

اولویت‌بندی منابع سازمانی مؤثر بر کیفیت خدمات بنادر با استفاده از تکنیک AHP (بندر امام خمینی)

رحمان کریمی*

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۲/۰۵

*نویسنده مسئول

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۴/۲۶

© نشریه صنعت حمل‌ونقل دریایی ۱۳۹۹، تمامی حقوق این اثر متعلق به نشریه صنعت حمل‌ونقل دریایی است.

چکیده

هدف این تحقیق پاسخ به این سوال است که منابع سازمانی در افزایش کیفیت خدمات بندری چه نقشی دارند؟ و از نظر اهمیت، هر کدام از این منابع دارای چه اولویتی در افزایش کیفیت خدمات می‌باشند؟ این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی - پیمایشی می‌باشد. تحقیق حاضر دارای دو متغیر است. متغیر منابع سازمان که به عنوان متغیر مستقل مشتمل بر ۶ قسم است: منابع رابطه‌ای، منابع فیزیکی، منابع انسانی، منابع سازمانی، منابع مالی و منابع تکنولوژیکی؛ و دیگری متغیر کیفیت خدمات بندری که متغیر وابسته تحقیق محسوب می‌شود. برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شد که پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ و ضریب ۰/۸۶ مورد تأیید قرار گرفت. جامعه آماری تحقیق، مدیران و کارشناسان امور بندری در بندر امام خمینی، به تعداد ۲۰۰ نفر می‌باشند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، تعداد ۱۳۲ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. برای اولویت‌بندی این منابع از پرسشنامه متفاوتی استفاده شد و برای پاسخگویی به آن، تعداد ۱۸ نفر از بهترین کارشناسان و خبرگان به روش غیراحتمالی قضاوتی انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی (آزمون نرمال بودن و آزمون میانگین جامعه) با استفاده از نرم‌افزار SPSS استفاده گردید. همچنین برای رتبه‌بندی عوامل از تکنیک AHP و نرم‌افزار Expert choice استفاده شد. نتایج حاکی از تأثیر هر شش نوع منبع موردبررسی بر کیفیت خدمات بندری بود. از نظر اهمیت تأثیر منابع بر بهبود کیفیت خدمات بندری، نتایج نشان داد که به ترتیب منابع انسانی، منابع رابطه‌ای، منابع سازمانی، منابع فیزیکی، منابع مالی و منابع تکنولوژیکی دارای اولویت می‌باشند.

واژه‌های کلیدی: منابع سازمان، کیفیت خدمات بندری، تکنیک AHP، بندر امام خمینی (ره).

۱- مقدمه

حمل و نقل دریایی به عنوان شاخه‌ای از بخش حمل و نقل می‌باشد که در توسعه تجارت خارجی کشورها نقش مهمی ایفاء می‌نماید. سهم حمل و نقل دریایی در جابجایی کالاها در تجارت بین‌المللی حدود ۹۰ درصد کل این تجارت را تشکیل می‌دهد. با توجه به احراز چنین درصدی از جابجایی کالا در تجارت جهانی، اهمیت تجارت و حمل و نقل دریایی به عنوان دو بخش جدانشدنی قابل بررسی است. بنادر دروازه‌های ورود و خروج کشورها و متصل‌کننده انواع روش‌های مختلف حمل و نقل به یکدیگر و از نقاط یک کشور استراتژیک می‌باشند. اغلب بنادر تجاری دنیا به این نتیجه رسیده‌اند که مشتری‌مداری و کسب رضایت مشتریان بندر، عامل حیاتی برای بقا و رشد بندر می‌باشد. با این وجود تأمین رضایت مشتری به ویژه در حوزه خدمات در گروی ارائه خدمات با کیفیت است. بر اساس نتایج پژوهشگران در سازمان‌های خدماتی، کیفیت خدمات از مهم‌ترین عوامل مؤثر در افزایش سطح رضایت‌مندی مشتریان و در نتیجه وفاداری مشتریان است.

۱-۱- بیان مسئله

امروزه بنادر نسبت به گذشته که تنها بخشی از زنجیره حمل و نقل دریایی بودند، نقش اساسی و بیشتری در درون زنجیره تأمین دارند (ماگالا و سیمونز، ۲۰۰۸). بنادر نقش مهمی در اقتصاد بسیاری از کشورها و مناطق بازی می‌کنند. شکست یا عدم اطمینان به خدمات بندری به‌طور قابل توجهی می‌تواند بر مشتریان بندر اثر بگذارد و منجر به ناراضی‌های آنها شود (یئو و همکاران، ۲۰۱۵). در این ارتباط، افزایش رقابت برای بنادر به یک عنصر حیاتی تبدیل و موجب شده است آنها راه‌هایی را برای افزایش رقابت‌پذیری خود شناسایی کنند و خود را جلوتر از رقبا نگه دارند (پاک و همکاران، ۲۰۱۵). در صورت داشتن ویژگی‌ها و امکانات مشابه، بنادر برای پیش افتادن در رقابت، نیاز دارند تا با استفاده از نقاط قوت و مزیت‌های اصلی، خود را متمایز نمایند. از آنجا که رقابت در میان بنادر به‌طور فزاینده‌ای شدت یافته است، بسیار مهم است که عوامل اصلی به دست آمده از منابع ملموس و ناملموس بندر که می‌تواند به حفظ توان رقابتی آن کمک نماید، شناسایی شوند (پاک و همکاران، ۲۰۱۵). طبق گفته ماگالا و سیمونز (۲۰۰۸) رقابت در هزینه و کیفیت خدمات ارائه‌شده توسط بندر، دو عامل بسیار مهم در انتخاب بندر از سوی مشتری هستند. بدین ترتیب بیشتر بنادر بر عوامل قیمتی و خدماتی مثل محل قرارگیری بندر، دسترسی، اطلاعات حمل و نقل، زمان تحویل خدمات و زمان بازگشت به بنادر تمرکز کرده‌اند (سونگ و یئو، ۲۰۰۴). خدمات دریایی و بندری محوری تمام فعالیت‌های یک بندر دریایی محسوب می‌شود و دلیل اینکه مشتری یک بندر را انتخاب می‌کند، خدماتی است که بندر می‌تواند ارائه کند، و این امر تنها در سایه تولید و خدمات با کیفیت حاصل می‌شود (جلیلیان، ۱۳۹۲). کیفیت خدمات یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر رفتار مشتری است که به‌طور گسترده در زمینه بازاریابی مورد پژوهش قرار گرفته است. سطوح بالاتر کیفیت خدمات، سطوح بالاتری از درآمد حاصل از فروش و بهره‌وری را ایجاد می‌کند (ابراهیمی و منصور، ۱۳۹۲). ثای (۲۰۱۵) بر اهمیت کیفیت خدمات به‌عنوان یک استراتژی تأکید می‌کند که توان رقابتی بندر را از طریق رضایت مشتری، افزایش می‌دهد. اگرچه مطالعات متعددی بر کیفیت خدمات تأکید کرده‌اند، این سوال باقی می‌ماند که عوامل خدماتی چگونه بر رقابت‌پذیری بندر تأثیر می‌گذارند؟ برای مثال شهرت، دانش تکنولوژی، فرآیندهای کارآمد و افراد ماهر منابع ناملموسی هستند که به قدرت بنادر و توانایی آن در ارائه خدمات با کیفیت، کمک می‌نمایند (پاک و همکاران، ۲۰۱۵). طبق گفته فرناندز و همکاران (۲۰۰۰) منابع سازمان می‌توانند در مفهوم کیفیت خدمات یافت شوند و برای رقابت‌پذیری بندر مورد استفاده قرار گیرند. طبق نظر پاک و همکاران (۲۰۱۵) منابع مشهود و نامشهودی که به ارائه خدمات با کیفیت کمک می‌کنند عبارتند از: منابع فیزیکی، منابع مالی، منابع انسانی، منابع سازمانی (رویه‌ها و فرآیندهای سازمانی)، منابع تکنولوژیکی و منابع رابط‌های. منابع و قابلیت‌ها مبنایی برای شکل‌گیری مزیت رقابتی پایدار ایجاد می‌نمایند (پروگولاکی و ثوتوکاس، ۲۰۱۰). طبق دیدگاه منبع‌محور کنترل منابع باارزش، کمیاب، غیرقابل تقلید و غیرقابل تعویض به طراحی و اجرای استراتژی‌های که باعث خلق مزیت رقابتی و دستیابی به عملکرد بالاتر می‌شوند، کمک می‌کند (بارنی، ۱۹۹۱).

بنادر و به تبع آن بندر امام خمینی در استان خوزستان یکی از مهم‌ترین سازمان‌های پویا و مهم در بسیاری از کشورهای جهان محسوب می‌شود که باید تلاش شود تا نگرش خود را نسبت به سودآوری تغییر دهد و سازماندهی جدیدی را از خود ارائه کند تا عملکرد سازمانی‌اش ارتقاء یابد. ارائه خدمات با کیفیت می‌تواند بندر امام خمینی را در رسیدن به این مهم یاری دهد. با ارائه خدمات با کیفیت، زمینه جذب مشتریان برای بندر امام خمینی فراهم می‌شود و جایگاه آن در سطح جهانی بهبود می‌یابد. هیچ پژوهش قابل‌ذکر و برجسته‌ای در ایران، در این زمینه صورت نگرفته است. با توجه به اینکه این تحقیق برای اولین بار در کشور صورت می‌گیرد، نتایج آن می‌تواند کمک شایان توجهی به بندر امام خمینی و البته سایر بنادر کشور کند تا با استفاده از منابع و قابلیت‌هایشان بتوانند خدمات با

کیفیتی به مشتریان ارائه دهند و جایگاه بهتری در میان بنادر جهان کسب نمایند. به طور خلاصه، تحقیق حاضر در پی پاسخ به است سوال است که منابع سازمانی در افزایش کیفیت خدمات چه نقشی دارند؟ و از نظر اهمیت، هر کدام از این منابع دارای چه اولویتی در افزایش کیفیت خدمات هستند؟

۱-۲-۱- مبانی نظری پژوهش

۱-۲-۱- دیدگاه منبع محور

دیدگاه مبتنی بر منبع، به عنوان یکی از روش‌های اصلی تدوین استراتژی برای توسعه مزیت رقابتی پایدار یک سازمان یا شرکت می باشد. دیدگاه مبتنی بر منبع، ابتدا توسط ورنفلت (۱۹۸۴) ارائه شد، در این دیدگاه شرکت به عنوان یک مجموعه از منابع و قابلیت‌ها در نظر گرفته می‌شود که با توسعه شایستگی‌ها ترکیب شده است. منابع و قابلیت‌ها، بنیاد و اساسی را برای شکل‌گیری مزیت رقابتی پایدار ایجاد می‌نمایند (پروگولاکی و تودوکاس، ۲۰۱۰). تئوری مبتنی بر منبع بر این باور است که مزیت رقابتی نه تنها به بازار و ویژگی‌های ساختاری صنعت وابسته است بلکه به منابع داخلی برتر نیز بستگی دارد. زمانی گفته می‌شود یک شرکت مزیت رقابتی دارد که محصول باکیفیت را در قیمت پایین‌تر نسبت به رقبای ارائه دهد و همچنین بهترین خدمات را عرضه دارد. نظریه RBV نشان می‌دهد که منابع متعلق به یک شرکت باید از رقبای متفاوت باشد و تقلید از آن دشوار و غیرقابل جایگزین با دیگر منابع باشد (عزیز و صمد، ۲۰۱۶). دیدگاه مبتنی بر منبع معتقد است منابع شرکت‌ها، آنها را قادر می‌سازد به مزیت رقابتی و عملکرد عالی در بلندمدت دست پیدا کنند (بارنی، ۱۹۹۱).

۱-۲-۲- منابع سازمان

بدون شک تداوم فعالیت‌های یک بنگاه تجاری منوط به دسترسی مدیران آن به منابع، توانایی جذب این منابع در فرایندهای کسب و کار و مدیریت کارآمد در بهره‌گیری و استفاده از منابع در راستای اهداف و برنامه‌های بنگاه است. اهمیت نقش منابع در کسب و کار تا بدان حد مورد تأکید قرار گرفته که سبب پیدایش دیدگاه منبع‌محور به عنوان یکی از شاخه‌های اصلی حوزه مدیریت استراتژیک شده است. لیپمن و روملت (۲۰۰۳) در تشریح اهمیت نقش منابع برای بنگاه‌های تجاری، جوهره مباحث استراتژی و مدیریت کسب و کار را در معطوف نمودن توجهات نسبت به خلق، جذب، ارزیابی، اداره و بکارگیری ترکیبی از منابع خاص و منحصر بفرد می‌دانند. صاحب نظران غالباً منبع را به عنوان اصطلاحی برای اطلاق به تمامی آنچه برای تولید کالا یا ارائه خدمات مورد نیاز است، به کار می‌برند (حاجی‌پور و مؤمنی، ۱۳۸۸). از این رو ماهیت فرایندهای کسب و کار و اهداف مورد نظر از اجرای این فرایندها، نوع و مقدار منابع مورد نیاز اعم از منابع مشهود یا نامشهود را تعیین می‌کند، و لذا جایگاه گونه‌های مختلف منابع در سبد منابع بنگاه‌های تجاری با یکدیگر متفاوت است. منابع عوامل تولیدی هستند که بنگاه با بکارگیری آنها کالاها و خدمات با ارزش را برای مشتریان خود تولید می‌کند (ویلن و هانگر ۲۰۰۰).

۱-۲-۳- انواع منابع سازمانی

منابع انسانی:

امروزه در بین منابع سازمانی، منابع انسانی مهم‌ترین عامل در امر تولید و ارائه خدمات و نیز با ارزش‌ترین سرمایه هر سازمان است. به عبارت دیگر منابع انسانی هر سازمان منبع اصلی مزیت رقابتی و ایجادکننده قابلیت‌های اساسی هر سازمان محسوب می‌شود. امروزه نقش و اهمیت نیروی انسانی در رشد و توسعه سازمان‌ها و حتی جامعه بیش از پیش نمایان شده است. از این رو، در مباحث مدیریتی جدید، انسان به عنوان سرمایه‌ای بی پایان و با ارزش تلقی می‌شود. زیرا به خوبی روشن است که کاهش سرمایه انسانی اعم از کمی و کیفی منجر به کاهش بهره‌وری و تولید می‌شود. اکنون مدیران هوشمند می‌دانند که هر قدر در زمینه توسعه و ارتقای نیروی انسانی سرمایه‌گذاری کنند، موفقیت، کارایی و برتری رقابتی سازمان خود را تضمین کرده‌اند. ادعا شده است که مؤثرترین راه در کسب مزیت رقابتی در شرایط فعلی، با توجه به تغییرات و تحولات شگرف، کارآمدتر و توانمندتر کردن منابع انسانی سازمان‌هاست (قربانی، ۱۳۹۰). سرمایه انسانی که با عناوینی مانند دارایی‌های انسان محور، قابلیت‌های فردی، یادگیری و توسعه شناخته می‌شود، در واقع، ذخیره منحصر به فردی از دانش نهفته و قابلیت‌های جمعی در شرکت می‌باشد و در قالب مهارت‌ها، تجارب، توانایی‌ها و دانش ضمنی کارکنان ظهور پیدا می‌کند. این سرمایه را می‌توان مهم‌ترین سرمایه برای ارزش آفرینی در شرکت‌ها دانست که مزیت رقابتی هر سازمان را تشکیل می‌دهد و بی‌شک توسعه آن، از محوری‌ترین فرآیندها در مدیریت منابع انسانی است (جزنی و همکاران، ۱۳۸۹). منابع انسانی بهره‌وری در محیط را به وسیله سیاست‌ها و روش‌هایی که مدیریت مشارکتی (مثل سیستم‌های تیمی با عملکرد بالا) را تشویق می‌کنند، ارتقاء می‌دهند (دی گیوماریس و همکاران، ۲۰۱۶).

منابع رابطه‌ای:

بونتیس (۱۹۹۸) سرمایه رابطه‌ای را دانش متمرکز بر خلق ارزش از روابط سازمان با مشتریان فعلی و آتی خود تعریف می‌کند که بیانگر پتانسیل سازمان در استفاده از نامشهودهای برون‌سازمانی است (حاجی کریمی و همکاران، ۱۳۸۸). سرمایه رابطه‌ای عبارت است از مجموع دارایی‌هایی که روابط مشترک با محیط را سازماندهی و مدیریت می‌کند. این سرمایه شامل ارتباط شرکت با مشتریان، سهامداران، عرضه‌کنندگان، رقبا، دولت، مؤسسه‌های دولتی و جامعه است (منوریان و همکاران، ۱۳۸۵). به عبارت دیگر، سرمایه رابطه‌ای شامل ارتباط با مشتریان، ذینفعان، تأمین‌کنندگان، رقبا، دولت، مؤسسات رسمی و جامعه است. سرمایه رابطه‌ای در واقع، انعکاسی از فعالیت‌های شرکت است که نام یا علامت تجاری، میزان وفاداری مشتریان، تصویر شرکت در جامعه و سیستم بازخور مشتریان و تأمین‌کنندگان را در برمی‌گیرد. به جز این معیارها، ذینفعان، تأمین‌کنندگان و جامعه نیز در این مجموعه قرار می‌گیرند. نرخ فروش به مشتریان، نرخ خرید مجدد، وفاداری مشتریان، رضایت مشتریان، میزان شکایات مشتریان و سهم بازار، مهم‌ترین عوامل در این بخش هستند (میلر و همکاران، ۱۹۹۹).

منابع فیزیکی:

منابع فیزیکی سازمان در سازمان‌های امروزی و غیرمجازی دارای اهمیت خاصی است. دستگاه‌ها، تجهیزات، ماشین‌آلات و تکنولوژی‌های مورد استفاده در تولید و توزیع و ... ساختمان و فضاهای مکانی، مواد اولیه و موجودی‌های انبار، تجهیزات و امکانات اداری و سایر مقدرات فیزیکی که عموماً با چشم قابل مشاهده و ارزش‌گذاری است در زمره منابع فیزیکی، قابل دسته‌بندی است (حاجی‌پور و مؤمنی، ۱۳۸۸). منابع فیزیکی برای حمایت و حفظ استراتژی‌های بازاریابی ضروری هستند چرا که به ایجاد محصولات/خدمات، فرآیندها و زیرساخت‌ها در سازمان کمک می‌کنند (لئونیدو و همکاران، ۲۰۱۳). اینمایکسی و تاکاهاشی (۲۰۱۰) تأکید می‌کنند ترقی دادن منابع فیزیکی سازمان با تکنولوژی پیشرفته می‌تواند انتظار افزایش تولید، خدمات و عملیات کسب و کاری را داشته باشد (عثمان و همکاران، ۲۰۱۵).

منابع مالی:

منابع مالی شامل نقدینگی مالی شرکت، سرمایه در گردش و قدرت استقراض شرکت می‌باشد (لئونیدو و همکاران، ۲۰۱۳). منابع مالی به توانایی شرکت در بکارگیری مؤثر منابع مالی برای به حداکثر رساندن سود اشاره دارد (عثمان و همکاران، ۲۰۱۵). آنچه به‌عنوان پشتوانه سازمان و اعتباربخشی به سازمان برای اخذ وام یا اعتبارات اسنادی یا از این دست مورد توجه قرار می‌گیرد (گران، ۱۹۹۱). و همچنین وجوه نقدی (پول در گردش)، روش‌ها و متدهای جلب سرمایه و شیوه‌های سرمایه‌گذاری به جهت کسب سود حداکثری برای سازمان در زمره موضوعات مورد توجه در منابع مالی شرکت‌ها می‌باشد، جزء منابع مالی سازمان محسوب می‌شود (هانگر، ۱۳۸۱). اگر چه در میان کشورهای اروپایی و آمریکایی اعلام عمومی این موضوعات عادی و طبیعی می‌باشد اما در میان شرکت‌های ایرانی و برخی دیگر از کشورهای جهان، این اطلاعات طبقه‌بندی شده می‌باشند و جزو اسرار سازمان‌ها به حساب می‌آیند (حاجی‌پور و مؤمنی، ۱۳۸۸).

منابع سازمانی:

منابعی هستند که خلق ارزش می‌کنند و حاصل تعاملات سازمانی و گردش فعالیت‌های اجرایی‌اند و به‌عنوان استراتژی‌ها و رویه‌های سازمانی ذکر می‌شوند (حاجی‌پور و مؤمنی، ۱۳۸۸). بیشتر نوشته‌ها در زمینه مدیریت منابع راهبردی بر ساختار و رویه‌های سازمانی به‌عنوان منشأ تولید مزیت رقابتی تمرکز کرده‌اند، به این معنا که خود هرگز مزیت رقابتی نبوده‌اند بلکه زمینه‌ساز ایجاد آن شده‌اند. فرض بر این است که سازمان‌هایی که بهترین رویه‌ها را دارند، یعنی بهترین ساختار و سیستم گردش کار، بهترین برنامه آموزشی و ارتقاء، بهترین نظام پاداش و غیره، نسبت به سایر سازمان‌هایی که در بکارگیری این رویه‌ها ناموفق هستند، از مزیت رقابتی برخوردارند. مطالعات تجربی نیز بر این که رویه‌ها و ساختار برای سازمان ارزش ایجاد می‌کنند، دلالت دارند (حاجی‌پور و مؤمنی، ۱۳۸۸).

منابع تکنولوژی:

تکنولوژی یکی از عوامل کلیدی است که اجتماعات یا تمدن‌ها را تشریح می‌نماید. امروزه آنرا مؤلفه اصلی در تصمیم‌گیری‌های استراتژیک قلمداد می‌کنند و برخی از محققین تکنولوژی را ثروت ملل نامیده‌اند (طاهری و طاهری، ۱۳۹۱). به طور کلی تکنولوژی از سه جزء سخت‌افزار، نرم‌افزار و مغزافزار تشکیل شده است. سخت‌افزار شامل ساختار فیزیکی و آرایش منطقی تجهیزات یا ماشین‌آلاتی است که برای انجام وظایف مربوطه مورد استفاده قرار می‌گیرد. نرم‌افزار شامل دانش نحوه استفاده از سخت‌افزار برای انجام وظایف مربوطه و مغزافزار شامل دلایل استفاده از تکنولوژی به شیوه‌ای خاص که آن را توجیه فنی می‌نامند، می‌باشد. علاوه بر این سه مورد، دانش فنی را که نتیجه تجربه، انتقال دانش و یا تمرین عملی است می‌توان به‌عنوان جزء چهارم در نظر گرفت (رهنمای رودپشتی و همکاران، ۱۳۹۳). منابع تکنولوژیک، جزء منابع نامشهود با وابستگی شدید به دانش می‌باشند که بخش اعظمی از آن، دانش ضمنی است و کدگذاری

آن با دشواری خاصی همراه است. درجه بالای اختصاصی بودن این منابع برای سازمان دارنده آن موجب ارزشمند شدن هر چه بیشتر آن می‌شود و از انتقال آن به خارج از سازمان جلوگیری می‌کند. پیچیدگی بالای این منابع نیز شناخت دلایل و منشأ آن را دشوار می‌نماید (کوگات و زندر، ۱۹۹۴).

۱-۲-۴- کیفیت خدمات در بنادر

امروزه وفاداری مشتریان و رضایت آنها از کیفیت خدمات، کلید موفقیت تجاری محسوب می‌شود، با افزایش وفاداری مشتریان سهم بازار و میزان سوددهی بنگاه اقتصادی بالا می‌رود. صنعت دریانوردی نیز از این امر مستثنی نیست و به خاطر تعاملات فراوانی که با مشتریان خود در بنادر دارد، مفهوم کیفیت خدمات دارای اهمیت خاصی می‌باشد و آگاهی از این امر در تعریف استراتژی‌ها، برای مدیران ارشد بسیار مفید است. بنادر در محیطی فعالیت می‌کنند که رقابت در آن روز به روز شدیدتر می‌شود. در این میان کیفیت خدمات ارائه‌شده به مشتریان و کسب رضایت‌مندی آنها یکی از مباحث اصلی است که در رقابت‌پذیری بنادر مطرح می‌باشد. با شناسایی عوامل مهم و عمده کیفیت خدمات بندری و اندازه‌گیری عملکرد بنادر در زمینه خدمات ارائه‌شده به مشتریان، مقامات بندری قادر خواهند بود از طریق آسیب‌شناسی و ارزیابی سطح موجود کیفیت، نقاط قوت و ضعف خود را شناسایی نمایند و در تدوین برنامه‌ریزی‌ها و اتخاذ سیاست‌گذاری‌ها و استراتژی‌های بهبود کیفیت خدمات و در نتیجه افزایش سودآوری و سهم بازار خود موفق‌تر عمل کنند. بنادر به عنوان یک پایگاه خدماتی و پل ارتباطی بین حمل‌ونقل دریایی و زمینی محسوب می‌شوند، که کار اصلی آنها تضمین کیفیت خدمات، تداوم کالا و مسافر تا حد قابل‌انعطاف در زنجیره حمل‌ونقل می‌باشد. بندر بیانگر هماهنگی زیرساخت‌ها، کالاهای صادره و وارده، خدمات و سیستم‌های اطلاعاتی و ارتباطی جهت ارائه حمل‌ونقل چندوجهی می‌باشد، به این معنا که برقراری ارزش افزوده در خدمات را تضمین می‌کند. ارائه خدمات با کیفیت بالاتر به منظور حمل‌ونقل دریایی کالا موجب افزایش چشمگیر در یک دوره کوتاه‌مدت و همچنین تقاضای جدید در یک دوره میان‌مدت و بلندمدت می‌گردد. این تأثیر تجاری به تدریج در بازار خدمات بندری که دستخوش فرایند روزافزون شده مشاهده می‌شود (بنیادی، ۱۳۹۰). می‌توان گفت که بنادر به عنوان پایه و اساس توسعه اقتصادی یک کشور، یکی از نواحی اصلی جهت سرمایه‌گذاری و کسب منفعت می‌باشند. از این رو هرگونه تغییر در ترافیک، عملکرد و سازماندهی بنادر بر اقتصاد ملی آن کشور تأثیر می‌گذارد (بگوم، ۲۰۰۷). به منظور ارزیابی کیفیت خدمات در بنادر ابتدا باید تمایزی بین عناصر خدماتی بنادر مختلف ایجاد کرد (باورسوکس و همکاران، ۱۹۸۶). لی و همکاران (۲۰۱۱) کیفیت خدمات دریافتی را عقیده و نگرش کلی مرتبط با برتری خدمات توصیف کرده و معتقدند که توجه به کیفیت خدمات، بازتابی از میزان و جهت اختلاف میان درک و انتظارات مشتری است. پاراسورامان و همکاران (۱۹۸۴)، کیفیت خدمات را به عنوان تفاوت بین انتظارات مشتری از خدمت دریافتی و ادراکات وی از خدمتی که واقعا دریافت نموده، تعریف می‌کنند. این محققان فرض می‌کنند که اندازه‌گیری کیفیت خدمت به عنوان یک عدم‌هماهنگی (تفاوت بین ادراکات و انتظارات) معتبر است. وانگ و همکاران، بر این باورند که تهیه و تدارک محصولات و خدمات با کیفیت، شهرت واحد کسب و کار را افزایش می‌دهد و حفظ مشتریان را امکان‌پذیر می‌سازد و منجر به جذب مشتریان جدید با استفاده از تبلیغات دهان به دهان می‌شود و عملکرد مالی و سودآور را افزایش می‌دهد (مهرانی و همکاران، ۱۳۹۱).

۱-۳- پیشینه تحقیق

پاک و همکاران (۲۰۱۵) تحقیقی تحت عنوان «رویکرد تصمیم‌گیری چندمتغیره فازی برای ارزیابی منابع ناملموس مؤثر بر کیفیت خدمات بندری» انجام دادند. در این مطالعه پنج منبع ناملموس شناسایی و ارزیابی شدند و پنج بندر پیشرو در مناطق آسیایی اقیانوس آرام در ارتباط با منابع‌شان، مورد ارزیابی قرار گرفت. پرسشنامه پژوهش برای ۲۱ صادرکننده که در شرکت‌های کشتی‌سازی فعالیت داشتند و در انتخاب بنادر مشارکت کردند، فرستاده شد. نتایج نشان داد که پنج منبع شامل منابع انسانی، منابع سازمانی (رویه‌ها و فرآیندهای سازمانی)، منابع تکنولوژیکی، منابع رابطه‌ای و منابع ایمنی و امنیتی در تولید خدمات با کیفیت مؤثر هستند و منابع رابطه‌ای و مشتری بیشترین اهمیت را در این زمینه دارند. هایاکسو و سانگ‌کایان (۲۰۱۵)، به ارزیابی تأثیر منابع و محیط بنادر کانتینری در افزایش رقابت‌پذیری این بنادر، پرداختند. منابع ملموس و ناملموس به عنوان تعیین‌کننده‌هایی برای رقابت‌پذیری بندر کانتینری با استفاده از دیدگاه منبع‌محور و تئوری وضعیتی، در نظر گرفته شد. در این پژوهش رابطه شش متغیر رقابت‌پذیری بندر کانتینری، حجم ترافیک، کیفیت زیرساخت‌ها، ارتباطات خطوط کشتیرانی، کارایی عملیاتی و عوامل وضعیتی مورد تحلیل قرار گرفت. داده‌های سطح کشوری از پایگاه‌های تجاری و دریایی مختلف گردآوری شد. برای تحلیل فرضیه‌ها از مدل معادلات ساختاری استفاده گردید. نتایج نشان داد تأثیر حجم ترافیک، ارتباطات پیوسته خطوط کشتیرانی و کارایی عملیاتی بندر بر رقابت‌پذیری بندر مؤثر، و کیفیت زیرساخت بر این متغیر بی‌اثر می‌باشد.

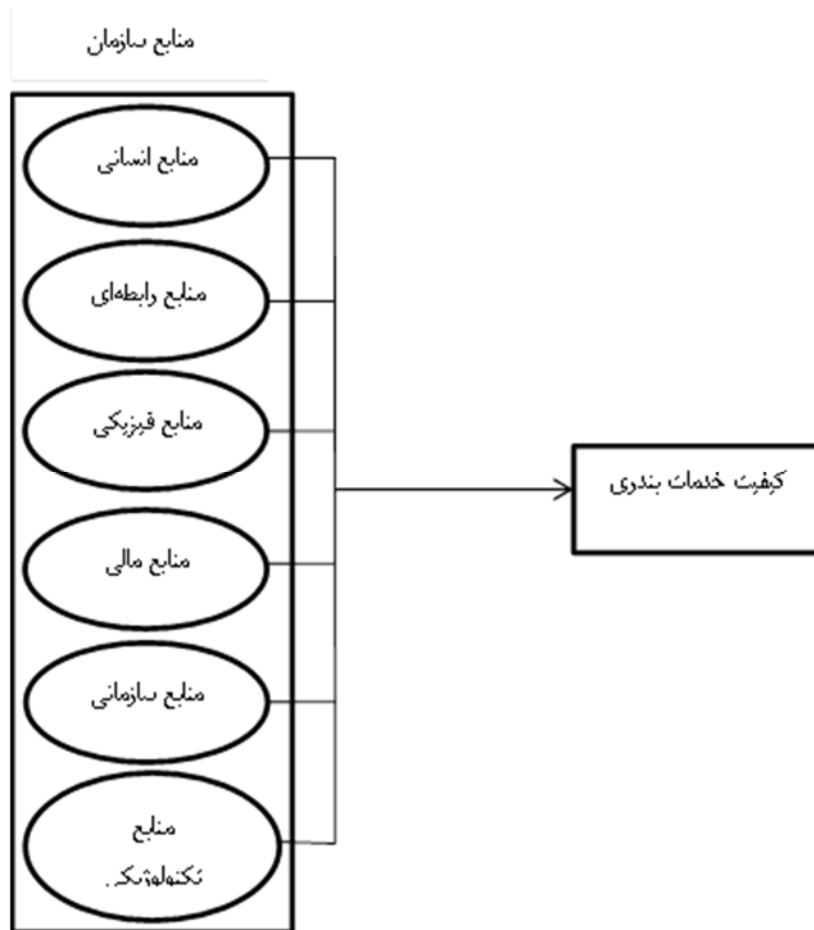
چو و کیم (۲۰۱۵)، به بررسی منابع بندر کانتینری و مؤثر بر افزایش رقابت‌پذیری آن پرداختند. منابع ملموس و ناملموس برای این تحقیق انتخاب شدند. در این تحقیق روابط شش متغیر شامل رقابت‌پذیری، حجم ترافیک، کیفیت زیرساخت‌ها، ارتباط خط کشتیرانی و اثر موقعیتی بررسی شد. این تحقیق یک تحقیق بین

کشوری بود و از مدل معادلات ساختاری برای تحلیل فرضیه‌ها استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد رابطه میان رقابت‌پذیری و حجم ترافیک کاننتینری معنی‌دار است و اتصال خطوط کشتیرانی و اثربخشی عملیات بندر با رقابت‌پذیری بندر رابطه دارد. چاو (۲۰۱۰) عوامل مؤثر بر انتخاب بنادر را شناسایی کرد و نشان داد که آنها ممکن است استراتژی‌های عملیاتی مفید و سیاست‌های بندری با اهمیتی برای افزایش رقابت‌پذیری بنادر و جذب مشاغل کاننتینری بالقوه باشند. هزینه بندر، بهره‌وری در زمینه بارکردن و تخلیه، اثربخشی عملیاتی بندر، اندازه و کارایی محوطه کاننتینری، اقتصاد منطقه و عمق اسکله توسط چاو (۲۰۱۰) به عنوان عوامل مهم در انتخاب بندر شناسایی شد.

پروگولاکی و ثوتوکاس (۲۰۱۰) تحقیقی تحت عنوان «مدیریت منابع انسانی و مزیت رقابتی: کاربردی از دیدگاه منبع‌محور در صنعت کشتی‌سازی» انجام دادند و در آن، فرض کردند که دیدگاه منبع‌محور می‌تواند برای مقابله با عقب‌ماندگی و موانع در صنعت کشتی‌سازی درباره مدیریت منابع و شکل‌گیری مزیت رقابتی پایدار، مشارکت نماید. این تحقیق، یک تحقیق زمینه‌ای بود. در نتیجه نتایج تحقیق، چارچوبی برای مدیریت کردن منابع انسانی در صنعت کشتی‌سازی در جهتی که منجر به شکل‌گیری مزیت رقابتی پایدار شود، پیشنهاد می‌داد. ایرفان و همکاران (۲۰۰۹) تحقیقی تحت عنوان «دستیابی به کیفیت خدمات از طریق منابع انسانی ارزشمند: مطالعه‌ای تجربی از بخش بانکداری پاکستان» انجام دادند. هدف این مطالعه تمرکز بر سیاست‌های منابع انسانی و تعهد مدیریت ارشد برای کیفیت خدمات و تأثیر مثبت آنها بر رضایت کارکنان و مشتریان می‌باشد. مطالعه در بخش بانکداری پاکستان صورت گرفته و نتایج نشان می‌دهد که کیفیت خدمات به طور معنی‌داری به تعهد کارکنان برای ارائه خدمات برتر به مشتری جهت افزایش رضایت وی بستگی دارد و آموزش و توسعه مهارت‌ها و قابلیت‌های کارکنان به اثربخشی و کارایی در وظایف منجر می‌شود و خدمات با کیفیت‌تری ارائه می‌شود. لو (۲۰۰۷) در تحقیقی به ارزیابی منابع و قابلیت‌های کلیدی برای خدمات خطوط کشتیرانی پرداخت. تحقیق حاضر یک تحقیق تجربی بود. سه نوع منبع برای شرکت در این پژوهش شناسایی شد که عبارتند از: تجهیزات دریایی، تجهیزات اطلاعاتی و تصویر شرکت. هفت قابلیت نیز شناسایی شد که عبارتند از: خرید، عملیات، مدیریت منابع انسانی، خدمات مشتری، یکپارچه‌سازی اطلاعات، قیمت‌گذاری و مدیریت مالی. نتایج نشان داد که قابلیت عملیاتی مهم‌ترین عامل برای خدمات کشتیرانی می‌باشد و به دنبال آن خدمات مشتری، مدیریت منابع انسانی، یکپارچه‌سازی اطلاعات، قیمت‌گذاری، خرید و مدیریت مالی دارای اهمیت می‌باشند. نتایج همچنین نشان داد که چهار بعد از منابع به طور معنی‌داری بین شرکت‌های نمایندگی‌های کشتیرانی متفاوت هستند: تجهیزات دریایی، تجهیزات اطلاعاتی، عملیات و یکپارچه‌سازی اطلاعات. تئوهاراکیس و هولی (۲۰۰۳) مطالعه‌ای تحت عنوان «منابع سازمانی پاسخدهی خدماتی را قادر می‌سازند: شواهدی از یونان» انجام دادند. در این پژوهش، اجرای استراتژی بازاریابی در یک نمونه از شرکت‌های عملیاتی B2B در یونان بررسی شد. نتایج تحقیق حمایت‌های لازم را برای توسعه منابع سازمانی که بازاریابی رابطه‌ای را در محیط‌های B2B پرورش و قادر می‌سازند، ارائه می‌دهد؛ چرا که منابع با بهبود عملکرد شرکت در زمینه خدمات و کالا، مرتبط است.

۱-۴- مدل مفهومی تحقیق

تحقیق حاضر دارای دو متغیر است. متغیر منابع سازمان به عنوان متغیر مستقل می‌باشد که خود دارای ۶ نوع شامل: منابع رابطه‌ای، منابع فیزیکی، منابع انسانی، منابع سازمانی، منابع مالی و منابع تکنولوژیکی می‌باشد؛ و متغیر کیفیت خدمات بندری که متغیر وابسته تحقیق است. بنابراین، مدل مفهومی تحقیق به صورت شکل (۱) ترسیم می‌شود.



شکل (۱): مدل مفهومی تحقیق

۲- روش تحقیق

تحقیق حاضر از لحاظ هدف، از نوع تحقیقات کاربردی محسوب می‌گردد، و با توجه به نحوه گردآوری داده‌ها، در زمره پژوهش‌های توصیفی - پیمایشی طبقه‌بندی می‌شود. تحقیق حاضر دارای دو متغیر است. جامعه آماری این تحقیق را مدیران و کارشناسان امور بندری در بندر امام خمینی تشکیل می‌دهند. تعداد این افراد در بندر مذکور ۲۰۰ نفر برآورد گردید. با توجه به محدود بودن حجم جامعه، برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران برای جوامع محدود استفاده شد که حجم نمونه طبق رابطه (۱)، تعداد ۱۳۲ نفر به دست آمد.

$$n = \frac{p(1-p)NZ_{\alpha/2}^2}{e^2(N-1) + p(p-1)Z_{\alpha/2}^2} = \frac{0.5 \times 0.5 \times 200 \times (1.96)^2}{(0.05)^2(200-1) + 0.5 \times 0.5 \times (1.96)^2} = 132 \quad (1)$$

روش نمونه‌گیری در این تحقیق، تصادفی ساده است. زیرا تعداد جامعه مشخص و معین بود و امکان لیست کردن افراد وجود داشت و هر فرد از شانس برابری برای انتخاب شدن برخوردار بود. برای اولویت‌بندی عوامل با استفاده از تکنیک AHP از پرسشنامه متفاوتی استفاده شد که برای پاسخگویی به آن تعداد ۱۸ نفر از بهترین کارشناسان و خبرگان انتخاب شد. در این شرایط که خبرگان به صورت قضاوتی انتخاب می‌گردند از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی قضاوتی استفاده شد.

ابزار گردآوری اطلاعات تحقیق، پرسشنامه است که برای سنجش متغیر منابع فیزیکی از ۴ سوال برگرفته از تحقیق لئونیدو و همکاران (۲۰۱۳)، برای متغیر منابع مالی از ۴ سوال برگرفته از لئونیدو و همکاران (۲۰۱۳)، برای متغیر منابع انسانی از ۶ سوال برگرفته از لئونیدو و همکاران (۲۰۱۳)، برای متغیر منابع رابطهای از ۵ سوال برگرفته از بلسکا - اسپاسوا و همکاران (۲۰۱۲)، برای متغیر منابع تکنولوژیکی از ۵ سوال برگرفته از توکز و همکاران (۲۰۱۵) و برای متغیر منابع سازمانی از ۶ سوال برگرفته از تحقیق حاجی‌پور و مؤمنی (۱۳۸۸) استفاده شد. در این پژوهش برای تعیین پایایی پرسشنامه و قابلیت اعتماد آن از روش آلفای کرونباخ در پیش‌آزمون استفاده شده است.

جدول (۱): نتایج حاصل از آزمون آلفای کرونباخ

عامل	تعداد سوالات
منابع انسانی	0/839
منابع رابطه‌ای	0/735
منابع فیزیکی	0/769
منابع مالی	0/811
منابع سازمانی	0/824
منابع تکنولوژیکی	0/783
کل	0/864

با توجه به جدول (۱)، مقدر آلفای کرونباخ برای تمامی متغیرها و همچنین کل پرسشنامه بیش از ۰/۷ به دست آمد که بیانگر تأیید پایایی پرسشنامه می‌باشد. در روش‌های تحلیل آماری از نرم‌افزار SPSS استفاده شد که شامل آزمون نرمال بودن داده‌ها و آزمون t برای گروه‌های مستقل می‌باشد. همچنین برای رتبه‌بندی عوامل از تکنیک AHP و نرم‌افزار Expert choice استفاده شد.

۳- تجزیه و تحلیل داده‌ها

جهت بررسی فرضیه‌ها و مشخص شدن استفاده از آزمون‌های پارامتریک و یا ناپارامتریک در آزمون فرضیه‌ها، نرمال بودن داده‌ها با استفاده از دو شاخص خطای استاندارد ضریب چولگی و خطای استاندارد ضریب کشیدگی تعیین شد.

جدول (۲): کجی و چولگی مربوط به سوالات متغیرها

منابع	کشیدگی		چولگی		N (کل)
	درصد خطا	ارقام آماری	درصد خطا	ارقام آماری	
فیزیکی	.419	.283	.211	-.788	132
مالی	.419	1.025	.211	-.848	132
رابطه‌ای	.419	.615	.211	-.701	132
انسانی	.419	1.135	.211	-.812	132
تکنولوژیکی	.419	-.044	.211	-.550	132
سازمانی	.419	-.043	.211	-.628	132

جهت بررسی سوالات پژوهش در مورد گروه‌های مستقل از آزمون t استفاده شد. فرضیه‌های آزمون به این شرح می‌باشد:

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0: \mu = 3 \\ H_1: \mu \neq 3 \end{array} \right.$$

این آزمون برای متغیرهای کمی به کار می‌رود و در مواردی برای تشخیص تأثیر یا عدم تأثیر یک متغیر (ها) در وضعیت مورد بررسی استفاده می‌شود (مؤمنی و فعال قیوم، ۱۳۹۱).

جدول (۳): توصیف متغیرهای تحقیق از طریق آزمون t

متغیرها (منابع)	انحراف از میانگین	انحراف معیار	میانگین	تعداد
فیزیکی	0/05871	0/67453	3/5852	132
مالی	0/06306	0/72455	3/5417	132
رابطه‌ای	0/06380	0/73301	3/4682	132
انسانی	0/05338	0/61323	3/5341	132
تکنولوژیکی	0/06484	0/74495	3/4409	132
سازمانی	0/06422	0/73785	3/4659	132

برای تمام متغیرها مقدار میانگین بیش از ۳ (میانگین طیف لیکرت) به دست آمد که نشان‌دهنده موافق بودن کارشناسان با تأثیر عوامل فوق در کیفیت خدمات بندر می‌باشد. جدول (۳) نتایج آزمون t را نشان می‌دهد که برای بررسی مؤثر بودن انواع منابع در کیفیت خدمات بندری استفاده می‌شود.

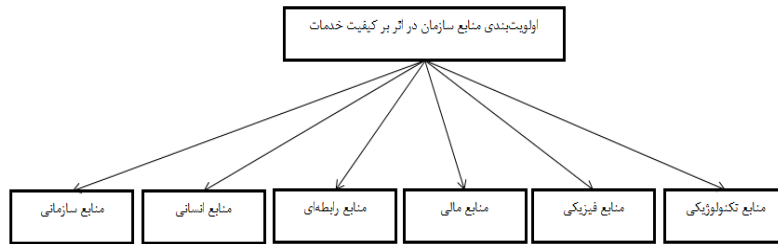
جدول (۴): نتیجه آزمون t برای سوالات تحقیق

متغیر	t	درجه آزادی	Sig. (2-tailed)	میانگین اختلافات	فاصله اطمینان ۹۵٪ برای تفاوت	
					حد بالا	حد پایین
منابع فیزیکی	9.968	131	0.000	0.58523	0.7014	0.4691
منابع مالی	8.589	131	0.000	0.54167	0.6664	0.4169
منابع انسانی	10.006	131	0.000	0.53409	0.6397	0.4285
منابع رابطه‌ای	7.338	131	0.000	0.46818	0.5944	0.3420
منابع تکنولوژیکی	6.800	131	0.000	0.44091	0.5692	0.3126
منابع سازمانی	7.255	131	0.000	0.46591	0.5930	0.3389

با توجه به جدول (۴) مقدار sig برای تمامی متغیرها کمتر از ۵٪ می‌باشد و به همین علت فرض صفر، یعنی ادعای برابری میانگین با ۳ رد می‌شود. با توجه به مقادیر حد بالا و پایین می‌توان گفت که چون برای این متغیرها، هر دوی حد بالا و پایین مقادیری مثبت هستند نشان می‌دهد که میانگین متغیرها از مقدار مورد آزمون بزرگ‌تر است و این متغیرها هم در جامعه وضعیت مطلوبی دارد. به عبارت دیگر پاسخ‌دهندگان به این متغیرها پاسخی بیش از عدد ۳ (نه کم و نه زیاد) داده‌اند، که این نشانه موافق بودن آنان با تأثیر منابع مختلف سازمانی در کیفیت خدمات بندری می‌باشد.

۳-۱- آزمون رتبه‌بندی عوامل

در این مطالعه برای اولویت‌بندی تأثیر انواع منابع سازمان در افزایش کیفیت خدمات بندری از روش فرایند تحلیل سلسله مراتبی استفاده شد. در جریان رتبه‌بندی اولویت تأثیر منابع سازمان با استفاده از روش فرآیند تحلیل سلسله مراتبی، گام‌های مختلفی برداشته شد.



شکل (۲): سلسله مراتب منابع سازمان در اثر بر کیفیت خدمات

بعد از نظر خواهی از خبرگان برای تعیین اهمیت این عوامل، ماتریس مقایسه زوجی تأثیر انواع منابع سازمانی در افزایش کیفیت خدمات بندری از دیدگاه خبرگان به شرح جدول (۵) به دست آمد.

جدول (۵): ماتریس مقایسه زوجی شاخص‌های انتخاب تأمین‌کننده

هدف: ارزیابی تأمین‌کننده	منابع					
	انسانی	فیزیکی	مالی	رابطه‌ای	سازمانی	تکنولوژیکی
منابع انسانی	۱	۴/۶۳	۲/۵۰	۴/۱۱	۳/۹۱	۳/۶۲
منابع فیزیکی		۱	۰/۶۳	۰/۷۴	۱/۰۳	۰/۸۲
منابع مالی			۱	۰/۶۱	۱/۲۳	۱/۱۷
منابع رابطه‌ای				۱	۲/۸۵	۲/۹۶
منابع سازمانی					۱	۳/۳۶
منابع تکنولوژیکی						۱

با توجه به مراحل فرایند تحلیل سلسله مراتبی و با استفاده از نرم‌افزار Expert choice نسخه ۱۱ اولویت معیارها به شرح شکل (۳) به دست آمد.

Synthesis with respect to: Assessment Suppliers
(Goal > Assessment Suppliers (L-))
Overall Inconsistency = .25



شکل (۳): حالت گرافیکی اولویت‌بندی معیارها

با توجه به نتایج نرخ ناسازگاری برابر با ۰/۲۵ است و از آنجا که تجربه نشان داده است که اگر نرخ ناسازگاری برابر یا کمتر از ۰/۲۵ باشد سازگاری مقایسات قابل قبول بوده و در غیر اینصورت مقایسه‌ها باید تجدید نظر شود، که در این مطالعه نرخ ناسازگاری در دامنه قابل قبول قرار دارند و با توجه وزن‌های اشاره شده شاخص‌های انتخاب تأمین کننده به شرح زیر است:

جدول (۶): اولویت‌بندی شاخص‌های انتخاب تأمین کننده

زیرمعیارهای ارزیابی تأمین کننده		
اولویت	وزن نسبی	منابع
اول	۰/۳۰۴	انسانی
چهارم	۰/۱۱۰	فیزیکی
پنجم	۰/۱۰۳	مالی
دوم	۰/۲۶۷	رابطه‌ای
سوم	۰/۱۲۵	سازمانی
ششم	۰/۰۹۲	تکنولوژیکی

۳-۲- بحث و استنتاج

سوال اول به این موضوع می‌پردازد که آیا منابع فیزیکی در افزایش کیفیت خدمات بندری تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد؟ مقدار sig برای این متغیر کمتر از ۵ درصد می‌باشد و به همین علت فرض صفر، یعنی ادعای برابری میانگین با ۳ رد می‌شود. با توجه به مقادیر حد بالا و پایین می‌توان گفت که چون برای این متغیر پژوهش هر دوی حد بالا و پایین مقادیری مثبت هستند و با میانگین متغیر (مقدار ۳/۵۸۵۲) که از مقدار مورد آزمون (عدد ۳) بزرگ‌تر است، در نتیجه این متغیرها هم در جامعه وضعیت مطلوبی دارد. به عبارت دیگر پاسخ‌دهندگان به این متغیر پاسخی بیش از عدد ۳ (نه کم و نه زیاد) داده‌اند، که این نشانه موافق بودن آنان با تأثیر منابع فیزیکی در کیفیت خدمات بندری می‌باشد. نتیجه حاصل از این فرضیه با مطالعات چو و کیم (۲۰۱۵)، چاو (۲۰۱۰) و لو (۲۰۰۷) هم‌راستا می‌باشد.

سوال دوم این است که آیا منابع مالی در افزایش کیفیت خدمات بندری تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد؟ مقدار sig برای این متغیر کمتر از ۵ درصد می‌باشد و به همین علت فرض صفر، یعنی ادعای برابری میانگین با ۳ رد می‌شود. با توجه به مقادیر حد بالا و پایین می‌توان گفت که چون برای این متغیر پژوهش هر دوی حد بالا و پایین مقادیری مثبت هستند و با میانگین متغیر (مقدار ۳/۵۴۱۷) که از مقدار مورد آزمون بزرگ‌تر است. نتیجه می‌شود که منابع مالی در افزایش کیفیت خدمات بندری مؤثر است. نتیجه حاصل از این فرضیه با مطالعات پاک و همکاران (۲۰۱۵) و لو (۲۰۰۷) هم‌راستا می‌باشد.

تأثیر منابع انسانی در افزایش کیفیت خدمات بندری در سوال سوم مورد بررسی قرار گرفت که نتایج نشان داد مقدار sig برای این متغیر کمتر از ۵ درصد می‌باشد و به همین علت فرض صفر، یعنی ادعای برابری میانگین با ۳ رد می‌شود. با توجه به مقادیر حد بالا و پایین می‌توان گفت که چون برای این متغیر پژوهش هر دوی حد بالا و پایین مقادیری مثبت هستند و با میانگین متغیر (مقدار ۳/۵۳۴۱) که از مقدار مورد آزمون بزرگ‌تر است. نتیجه می‌شود که منابع انسانی در افزایش کیفیت خدمات بندری مؤثر است. نتیجه حاصل از این فرضیه با مطالعات پاک و همکاران (۲۰۱۵)، پروگولاکی و ثوتوکاس (۲۰۱۰) و ایرفان و همکاران (۲۰۰۹) هم‌راستا می‌باشد.

در سوال چهارم این موضوع بررسی گردید که آیا منابع رابطه‌ای در افزایش کیفیت خدمات بندری تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد؟ مقدار sig برای این متغیر کمتر از ۵ درصد می‌باشد و به همین علت فرض صفر، یعنی ادعای برابری میانگین با ۳ رد می‌شود. با توجه به مقادیر حد بالا و پایین می‌توان گفت که چون

برای این متغیر پژوهش هر دوی حد بالا و پایین مقادیری مثبت هستند و با میانگین متغیر (مقدار ۳/۴۶۸۲) که از مقدار مورد آزمون بزرگتر است. نتیجه می‌شود که منابع رابطه‌ای در افزایش کیفیت خدمات بندری مؤثر است. نتیجه حاصل از این فرضیه با مطالعات پاک و همکاران (۲۰۱۵) و توههاراکیس و هولی (۲۰۰۳) هم‌راستا می‌باشد.

اینکه آیا منابع تکنولوژیکی در افزایش کیفیت خدمات بندری تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد در سوال پنجم بررسی شد که مقدار sig برای این متغیر کمتر از ۵ درصد به دست آمد و به همین علت فرض صفر، یعنی ادعای برابری میانگین با ۳ رد می‌شود. با توجه به مقادیر حد بالا و پایین می‌توان گفت که چون برای این متغیر پژوهش هر دوی حد بالا و پایین مقادیری مثبت هستند و با میانگین متغیر (با مقدار ۳/۴۴۰۹) که از مقدار مورد آزمون بزرگتر است. نتیجه می‌شود که منابع تکنولوژیکی در افزایش کیفیت خدمات بندری مؤثر است. نتیجه حاصل از این فرضیه با مطالعات پاک و همکاران (۲۰۱۵) هم‌راستا می‌باشد.

در سوال ششم این موضوع بررسی شد که آیا منابع سازمانی (رویه‌ها، استراتژی و فرآیندها) در افزایش کیفیت خدمات بندری تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد؟ مقدار sig برای این متغیر کمتر از ۵ درصد می‌باشد و به همین علت فرض صفر، یعنی ادعای برابری میانگین با ۳ رد می‌شود. با توجه به مقادیر حد بالا و پایین می‌توان گفت که چون برای این متغیر پژوهش هر دوی حد بالا و پایین مقادیری مثبت هستند و با میانگین متغیر (مقدار ۳/۴۶۵۹) که از مقدار مورد آزمون بزرگتر است. نتیجه می‌شود که منابع سازمانی (رویه‌ها، استراتژی و فرآیندها) در افزایش کیفیت خدمات بندری مؤثر است. نتیجه حاصل از این فرضیه با مطالعات رضایی (۱۳۹۴)، پاک و همکاران (۲۰۱۵) و والدمن و گوپالاکریشنان (۱۹۹۶) هم‌راستا می‌باشد.

۴- نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از رتبه‌بندی منابع سازمان به لحاظ تأثیر بر کیفیت خدمات بندری با استفاده از روش AHP نشان داد که به ترتیب منابع انسانی، منابع رابطه‌ای، منابع سازمانی، منابع فیزیکی، منابع مالی و منابع تکنولوژیکی بیشترین اهمیت را دارند. بنابراین بندر امام خمینی باید تخصیص امکانات مالی خود را بر اساس اولویت هریک از منابع مذکور انجام دهد.

باید از فناوری و تجهیزات مدرن برای ارائه خدمات به مشتریان استفاده نماید. ماشین‌آلات و تجهیزات بندر باید متناسب با نیازهای مشتریان باشد. بندر باید ظاهر حرفه‌ای داشته باشد و از نظر ظاهر زیبا و جذاب به نظر آید. همچنین این بندر باید در ایجاد و نگهداری تکنولوژی فنی، توانایی لازم را کسب نماید و از سیستم کنترل کیفیت خدمات برخوردار باشد. باید منابع مالی و سرمایه‌های کافی برای اجرای فعالیت‌های بازاریابی و خدماتی بندر اختصاص دهد. باید منابع مالی اضافی را شناسایی و سعی در جذب این منابع نماید. با توجه به اهمیت منابع انسانی در ارائه خدمات با کیفیت، فرهنگ‌سازی مناسب در پرسنل شرکت برای آشنایی با سیستم ارتباط با مشتریان باید از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی و ارتقای سطح دانش و معلومات پرسنل و عقد قرارداد با مؤسسات آموزشی برای برگزاری دوره‌های پیشرفته مدیریت نوین، به ویژه سیستم ارتباط با مشتری نسبت به آموزش حرفه‌ای کارکنان اقدام کند. منابع رابطه‌ای نقش مهمی در ایجاد خدمات با کیفیت بندری دارد لذا پیشنهاد می‌گردد بندر امام خمینی توانایی خود را در برقراری ارتباط با دولت، مشتریان، تأمین‌کنندگان (ابزارآلات، منابع مالی، تجهیزات و...)، شرکای خارجی و داخلی و سایر ذی‌نفعان افزایش دهد.

مراجع

۱. ابراهیمی، ا؛ منصوری، س.ح. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر کیفیت خدمات، ارزش درک‌شده و عاطفه لذتی بر تمایلات رفتاری مشتریان، (پژوهشگر) فصلنامه مدیریت، ۱۰(۳۲)، ۱۴-۱۵.
۲. جزنی، ن؛ طاهری، ن؛ ابیلی، خ. (۱۳۸۹). تدوین راهبردهای توسعه منابع انسانی با رویکرد توسعه دانش کارکنان، فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، ۲، ۲۹-۱۵.
۳. جلیلیان، آ. (۱۳۹۲)، بررسی و رتبه‌بندی کیفیت خدمات دریایی و بندری در بنادر تجاری جهت جذب مشتریان (مورد کاوی بندر خرمشهر)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته دریانوردی گرایش حمل‌ونقل دریایی، دانشگاه علوم و فنون دریایی خرمشهر.
۴. حاجی پور، ؛ و مؤمنی، م. (۱۳۸۸). بازشناسی رویکرد منبع‌محور نسبت به منابع سازمان و مزیت رقابتی پایدار مورد مطالعه: شرکت تولیدی ساران، اندیشه مدیریت، ۳(۱)، ۱۰۲-۷۷.
۵. حاجی کریمی، ع؛ بطحایی، ع. (۱۳۸۸). مدیریت سرمایه‌های فکری (مزیت راهبردی - ارزش‌آفرینی سازمانی) مفاهیم و کاربردها. چاپ اول. تهران: نشر بازرگانی.
۶. رهنمای رودپشتی، ف؛ نیکومرام، ه؛ بنی‌طالبی دهکردی، ب. (۱۳۹۳) حسابداری و تکنولوژی، فصلنامه علمی پژوهشی دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۳(۱۰)، ۱۶۴-۱۵۱.
۷. طاهری، ا. و طاهری، ر. (۱۳۹۱)، ارائه الگوی تدوین استراتژی تکنولوژی در شرکت‌های دانش‌بنیان، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش‌بنیان.
۸. قربانی، م.ر. (۱۳۹۰)، فرهنگ سازمانی و نگهداشت منابع انسانی ناجا، فصلنامه منابع انسانی ناجا، ۶(۲۳)، ۵۸-۴۱.
۹. منوریان، ع؛ قلیپور، آ. و یزدانی، ح.ر. (۱۳۸۵). نقش سرمایه‌های فکری در بقا و فنای سازمان‌ها: تحقیقی درباره بانک ملت. فصلنامه علوم مدیریت ایران. ۱(۳).

۱۰. مهران، ه.، یوسفی، م. و کشاورزی، ش. (۱۳۹۱)، بررسی اثر تصویر ذهنی از شبکه بانک بر فرآیند کیفیت، رضایتمندی و وفاداری مشتریان در شعب بانک کارآفرین استان های مازندران و گلستان، مدیریت بازاریابی، ۱۷، ۱۳۴-۱۱۵.
۱۱. مومنی، م. و فعال قیومی، ع. (۱۳۹۱)، تحلیل های آماری با استفاده از SPSS، تهران: انتشارات گنج شایگان، چاپ ششم.
12. Aziz, N. N. A., & Samad, S. (2016). Innovation and Competitive Advantage: Moderating Effects of Firm Age in Foods Manufacturing SMEs in Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 35, 256-266.
13. Barney, J (1991), Firm Resources and sustained competitive advantage, *Journal of management*, Vol 17.
14. Begum, H. 2007. Impact of Port Efficiency and Productivity on the Economy of Bangladesh. *International Cargo Handling Coordination Association Biennial Conference* ,29th May-2th June, Australia.
15. Beleska-Spasova, E., Keith, W., Stride, G. C. (2012). Resource determinants of strategy and performance: The case of British exporters, *Journal of World Business* 47, 635-647 [Available from <http://www.elsevier.com/locate/jwb>].
16. CHO, C.H., KIM, B.I., and HYUN, J.H. (2010), "A comparative analysis of the ports of Incheon and Shanghai: the cognitive service quality of ports, customer satisfaction, and post-behaviour", *Total Quality Management*, Vol.21, No.9, pp. 919-930.
17. CHO, H., & KIM, S. (۲۰۱۵). Examining Container Port Resources and Environments to Enhance Competitiveness: A Cross-Country Study from Resource-Based and Institutional Perspectives. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, ۳۱(۳), ۳۶۲-۳۴۱
18. de Guimarães, J. C. F., Severo, E. A., Dorion, E. C. H., Coallier, F., & Olea, P. M. (2016). The use of organisational resources for product innovation and organisational performance: A survey of the Brazilian furniture industry. *International Journal of Production Economics*, 180, 135-147.
19. Grant, R. M. (1991), *The Resource-based Theory of Competitive Advantage: Implication for Strategy Formulation*. *California Management Review*, 33(3), 114 – 135.
20. Hyuksoo, C. H. O., & Sangkyun, K. I. M. (2015). Examining Container Port Resources and Environments to Enhance Competitiveness: A Cross-Country Study from Resource-Based and Institutional Perspectives. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 31(3), 341-362.
21. Irfan, S. M., Mohsin, M., & Yousaf, I. (2009). Achieving service quality through its valuable human resources: An empirical study of banking sector of Pakistan. *World Applied Sciences Journal*, 7(10), 1222-1230.
22. Lee, J. H., Kim, H. D., KO, Y. J., and Sagas, M., (2011). "The influence of service quality on satisfaction and intention: a gender segmentation strategy", *Sport Management Review*, 14: 54-63.
23. Leonidou, L. C., Leonidou, C. N., Fotiadis, T. A., & Zeriti, A. (2013). Resources and capabilities as drivers of hotel environmental marketing strategy: Implications for competitive advantage and performance. *Tourism Management*, 35, 94-110.
24. Lippman, S.A., & Rumelt, R.P. (2003). "A bargaining perspective on resource advantage". *Strategic Management Journal*, 24(11), Pp. 1069-1086.
25. Lu, C. S. (2007). Evaluating key resources and capabilities for liner shipping services. *Transport Reviews*, 27(3), 285-310.
26. MAGALA, M. and SAMMONS, A. (2008), "A new approach to port choice modelling", *Maritime Economics & Logistics*, Vol. 10, pp. 9-34.
27. Miller, Alex; Spann, Mary S. and Linda Lerner (1991), "Competitive Advantages in New Corporate Ventures: The Impact of Resource Sharing and Reporting level", *Journal of Business Venturing* , 6(5), 335 – 350
28. Othman, R., Arshad, R., Aris, N. A., & Arif, S. M. M. (2015). Organizational Resources and Sustained Competitive Advantage of Cooperative Organizations in Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 170, 120-127.
29. Pak, J. Y., Thai, V. V., & Yeo, G. T. (2015). Fuzzy MCDM approach for evaluating intangible resources affecting port service quality. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 31(4), 459-468.
30. Progoulaki, M., & Theotokas, I. (2010). Human resource management and competitive advantage: An application of resource-based view in the shipping industry. *Marine Policy*, 34(3), 575-582.
31. SONG, D. W. and YEO, K. T. (2004), "A competitive analysis of Chinese container port using the analytic hierarchy process", *Maritime Economics and Logistic*, Vol. 6, pp. 34-52.
32. THAI, V. V. (2015), "The Impact of Port Service Quality on Customer Satisfaction: The Case of Singapore", *Maritime Economics & Logistics*, doi:10.1057/mel.2015.19.
33. Theoharakis, V., & Hooley, G. (2003). Organizational resources enabling service responsiveness: Evidence from Greece. *Industrial Marketing Management*, 32(8), 695-702.
34. Tzokas, N., Kim, Y. A., Akbar, H., & Al-Dajani, H. (2015). Absorptive capacity and performance: The role of customer relationship and technological capabilities in high-tech SMEs. *Industrial Marketing Management*, 47, 134-142.
35. Waldman, D. A., & Gopalakrishnan, M. (1996). Operational, organizational, and human resource factors predictive of customer perceptions of service quality. *Journal of Quality Management*, 1(1), 91-107.
36. Wheelen T.L. and Hunger J.D. (۲۰۰۰), *Strategic Management*, Prentice Hall International.
37. Yeo, G. T., Thai, V. V., & Roh, S. Y. (2015). An analysis of port service quality and customer satisfaction: The case of Korean container ports. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 31(4), 437-447.