

الگوی راهبردی طراحی اقدامات استراتژیک نوین درآمدزا در عرصه نبرد نرم اقتصادی (ترکیب سیاست‌های ابلاغی اقتصاد مقاومتی با مدل استراتژی اقیانوس آبی)

نوع مقاله: پژوهشی

حسین صفری^۱، میرمحمد سادات^۲، امیرعلی کتابی^۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۱/۱۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۱۴

چکیده

با توجه به اهمیت جهش تولید و ترقی اقتصادی در کلام مقام معظم رهبری^(مدظله‌العالی) در مبحث جنگ نرم اقتصادی، یافتن بازارها و اقدامات استراتژیک نوین درآمدزا برای کشور ج.ا.ا امری اجتناب ناپذیر است. از این رو ارائه مدل‌های اقتصادی استراتژیک خلأقانه و هم‌راستا با فرمایشات مقام معظم رهبری^(مدظله‌العالی) در جهت رسیدن به جهش تولید، اشتغال‌زایی پویا و رسیدن به منابع درآمدزایی نوین برای کشور در مبحث جنگ نرم اقتصادی امری حیاتی است. در این پژوهش، ابتدا به بررسی ماهیت جنگ نرم اقتصادی و سیاست‌های ابلاغی اقتصاد مقاومتی امام خامنه‌ای^(مدظله‌العالی) به عنوان راهکاری برای مبارزه با آن مفهوم نوین پرداخته شد و ظرفیت‌های راهبردی اقتصاد مقاومتی مبتنی بر فرمایشات ایشان مرور گشت. سپس به مدل اقیانوس آبی به عنوان ابزاری کاربردی و خلأقانه در جهت شناسایی زمینه‌های جدید اقتصادی و درآمدزایی، پرداخته شد؛ و با استفاده از مطالب فوق و با بهره‌گیری از ظرفیت اقتصادی دانشجویان و فارغ التحصیلان ایرانی و خارجی متعهد و علاقه‌مند به نظام جمهوری اسلامی در داخل و خارج از کشور، تجار ایرانی، ثروتمندان و صاحبان کسب و کار علاقه‌مند به ج.ا.ا. ایران در کشورهای دوست و یا بی‌طرف، به منظور شناسایی اقدامات راهبردی اقتصادی-سیاسی در جهت نیل به جهش تولید و ظرفیت‌سازی، مدلی خلأقانه ارائه شد. سپس در جهت بررسی قابلیت اجرایی مدل ارائه‌شده به عنوان سلاحی برای مقاومت در جنگ نرم اقتصادی، چارچوب پیشنهادی در طراحی برخی اقدامات اقتصادی استراتژیک ارائه می‌گردد.

واژه‌گان کلیدی: جنگ نرم اقتصادی، سیاست‌های ابلاغی اقتصاد مقاومتی، استراتژی اقیانوس آبی، جهش تولید.

۱- استاد گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

۲- کارشناس ارشد مدیریت صنعتی تحقیق در عملیات، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

۳- دانشجوی دکتری، دانشکده معارف و اندیشه اسلامی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

مقدمه

در چندین سال اخیر، واژه «اقتصاد مقاومتی» توسط مقام معظم رهبری^(مدظله‌العالی) به ادبیات اقتصادی کشور اضافه گشت. خوشبختانه دقیقاً در میانه نبرد نرم اقتصادی بدخواهان این مرز و بوم با نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران، مقام معظم رهبری^(مدظله‌العالی)، بسیار هوشمندانه، احساس نیاز نموده و مفهوم اقتصاد مقاومتی و سیاست‌های کلان این اندیشه نوین را به عنوان مفهومی بومی و راهگشا و مبتنی بر اندیشه مکتب اسلام، در عرصه رقابت راهبردی جهانی مطرح نمودند (فرزندی اردکانی و همکاران، ۱۳۹۷). به نظر می‌رسد به منظور رهایی نظام جمهوری اسلامی ایران از وابستگی به منابع مالی نفت خام و تحریم‌های ناجوانمردانه آن حوزه که یکی از اساسی‌ترین سلاح‌های دشمن در نبرد نرم اقتصادی است، ظرفیت‌سازی اقتصادی و جهش تولید از طریق شناسایی زمینه‌های نوین تولیدی و اقتصادی و تجاری امری بسیار حیاتی و یکی از راهکارهای مقابله با این شیوه نوین از نبرد در عرصه جهانی است (سیف و خجسته، ۱۳۹۲). از سویی دیگر استراتژی اقیانوس آبی، یکی از جدیدترین مفاهیم خلاقانه‌ای است که هدف اصلی آن تغییر قواعد عادی رقابت در عرصه اقتصاد و کشف زمینه‌ها و بازارهای نوین تولیدی، اقتصادی و تجاری است. علاوه بر این به نظر می‌رسد ظرفیت اقتصادی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان ایرانی و خارجی متعهد و علاقه‌مند به نظام جمهوری اسلامی در داخل و خارج از کشور، تجار ایرانی، ثروتمندان و صاحبان کسب و کار علاقه‌مند به ج.ا.ایران، از بکرترین ظرفیت‌های شناسایی زمینه‌های اقتصادی و تجاری جمهوری اسلامی ایران در کشورهای مقصد آنها و بویژه در بین دولت‌ها و ملت‌های همسو و علاقه‌مند به مبانی فکری ج.ا.ایران و بویژه شخص مقام معظم رهبری^(مدظله‌العالی) می‌باشند. به طور واضح اشتراکات فرهنگی که طی قرن‌ها در بین کشور تاریخی ایران که مبتنی بر چهار عامل: ۱- نزدیکی مواضع سیاسی و عقیدتی کشورها ۲- نزدیکی

جغرافیایی^۳ - اقامت اتباع بیگانه در ایران^۴ - همزبانی با زبان فارسی^۵ - محوریت آموزش‌های علوم اسلامی - شیعی در ایران و بویژه شهر قم با سایر کشورها مانند کشورهای آسیای میانه، هند و پاکستان و بخشی نیز از آسیای جنوب شرقی، اروپای شرقی و کشورهای آفریقایی داشته است) ذاکر صالحی و نجف آبادی، (۱۳۹۱) از صحنه همکاری‌های اقتصادی گسترده به دور مانده است. از سوی دیگر امروزه بسیاری از افراد با ملیت ایرانی در کشورهای دوست و بی طرف بین‌المللی نظیر کشورهای آسیای میانه، روسیه، هند، چین و ... مشغول به کار و تحصیل می‌باشند که متأسفانه کار پژوهشی دقیقی در رابطه با این افراد و پتانسیل‌های اقتصادی کشورهای مذکور صورت نگرفته است و اقدامات بسیاری از رایزن‌های اقتصادی نیز با توجه به وابستگی این افراد به دولت‌ها غالباً ابرتر بوده است. به نظر می‌رسد با برنامه‌ریزی و بهره‌گیری ترکیبی از ظرفیت دانشجویان و افراد شاغل ایرانی در کشورهای بی طرف و هم‌پیمان ج.ا.ا و همچنین دانشجویان و طلبه‌های خارجی و علی‌الخصوص آفریقایی شاغل به تحصیل در ایران و آشنایی با نیازهای آن جوامع و راه‌های تبادلات اقتصادی، کشور قادر خواهد به بازارهایی دست‌نخورده دست یابد. با توجه به آنچه بدان اشاره شد، در این مقاله ابتدا به مرور مفهوم جنگ نرم اقتصادی، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و راهبردهای اقتصادی آن‌ها پرداخته شد. سپس به مرور مدل استراتژی اقیانوس آبی و ابزارهای آن در زمینه خلق زمینه‌های راهبردی اقتصادی - سیاسی پرداخته شد و نحوه به کارگیری ترکیبی این مدل با سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و همچنین ظرفیت‌های تحقیقاتی و اقتصادی مورد اشاره در قبل که به طور مستقیم با امر جهش تولید در ارتباط هستند در قالب چارچوبی جامع ارائه گشت و در نهایت در قسمت پایانی، در نهایت به منظور بررسی اثربخشی این مدل، تعدادی از زمینه‌های اقتصادی و تجاری بکر و نوین ایجاد گشت و در انتها به نتیجه‌گیری و بحث پرداخته شده است.

ادبیات نظری و پیشینه پژوهش

در ابتدای این بخش ابتدا مهم‌ترین اصطلاحات مرتبط با ادبیات نظری این مقاله را مرور کرده و سپس به بررسی پیشینه پژوهشی این تحقیق پرداخته خواهد شد:

جنگ نرم: برخی از محققین، جنگ نرم را تلاشی برنامه‌ریزی شده با استفاده از ابزارهای غیرنظامی برای تأثیر گذاری بر مردم یک کشور به منظور تغییر در نگرشها، باورها و رفتارهای آنان به جهت ایجاد تغییرات اساسی در ساختار حکومتی آن کشور در راستای منافع گردانندگان جنگ نرم تعریف می‌نمایند (سردارنیا، ۱۳۹۵)

جنگ نرم اقتصادی: عبارت است از مجموعه اقداماتی اقتصادی که کشورهای متخاصم در قبال مردم کشوری انجام می‌دهند تا با ایجاد نارضایتی عمومی بتوانند به اهداف خود در آن کشور دست یابند. این اهداف سلطه‌گرانه معمولاً ابعاد سه‌گانه تغییرات کلان حکومتی، اقتصادی و فرهنگی را شامل می‌گردد (سیف و خجسته، ۱۳۹۲).

پر واضح است که مشکلات اقتصادی میتوانند باعث تهدیدات اجتماعی و تهدیدات هویتی شوند. بسیاری از پژوهش‌های مرتبط با انقلاب‌های اجتماعی در هنگام تبیین شورشهای اجتماعی عواملی مانند نابرابری، رشد اقتصادی ضعیف، رکود پس از دوران رونق، تجمل پرستی و فساد اقتصادی زمامداران، رشد شتابان، عدم تناسب بین امکانات و توقعات گسترش فقر را به عنوان عوامل اقتصادی بروز شورش‌های اجتماعی اشاره کرده‌اند که در پی نارضایتی عمومی در یک کشور صورت می‌پذیرد. یکی از مهمترین شگردهای اقتصادی جنگ نرم برای به زانو در آوردن نظام جمهوری اسلامی ایران، ایجاد فشارها و تهدیدهای اقتصادی در جهت ایجاد نارضایتی عمومی از این ساختار حکومتی است. کشورهای غربی سالهای سال است که از این حربه برای فشار بر ایران استفاده نموده و تلاش گسترده‌ای نیز برای همراهی کشورهای دیگر با این سیاست

خود به کار گرفته اند. ظرفیت‌سازی اقتصادی با استفاده از توانمندی‌های نظام جمهوری اسلامی ایران و یا حتی کشورهای بی‌طرف و دوستدار ج.ا.ا یکی از مهم‌ترین ابزارهای نظریه‌وزین اقتصاد مقاومتی امام‌خامنه‌ای برای کاهش فشارهای همه‌جانبه اقتصادی نظام سلطه غرب است که در این مقاله بدان خواهیم پرداخت (سیف و خجسته، ۱۳۹۲)

اقتصاد مقاومتی و سیاست‌های کلی ابلاغی آن از سوی مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی):

مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) اقتصاد مقاومتی را اینگونه تعریف می‌نمایند: "اقتصاد مقاومتی یعنی اقتصادی که همراه باشد با مقاومت در برابر کارشکنی دشمن، خباثت دشمن، اقتصاد مقاومتی معنایش حصار کشیدن دور خود و فقط انجام یک کارهای تدافعی نیست. اقتصاد مقاومتی یعنی آن اقتصادی که به ملت امکان می‌دهد و اجازه می‌دهد که حتی در شرایط فشار هم رشد و شکوفایی خودشان را داشته باشند" (حسین پور و همکاران، ۱۳۹۵). تا کنون در رابطه با اقتصاد مقاومتی و تحلیل سیاست‌های کلی ابلاغی آن از سوی مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) پژوهش‌های گسترده‌ای صورت گرفته است که برخی از آن‌ها عبارت‌اند از: در یکی از پژوهش‌های بنیادی جمعی از محققین در پژوهش خود مواردی شامل اهداف اقتصاد مقاومتی، بسترها و زمینه‌های تحقق آن، بایدها و نبایدها، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی را و برخی از موانع و چالش‌های اقتصاد مقاومتی پرداختند و در نهایت راهبردها و راهکارهای تحقق اقتصاد مقاومتی را در دو حوزه‌ی نقش دولت و مردم بررسی نمودند (فرزندی و همکاران، ۱۳۹۴).

در سال (۲۰۱۱) مقاله‌ای با عنوان چند معیار مدل برنامه‌ریزی محصول‌متنی بر اقتصاد مقاومتی و به منظور پاسخگویی نیازهای محصولات کشاورزی مردم کاملاً در محاصره غزه مبتنی بر کشت محصولات کشاورزی در غزه ارائه گشت (آقا، ۲۰۱۱). یکی دیگر از محققین این حوزه تلاش

نموده و با بررسی نظرات مقام معظم رهبری (مدظله العالی) به طراحی نقشه‌ی راه پیاده‌سازی سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی همت گمارد (سیف، ۱۳۹۲). (حسین زاده بحرینی، ۱۳۹۲) در مقاله‌ی تحت عنوان اقتصاد مقاومتی راهکاری برای توسعه به تبیین الگوی اقتصاد مقاومتی پرداخته است. (نعامی و مظهری، ۱۳۹۳) در مقاله‌ی به تاکید بر رابطه بازاریابی داخلی و منابع سپرده‌ی بانک به منظور تأمین منابع مالی مولد و فعال سازی سرمایه‌های انسانی در راستای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی پرداختند. (دانش جعفری و کریمی، ۱۳۹۳) به بررسی همزمان مسئله برنامه ششم توسعه و نقش نفت در آن و اهمیت مفهوم اقتصاد مقاومتی در آن پرداختند. (رستمی، ۱۳۹۷) در پژوهشی کاربردی به بررسی ماهیت اقتصاد مقاومتی و نظریه‌های توسعه اقتصادی پرداخته و به اقتصاد مقاومتی از منظر توسعه پرداخت. در یکی از مهم‌ترین پژوهش‌های مرتبط با اجراسازی سازی اقتصاد مقاومتی (میلانی، ۱۳۹۴) به فرصت‌ها و چالش‌های تحقق اقتصاد مقاومتی با توجه به خودباوری ملی پرداخت و در نهایت و در تحقیقی جامع، دبیرخانه شورای اقتصاد معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رئیس جمهور در مجموعه‌ای تحت عنوان "مجموعه اهداف، سیاست‌ها و برنامه‌های اقتصاد مقاومتی" ابتدا به گردآوری دقیق تمامی سخنان مقام معظم رهبری (مدظله العالی) پیرامون اقتصاد مقاومتی و سیاست‌های راهبردی آن همت گمارده است. یکی از محققین در یکی از معدود پژوهش‌های این حوزه به تشریح ظرفیت‌های راهبردی اقتصاد مقاومتی مبتنی بر سیاست‌های کلی ابلاغی آن از سوی مقام معظم رهبری پرداخت (سیف، ۱۳۹۲) که با بررسی کلام مقام معظم رهبری (مدظله العالی) به نظر می‌آید که می‌توان آن دسته از ظرفیت‌های راهبردی اقتصاد مقاومتی را که قابلیت بهره‌گیری از ظرفیت‌های دانشجویان ایرانی و خارجی متعهد به ج.ا.ا را دارا می‌باشند را به صورت جدول زیر دسته‌بندی نمود:

جدول ۱. ظرفیت‌های راهبردی اقتصاد مقاومتی قابل بهره‌گیری از پتانسیل اقتصادی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان ایرانی و خارجی متعهد و علاقه‌مند به نظام ج.ا.ا در داخل و خارج از کشور، تجار ایرانی، ثروتمندان و صاحبان کسب و کار علاقه‌مند به ج.ا.ا ایران

<p>فرصت‌های استراتژیک اقتصادی ج.ا.ا ارائه شده در سیاست‌های کلی ابلاغی اقتصاد مقاومتی از سوی مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)</p>	<p>دسته‌بندی فرصت‌های استراتژیک قابل شکوفایی با پتانسیل اقتصادی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان ایرانی و خارجی متعهد و علاقه‌مند به نظام ج.ا.ا در داخل و خارج از کشور، تجار ایرانی، ثروتمندان و صاحبان کسب و کار علاقه‌مند به ج.ا.ا ایران</p>
<p>ذخایر نفت و گاز کشور ایران پتانسیل ۴ فصل بودن کشور ایران پتانسیل‌های اقتصادی در حوزه حمل و نقل داخلی پتانسیل‌های فرهنگی پتانسیل‌های گردشگری پتانسیل‌های ارزآوری مبتنی بر مواهب طبیعی پتانسیل مرکزیت مبادلات ایران در شاهراه بین کشورهای شرقی، غربی و آفریقایی</p>	<p>فرصت‌های استراتژیک اقتصادی مبتنی بر پتانسیل‌های طبیعی کشور ایران</p>
<p>فعالسازی و بهره‌گیری از دیپلماسی اقتصادی بویژه در بین کشورهای دوست و بی‌طرف در عرصه سیاست بین‌الملل استفاده از پتانسیل‌های اقتصادی کشورهای بی‌طرف پتانسیل تولید محصولات استراتژیک پتانسیل‌های سیاسی پتانسیل‌های ارزآوری دولتی واردات منصفانه محصولات تولیدی با کیفیت پتانسیل اقتصادی ناشی از تمرکز زدایی بهبود فضای کسب و کار پتانسیل کاهش مصارف ارزی حمایت از تولید ملی توانمندسازی بخش خصوصی و فعالسازی ظرفیتهای داخلی پتانسیل‌های اقتصادی در بخش دفاعی</p>	<p>فرصت‌های استراتژیک اقتصادی ج.ا.ا در کلام مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) مبتنی بر پتانسیل‌های دولتی و نظام ج.ا.ا</p>

<p>پتانسیل نیروهای مسلح</p> <p>به کارگیری ظرفیت تجاری شیعیان پراکنده در سراسر دنیا</p> <p>شبکه‌های اجتماعی - مذهبی</p> <p>پتانسیل اشتراکات ملی و مذهبی</p> <p>پتانسیل شرکای تجاری قدیمی ایران در طول تاریخ</p> <p>به کارگیری ظرفیت تجاری ایرانیان خارج از کشور</p> <p>پتانسیل ابداع و نوآوری در تولیدات ملی</p> <p>پتانسیل حمایت از تولید داخلی</p> <p>پتانسیل‌های آموزشی در مناطق محروم</p>	<p>فرصت‌های استراتژیک اقتصادی ج.ا.ا.</p> <p>در کلام مقام معظم رهبری (مدظله العالی)</p> <p>مبتنی بر پتانسیل‌های اعتقادی، ملی و مذهبی</p> <p>در ج.ا.ا.</p>
<p>صادرات محصولات تولیدی با کیفیت</p> <p>پتانسیل خوداتکایی در تولید</p> <p>پتانسیل توان شرکت‌های دانش بنیان و پارک‌های فناوری</p> <p>صادرات خدمات فنی مهندسی</p> <p>صادرات خدمات درمانی و دارویی</p> <p>پتانسیل توریسم درمانی مبتنی بر اشتراکات فرهنگی</p> <p>فرصت‌های سرمایه‌گذاری در مناطق کشورهای محروم با</p> <p>پتانسیل بالا</p> <p>پتانسیل قیمت ارز</p> <p>پتانسیل هزینه‌های تولید</p> <p>اندازه بازارهای کشورهای همسایه و کشورهای با اشتراکات فرهنگی مشترک</p> <p>زیرساخت‌ها در مناطق محروم</p> <p>پتانسیل‌های بالقوه مناطق محروم</p> <p>پتانسیل‌های صادراتی</p> <p>پتانسیل‌های منابع انسانی</p>	<p>فرصت‌های استراتژیک اقتصادی ج.ا.ا.</p> <p>در کلام مقام معظم رهبری (مدظله العالی)</p> <p>مبتنی بر پتانسیل‌های بخش خصوصی</p> <p>ج.ا.ا.</p>

مفهوم اقیانوس آبی: به‌طور کلی می‌توان زمینه‌های اقتصادی و تجاری موجود در جهان را به دو اقیانوس تقسیم نمود: ۱- اقیانوس‌های آبی ۲- اقیانوس‌های قرمز. اقیانوس قرمز، نمادی است از زمینه‌های اقتصادی فعلی و قواعد رقابتی موجود حاکم بر آن بازارها

است که بازیگران سنتی فعلی، سعی دارند تا با این روش‌های موجود، سهم خود را از سود و درآمدهای آنها افزایش دهند (تولایی، ۲۰۰۹). به طور مثال در بازار خودروهایی ورزشی در سطح بین‌الملل یکسری شرکت با قواعد و قوانین طراحی و حتی بازاریابی ثابت فعالیت می‌نمایند (کیم و موبرگن، ۲۰۰۵: ۱۰۰-۱). اقیانوس‌های آبی، کلیه بازارها و زمینه‌های اقتصادی هستند که بکر و دست‌نخورده می‌باشند و یا رقبای کمی در آن حضور دارند، در نتیجه پتانسیل بسیار بالایی در درآمدزایی پایدار و درازمدت دارا می‌باشند. استراتژی اقیانوس آبی بر خلاقیت به جای تقلید تکیه داشته و از منطق نوین خود تحت عنوان نوآوری ارزش بهره می‌گیرد. این مهم هنگامی به وقوع می‌پیوندد که شرکت‌ها همزمان از هر دو نوع استراتژی کاهش هزینه و تمایز پیروی کنند (علی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳). مراحل اجرایی مدل اقیانوس آبی جهت طراحی فرصت‌های اقتصادی نوین عبارت‌اند از:

در مدل استراتژی اقیانوس آبی در گام اول در نمودار بوم استراتژی رسم می‌گردد. در این نمودار محور عمودی، نشانگر میزان اهمیتی است که بازیگران این فضای رقابتی در عرصه‌های گوناگون برای عوامل رقابتی کلیدی قائل شناسایی شده توسط خبرگان قائل می‌باشند. این نمودار قابلیت بررسی پارادایم فکری حاکم بر رقیبان نسبت به بازاری خاص را فراهم می‌آورد (کیم و موبرگن، ۲۰۰۲). در قدم دوم به منظور باز طراحی فضای رقابتی، پس از طراحی بوم استراتژی فعلی کشور و سازمان‌های مربوطه آن و نمایش وضعیت فعلی کشور یا بنگاه اقتصادی مورد نظر در آن، مدل اقیانوس آبی با استفاده از شش رویکرد اصلی سعی در بهبود و یا بازسازی فضای رقابتی و بازار دارد. مدل اقیانوس آبی بیان می‌دارد که به منظور رسیدن به نوآوری ارزش، شرکت‌ها می‌بایست در شش مسیر مطرحی در زیر نظر افکنند:

شش مسیر پیشنهادی مدل اقیانوس آبی عبارت اند از: الف) مسیر یکم: جستجو در فرصت‌های اقتصادی جایگزین. ب) مسیر دوم: جستجو در دسته‌های راهبردی در فرصت‌ها و بازارهای اقتصادی. ج) مسیر سوم: بررسی راهبردی پیوستار مشتریان. د) مسیر چهارم: بررسی راهبردی محصولات و خدمات مکمل در فرصت‌های اقتصادی. ه) مسیر پنجم: بررسی راهبردی در میان ویژگی‌های اصلی بهره‌گیری از محصولات و بهره‌گیری صحیح از احساسات در اضافه یا کم نمودن ویژگی‌های محصولات با توجه به خواسته‌های مشتریان. و) مسیر ششم: بررسی آینده‌نگرانه روندها و بازه‌های زمانی فرصت‌های اقتصادی. در پایان قابل ذکر است که در صورتی که شرکت‌های مورد نظر قادر به استفاده از هیچ کدام از ۶ مسیر ارائه شده نباشد، استراتژی اقیانوس آبی قادر به باز طراحی بازار نخواهد بود، ولی در صورت بهره‌گیری از حتی یکی از مسیرهای ۶ گانه، باید به گام بعدی حرکت نمود (صفری و همکاران، ۱۳۹۵). در ادامه و پس از بررسی وضعیت حال صنعت و همچنین شناسایی زمینه‌های نوین فعالیت در بازار مربوطه، حال در گام سوم به منظور طراحی بوم استراتژی جدید شرکت در افق استراتژیک، اقیانوس آبی بهره‌گیری از چارچوب چهار اقدامی که متشکل از چهار پرسش زیر می‌باشد را پیشنهاد می‌نماید: الف) کدام یک از ویژگی‌های محصولات و خدمات را می‌توان حذف کرد؟ ب) کدام یک از خصوصیات را باید کاهش داد؟ ج) کدام ویژگی‌ها را باید افزایش داد؟ د) چه خصوصیات جدیدی باید خلق شوند؟ در گام چهارم و بر اساس خرد جمعی و بهره‌گیری از روش‌هایی همچون طوفان مغزی نتیجه نمودار بوم استراتژی جدید منطبق بر تفکر اقیانوس آبی رسم می‌گردد (صفری و همکاران، ۱۳۹۵). در نهایت و در قدم پنجم به منظور طراحی دقیق محصولات مبتنی بر ارزش‌های مورد نظر مشتریان به ۴ سوال زیر از نگاه مشتریان پاسخ داده می‌گردد.

۱- آیا این محصولات طراحی شده مشتریان را جذب می‌نماید؟

در صورت مثبت بودن جواب به سوال بعدی این گام رفته و در غیر این صورت مجدد به گام سوم رفته و دوباره مسیر مدل طی می گردد.

۲- آیا قیمت محصول برای مشتریان قابل پذیرش است؟

در صورت مثبت بودن جواب به سوال بعدی این گام رفته و در غیر این صورت پروسه قیمت گذاری مجددا طی می گردد.

۳- آیا با بررسی و برآورد جامع هزینه‌ها، محصول تولیدی برای شرکت سودآور است؟

در صورت مثبت بودن جواب به سوال بعدی این گام رفته و در غیر این صورت هزینه‌ها بایستی کاهش یابند.

۴- آیا موانع پذیرش محصول تولیدی از جانب مشتریان بررسی شده است؟

در صورت مثبت بودن جواب سوال چهارم، این مرحله، آخرین گام در اجرای مدل اقیانوس آبی است و نوآوری ارزش آفرین خلق شده است. در غیر این صورت پرسش چهارم را بررسی نموده تا پاسخ آن مثبت گردد (صفری و همکاران، ۱۳۹۵).

در زمینه استراتژی اقیانوس آبی تا کنون پژوهش‌های گوناگونی صورت گرفته است که برخی از آن‌ها عبارت اند از: در یکی از پژوهش‌های دو تن از محققین حوزه استراتژی در کشور با کمک گرفتن از مدل راهبردی استراتژی اقیانوس آبی حوزه فعالیت‌های مهندسان مشاور در طرح‌های ملی فعال در حوزه سدسازی کشور، تلاش نمودند تا با بهره‌گیری از این مدل به خلق بازارهایی جدید برای یکی از شرکت‌های فعال در عرصه سدسازی کشور پردازند (ستایش و امین، ۱۳۹۴).

در پژوهشی دیگر، جمعی از محققین سعی نمودند تا به شیوه‌ی کمی الگوی راهبرد اقیانوس آبی را در صنعت بانکداری توسعه دهند (علی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳). در مقاله‌ای

دیگر دو تن از محققین این حوزه در پژوهشی، به شناسایی ابعاد شناختی، تسهیم منابع، انگیزشی و سیاسی در پیاده سازی راهبرد اقیانوس پرداخته و نتایج خود را تحت عنوان الگویی اجرایی، ارائه دادند (شاهبندزاده و کبگانی، ۱۳۹۵) و در انتها (صفری و همکاران، ۱۳۹۵) در یکی از جامع ترین پژوهش های حوزه اجراسازی اقیانوس آبی، به بررسی تمامی تکنیک های این مدل در خلق بازارهای جدید پرداخته و ضمن ارائه مدلی جامع در این رابطه، با استفاده از مدل مذکور به طراحی مجدد بازار و تدوین استراتژی های رقابتی یک شرکت بزرگ تولیدی با استفاده ترکیبی از استراتژی جودویی و استراتژی اقیانوس آبی در چارچوب کارت امتیازی متوازن پرداختند.

روش شناسی پژوهش

روش انتخاب شده برای شناسایی ابعاد و ظرفیت های راهبردی اقتصاد مقاومتی این حوزه، مبتنی بر تحلیل داده های میدانی و کتابخانه ای است. در ادامه و بر اساس فرایند جمع آوری و تحلیل داده ها با رویکرد گروه کانونی جدول شماره (۳)، ابتدا از طریق مصاحبه مجموعه نظرات افراد خبره در زمینه سیاست های راهبردی اقتصاد مقاومتی به منظور طراحی مدل مفهومی شکل (۲) دریافت و سپس استخراج و دسته بندی شد. در گام بعدی، اطلاعات گردآوری و مدل سازی شده، در جلسات گروه کانونی با حضور خبرگان منتخب، به بحث گذاشته شد تا اولاً ظرفیت های استراتژیک اقتصادی نهفته در کلام مقام معظم رهبری (مدظله العالی) که قابلیت بهره گیری از آنها در مدل اقیانوس آبی وجود داشت شناسایی شده فرصت های اقتصادی منتخب بود مورد بحث قرار گیرد و استنتاج و تایید اعتبار شود. سپس برخی پتانسیل های دانشجویان ایرانی شاغل در کشورهای دوست و بی طرف و همچنین دانشجویان خارجی شاغل به تحصیل در ایران بررسی

گشت و در نهایت با استفاده از الگوی ترکیبی ارائه شده، اقدامات استراتژیک اقتصادی جدیدی در سطح ملی تحت عنوان "الگوی ظرفیت‌سازی اقتصادی نرم" طراحی و ارائه گردد.

جدول ۲. مدل اجرای پژوهش بر اساس رویکرد کانونی

مراحل	اقدامات
مطالعه مقدماتی	مطالعه اسناد و مدارک و منابع
	تعریف سوالات مصاحبه آزمایشی
مطالعه متمرکز	انتخاب خبرگان
	جمع‌آوری نظرات
	تحلیل نتایج
	ارائه نتایج در صورت تأیید نتایج



شکل ۱. الگوی ظرفیت‌سازی اقتصادی نرم

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش، ابتدا با بررسی متون آکادمیک و تحقیقات پیشین حوزه جنگ نرم اقتصادی و اقتصاد مقاومتی، زمینه‌های کلان اقتصادی راهبردی از میان فرمایشات مقام معظم رهبری در ابلاغیه سیاست‌های راهبردی اقتصاد مقاومتی و مرتبط با جهش تولید

مشخص شدند، سپس تلاش گشت تا با دسته‌بندی رهنمودهای مقام معظم رهبری تحت عنوان ظرفیت‌های استراتژیک اقتصادی ج.ا.ا با توجه به مفهوم مدل استراتژی اقیانوس آبی که روشی خلاقانه به منظور تغییر قواعد معمول رقابتی در عرصه اقتصاد و صنعت می‌باشد، اقدامات استراتژیک اقتصادی-سیاسی نوینی به منظور نیل به مطالبات مقام معظم رهبری ارائه گردد. پر واضح که این زمینه‌های اقتصادی بسیار گسترده بوده که در این میان به برخی از آن‌ها اشاره گشته است.

مرحله اول: شناسایی و انتخاب ظرفیت‌ها و زمینه‌های کلان اقتصادی راهبردی از میان فرمایشات مقام معظم رهبری در سیاست‌های راهبردی اقتصادی مقاومتی:

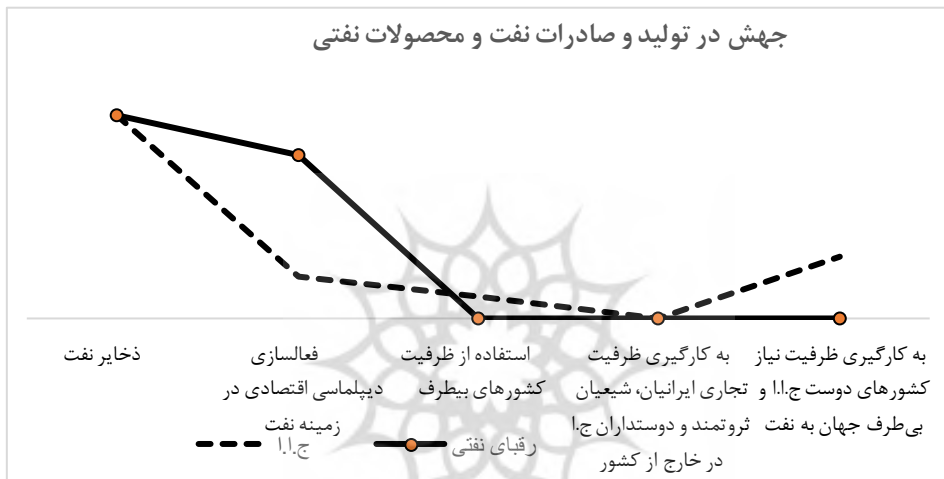
به طور مثال یکی از زمینه‌های انتخاب شده با الگوی ارائه شده در این پژوهش، جهش در تولید و صادرات نفت و محصولات نفتی می‌باشد، که الگوی پیشنهادی برای آن اجرا می‌گردد.

مرحله دوم: شناسایی و انتخاب ظرفیت‌ها و زمینه‌های کلان اقتصادی راهبردی از میان فرمایشات مقام معظم رهبری در سیاست‌های راهبردی اقتصادی مقاومتی:

۱. ذخایر نفت و محصولات نفتی (پتروشیمی)
۲. فعالسازی دیپلماسی اقتصادی در زمینه نفت
۳. استفاده از ظرفیت کشورهای بیطرف
۴. به کارگیری ظرفیت نیاز کشورهای دوست ج.ا.ا و بی طرف جهان به نفت
۵. به کارگیری ظرفیت تجاری، ایرانیان، شیعیان ثروتمند و دوستداران ج.ا.ا در خارج از کشور از طریق ایجاد بانک اطلاعاتی دانشجویان و طلبه‌های آفریقایی و دانشجویان مرتبط با شبکه منسجم خوجه‌های بسیار ثروتمند هندی‌الاصل در آفریقا و اتصال این افراد به شرکت‌های داخلی مورد وثوق ج.ا.ا

مرحله سوم: اجرای مدل اقیانوس آبی الف) رسم بوم استراتژی برای وضعیت فعلی

در این مرحله ابتدا بوم استراتژی رسم زمینه کلان اقتصادی صادرات نفت و محصولات نفتی در وضعیت فعلی طراحی گشت.



شکل ۲. بوم استراتژی برای وضعیت فعلی

ب) استفاده از مسیرهای جستجوی شش گانه به منظور ایجاد فرصت‌های جدید اقتصادی نوین مبتنی بر زمینه‌های کلان اقتصادی راهبردی از میان فرمایشات مقام معظم رهبری در سیاست‌های راهبردی اقتصادی مقاومتی:

مسیر ۱: جستجو و بررسی در میان صنایع و فرصت‌های اقتصادی جایگزین

در زمینه کلان اقتصادی صادرات نفت و محصولات نفتی با توجه کمبود این نعمت خدادای، فروش محصولات نفتی و پتروشیمی حیاتی و فراوری شده مانند بنزین به عنوان یک فرصت جایگزین فروش نفت خام کشور است.

مسیر ۲: جستجو و بررسی گروه‌های استراتژیک در صنایع و بازارهای اقتصادی

عدم توجه به نیاز کشورهای در حال توسعه آسیایی، آفریقایی و امریکای جنوبی و علی‌الخصوص کشورهای آفریقایی که کمتر مورد توجه اقتصادی کشورهای غربی هستند یک فرصت عالی است.

مسیر ۳: جستجو و بررسی در میان زنجیره مشتریان

به منظور به کارگیری ظرفیت نیاز کشورهای دوست ج.ا.ا و بی‌طرف جهان به نفت و محصولات نفتی و به کارگیری ظرفیت تجاری، ایرانیان، شیعیان ثروتمند و دوستداران ج.ا.ا در خارج از کشور، می‌توان با بهره‌گیری از ظرفیت و اشراف فرهنگی دانشجویان و طلبه‌های خارجی بویژه آفریقایی‌ها شاغل به تحصیل و فارغ‌التحصیل در ایران به نیازهای تجاری و اقتصادی مرتبط با محصولات نفتی کشورهای خود، به مشتریانی جدید دست یافت. از سویی به دلیل ارتباط تنگاتنگ این دانشجویان با مسلمانان و مجامع شیعیان در کشورهای مطبوع خود که غالباً توسط شیعیان خوجه ثروتمند و پرنفوذ آن کشورها و صدا البته نفوذ چند صد ساله اقتصادی این افراد در کشورهای مطبوع خود، این افراد قابلیت رهنمون سازی کشور ایران را به بخش قابل توجهی از بازار آفریقا را دارا می‌باشند

مسیر ۴: جستجو و بررسی در میان محصولات و خدمات مکمل

نیاز به احداث پالایشگاه و پمپ بنزین

مسیر ۵: جستجو و بررسی در میان خصیصه‌های کارکردی یا احساسی مشتریان

در این مورد، برای زمینه کلان اقتصادی صادرات نفت و محصولات نفتی چیزی یافت نشد.

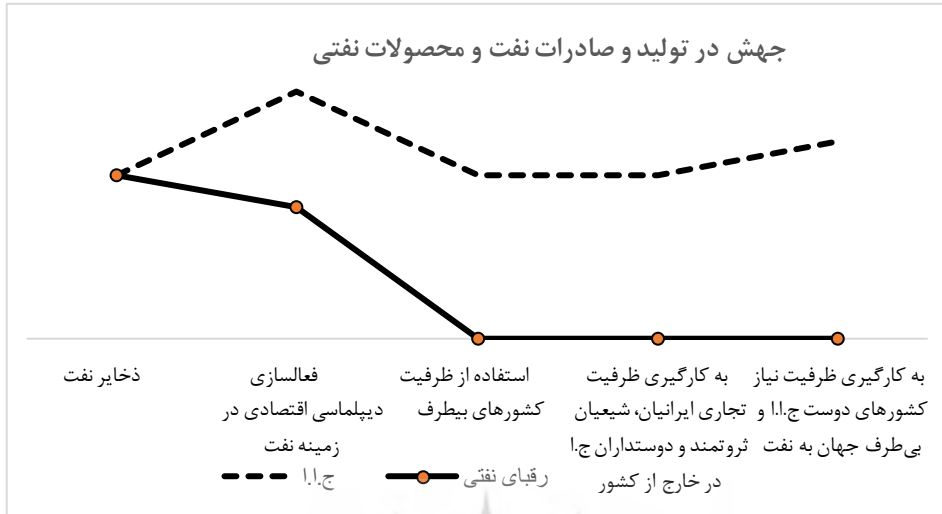
مسیر ۶: جستجو و بررسی در سراسر زمان

روند حاکم بر بسیاری از کشورهای در حال توسعه و بی طرف در قاره‌های گوناگون علی الخصوص آفریقا مانند کشور آفریقای جنوبی، نشان از نیاز روز افزون این کشورهای دور مانده از رادار برخی کشورهای صاحب منابع نفت به این ماده حیاتی در طی سالیان آتی را دارد.

ج) بهره گیری از تکنیک اقدامات چهارگانه

در این مرحله و پس از طی کردن مسیرهای جستجوی شش گانه و به منظور عملیاتی کردن نتایج استراتژیک یافته شده از مسیرهای ۶ گانه، چارچوب چهار اقدامی که متشکل از چهار پرسش: ۱. کدام یک از ویژگی‌ها را می توان حذف کرد؟ ۲. کدام عامل را باید کاهش داد؟ ۳. کدام عامل را باید افزایش داد؟ ۴. چه ویژگی‌های جدیدی باید خلق شوند؟ استفاده نموده تا افق جدید وضعیت زمینه‌های کلان اقتصادی راهبردی انتخابی از میان فرمایشات مقام معظم رهبری در سیاست‌های راهبردی اقتصادی مقاومتی که مرتبط با جهش تولید می‌باشند را رسم نماییم. در این مرحله این نتیجه حاصل شد که به منظور اجرایی سازی نتایج حاصله از مسیرهای ۶ گانه در اقدامات استراتژیک، بایستی وضعیت کشور در موارد: الف) فعالسازی دیپلماسی اقتصادی در زمینه نفت ب) استفاده از ظرفیت کشورهای بیطرف ج) به کارگیری ظرفیت تجاری، ایرانیان، شیعیان ثروتمند و دوستان ج.ا. در خارج از کشور از طریق بهره گیری از دانش اطلاعاتی دانشجویان ایرانی و خارجی د) به کارگیری ظرفیت نیاز کشورهای دوست ج.ا.ا. و بی طرف جهان به نفت بهبود حاصل شود.

د) رسم بوم استراتژی جدید و منطبق بر تفکر اقیانوس آبی



شکل ۴. بوم بوم استراتژی جدید

۵) ویژگی های بارز محصولات و خدمات

در این مرحله به منظور طراحی دقیق تر اقدامات استراتژیک اقتصادی مبتنی بر ارزش های مورد نظر مشتریان بین المللی، به ترتیب به ۴ سوال زیر در رابطه با فرصت های جدید اقتصادی مبتنی بر زمینه های کلان اقتصادی راهبردی از میان فرمایشات مقام معظم رهبری در سیاست های راهبردی اقتصادی مقاومتی پاسخ داده شد.

۱- آیا گروه های خاصی از مشتریان در رابطه با محصول جدید، وجود دارند؟ بله، به نظر می رسد فرصت های جدید اقتصادی نوین، در صورت طراحی اقدامات استراتژیک مناسب برای آنها مشتریان جدیدی را به کشور ج.ا.ایران معرفی خواهد نمود.

۲- آیا قیمت محصول برای گروه عمده مشتریان قابل دسترس است؟ بله، انتخاب قیمت های مورد نظر، منصفانه و مطابق با منافع طرفین است.

۳- آیا با توجه به هزینه‌های فرصت‌های جدید اقتصادی، کشور ج.ا.ا. به اهداف سود و زیان خود می‌رسد؟ بله. افق هزینه‌های فرصت‌های جدید اقتصادی در دراز مدت کاهشی و به صرفه است.

۴- موانع پذیرش خدمات و فرصت‌های جدید اقتصادی توسط مشتریان تازه در اجرای ایده‌های کلان اقتصادی کشور چیست؟ احتمال اثرگذاری تحریم‌های ظالمانه و کارشکنی‌های دشمنان وجود دارد که در این زمینه جستجوی مسیرهای ۶ گانه و تاکید آن بر همکاری با کشورها و دوستان ج.ا.ا. تا حدود زیادی با آن مقابله خواهد نمود.

مرحله چهارم: شناسایی زمینه اقتصادی جدید

با بررسی و جمع‌بندی اقدامات فوق اقدام استراتژیک زیر به منظور بهره‌گیری از فرصت‌های جدید اقتصادی خلق شده با مدل مطرح شده، ارائه گشت:

احداث پالایشگاه بنزین و پتروشیمی با مشارکت صاحبان صنایع کشورهای دوست و بی‌طرف و به کارگیری ظرفیت تجاری به کارگیری ظرفیت تجاری ایرانیان و شیعیان ثروتمند در کشورهای در حال توسعه آفریقایی و آسیایی به منظور ایجاد بازار پایدار نفت و محصولات نفتی برای کشور.

سایر اقدامات استراتژیک زیر به منظور اجراسازی مدل مطرح شده، با روش مشابه مراحل قبل تهیه و در جدول زیر ارائه شده است.

<p>اقدامات راهبردی اقتصادی- سیاسی نوین با استفاده از مدل مفهوم استراتژی اقیانوس آبی و بهره‌گیری از پتانسیل اقتصادی دانشجویان و فارغ التحصیلان ایرانی و خارجی متعهد و علاقه‌مند به نظام ج.ا.ا. در داخل و خارج از کشور، تجار ایرانی،</p>	<p>ظرفیت‌ها و فرصت‌های استراتژیک اقتصادی ج.ا.ا. در کلام مقام معظم رهبری (مدخله الهی)</p>	<p>ظرفیت‌ها و زمینه‌های کلان اقتصادی راهبردی از میان فرمایشات مقام معظم رهبری</p>
--	--	---

<p>ثروتمندان و صاحبان کسب و کار علاقه‌مند به ج.ا.ایران در کشورهای دوست و یا بی طرف</p>		
<p>احداث پالایشگاه بنزین و پتروشیمی با مشارکت صاحبان صنایع کشورهای دوست و بی طرف و به کارگیری ظرفیت تجاری به کارگیری ظرفیت تجاری افراد ایرانی الاصل و شیعیان ثروتمند در کشورهای در حال توسعه آفریقایی و آسیایی به منظور ایجاد بازار پایدار نفت و محصولات نفتی برای کشور از طریق ایجاد بانک اطلاعاتی- اقتصادی ایجاد توسط دانشجویان و طلبه‌های مجموعه‌هایی به مانند جامعه المصطفی</p>	<p>ذخایر نفت فعالسازی دیپلماسی اقتصادی استفاده از ظرفیت کشورهای بیطرف به کارگیری ظرفیت شرکای تجاری قدیمی ایران در طول تاریخ به کارگیری ظرفیت تجاری شیعیان خوجه ثروتمند در خارج از کشور به کارگیری ظرفیت تجاری ایرانیان خارج از کشور</p>	<p>جهش در تولید و صادرات نفت و محصولات نفتی</p>
<p>ایجاد بازار تامین مواد غذایی مورد نیاز کشورهای آسیای مرکزی و روسیه در زمینه تامین مواد غذایی استراتژیک در این کشورها مانند سیب زمینی در فصل سرما به دلیل ۴ فصل بودن ایران در تمام دوران و اشتراکات سیاسی و بهره‌گیری از ظرفیت دانشجویان ایرانی بویژه دانشجویان مدیریت در آن کشورها جهت شناسایی بازارها و نیازمندی‌های مردم آن مناطق و بهره‌گیری از پتانسل دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران به منظور رایزنی فرهنگی- اقتصادی در آن کشورها</p>	<p>فعالسازی دیپلماسی اقتصادی ظرفیت ۴ فصل بودن ایران ظرفیت‌های حمل و نقل داخلی ظرفیت تولید محصولات استراتژیک ظرفیت‌های فرهنگی ظرفیت‌های سیاسی</p>	<p>جهش درآمدی از تامین مواد غذایی کشورهای همسایه با توجه به فصول مختلف سال</p>

<p>ایجاد بازار تامین مواد غذایی مورد نیاز کشورهای عرب زبان و حوزه خلیج فارس نظیر سوریه، قطر و عمان در زمینه تامین مواد غذایی مورد نیاز آن‌ها به دلیل ۴ فصل بودن ایران در تمام دوران و اشتراکات فرهنگی و سیاسی و انجام پروژه‌های بازاریابی و نیازسنجی اقتصادی توسط دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران</p>		
<p>ایجاد بازار گردشگری با توجه به جاذبه‌های منحصر به فرد ایران مانند کویرگردی در کشورهای آسیای مرکزی و روسیه با بهره‌گیری از ظرفیت دانشجویان ایرانی بویژه دانشجویان مدیریت در آن کشورها جهت شناسایی بازارها و نیازمندی‌های مردم آن مناطق و بهره‌گیری از پتانسل دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران به منظور رایزنی فرهنگی- اقتصادی در آن کشورها</p>	<p>فعالسازی دیپلماسی اقتصادی ظرفیت ۴ فصل بودن ایران ظرفیت‌های حمل و نقل داخلی ظرفیت‌های گردشگری ظرفیت‌های ارزآوری ظرفیت‌های فرهنگی ظرفیت‌های سیاسی</p>	<p>جهش درآمدی از حضور توریست‌های کشورهای همسایه با توجه به شرایط اقلیمی و علایق آن ملت</p>
<p>ایجاد بازار گردشگری با توجه به جاذبه‌های منحصر به فرد ایران برای کشورهای حوزه خلیج فارس نظیر قطر و عمان، کویت علی‌الخصوص در فصول زیارتی و فصول گرم سال بازاریابی و نیازسنجی اقتصادی توسط دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران</p>	<p>شهرستان گاه علوم انسانی و مطالعات پرتال جامع علوم انسانی</p>	

<p>ایجاد شبکه چابک از کشورهای دوست و بی طرف، بازارهای کمتر دست یافته توسط دشمنان و شناسایی تجار برجسته دوست و زمینه‌های قابل همکاری با آنان از طریق همکاری وزارت امور خارجه، وزارت صنعت، معدن و تجارت و مراکز مذهبی از طریق بهره‌گیری از پتانسل دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران به منظور رایزنی فرهنگی- اقتصادی در آن کشورها</p>	<p>صادرات محصولات تولیدی با کیفیت ظرفیت خوداتکایی در تولید محصولات استراتژیک فعالسازی دیپلماسی اقتصادی استفاده از ظرفیت کشورهای بیطرف آفریقایی به کارگیری ظرفیت تجاری شیعیان خوجه ثروتمند در آفریقا خارج از کشور حمایت از شرکتهای دانش بنیان و پارک‌های فناوری</p>	<p>جهش درآمدی از طریق ایجاد ظرفیت صادرات پرسود محصولات تولیدی کشور ایران مانند ماشین‌آلات و محصولات منحصر به فرد سایر کشورهای بی طرف و دوست از طریق اتصال کشور به اقیانوس هند.</p>
<p>ایجاد شبکه صادرات از طریق شناسایی دوستان ح.ا.ا و خوجه‌های ثروتمند و شیعیان در آفریقا از طریق بهره‌گیری از پتانسل دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران و اشراف آن‌ها به مباحث، قانونی، اقتصادی و فرهنگی کشورهای آفریقایی به منظور کاهش خروج ارز و تامین محصولات استراتژیک مانند گوشت از آفریقا</p>	<p>واردات منصفانه محصولات تولیدی با کیفیت ظرفیت خوداتکایی در تولید محصولات استراتژیک فعالسازی دیپلماسی اقتصادی استفاده از ظرفیت کشورهای بیطرف آفریقایی به کارگیری ظرفیت تجاری شیعیان لبنانی پراکنده در سراسر دنیا به کارگیری ظرفیت تجاری شیعیان خوجه ثروتمند در آفریقا خارج از کشور</p>	<p>جهش درآمدی از طریق ایجاد واردات منصفانه نیازمندی‌های کشور به طور مستقیم و کوتاه کردن دست واسطه‌های کشورهای متخاصم و سودجو</p>
<p>ایجاد شبکه صادرات محصولات کشورهای دوست و کمتر مورد توجه قرار گرفته مانند کشورهای آفریقایی از طریق ایجاد کارخانجات صنایع تبدیلی در نقاط محروم مانند جنوب شرق و شمال شرق و ارسال محصولاتی مانند قهوه، میوه‌های استوایی به بازارهای نزدیک از طریق ح آفریقا از طریق بهره‌گیری از پتانسل دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران و اشراف آن‌ها به مباحث، قانونی، اقتصادی و فرهنگی</p>	<p>واردات منصفانه محصولات تولیدی با کیفیت ظرفیت خوداتکایی در تولید محصولات استراتژیک فعالسازی دیپلماسی اقتصادی استفاده از ظرفیت کشورهای بیطرف آفریقایی به کارگیری ظرفیت تجاری شیعیان لبنانی پراکنده در سراسر دنیا به کارگیری ظرفیت تجاری شیعیان خوجه ثروتمند در آفریقا خارج از کشور</p>	<p>جهش درآمدی از طریق ایجاد واردات منصفانه نیازمندی‌های کشور به طور مستقیم و کوتاه کردن دست واسطه‌های کشورهای متخاصم و سودجو</p>

<p>کشورهای آفریقایی و آشنایی با تجار ثروتمند طرفدار و علاقه مند به همکاری با ج.ا.ا. شیعیان خوجه ثروتمند در آفریقا و....</p>	<p>ایجاد شبکه واردات استراتژیک ملی از طریق شناسایی دوستان ج.ا.ا. با بهره گیری از پتانسیل تحقیقاتی و اجرایی دانشجویان ایرانی و دانشجویان و طلبه های خارجی آن کشورها در ایران در کشورهای آسیایی، آفریقایی و امریکایی هم صدا با ج.ا.ا. مانند تجار لبنانی در آمریکای جنوبی، خوجه های ثروتمند و شیعیان در آفریقا از طریق ایجاد بانک اطلاعاتی دقیق وارداتی دقیق از طریق کار علمی دقیق به منظور کاهش واسطه گری ناعادلانه دشمنان و خروج ارز نامتعارف جهت تامین محصولات استراتژیک مانند گوشت از آفریقا و یا ماهی و برنج از کشورهای امریکای جنوبی</p>	
<p>ایجاد شرکت های مهندسی از طریق از طریق بهره گیری از پتانسل دانشجویان ایرانی و دانشجویان و طلبه های خارجی آن کشورها در ایران به منظور ریزنی مهندسی - اقتصادی در آن کشورهای هم پیمان و بی طرف و کشورهای کمتر جذاب از لحاظ اقتصادی برای کشورهای غربی مانند کشورهای آفریقایی نظیر کنیا و آسیایی نظیر اندونزی و بنگلادش جهت ایجاد جهش درآمدی از طریق ایجاد بازارهای نوین اقتصادی و شرکای تجاری جدید به</p>	<p>صادرات محصولات تولیدی با کیفیت صادرات خدمات فنی مهندسی ظرفیت خوداتکایی در تولید محصولات استراتژیک فعالسازی دیپلماسی اقتصادی استفاده از ظرفیت کشورهای بیطرف و بازارهای نوین مانند آفریقا به کارگیری ظرفیت تجاری ایرانی و خوجه ثروتمند در آفریقا خارج از کشور حمایت از شرکتهای دانش بنیان و</p>	<p>جهش درآمدی از طریق ایجاد ظرفیت صادرات در بازارهای نوین مصالح ساختمانی، خدمات فنی مهندسی</p>

<p>منظور افزایش صادرات محصولات و خدمات فنی مهندسی و برقراری ارتباط تجاری ایرانی و تجار علاقه مند به همکاری با آن کشور</p>	<p>پارک‌های فناوری</p>	
<p>بهره‌گیری از پتانسل دانشجویان ایرانی و دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران و دوستانان همکاری با ج.ا.ا در آن کشورها در ایران به منظور نمایندگی شرکت‌های دانش بنیان فنی-مهندسی ایرانی</p>		
<p>ایجاد دایره المعارف نیازهای خدمات درمانی و دارویی در کشورهای هم پیمان و بی‌طرف و مانند کشورهای آفریقایی جهت ایجاد جهش درآمدی از طریق ایجاد بازارهای نوین اقتصادی و شرکای تجاری جدید به منظور افزایش صادرات خدمات درمانی و دارویی از طریق ارتباط با تجاری ایرانی و شیعیان مقیم آن کشور با بهره‌گیری از پتانسیل دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران</p>	<p>صادرات محصولات تولیدی با کیفیت صادرات خدمات درمانی و دارویی ظرفیت خوداتکایی در تولید محصولات استراتژیک فعالسازی دیپلماسی اقتصادی استفاده از ظرفیت کشورهای بیطرف و بازارهای نوین مانند آفریقا به کارگیری ظرفیت تجاری ایرانی و خوجه ثروتمند در آفریقا خارج از کشور توریسم درمانی</p>	<p>جهش درآمدی از طریق ایجاد ظرفیت صادرات در بازارهای نوین خدمات پزشکی و محصولات دارویی</p>
<p>پخش محصولات دارویی ایران از طریق تجاری و دانشجویان ایرانی و مسلمانان و شیعیان مقیم آن کشورها و از طریق بهره‌گیری از پتانسیل دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران</p>		
<p>ایجاد دایره المعارف کشاورزی کشورهای غیر متخاصم ج.ا.ا به جهت سرمایه‌گذاری مشترک به منظور تامین محصولات کشاورزی استراتژیک کشور و بازارهای همسایه از طریق همکاری‌های مشترک گیری از</p>	<p>محصولات استراتژیک فعالسازی دیپلماسی اقتصادی ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری در مناطق کشورهای محروم با پتانسیل بالا استفاده از ظرفیت کشورهای بیطرف بازارهای نوین اطراف مانند آفریقا</p>	<p>جهش درآمدی از طریق ایجاد سرمایه‌گذاری در کشاورزی و تولیدی در کشورهای بی‌طرف و هم پیمان</p>

<p>پتانسیل تحقیقاتی و اجرایی دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران در کشورهای آسیایی و آفریقایی</p> <p>ایجاد شبکه تولیدات محصولات استراتژیک ملی در کشورهایی چون کتیا از طریق شناسایی دوستان ج.ا.ا با بهره‌گیری از پتانسیل تحقیقاتی و اجرایی دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران در کشورهای آسیایی و آفریقایی جهت تامین محصولات استراتژیک مانند گوشت از آفریقا و یا برنج از کشورهای امریکای جنوبی</p>	<p>ظرفیت کاهش مصارف ارزی</p>	
<p>ایجاد زمینه‌های لازم برای سرمایه‌گذاری ایرانیان خارج از کشور و ثروتمندان خارجی در بورس و پروژه‌های زیرساختی کشور نظیر گسترش راه و ابنیه.</p> <p>ایجاد مراکز توریست‌درمانی در نقاط مرزی و توریستی کشور کشور و ارائه خدمات درمانی برتر در سطح بین‌المللی توسط متخصصان داخلی و خارجی و اعطای نمایندگی این مراکز به دانشجویان ایرانی و دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران تحت عنوان سفیران فرهنگ و سلامت</p>	<p>حمایت از تولید ملی</p> <p>توانمندسازی بخش خصوصی و فعالسازی ظرفیتهای داخلی</p> <p>بهبود فضای کسب و کار</p> <p>ظرفیت حمایت از تولید داخلی</p> <p>ظرفیت قیمت ارز و</p> <p>ظرفیت هزینه‌های تولید</p> <p>ظرفیت کاهش مصارف ارزی</p> <p>به کارگیری ظرفیت ایرانیان خارج از کشور</p> <p>اندازه بازارهای سلامت کشورهای همسایه و کشورهای با اشتراکات فرهنگی مشترک</p> <p>ظرفیت ناشی از تمرکز زدایی</p>	<p>جهش درآمدی و اشتغال زایی از طریق رونق توریست درمانی</p>

<p>جهش درآمدی و اشتغال زایی از طریق رونق تولید محصولات دانش‌بنیان از طریق معافیت‌های مالیاتی و صادراتی و ایجاد شبکه عرضه و شناسایی توانمندی‌های شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی از طریق ایجاد ارتباط با تجار ایرانی، تشکیلات منظم خوجه‌های ثروتمند، مسلمانان و شیعیان ثروتمند در آفریقا و... توسط دانشجویان ایرانی و دانشجویان و طلبه‌های خارجی در ایران به مردم، تاجر و مسئولین کشورهای پر پتانسیل آفریقایی و آسیایی</p>	<p>حمایت از شرکتهای دانش بنیان و پارک‌های فناوری ظرفیت‌های صادراتی ظرفیت‌های منابع انسانی فعالسازی دیپلماسی اقتصادی استفاده از ظرفیت کشورهای بیطرف و بازارهای نوین مانند آفریقا به کارگیری ظرفیت تجاری ایرانی ظرفیت‌های مذهبی</p>	<p>جهش درآمدی و اشتغال زایی و ارزآوری از طریق رونق تولیدات دانش‌بنیان در کشور</p>
--	---	--

نتیجه‌گیری

در این مقاله ابتدا، مفهوم جنگ نرم اقتصادی، اقتصاد مقاومتی و ظرفیت‌های استراتژیک اقتصادی ج.ا.ا موجود در آن به عنوان سلاحی برای مقابله با جنگ نرم اقتصادی بررسی و بسط داده شد و تحقیقات این حوزه مرور گشت. سپس مدل اقیانوس آبی، اقدامات و مزایای این مدل استراتژیک به عنوان مدلی راهگشا در عرصه یافتن زمینه‌های بکر اقتصادی و تجاری در شرایط فعلی جمهوری اسلامی ایران مرور گشت. در ادامه نحوه به کارگیری ترکیبی مدل استراتژی اقیانوس آبی با سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) با بهره‌گیری از ظرفیت دانشجویان داخل و خارج از کشور پتانسیل اقتصادی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان ایرانی و خارجی متعهد و علاقه‌مند به نظام ج.ا.ا در داخل و خارج از کشور، تاجر ایرانی، ثروتمندان و صاحبان کسب و کار علاقه‌مند به ج.ا.ا ایران که به طور مستقیم با امر جهش تولید در ارتباط بودند در قالب چارچوبی جامع ارائه گشت و در نهایت با به کارگیری این مدل ترکیبی و خلأقانه، تعدادی زمینه اقتصادی و تجاری بکر و نوین ایجاد گشت. با توجه

به مباحث مطرحی در بخش پیشینه پژوهش و زمینه‌های یافت شده در این پژوهش، می‌توان ادعا نمود که ظرفیت‌های اقتصادی بسیار برجسته و دست‌نخورده‌ای در بازار کشورهای دوست و بی‌طرف در عرصه مواضع سیاسی بین‌المللی مانند کشورهای آسیای میانه، هند و پاکستان و بخشی نیز از آسیای جنوب شرقی، کشورهای مسلمان نشین اروپای شرقی و کشورهای آفریقایی وجود دارد که تاکنون مورد غفلت واقع شده‌اند. از سویی دیگر به موانع این پژوهش از جمله: ۱. کمبود پژوهش‌های اقتصادی در رابطه با ظرفیت‌های اقتصادی کشور با جزئیات اجرایی ۲. کمبود تجربیات اجرایی و واقعی محققان این حوزه در به کارگیری ظرفیت‌های اقتصادی نهفته در سیاست‌های کلی ابلاغی آن از سوی مقام معظم رهبری^(مدظله‌العالی) ۳. کمبود پژوهش‌های مرتبط با اطلاعات و ظرفیت‌های اقتصادی مورد اشاره در این پژوهش در کشورهای دوست و هم‌پیمان، می‌توان اشاره نمود. علاوه بر موارد فوق به نظر می‌رسد انجام پروژه‌های جدید تحقیقاتی به منظور واکاوی دقیق و موشکافانه ظرفیت‌های اقتصادی کشور مرتبط با سیاست‌های کلی ابلاغی آن از سوی مقام معظم رهبری^(مدظله‌العالی) و راهکارهای مقابله با جنگ نرم و صد البته ایجاد اتاق‌های فکر و پروژه‌های اقتصادی مشترک در بین صاحبان صنایع، سفارتخانه‌ها و اقتصادی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان ایرانی و خارجی متعهد و علاقه‌مند به نظام ج.ا.ا. در داخل و خارج از کشور، تجار ایرانی، ثروتمندان و صاحبان کسب و کار علاقه‌مند به ج.ا.ا. ایران در کشورهای دوست و یا بی‌طرف، کمک شایانی در نیل به ظرفیت‌سازی اقتصادی و جهش تولید خواهد نمود.

منابع

- ۱) آقا، صالح (۱۳۹۰). «مدل برنامه ریزی چند معیاره کشت محصولات زراعی مبتنی بر اقتصاد مقاومتی و وضعیت تحریمی نوار غزه»، هشتمین کنفرانس بین المللی اقتصاد اسلامی.
- ۲) تولایی، روح الله (۱۳۸۸). «راهبرد اقیانوس آبی به عنوان انقلابی در حوزه مدیریت راهبردی»، توسعه سازمانی پلیس، ۶(۲۴)، ۵۵-۷۷.
- ۳) حسین پور، داوود؛ رضایی منش، بهروز و محمدی سیاهبومی، حمیدرضا (۱۳۹۵). «رابطه مدیریت جهادی و استراتژی‌های اقتصاد مقاومتی»، فصلنامه پژوهشها و سیاستهای اقتصادی، ۲۴(۷۹)، ۹۹-۱۲۲.
- ۴) حسین‌زاده بحرینی، م.ح (۱۳۹۲). «اقتصاد مقاومتی؛ راهکاری برای توسعه»، مشکوه، ۱(۳۲)، ۱۵۹-۱۳۸.
- ۵) دانش جعفری، داوود و سمانه کریمی، سمانه (۱۳۹۳). «نفت، برنامه ششم توسعه و اقتصاد مقاومتی». سیاست‌های راهبردی و کلان، ۲(۸)، ۳۵-۱.
- ۶) دبیرخانه شورای اقتصاد (۱۳۹۳)، مجموعه اهداف، سیاست‌ها و برنامه‌های اقتصاد مقاومتی، تهران: معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رئیس جمهور، مرکز اسناد، مدارک و انتشارات، چاپ اول.
- ۷) ذاکر صالحی، غلام رضا؛ صالحی نجف آبادی، مانده. (۱۳۹۱)، «ارائه راهبردهایی برای جذب دانشجویان خارجی در ایران». مجله آموزش عالی ایران، ۴(۳)، ۹۲-۶۵.
- ۸) رستمی، فرزاد و بهرامی پور، فرشته (۱۳۹۷). «بررسی ماهیت اقتصاد مقاومتی و نظریه‌های توسعه اقتصادی»، ماهنامه بررسی مسایل و سیاستهای اقتصادی، ۱۸(۱)، ۹۵-۱۱۶.
- ۹) ستایش، سامی و امین، فرشته (۱۳۹۴). «طراحی راهبرد اقیانوس آبی در حوزه فعالیت‌های مهندسان مشاور در طرح‌های ملی فعال در حوزه سدسازی کشور». مدیریت دولتی، ۱۷(۱)، ۷۱-۸۷.
- ۱۰) سردارنیا، خلیل‌الله (۱۳۹۵). «تاثیر جنگ نرم بر آسیب‌پذیری و تهدید امنیت اقتصادی ایران (۱۳۹۲-۱۳۸۴)»، پژوهشنامه انقلاب اسلامی، ۶(۲۰)، ۷۵-۵۷.
- ۱۱) سیف، اله مراد (۱۳۹۲). «مقدمه‌ای بر نقشه راه پیاده‌سازی سیاستهای کلی اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران»، مطالعات راهبردی بسیج، ۱۶(۶۱)، ۱۱۵-۸۹.
- ۱۲) سیف، اله مراد و خجسته، محمد (۱۳۹۲). «ظرفیته‌ها و محدودیتهای مدیریت بحران در صحنه جنگ نرم اقتصادی دشمن علیه جمهوری اسلامی ایران»، مطالعات راهبردی بسیج، ۱۶(۶۰)، ۴۸-۵.
- ۱۳) شاهبندرزاده، حمید و کبگانی، محمدحسین (۱۳۹۵). «تحلیل کمی فرصت‌های رشد و سودآوری شرکت‌ها بر مبنای ابعاد راهبردهای اقیانوس آبی». مدیریت بازرگانی، ۱۸(۱)، ۱۳۶-۱۱۷.

- ۱۴) صفری، حسین؛ سادات، میرمحمود و سعدآبادی، علی اصغر (۱۳۹۵). «تدوین استراتژی های رقابتی با استفاده ترکیبی از استراتژی جودویی و استراتژی اقیانوس آبی در چارچوب کارت امتیازی متوازن»، مدیریت بازرگانی، ۸(۳)، ۶۰۷-۳۶۳.
- ۱۵) علی زاده، ناهید؛ شیری، اردشیر؛ تابان، محمد (۱۳۹۳). «توسعه الگوی راهبرد اقیانوس آبی در صنعت بانکداری (مطالعه موردی: بانک های خصوصی ایلام)». مدیریت بازرگانی، ۶(۳)، ۶۲۲-۶۰۱.
- ۱۶) فرزندی اردکانی، عباسعلی؛ صفری، حسین؛ سادات، میرمحمود و بازرگانی، حسین (۱۳۹۷). «طراحی الگوی راهبردی-فرهنگی اقتصاد مقاومتی با ملاحظه اقتصادی-دفاعی مبتنی بر اندیشه های مقام معظم رهبری در ج.ا. ایران»، پژوهش های انقلاب اسلامی، ۷(۲۷)، ۱۷۶-۱۴۵.
- ۱۷) فرزندی اردکانی، عباسعلی؛ میثم یوسفی و مجید عنان پور خیرآبادی (۱۳۹۴). «اقتصاد مقاومتی در جمهوری اسلامی ایران: چالش ها و راهبردها»، پژوهش های معاصر انقلاب اسلامی، ش ۱(۱)، ۷۸-۶۳.
- ۱۸) میلانی، جمیل (۱۳۹۴). «اقتصاد مقاومتی و خودباوری ملی، فرصت ها و چالشهای تحقق آن»، ماهنامه بررسی مسایل و سیاستهای اقتصادی، ۱۵(۷)، ۲۲-۵.
- ۱۹) نعیمی، ذعبداله و مظهری، علی اکبر (۱۳۹۳). «تاکید بر رابطه بازاریابی داخلی و منابع سپرده ای بانک به منظور تأمین منابع مالی مولد و فعال سازی سرمایه های انسانی در راستای سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی»، سیاست های راهبردی و کلان، ۲(۷)، ۸۷-۶۵.