

## طراحی الگوی صادرات محور محصولات نفتی و مشتقات آن با رویکرد اقتصاد مقاومتی

حسن بشی<sup>1</sup>، وحید ثانوی گروسیان<sup>2\*</sup>، علی حسین زاده<sup>3</sup>

<sup>1</sup> گروه مدیریت، واحد تربیت حیدریه، دانشگاه آزاد اسلامی، خراسان رضوی، ایران.

<sup>2</sup> استادیار، گروه مدیریت، واحد بجنورد، دانشگاه آزاد اسلامی، خراسان شمالی، ایران (نویسنده مسؤل).

<sup>3</sup> استادیار، گروه مدیریت، واحد تربیت حیدریه، دانشگاه آزاد اسلامی، خراسان رضوی، ایران.

تاریخ دریافت: 1401/07/01 تاریخ انتشار: 1401/09/01

### Designing an export-oriented model of petroleum products and its derivatives with a resistance economy approach

Hassan bashi<sup>1</sup>, Vahid Sanevi Grosian<sup>2\*</sup>, Ali Hosseinzadeh<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Department of Management, Torbat Heydariyeh Branch, Islamic Azad University, Razavi Khorasan, Iran.

<sup>2</sup>Assistant Professor, Department of Management, Bojnord Branch, Islamic Azad University, North Khorasan, Iran.

<sup>3</sup>Assistant Professor, Department of Management, Torbat Heydariyeh Branch, Islamic Azad University, Razavi Khorasan, Iran.

Received:(23/09/2022) Accepted: (22/11/2022)

شناسه یکتا : 10.52547/JABM.3.2.1515

#### Abstract

The current research was conducted with the aim of designing an export-oriented model of petroleum products and its derivatives with a resistance economy approach. This research is a basic-applied and qualitative research. The research participants were 10 university experts and senior economic and oil managers in the ministries of economy and oil, who were selected according to the principle of saturation. To collect information, library and field methods have been used. The data analysis method of this research is interview and coding. Finally, based on the interviews conducted, the results showed that the export of petroleum products includes three dimensions: speed of action in works, reliance on internal power and marketing communications. Also, financial policies, environmental factors, external pressures, internal power, product, internal regulations, communication factors, support policies and technological factors affect these components. Also, this research showed that the export of oil products and its derivatives with a resistance economy approach can have important achievements for the country and the society's economy, which are presented in this research in three levels: national macro achievements, market development and economic growth.

**Key words:** export, oil export, embargo, resistance economy

#### چکیده

پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی صادرات محور محصولات نفتی و مشتقات آن با رویکرد اقتصاد مقاومتی صورت گرفت. این پژوهش یک پژوهش بنیادی-کاربردی و همچنین از نوع کیفی است. مشارکت کنندگان پژوهش را 10 نفر از خبرگان دانشگاهی و مدیران ارشد اقتصادی و نفتی در وزارتخانه‌های اقتصاد و نفت تشکیل دادند که با توجه به اصل اشباع گزینش شدند. جهت جمع‌آوری اطلاعات از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی بهره گرفته شده است. روش تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش مصاحبه و کدگذاری است. در نهایت با تکیه بر مصاحبه‌های صورت گرفته نتایج نشان داد صادرات محصولات نفتی شامل سه بعد سرعت عمل در کارها، تکیه بر توان داخلی و ارتباطات بازاریابی است. همچنین سیاست‌های مالی، عوامل محیطی، فشارهای بیرونی، توان داخلی، محصول، مقررات داخلی، عوامل ارتباطی، سیاست‌های حمایتی و عوامل تکنولوژیکی بر این مؤلفه‌ها تأثیر گذارند. همچنین این تحقیق نشان داد صادرات محصولات نفتی و مشتقات آن با رویکرد اقتصاد مقاومتی می‌تواند دستاوردهای مهمی برای کشور و اقتصاد جامعه داشته باشد که در این تحقیق در سه سطح دستاوردهای کلان ملی، توسعه بازار و رشد اقتصادی ارائه شده است.

**واژه‌های کلیدی:** اقتصاد مقاومتی؛ تحریم؛ صادرات؛ صادرات نفت.

ایمیل نویسنده مسؤل: Sanevi.vahid@yahoo.com

## مقدمه

یکی از مهم‌ترین صنایع کشور از دیدگاه اقتصادی، صنعت نفت است زیرا صنعت نفت تأمین‌کننده اصلی درآمدهای ارزی کشور است. به عبارت دیگر، این صنعت، حائز رتبه اول درآمدزایی ارزی برای اقتصاد کشور بوده است. در سال‌های اخیر با وجود اینکه یکی از اهداف دولت، کاهش وابستگی به درآمدهای نفت و گاز بوده است، همچنان 50 درصد بودجه از درآمدهای حاصل از صادرات کشور توسط درآمدهای حاصل از صادرات نفت و گاز تأمین شده است. از طرف دیگر تأمین بیش از 95 درصد انرژی کشور بر عهده بخش نفت و گاز است. به عبارت دیگر، این بخش تأمین‌کننده بخش عمده مصارف انرژی کشور محسوب می‌شود. از سوی دیگر نفت، این تأمین‌کننده اصلی اقتصاد باید در دوران جدید به جای آن که تأمین‌کننده نیازهای اقتصاد باشد، به پیشرانی برای اقتصاد تبدیل شود تا در سال‌های باقیمانده از حیات نفت، این ماده حیاتی برای پی‌ریزی بنیان‌های اقتصادی به کار گرفته شود. این‌ها تنها بخشی از ضروریاتی است که دولتمردان باید مورد توجه قرار دهند و بدون تردید مهم‌تر از همه این‌ها شفاف شدن هر چه سریع‌تر احکام، اهداف و سیاست‌هایی است که در قالب اقتصاد مقاومتی معنا می‌یابد (مهر آرا و کامرانی، 1394). کشورهای صادرکننده نفت خام در رقابتی منفی علیه یکدیگر؛ موازنه تجاری منفی را به ضرر خود تشدید کرده‌اند. درحالی که نفت و گاز به جای آنکه پیشران اقتصاد کشور باشد، تأمین‌کننده نیازهای اقتصاد کشور شده است. در این زمینه عملیاتی‌تر شدن هر چه سریع‌تر احکام، هدف‌ها و سیاست‌هایی که در قالب اقتصاد مقاومتی طراحی شده، باید اولویت اصلی دولتمردان کشور قرار گیرد (گلب و گرسمن، 2020).

وضعیت ایران در وابستگی به درآمدهای نفتی در مقایسه با سایر کشورهای نفت‌خیز مطلوب است و به دلیل تحریم‌ها، به‌ویژه در سال‌های اخیر با تمرکز بر توسعه سایر منابع درآمدی، تلاش‌هایی برای کاهش وابستگی به نفت انجام شده و دولت با کاهش وابستگی به درآمدهای نفت، سیاست‌های اقتصاد مقاومتی را اجرایی می‌کند (بدالله زاده طبری، 1397). بر این پایه، نفت و درآمدهای نفتی با مدیریتی درست و خردمندانه می‌تواند موتور توسعه ملی کشور را به حرکت درآورد. هرچند در دولت‌های گذشته عامل اصلی، مدیریت اشتباه حاکم بر درآمدهای نفتی بوده که به درآمدهای نفتی به‌عنوان ثروت ملی، نه درآمد ملی نگاه می‌کرده و هم‌اکنون تغییر نگرش صورت گرفته است. صنعت نفت و گاز، از لحاظ درآمدزایی، «درآمدزاترین» حوزه اقتصادی و از نظر سرمایه‌بری (اعم از منابع سرمایه‌ای، مالی، انسانی و فناوری) «سرمایه برترین» حوزه اقتصادی کشور است (مهر آرا و کیخا، 1398). با توجه به همین موضوع، این صنعت جایگاه شاخصی در سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی دارد به گونه‌ای که بندهای 13 تا 15 این سیاست‌ها به این صنعت اختصاص پیدا کرده است.

یکی از نقاط شکننده صنعت نفت ایران برنامه‌های مدون و عملیاتی کوتاه‌مدت (یک‌ساله)، میان‌مدت (پنج‌ساله) و بلندمدت (ده تا بیست‌ساله) است. لازم به ذکر است که چنین برنامه‌هایی وجود دارند، اما واقع‌گرایانه و بر اساس منابع و محدودیت‌ها تنظیم نشده است. نکته دیگر در رابطه با موضوع، جنس و ماهیت برنامه‌های تدوین شده است. در کشور ما برنامه‌های حاکم بر صنعت نفت غالباً آرمان‌گرایانه و بدون توجه به واقعیت‌ها، امکانات و محدودیت‌هاست؛ لذا بسیاری از برنامه‌ها تحقق نمی‌یابند. حجم زیاد برنامه‌های بر زمین مانده حاصل از اجرای پنج برنامه توسعه حاکی از مشکل بنیادی در زمینه برنامه‌نویسی، اجرا و نظارت است. در این راستا نگاهی به سپری شدن چند دهه از فرصت‌هایی که می‌توانست جهش عظیمی در حال‌وروز کشور ایجاد کند، خود جای تأمل دارد. با توجه به وابستگی شدید کشور به درآمدهای حاصل از صدور نفت و نوسانات شدید قیمت‌های جهانی نفت که عوامل متعدد بین‌المللی بر آن تأثیرگذار است، ضرورت دارد برنامه‌های توسعه و کلاً برنامه‌ها و هزینه‌های جاری کشور به نحوی تنظیم شوند که نه از افزایش قیمت‌های جهانی نفت (همچون چندین سال گذشته) سرمست شده و با تعریف صدها طرح کوچک و بزرگ و ترویج و تشویق فرهنگ مصرف‌گرایی و باز کردن درهای کشور به روی سیل کالاهای مصرفی خارجی، بدون رعایت غبطه و عقل

اقتصادی، کشور را به بحران اقتصادی و اجتماعی سوق دهیم و نه از تحریم و افت صادرات و کاهش قیمت در بازارهای جهانی، غافلگیر شویم. متأسفانه روند تنظیم برنامه‌های توسعه کشور به نحوی بوده که غالباً با نظر خوش‌بینانه نسبت به شرایط جهانی و با فرض درآمدهای بالا و مستمر از فروش نفت گذاشته می‌شوند (اخلاق و نیاکان، 1397).

تجربه اجرای پنج برنامه توسعه طی 25 سال گذشته نادرست بودن این فرضیه را ثابت کرده است. نگاهی به شرایط بین‌المللی نشان می‌دهد پسابرجام فرصت مناسبی برای حضور قدرتمند ایران در بازارهای بین‌المللی نفت و گاز به شمار می‌رفت، زیرا توسعه روابط ایران و غرب در حوزه‌های اقتصادی در حال گسترش بود و این مهم فرصتی استثنایی برای اثرگذاری ایران در بازارهای جهانی فراهم می‌نمود اما عهدشکنی ایالات متحده آمریکا و تحریم‌های غرب علیه ایران باعث کاهش حضور مؤثر ایران در بازارهای جهانی شده است که این امر ضرورت اتخاذ سیاست‌های اقتصاد مقاومتی در صادرات نفت و تاب‌آوری در دوران تحریم را متذکر می‌گردد. بدین ترتیب در پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این سؤال هستیم که چه الگوی صادرات محوری برای محصولات نفتی و مشتقات آن با رویکرد اقتصاد مقاومتی می‌توان ارائه نمود؟

### پیشینه پژوهش

با توجه به اینکه هدف این پژوهش ارائه الگوی صادرات محور محصولات نفتی و مشتقات آن با رویکرد اقتصاد مقاومتی است، جهت شناسایی شاخص‌ها و مؤلفه‌های مدل در ابتدا به بررسی تحقیقات صورت گرفته در این زمینه پرداخته شد. مرتضوی و همکاران (1390) در تحقیق خود نشان دادند یکی از عوامل تأثیرگذار و درعین حال ابهام‌آمیز بر صادرات محصولات کشاورزی نوسانات نرخ ارز است و در یک اقتصاد باز نرخ ارز به دلیل ارتباط متقابل آن با سایر متغیرها داخلی و خارجی متغیری کلیدی به شمار می‌رود. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که تمامی فرضیات مبنی بر اثر گذاری نوسانات نرخ ارز بر صادرات غیرنفتی معنادار بوده و تأیید شدند.

جعفری و کریمی (1393) در مطالعه‌ای با عنوان نفت، برنامه ششم توسعه و اقتصاد مقاومتی بیان نمودند که ریشه عملکرد پایین ونوسانی بودن اقتصاد نفت به دو عامل اصلی یعنی سیاست‌های اقتصادی نامناسب و همچنین تکانه‌های ناشی از تحریم‌های خارجی برمی‌گردد. صمیمی فرهادی و طباطبایی هنزائی (1400) نیز در تحقیقی با عنوان نقش نوسانات نرخ ارز بر ارزش صادرات و واردات بین ایران و چین نشان داد از جمله عوامل مهم تأثیرگذار بر صادرات و واردات کشورمان نوسانات نرخ ارز بوده است. گسگری و پژوهان (1394)، اثر بی‌ثباتی صادرات نفت و درآمدهای نفتی را بر رشد اقتصادی بررسی کردند. نتایج برآورد نشان می‌دهد که بر اساس بیشتر تعریف‌های بی‌ثباتی، وقفه‌های مختلف بی‌ثباتی تأثیر منفی بر رشد اقتصادی داشته‌اند و وقفه‌های مختلف صادرات نفتی نیز اثر مثبت و معنی‌داری بر رشد داشته‌اند. عبدالله<sup>1</sup> (2021) تحقیقی با عنوان استراتژی ورود به بازار هدف و عملکرد صادراتی شرکت‌های کوچک و متوسط مالزی انجام داد و بیان نمود که استفاده از استراتژی‌های تهاجمی در بازار هدف صادراتی موجب افزایش عملکرد صادراتی می‌شود که بسته به محیط تجاری و رقبا نوع و شدت پیاده‌سازی استراتژی متفاوت است.

منتل<sup>2</sup> (2020) در تحقیقی با عنوان رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر موفقیت در بازارهای خارجی، به این نتیجه دست یافت که موفقیت در بازارهای خارجی ابتدای امر مستلزم معرفی مناسب محصول در بازار خارجی و سنجش استقبال از محصول است. در درجات بعد کیفیت رقابت، کیفیت محصول، استراتژی قیمت‌گذاری، رفتار خرید خارجی و بازاریابی می‌باشند. کاهیا<sup>3</sup> (2018) به تعریف موانع صادراتی با استفاده از دیدگاه پژوهشگران دیگری پرداخته است. او بیان کرده است که موانع صادراتی به سه گروه استراتژیک،

1. Abdollah  
2. Mentel  
3. Kahiya

عملیاتی و اطلاعاتی طبقه‌بندی شده است. به‌طور کلی وی یک فهرست کلی از موانع صادراتی که توسط پژوهشگران مختلف از سال 1977 تا 2005 مورد بررسی قرار گرفته‌اند نیز بدین صورت آورده است: 1- نگرش‌های مختلف مشتری 2- کیفیت محصول 3- تکنیک‌های کسب و کار 4- بوروکراسی و رویه‌ها 5- فرصت‌های کسب و کار 6- تفاوت‌های زبانی 7- موانع تعرفه‌ای و غیر تعرفه‌ای 8- قیمت پیشنهادی 9- خدمات پس از فروش فنی 10- کارکنان مناسب و آموزش دیده برای صادرات 11- کمبود ظرفیت تولید 12- رقابت 13- دسترسی به کانال توزیع 14- مشوق‌ها و کمک‌های دولتی 15- سرمایه کاری برای تأمین مالی صادرات 16- اطلاعات محدود برای تحلیل بازار 17- مشکلات و هزینه‌های حمل و نقل 18- قوانین و مقررات 19- ریسک‌های نرخ تبدیل پول رایج.

با توجه به بررسی‌های اولیه در مبانی نظری و پیشینه پژوهش صادرات نفت با رویکرد اقتصاد مقاومتی دارای مؤلفه‌هایی نظیر بومی‌سازی فناوری اسماعیلی و کیمیاگری (1397)، پرورش استعداد‌های داخلی انصاری (1395)، توسعه دانش فنی (رضاقلی زاده و همکاران (1395))، مدیریت جهادی (دعاگویان و بختیاری (1396)) و سرعت عمل در کارها (ایروانی (1390))، محمد زاده (1391)) است. در عین حال عوامل تأثیرگذار پیشیندهایی از قبیل توان داخلی (ایروانی (1392))، عبدالله (2021))، کاهیا (2018))، عزم مدیریتی (ترک‌زاده و عقیلی (1395)) و تحریم سیاست‌های خارجی (تقوی دامغانی (1395))، محمدزاده (1391)) دارد. همچنین عوامل اثرپذیر یا پسایندها عبارت‌اند از رشد اقتصادی (رضاقلی زاده و همکاران (1395))، احمد و رفیق<sup>1</sup> (2020))، اوینی و اموتایو<sup>2</sup> (2019))، رفاه اجتماعی (رضاقلی زاده و همکاران (1395))، تاکاتا<sup>3</sup> (2016)).

## روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف، بنیادی-کاربردی و همچنین، به لحاظ نوع داده‌ها، از نوع کیفی است. در این پژوهش به‌منظور بررسی عمیق و شناخت بیشتر موضوع و همین‌طور شناخت ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های تشکیل‌دهنده آن‌ها، علاوه بر مبانی نظری از مصاحبه برای درک بیشتر استفاده شده است. نظر به لزوم انجام پژوهش به روش کیفی، در این پژوهش از طرح اکتشافی متوالی و مدل تدوین طبقه‌بندی به‌عنوان یکی از راهبردهای پژوهش در روش‌های آمیخته استفاده شده است.

جامعه آماری پژوهش شامل خبرگان دانشگاهی و مدیران ارشد اقتصادی و نفتی در وزارتخانه‌های اقتصاد و نفت است. در این پژوهش 10 نفر با استفاده از اصل اشباع و با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند به‌عنوان مصاحبه‌شونده در نظر گرفته شد. جهت جمع‌آوری اطلاعات از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی بهره گرفته شده است. برای حصول اطمینان از روایی ابزار و به‌منظور اطمینان خاطر از دقت بودن یافته‌ها از دیدگاه پژوهشگر، از نظرات ارزشمند اساتید آشنا با این حوزه و متخصصان دانشگاهی که در این حوزه خبره و مطلع بودند استفاده شد. همچنین به‌طور هم‌زمان از مشارکت کنندگان در تحلیل و تفسیر داده‌ها کمک گرفته شد. همچنین برای بررسی پایایی ابزار از پایایی بین دو کدگذار استفاده شد. در این پژوهش ضریب پایایی بین کدگذارهای انجام شده 75.75 درصد به دست آمد که بیانگر قابل قبول بودن آن است.

برای تحلیل داده‌های کیفی پژوهش از مصاحبه و کدگذاری استفاده شد. در این طرح مراحل تحلیل داده‌های کیفی گردآوری شده، از طریق کدگذاری باز 4 و کدگذاری محوری 5 انجام شده است. کدگذاری باز عبارت است از فرایندی تحلیلی که از طریق آن مفاهیم مشخص شده و ویژگی‌ها و ابعاد آن‌ها از درون کشف می‌شوند. در مرحله کدگذاری باز پژوهشگر مفاهیم را شناسایی و برحسب خصوصیات و ابعادشان بسط می‌دهد. در این مرحله پژوهشگر از دل داده‌های خام اولیه، مقوله‌های مقدماتی را

---

1. Ahmed & Refigh  
2. Evioni & Amotai  
3. Takata  
4. Open Coding  
5. Axial Coding

در ارتباط با پدیده مورد بررسی از طریق جزء جزء کردن اطلاعات، به شکل بندی مقوله های اطلاعات درباره پدیده مورد مطالعه، سؤال درباره داده ها، مقایسه موارد، رویدادها و دیگر حالات پدیده ها برای کسب شباهت ها و تفاوت ها می پردازد. در مرحله بعد، کد گذاری محوری، پژوهش گر یکی از مقوله ها را محور فرآیند در حال بررسی و اکتشاف قرار می دهد (بعد اصلی) و سپس مقوله های دیگر را (مؤلفه ها) به آن ارتباط می دهد. در این ارتباط در این پژوهش شناسایی ابعاد اصلی و مؤلفه های مرتبط مورد نظر بوده است؛ بنابراین در مرحله اول ابعاد اصلی و مؤلفه ها بر اساس فرآیند کد گذاری باز و محوری داده های حاصل از مصاحبه های عمیق و اکتشافی انجام عمل پالایش، کدهای مفهومی ارائه شد. مفاهیم، واحد اصلی تحلیل برای کد گذاری باز و محوری بودند. هنگام تجزیه و تحلیل دقیق داده ها، مفاهیم از طریق کد گذاری، به طور مستقیم از رونوشت مصاحبه شرکت کنندگان و یا با توجه به موارد مشترک کاربرد آن ها ایجاد شدند. رونوشت مصاحبه ها برای یافتن مقوله های اصلی و فرعی و میزان اهمیت و الویت این مقوله ها به طور منظم مورد بررسی قرار گرفتند. داده ها در سطح جمله و عبارت برای هر یک از مصاحبه ها مورد بررسی قرار گرفت و کدهای مفهومی از رونوشت مصاحبه ها استخراج شدند. گاهی اوقات یک جمله به بیش از یک مفهوم مربوط می شد. با استخراج کدهای مفهومی مشترک و با پالایش و حذف موارد تکراری، با بهره گیری از مبانی نظری و تطبیق برخی از کدهای مفهومی، مفاهیم شناسایی و مشخص و با انجام پالایش و عمل کاهش این مفاهیم در قالب مقوله های فرعی (مؤلفه ها) سازمان دهی شدند.

### یافته های پژوهش

همان گونه که بیان شد، در این پژوهش از مصاحبه برای شناسایی شاخص های مدل استفاده شده است. در راستای انجام مصاحبه ها، از 10 نفر از هیرگان حوزه مصاحبه صورت گرفت. خبرگان پژوهش افرادی بودند که از نظر آگاهی و اطلاعات در زمینه اقتصاد مقاومتی و صادرات نفت برجسته و صاحب نظر بوده و این که بتوانند با ارائه اطلاعات دقیق نمادی از جامعه باشند؛ به این صورت که استاد راهنما و یا مشاور دانشجویان دکتری در این حوزه بودند، در این حوزه مقاله و کتاب داشتند، مدرس دوره ها و کارگاه در این زمینه برای سازمان ها بودند. واحدهای معنایی اولیه حاصل از پاسخ های مصاحبه شوندگان به صورت جدول زیر است:

جدول 1: واحدهای معنایی اولیه حاصل از پاسخ های مصاحبه شوندگان

کد مصاحبه شونده	کدهای اولیه
11.17.19.18	چابکی اقتصاد
11.18	تولید منعطف
11.14.15	تاب آوری اقتصادی
12.111	احیای چاه های نفت
12.14.15.16	سرمایه گذاری
14.12	راه اندازی صنایع پایین دستی
15	حکمرانی اقتصادی
12.14.15	افزایش تولید نفت خام
12.15	افزایش فراوری و تبدیل به کالاهای جدید
12.110	بازاریابی
12.19	پیدا کردن بازار هدف
11	تعامل با دنیا
14.15	بودجه سالانه دولت

I5	قیمت گذاری
I4	موجودی صندوق ذخیره ارزی
I1.I8	نقل و انتقالات مالی
I5	ارتباطات فرهنگی و مذهبی
I5.I7	سیاست اساسی برای محیط زیست
I1.I6	وضعیت بازار
I2.I5	موقعیت های جغرافیایی و ژئوپلتیکی
I1.I3.I4.I5.I6	تحریم ها
I1.I4.I5	میزان عرضه ی دیگر رقبا
I1.I7	تقویت اقتصاد
I4.I8	منابع مالی
I2.I5	ظرفیت تولید
I5	آموزش
I5	حقوق مالکیت
I4.I9	منابع انسانی
I4	کیفیت محصول
I4.I10	هزینه حمل و نقل
I4	قیمت محصول
I4	اسناد بالادستی
I5.I11	آزادی اقتصادی
I4.I5	دستورالعمل ها
I4	پروسیچرها
I4.I5	مقررات و قوانین
I2.I4.I5.I8	ارتباطات و فعالیت های سیاسی
I2.I6	گسترش روابط اقتصادی و سیاسی با همسایگان
I4.I7	کانال های توزیع
I4	بازار فروش
I4	بیمه
I5.I9	محدودیت پایه های مالیاتی
I5	تسهیل کسب و کار
I4.I7	تجهیزات فنی و جنرال
I2.I4	استفاده از تکنولوژی
I6.I9	حفظ ارزش پول ملی
I3.I4	افزایش اشتغال و کاهش بیکاری
I3.I5.I6	ارتقاء سطح زندگی مردم و رفاه عمومی
I2	ذخیره ملی
I4	توسعه میادین نفتی
I2.I8	تسخیر بازارهای خارجی
I2.I4	ایجاد بازار
I2.I9	توان تنظیم بازار

I3.I4.I5.I6	شکوفایی اقتصادی
I2.I3.I4	درآمد ارزی کشور
I5.I7	بهره‌وری
I5	رشد تولید
I4.I5.I8	نرخ تورم
I4	نقدینگی
I2.I9	واردات
I1.I10	توسعه پایدار

همان گونه که ملاحظه می‌شود، پس از بررسی و مرور دقیق مصاحبه‌ها، 61 شاخص از مصاحبه‌ها استخراج شد. پس از بررسی و مرور کدها، طی فرایند کدگذاری محوری، کدهای اولیه در مقوله‌ها دسته‌بندی شدند که به صورت جدول زیر است.

جدول 2: کدگذاری محوری

مؤلفه	شاخص
سرعت عمل در کارها	چابکی اقتصاد
	تولید منعطف
	تاب‌آوری اقتصادی
تکیه بر توان داخلی	احیای چاه‌های نفت
	سرمایه‌گذاری
	راه‌اندازی صنایع پایین دستی
	حکمرانی اقتصادی
	افزایش تولید نفت خام
ارتباطات بازاریابی	افزایش فراوری و تبدیل به کالاهای جدید
	بازاریابی
	پیدا کردن بازار هدف
سیاست‌های مالی	تعامل با دنیا
	بودجه سالانه دولت
	قیمت‌گذاری
	موجودی صندوق ذخیره ارزی
عوامل محیطی	نقل و انتقالات مالی
	ارتباطات فرهنگی و مذهبی
	سیاست اساسی برای محیط‌زیست
	وضعیت بازار
	موقعیت‌های جغرافیایی و ژئوپلیتیکی

تحریم‌ها	فشارهای بیرونی
میزان عرضه‌ی دیگر رقبا	
تقویت اقتصاد	توان داخلی
منابع مالی	
ظرفیت تولید	
آموزش	
حقوق مالکیت	
منابع انسانی	محصول
کیفیت محصول	
هزینه حمل و نقل	
قیمت محصول	
اسناد بالادستی	مقررات داخلی
آزادی اقتصادی	
دستورالعمل‌ها	
پروسیجرها	
مقررات و قوانین	
ارتباطات و فعالیت‌های سیاسی	
گسترش روابط اقتصادی و سیاسی با همسایگان	
کانال‌های توزیع	عوامل ارتباطی
بازار فروش	
بیمه	سیاست‌های حمایتی
محدودیت پایه‌های مالیاتی	
تسهیل کسب و کار	
تجهیزات فنی و جنرال	عوامل تکنولوژیکی
استفاده از تکنولوژی	
حفظ ارزش پول ملی	دستاوردهای کلان ملی
افزایش اشتغال و کاهش بیکاری	
ارتقاء سطح زندگی مردم و رفاه عمومی	
ذخیره ملی	
توسعه میادین نفتی	توسعه بازار
تسخیر بازارهای خارجی	
ایجاد بازار	
توان تنظیم بازار	
شکوفایی اقتصادی	
درآمد ارزی کشور	رشد اقتصادی
بهره‌وری	
رشد تولید	
نرخ تورم	
نقدینگی	
واردات	

توسعه پایدار	
--------------	--

در ادامه و در طی فرایند کد گذاری انتخابی، ابعاد اصلی مدل به شرح جدول زیر استخراج گردید.

جدول 3: کد گذاری انتخابی

کد مصاحبه شونده	شاخص	مؤلفه	ابعاد
I1.I7.I9.I8	چابکی اقتصاد	سرعت عمل در کارها	صادرات محصولات نفتی
I1.I8	تولید منعطف		
I1.I4.I5	تاب آوری اقتصادی		
I2.I11	احیای چاه های نفت	تکیه بر توان داخلی	
I2.I4.I5.I6	سرمایه گذاری		
I4.I2	راه اندازی صنایع پایین دستی		
I5	حکمرانی اقتصادی		
I2.I4.I5	افزایش تولید نفت خام		
I2.I5	افزایش فراوری و تبدیل به کالاهای جدید	ارتباطات بازاریابی	
I2.I10	بازاریابی		
I2.I9	پیدا کردن بازار هدف		
I1	تعامل با دنیا	سیاست های مالی	پیشایندها
I4.I5	بودجه سالانه دولت		
I5	قیمت گذاری		
I4	موجودی صندوق ذخیره ارزی		
I1.I8	نقل و انتقالات مالی		
I5	ارتباطات فرهنگی و مذهبی	عوامل محیطی	
I5.I7	سیاست اساسی برای محیط زیست		
I1.I6	وضعیت بازار		
I2.I5	موقعیت های جغرافیایی و ژئوپلیتیکی	فشارهای بیرونی	
I1.I3.I4.I5.I6	تحریم ها		
I1.I4.I5	میزان عرضه ی دیگر رقبا	توان داخلی	
I1.I7	تقویت اقتصاد		
I4.I8	منابع مالی		
I2.I5	ظرفیت تولید		
I5	آموزش		

I5	حقوق مالکیت				
I4.I9	منابع انسانی				
I4	کیفیت محصول	محصول			
I4.I10	هزینه حمل و نقل				
I4	قیمت محصول	مقررات داخلی			
I4	اسناد بالادستی				
I5.I11	آزادی اقتصادی				
I4.I5	دستورالعمل‌ها				
I4	پروسیجرها				
I4.I5	مقررات و قوانین				
I2.I4.I5.I8	ارتباطات و فعالیت‌های سیاسی				
I2.I6	گسترش روابط اقتصادی و سیاسی با همسایگان				
I4.I7	کانال‌های توزیع			عوامل ارتباطی	
I4	بازار فروش				
I4	بیمه	سیاست‌های حمایتی			
I5.I9	محدودیت پایه‌های مالیاتی				
I5	تسهیل کسب و کار				
I4.I7	تجهیزات فنی و جنرال	عوامل تکنولوژیکی			
I2.I4	استفاده از تکنولوژی				
I6.I9	حفظ ارزش پول ملی	دستاوردهای کلان ملی			
I3.I4	افزایش اشتغال و کاهش بیکاری				
I3.I5.I6	ارتقاء سطح زندگی مردم و رفاه عمومی				
I2	ذخیره ملی	توسعه بازار			
I4	توسعه میداین نفتی				
I2.I8	تسخیر بازارهای خارجی				
I2.I4	ایجاد بازار				
I2.I9	توان تنظیم بازار				
I3.I4.I5.I6	شکوفایی اقتصادی			رشد اقتصادی	
I2.I3.I4	درآمد ارزی کشور				
I5.I7	بهره‌وری				
I5	رشد تولید				
I4.I5.I8	نرخ تورم				
I4	نقدینگی				
I2.I9	واردات				
I1.I10	توسعه پایدار				

**پسایندها**

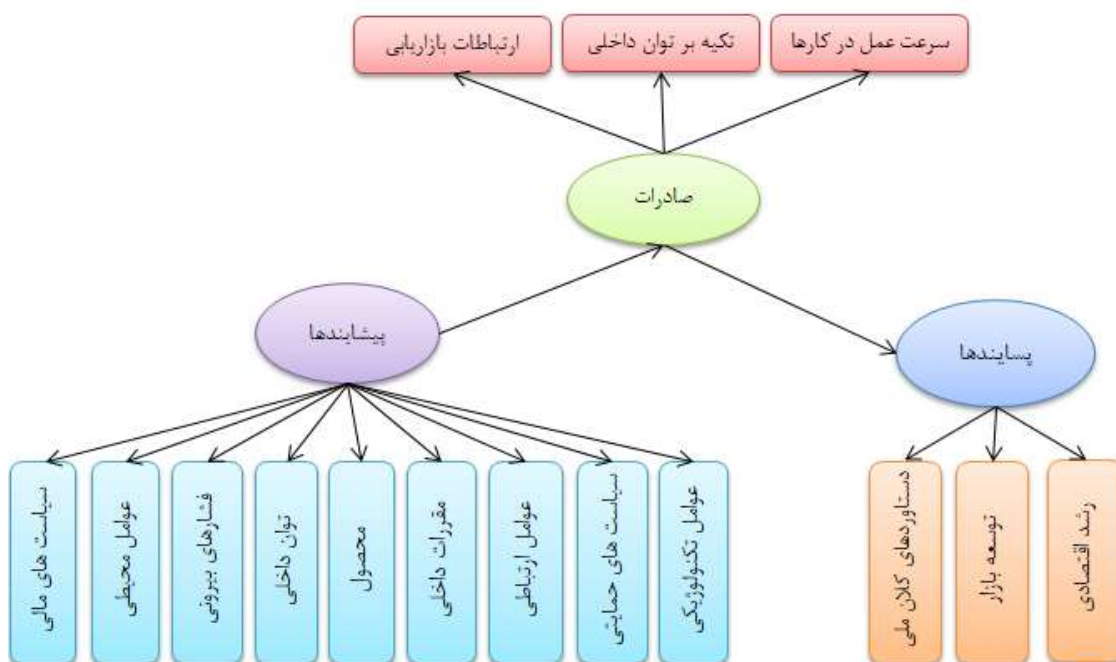
در این مرحله جهت اعتباردهی فرایند کدگذاری و کنترل کیفیت آن از شاخص کاپای کوهن استفاده شده است. جهت محاسبه شاخص کاپا از یک فرد خبره در امر موضوع خواسته می‌شود بدون اطلاع از کدگذاری محقق، نسبت به کدگذاری و دسته‌بندی مفاهیم اقدام نماید. سپس با استفاده از نرم‌افزار اس پی اس اس، مفاهیم ارائه شده توسط پژوهشگر با مفاهیم ارائه شده توسط فرد

خبره مقایسه شده است. چنانچه کدهای این دو محقق نزدیک به هم باشند نشان دهنده‌ی توافق بالا بین این دو کدگذار و بیان کننده پایایی است. همان‌طور که در ادامه نشان داده شده است مقدار شاخص کاپا برابر 0.799 محاسبه شده که با توجه به جدول 4 در سطح توافق عالی قرار گرفته است.

جدول 4: وضعیت شاخص کاپا و نتایج آماره ضریب توافق کاپای کوهن

وضعیت توافق	مقدار عددی شاخص کاپا	نتایج آماره (ضریب توافق کاپای کوهن)	
ضعیف	کمتر از 0	0/799	ارزش
بی‌اهمیت	0-0/2	10	تعداد نمونه‌ها
متوسط	0/21-0/4	0/0001	معنی داری
مناسب	0/41-0/6		
معتبر	0/61-0/8		
عالی	0/81-1		

با تکیه بر بررسی‌های صورت گرفته و فرایند کدگذاری، مدل پژوهش حاضر به صورت زیر ارائه می‌شود.



شکل 1: مدل مفهومی پژوهش

## نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی صادرات محور محصولات نفتی و مشتقات آن با رویکرد اقتصاد مقاومتی صورت گرفته است. در این پژوهش به منظور شناخت بهتر موضوع در زمینه الگوی صادرات محور محصولات نفتی و مشتقات آن با رویکرد اقتصاد مقاومتی و همچنین شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های آن، مصاحبه‌های نیمه‌ساختار یافته به صورت انفرادی با خبرگان، متخصصین و افراد آگاه به امر انجام شد.

همانگونه که بررسی‌ها نشان داد مؤلفه‌های الگوی صادرات محور محصولات نفتی و مشتقات آن با رویکرد اقتصادی مقاومتی شامل 3 عامل سرعت عمل در کارها، تکیه بر توان داخلی و ارتباطات بازاریابی است. در این راستا و محمدزاده (1391) بر سرعت عمل در کارها اشاره کردند. همچنین موسایی و همکاران (1396)، تقوی دامغانی (1395) بر توان داخلی تأکید داشتند. فدایی (1397) در تحقیق خود بر شناسایی بازار هدف اشاره کرد. در این راستا اوینی و اموتایو (2019) در تحقیق خود استراتژی‌های بازاریابی را عامل مهمی در عملکرد صادرات خواندند.

نتایج همچنین نشان داد 9 عامل سیاست‌های مالی، عوامل محیطی، فشارهای بیرونی، توان داخلی، محصول، مقررات داخلی، عوامل ارتباطی، سیاست‌های حمایتی و عوامل تکنولوژیکی بر صادرات محصولات نفتی تأثیر گذارند. مهمان‌نواز (1400) و کاهیا (2018) نیز در تحقیق خود بر قیمت‌گذاری در صادرات تأکید کردند. در این راستا کاهیا (2018) در تحقیق خود بر تفاوت‌های زبانی تأکید کردند. مرتضوی و همکاران (1390) و فرهادی (1398) در تحقیق خود نوسان نرخ ارز را عامل فشار بیرونی معرفی کرد. جعفری و کریمی (1399) و عباسی و همکاران (1400) در تحقیق خود بر تکانه‌های حاصل از تحریم تأکید کرد. انصاری (1395) همچنین بر پرورش استعدادهاى داخلی تأکید کرد. مهمان‌نواز (1400) در تحقیق خود بر پیچیدگی محصول اشاره کرد. منتل (2020) نیز ویژگی‌های محصول را عامل مهمی در موفقیت صادرات معرفی کرد. کاهیا (2018) نیز بر ویژگی‌های محصول تأکید داشتند. جعفری و کریمی (1399) در تحقیق خود بر سیاست‌های اقتصادی نامناسب تأکید کرد. کاهیا (2018) نیز بر بوروکراسی و رویه‌ها تأکید کرد. همچنین اسماعیلی و کیمیاگری (1397) بر بومی‌سازی فناوری اشاره کردند.

در نهایت بررسی‌ها نشان داد صادرات محصولات نفتی با رویکرد اقتصاد مقاومتی منجر به سه دستاورد شامل دستاوردهای کلان ملی، توسعه بازار و رشد اقتصادی می‌شود. در این راستا اسماعیلی و یوسف زاده (1390)، پاشاپور (1393)، تکاریک (2018) بر رفاه اجتماعی به عنوان دستاورد صادرات تأکید کردند. عبدالله (2021) ورود به بازارهای هدف را دستاورد مهم صادرات خواند. گسگری و همکاران (1394) در تحقیق خود بر رشد اقتصادی اشاره کرد. همچنین صادقی و همکاران (1396) در تحقیق خود بر رشد ناخالص داخلی اشاره کردند. سالوو و هالیکیاس (2020) همچنین بر بهره‌وری صادرات تأکید کرد. رضاقلی زاده و همکاران (1395)، احمد و رفیق (2020)، اوینی و اموتایو (2019) همچنین بر رشد اقتصادی تأکید کردند.

نتایج نشان داد مدل تحقیق از برآزش مطلوبی برخوردار است و خبرگان حوزه این عامل را تأیید کرده‌اند. یافته‌های حاصل از تحقیق حاضر نشان می‌دهد که جهت صادرات محصولات نفتی و مشتقات آن با رویکرد اقتصاد مقاومتی، مدیران باید از الگوی پیشنهادی این پژوهش و به ترتیب سطوح مختلف آن عمل نمایند. به همین منظور باید مأموریت‌ها، رسالات و اهداف سازمانی را به‌طور روشن و شفاف مشخص نمایند و راهبردها و برنامه‌های کلی سازمان و همچنین الگوی روابط بین واحدها را به‌روشنی تعریف نمایند و حیطه نظارت را در سازمان و مشخص کنند تا کارکنان بتوانند وظایف خود را به‌درستی اعمال نمایند. الگوی ارائه‌شده در

این تحقیق بدین جهت پیشنهاد می‌شود که در سطح اساتید مطرح دانشگاهی و خبرگان حوزه صادرات و اقتصاد مقاومتی صورت گرفته و با توجه به اینکه این افراد در ایجاد تفکر مثبت در حوزه صادرات نقش بسزایی دارند، می‌توان بر نتایج این تحقیق اعتماد کرد. همچنین مؤلفه‌ها و ابعاد تحقیق علاوه بر نظرات افراد خبره توسط ادبیات تحقیق نیز پشتیبانی می‌شوند که می‌توان بر صحت و دقت این اطلاعات تأکید کرد. همچنین برازش مدل با تکیه بر اعتبار یابی روایی، نشان‌دهنده اعتبار بالای سازه و روابط منطقی میان شاخص‌ها و ابعاد تحقیق است. با تکیه بر توضیحات، پیشنهاد می‌شود مدیران و دست‌اندرکاران دانشگاهی و سازمانی از الگوی ارائه شده در این تحقیق استفاده کنند. با توجه به اینکه این تحقیق ابعاد متنوع و جامعی را مدنظر قرار داده است، می‌توان گفت خلأهای موجود در سایر تحقیقات را تا این دوره زمانی پوشش داده‌اند. بررسی عمیق و دقیق منابع و همچنین رسیدن به نقطه اشباع تئوریک در بررسی‌ها و همچنین وارد کردن نظرات خبرگان دانشگاهی در این زمینه نیز گواهی بر این ادعاست.

## فهرست منابع فارسی

- اسماعیلی، علیرضا و کیمیاگری، سلمان (1397). بررسی چالش‌های صادرات برای سیستم‌های بومی اتوماسیون و کنترل فرآیند پیشنهاد الگوی ورود به بازار جهانی، اولین کنفرانس بین‌المللی رویکردهای نوین در مدیریت کسب‌وکار و حسابداری با تأکید بر ارزش‌آفرینی و اقتصاد مقاومتی، تهران.
- انصاری، عبدالله (1395). پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی در آموزش و پرورش؛ برنامه اقدام، مطالعات راهبردی بسیج، 19(70)، 159-188.
- ترک‌زاده، جعفر و عقیلی، رضا (1395). تبیین روابط ساختاری مدیریت جهادی، عزم ملی و فرهنگ مقاومتی بر اقتصاد مقاومتی، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، حسابداری، علوم تربیتی و اقتصاد مقاومتی؛ اقدام و عمل، ساری.
- جعفری صمیمی، احمد؛ زروکی، شهریار و ساداتی امیری، سیده رقیه (1397). تحلیل رفاه اقتصادی با تأکید بر ابعاد جهانی شدن، فصلنامه علمی مدل‌سازی اقتصادی، 12(44)، 1-23.
- دانش جعفری، داود و کریمی، سمانه (1393). نفت، برنامه ششم توسعه و اقتصاد مقاومتی، سیاست‌های راهبردی و کلان، 2(8)، 1-35.
- دعاگویان، داوود و بختیاری، لطفعلی (1396). ابعاد فرهنگ و مدیریت جهادی در تحقق اقتصاد مقاومتی در نیروی انتظامی، پژوهش‌های مدیریت انتظامی (مطالعات مدیریت انتظامی)، 12(1)، 119-136.
- رضاقلی زاده، مهدیه و آقایی، مجید و حسینی خلیلی، سید جابر (1395). بررسی رابطه بین صادرات و رشد اقتصادی در صنایع مختلف کشور، سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و اقتصاد، مشهد.
- سمینی فرهادی، فهیمه و طباطبائی هنزائی، سیدولی (1400). نقش نوسانات نرخ ارز بر ارزش صادرات و واردات بین ایران و چین، چهارمین کنفرانس بین‌المللی سالانه تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، تهران.
- عباسی، مریم؛ موسوی، سید نعمت‌الله و امینی فرد، عباس (1400). بررسی آثار مختلف تکانه‌های ناشی از تحریم‌های اقتصادی بر بخش ساختمان در ایران (رویکرد مدل خود رگرسیون برداری ساختاری SVAR)، فصلنامه مدل‌سازی اقتصادسنجی، 6(1)، 77-98.
- گسگری، محمد و پژوهان، جمشید (1394). اثر بی‌ثباتی نرخ ارز بر رشد اقتصادی با رویکرد الگوی رشد درون‌زا، پژوهش‌های اقتصادی. 103.
- مرتضوی، سید ابوالقاسم؛ زمانی، امید؛ نوری، مهدی و نادر، هیمن (1390). بررسی تأثیر نوسانات نرخ ارز بر صادرات پسته ایران، اقتصاد و توسعه کشاورزی، 25(3).
- مهر آرا، محسن و علیرضا کیخا (1398). نهادها، نفت و رشد اقتصادی در کشورهای متکی به نفت. فصلنامه‌ی اقتصاد مقداری، 4-5.
- مهر آرا، محسن و کامرانی، سهیل، (1394). تکانه‌های نفتی و اثرات اقتصاد مقاومتی بر متغیرهای کلان اقتصادی، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، 40.
- ناطق اخلاق، نیاکان، محمد (1397). بسترسازی توسعه صادرات با تأکید بر محدودیت‌ها، محرک‌ها و عملکرد صادراتی. مقاله‌ای برگرفته از پایان‌نامه دکترا. دانشکده اقتصاد دانشگاه اصفهان.
- یدالله‌زاده طبری، ناصر علی (1397). اثر افزایش قیمت نفت بر اقتصاد ایران، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشکده‌ی اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی.

### فهرست منابع انگلیسی

- Abdollah, F, (2021), Target market entry strategy and export performance of small and medium Malaysian companies, Conference Paper, *ERF 12th Annual Conference: Reform – Made to last*, Egypt, 19-21.
- Ahmed, A, Refigh, M. (2020). *Su The relationship between internal marketing and market orientation and its impact on export performance*. Taylor & Francis e-Library.
- Evioni, S, Amotaio, E.O, (2019), The Impact of Company Marketing Strategies on Export Performance. A paper presented at the Annual Conference of CSAE Conference, *Economic Development in Africa 22nd-24th March, Oxford*.
- Gelb, A., and S. Grasmann, (2020), How Should Oil Exporters Spend their Rents? Working Paper No. 221 (*Washington: Center for Global Development*), August.
- Kahiya, Eldrede T. (2018). Five decades of research on export barriers: Review and future directions. *International Business Review*, 27(6).
- Mentel, S, (2020), Ranking the factors affecting success in foreign markets, *Research Journal of International Studies*, 11:4-15.
- Takata, H. (2016). Effects of industry forces, market orientation, and marketing capabilities on business performance: An empirical analysis of Japanese manufacturers from 2009 to 2011. *Journal of Business Research*, 69(12), 5611-5619.

