتی و ... می‌تواند باعث ایجاد انگیزه در میان جوانان تحصیل کرده برای این تقاضای شغلی باشند. همچنین انواع بیمه‌ها برای آنها و خانواده‌هایشان و آموزش‌های ضمن خدمت برای افزایش عملکرد، توصیه می‌شود. در نتیجه موضوعی که در بسیاری از مباحث حمل‌ونقل به آن در حد تحقیقات آکادمیک توجه شده است، اما در این تحقیق، از زبان خبرگان به صورت یک مقوله اصلی برای توسعه حمل‌ونقل دریایی، حفظ و نگهداشت کارکنان است.

مهمترین مقوله شناسایی شده، بازاریابی سیاسی است. منطقه خاورمیانه، علیرغم اینکه از نظر ترانزیتی منطقه مهمی در جهان محسوب می‌شود و منطقه‌ای است که مواد معدنی آن به سراسر جهان صادر می‌شود، اما به دلیل تلاطم‌های سیاسی و نامنی سیاسی، جنگ‌های طولانی در طول دو دهه گذشته و تحریم‌های مختلفی که برای کشورهای آن وجود دارد، باعث شده است که قابلیت و توانایی اش برای تبدیل شده به یک قطب اصلی را از دست بدهد. با این حال، پیشنهاد می‌شود ایران به عنوان یک قدرت منطقه‌ای به ایجاد آرامش سیاسی در منطقه، افزایش اتحادیه‌ها و عضویت در آنها، توسعه مرزهای اقتصادی و سیاسی و همچنین ترمیم مرزها و کریدورها اقدام کند. بیمه کالاهای ترانزیتی که از دریاهای ایران می‌گذرند نیز یکی از موارد پیشنهادی است. از دیدگاه خبرگان، برای این کار به سرمایه نیاز خواهد بود و جذب سرمایه گذار نه تنها به افزایش روابط سیاسی و اقتصادی کمک می‌کند، احتمالاً حس مسئولیت برای افزایش امنیت در منطقه نیز بوجود خواهد آمد و همچنین بسیاری از فناوری‌ها و تکنولوژی‌ها برای بهبود مسیر حمل‌ونقل وارد خواهد شد.

#### ۶- منابع

- اراهیش، عقیل (۱۳۹۸). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر افزایش بهره‌وری در بنادر با تکنیک AHP (مورد کاوی: بندر چابهار). پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه دریانوردی و علوم دریایی چابهار.
- تقی زاده، ابراهیم؛ احمدی، افشین (۱۳۹۴). بررسی تطبیقی حدود و مبنای مسئولیت متصدی حمل‌ونقل دریایی در کنوانسیون رتردام با کنوانسیون‌های بروکسل و هامبورگ، مطالعات حقوق تطبیقی، دوره ۶، شماره ۲. ۴۴۳-۴۶۷.
- جباری، علی (۱۳۷۸). نقش قلمرو جمهوری اسلامی در این در امر ترانزیت کالا بعد از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی سابق و تاثیر آن در افزایش ارزش افزوده‌های بخش خدمات. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علوم و فنون مازندران.
- دانایی فرد، ح؛ الوانی، س م؛ آذر، ع (۱۳۹۸). روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: اشراقی، صفار.
- دانایی فرد، ح؛ امامی، س م (۱۳۸۶). استراتژی‌های پژوهش کیفی: تأملی بر نظریه پردازی داده بنیاد، اندیشه مدیریت، سال اول، شماره دوم، ۹۷-۶۹.
- دوست خواه واجاری، رضا (۱۳۹۳). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر ترانزیت جاده‌ای کالا در کشور. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت، دانشگاه گیلان.
- زینل همدانی، علی؛ رئیسی نافچی؛ محمد؛ راستی برزکی، مرتضی؛ خسروشاهی، حسین (۱۳۹۵). ایمنی حمل‌ونقل جاده‌ای کشور: رویکرد تحلیل عاملی. مدیریت تولید و عملیات، دوره هفتم، شماره ۲، پیاپی ۱۳، ۲۰-۱.
- صفارزاده، محمود، عزیزآبادی، ابراهیم، حمیدی، حمید، شهبان، محمد علی (۱۳۸۸). حمل‌ونقل دریایی، چاپ دوم، تهران: انتشارات اسراسر دانش.
- فرجی سبکبار، حسنی (۱۳۹۷). رتبه‌بندی استان‌های کشور براساس شاخص‌های حمل‌ونقل جاده‌ای. مجلس و راهبرد. سال ۲۶، شماره ۹۷. ۳۸۱-۴۰۷.
- لینچ، ریچارد (۱۳۹۷). مدیریت استراتژیک (ترجمه وحید خاشعی و فاطمه زرگران). نشر فوژان، چاپ اول.

موسوی، سید محمود؛ سیاری، حبیب اله؛ پورصادق، ناصر (۱۳۹۶). ارائه سیاست‌های راهبردی نظام مقدس ج.ا.ا در اداره امور حمل‌ونقل دریایی مبتنی بر گفتمان ولایت فقیه. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی، سال اول، شماره ۲، ۹۰-۷۱.

نعمتی، محمدحسین؛ دولتی، حسن (۱۳۹۱). رتبه‌بندی عوامل موثر در توسعه صنعت حمل‌ونقل دریایی با استفاده از تکنیک AHP-FUZZY مطالعه موردی اداره بندر نوشهر، چهاردهمین همایش صنایع دریایی، تهران.

Akyuz, E (2016). Quantitative human error assessment during abandon ship procedures in maritime transportation. *Ocean Engineering* 120, 21–29.

Asariotis, R., Benamara, H., Hoffmann, J., Premti, A., Sanchez, R., Valentine, V., Youssef, F., (2015). Review of Maritime Transport, 2015 (No. UNCTAD/RMT/2015).

Balcombe, P., Brierley, J., Lewis, C., Skatvedt, L., Speirs, J., Hawkes, A., & Staffell, I. (2019). How to decarbonise international shipping: Options for fuels, technologies and policies. *Energy Conversion and Management*, 182, 72–88. doi:10.1016/j.enconman.2018.12.080.

Carr, Indira, (2009) *International Trade Law*, 4d edit, Routledge-Cavendish.

Charmaz, K. (2006). Grounded theory as an emergent method *Handbook of emergent methods*. 2008; (pp. 155-70). New York The Guilford Press.

Fernández, Walter D. (2004), Using the Glaserian Approach in Grounded Studies of Emerging Business Practices. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 2(2).

Glaser BG. (2008). Conceptualization: On theory and theorizing using grounded theory. *Int J Qualit Method*; 1(2): 22-38.

Martin, Patricia Y. & Turner, Barry A. (1986), Grounded Theory and Organizational Research, *The Journal of Applied Behavioral Science*, 22(2).

Mukundan, H. (2008). A comparative study of maritime operations in India. Massachusetts Institute of Technology.

Roberts, S.E., Pettit, S.J., Marlow, P.B., (2013). Casualties and loss of life in bulk carriers from 1980 to 2010. *Mar. Policy* 42, 223–235.

Soner, O., Celik, E., & Akyuz, E. (2017). Application of AHP and VIKOR methods under interval type 2 fuzzy environment in maritime transportation. *Ocean Engineering*, 129, 107–116. doi:10.1016/j.oceaneng.2016.11.010.

Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (2nd ed.). Sage Publications, Inc.

UNCTAD. Review of Maritime Transport; 2017.