


The position of the national brand in the regional development model of Makran coasts (based on the analysis of upstream documents)

Habibullah Sayyari

Professor of the Military Strategic Management Department of the Higher National Defense University, Tehran, Iran.


h.sayari@sndu.ac.ir

 0000-0001-8872-326X

Amirhossein Arabpour

Ph.D. student of business administration, majoring in marketing, Faculty of Management, University of Tehran, Tehran, Iran (Corresponding author).


amir.h4422@gmail.com

 0000-0001-8872-326X

Reza Tavakoli

Master's student of Islamic Studies and Economics of Imam Sadiq University, Tehran, Iran.

tavakoli.reza1374@yahoo.com

 0000-0003-4642-1508

Abstract

Today, many countries, considering their domestic capacities and international opportunities, are trying to build a national brand in order to improve their national identity and present a powerful and inspiring image in foreign minds. The progress and development of Makran coasts relies on having a unique regional development strategy (RDS) whose requirements are derived from the upstream documents and general policies of the country. The main research question is what is the position of the concept of national brand in the regional development model of Makran coast based on upstream documents? The current research, using the method of thematic analysis, examined the upstream documents and selected general policies of the country and concluded eight requirements in the regional development model of Makran. The results show that in the eyes of policymakers, the realization of the development of Makran coast depends on the formulation of national plans based on regional advantages, the transformation of the Makran region into a set of large centers and economic hubs with an international role, the promotion of economic diplomacy (with priority to neighbors and Islamic countries), activation The role of transit (with emphasis on the North-South corridor) is to pay attention to the government's protectionist attitude towards the regional development of Makran, give priority to knowledge-based industries and businesses, build a national brand, strengthen tourism and export handicrafts.

Keywords: Regional development, Makran coasts , Islamic Republic of Iran, national brand, soft power.

JEL Classification: R58, O21, F50, H77

جایگاه برند ملی در مدل توسعه منطقه‌ای سواحل مکران (مبتنی بر تحلیل اسناد بالادستی)

حبیب‌الله سیاری

استاد گروه مدیریت راهبردی نظامی دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران، ایران.
h.sayari@sndu.ac.ir ID 0000-0001-8872-326X

امیرحسین عرب‌پور

دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
(نویسنده مسئول).
amir.h4422@gmail.com ID 0000-0001-8872-326X

رضا توکلی

دانشجوی کارشناسی ارشد معارف اسلامی و اقتصاد، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام، تهران، ایران.
tavakoli.reza1374@yahoo.com ID 0000-0003-4642-1508

چکیده

امروزه بسیاری از کشورها با توجه به ظرفیت‌های داخلی و فرصت‌های بین‌المللی، در راستای ساخت برند ملی تلاش می‌کنند تا هویت ملی خود را ارتقا بخشیده و تصویر قدرتمند و الهام‌بخش در اذهان خارجی ارائه نمایند. پیشرفت و آبادانی سواحل مکران متکی به در اختیار داشتن راهبرد توسعه منطقه‌ای (RDS) منحصربه‌فردی است که الزام‌های آن از اسناد بالادستی و سیاست‌های کلی کشور حاصل می‌شود. پرسش اصلی پژوهش آن است که مفهوم نشان ملی از چه جایگاهی در مدل توسعه منطقه‌ای سواحل مکران مبتنی بر اسناد بالادستی برخوردار است؟ پژوهش حاضر با استفاده از روش تحلیل مضمون، اسناد بالادستی و سیاست‌های کلی منتخب (سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، سیاست‌های کلی برنامه ششم و هفتم توسعه، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و پیش‌نویس سند الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت) کشور را بررسی کرده و هشت الزام در مدل توسعه منطقه‌ای مکران را نتیجه‌گیری نمود. نتایج نشان می‌دهد که در نگاه سیاست‌گذار، تحقق توسعه سواحل مکران منوط به تدوین برنامه‌های ملی مبتنی بر مزیت‌های منطقه‌ای، تبدیل منطقه مکران به مجموعه مراکز بزرگ و قطب‌های اقتصادی با نقش بین‌المللی، رونق دیپلماسی اقتصادی (با اولویت همسایگان و کشورهای اسلامی)، فعال‌سازی نقش ترانزیتی (با تأکید بر راهگذر شمال - جنوب)، اهتمام به رفتار حمایت‌گرایانه دولت از توسعه منطقه‌ای مکران، اولویت به صنایع و کسب‌وکارهای دانش‌بنیان، ساخت برند ملی، تقویت گردشگری و صادرات صنایع دستی است؛ بنابراین نتایج، برندسازی ملی در مدل توسعه منطقه‌ای سواحل مکران مورد توجه

جدی اسناد بالادستی و سیاست‌های کلی جمهوری اسلامی ایران بوده است و در مقایسه با دیگر الزام‌های مربوط به این مهم به جهت فراوانی تأکید، جزو سه الزام پرتکرار به‌شمار می‌رود.

کلیدواژه‌ها: توسعه منطقه‌ای، سواحل مکران، جمهوری اسلامی ایران، برند ملی، قدرت نرم.
 طبقه‌بندی JEL: R58, O21, F50, H77

شاپای الکترونیک: ۶۵۶۸-۲۵۸۸ / پژوهشکده تحقیقات راهبردی / فصلنامه علمی پژوهشی راهبرد اقتصادی

CC BY 4.0



[doi 10.22034/ES.2023.397637.1674](https://doi.org/10.22034/ES.2023.397637.1674)



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه و بیان مسئله

مکران سرزمین ساحلی است که در جنوب شرقی ایران، جنوب غربی پاکستان و در امتداد سواحل دریای عمان قرار گرفته است. بخشی از این منطقه که در داخل مرزهای ایران قرار دارد از خلیج گواتر تا جاسک با احتساب دماغه‌های ساحلی، حدود ۶۰۰ کیلومتر است که به‌طور عمده به دو استان سیستان و بلوچستان و هرمزگان تعلق دارد و بندرهای گواتر، چابهار، تیس، کنارک و جاسک را شامل می‌شود (ابوالقاسمی و دیگران، ۱۴۰۰، ص. ۲). از ویژگی‌های راهبردی این منطقه، خصوصیات زمین‌شناسی و آب و هوایی، مجاورت با آب‌های آزاد بین‌المللی، مدخل مناسبات همسایگی ایران با پاکستان و عمان، واسطه ترانزیتی آسیای جنوبی (به‌ویژه هند) با آسیای مرکزی و کشورهای حوزه خزر (به‌ویژه روسیه) و آسیای غربی در ضمن برخورداری از تاریخ تمدنی غنی و جذابیت‌های گردشگری و جمعیتی منحصربه‌فرد است، تا جایی که اکنون در نظر قریب به اتفاق مدیران ارشد و نظریه‌پردازان حوزه علوم اقتصادی، مدیریت، روابط بین‌الملل و ژئوپلیتیک، این سواحل راهبردی به‌عنوان پیشران آتی پیشرفت و آبادانی ایران جایگاه و معنا یافته است.

جمع این ویژگی‌ها و توانمندی‌های موجود در سواحل مکران دلالت‌های لازم را برای امکان برندسازی ملی حاصل از توسعه منطقه‌ای این نوار ساحلی و گونه‌ای نرم از منابع قدرت دریایی برای ایران فراهم آورده است. باید توجه داشت که تصویر و برند ملی یک کشور در نظام بین‌الملل و در بین افکار عمومی جهانی ساخته و پرداخته می‌شود. از این رو، کشورهای مختلف به‌دنبال آن هستند که از ابزارهای گوناگون، تصویر الهام‌بخش و جذابی از خود ارائه کنند. در نتیجه، ارائه تصویری مطلوب و ارزشمند از کشور و کسب موقعیت مثبت بین‌المللی، از خواسته‌های مهم دولت‌ها در عرصه بین‌الملل و راهکاری مفید برای پیشبرد اهداف ملی آنها به‌حساب می‌آید.

همچنان‌که توسعه منطقه‌ای به‌طور عام و توسعه منطقه‌ای سواحل مکران به‌طور خاص، وابسته به در اختیار داشتن راهبرد توسعه منطقه‌ای است؛ این راهبرد نیز متکی به اسناد بالادستی ملی طراحی و اجرا می‌گردد؛ بنابراین شناخت الزام‌های توسعه منطقه‌ای سواحل مکران برای ساخت برند ملی جمهوری اسلامی ایران منوط به تحلیل اسناد بالادستی مرتبط متصور می‌شود. این بررسی نشان می‌دهد که

سال هاست در ادبیات اسناد بالادستی جمهوری اسلامی ایران، اهتمام به ارائه نمونه‌ای عینی و میدانی از توسعه با ملاحظه‌ها و مبانی اسلامی - ایرانی تصریح شده است؛ به نحوی که بتواند از سویی برای ایرانیان مایه هویت‌آفرینی و نوعی عزت نفس ملی و از سوی دیگر، برای سایر ملت‌های جهان انگیزه الهام‌بخشی و الگوبذیری را به ارمغان آورد؛ به عبارت دیگر در یک نگاه اجمالی می‌توان دریافت که برای رسیدن به قدرت منطقه‌ای و جهانی، ایران باید به یک کشور الهام‌بخش و مقتدر در تمامی عرصه‌های صنعتی، تجاری و نظامی دریایی تبدیل گردد (سیاری و خانزادی، ۱۳۹۵، صص. ۱۱-۱۲).

پرسش اصلی پژوهش آن است که مفهوم برند ملی از چه جایگاهی در مدل توسعه منطقه‌ای سواحل مکران مبتنی بر اسناد بالادستی برخوردار است؟ آنچه مقصود نوشتار حاضر قلمداد می‌شود در وهله نخست توجه دادن به این ملاحظه راهبردی است که در مدل توسعه منطقه‌ای مکران، باید الگویی بومی و کارآمد از پیشرفت و آبادانی ارائه شود که موجب ساخت و ارتقای برند ملی جمهوری اسلامی ایران باشد. بدین معنا که بتوان از این مدل در کنار سایر مدل‌های الگوی توسعه نظیر مدل توسعه ژاپن، مالزی، امارات متحده عربی و ترکیه، اذهان نظریه‌پردازان و دولتمردان جهان را به خود متوجه سازد و به‌عنوان مدلی کارآمد مورد پذیرش کشورهای دیگر قرار بگیرد. در وهله دوم هدف اساسی پژوهش حاضر، واکاوی جایگاه این موضوع (ساخت برند ملی) در الزام‌های حاکم بر راهبرد توسعه منطقه‌ای سواحل مکران است که در تحلیل مضمون اسناد بالادستی منتخب دنبال می‌شود. چنین برمی‌آید که نتیجه آبادانی نوار ساحلی مکران مطابق با الزام‌ها استخراجی از تحلیل پژوهش حاضر تا حد زیادی می‌تواند علاوه بر رونق این منطقه، پیشران اداره بهینه بازار داخلی و ثبات اقتصادی کشور شود، قدرت دریایی کشور را به‌طور معناداری متحول سازد و برند ملی جمهوری اسلامی ایران را ارتقا دهد.

۱. چهارچوب مفهومی

۱-۱. سواحل مکران

مکران در فارسی با فتحه میم و در زبان پاکستانی «ماکران» و در اشعار عربی با کاف مشدد مانند شعر حکم بن عمرو تغلبی تلفظ شده است. درباره علت این نام‌گذاری به نظر برخی لغت‌شناسان از آنجاکه شغل مردم این ناحیه با ماهیگیری بسیار مرتبط

بوده، نام این ناحیه از ماهی‌خوران سرچشمه گرفته و بعدها به مکران تغییر یافته است. نام مکران در یکی دو دهه اخیر با تأکید مقام معظم رهبری و اهتمام نیروی دریایی راهبردی ارتش جمهوری اسلامی ایران به توسعه آن، بیش‌ازپیش شنیده، نوشته و تکرار شد، اما این عنوان که بر سواحل جنوب شرقی ایران در سیستان و بلوچستان و بخش‌هایی از هرمزگان و همچنین بخشی از مناطق ساحلی پاکستان اطلاق می‌شود، نام و عنوان جدیدی نیست بلکه نامی بسیار قدیمی در ایران باستان به‌شمار می‌رود. در متون تاریخی بسیاری به این نام اشاره شده؛ از جمله در کتاب تاریخی هروودت، مورخ یونانی قرن پنجم میلادی، از سواحل مکران یاد و گفته شده که یکی از ساتراپ‌های (استان‌های) ایران در زمان هخامنشیان با عنوان ساتراپی مکا (ساتراپی چهاردهم ایران در عهد داریوش) بوده است.

مکران از شمال به سراوان و بمپور و از جنوب به دریای عمان و از مشرق به کلات و از مغرب به بشاگرد محدود است. این ناحیه در جنوب شرقی ایران و تا حدود کراچی در جنوب غربی پاکستان (مصطلح به بلوچستان) قرار دارد (دلیری، ۱۳۹۱، ص. ۱). هر چند بیشتر این ناحیه در ایران قرار گرفته است، اما باید توجه داشت که بخش‌هایی از مکران ایران با توطئه استعمار انگلستان، تجزیه و در کشوری تازه ایجاد شده به نام پاکستان قرار گرفت. حال آنکه در اسناد تاریخی موجود، دریای عمان نیز به نام سرزمین‌های شمالی آن یعنی «مکران» شناخته می‌شده است.

ناحیه مکران کنونی در ایران مشتمل بر پنج شهرستان چابهار، کنارک، جاسک، سیریک و میناب در دو استان سیستان و بلوچستان و هرمزگان است. در بررسی‌های اولیه واضح است که جنوب شرق ایران با دارا بودن ظرفیت‌های ژئوپلیتیکی و همچنین دسترسی مسلط بر ارتباطات منطقه‌ای و بین‌المللی، واجد کارکردهای فوق‌العاده و تولیدکننده قدرت اقتصادی و امنیتی در کشور به نظر می‌رسد، اما آن‌طور که باید مورد توجه قرار نگرفته و امروزه به لحاظ اقتصادی، اجتماعی و محیطی عقب‌مانده محسوب می‌شود. از این رو، چنین برآورد می‌شود که علی‌رغم غفلت‌ها و توطئه‌های تاریخی، توسعه آینده کشور به‌طور معناداری وابسته به استفاده بهینه از کارکردهای این منطقه از کشور است (حافظ‌نیا و رومینا، ۱۳۸۴، ص. ۵).



شکل (۱): محدوده جغرافیایی سواحل مکران

این منطقه با داشتن موقعیت ویژه سرزمینی (به‌ویژه همسایگی با چهار کشور پاکستان، عمان، امارات متحده عربی و هند) و بندرگاهی، وجود تنوع زیستی، ارزش بالای حوزه شیلات و کشاورزی گرمسیری، برخورداری از مزیت منابع انرژی‌های هیدروکربنی و انرژی‌های نو (آبی، بادی، خورشیدی و ترکیبی)، صنایع وابسته مانند پتروشیمی و پالایشگاه، صنایع سنگین آب‌بر همچون فولاد، ظرفیت‌های صنعت کشتی‌سازی و سوخت‌رسانی حمل‌ونقل دریایی (بانکرینگ^۱)، جاذبه‌های گردشگری در قالب کوه‌های مریخی، سواحل صخره‌ای، ماسه‌ای و مرجانی، آثار تاریخی و بستری مناسب برای بازی‌های آبی و ساحلی یکی از فرصت‌های مناسب برای توسعه اقتصادی کشور به‌شمار می‌آید. افزون‌براین، کرانه‌های سواحل مکران به دلیل عمیق بودن سطح دریا در خلیج چابهار موقعیت ویژه‌ای جهت پهلو گرفتن کشتی‌های با ظرفیت بالا برای اتصال حوزه‌های مختلف ژئوپلیتیکی در پیرامون ایران مانند کشورهای آسیای مرکزی (که محصور در خشکی هستند) با سیستم تجارت جهانی و ترانزیت بین‌المللی را فراهم می‌آورد. درواقع، پیوند با کریدور شمال - جنوب و مسیر ترانزیتی شرق - غرب می‌تواند نقشی راهبردی در جذب سرمایه‌گذاری خارجی و ارتقای جایگاه ژئواکونومیکی جمهوری اسلامی ایران داشته باشد و مکران را به پیشران توسعه کشور تبدیل کند (رحمتی، ۱۳۹۴، صص. ۷-۸).

۲-۱. توسعه منطقه‌ای

توسعه مفهومی نزدیک و متأخر از مفهوم رشد است که علاوه بر افزایش کمی، بهبود کیفی را نیز در نظر می‌گیرد. البته مبانی و آثار مفهوم توسعه بدان‌چه نظریه‌پردازان غربی به آن اعتناء داشته‌اند از خلل‌هایی رنج می‌برد؛ بنابراین توصیف پیشرفت یا آبادانی مفهومی نزدیک‌تر به وضعیت مطلوب و مورد انتظار نویسندگان نوشتار حاضر است.

از تجربه‌های موجود جهانی این‌گونه برداشت می‌شود که توسعه به صورت عام و توسعه منطقه‌ای به‌طور خاص از اهداف اولیه همه اقتصادها بوده و تاکنون پژوهش‌های فراوانی در این‌باره انجام شده است، اما گاهی روش‌ها، مدل‌ها و شاخص‌های یک پژوهش تفاوت‌های معناداری را در بین مطالعات به‌وجود می‌آورد و زمانی این تحقیقات از احاطه بیشتری بر موضوع برخوردارند که بتوان تشخیص داد قابلیت تکرارپذیری آن همراه با نتایج مشابه خواهد بود.

به‌طور تاریخی اصطلاح توسعه^۱ پس از جنگ جهانی دوم مطرح شد. البته مباحث و پژوهش‌های مرتبط با حوزه موضوعی توسعه را به شکل عمده در بستر مطالعات اقتصاد سیاسی باید جستجو نمود (Coopre & Fitz Gerald, 2016, p. 105). همچنان‌که اشاره شد، در آغاز، این واژه معنایی نزدیک به اصطلاح رشد اقتصادی^۲ را داشت که افزایش متغیرهای اقتصاد کلان نظیر تولید ناخالص داخلی، درآمد سرانه و مانند آنها را نشان می‌داد (Pritchett, 2021, p. 18). به‌طور واضح نظریه‌های دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ توسعه را دستیابی به میزان بالاتری از رشد اقتصادی معرفی می‌نمود، اما به تدریج مفهوم توسعه علاوه بر نوعی بهبود تولید و درآمد، اصلاحات نهادی و اجتماعی، تغییر در کیفیت زندگی و حتی آداب و رسوم و باورهای فرهنگی را متضمن شد (پریزادی و میرزازاده، ۱۳۹۷، ص. ۱۸۶). در آثار دهه ۱۹۷۰ توجه به مسائلی از قبیل از بین رفتن فقر و شکاف درآمدی، بیکاری و دریافت حداقل امکانات آموزشی و بهداشتی درمانی، ذیل مفهوم توسعه به چشم می‌آید. درنهایت، مجموعه تلاش‌ها برای تعریف همه‌جانبه از مفهوم توسعه منجر به شناسایی سه جزء اساسی در فرایند توسعه شده است. برنامه توسعه ملل متحد، سه شاخه بنیادی درخت توسعه را توسعه اقتصادی، توسعه اجتماعی و توسعه انسانی می‌داند؛ به‌عبارت‌دیگر، هر گونه تلاشی در جهت توسعه بایستی دربردارنده عوامل زیر باشد: تقویت ظرفیت بهره‌وری جامعه، ضمانت اجرایی جهت پایه‌ریزی و اجرای

1. Development

2. Economic Growth

خدمات اجتماعي و رفاهي براي مردم و تسهيل فرصت‌هايي در جهت ارتقاء رشد فردي و نيز سهيم بودن حداكثري آنان در جامعه.

توسعه منطقه‌اي مفهومي با پيشينه كمتر از مطلق مفهوم توسعه است كه از نيمه قرن ۲۰ ميلادي همزمان با گسترش مباحثي نظير توسعه‌گرايي و دولت‌هاي توسعه‌گرا ميان ادبيات برنامه‌ريزي‌هاي اقتصادي در آمريكاي شمالي و بریتانيا مطرح شد. واضح است كه مفهوم توسعه منطقه‌اي، مقيد و معطوف به جغرافيايي خاص و محدود است كه بيشتر متناظر با واحد تقسيمات كشوري (استان و شهرستان) مورد توجه قرار مي‌گيرد. البته هيچگاه نمي‌توان ادعاي نوعي استقلال در فهم و حتي عملياتي‌سازي توسعه منطقه‌اي از توسعه در بُعد ملي دانست. رابطه ميان مفهوم توسعه ملي و توسعه منطقه‌اي از سؤال‌هاي بسيار جدي محافل پژوهشي بوده است. برخي توسعه منطقه‌اي را از پيامدهاي توسعه ملي در معنای رشد اقتصاد كلان يك كشور دانسته‌اند؛ برخي نيز توسعه ملي را در گرو توسعه مناطق پنداشته‌اند.

در بحث توسعه منطقه‌اي پژوهش‌ها و مدل‌هاي مختلفی در ادوار مختلف توسط مكاتب اقتصادي شكل گرفته است كه هر يك، مفاهيم متفاوتي را براي توسعه و رشد اقتصادي معرفي کرده‌اند، اما آنچه براي نويسندگان از اهميت بالايي برخوردار بوده اين است كه در يك نگاه اجمالي در چند دهه اخير مفهوم توسعه به‌طور اعم و مفهوم توسعه منطقه‌اي به‌طور اخص، رابطه تنگاتنگي با اصطلاح برنامه‌ريزي منطقه‌اي پيدا کرده است (پريزادي و ميرزازاده، ۱۳۹۷، ص. ۱۸۷). به‌طوري كه در آراي نظريه‌پردازان برنامه‌ريزي منطقه‌اي، آنچه هدف نهايي فرض مي‌شود تحقق توسعه منطقه‌اي است.

البته واضح است كه بيشترين سهم از مطالعات توسعه منطقه‌اي را مقايسه ميان مناطق توسعه يافته، در حال توسعه و كمتر توسعه يافته به خود اختصاص مي‌دهد. نظريه مركز - پيرامون از جمله دستگاه‌هاي تحليلي در اين حوزه است كه نظام فضايي كشور را به دو زير نظام مركز و پيرامون تقسيم مي‌كند. نظريه‌پردازان مركز - پيرامون همچون فريدمن^۱، منطقه مركزي را محل تجمع اطلاعات، تخصص، نوآوري و مستعد براي توسعه مي‌دانند كه به وسيله تسلط بر فعاليت‌هاي سياسي، اقتصادي و حقوقي مناطق پيراموني، به اين پيشرفت دست يافته‌اند. براي اساس، از اهداف توسعه منطقه‌اي، متعادل‌سازي شرايط و امكانات و حداقل ساختن تفاوت در كيفيت

1. Friedman

زندگی مردم مناطق مرکزی و پیرامونی است.

مفهوم «راهبرد توسعه منطقه‌ای»^۱ از آخرین دستاوردهای نظریه‌پردازی در این حوزه موضوعی است که از طراحی و انجام آن، بالا بردن ظرفیت و توانمندی مناطق برای فعال‌سازی استعدادهای بالقوه انتظار می‌رود. نکته مهم و قابل توجه در مفهوم راهبرد توسعه منطقه‌ای آن است که این مهم در واقع نوعی سند بالادستی کلیدی در حوزه برنامه‌ریزی محسوب می‌شود که باید در هماهنگی و تطبیق دقیق با سیاست‌های کلی و اسناد بالادستی ملی، مدل توسعه یک منطقه را تنظیم سازد (یاسوری و سجودی، ۱۳۹۷، ص. ۹۴)؛ به عبارت دیگر، راهبرد توسعه منطقه‌ای نمی‌تواند بر مبنایی غیر از اسناد بالادستی که از نوعی اجماع سیاست‌گذاری در سطح ملی برخوردار است، تکیه نماید.

۱-۳. برندسازی ملی

طبق تعریف انجمن بازاریابی آمریکا^۲ اصطلاح برند^۳ به معنای «نام، عبارت، نشانه، نماد، طرح یا ترکیبی از آنهاست که برای شناسایی کالاها یا خدمات یک فروشنده یا گروهی از فروشندگان و متمایز ساختن آنها نسبت به رقبا به کار می‌رود» (Aaker, 1996, p. 68). در واقع، «برند» نمادی است که به‌عنوان نشانگر محصولات و خدمات یا متمایزکننده هویت شرکت‌ها و سازمان‌ها استفاده می‌شود (Munjin, 2022). مفهوم برندسازی^۴ با خاستگاهی در بازاریابی که به مفهوم عمومی برچسب‌خوردن به یک کالا و شناخته شدن محصول تولیدی به‌وسیله آن برند است، به تدریج وارد چرخه علوم سیاسی، سیاست‌گذاری عمومی و دیگر علوم اجتماعی شده است (حسینی و بیدالله‌خانی، ۱۳۹۴، ص. ۹۱۹). بر این اساس در نظریه‌های اخیر، یکی از محصولاتی که ظرفیت برندسازی را دارد، مکان‌ها و مناطق جغرافیایی است که شامل عوامل مرتبط درباره یک کشور در محیط خارجی می‌شود (Johnson, 2017)؛ به عبارت دیگر، کشورها درست به مانند یک شرکت بزرگ هستند و شبیه شرکت‌ها نیز می‌توانند برندگذاری شوند و باید مراقب شهرت خود باشند (Temporal, 2000, p. 15).

در این رابطه کیت دینی^۵ از مفهومی تحت عنوان «برند ملی» یاد می‌کند که به

1. Regional development strategy (RDS)
2. American Marketing Association
3. Brand
4. Branding
5. Keith Dinnie
6. Nation Brand

معنای ترکیب منحصربه‌فرد و چند بُعدی از عناصری است که یک ملت را از دیگر ملت‌ها متمایز می‌سازد (Dinnie, 2008, pp. 15-17). پیرو مباحث مطرح شده در مفهوم برند ملی، برندسازی ملی نیز به‌عنوان یک مفهوم اولین بار در دهه ۱۹۹۰ توسط سایمون آنهولت^۱ ارائه شد و در سال‌های اخیر گسترش پیدا کرد. آنهولت نشان داد که چگونه کلمه برندسازی، بیش از اینکه یک مفهوم خاص با بار مالی و تجاری باشد، یک استعاره است که به انتقال حس، فکر و ادراک بصری از کشورها کمک می‌کند (Anholt, 2010, p. 75).

در یک تعبیر اجمالی می‌توان برند ملی را جمع میان هویت ملی و تصویر ملی دانست. می‌شود هویت ملی را نوعی درک جمعی مردم یک کشور از ویژگی‌های دائمی خود تلقی نمود. تصویر ملی نیز ادراک مردم دیگر کشورها از یک ملت است یا همان برداشتی تلقی می‌شود که یک ملت می‌خواهد جهان درباره‌اش بفهمد و الهام بخش باشد. در واقع، تصویر ملی^۲ مهم‌ترین عاملی است که رفتار سایر کنشگران بین‌المللی را نسبت به ما شکل می‌دهد. برخی چنین باور دارند که تصویر در جهان امروز حاکم بر قلب‌ها و مغزها است (عرب‌پور، ۱۴۰۱، ص. ۴۱).

برند ملی قوی، سبب گسترش حوزه‌های گوناگون کشور و هویت آن به خارج از مرزهایش خواهد شد (Buhmann, 2016, p. 130). اگر کشوری بتواند با رفتار و عمل خود الگویی برای دیگران باشد تا آنها را با خود همراه سازد؛ این بدان معناست که توانسته است از هویت ملی خود، موجودیتی الهام‌بخش در محیط پیرامونی خود قلمداد سازد. این مسئله پیش از هر چیز مستلزم آن است که کشورها بتوانند تجربه موفق‌تری را به لحاظ سیاسی، اقتصادی و فرهنگی پایه‌گذاری کنند. البته نباید فراموش کرد که در جهان امروز توانمندی در ارائه از اهمیتی برابر با توانمندی در تولید محتوا برخوردار است؛ یعنی چگونگی صورت‌بندی، نظریه‌پردازی و یا گفتمان‌سازی، روش‌هایی هستند که می‌توانند در فرایند برندسازی نقش مؤثری ایفا کنند.

نکته قابل ملاحظه دیگر آنکه نوعی تناظر دوسویه میان هویت‌سازی ملی و الهام‌بخشی بین‌المللی در فرایند برندسازی ملی وجود دارد. به عبارتی، می‌توان گفت که ادراک دیگران از کشور و ملت مورد نظر نقشی اساسی در زمینه اعتماد به نفس و هویت ملی مستحکم آن کشور دارد. ملت‌ها در تعامل با دیگران به تصویرسازی، بازسازی تصویر گذشته، ساخت برندی نو و برساخت‌گرایی برندسازی ملی جدید روی

1. Anholt

2. National Image

می‌آورند. اینکه نام، هویت و مؤلفه‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی کشور مورد نظر چه ادراکی در خارج از آن کشور و سپس در داخل کشور مورد نظر دارد، به شکل‌گیری هویت و تصویر ملی و درنهایت ساخت برند ملی کشور مورد نظر کمک زیادی می‌کند (بیدالله‌خانی، ۱۳۹۶، ص. ۳۷)؛ بنابراین، برندسازی ملی امروزه عنصری کلیدی در تعیین قدرت و امنیت ملی یک کشور محسوب می‌شود (Aharoni & Grinstein, 2017, p. 1).

۲. روش پژوهش

این مقاله از حیث هدف کلان و کاربردی محسوب می‌شود که با رویکرد کیفی و تحلیل مضمون اسناد بالادستی منتخب به‌عنوان جامعه پژوهش، در دو گام (استخراج کدهای اولیه و تهیه مضامین فراگیر) به ارائه الزام‌های توسعه منطقه‌ای سواحل مکران پرداخته است. تحلیل مضمون یکی از روش‌های مناسب در گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی همچون اسناد بالادستی، مبتنی بر فرایند شناخت و تحلیل محتوا است که برای تحلیل حجم زیادی از داده‌های پیچیده و مفصل می‌توان از آن بهره برد. مضمون الگویی است که در داده‌ها یافت می‌شود و از طریق نظم مفهومی داده‌های مستخرج به توصیف و سازمان‌دهی مشاهده‌ها و حداکثر به تفسیر جنبه‌هایی از پدیده می‌پردازد (Boyatzis, 1998, p. 4). تحلیل مضمون با انجام تحلیل داده‌های متنی و مکتوب، این داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌هایی غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند (Braun and Clarke, 2006). به‌عبارتی، در تحلیل مضمون پژوهشگر از شمارش کلمات و سامان‌دهی داده‌ها فراتر می‌رود و بر تبیین و تفسیر افکار صریح و ضمنی متن تمرکز می‌کند (کمالی و دیگران، ۱۴۰۰، ص. ۲۲۴).

۳. یافته‌های پژوهش

توسعه منطقه‌ای سواحل مکران با خصوصیات ذاتی آن و شرایط کنونی ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی از قابلیت لازم برای برندسازی ملی جمهوری اسلامی ایران برخوردار است. توجه به اینکه توسعه منطقه‌ای مستلزم تهیه راهبرد مربوط به آن است و این راهبرد باید به اسناد بالادستی ملی متکی باشد، مطالعه سیاست‌های کلی و اسناد بالادستی را ضروری می‌سازد. اسناد بالادستی یکی از منابع اصلی تعیین چهارچوب‌ها و سیاست‌های کلی نظام است که عموماً منشأ تنظیم مقررات عادی و تدوین سیاست‌های جاری میان‌مدت و بلندمدت کشور قلمداد می‌شوند (نصرالله‌زاده

و دیگران، ۱۳۹۹، ص. ۳۳۳). از آنجایی که سند به خصوص یا سیاست‌های کلی ابلاغی ویژه‌ای ناظر به حوزه موضوعی توسعه سواحل مکران در دسترس نبوده است، مهم‌ترین اسناد بالادستی قابل ملاحظه در موضوع توسعه سواحل مکران مشتمل بر سند چشم‌انداز بیست‌ساله ۱۴۰۴، سیاست‌های کلی برنامه ششم و هفتم توسعه، ابلاغیه سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و پیش‌نویس سند الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت است که در هر یک از این اسناد، بندهایی به موضوع توسعه سواحل مکران (به‌طور مستقیم و غیرمستقیم) اختصاص یافته و جنبه‌های مختلف سیاست‌گذاری و رویکرد دستگاه‌های اجرایی کشور مشخص شده‌اند؛ به‌طوری که مبنای جایگاه توسعه سواحل مکران در امر برندسازی ملی جمهوری اسلامی ایران است. بدین ترتیب، پالایش و تحلیل پژوهش حاضر در دو گام ذیل انجام می‌شود.

۳-۱. گام اول: استخراج کدهای حاصل از اسناد

در این گام ابتدا، بندهای مرتبط با حوزه موضوعی پژوهش در اسناد بالادستی منتخب بررسی و سپس کدهای اولیه استخراج می‌شود.

الف) سند چشم‌انداز ۱۴۰۴

در سند چشم‌انداز، اهدافی مانند تحقق توسعه‌یافتگی، برخورداری از توزیع مناسب درآمد، دستیابی به جایگاه نخست اقتصادی، علمی و فناوری در منطقه آسیای جنوب غربی (شامل آسیای میانه، قفقاز، خاورمیانه و کشورهای همسایه) با تأکید بر جنبش نرم‌افزاری و تولید علم، رشد پرشتاب و مستمر اقتصادی، ارتقای نسبی سطح درآمد سرانه و رسیدن به اشتغال کامل، الهام‌بخشی از طریق توسعه کارآمد و تعامل‌سازنده و مؤثر با جهان بر اساس اصول عزت، حکمت و مصلحت ذکر شده‌اند که به‌طور مستقیم و غیرمستقیم به توسعه سواحل مکران مرتبط است (صادقی شاهدانی و دیگران، ۱۴۰۰، ص. ۱۱۴). آنچه از مفاد این سیاست‌ها مرتبط با مسئله پژوهش حاضر به نظر می‌رسد موارد زیر گزارش می‌شود:

جدول (۱). بندهای منتخب سند چشم‌انداز ۱۴۰۴

ردیف	بندهای مرتبط	کدها
۱	توسعه‌یافته، متناسب با مقتضیات فرهنگی، جغرافیایی و تاریخی خود، متکی بر اصول اخلاقی و ارزش‌های اسلامی، ملی و انقلابی، با تأکید بر مردم‌سالاری دینی، عدالت اجتماعی، آزادی‌های مشروع، حفظ کرامت و حقوق انسان‌ها و بهره‌مندی از امنیت اجتماعی و قضایی (بند ۱).	توسعه اقتصادی متناسب با مزیت‌های جغرافیایی و تاریخی، اتکا بر اصول اخلاقی و ارزش‌های اسلامی، ملی و انقلابی
۲	برخوردار از سلامت، رفاه، امنیت غذایی، تأمین اجتماعی، فرصت‌های برابر، توزیع مناسب درآمد، نهاد مستحکم خانواده، به دور از فقر، تبعیض و بهره‌مند از محیط زیست مطلوب (بند ۴).	تقسیم امکانات و اختیارات در مناطق، رفتار حمایتی دولت
۳	فعال، مسئولیت‌پذیر، ایشارگر، مؤمن، رضایت‌مند، برخوردار از وجدان کاری، انضباط، روحیه تعاون و سازگاری اجتماعی، متعهد به انقلاب و نظام اسلامی و شکوفایی ایران و مفتخر به ایرانی بودن (بند ۵).	افتخار به ایرانی بودن
۴	دست‌یافته به جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه آسیای جنوب غربی (شامل آسیای میانه، قفقاز، خاورمیانه و کشورهای همسایه) با تأکید بر جنبش نرم‌افزاری و تولید علم، رشد پرشتاب و مستمر اقتصادی، ارتقاء نسبی سطح درآمد سرانه و رسیدن به اشتغال کامل (بند ۶).	دستیابی به قدرت اول منطقه‌ای، تأکید بر جنبش نرم‌افزاری و تولید علم
۵	الهام‌بخش، فعال و مؤثر در جهان اسلام با تحکیم الگوی مردم‌سالاری دینی، توسعه‌ی کارآمد، جامعه اخلاقی، نواندیشی و پویایی فکری و اجتماعی، تأثیرگذار بر همگرایی اسلامی و منطقه‌ای بر اساس تعالیم اسلامی و اندیشه‌های امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه) (بند ۷).	الهام‌بخشی در جهان اسلام، توجه به کارآمدی در توسعه
۶	دارای تعامل سازنده و مؤثر با جهان بر اساس اصول عزت، حکمت و مصلحت (بند ۸).	تعامل سازنده و مؤثر با جهان

ب) سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه

در این سند، سرفصل اقتصادی در آغاز قرار داده شده است و بخش مهمی از برنامه‌ها به حوزه اقتصاد اختصاص داده شده و با ایجاد پیوند میان اقتصاد و سیاست و به‌ویژه سیاست خارجی بُعد عمل‌گرایانه‌تر و واقع‌بینانه‌تری نسبت به برنامه‌های پیشین یافته است (صادقی شاهدانی و دیگران، ۱۴۰۰، ص. ۱۱۵). آنچه از مفاد این سیاست‌ها مرتبط با مسئله پژوهش حاضر به نظر می‌رسد موارد زیر گزارش می‌شود:

جدول (۲): بندهای منتخب سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه

ردیف	بندهای مرتبط	کدها
۱	توسعه پیوندهای اقتصادی و تجاری متقابل و شبکه‌ای کشور به‌ویژه با کشورهای منطقه آسیای جنوب غربی، تبدیل شدن به قطب تجاری و ترانزیتی و انعقاد پیمان‌های پولی دو و چندجانبه با کشورهای طرف تجارت (بند ۴).	جلب مشارکت‌های اقتصادی دو جانبه و چندجانبه خارجی، تبدیل شدن به قطب تجاری، ایجاد نقش محوری در ترانزیت بین‌المللی
۲	توسعه حمل‌ونقل ریلی باری با اولویت تجهیز شبکه و پایانه‌های باری و اتصال شبکه به مراکز بزرگ اقتصادی، تجاری و صنعتی و مبادی ورودی و خروجی مهم کشور و شبکه‌های ریلی منطقه‌ای و جهانی به‌ویژه کریدور شمال - جنوب با هدف توسعه صادرات و ترانزیت بار (بند ۲۵).	ساخت مراکز بزرگ اقتصادی در کشور، اولویت تکمیل کریدور شمال - جنوب با توسعه حمل‌ونقل ریلی
۳	گسترش همکاری و تعامل فعال، سازنده و الهام‌بخش در حوزه علم و فناوری با سایر کشورها و مراکز علمی و فنی معتبر منطقه‌ای و جهانی به‌ویژه جهان اسلام و توسعه تجارت و صادرات محصولات دانش‌بنیان (بند ۷۹).	جلب همکاری‌های علمی و فناوری خارجی، صادرات محصولات دانش بنیان، گسترش همکاری‌های سازنده و الهام‌بخشی
۴	تقسیم‌کار و تعیین نقش ملی در مناطق، استان‌ها، نواحی و سواحل و جزایر کشور با رعایت الزام‌های آن در چهارچوب سیاست‌های کلی مربوط، به‌منظور افزایش تولید ثروت ملی و حمایت دولت از سرمایه‌گذاری در مناطق کمتر توسعه‌یافته و روستایی (بند ۱۹).	تقسیم اختیارات اقتصادی، تعیین نقش ملی برای سواحل، حمایت دولت از سرمایه‌گذاری در مناطق کمتر توسعه‌یافته
۵	اتخاذ برنامه‌ها و اقدام‌های اجرایی جهت توسعه روستایی کشور برای تثبیت جمعیت و تشویق مهاجرت به مناطق روستایی و ارتقاء شأن و	توسعه و برنامه‌ریزی محلی و منطقه‌ای، ارتقاء شأن و

ردیف	بندهای مرتبط	کدها
	عشایری (کانون تولید و ارزش آفرینی) با برنامه‌ریزی و مدیریت بهینه در سطح ملی، منطقه‌ای و محلی، تعیین سهم واقعی در توزیع منابع و ارتقاء شأن و منزلت اجتماعی، ایجاد فرصت‌های جدید اقتصادی و حمایت‌های ویژه از فعالیت‌های کارآفرینی و اشتغال‌زایی مزیت‌دار بومی و مقاوم‌سازی تأسیسات و زیرساخت‌ها و اماکن روستایی (بند ۲۰).	منزلت اجتماعی، حمایت‌های ویژه از فعالیت‌های کارآفرینی و اشتغال‌زایی، اشتغال‌زایی مزیت‌دار بومی.
۶	توسعه اقتصاد دریایی جنوب کشور در محور چابهار - خرمشهر با تأکید بر سواحل مکران (بند ۲۱).	توسعه اقتصادی منطقه دریایی جنوب با تأکید بر سواحل مکران
۷	توسعه بازارهای دریایی و ایجاد مناطق مهم اقتصادی در زمینه‌های دارای مزیت (بند ۲۳).	توسعه بازارهای دریایی در زمینه‌های دارای مزیت، ساخت مناطق مهم اقتصادی.
۸	اولویت‌دادن به حوزه‌های راهبردی صنعتی (از قبیل صنایع نفت، گاز، پتروشیمی، حمل‌ونقل، مواد پیشرفته، ساختمان، فناوری اطلاعات و ارتباطات، هوافضا، دریا، آب و کشاورزی) و افزایش ضریب نفوذ فناوری‌های پیشرفته در آنها (بند ۲۸).	اولویت‌دادن به حوزه حمل‌ونقل، اولویت‌دادن به حوزه راهبردی دریا
۹	بهره‌گیری از موقعیت ممتاز کشور با هدف تبدیل ایران به مرکز تبادلات پستی و ترافیکی ارتباطات و اطلاعات منطقه و گسترش حضور در بازارهای بین‌المللی (بند ۳۵).	تبدیل ایران به مرکز تبادلات، گسترش حضور در بازارهای بین‌المللی.
۱۰	توانمندسازی و خوداتکایی اقشار و گروه‌های محروم در برنامه‌های مربوط به رفاه و تأمین اجتماعی (بند ۴۱).	توانمندسازی و خوداتکایی اقشار و گروه‌های محروم
۱۱	هویت‌بخشی به سیمای شهر و روستا و بازآفرینی و روزآمدسازی معماری اسلامی - ایرانی (بند ۴۸).	هویت‌بخشی به سیمای شهر و روستا
۱۲	توسعه پایدار صنعت ایرانگردی (بند ۵۰).	توسعه ایرانگردی
۱۳	حمایت از صنایع دستی و صیانت از میراث فرهنگی کشور (بند ۵۱).	حمایت از صنایع دستی، توسعه گردشگری
۱۴	افزایش ظرفیت‌های قدرت نرم (بند ۵۳).	افزایش ظرفیت‌های قدرت نرم
۱۵	اولویت‌دادن به دیپلماسی اقتصادی با هدف توسعه سرمایه‌گذاری خارجی، ورود به بازارهای جهانی و دستیابی به فناوری برای تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی و سند چشم‌انداز (بند ۶۰).	اولویت‌دادن به جذب سرمایه‌گذاری خارجی، توسعه تجارت خارجی، دستیابی به فناوری

ج) سیاست‌های کلی برنامه هفتم توسعه

سیاست‌های کلی برنامه هفتم توسعه که با اولویت اصلی «پیشرفت اقتصادی توأم با عدالت» تعیین شده است، در ۷ سرفصل «اقتصادی»، «امور زیربنایی»، «فرهنگی و اجتماعی»، «علمی، فناوری و آموزشی»، «سیاسی و سیاست خارجی»، «دفاعی و امنیتی»، «اداری، حقوقی و قضایی» و در ۲۶ بند ابلاغ شد. آنچه از مفاد این سیاست‌ها مرتبط با مسئله پژوهش حاضر به نظر می‌رسد موارد زیر گزارش می‌شود:

جدول (۳): بندهای منتخب سیاست‌های کلی برنامه هفتم توسعه

ردیف	بندهای مرتبط	کدها
۱	اصلاح الگوی کشت با توجه به مزیت‌های منطقه‌ای و منابع آبی و با اولویت‌بخشی به تولید کالاهای راهبردی کشاورزی (بند ۶).	توجه به مزیت‌های منطقه‌ای
۲	اجرای چند طرح عظیم اقتصادی ملی، پیشران، زیرساختی، روزآمد و مبتنی بر آینده‌نگری (بند ۹).	اجرای چند طرح عظیم اقتصادی ملی و پیشران، اجرای چند طرح عظیم زیرساختی
۳	فعال‌سازی مزیت‌های جغرافیایی - سیاسی و تبدیل جمهوری اسلامی ایران به مرکز مبادلات و خدمات تجاری، انرژی، ارتباطات و حمل‌ونقل با روان‌سازی مقررات و ایجاد و توسعه زیرساخت‌های لازم (بند ۱۰).	فعال‌سازی مزیت‌های جغرافیایی - سیاسی، تبدیل جمهوری اسلامی ایران به مرکز مبادلات و خدمات، توسعه تجارت، تبدیل جمهوری اسلامی ایران به مرکز حمل‌ونقل بین‌المللی
۴	تحقق سیاست‌های کلی آمایش سرزمین با توجه به مزیت‌های بالفعل و بالقوه و اجرایی ساختن موارد برجسته آن با توجه ویژه بر دریا، سواحل، بنادر و آب‌های مرزی (بند ۱۱).	تحقق سیاست‌های کلی آمایش سرزمین، اولویت‌دادن به مزیت‌های دریا، ساحل و بنادر
۵	اعتلاء فرهنگ عمومی در جهت تحکیم سبک زندگی اسلامی - ایرانی، تقویت همبستگی و اعتماد به نفس ملی، ارتقاء هویت ملی و روحیه مقاومت، کار و تلاش در جامعه با بسیج تمامی امکانات و ظرفیت‌های کشور، دستگاه‌ها و نهادهای دولتی و مردمی و افراد و شخصیت‌های اثرگذار علمی و اجتماعی و حمایت و پشتیبانی مؤثر دولت از آن (بند ۱۳).	ارتقاء هویت ملی، حمایت و پشتیبانی مؤثر دولت از اعتلای هویت ملی

ردیف	بندهای مرتبط	کدها
۶	توسعه صنعت گردشگری و ترویج صنایع دستی (بند ۱۷).	توسعه صنعت گردشگری، ترویج صنایع دستی
۷	تقویت رویکرد اقتصادمحور در سیاست خارجی و روابط منطقه‌ای و جهانی و تقویت پیوندهای اقتصادی با اولویت همسایگان (بند ۲۲).	تقویت همکاری‌های اقتصادی بین‌المللی

د) سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی

در مقدمه این سند آمده است: «ایران اسلامی با استعدادهای سرشار معنوی و مادی و ذخایر و منابع غنی و متنوع و زیرساخت‌های گسترده و مهم‌تر از همه، برخوردار از نیروی انسانی متعهد و کارآمد و دارای عزم راسخ برای پیشرفت، اگر از الگوی اقتصادی بومی و علمی برآمده از فرهنگ انقلابی و اسلامی که همان اقتصاد مقاومتی است، پیروی کند نه تنها بر همه مشکلات اقتصادی فائق می‌آید و دشمن را که با تحمیل یک جنگ اقتصادی تمام‌عیار در برابر این ملت بزرگ صفا‌آرایی کرده، به شکست و عقب‌نشینی وامی‌دارد بلکه خواهد توانست در جهانی که مخاطره‌ها و بی‌اطمینانی‌های ناشی از تحولات خارج از اختیار، مانند بحران‌های مالی، اقتصادی، سیاسی و... در آن رو به افزایش است، با حفظ دستاوردهای کشور در زمینه‌های مختلف و تداوم پیشرفت و تحقق آرمان‌ها و اصول قانون اساسی و سند چشم‌انداز بیست‌ساله، اقتصاد متکی به دانش و فناوری، عدالت بنیان، درون‌زا و برون‌گرا، پویا و پیشرو را محقق سازد و الگویی الهام‌بخش از نظام اقتصادی اسلام را عینیت بخشد» (سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، ۱۳۹۲).

آنچه از مفاد این سیاست‌ها مرتبط با مسئله پژوهش حاضر به نظر می‌رسد موارد زیر گزارش می‌شود:

جدول (۴): بندهای منتخب سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی

ردیف	بندهای مرتبط	کدها
۱	حمایت همه‌جانبه هدفمند از صادرات کالاها و خدمات به تناسب ارزش افزوده و با خالص ارزآوری مثبت از طریق گسترش خدمات تجارت خارجی و ترانزیت و زیرساخت‌های مورد نیاز، تشویق سرمایه‌گذاری خارجی برای صادرات، برنامه‌ریزی تولید ملی متناسب با نیازهای صادراتی، شکل‌دهی بازارهای جدید و تنوع بخشی پیوندهای اقتصادی با کشورها به‌ویژه با کشورهای منطقه (بند ۱۰).	رفتار حمایتی همه‌جانبه و هدفمند، گسترش صادرات کالا و خدمات، تشویق سرمایه‌گذاری خارجی، گسترش ترانزیت و زیرساخت‌های مورد نیاز
۲	توسعه حوزه عمل مناطق آزاد و ویژه اقتصادی کشور به‌منظور انتقال فناوری‌های پیشرفته، گسترش و تسهیل تولید، صادرات کالا و خدمات و تأمین نیازهای ضروری و منابع مالی از خارج (بند ۱۱).	افزایش اختیارات مناطق آزاد و ویژه اقتصادی، انتقال فناوری‌های پیشرفته در مناطق آزاد، تسهیل تولید، صادرات کالا و خدمات در مناطق آزاد، تأمین مالی و سرمایه‌گذاری خارجی در مناطق آزاد
۳	محور قرار دادن رشد بهره‌وری در اقتصاد با تقویت عوامل تولید، توانمندسازی نیروی کار، تقویت رقابت‌پذیری اقتصاد، ایجاد بستر رقابت بین مناطق و استان‌ها و به‌کارگیری ظرفیت و قابلیت‌های متنوع در جغرافیای مزیت‌های مناطق کشور (بند ۳).	به‌کارگیری ظرفیت و قابلیت‌های متنوع در جغرافیای مزیت‌های مناطق کشور
۴	افزایش قدرت مقاومت و کاهش آسیب‌پذیری اقتصاد کشور از طریق: توسعه پیوندهای راهبردی و گسترش همکاری و مشارکت با کشورهای منطقه و جهان به‌ویژه همسایگان، استفاده از دیپلماسی در جهت حمایت از هدف‌های اقتصادی (بند ۱۲).	توسعه پیوندهای راهبردی و گسترش همکاری و مشارکت با کشورهای منطقه و جهان به‌ویژه همسایگان، استفاده از دیپلماسی در جهت حمایت از هدف‌های اقتصادی

ه) سند الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت

در آخرین ویراست پیش‌نویس سند الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت آمده است: «در سال ۱۴۵۰، ایران به‌عنوان مرجع معتبر در فرهنگ متعالی و علوم انسانی بر پایه مبانی و ارزش‌های اسلامی در تراز بین‌المللی شناخته می‌شود و در میان پنج کشور پیشرو جهان در تولید اندیشه و دانش و فناوری جای می‌گیرد و از اقتصادی دانش‌محور و خودبنیان بر پایه عقلانیت، عدالت و معنویت اسلامی برخوردار و یکی از ده قدرت اقتصادی بزرگ جهان است» (سند الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت، ۱۳۹۷، ص. ۱۶).

در مبانی ایران شناختی این سند در اهمیت پیشرفت دریاپایه کشور آمده است: «برخورداری ایران از جایگاه راهبردی سرزمینی، رتبه برتر در منابع انرژی و معدنی، تنوع اقلیمی، ظرفیت‌های فلات مرکزی، جاذبه‌های گردشگری، خطوط ساحلی و مرزهای آبی بین‌المللی، سرمایه انسانی جوان و مستعد، تجربیات مدیریتی و ظرفیت‌های علمی و فناوری، زمینه‌ساز پیشرفت و تحول دریاپایه و خشکی پایه به‌عنوان قطب ارتباطات منطقه‌ای و بین‌المللی است» (سند الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت، ۱۳۹۷، ص. ۷). بر همین اساس، ۴ بند مرتبط با توسعه سواحل مکران در ادامه مورد اشاره قرار می‌گیرند.

جدول (۵): بندهای منتخب سند الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت

ردیف	بندهای مرتبط	کدها
۱	تحول و بالندگی دیپلماسی اقتصادی کشور، به‌منظور دستیابی به فناوری‌های پیشرفته، نقش‌آفرینی در چرخه تولید و نوآوری فراملی، جذب سرمایه‌گذاری خارجی، توسعه تجارت منطقه‌ای و بین‌المللی به‌خصوص در بخش انرژی و بازار جهانی حلال و حمایت از صادرات تولیدات داخلی با ارزش افزوده فراوان (بند ۱۴).	تحول و بالندگی دیپلماسی اقتصادی کشور، دستیابی به فناوری‌های پیشرفته از طریق دیپلماسی اقتصادی، نقش‌آفرینی در چرخه تولید و نوآوری فراملی، توجه اختصاصی و افزایش سهم از برند حلال
۲	فعال‌سازی موقعیت ارتباطی ایران و قابلیت‌های سرزمینی از رهگذر زیرساخت‌های پیشرفته برای تبدیل کشور به چهارراه ارتباطات بین‌المللی و قطب علمی، فناوری، اقتصادی و گردشگری با محوریت مراکز هویت‌ساز (بند ۲۷).	فعال‌سازی موقعیت ارتباطی ایران، ایجاد قطب‌های علمی فناوری اقتصادی و گردشگری، محوریت مراکز هویت‌ساز
۳	نهادینه‌سازی تقسیم کار ملی با توجه به	توجه به استعدادها و طبیعی و

ردیف	بندهای مرتبط	کدها
	استعدادهای طبیعی و آفرینش مزیت‌های جدید در همه مناطق و ایجاد حلقه‌های هم‌افزای اقتصادی منطقه‌ای و گسترش پیوندها و روابط میان مناطق شهری، روستایی و عشایری به‌منظور تقویت نقش آنها در تولید و صادرات (بند ۲۸).	آفرینش مزیت‌های جدید در همه مناطق، صادرات‌گرایی در اقتصاد منطقه‌ای
۴	بسترسازی برای پراکندگی متعادل جمعیت و توازن منطقه‌ای بر پایه توانمندی‌های سرزمینی و اصول آمایش، تشویق و آسان‌سازی با تخصیص امکانات و تشویق و آسان‌سازی سرمایه‌گذاری و شکوفاسازی مناطق کمتر برخوردار با اولویت نواحی مرزی به‌ویژه سواحل و جزایر جنوبی (بند ۲۹).	توازن منطقه‌ای بر پایه توانمندی‌های سرزمینی و اصول آمایش، تشویق و آسان‌سازی سرمایه‌گذاری و شکوفاسازی مناطق ساحلی جنوبی.

۳-۲. گام دوم: طبقه‌بندی مضامین و کدهای استخراج شده

در این مرحله پس از استخراج کدهای اولیه به دسته‌بندی آنها ذیل ۸ عنوان مضمون فراگیر اقدام گردید که به حسب اشتراک مفهومی میان کدهای به‌دست‌آمده تنظیم شده است. این مضامین به‌بیانی دیگر، حیطه‌های موضوعی از مجموعه الزام‌های مورد انتظار توسط اسناد بالادستی برای توسعه منطقه‌ای (به‌طور عام) و توسعه سواحل مکران (به‌طور خاص) محسوب می‌شوند.

جدول (۶): مضامین فراگیر حاصل از کدهای مستخرج

ردیف	مضمون فراگیر	کدها
۱	تدوین برنامه‌های ملی مبتنی بر مزیت‌های منطقه‌ای	توسعه اقتصادی متناسب با مزیت‌های جغرافیایی و تاریخی، تقسیم امکانات و اختیارات در مناطق، توجه به کارآمدی در توسعه، تقسیم اختیارات اقتصادی بین مناطق و استان‌ها، تعیین نقش ملی برای سواحل، توسعه و برنامه‌ریزی محلی و منطقه‌ای، اشتغال‌زایی مزیت‌دار بومی، توسعه اقتصادی منطقه دریایی جنوب با تأکید بر سواحل مکران، توسعه بازارهای دریایی در زمینه‌های دارای مزیت، اولویت‌دادن به حوزه راهبردی دریا، توجه به مزیت‌های منطقه‌ای، فعال‌سازی مزیت‌های جغرافیایی - سیاسی، تحقق سیاست‌های کلی آمایش سرزمین، اولویت‌دادن به مزیت‌های دریا، ساحل و بنادر، افزایش اختیارات مناطق

ردیف	مضمون فراگیر	کدها
		آزاد و ویژه اقتصادی، به‌کارگیری ظرفیت و قابلیت‌های متنوع در جغرافیای مزیت‌های مناطق کشور، توجه به استعدادهای طبیعی و آفرینش مزیت‌های جدید در همه مناطق.
۲	تبدیل منطقه مکران به قطب اقتصادی با نقش بین‌المللی	ساخت مراکز بزرگ اقتصادی در کشور، تبدیل شدن به قطب تجاری، ساخت مناطق مهم اقتصادی، تبدیل ایران به مرکز تبادلات، اجرای چند طرح عظیم اقتصادی ملی و پیشران، تبدیل جمهوری اسلامی ایران به مرکز مبادلات و خدمات، ایجاد قطب‌های علمی فناوری اقتصادی و گردشگری.
۳	رونق دیپلماسی اقتصادی (با اولویت همسایگان و کشورهای اسلامی)	تعامل سازنده و مؤثر با جهان، جلب همکاری‌های علمی و فناوری خارجی، گسترش همکاری‌های سازنده، گسترش حضور در بازارهای بین‌المللی، اولویت‌دادن به جذب سرمایه‌گذاری خارجی، توسعه تجارت خارجی، تقویت همکاری‌های اقتصادی بین‌المللی، گسترش صادرات کالا و خدمات، تشویق سرمایه‌گذاری خارجی، تسهیل تولید، صادرات کالا و خدمات در مناطق آزاد، تأمین مالی و سرمایه‌گذاری خارجی در مناطق آزاد، توسعه پیوندهای راهبردی و گسترش همکاری و مشارکت با کشورهای منطقه و جهان به‌ویژه همسایگان، استفاده از دیپلماسی در جهت حمایت از هدف‌های اقتصادی، تحول و بالندگی دیپلماسی اقتصادی کشور، نقش‌آفرینی در چرخه تولید و نوآوری فراملی، توجه اختصاصی و افزایش سهم از برند حلال، صادرات‌گرایی در اقتصاد منطقه‌ای.
۴	فعال‌سازی نقش ترانزیتی مکران (با تأکید بر راهگذر شمال - جنوب)	ایجاد نقش محوری در ترانزیت بین‌المللی، اولویت تکمیل کریدور شمال - جنوب با توسعه حمل‌ونقل ریلی، اولویت‌دادن به حوزه حمل‌ونقل، تبدیل ایران به مرکز تبادلات، اجرای چند طرح عظیم زیرساختی، تبدیل جمهوری اسلامی ایران به مرکز حمل‌ونقل بین‌المللی، گسترش ترانزیت و زیرساخت‌های مورد نیاز، فعال‌سازی موقعیت ارتباطی ایران.
۵	حمایت‌گری دولت از توسعه منطقه‌ای مکران	رفتار حمایتی دولت، حمایت دولت از سرمایه‌گذاری در مناطق کمتر توسعه‌یافته، حمایت‌های ویژه از فعالیت‌های کارآفرینی و اشتغال‌زایی، توانمندسازی و خوداتکایی اقشار

ردیف	مضمون فراگیر	کدها
		و گروه‌های محروم، حمایت و پشتیبانی مؤثر دولت از اعتلای هویت ملی، رفتار حمایتی همه‌جانبه و هدفمند، تشویق و آسان‌سازی سرمایه‌گذاری و شکوفاسازی مناطق ساحلی جنوبی.
۶	اولویت به صنایع و کسب‌وکارهای دانش‌بنیان	تأکید بر جنبش نرم‌افزاری و تولید علم، جلب همکاری‌های علمی و فناوری خارجی، صادرات محصولات دانش‌بنیان، دستیابی به فناوری، انتقال فناوری‌های پیشرفته در مناطق آزاد، دستیابی به فناوری‌های پیشرفته از طریق دیپلماسی اقتصادی، ایجاد قطب‌های علمی فناوری.
۷	ساخت برند ملی	اتکا بر اصول اخلاقی و ارزش‌های اسلامی، ملی و انقلابی، افتخار به ایرانی بودن، دستیابی به قدرت اول منطقه‌ای، الهام بخشی در جهان اسلام، گسترش همکاری‌های الهام بخش، ارتقاء شأن و منزلت اجتماعی، هویت‌بخشی به سیمای شهر و روستا، افزایش ظرفیت‌های قدرت نرم، ارتقاء هویت ملی، توجه اختصاصی و افزایش سهم از برند حلال، محوریت مراکز هویت‌ساز.
۸	تقویت گردشگری و صادرات صنایع دستی	توسعه ایرانگردی، حمایت از صنایع دستی، توسعه صنعت گردشگری، ترویج صنایع دستی، ایجاد قطب‌های اقتصادی و گردشگری.

تحلیل پژوهش حاضر نشان می‌دهد که در میان اسناد بالادستی منتخب (سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، سیاست‌های کلی برنامه ششم و هفتم توسعه، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و سند الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت) در مجموع ۳۶ بند سیاستی متناظر با هدف این پژوهش بوده است. از بندهای سیاستی گزینش شده، ۸۲ کد استخراجی اولیه (با حذف موارد تکراری) به دست آمد که بنابر قرابت‌های مفهومی و کارکردی تحت عنوان مضامین فراگیری به شرح «تدوین برنامه‌های ملی مبتنی بر مزیت‌های منطقه‌ای»، «تبدیل منطقه مکران به قطب اقتصادی با نقش بین‌المللی»، «رونق دیپلماسی اقتصادی (با اولویت همسایگان و کشورهای اسلامی)»، «فعال‌سازی نقش ترانزیتی مکران (با تأکید بر راهگذر شمال - جنوب)»، «حمایت‌گری دولت از توسعه منطقه‌ای مکران»، «اولویت به صنایع و کسب‌وکارهای دانش‌بنیان»، «ساخت برند ملی»، «تقویت گردشگری و صادرات صنایع دستی» تنظیم شد. در واقع این مضامین حاصل شده، الزام‌های توسعه منطقه‌ای سواحل مکران به‌شمار می‌روند.

توزیع کدهای اولیه در ۸ عنوان مضمون فراگیر اشاره شده نشان می‌دهد که از نگاه سیاست‌گذاری جمهوری اسلامی ایران در اسناد بالادستی منتخب، این الزام‌ها وزن برابری ندارند بلکه مضمون «تدوین برنامه‌های ملی مبتنی بر مزیت‌های منطقه‌ای» و «رونق دیپلماسی اقتصادی (با اولویت همسایگان و کشورهای اسلامی)» هر کدام با ۱۸ کد از بیشترین فراوانی و تصریح اسناد بالادستی برخوردار هستند. پس‌از آن، الزام «ساخت برند ملی» با در بر گرفتن ۱۲ عنوان کد (مطابق کدهای آمده در جدول شماره ۶) حائز اکثریت کدهای اولیه بوده است و باقی مضامین تقریباً وضعیت مشابهی در فراوانی کدهای مربوطه دارند.

نتیجه‌گیری

نوار ساحلی مکران با خصوصیات ذاتی و شرایط کنونی کشور، محیط منطقه‌ای و روندهای جهانی دلالت‌های لازم و کافی را برای طراحی و پیگیری راهبرد قدرت دریایی و سیاست‌گذاری پیشرفت اقتصادی بر مبنای آن برخوردار است. موقعیت ترانزیتی در محور شرق به غرب و شمال به جنوب، برخورداری از ویژگی‌های زمین‌شناسی مناسب برای امنیت غذایی چند ده میلیونی، جاذبه‌های متنوع و متکثر گردشگری (طبیعی، تاریخی و ورزشی)، بازار ساحلی ۶۰۰ کیلومتری جهت سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی همه مؤید مدلی جامع از برنامه‌ریزی توسعه منطقه‌ای برای منطقه مکران است. فاصله معنادار میان وضعیت موجود این منطقه (از جهت اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و امنیتی) با آنچه از امکانات و توانمندی‌های بالقوه برای توسعه منطقه‌ای سواحل مکران تصور می‌شود، ضرورت این مهم را دوچندان می‌سازد. بررسی خصوصیات منطقه ساحلی مکران حاکی از آن است که توسعه منطقه‌ای مطلوب در این فضای جغرافیایی، علاوه بر تحقق اهداف متداول پیشرفت اقتصادی که برای هر منطقه دیگری متصور است، حائز توانمندی‌های بالقوه برای ساخت برند ملی جمهوری اسلامی ایران نیز هست. البته کیفیت طراحی و اجرای این مطلوب بنا به اقتضای مفهومی راهبرد توسعه منطقه‌ای که متکی به اسناد بالادستی است؛ در گرو بررسی این نوع اسناد قلمداد می‌شود.

با تحلیل اسناد بالادستی منتخب در پژوهش حاضر، اهم الزام‌های مورد انتظار برای توسعه منطقه‌ای سواحل مکران تحت ۸ عنوان مضمون فراگیر یافت شد. این تحلیل نشان می‌دهد که راهبرد توسعه منطقه‌ای مکران در وهله نخست مستلزم توجه به این واقعیت است که به‌عنوان یک اصل، اساس برنامه‌ریزی‌های ملی

می‌بایست در چهارچوب و ملاحظه مزیت‌های منطقه‌ای و تقسیم نسبی اختیارات حکمرانی در مناطق باشد. سال‌هاست آرای کارشناسی و مشاهده‌های میدانی بر عدم کارایی سیاست‌گذاری متمرکز و بدون تفاوت پایتخت برای مناطق کشور علیرغم مقتضیات اقتصادی و اجتماعی گوناگون این مناطق تأکید دارد.

دومین الزام پرتکرار در اسناد بالادستی که متوجه الگوی توسعه منطقه‌ای مکران بوده است، دایره مفهومی دیپلماسی اقتصادی به معنای رونق‌بخشی به جریان تجارت خارجی، تأمین مالی و جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی و درهم‌تنیدگی‌های پرتعداد و متنوع اقتصادی با طیفی از دولت‌ها و شرکت‌های چندملیتی خارجی است. هر چند زمینه‌های زیرساختی کافی برای جذب همکاری‌ها و مشارکت‌های دو یا چندجانبه بین‌المللی در این منطقه فراهم نشده است، اما خصوصیات منحصربه‌فرد این خط ساحلی جذابیت لازم برای تعریف منافع و رقابت‌های قدرت‌های منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای از جمله هند، چین، روسیه، پاکستان، عربستان، امارات، عمان، ژاپن، ترکیه و آمریکا را داراست. البته که کشورهای همسایه و جهان اسلام در جلب این همکاری‌ها دارای اولویت اسنادبالادستی به‌شمار می‌روند.

توجه به پیوست الهام‌بخشی ناظر به مخاطب خارجی و هویت‌سازی ناظر به مخاطب ملی، سومین الزام پرتکرار در اسناد بالادستی معطوف به توسعه منطقه‌ای مکران در یافته‌های پژوهش حاضر است که در مجموع منجر به برندسازی ملی کشور می‌شود. هر چند دیگر الزام‌های مستخرج از تحلیل یافته‌های این پژوهش نیز به‌طور مستقیم و غیرمستقیم می‌توانند مقوم برندسازی در توسعه منطقه‌ای مکران شوند.

از اولین ویژگی‌های مورد اشاره در پیشینه پژوهشی سواحل مکران، موقعیت ترانزیتی و مواصلاتی این منطقه در شاهراه‌های تجاری و انرژی است. این خصوصیت منطقه مکران که چهارمین الزام متناسب با توسعه مکران است، از جمله مزیت‌های مسبق به سابقه در رونق این خط ساحلی بوده که تحت عنوان جاده ادویه همانند جاده ابریشم، محل رفت‌وآمدهای بین‌المللی مناطق دوردست شرق و غرب جهان بوده است. بی‌شک در نگاهی به آینده، منطقه مکران می‌تواند مجدد دروازه اتصال ایران به آب‌های آزاد بین‌المللی و تجارت راه دور باشد که وزن جمهوری اسلامی ایران را در نظم اقتصادپایه پیش‌روی جهانی به‌شدت متأثر خواهد ساخت.

الزام دیگر در توسعه منطقه‌ای سواحل مکران در جایگاه برند ملی جمهوری اسلامی ایران بنا به تصریح اسناد بالادستی منتخب، تبدیل منطقه مکران به قطب اقتصادی با نقش بین‌المللی است؛ به این معنا که مدل پیشرفت این خط ساحلی باید

به ساخت چند مرکز با کاربری‌های متنوع اقتصادی (اعم از یک قطب صنعتی، قطب کشاورزی، قطب شیلات، قطب گردشگری، قطب ترانزیتی و بندرداری و...) برسد؛ به‌عنوان مثال، بررسی‌های اولیه میدانی نشان می‌دهد که بندر جاسک قابلیت‌های تبدیل به قطب انتقال و فرآوری انرژی، بندر کنارک قابلیت تبدیل به قطب شیلات و صنایع غذایی دریایی و بندر چابهار قابلیت تبدیل به قطب بندرداری و ترانزیت ترکیبی را برخوردار هستند.

حوزه گردشگری با انواع آن از جمله گردشگری دریایی و سلامت و همچنین صادرات صنایع دستی و محصولات فرهنگی بومی منطقه مکران الزام دیگری از توسعه منطقه‌ای این نوار ساحلی است. قدمت تاریخی و تمدنی این منطقه و همچنین قابلیت‌های جغرافیای آن، پشتیبانی کافی از تحقق این الزام را دارد.

پیوست نوآوری و رونق صنایع و کسب‌وکارهای دانش‌بنیان در مدل توسعه مکران الزام دیگری مطابق با تصریح اسناد بالادستی است. تأثیر دانش‌پایگی صنایع در بهره‌وری و همچنین تبدیل منطقه مکران به مرکز کسب‌وکارهای نوآور در فناوری‌های پیشرفته و به‌روز، ملاحظه‌ای جدی است که می‌تواند حجم ثروت تولیدی در این منطقه، حفظ ملاحظه‌های زیست‌محیطی و درگیر کردن بخش خصوصی را همراه داشته باشد.

درنهایت، حمایت‌های دولتی آخرین الزام از مدل توسعه منطقه‌ای مکران محسوب می‌شود که معطوف به وضعیت حال حاضر فقر و محرومیت‌های زیرساختی این منطقه باید مورد توجه قرار بگیرد. بدین معنا که پیش‌زمینه اجرای طرح پیشرفت اقتصادی این منطقه، ورود دولت با صرف هزینه‌هایی بدون انتظار بازگشت کوتاه‌مدت عواید مستقیم اقتصادی است که زمینه‌های اجتماعی پذیرش توسعه را فراهم می‌سازد.

درمجموع می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که مدل سیاست‌گذاری توسعه منطقه‌ای سواحل مکران الگویی جامع و تلفیقی از هشت الزام مورد انتظار در اسناد بالادستی است. در این میان، تصریح به مؤلفه‌های هویت‌آفرینی و الهام‌بخشی با بیشترین تأکید پس از «تدوین برنامه‌های ملی مبتنی بر مزیت‌های منطقه‌ای» و «رونق دیپلماسی اقتصادی (با اولویت همسایگان و کشورهای اسلامی)» مهم‌ترین الزام در آبادانی منطقه مکران را به «ساخت برند ملی» تعبیر نموده است. از این رو، با توجه به شرایط پویای کنونی در محیط رقابت‌های منطقه‌ای و جهانی، سوابق دسیسه‌های خارجی قدرت‌های استعماری و غفلت‌های تاریخی دولت‌ها در چند سده اخیر، بی‌توجهی به چنین برداشتی از توسعه سواحل مکران می‌تواند تکرار نوعی از توسعه تک‌بعدی و آغاز ناهنجاری‌های محلی و تصویر نامطلوب بین‌المللی برای جمهوری اسلامی ایران باشد.

فهرست منابع

- ابوالقاسمی، محسن؛ مصفا، سامان؛ قائم مقامی، سیداحمدرضا و زاهدی، فرح (۱۴۰۰). دریای مکران در اسناد و منابع تاریخی. نشریه پژوهش‌های تاریخی ایران و اسلام، ۱۵(۲۸)، ۱-۱۸.
- بیدالله‌خانی، آرش (۱۳۹۶). برندینگ و تصویرسازی ملی؛ دوره معاصر ایران. (رساله دکتری). استاد راهنما: حمید احمدی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
- پریزادی، طاهر و میرزازاده، حجت (۱۳۹۷). توسعه منطقه‌ای در ایران با رویکرد عدالت توزیعی. تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۱۸(۵۰).
- حافظ‌نیا، محمدرضا و رومینا، ابراهیم (۱۳۸۴). تحلیل ظرفیت‌های ژئوپلیتیک سواحل جنوب شرقی ایران در راستای منافع ملی (فضای مورد غفلت). مجله جغرافیا و توسعه، ۳(۶)، ۵-۲۰.
- حسینی، مجید و بیدالله‌خانی، آرش (۱۳۹۴). برندسازی و بازاریابی سیاسی؛ الگویی جدید برای توسعه ارتباطات سیاسی مشارکتی. فصلنامه سیاست، ۴۵(۴).
- دلیری، شهربانو (۱۳۹۱). جایگاه مکران در مسیر جاده ادویه. اولین همایش ملی توسعه سواحل مکران و اقتدار دریایی جمهوری اسلامی ایران ۱۳۹۱، چابهار.
- رحمتی، مراحم (۱۳۹۴). بررسی مزیت‌های منطقه‌ای سواحل مکران با رویکرد اقتصاد مقاومتی. گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دفتر مطالعات زیربنایی، تاریخ انتشار: ۱۳۹۴/۰۴/۲۱.
- سند الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت (۱۳۹۷). قابل دسترس در: <https://olgou.ir/images/olgou/sanad-virastari-14.pdf>
- سیاری، حبیب‌الله و خانزادی، حسین (۱۳۹۵). الگوی توسعه سواحل مکران با تأکید بر احیاء قدرت دریایی. مطالعات دفاعی استراتژیک، ۱۴(۶۶)، ۵-۳۲.
- سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی (۱۳۹۲). قابل دسترس در: <http://farsi.khamenei.ir/news-content?id=25370>
- صادقی‌شاهدانی، مهدی؛ توکلی، رضا و عرب‌پور، امیرحسین (۱۴۰۰). الگوی تدوین سیاست‌های دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران مبتنی بر بررسی اسناد بالادستی. سیاست‌های راهبردی و کلان، دوره ۹، شماره ویژه، ۱۰۶-۱۳۰.
- عرب‌پور، امیرحسین (۱۴۰۱). شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های دیپلماسی اقتصادی و

- تجاری و تأثیر آن بر برند ملی جمهوری اسلامی ایران. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). استاد راهنما: دکتر نادر جعفری، دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام)، تهران، ایران.
- کمالی، یحیی؛ شیخ‌زاده، صدیقه جوشانی و حسین عسکری، فرزانه (۱۴۰۰). شناسایی و دسته‌بندی معیارهایی برای تدوین سیاست‌های عمومی. *فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان*، ۹(۳۴)، ۲۱۰-۲۴۸.
- نصرالله‌زاده، محمدجواد؛ خرمشاد، محمدباقر و حبیب‌الله‌زاده، محمدحسن (۱۳۹۹). رویکرد قانون اساسی و اسناد بالادستی نسبت به دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران. *فصلنامه علمی امنیت ملی*، ۱۰(۳۷)، ۳۱۵-۳۵۲.
- یاسوری، مجید و سجودی، مریم (۱۳۹۷). استراتژی توسعه منطقه‌ای (RDS) راهکاری جهت تمرکز زدایی (مطالعه موردی: شهرستان رشت). *آمایش محیط*، ۱۱(۴۲)، ۷۱-۹۶.
- Aaker, D.A. (1996). Building Strong brands. *Free Press, New York*, 38(3), 102-120.
- Aharoni, Ido and Grinstein, Amir (2017). How to (re)position a country? A case study of the power of micro-marketing. *Place Branding and Public Diplomacy*, Macmillan Publishers Ltd. 1751-8040, January.
- Anholt, Simon (2010). *Places: Identity, Image and Reputation*, Hound mills: Palgrave Macmillan.
- Boyatzis, R. E. (1998). *Transforming qualitative information: thematic analysis and code development*. Sage.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Buhmann, Alexander (2016). *Measuring Country Image, Theory, Method, and Effects*. Fribourg: Springer.
- Coopre, Ch. & Fitz Gerald, E. Vv. (2016). *Development Studies Revisited, Twenty-Five years of Jurnal of Development Studiese*. Abingdon: Routledge.
- Dinnie, k. (2008). *Nation Branding, Concept, issues, practices*, Elsevier Ltd, UK.
- Johnson, H. (2017). The Importance of Personal Branding in Social Media: Educating Students to Create and Manage their Personal Brand. *International Journal of Education and Social Science*, 4(1), 231-246.
- Munjin (2022). The Strategies of Brand Image Building at Private Institution of Islamic Education in Purwokerto. *Pegem Journal of*

Education and Instruction, 12(2), 123-132.

Pritchett, L. (2021). National Development Delivers: And How! And How? Center for International Development at Harvard University. Volume 1(398), 1-49.

Temporal, P. (2000). Branding in Asia-The Creation. Development and Management of Asian Brands for the Global Market, John Wiley & Sons (Asia) Pte Ltd, Singapore.

