

## Research Paper

# Identifying the International Marketing Strategies for Iranian Crude Oil Under Sanctions Conditions



\*Masoud Rasouli Amirabadi<sup>1</sup> , Mohammad Noruzi<sup>1</sup>

1. Department of Financial Management, Faculty of Islamic Studies and Management, Imam Sadiq University, Tehran, Iran.

Use your device to scan  
and read the article online



**Citation:** Rasouli Amirabadi, M., & Noruzi, M. (2021). [Identifying the International Marketing Strategies for Iranian Crude Oil Under Sanctions Conditions (Persian)]. *Journal Strategic Studies of Public Policy*, 11(38), 134-153.



**Received:** 06 Feb 2020

**Accepted:** 19 Sep 2020

**Available Online:** 01 May 2021

### Keywords:

International marketing,  
International marketing  
strategies, Crude oil,  
Sanction

### ABSTRACT

Using oil sanctions has been among the Western strategies against the Islamic Republic of Iran to change Iran's approach that has intensified in recent years. Given the importance of oil transactions and exchanges for Iran, concerning oil revenues and interactive power tools, it is essential to identify appropriate strategies for international marketing of Iranian crude oil under sanctions. The present study attempted to identify these strategies through library studies and the review of documents and interviews with experts in this field. We intended to rank them according to the indicators designed using the Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS) method, i.e., a research method in soft operations.

The collected results indicated that the main concern in the discussion of oil sanctions is the issue of money transfer from the sale of oil. Among the identified strategies, applying the capacity of bilateral or multilateral monetary treaties with oil customers, internally building mini refineries, using darkroom capacity, as well as trusty companies have gained better ratings respecting strategies.

\* **Corresponding Author:**

**Masoud Rasouli Amirabadi**

**Address:** Department of Financial Management, Faculty of Islamic Studies and Management, Imam Sadiq University, Tehran, Iran.

**E-mail:** masoudrasouli110@gmail.com

## مقاله پژوهشی

# شناسایی و اولویت‌بندی راهبردهای بازاریابی بین‌المللی نفت خام ایران در شرایط تحریم

\* مسعود رسولی امیرآبادی<sup>۱</sup>، محمد نوروزی<sup>۱</sup>

۱. گروه مدیریت مالی، دانشکده معارف اسلامی و مدیریت، دانشگاه امام صادق، تهران، ایران.

## چکیده

استفاده از ابزار تحریم‌های نفتی، یکی از راهبردهای غرب علیه جمهوری اسلامی ایران به منظور تغییر رفتار ایران بوده که طی چند سال اخیر شدت بیشتری یافته است. با توجه به اهمیت معاملات و مبادلات نفتی برای ایران چه از منظر درآمدهای نفتی و چه از منظر ابزار قدرت تعاملی، شناسایی راهبردهای مناسب جهت بازاریابی بین‌المللی نفت خام ایران در شرایط تحریم امری ضروری است. پژوهش حاضر کوشیده است ضمن شناسایی این راهبردها از طریق مطالعات کتابخانه‌ای، بررسی اسناد و مدارک و مصاحبه با صاحب‌نظران این حوزه به رتبه‌بندی آن‌ها با توجه به شاخص‌های طراحی‌شده با استفاده از روش تاپسیس، که یکی از روش‌های تحقیق در عملیات نرم است، بپردازد.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد دغدغه اصلی در بحث تحریم‌های نفتی مسئله جابه‌جایی پول حاصل از فروش نفت است و از بین راهبردهای شناسایی‌شده استفاده از شرکت‌های تراستی، ساخت پالایشگاه‌های کوچک در داخل کشور، پتروپالایشگاه و همچنین تشکیل کنسرسیوم بین شرکت‌های خصوصی کشور رتبه‌های بهتری را از منظر راهبردهای احصاشده کسب کرده‌اند.

تاریخ دریافت: ۱۷ بهمن ۱۳۹۸  
تاریخ پذیرش: ۲۹ شهریور ۱۳۹۹  
تاریخ انتشار: ۱۳ اردیبهشت ۱۴۰۰

## کلیدواژه‌ها:

بازاریابی بین‌الملل،  
استراتژی‌های بازاریابی  
بین‌الملل، نفت خام،  
تحریم

\* نویسنده مسئول:

مسعود رسولی امیرآبادی

نشانی: تهران، دانشگاه امام صادق، گروه مدیریت مالی، دانشکده معارف اسلامی و مدیریت.

پست الکترونیکی: masoudrasouli110@gmail.com

## مقدمه

ایران در زمره کشورهای است که در مقاطع زمانی مختلف، آماج تحریم‌های مختلف نفتی و غیرنفتی به شکل یک‌جانبه و چندجانبه واقع شده است. وقوع انقلاب اسلامی و در پی آن واقعه تسخیر سفارت آمریکا در تهران (۱۹۷۹)، نقطه شروع تحریم‌های نفتی علیه ایران بود.

پس از آن و با صدور دستورات اجرایی ریاست جمهوری آمریکا در سال ۱۹۹۵ و به طور عمده در سال ۱۹۹۶ با وضع قانون داماتو - کندی توسط کنگره آمریکا، به طور خاص، یک‌جانبه و با ویژگی فراسرزمینی مجدداً اعمال شد و به مرور زمان بر حجم و شدت این تحریم‌ها افزوده شد، به طوری که اوج آن‌ها در سال ۲۰۱۰ و ۲۰۱۲ با تصویب قوانین مختلف در کنگره آمریکا و دستورات اجرایی متعدد توسط ریاست جمهوری این کشور صورت گرفت (دلاورپورآقدم و محبی، ۱۳۹۱).

دولت‌های آمریکایی، به‌ویژه دولت ترامپ با شناسایی وابستگی بودجه ایران به درآمدهای نفتی به عنوان یک نقطه ضعف اقتصاد ایران درصدد این برآمدند تا با ضربه زدن به این بخش و متزلزل کردن اقتصاد ایران از طریق ایجاد اختلال در درآمدهای نفتی به فشار و نهایتاً تغییر حکومت در ایران دامن بزنند.

با توجه به آسیب‌پذیری‌های احتمالی ایران در کاهش درآمدهای نفتی، این پژوهش کوشیده است راهبردهایی را برای بازاریابی نفت خام ایران در این شرایط شناسایی کرده و بر اساس نظرات خبرگان این حوزه به اولویت‌بندی این راهبردها بپردازد.

بدین منظور بخش دوم مقاله به بیان مسئله اختصاص یافته است و در بخش سوم برخی

اصطلاحات و مفاهیم کلیدی مورد استفاده در این پژوهش تعریف شده است، بخش چهارم مقاله نیز به مروری بر پیشینه نظری و ادبیات موضوع اختصاص یافته و شناسایی فروش نفت ایران در شرایط تحریم موضوع بخش پنجم مقاله است. در این بخش تک‌تک روش‌های احصاشده با توضیح مختصری ارائه شده‌اند.

بخش ششم مقاله که تحت عنوان روش گردآوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها ارائه شده است، ضمن معرفی روش تاپسیس، اطلاعات جمعیت‌شناختی خبرگان مورد مراجعه و همچنین رتبه‌بندی نهایی راهبردها بر اساس شاخصه‌های پیشنهادی بیان می‌شود و بخش هفتم مقاله نیز به تبیین نتایج و جمع‌بندی اختصاص یافته است.

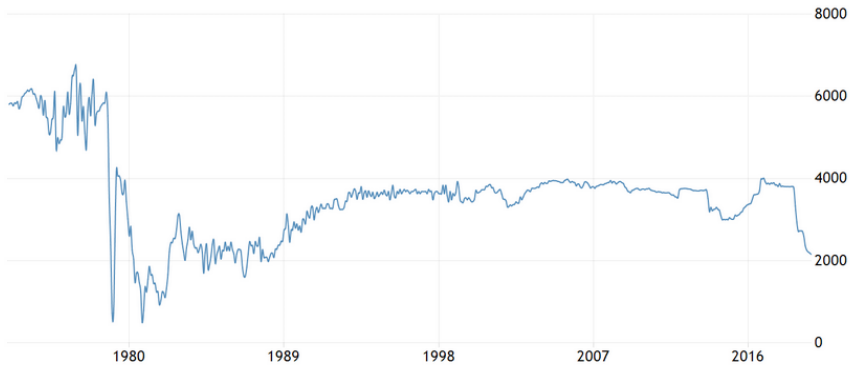
پژوهش حاضر، تحریم خرید نفت کشور که یکی از ارکان مهم تحریم‌های اقتصادی اعمالی بوده را بررسی و با رتبه‌بندی راهبردها بر اساس مؤلفه‌های تخصصی این حوزه بر اساس نظر خبرگان روش‌های ممکن برای عبور از تحریم‌ها را در این صنعت شناسایی و ارائه کرده است.

## بیان مسئله

همچنان نفت و گاز طبیعی مهم‌ترین منبع تأمین انرژی بشر محسوب می‌شوند، به طوری که نفت خام ۳۶ درصد و گاز طبیعی ۳۱ درصد انرژی دنیا را تأمین می‌کنند (گزارش ماهنامه اداره اطلاعات انرژی ایالات متحده، ۲۰۱۹).

از این رو نفت و گاز در معادلات اقتصادی - سیاسی جهان اهمیت راهبردی دارند و در فرایند روابط بین‌الملل نقش مهمی ایفا می‌کنند. حال اگر

1. Source: U.S. Energy Information Administration, Monthly Energy Review, Table 1.3 and 10.1, April 2019



SOURCE: TRADINGECONOMICS.COM | ORGANIZATION OF THE PETROLEUM EXPORTING COUNTRIES

**تصویر ۱. میزان تولید نفت خام ایران از سال ۱۹۷۵ تا ۲۰۱۹ (منبع: گزارش تولید نفت خام ایران سایت [tradingeconomics.com](http://tradingeconomics.com))**

روزانه ۸۰/۶ میلیون بشکه در روز است (گزارش اداره اطلاعات انرژی ایالات متحده، ۲۰۱۹) که با توجه به میانگین پنجاهساله (۱۹۶۹-۲۰۱۹) تولید نفت خام ایران که در حدود ۳/۵ میلیون بشکه در روز است (تصویر شماره ۱).

همان‌گونه که آشکار است که نفت ایران سهم قابل توجهی در بازار جهانی نفت داشته و تصور خروج نفت این کشور از بازارهای جهانی بسیار بعید به نظر می‌رسد، ولی برنامه‌ریزی هدفمند کشورهای غربی با محوریت ایالات متحده آمریکا از یکسو و تحولات فناورانه در حوزه شیل‌های نفتی و همچنین توسعه میادین در برخی کشورهای همسایه ایران نظیر عراق، زمینه‌هایی را فراهم کرده که بازار نفت خام ایران به خطر بیفتد.

با اینکه وابستگی بودجه کشور به درآمدهای نفتی یک ضعف محسوب می‌شود و همین مسئله می‌تواند به عنوان پاشنه آشیلی برای پیاده‌سازی بسیاری از سیاست‌های راهبردی کشور در ابعاد استراتژیک

در کشوری مانند ایران، درآمد نفتی بخش عمده‌ای از درآمدهای کشور باشد، قطعاً تصمیمات نادرست در سیاست‌گذاری پیرامون آن اثرات نامطلوبی بر اقتصاد کشور خواهد داشت (ابراهیمی، ۱۳۹۰: ۱۱۳).

بر اساس آمار میزان ذخایر اثبات‌شده نفت خام ایران در سال ۲۰۱۸ برابر ۱۵۵/۶ میلیارد بشکه اعلام شده است که با این میزان، ایران رتبه چهارم جهان را از نظر میزان ذخایر اثبات‌شده نفتی دارد (گزارش آمار سالانه اوپک، ۲۰۱۹). تولید نفت خام ایران از سال ۱۹۷۳ تا سال ۲۰۱۹ به طور متوسط ۳/۵۳۹ میلیون بشکه در روز بوده است (کمترین میزان تولید در اکتبر ۱۹۸۰ با ۵۱۰ هزار بشکه در روز و بیشترین میزان تولید در نوامبر ۱۹۷۶ با ۶/۶۷۷ میلیون بشکه در روز) و در آخرین آمار در سپتامبر ۲۰۱۹ تولید ۲/۱۵۹ میلیون بشکه در روز را برای این کشور نشان می‌دهد.

میزان کل تولید نفت خام جهان در سال ۲۰۱۸

• دوره هفتم: از ماه ژانویه ۲۰۱۹ تا هم‌اکنون.

تحریم صنعت نفت ایران دارای سابقه تاریخی است و از ابتدای انقلاب اسلامی و در واکنش به گروگان‌گیری و تسخیر لانه جاسوسی آمریکا توسط دانشجویان پیرو خط امام در سال ۱۹۸۰ اتفاق افتاد. پس از جریان گروگان‌گیری لانه جاسوسی آمریکا تحریم‌های خرید نفت ایران آغاز شد و سپس در ۲۰ دسامبر ۱۹۹۵ قانون داماتو توسط سناتور داماتو<sup>۲</sup> در سنای آمریکا تصویب و هرگونه سرمایه‌گذاری در بخش صنعت نفت ایران ممنوع شد.

در ادامه تحریم‌ها که از ژوئیه ۲۰۱۲ (تیر ۱۳۹۱) آغاز می‌شود، نقطه عطفی در تحریم‌های تجاری با هدف ممانعت از فروش نفت ایران به کشورهای دیگر، به‌ویژه اتحادیه اروپا رقم خورد و نهایتاً در تاریخ ۵ نوامبر ۲۰۱۸، تحریم‌های ثانویه ایالات‌متحده بخش انرژی ایران را مورد هدف قرار داد تا بر آن تأثیر بگذارد.

تحریم‌های انرژی که علیه ایران به کار گرفته شده، به دنبال تنزل دادن توانایی ایران برای تولید، فروش، حمل و نقل و کسب سود از نفت و گاز به عنوان مهم‌ترین منابع طبیعی کشور هستند (گزارش مؤسسه مک‌کنزی<sup>۳</sup>، ۲۰۱۸).

ایران حدود ده درصد ذخایر نفت خام دنیا را در اختیار دارد. تحریم‌های حوزه نفت و انرژی از سوی ایالات‌متحده آمریکا و اتحادیه اروپا در طول سال‌های اخیر گسترده‌تر و شدیدتر شده است. نقطه اصابت تحریم‌های حوزه انرژی و نفت را می‌توان مربوط به سه بخش خرید نفت، صنایع بالادستی و صنایع

منطقه‌ای و جهانی باشد، ولی نگرش هوشمندانه در جهت بازیابی نفت خام ایران در این شرایط نیز امری ضروری است.

جنبه نوآورانه پژوهش حاضر، احصای روش‌های راهبردی بازاریابی نفت خام در شرایط تحریم بوده و کوشیده است با انجام مصاحبه‌های متعدد با خبرگان این حوزه، شناسایی جامعی از این راهبردها انجام داده و با طراحی شاخص‌هایی برای رتبه‌بندی این راهبردها درصد اولویت‌بندی آن‌ها برآید و امید است گامی کوچک در مقام تصمیم‌سازی برای سیاست‌گذاران و مجریان امر داشته باشد.

## تحریم‌های ایران

پس از پیروزی انقلاب اسلامی، ایالات‌متحده آمریکا بارها و به بهانه‌های مختلف ابزار تحریم را علیه جمهوری اسلامی ایران به کار برده است. تحریم‌های آمریکا علیه جمهوری اسلامی ایران را می‌توان به هفت دوره اصلی تقسیم‌بندی کرد که هر یک ویژگی خاصی دارند (زمانی، ۲۰۰۷: ۴).

• دوره اول: ۱۹۷۹-۱۹۸۱ دوره گروگان‌گیری کارمندان سفارت‌خانه آمریکا؛

• دوره دوم: ۱۹۸۱-۱۹۸۸ دوره جنگ ایران و عراق؛

• دوره سوم: ۱۹۸۹-۱۹۹۲ دوره بازسازی؛

• دوره چهارم: ۱۹۹۳-۲۰۰۱ دوره ریاست جمهوری کلینتون؛ مهار دوجانبه؛

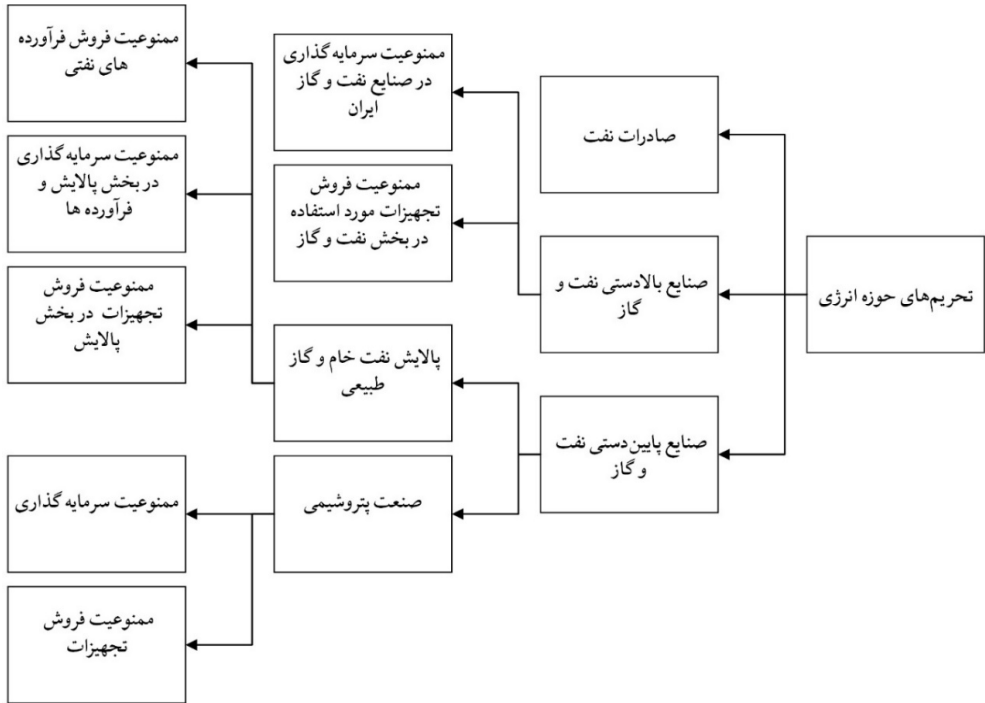
• دوره پنجم: ۲۰۰۱ تا ژوئیه ۲۰۱۲، دوره پس

از ۱۱ سپتامبر؛

• دوره ششم: از ژوئیه ۲۰۱۲ (دوره هسته‌ای)؛

2. Alfonse Marcello «Al» D'Amato

3. Wood Mackenzie report: Iran's oil exports under sanctions: 5 key implications, 24 October 2018



تصویر ۲. طبقه‌بندی تحریم‌های حوزه انرژی (ولدان، ۱۳۹۷: ۴۵)

صنعت نفت ایران انجام نشده است و پژوهش‌های صورت گرفته به صورت موردی و بیشتر متمرکز بر فرآورده‌های پتروشیمی انجام شده است که از نظر مصداقی با موضوع این پژوهش ارتباط کمی دارد.

در پژوهش‌های داخلی بخشایش و مصطفایی (۱۳۹۲) در پژوهش با عنوان «بررسی آثار تحریم‌های اقتصادی بر دو صنعت نفت و گاز در ایران» به بررسی آثار منفی تحریم‌ها با تمرکز بر حوزه نفت و گاز به عنوان دو منبع اصلی تأمین ارز در کشور پرداخته‌اند و در نهایت به این نتیجه می‌رسند که آثار منفی تحریم به دو صورت مستقیم و غیرمستقیم نمایان می‌شوند و در قالب فساد و رانت‌جویی سبب کاهش رشد اقتصادی و در نتیجه کاهش درآمدهای نفت و

پایین‌دستی نفت دانست (گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۱: ۴۳). به طور خلاصه می‌توان تحریم‌های اعمال شده در حوزه نفت و انرژی را در تصویر شماره ۲ مشاهده کرد.

## ۱. ادبیات موضوع

با اینکه مسئله تحریم ایران، به‌ویژه تحریم‌های نفتی ایران، یکی از پرسامدترین موضوعاتی است که طی چند سال اخیر مورد توجه قرار گرفته است، ولی همچنان خلأ جدی پژوهش‌هایی که به صورت خاص به امر بازاریابی نفت ایران در شرایط تحریم پیردازند، احساس می‌شود. از نظر سابقه و پیشینه پژوهشی، پژوهش جامع در حوزه استراتژی‌های بین‌المللی

گاز در ایران می‌شود.

گاز ایران: فرصت‌ها و تهدیدها» با مطالعه تطبیقی تحریم‌های اقتصادی اعمال شده در فاصله سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۲، آثار آنها بر اقتصاد و صنعت نفت و گاز ایران و تحریم‌های ثانویه اعمال شده از هجدهم اردیبهشت ۱۳۹۷ را در وضعیت کنونی اقتصاد ایران، فرصت‌ها و تهدیدهای پیش روی صنعت نفت و گاز و اقتصاد ایران در برخورد با اعمال دوباره تحریم‌های ثانویه آمریکا شناسایی کرده و از این طریق، به ارائه راهکار برای پیشگیری و کاهش آثار منفی تحریم‌های ثانویه اقتصادی جدید پرداخته است.

در پژوهش‌های خارجی، نفیو (۲۰۱۵) در پژوهش خود تحت عنوان «پیامدهای تحریم‌های نفتی جدید بر ایران ۴» به بررسی تاریخچه تحریم‌های نفتی ایران می‌پردازد و در انتها توصیه به شکل‌گیری توافقی بین طرفین می‌کند و تصریح می‌کند که اگر چنین معامله‌ای محقق نشود یا باید دولت و کنگره آمریکا تصمیم بگیرند که مسیر جایگزین فشار تحریم‌های مجدد را برای دستیابی به توافق بهتر در آینده آزمایش کنند و یا باید اطمینان حاصل شود که مسیر تحریم‌ها به همان اندازه واضح، مؤثر است و در صورت موفقیت این استراتژی با حمایت بین‌المللی تسهیل می‌شود.

حسینی (۲۰۱۶) در پژوهش با عنوان «تولید نفت، سیاست‌های سرمایه‌گذاری، تحریم‌های بین‌المللی و قرارداد مشترک گروه ۱+۵ با ایران<sup>۵</sup>» به بررسی عوامل اصلی تعیین‌کننده سیاست تولید و سرمایه‌گذاری نفت ایران در فاصله سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۵ بر اساس داده‌های سه ماهه مربوط به تولید نفت ایران و صادرات نفت پرداخته است که به دلیل

ملکی و دیگران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «طراحی مدل تصمیم‌گیری راهبردی روش فروش نفت خام برای حضور ایران در بازار نفت» به مدل‌سازی روش مطلوب صادرات نفت خام ایران به روش تحلیل سلسله مراتبی پرداخته‌اند و در تحلیل نتایج نشان می‌دهند که تفاوت رویکرد مفهومی میان کارشناسان حوزه اقتصادی و انرژی وجود دارد، به این صورت که کارشناسان بخش اقتصادی کشور با شناختی که از بورس و قابلیت‌های آن دارند، بورس را بهترین روش فروش نفت می‌دانند، اما کارشناسان بخش انرژی که از گذشته نفت را به روش مذاکره به فروش رسانده‌اند، روش مذاکره را مناسب‌ترین گزینه برای کشور می‌دانند.

دولابی و حامدی (۱۳۹۶) در پژوهش «استراتژی بازاریابی شرکت ملی نفت ایران» بیان می‌کند که با توجه به شرایط خاص اقتصادی ایران و رقابت بسیار شدید بین فروشندگان نفت بر سر تصاحب بازارهای بین‌المللی، شرکت ملی نفت ایران باید برای افق‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت خود استراتژی‌های متفاوت بازاریابی اتخاذ کند.

در کوتاه‌مدت استفاده از استراتژی‌های توسعه بازار و نفوذ در بازار می‌تواند کارگشا باشد و در بلندمدت نیز استفاده از استراتژی‌های توسعه محصول و ادغام عمودی پیشرو می‌تواند آینده بازار نفت ایران را تضمین کند. به عبارتی، کشورمان باید با سرمایه‌گذاری در صنایع پایین‌دستی نفت و گاز، تولید محصولات خود را توسعه داده و بازار جدیدی برای خود ایجاد کند.

رضوی و زین‌الدینی (۱۳۹۷) در پژوهش «اثر بازگشت تحریم‌های ثانویه آمریکا بر صنعت نفت و

4. Implications of new oil Sanctions on Iran  
5. Iran Oil Production, Investment Policy, International Sanctions and P5 + 1 Deal with Iran, 2006–2015

تحریم‌های بین‌المللی نرخ رشد منفی و صفر را نشان داده است.

بولینوو و دیگران (۲۰۱۹) در پژوهش «تحریم‌های ایران: پیامدها برای بازار نفت»<sup>۶</sup> پس از بررسی بازار جهانی نفت خام و کشورهای دارای معافیت خرید نفت خام از ایران به این نتایج می‌رسند که کشورهای چین، هند و ترکیه بعید است که از تحریم‌های ایالات متحده پیروی کنند و بخش عمده‌ای از تجارت فعلی نفت با ایران را حفظ می‌کنند.

همچنین این پژوهش، تأثیر احتمالی قیمت جهانی نفت به نسبت اجرایی شدن تحریم‌ها را در چهار سناریو شبیه‌سازی می‌کند که نشان می‌دهد: (۱) اگر تحریم‌ها به هیچ وجه کار نکنند، هیچ افزایش قیمت نفت وجود ندارد، (۲) افزایش قیمت نفت تا ۱۲ درصد در صورتی که صادرات نفت ایران به طور متوسط ۴۲ درصد کاهش یابد، (۳) اگر تحریم‌ها ۱۰۰ درصد مؤثر باشد، افزایش ۳۰ درصدی قیمت‌ها و (۴) اگر عربستان سعودی با افزایش تولید و صادرات خود، کاهش صادرات نفت خام ایران را پوشش دهد، نفت خام تغییر قیمت قابل توجهی نخواهد داشت.

## ۲. راهبردهای بازاریابی بین‌المللی نفت ایران

در این بخش از مقاله، به مرور راهبردهای شناسایی‌شده برای فروش نفت خام پرداخته می‌شود. بدیهی است که رویکرد اولیه در احصای این راهبردها در نظر گرفتن شرایط تحریمی کشور بوده است، ولی در مرحله بعد طبق نظر متخصصان به اولویت‌بندی این راهبردها پرداخته خواهد شد،

6. Iran Sanctions: Implications for the Oil Market Iran Sanctions: Implications for the Oil Market

در این مرحله فقط احصای جامع روش‌ها مد نظر بوده است.<sup>۷</sup>

## ۳. تشکیل کنسرسیوم شرکت‌های غیردولتی کشور

کنسرسیوم<sup>۸</sup> به معنی مشارکت است. کنسرسیوم به توافق‌نامه‌ای بین دو یا چند نفر، شرکت و یا دولت‌ها که برای دستیابی به یک هدف با یکدیگر همکاری می‌کنند، گفته می‌شود. در ایران در بخش خصوصی برای تعاملات نفت خام و فرآورده‌های هیدروکربنی و مشتقات آن، سه کنسرسیوم در اتاق بازرگانی تشکیل شده است.

در این مدل، شرکت‌های خصوصی توانمند در حوزه تجارت نفت خام، می‌توانند با تشکیل یک کنسرسیوم و تجمع سرمایه‌های خود، تضامین لازم برای دریافت یک سقف از محموله‌های نفت خام را ارائه کنند. سپس با همکاری یکدیگر و به صورت یکپارچه اقدام به خرید نفت خام از شرکت ملی نفت کنند

نکته اصلی در این سازوکار، شکل گرفتن کنسرسیوم و درگیر کردن منافع همه اعضای کنسرسیوم با یکدیگر است، به نحوی که این موضوع موجب خودکنترلی و خودنظارتی اعضا بر یکدیگر

۷. برخی از استراتژی‌ها و روش‌های شناسایی‌شده جنبه زیرساختی یا جنبه‌عام‌تری دارند و ممکن است این تلقی پیش بیاید که نمی‌توانند هم‌ارز برخی روش‌های ویژه تبادلات نفتی قرار گیرند. با وجود چنین ملاحظه‌ای، نویسندگان مقاله ضمن بهره‌گیری از نظر متخصصان این حوزه و به سبب اهمیت برخی از این روش‌ها، آنها را در بندهای جداگانه‌ای قرار داده و در مرحله آماده‌سازی پرسش‌نامه به تأیید متخصصان این حوزه رساندند. ضمن اینکه در انتخاب روش رتبه‌بندی (تاپسیس) و شاخص‌های رتبه‌بندی (که در بخش‌های آتی ارائه شده است)، دقت لازم جهت جلوگیری از ابهامات احتمالی به عمل آمده است.

8. Consortium



خواهد شد (صفری و همکاران، ۱۳۹۷).

### ۱.۳. بورس نفت

بورس نفت<sup>۹</sup> جمهوری اسلامی ایران یک بازار مالی است که هدف آن کاهش ریسک‌های معاملات نفتی، تثبیت قیمت خرید و فروش نفت، افزایش انعطاف‌پذیری و نقدینگی در بازار نفت، تأمین مالی پروژه‌های نفتی از طریق ایجاد و راه‌اندازی ابزارهای مالی جدید، ایجاد بازارهای ثانویه برای معاملات قراردادهای نفت و در کل، ایجاد ابعاد وسیع‌تر تجاری برای صنعت نفت جمهوری اسلامی و منطقه است (گزارش شماره ۱۲۵۴۳ مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۱).

### ۲.۳. شرکت‌های تراستی

یکی از راهکارهایی که می‌تواند در دور زدن تحریم‌های بین‌المللی مؤثر باشد، استفاده از ظرفیت شرکت‌های تراستی است. این شرکت‌ها، شرکت‌های مورد اعتمادی هستند که در خارج از ایران ثبت شده، به عنوان واسطه در معامله ایجاد شده و در شرایطی که محدودیت بر تجارت حاکم است، به کمک طرفین معامله می‌آیند.

به طور کلی این شرکت‌های تراستی در سه بخش از فرایند فروش نفت خام امکان ورود و تسهیل فرایند را دارند. اول بخش تراکنش مالی قراردادهای فروش نفت خام، دوم بخش فروش نفت خام و سوم

حمل‌ونقل نفت خام کشور (صفری و همکاران، ۱۳۹۷). نکته مورد توجه در شرکت‌های تراستی ریسک بسیار بالای سرمایه‌گذاری روی آن‌ها است و قاعدتاً از ظرفیت آن‌ها تا زمانی قابل استفاده است که مورد شناسایی واقع نشده باشند.

### ۴. قراردادهای پالایش جایگزین قراردادهای فروش نفت خام

به دلیل ظرفیت پایین پالایشگاه‌های داخل کشور، ظرفیت فراوری تمامی نفت خام تولیدی کشور وجود ندارد و در نتیجه دو راه وجود دارد. یکی اینکه سرمایه‌گذاری روی ساخت پالایشگاه‌ها یا پتروپالایشگاه‌های داخلی انجام شود که هم‌زمان بر است و هم نیازمند سرمایه بالایی است که در شرایط فعلی که کشور در دوران تحریم قرار دارد، کمی با محدودیت مواجه است.

دوم اینکه از طریق اجاره ظرفیت خالی پالایشگاه‌هایی خارجی که نفت ما از نظر کیفیت با آن‌ها مطابقت دارد و بستن قراردادهای پالایش<sup>۱۰</sup> این ظرفیت برای کشور ایجاد شود که البته برای این راهکار هم می‌توان اجاره پالایشگاه مد نظر را از طریق تأمین خوراک اولیه تأمین کنیم و یا از طریق فروش فرآورده خروجی، این روش از روش‌های معمول در این صنعت محسوب می‌شود و باعث ایجاد همبستگی بین تأمین‌کننده خوراک و پالایشگاه می‌شود (صفری و همکاران، ۱۳۹۷).

### ۱.۴. ترکیب کردن<sup>۱۱</sup> نفت مخازن یا مناطق مختلف

یکی از راه‌های از بین بردن فشار تحریم‌های نفتی تغییر مشخصات نفت صادراتی از طریق

۹. آنچه در بورس نفت ایران در حال اجرا است، فروش فیزیکی محموله‌ها است و صرفاً اوراق و پوشش ریسک نیست و بر اساس آیین‌نامه در این بورس تحویل نفت خام به خریداران در محموله‌های حداقل ۵ هزار تنی (معادل حدود ۳۵ هزار بشکه استاندارد) قابل انجام بوده و البته، خریداران می‌توانند با تجمیع قراردادهای خرید، نسبت به برداشت محموله‌های بزرگ‌تر اقدام کنند. <https://www.shana.ir/news/285180>

10. PROCESSING AGREEMENTS  
11. Blending

این روش توجه و استفاده از ظرفیت کشورهای است که با ایران منافع مشترکی دارند و می‌توانند در این مسیر با ایران همراهی کنند.

در این روش، کشور واسط باید ابتدا پالایشگاه‌های داخلی خود را که امکان فراوری با نفت خام ایران را دارند، شناسایی کرده، سپس نفت ایران را در پالایشگاه‌های داخلی خود به عنوان سوخت اولیه استفاده کند و به همان میزان نفت خودش را در منطقه‌ای دیگر به ما تحویل دهد (ودادی و همکاران، ۱۳۹۵).

### ۳.۴. ساخت پالایشگاه‌های کوچک در داخل کشور

در ایران به واحدهای بسیار کوچک که فقط مجهز به واحد تقطیر هستند و دارای ظرفیت حدود یک تا دو هزار بشکه به صورت غیرپیوسته<sup>۱۳</sup> هستند، پالایشگاه کوچک گفته می‌شود، ولی مناسب‌تر است از اصطلاح تاپینگ<sup>۱۴</sup> برای این موارد استفاده کرد.

هرچند تعریف روشنی در صنعت پالایش از پالایشگاه کوچک و متوسط و بزرگ نشده است، با توجه به بررسی‌های وسیع انجام‌شده، واحدهای پالایشی دارای حداقل سطح تکنولوژی کراکینگ<sup>۱۵</sup> و یا ککینگ<sup>۱۶</sup> با ظرفیت حدود پنج هزار تا بیست هزار بشکه در روز است که نمونه‌های آن نیز در سایر کشورها وجود دارد.

### ۴.۴. سرمایه‌گذاری در پالایشگاه‌های کشورهای در حال رشد

یکی از اقداماتی که می‌توان در صنعت نفت ایران

اختلاف نفت مخازن مختلف و یا مناطق مختلف است و این باعث می‌شود شناسایی مبدأ نفت بسیار سخت شود و راهکار عملیاتی برای تأمین بازار نفت ترکیبی این است که مطابق با نیاز و مصرف هریک از پالایشگاه‌های دنیا که در حال حاضر کمتر از ظرفیت اسمی خود در حال فعالیت هستند، ترکیبی از نفت مخازن مختلف کشور تهیه شده و جهت فروش به آن‌ها ارائه شود.

درواقع، در این روش مکانیسم فروش نفت کشور معکوس شده است و به جای خرید نفت از سوی خریداران شرکت نفت، خود اقدام به بازاریابی و فروش نفت خام کشور خواهد کرد و باعث به وجود آمدن بازارهای جدید برای نفت کشور می‌شود.

### ۲.۴. سوآپ نفت

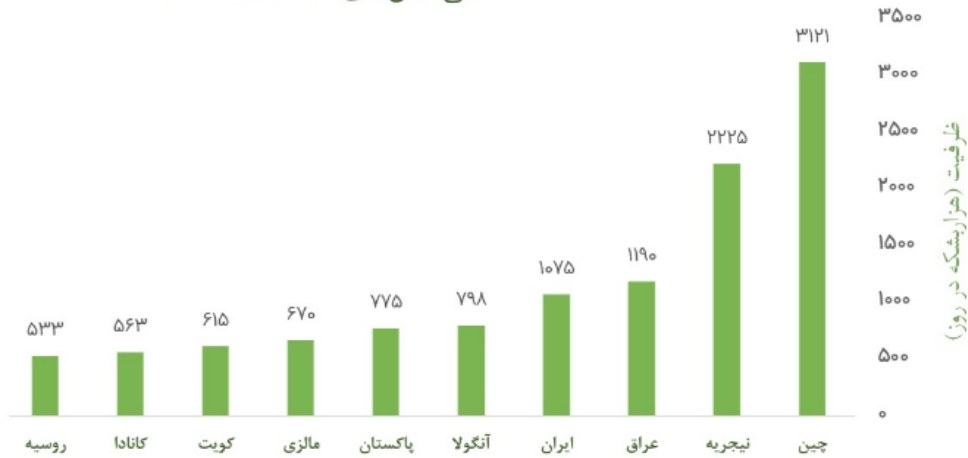
سوآپ<sup>۱۲</sup> در لغت به معنای معامله پایاپای، معاوضه، عوض کردن، مبادله کردن، بیرون کردن، جایگزین کردن، جانشین کردن و در اصطلاح به این معنی است که یک کالا را از یک نقطه تحویل گرفته و دقیقاً همان میزان کالا را در نقطه‌ای دیگر تحویل دهیم.

در صنعت نفت نیز سوآپ نفت یا فرآورده عبارت است از واردات نفت یا فرآورده از یک نقطه مرزی جهت مصرف در داخل کشور و در قبال آن صدور نفت یا فرآورده با همان مشخصات و به همان مقدار و یا صدور فرآورده به صورت غیرهمنام (با فرآورده‌های دیگر) و یا به صورت ارزشی (معادل ارزش محمولات وارده) از مرز خروجی دیگر.

روش سوآپ در شرایط تحریم یکی از روش‌های قابل استفاده محسوب می‌شود و شرط اساسی در

12. Swap

13. Batch System  
14. Topping Plants  
15. Cracking  
16. Cocking



تصویر ۳. افزایش ظرفیت پالایشی برنامه‌ریزی شده طی سال‌های ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۳ (گزارش مرکز گلوبال دیتا، فوریه ۲۰۱۹)

تنظیم مصرف داخلی و صادرات نفت به خارج از کشور دارد. وجود این مخزن‌ها به ایجاد توازن میان تولید و توزیع در کشور و مصارف داخلی کمک مؤثری می‌کند و در بخش صادرات نیز استفاده از این مخزن‌ها ایجاد توازن و مقابله با وضعیت‌های پیش‌بینی نشده را ممکن می‌کند.<sup>۱۸</sup>

این راه برای کشورهای تولیدکننده نفت به این دلیل اهمیت دارد که استخراج نفت به صورت مستمر و متداوم از یک مخزن انجام می‌پذیرد و نمی‌توان در شرایطی که تقاضا برای نفت کم است، تولید را قطع کرد و دوباره پس از مدتی شروع به کار کرد در نتیجه کشورهای تولیدکننده در زمان تقاضای پایین نفت را در مخازن ذخیره و در زمان بالا رفتن تقاضای بازار عرضه می‌کنند و از طرفی کشورهای مصرف‌کننده نیز به مخازن ذخیره‌سازی نیاز دارند تا در زمانی که قیمت نفت پایین است نفت خریداری و ذخیره‌سازی

در پی آن بود، خرید و احداث واحدهای پالایشی در دیگر کشورهای جهان است، از طرفی طبق برنامه‌ریزی‌های اعلامی از سوی کشورها قرار است تا چهار سال آینده ۱۵۸ پالایشگاه جدید ساخته شود که با آغاز بهره‌برداری از این پروژه‌ها بیش از هفده میلیون بشکه در روز به ظرفیت پالایش نفت در سطح جهان افزوده خواهد شد و کشورهای چین، نیجریه و عراق پیش‌تاز افزایش ظرفیت پالایشی و پتروپالایشی خواهند بود (گزارش مرکز گلوبال دیتا<sup>۱۷</sup>، فوریه ۲۰۱۹) (تصویر شماره ۳).

#### ۵.۴. ساخت مخازن ذخیره نفت در داخل کشور

تثبیت و استمرار تولید و تحویل نفت خام و جلوگیری از نوسان‌های روزمره ناشی از مشکلات عملیاتی - فنی مرتبط با تولید، نقش مهمی در

۱۸. <https://www.shana.ir/85806/> مخزن‌های استراتژیک پلی میان تولید، مصرف و صادرات نفت خام

17. Report of Global data , China and Nigeria will spearhead global planned refining industry capex and capacity additions to 2023, 15 Feb 2019

کنند تا در صورت بالا رفتن قیمت احتمالی از آن استفاده کنند که از آن‌ها به عنوان ذخایر استراتژیک کشور نام برده می‌شود (صفری و همکاران، ۱۳۹۷).

#### ۶.۴. ساخت پتروپالایشگاه در داخل کشور

پتروپالایشگاه عبارت است از یکپارچگی بین مجتمع‌های پالایشی و پتروشیمی که با هدف تنوع در محصولات، کاهش قیمت تمام‌شده محصولات، بهینه‌سازی راندمان، افزایش سودآوری و بهینه‌سازی مصرف انرژی پایه‌ریزی شده است (گزارش ۱۶۴۷۹ مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۸).

توسعه زیرساخت‌های پالایشی و عدم خام‌فروشی نفت کشور از جهاتی حائز اهمیت است. اولاً پالایش نفت خام در داخل کشور و حرکت در زنجیره ارزش افزوده، صرفه اقتصادی بیشتری برای کشور خواهد داشت و خام‌فروشی نفت کشور را کاهش خواهد داد. ثانیاً توسعه پالایشگاه‌ها نیاز به فرآورده‌های استراتژیکی همچون بنزین و گازوئیل را پاسخ خواهد داد. ثالثاً این کار در شرایط مختلف امکان ارزآوری برای کشور را افزایش خواهد داد که در بلندمدت کشور را در مقابل تحریم‌ها بیمه خواهد کرد، چراکه با تولید فرآورده‌های نفتی، بازار هدف توسعه‌یافته و فشارهای خارجی اثر چندانی بر فروش این محصولات نخواهد داشت.

#### ۵. روش گردآوری و تجزیه و تحلیل داده

در پژوهش حاضر که با رویکرد کیفی و کمی انجام شده به منظور گردآوری داده‌ها از مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی نظرات خبرگان استفاده شده است. در گام دیگر به منظور بررسی وضعیت هر یک از استراتژی‌ها، شاخص‌هایی که نمایانگر ویژگی‌های متمایزکننده هر کدام از راهبردها برای بازاریابی و

فروش نفت خام بود، طراحی شد.

شاخص‌های مورد نظر پس از بررسی‌های دقیق در گروه کانونی و مشورت‌های لازم با خبرگان مورد نظر در این حوزه طراحی و اتخاذ شد و در قالب گروه کانونی مورد بررسی نهایی قرار گرفت و تأیید شد. در مرحله دیگر، این شاخص‌ها به تأیید اولیه خبرگان رسید.

به منظور وزن‌دهی به شاخص‌ها، از روش تاپسیس ۱۹ استفاده شد. اطلاعات جمعیت‌شناختی افرادی که شاخص‌های ارزیابی هر یک از راهبردها را تأیید کرده بودند (در جدول شماره ۲ پیوست) آمده است.

#### ۱.۵. شاخص‌های شناسایی شده به صورت زیر است:

۱. میزان نیاز به سرمایه‌گذاری اولیه: هر چقدر نیاز به سرمایه‌گذاری اولیه برای اجرای راهبرد کمتر باشد، مطلوب‌تر است.

۲. قدرت چانه‌زنی در مقابل اعطای امتیاز یا تخفیف قیمتی: هر چقدر قدرت چانه‌زنی فروشنده در اعطای امتیاز و تخفیف قیمتی به مشتری بیشتر باشد، مطلوب‌تر است.

۳. قابلیت اختفا: هرچه امکان انجام مراحل معامله از دید ناظران بین‌المللی مخفیانه‌تر باشد و اطلاعات منتشر نشود، مطلوب‌تر است.

۴. پویایی و انعطاف‌پذیری استراتژی: هرچه استراتژی قابلیت انعطاف و تطبیق با شرایط روز را بیشتر داشته باشد، مطلوب‌تر است.

۵. انطباق با بازار مشتری: هرچه امکان تطبیق

مفهوم بنا شده که گزینه انتخابی باید کمترین فاصله را با راه حل ایده آل مثبت (بهترین حالت ممکن، A+i) و بیشترین فاصله را با راه حل ایده آل منفی (بدترین حالت ممکن A-i) داشته باشد. (آذر و رجبزاده، ۱۳۹۱) مراحل حل مسئله به روش TOPSIS در ادامه آمده است.

در پژوهش هایی که پرسش نامه آن ها با روش های تحقیق در عملیات انجام می گیرند، نیازی به محاسبه پایایی با توجه به ابزارهای معمول، یعنی (روش بازآزمایی)، روش موازی (همتا) و روش «آلفای کرونباخ» نیست، چراکه در این پرسش نامه ها، تنها به جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده ها بر اساس نظرات خبرگان پرداخته می شود و چون تعداد زیاد تکمیل کنندگان پرسش نامه ها در این روش ها ملاک نیست؛ بنابراین روش های معمول محاسبه پایایی که در روش های آماری مورد استفاده قرار می گیرند، در اینجا کاربرد چندانی ندارند.

گام اول: ماتریس تصمیم گیری D را به کمک فرمول شماره ۱ که نرم اقلیدسی نام دارد به یک ماتریس بی مقیاس شده تبدیل می کنیم (بی مقیاس سازی<sup>۲</sup>) که ماتریس به دست آمده ND نامیده می شود.

۱.

$$n_{ij} = \frac{r_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^m (r_{ij})^2}}$$

گام دوم: ماتریس بی مقیاس موزون را بر اساس فرمول شماره ۲ به دست می آوریم.

۲.

راهبرد با بازار مشتریان بیشتر و سهل الوصول تر باشد، مطلوب تر است.

۶. سهولت و امکان تبادلات مالی: هرچه امکان تبادلات مالی در راهبرد آسان تر باشد، آن راهبرد مطلوب تر است.

۷. درجه مقابله با تحریم پذیری: هرچه راهبرد توانایی مقاومت بیشتری در برابر تحریم ها را داشته باشد، مطلوب تر است.

۸. ظرفیت رقابت پذیری کشور در مقابل سایر رقبا: هرچه کشور مزیت رقابتی قوی تری نسبت به رقبا در راهبرد مد نظر دارد، آن راهبرد مطلوب تر است.

۹. مطابقت با قوانین بین المللی: هرچه راهبرد با قوانین بین المللی در حوزه های مختلف مانند حمل و نقل، بیمه و غیره تطبیق بیشتری دارد، مطلوب تر است.

همان طور که اشاره شد پس از تأیید شاخص ها توسط خبرگان و شناسایی راهبردها، در مرحله دیگری، پرسش نامه ای تهیه شد که هم شاخص ها و هم راهبردها را دربرمی گرفت. این پرسش نامه در اختیار خبرگان معرفی شده در جدول شماره ۴ قرار گرفت تا هریک از راهبردها را بر اساس این شاخص ها اولویت بندی کنند، اطلاعات جمعیت شناختی خبرگان تکمیل کننده پرسش نامه (در جدول شماره ۳ پیوست) آمده است.

## ۲.۵. معرفی روش تاپسیس

این روش در سال ۱۹۸۱ توسط هوانگ و یون ارائه شد. در این روش m گزینه به وسیله n شاخص مورد ارزیابی قرار می گیرند و هر مسئله را می توان به عنوان یک سیستم هندسی شامل m نقطه در یک فضای n بُعدی در نظر گرفت. این تکنیک بر این

20. Normalize

۷.

$$C_i = \frac{di}{di \cdot di^+}, (i=1, 2, \dots, m)$$

مقدار  $C_i$  صفر و یک است؛ بنابراین هر گزینه  $A_i$  به راه‌حل ایده‌آل نزدیک‌تر باشد، مقدار  $C_i$  آن به یک نزدیک‌تر خواهد بود.

### ۳.۵. نتایج نهایی رتبه‌بندی

حال که فرایند استفاده از روش تاپسیس به صورت کوتاه توضیح داده شد، نتایج نهایی اولویت‌بندی راهبردها از طریق این روش به صورت زیر است.

### ۴.۵. تحلیل نتایج

کارشناسان و خبرگان در این پژوهش از بین راهبردهای موجود، راهبرد شرکت‌های تراستی را به عنوان اولین اولویت برای زمان فعلی کشور توصیه کرده‌اند و این انتخاب یکی از راهکارهایی است که هم در گذشته برای کشور راهگشا بوده‌اند و هم فی‌الحال در فعالیت‌های کشور مؤثر هستند و تنها نکته‌ای که در این راهبرد قابل اشاره است، ریسک و خطر از بین رفتن سرمایه در این شرکت‌ها است، زیرا این شرکت‌ها تماماً مبتنی بر اعتماد به شخص یا اشخاص آن شرکت تراستی فعالیت می‌کند.

در صورت اشتباه بودن اعتماد به این افراد، احتمال سوخت شدن سرمایه وجود دارد و به همین خاطر پیدا کردن این افراد که از طرفی مورد اعتماد کشور باشند و از طرفی تجربه و تخصص لازم را در عرصه بازرگانی بین‌المللی داشته باشند، پیاده‌سازی این راهبرد را بس دشوارتر می‌کند، ولی تا زمانی که زیرساخت‌ها برای دیگر راهبردها ایجاد شود، می‌تواند گره‌گشای فعالیت‌های بین‌المللی کشور باشد.

$$V = N_D \times W_{n \times n}$$

گام سوم: راه‌حل ایده‌آل مثبت ( $A_i^+$ ) و راه‌حل ایده‌آل منفی ( $A_i^-$ ) را با استفاده از فرمول‌های شماره ۳ و ۴ زیر مشخص می‌کنیم.

$$A_i^+ = \{(max \ v_{ij} | j \in J1), (min \ v_{ij} | j \in J2) | i=1, 2, \dots, m\}$$

$$A_i^+ = \text{گزینه ایده‌آل مثبت}$$

۳.

$$A_i^+ = (V1 + V2 + \dots + Vn)$$

$$A_i^- = (min \ v_{ij} | j \in J1)$$

$$A_i^- = \text{گزینه ایده‌آل منفی}$$

۴.

$$A_i^- = (V1 - V2 - \dots - Vn)$$

$$J1 = \{1, 2, \dots, n | j \text{ is benefit}\}$$

$$J2 = \{1, 2, \dots, n | j \text{ is worst solution}\}$$

گام چهارم: اندازه فاصله بر اساس نرم اقلیدسی به ازای راه‌حل ایده‌آل منفی و گزینه مثبت و همین اندازه را به ازای راه‌حل ایده‌آل مثبت و گزینه منفی با استفاده از فرمول شماره ۵ و ۶ به دست می‌آید.

$$d_j^+ = \left\{ \sum_{i=1}^n (v_{ij} - v_j^+)^2 \right\}^{1/2}$$

۵.

$$d_j^- = \left\{ \sum_{i=1}^n (v_{ij} - v_j^-)^2 \right\}^{1/2}$$

۶.

گام پنجم: نزدیکی نسبی  $A_i$  (برای هر گزینه) به راه‌حل ایده‌آل با استفاده از فرمول شماره ۷ به صورت زیر محاسبه می‌شود.

## جدول ۱. نتایج نهایی اولویت‌بندی راهبردها

راهبرد	نتیجه
شرکت‌های تراستی	۰/۷۳۲
ساخت پالایشگاه‌های کوچک در داخل کشور	۰/۷۱۸
پتروپالایشگاه	۰/۶۳۳
تشکیل کنسرسیوم بین شرکت‌های خصوصی کشور	۰/۶۱۱
فروش ترکیب نفت مخازن مختلف (بلندینگ)	۰/۵۹۴
سواپ نفت	۰/۵۲۱
قراردادهای پالایش جایگزین قراردادهای فروش نفت خام	۰/۴۹۸
بورس نفت	۰/۴۴۲
ساخت مخازن ذخیره نفت در داخل کشور	۰/۳۷۲
سرمایه‌گذاری در پالایشگاه‌های کشورهای در حال رشد	۰/۳۶۱
فروش نفت خام در بورس و بازار آتی نفت مثل شانگهای	۰/۳۰۴

صنعت نفت ایران اهمیت دو چندان پیدا می‌کند و دارای اولویت می‌شود.

همان‌طور که در متن پژوهش نیز اشاره به محاسن احداث پتروپالایشگاه‌ها شد، مزیت‌های حاشیه‌ای این راهبرد از قبیل ایجاد ارزش افزوده برای کشور، ایجاد اشتغال و افزایش توان فنی و علمی در این صنعت و غیره را می‌توان نام برد و دغدغه اصلی سیاست‌گذار برای اجرای این راهبرد در عرصه تأمین مالی این نوع پروژه‌ها است که در صورت انجام برنامه‌ریزی صحیح و منظم می‌توان از ظرفیت تأمین مالی جمعی و انتشار سهام و صکوک تأمین شود.

همین‌طور راهبردهای ساخت مخازن ذخیره نفت در داخل کشور، سرمایه‌گذاری در پالایشگاه‌های

دومین راهبرد منتخب از نظر خبرگان، ساخت پالایشگاه‌های کوچک در داخل کشور است. تحلیل اولیه از علت این انتخاب این است که اولاً با توجه به تحریم‌های موجود سرمایه‌گذاری خارجی و تأمین مالی پروژه‌های بزرگ از طریق تأمین مالی خارجی دشوار است و بایستی روی توان مالی داخلی کشور سرمایه‌گذاری کرد. به همین دلیل بایستی روی پروژه‌های کوچک‌تر که نیاز به منابع مالی کمتر و از طرفی باعث ایجاد اشتغال و پیشرفت روند اقتصادی کشور خواهد شد، سرمایه‌گذاری کرد.

سومین انتخاب خبرگان از بین راهبردها، احداث پتروپالایشگاه است که این مورد نیز با توجه به شرایط تحریمی کشور و هدف قرار گرفته شدن

کشورهای دیگر و همچنین استفاده از ابزار مصاحبه با خبرگان برای گردآوری داده‌ها گام اول این پژوهش و اولویت‌بندی راهبردها با استفاده از روش تاپسیس که یکی از روش‌های تحقیق در عملیات نرم است، گام دوم پژوهش حاضر بوده است.

نتایج پژوهش حاکی از آن است که دغدغه اصلی در بحث تحریم‌های نفتی، مسئله جابه‌جایی پول حاصل از فروش نفت است؛ بنابراین استفاده از شرکت‌های پوششی (تراستی) به عنوان اولین اولویت در راهبردها از منظر خبرگان قرار گرفته است.

بهره‌گیری از فرصت‌های سرمایه‌گذاری در داخل کشور نظیر ساخت پالایشگاه‌های کوچک و همچنین احداث پتروپالایشگاه، از جمله راهبردهای دیگری است که حائز رتبه بالایی در شرایط حاضر شده‌اند.

تحلیل کلی نشان می‌دهد فارغ از مسائل سیاسی ظرفیت‌شناسی و استفاده از برخی از راهبردها می‌تواند بسیاری از آسیب‌پذیری‌های احتمالی آتی را نیز کاهش دهد. ضمن اینکه بهره‌گیری از دیپلماسی فعال و زیرساخت‌های سیاسی قوی در کنار بهبود ظرفیت تعاملات بین‌المللی مالی و بانکی در توسعه این ظرفیت‌ها مؤثر خواهند بود.

در کنار توسعه این ظرفیت‌ها، برای بازاریابی و فروش نفت خام استفاده از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های داخلی کشور و تلاش در جهت ارتقای توانمندی‌های فناورانه به منظور کاهش وابستگی به شرکت‌های بین‌المللی یکی دیگر از راهبردهای میان‌مدت در مقابله با عمر تحریم است.

در مقام مقایسه نتایج این پژوهش با دیگر پژوهش‌های این حوزه به عنوان مثال در پژوهش «طراحی مدل تصمیم‌گیری راهبردی روش فروش نفت خام برای حضور ایران در بازار نفت»

کشورهای در حال رشد و قرارداد سرمایه‌گذاری در توسعه میادین نفت با پیوست پالایشی نیز از جمله راهکارهایی هستند که نیاز به منابع مالی فراوان دارد که همین عامل باعث کاهش اولویت آن در شرایط فعلی کشور شده است.

تحلیل راهبردهایی که در رتبه‌های پایانی قرار گرفته‌اند نیز حاوی نکات قابل توجهی است، مانند فروش نفت خام در بورس که دلیل قرارگیری این راهبردها در انتهای جدول شماره ۱ شاید اولاً؛ به خاطر تحریم‌ها و مشکلات ورود به این بازارها و وجود برخی عدم تطابق با قوانین بین‌المللی است و ثانیاً؛ عدم قبول ریسک خریداران برای خرید نفت ایران و پیامدهای بعدی آن است.

## ۶. بحث و نتیجه‌گیری

برای کشوری که شرایط تحریم را تجربه می‌کنند و بخش قابل توجهی از بودجه آن به درآمدهای نفتی وابسته است، شناسایی راهبردهایی برای فروش نفت در این شرایط، امری ضروری و حیاتی است. هرچند شناسایی تک تک این راهبردها و تلاش برای پیاده‌سازی و استفاده از آن‌ها برای فروش نفت و افزایش درآمدهای ناشی از آن در جای خود بسیار ضروری است، ولی ناگفته نماندست ظرفیت پیاده‌سازی همه راهبردها در شرایط حاضر وجود ندارد.

پژوهش حاضر کوشیده است با احصای نسبتاً جامعی از راهبردهای بازاریابی نفت خام در شرایط تحریم برای جمهوری اسلامی ایران و اولویت‌بندی آن‌ها با استفاده از نظرات خبرگان این حوزه، گامی در جهت بهبود شرایط موجود بردارد.

شناسایی یازده راهبرد از طریق مطالعات کتابخانه‌ای، بررسی اسناد و مدارک بررسی تجارب



قانون‌مندی و شفافیت در انتخاب مشتری، استفاده دیپلماتیک از نفت، امنیت عرضه و فروش به بالاترین قیمت ممکن به عنوان معیار و سه گزینه عرضه در بورس نفت، عرضه در مذاکره و سازوکار ترکیبی به عنوان راهبرد فروش در نظر گرفته شده است که کارشناسان بخش اقتصادی کشور با شناختی که از بورس و قابلیت‌های آن داشتند، بورس را بهترین روش فروش نفت دانستند.

اما کارشناسان بخش انرژی که از گذشته نفت را به روش مذاکره به فروش رسانده‌اند، روش مذاکره را مناسب‌ترین گزینه برای کشور دانسته‌اند و یا در پژوهش «استراتژی بازاریابی شرکت ملی نفت ایران» پژوهشگر به این نتیجه می‌رسد که با توجه به رقابت بسیار شدید بین فروشندگان نفت بر سر تصاحب بازارهای بین‌المللی، ایران بایستی برای افق‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت خود استراتژی‌های متفاوت بازاریابی اتخاذ کند.

## ملاحظات اخلاقی

### پیروی از اصول اخلاق پژوهش

در کوتاه‌مدت استفاده از استراتژی‌های توسعه بازار و نفوذ در بازار می‌تواند کارگشا باشد و در بلندمدت نیز استفاده از استراتژی‌های توسعه محصول و ادغام عمودی پیشرو می‌تواند آینده بازار نفت ایران را تضمین کند.

### حامی مالی

با توجه به نتایج این پژوهش‌ها، نوآوری پژوهش حاضر به نسبت دیگر پژوهش‌ها، در احصای روش‌های راهبردی و عملیاتی بازاریابی نفت خام در شرایط تحریم بوده و پیش از این در هیچ پژوهشی به صورت جامع و کاربردی به این جنبه از بازاریابی نفت خام ایران توجه نشده است، بلکه در برخی پژوهش‌ها به سیاست‌های کلی در این عرصه توجه شده است و تا حدودی بعد عملیاتی و اجرایی آن مغفول مانده بود.

### مشارکت نویسندگان

با توجه به نتایج این پژوهش‌ها، نوآوری پژوهش حاضر به نسبت دیگر پژوهش‌ها، در احصای روش‌های راهبردی و عملیاتی بازاریابی نفت خام در شرایط تحریم بوده و پیش از این در هیچ پژوهشی به صورت جامع و کاربردی به این جنبه از بازاریابی نفت خام ایران توجه نشده است، بلکه در برخی پژوهش‌ها به سیاست‌های کلی در این عرصه توجه شده است و تا حدودی بعد عملیاتی و اجرایی آن مغفول مانده بود.

### تعارض منافع

تمامی نویسندگان به یک اندازه در نگارش مقاله مشارکت داشته‌اند.

بنابر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

تمامی اصول اخلاق پژوهش در این مقاله رعایت شده است.

این تحقیق هیچ گونه کمک مالی از سازمان‌های تأمین مالی در بخش‌های عمومی، تجاری یا غیرانتفاعی دریافت نکرد.

تمامی نویسندگان به یک اندازه در نگارش مقاله مشارکت داشته‌اند.

بنابر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

منابع فارسی

- ابراهیمی، م.، حاجی میرزایی، م. ع. و محمدخانی، س. (۱۳۹۰). تخمین الگوی عرضه نفت خام ایران. *نشریه مطالعات اقتصاد انرژی*، ۸(۹۲)، ۱۱۳-۱۳۷. <https://www.sid.ir/fa/Journal/ViewPaper.aspx?id=147211>
- اعرابی، س. م. و دهقان، ن. (۱۳۸۹). *استراتژی بازاریابی بین‌الملل*. تهران: نشر مهکامه.
- بهبهانی، م. و لاری سمنانی، ب. (۱۳۹۳). اولویت‌بندی استراتژی‌های بازاریابی بین‌المللی فرآورده‌های نفتی ایران (مطالعه موردی: شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران). *آپایان‌نامه کارشناسی ارشد*. دانشگاه آزاد اسلامی.
- هرورانی، ح. (۱۳۹۱). *بورس نفت و راهکارهای ایجاد آن در ایران*. تهران: گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، گزارش شماره ۱۲۵۴۳. <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/822459>
- محمودی، آ. شیخی، آ. و رحمانی، س. (۱۳۹۸). *پتروپالایشگاه‌ها و اهمیت آنها در تکمیل زنجیره ارزش نفت و بررسی وضعیت آن در ایران*. تهران: گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، گزارش شماره ۱۶۴۷۹. <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/1149713>
- دانشمندی، ز. (۱۳۹۶). *اهمیت پیمان پولی دوجانبه از منظر اقتصاد مقاومتی*. تهران: نشست پژوهشی مرکز پژوهش خبری صدا و سیما.
- کگلی، چ. و ویتکف، ی. (۱۳۸۴). *سیاست خارجی آمریکا الگو و روند. ترجمه دستمالچی، ا. چاپ دوم، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی*. تهران: وزارت امور خارجه، مرکز چاپ و انتشارات.
- دلاورپورآقدم، م. و محبی، ج. (۱۳۹۱). *ایجاد اهداف و ماهیت تحریم‌های جمهوری اسلامی ایران*. تهران: سازمان بسیج حقوق‌دانان.
- دولابی، ح. ر. و حامدی، آ. (۱۳۹۶). *استراتژی بازاریابی شرکت ملی نفت ایران. ماهنامه اکتشاف و تولید نفت و گاز*، ۱۳۹۶(۱۵۲)، ۳۵-۴۶. [http://ekteshaf.nioc.ir/browse.php?a\\_id=2226&sid=1&slc\\_lang=fa](http://ekteshaf.nioc.ir/browse.php?a_id=2226&sid=1&slc_lang=fa)
- رشیدی، م. (۱۳۹۵). *تحریم نفتی ایران از منظر حقوق بین‌الملل*. تهران: نشر شهر دانش.
- ریاضی، م. ر. (۱۳۸۸). *آشنایی با مهندسی مخازن نفت و گاز*. تهران: مؤسسه انتشارات علمی دانشگاه صنعتی شریف.
- زهرانی، م. (۱۳۷۶). *نظریه‌های تحریم اقتصادی*. تهران: انتشارات وزارت امور خارجه.
- ساعی، آ. و پاشنگ، م. (۱۳۹۶). *موانع توسعه صنعت نفت در آینده با بررسی عوامل رکود صنعت ایران در دوره زمانی ۱۳۹۳-۱۳۸۳*. *نشریه راهبردی*، ۲۶(۸۴)، ۵۹-۷۵. <https://www.sid.ir/fa/Journal/ViewPaper.aspx?id=345095>
- سمیعی نسب، م.، سلیمانی، ی. و عبیدی، س. (۱۳۹۵). *مدل مفهومی مطلوب امنیت جمهوری اسلامی ایران در منظومه اقتصاد مقاومتی*. *مجله آفاق امنیت*، ۹(۳۰)، ۶۵-۹۶. <https://www.sid.ir/fa/Journal/ViewPaper.aspx?id=287580>
- پیروزنیا، ش. (۱۳۸۷). *بازار تجارت نفت با رویکرد معاملات مالی*. تهران: نشر چالش.
- صفری، م. (۱۳۹۷). *تحریم نفت*. تهران: اندیشکده سیاست‌گذاری امیرکبیر.
- قاسمی، ب. و چتری، ح. ر. (۱۳۸۸). *تحلیل استراتژیک محیط برونی صنعت نفت*. *نشریه مدیریت کسب‌وکار*، ۱(۱)، ۱۳۷-۱۵۵. <https://www.sid.ir/fa/JOURNAL/ViewPaper.aspx?id=203558>
- قوامی، س. ح. (۱۳۹۵). *ضرورت و کارکردهای پیمانهای دوجانبه چندجانبه ارزی*. *فصلنامه آفاق امنیت*، ۹(۱۳)، ۱۳۹-۱۵۶. [https://ps.ihu.ac.ir/article\\_200519.html](https://ps.ihu.ac.ir/article_200519.html)
- کاملی، ع. ر. (۱۳۸۸). *مروری بر عمده‌ترین تحولات بازار نفت در نیم قرن اخیر*. تهران: مؤسسه مطالعات بین‌المللی انرژی، چاپ اول. <https://www.adinehbook.com/gp/product/6009110070>
- کمالی، س. ک. (۱۳۹۰). *ارائه استراتژی مناسب بازاریابی جهت ارتقاء جایگاه ایران در بازار جهانی نفت*. *آپایان‌نامه کارشناسی ارشد*. دانشگاه آزاد اسلامی.
- هاتفی، م. ع. و وهابی، م. م. (۱۳۹۷). *استراتژی‌های راهبردی پروژه‌های نفت و گاز*. *پژوهش‌های مدیریت راهبردی*، ۲۴(۶۹)، ۲۵-۵۵. <https://www.sid.ir/fa/Journal/ViewPaper.aspx?id=361340>
- ودادی کلاتر، س.، ملکی، ع. و احمدی، م. (۱۳۹۵). *بررسی بازارهای انرژی خزر به کمک معیار ترکیبی امنیت تقاضای انرژی کشورهای ناحیه خزر در سال ۲۰۱۵ و افق ۲۰۳۰*. *فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی*، ۶(۲۰)، ۷۶-۸۴. <https://www.sid.ir/fa/Journal/ViewPaper.aspx?id=359738>

## References

- Arabi, S. M., & Dehghan, N. (2010). [International marketing strategy (Persian)]. Tehran: Mahkameh. [http://opac.nlai.ir/opac-prod/search/briefListSearch.do?command=FULL\\_VIEW&id=2226344&pageStatus=0&sortKeyValue1=sortkey\\_title&sortKeyValue2=sortkey\\_author](http://opac.nlai.ir/opac-prod/search/briefListSearch.do?command=FULL_VIEW&id=2226344&pageStatus=0&sortKeyValue1=sortkey_title&sortKeyValue2=sortkey_author)
- Baldwin, D. A. (1985). *Economic statecraft*. New Jersey: Princeton University Press. [https://www.google.com/books/edition/Economic\\_Statecraft/1tgP1Zi7kww-C?hl=en&gbpv=0](https://www.google.com/books/edition/Economic_Statecraft/1tgP1Zi7kww-C?hl=en&gbpv=0)
- Behbahani, M. [Prioritization of international marketing strategies for Iranian petroleum products case study: National Iranian Petroleum Products Refining and Distribution Company (Persian)]. [MSc thesis]. Tehran: Islamic Azad University.
- Bollino, C. A., Efirid, B., Hasanov, F., & Hatipoğlu, E. (2019). *Iran sanctions: implications for the oil market*. Riyadh: King Abdullah Petroleum Studies and Research Center (KAPSARC). <https://www.kapsarc.org/research/publications/iran-sanctions-implications-for-the-oil-market/>
- Cavusgil, S. T., & Zou, S. (1994). Marketing strategy-performance relationship: An investigation of the empirical link in export market ventures. *Journal of Marketing*, 58(1), 1-21. [DOI:10.2307/1252247]
- Cavusgil, S. T., Zou, S., & Naidu, G. M. (1993). Product and promotion adaptation in export ventures: An empirical investigation. *Journal of International Business Studies*, 24(3), 479-506. [DOI:10.1057/palgrave.jibs.8490242]
- Dagres, H., & Slavina, B. (2018). *How Iran will cope with US sanctions*. Washington, DC: Atlanticcouncil. <https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/issue-brief/how-iran-will-cope-with-us-sanctions/>
- Daneshmandi, Z. (2017). [The importance of a bilateral monetary pact from the perspective of a resistance economy (Persian)]. Retrieved from <https://www.iribnews.ir/fa/news/1831675/>
- Daoudi, M. D., Daoudi, M. S., & Dajani, M. S. (1983). *Economic sanctions, ideal and experience*. Boston: Routledge & Kegan Paul. [https://www.google.com/books/edition/Economic\\_Sanctions\\_Ideals\\_and\\_Experience/796OAAAAMAAJ?hl=en](https://www.google.com/books/edition/Economic_Sanctions_Ideals_and_Experience/796OAAAAMAAJ?hl=en)
- Delavar Pooreghdam, M., & Mohebi, J. (2012). [Dimensions, goals and nature of sanctions of the Islamic Republic of Iran (Persian)]. Tehran: Lawyers' Basij Organization. [http://opac.nlai.ir/opac-prod/search/briefListSearch.do?command=FULL\\_VIEW&id=4458477&pageStatus=1&sortKeyValue1=sortkey\\_title&sortKeyValue2=sortkey\\_author](http://opac.nlai.ir/opac-prod/search/briefListSearch.do?command=FULL_VIEW&id=4458477&pageStatus=1&sortKeyValue1=sortkey_title&sortKeyValue2=sortkey_author)
- Dolabi, H. R., & Orchid, H. (2017). [Marketing strategy of National Iranian Oil Company (Persian)]. *Scientific Monthly of Oil and Gas Exploration and Production*, 1396 (152), 35-46. <http://ekteshaf.nioc.ir/article-1-۲۲۲۶-fa.html>
- Ebrahimi, M., Haji, M. S. M. A., & Mohammadkhani, S. (2011). [Crude oil supply of Iran: Estimating of a model (Persian)]. *Quarterly Journal of Energy Economics Studies*, 8(29), 113-37. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=147211>
- Ghasemi, B., & Chatri, M. R. (2009). [Strategic analysis of the external environment of the oil industry (Persian)]. *Business Management*, 1(1), 19-38. [http://bmj.iauctb.ac.ir/article\\_511304.html?lang=fa](http://bmj.iauctb.ac.ir/article_511304.html?lang=fa)
- Ghavami, H. (2016). [Necessity and functions of dual multilateral foreign exchange agreements (Persian)]. *Security Horizons*, 9(31), 139-56. [https://ps.ihu.ac.ir/article\\_200519.html](https://ps.ihu.ac.ir/article_200519.html)
- Hassani, M. (2016). Iran oil production, investment policy, international sanctions and P5 + 1 deal with Iran, 2006-2015. *Contemporary Review of the Middle East*, 3(4), 405-21. [DOI:10.1177/2347798916664615]
- Hatefi, M. A., & Wahhabi, M. M. (2018). [Oil and gas project management strategies, based on project management knowledge domains (Persian)]. *Journal of Strategic Management Research*, 24(69), 35-55. [http://smr.journals.iau.ir/article\\_543700.html](http://smr.journals.iau.ir/article_543700.html)
- Hrvany, H. (2012). [Oil exchange and ways to create it in Iran (Persian)]. Tehran: The Research Center of the Islamic Consultative Assembly. <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/822459>
- Kamali, K. (2011). [Provide an appropriate marketing strategy to promote Iran's position in the global oil market (Persian)] [MSc. thesis]. Tehran: Islamic Azad University.
- Kameli, A. (2009). [An overview of the major developments in the oil market in the last half century (Persian)]. Tehran: Institute of International Energy Studies. <http://opac>

- nlai.ir/opac-prod/search/briefListSearch.do?command=FULL\_VIEW&id=1879355&pageStatus=1&sortKeyValue1=sortkey\_title&sortKeyValue2=sortkey\_author
- Kogley, Ch., & Witkoff, E. (2005). *US Foreign Policy: Pattern and Trend* [A. Dashtmalchi, Persian Trans]. Tehran: Ministry of Foreign Affairs. <https://www.gisoom.com/book/1322716>
- Rashidi, M. (2016). [*Iran oil sanction in the light of the international law* (Persian)]. Tehran: Shahr-e-Danesh Institute for Legal. [http://opac.nlai.ir/opac-prod/search/briefListSearch.do?command=FULL\\_VIEW&id=4401525&pageStatus=1&sortKeyValue1=sortkey\\_title&sortKeyValue2=sortkey\\_author](http://opac.nlai.ir/opac-prod/search/briefListSearch.do?command=FULL_VIEW&id=4401525&pageStatus=1&sortKeyValue1=sortkey_title&sortKeyValue2=sortkey_author)
- Riazi, M. R. (2009). [*Introduction to oil and gas reservoir engineering* (Persian)]. Tehran: Sharif University of Technology. [http://opac.nlai.ir/opac-prod/search/briefListSearch.do?command=FULL\\_VIEW&id=528799&pageStatus=1&sortKeyValue1=sortkey\\_title&sortKeyValue2=sortkey\\_author](http://opac.nlai.ir/opac-prod/search/briefListSearch.do?command=FULL_VIEW&id=528799&pageStatus=1&sortKeyValue1=sortkey_title&sortKeyValue2=sortkey_author)
- Robinson, M. L. (2014). *Marketing big oil: Brand lessons from the world's largest companies*. New York: Palgrave Macmillan. [https://www.google.com/books/edition/Marketing\\_Big\\_Oil\\_Brand\\_Lessons\\_from\\_the\\_MPDwAwAAQBAJ?hl=en](https://www.google.com/books/edition/Marketing_Big_Oil_Brand_Lessons_from_the_MPDwAwAAQBAJ?hl=en)
- Mahmoodi, A., Sheikhi, A., & Rahmani, S. (2019). [*Petroleum refineries and their importance in completing the oil value chain and examining its situation in Iran* (Persian)]. Tehran: The Research Center of the Islamic Consultative Assembly. <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/1149713>
- Morgan, T. C., Bapat, N., & Krustev, V. (2009). The threat and imposition of economic sanctions, 1971-2000. *Conflict Management and Peace Science*, 26 (1), 92-110. [DOI:10.1177/0738894208097668]
- Nephew, R. M. (2015). *Implications of new oil sanctions on Iran*. New York: Center on Global Energy Policy (CGEP). <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8C53NWT>
- Pirooznia, Sh. (2008). [*A look at the oil trading market with a financial trading approach* (Persian)]. Tehran: Challenge. [http://opac.nlai.ir/opac-prod/search/briefListSearch.do?command=FULL\\_VIEW&id=1313835&pageStatus=1&sortKeyValue1=sortkey\\_title&sortKeyValue2=sortkey\\_author](http://opac.nlai.ir/opac-prod/search/briefListSearch.do?command=FULL_VIEW&id=1313835&pageStatus=1&sortKeyValue1=sortkey_title&sortKeyValue2=sortkey_author)
- Saei, A., & Pashang, M. (2017). [Obstacles to the development of the oil industry in the future by examining the factors of stagnation of Iranian industry in the period (2004-2014) (Persian)]. *Strategy*, 26(84), 59-75. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?ID=345095>
- Safari, M. (2018). [Oil embargo crossing package (Persian)]. Retrieved from <http://amtt.ir/%D8%A8%D8%B3%D8%AA%D9%87-%D8%B9%D8%A8%D9%88%D8%B1-%D8%A7%D8%B2-%D8%AA%D8%AD%D8%B1%DB%8C%D9%85-%D9%86%D9%81%D8%AA/>
- Samiei Nasab, M., Soleimani, Y., & Abdi, S. (2016). [Optimal conceptual model of food security of the Islamic Republic of Iran in the system of resistance economy (Persian)]. *Scientific Journal of Security Horizons*, 9(30), 65-96. [https://ps.ihu.ac.ir/article\\_200510.html?lang=fa](https://ps.ihu.ac.ir/article_200510.html?lang=fa)
- Seeberg, P. (2016). The EU and the international sanctions against Iran: European and Iranian foreign and security policy interests, and a changing Middle East. *Palgrave Communications*, 2, 1-9. [DOI:10.1057/palcomms.2016.80]
- Townsend, J. D., Yenyiyurt, S., Deligonul, Z. S., & Cavusgil, S. T. (2004). Exploring the marketing programs antecedents of performance in the global company. *Journal of International Marketing*, 12(4), 1-24. [DOI:10.1509/jimk.12.4.1.53215]
- Vadadi Sharif, S., Maleki, A., & Ahmadi, M. (2016). [Study of Caspian energy markets using the combined security measure of energy demand of the Caspian region in 2015 and 2030 horizon (Persian)]. *Strategic Studies of Public Policy*, 6(20), 67-84. [http://sppp.iranjournals.ir/article\\_23296.html](http://sppp.iranjournals.ir/article_23296.html)
- Zahrani, M. (1997). [Theories of economic sanctions (Persian)]. Tehran: Ministry of Foreign Affairs. [http://opac.nlai.ir/opac-prod/search/briefListSearch.do?command=FULL\\_VIEW&id=526429&pageStatus=1&sortKeyValue1=sortkey\\_title&sortKeyValue2=sortkey\\_author](http://opac.nlai.ir/opac-prod/search/briefListSearch.do?command=FULL_VIEW&id=526429&pageStatus=1&sortKeyValue1=sortkey_title&sortKeyValue2=sortkey_author)