

## Research Paper

# Strategic Model for Designing New Strategic Revenue-generating Actions in the Arena of Soft Economic Battle



Hosein Safari<sup>1</sup> , Mir Mahmoud Sadat<sup>2</sup> , \*Ali Ketabi<sup>3</sup>

1. Department of Management, Faculty of Management, University of Tehran, Tehran, Iran.
2. Department of Industrial Management operation research, Faculty of Management, University of Tehran, Tehran, Iran.
3. Faculty of Education and Islamic Thought, University of Tehran, Tehran, Iran.

Use your device to scan  
and read the article online



**Citation:** Safari, H., Sadat, M. M., & Ketabi, A. (2021). [Strategic Model for Designing New Strategic Revenue-generating Actions in the Arena of Soft Economic Battle (Persian)]. *Journal Strategic Studies of Public Policy*, 11(39), 380-403.



**Received:** 06 Jul 2020  
**Accepted:** 07 Apr 2021  
**Available Online:** 01 Aug 2021

### Keywords:

Communicated Policies of Resistance Economy, Blue Ocean Strategy, Production Leap

### ABSTRACT

Considering the importance of the leap of production and economic progress in the words of Imam Khamenei on the issue of resistance economy in the topic of soft economic war ,finding new markets and strategic income-generating actions for the Islamic Republic of Iran is inevitable. In this study,the The concept of soft economic war and the communicated policies of Resistance Economy of the Imam Khamenei were first examined and the strategic capacities of the Resistance Economy based on the valuable orders of the Supreme Leader of the Islamic Republic of Iran were reviewed. The Blue Ocean model was then used as a practical and creative tool to identify new economic and income-generating areas. Using the above materials and by using the economic capacity of Iranian and foreign students, graduates, Iranian businessmen, rich people and business owners are interested in the Islamic Republic of Iran in inside and outside the country in friendly and even neutral countries, a creative model was presented to identify strategic economic actions to achieve the leap in production and income generation. Then, in order to examine the feasibility of the proposed model, the proposed framework in designing some strategic economic actions was used with the approach of creating conditions for jump in production and national income generation, and its results were presented and finally, suggestions were made for future researches in this area.

### \* Corresponding Author:

Ali Ketabi, PhD.

**Address:** Faculty of Education and Islamic Thought, University of Tehran, Tehran, Iran.

**E-mail:** a.ketabi@ut.ac.ir

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

حسین صفری<sup>۱</sup>، میرمحمود سادات<sup>۲</sup>، علی کتابی<sup>۳</sup>

۱. گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
۲. گروه مدیریت صنعتی تحقیق در عملیات، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
۳. دانشجوی دکتری، مدرس انقلاب اسلامی، دانشکده معارف و اندیشه اسلامی، دانشگاه تهران، ایران.

## چکیده

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

تاریخ دریافت: ۱۶ تیر ۱۳۹۹  
تاریخ پذیرش: ۱۸ فروردین ۱۴۰۰  
تاریخ انتشار: ۱۰ مرداد ۱۴۰۰

## کلیدواژه‌ها:

جنگ نرم اقتصادی، سیاست‌های ابلاغی اقتصاد مقاومتی، استراتژی اقیانوس آبی، جهش تولید

\* نویسنده مسئول:

علی کتابی

نشانی: تهران، دانشگاه تهران، دانشکده معارف و اندیشه اسلامی.

پست الکترونیکی: a.ketabi@ut.ac.ir

## مقدمه

ظرفیت‌های شناسایی زمینه‌های اقتصادی و تجاری جمهوری اسلامی ایران در کشورهای مقصد آنها و به‌ویژه بین دولت‌ها و ملت‌های همسو و علاقه‌مند به مبانی فکری کشور، به‌ویژه شخص مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) هستند.

به طور واضح، اشتراکات فرهنگی که طی قرن‌ها بین کشور تاریخی ایران که مبتنی بر پنج عامل: ۱- نزدیکی مواضع سیاسی و عقیدتی کشورها، ۲- نزدیکی جغرافیایی، ۳- اقامت اتباع بیگانه در ایران، ۴- هم‌زبانی با زبان فارسی و ۵- محوریت آموزش‌های علوم اسلامی شیعی در ایران، به‌ویژه شهر قم با سایر کشورها مانند کشورهای آسیای میانه، هند، پاکستان، بخشی از آسیای جنوب شرقی، اروپای شرقی و کشورهای آفریقایی داشته (ذاکرحالهی و نجف‌آبادی، ۱۳۹۱) از صحنه همکاری‌های اقتصادی گسترده به دور مانده است.

از سوی دیگر، امروزه بسیاری از افراد با ملیت ایرانی در کشورهای دوست و بی‌طرف بین‌المللی نظیر کشورهای آسیای میانه، روسیه، هند، چین و... مشغول به کار و تحصیل هستند که متأسفانه کار پژوهشی دقیقی در رابطه با این افراد و پتانسیل‌های اقتصادی کشورهای یادشده صورت نگرفته است و اقدامات بسیاری از رایزن‌های اقتصادی نیز با توجه به وابستگی این افراد به دولت‌ها غالباً ابرتر بوده است.

به نظر می‌رسد با برنامه‌ریزی و بهره‌گیری ترکیبی از ظرفیت دانشجویان و افراد شاغل ایرانی در کشورهای بی‌طرف و هم‌پیمان ایران و همچنین دانشجویان و طلبه‌های خارجی، علی‌الخصوص آفریقایی شاغل به تحصیل در ایران و آشنایی با نیازهای آن جوامع و راه‌های تبادلات اقتصادی، کشور قادر خواهد بود به بازارهایی دست‌نخورده دست یابد.

در چندین سال اخیر، واژه «اقتصاد مقاومتی» توسط مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) به ادبیات اقتصادی کشور اضافه شده است. خوشبختانه مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)، دقیقاً در میانه نبرد نرم اقتصادی بدخواهان این مرز و بوم با نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران، بسیار هوشمندانه احساس نیاز کرده و مفهوم اقتصاد مقاومتی و سیاست‌های کلان این اندیشه نوین را به عنوان مفهومی بومی و راهگشا و مبتنی بر اندیشه مکتب اسلام، در عرصه رقابت راهبردی جهانی مطرح کردند (فرزندی اردکانی، صفری، سادات و بازگانی، ۱۳۹۷).

به نظر می‌رسد به منظور رهایی نظام جمهوری اسلامی ایران از وابستگی به منابع مالی نفت خام و تحریم‌های ناجوانمردانه آن حوزه، که یکی از اساسی‌ترین سلاح‌های دشمن در نبرد نرم اقتصادی است، ظرفیت‌سازی اقتصادی و جهش تولید از طریق شناسایی زمینه‌های نوین تولیدی و اقتصادی و تجاری امری بسیار حیاتی و یکی از راهکارهای مقابله با این شیوه نوین از نبرد در عرصه جهانی است (سیف و خجسته، ۱۳۹۲).

از سوی دیگر، استراتژی اقیانوس آبی، یکی از جدیدترین مفاهیم خلاقانه‌ای است که هدف اصلی آن تغییر قواعد عادی رقابت در عرصه اقتصاد و کشف زمینه‌ها و بازارهای نوین تولیدی، اقتصادی و تجاری است.

علاوه بر این، به نظر می‌رسد ظرفیت اقتصادی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان ایرانی و خارجی متعهد و علاقه‌مند به نظام جمهوری اسلامی در داخل و خارج از کشور، تجار ایرانی، ثروتمندان و صاحبان کسب‌وکار علاقه‌مند به ایران، از بکرترین

عمومی بتوانند به اهداف خود در آن کشور دست یابند. این اهداف سلطه‌گرانه معمولاً ابعاد سه‌گانه تغییرات کلان حکومتی، اقتصادی و فرهنگی را شامل می‌شود (سیف و خجسته، ۱۳۹۲).

پر واضح است که مشکلات اقتصادی می‌توانند باعث تهدیدات اجتماعی و تهدیدات هویتی شوند. بسیاری از پژوهش‌های مرتبط با انقلاب‌های اجتماعی هنگام تبیین شورش‌های اجتماعی عواملی مانند نابرابری، رشد اقتصادی ضعیف، رکود پس از دوران رونق، تجمل‌پرستی و فساد اقتصادی زمامداران، رشد شتابان، عدم تناسب بین امکانات و توقعات گسترش فقر را به عنوان عوامل اقتصادی بروز شورش‌های اجتماعی اشاره کرده‌اند که در پی نارضایتی عمومی در یک کشور صورت می‌پذیرد.

یکی از مهم‌ترین شگردهای اقتصادی جنگ نرم برای به زانو در آوردن نظام جمهوری اسلامی ایران، ایجاد فشارها و تهدیدهای اقتصادی در جهت ایجاد نارضایتی عمومی از این ساختار حکومتی است.

کشورهای غربی، سال‌های سال است که از این حربه برای فشار بر ایران استفاده کرده و تلاش گسترده‌ای نیز برای همراهی کشورهای دیگر با این سیاست خود به کار گرفته‌اند.

ظرفیت‌سازی اقتصادی با استفاده از توانمندی‌های نظام جمهوری اسلامی ایران و یا حتی کشورهای بی‌طرف و دوستدار ایران، از مهم‌ترین ابزارهای نظریه وزین اقتصاد مقاومتی امام خامنه‌ای برای کاهش فشارهای همه‌جانبه اقتصادی نظام سلطه غرب است (سیف و خجسته، ۱۳۹۲) که در این مقاله بدان خواهیم پرداخت.

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

با توجه به آنچه بدان اشاره شد، در این مقاله ابتدا به مرور مفهوم جنگ نرم اقتصادی، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و راهبردهای اقتصادی آن‌ها پرداخته شد. سپس به مرور مدل استراتژی اقیانوس آبی و ابزارهای آن در زمینه خلق زمینه‌های راهبردی اقتصادی سیاسی پرداخته شد و نحوه به‌کارگیری ترکیبی این مدل با سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و همچنین ظرفیت‌های تحقیقاتی و اقتصادی مورد اشاره در قبل که به طور مستقیم با امر جهش تولید در ارتباط هستند، در قالب چارچوبی جامع ارائه شد.

درنهایت، در قسمت پایانی به منظور بررسی اثربخشی این مدل، تعدادی از زمینه‌های اقتصادی و تجاری بکر و نوین ایجاد شد و در انتها به نتیجه‌گیری و بحث پرداخته شده است.

## ۱. ادبیات موضوع

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

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

جنگ نرم اقتصادی: عبارت است از مجموعه اقدامات اقتصادی که کشورهای متخاصم در قبال مردم کشوری انجام می‌دهند تا با ایجاد نارضایتی

مقاومتی، راهکاری برای توسعه به تبیین الگوی اقتصاد مقاومتی پرداخته است. نعامی و مظهری در مقاله‌ای بر رابطه بازآبایی داخلی و منابع سپرده‌ای بانک به منظور تأمین منابع مالی مولد و فعال‌سازی سرمایه‌های انسانی در راستای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی تأکید کردند.

دانش جعفری و کریمی به بررسی هم‌زمان مسئله برنامه ششم توسعه و نقش نفت در آن و اهمیت مفهوم اقتصاد مقاومتی در آن پرداختند. رستمی در پژوهشی کاربردی به بررسی ماهیت اقتصاد مقاومتی و نظریه‌های توسعه اقتصادی پرداخته و به اقتصاد مقاومتی از منظر توسعه پرداخت.

میلانی در یکی از مهم‌ترین پژوهش‌های مرتبط با اجلاس‌های اقتصاد مقاومتی به فرصت‌ها و چالش‌های تحقق اقتصاد مقاومتی با توجه به خودباوری ملی پرداخت. در نهایت، در تحقیقی جامع، دبیرخانه شورای اقتصاد معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رئیس‌جمهور در مجموعه‌ای تحت عنوان «مجموعه اهداف، سیاست‌ها و برنامه‌های اقتصاد مقاومتی» به گردآوری دقیق تمامی سخنان مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) پیرامون اقتصاد مقاومتی و سیاست‌های راهبردی آن همت گمارده است. یکی از محققین در یکی از معدود پژوهش‌های این حوزه به تشریح ظرفیت‌های راهبردی اقتصاد مقاومتی مبتنی بر سیاست‌های کلی ابلاغی آن از سوی مقام معظم رهبری پرداخت (سیف، ۱۳۹۲). با بررسی کلام مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) به نظر می‌آید که می‌توان آن دسته از ظرفیت‌های راهبردی اقتصاد مقاومتی را که قابلیت بهره‌گیری از ظرفیت‌های دانشجویان ایرانی و خارجی متعهد به ایران را دارا هستند، به صورت جدول شماره یک دسته‌بندی کرد.

اقتصاد مقاومتی را این‌گونه تعریف می‌کنند: «اقتصاد مقاومتی، یعنی اقتصادی که با مقاومت در برابر کارشکنی و خباثت دشمن همراه باشد، اقتصاد مقاومتی معنایش حصار کشیدن دور خود و فقط انجام کارهای تدافعی نیست. اقتصاد مقاومتی، یعنی آن اقتصادی که به ملت امکان و اجازه می‌دهد که حتی در شرایط فشار هم رشد و شکوفایی خودشان را داشته باشند» (حسین‌پور، رضایی‌منش و محمدی سیاه‌بومی، ۱۳۹۵).

تاکنون در رابطه با اقتصاد مقاومتی و تحلیل سیاست‌های کلی ابلاغی آن از سوی مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) پژوهش‌های گسترده‌ای صورت گرفته است که برخی از آن‌ها عبارت‌اند از: در یکی از پژوهش‌های بنیادی، جمعی از محققین در پژوهش خود به مواردی شامل اهداف اقتصاد مقاومتی، بسترها و زمینه‌های تحقق آن، بایدها و نبایدها، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و برخی از موانع و چالش‌های اقتصاد مقاومتی پرداختند و در نهایت، راهبردها و راهکارهای تحقق اقتصاد مقاومتی را در دو حوزه نقش دولت و مردم بررسی کردند (فرزندی و همکاران، ۱۳۹۴).

در سال ۲۰۱۱ مقاله‌ای با عنوان چند معیار مدل برنامه‌ریزی محصول مبتنی بر اقتصاد مقاومتی و به منظور پاسخگویی نیازهای محصولات کشاورزی مردم کاملاً در محاصره غزه مبتنی بر کشت محصولات کشاورزی در غزه ارائه شد (آقا، ۲۰۱۱).

یکی دیگر از محققین این حوزه تلاش کرده و با بررسی نظرات مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) به طراحی نقشه راه پیاده‌سازی سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی همت گمارد (سیف، ۱۳۹۲).

حسین‌زاده بحرینی در مقاله‌ای تحت عنوان اقتصاد

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

دسته‌بندی فرصت‌های استراتژیک قابل شکوفایی با پتانسیل اقتصادی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان ایرانی و خارجی متعهد و علاقه‌مند به نظام ایران در داخل و خارج از کشور، تجار ایرانی، ثروتمندان و صاحبان کسب‌وکار علاقه‌مند به کشور

فرصت‌های استراتژیک اقتصادی ایران ارائه‌شده در سیاست‌های کلی ابلاغی اقتصاد مقاومتی از سوی مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)

ذخایر نفت و گاز کشور ایران  
پتانسیل چهار فصل بودن کشور ایران  
پتانسیل‌های اقتصادی در حوزه حمل‌ونقل داخلی  
پتانسیل‌های فرهنگی  
پتانسیل‌های گردشگری  
پتانسیل‌های ارزآوری مبتنی بر مواهب طبیعی  
پتانسیل مرکزیت مبادلات ایران در شاهراه بین کشورهای شرقی، غربی و آفریقایی

فرصت‌های استراتژیک اقتصادی  
مبتنی بر پتانسیل‌های طبیعی کشور ایران

فعال‌سازی و بهره‌گیری از دیپلماسی اقتصادی، به‌ویژه بین کشورهای دوست و بی‌طرف در عرصه سیاست بین‌الملل  
استفاده از پتانسیل‌های اقتصادی کشورهای بی‌طرف  
پتانسیل تولید محصولات استراتژیک  
پتانسیل‌های سیاسی  
پتانسیل‌های ارزآوری دولتی  
واردات منصفانه محصولات تولیدی با کیفیت  
پتانسیل اقتصادی ناشی از تمرکززدایی  
بهبود فضای کسب‌وکار  
پتانسیل کاهش مصارف ارزی  
حمایت از تولید ملی  
توانمندسازی بخش خصوصی و فعالسازی ظرفیت‌های داخلی  
پتانسیل‌های اقتصادی در بخش دفاعی  
پتانسیل نیروهای مسلح

فرصت‌های استراتژیک اقتصادی ایران  
در کلام مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)  
مبتنی بر پتانسیل‌های دولتی و نظام کشور

به‌کارگیری ظرفیت تجاری شیعیان پراکنده در سراسر دنیا  
شبکه‌های اجتماعی مذهبی  
پتانسیل اشتراکات ملی و مذهبی  
پتانسیل شرکای تجاری قدیمی ایران در طول تاریخ  
به‌کارگیری ظرفیت تجاری ایرانیان خارج از کشور  
پتانسیل ابداع و نوآوری در تولیدات ملی  
پتانسیل حمایت از تولید داخلی  
پتانسیل‌های آموزشی در مناطق محروم

فرصت‌های استراتژیک اقتصادی ایران  
در کلام مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)  
مبتنی بر پتانسیل‌های اعتقادی، ملی و مذهبی در کشور

دسته‌بندی فرصت‌های استراتژیک قابل شکوفایی با پتانسیل اقتصادی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان ایرانی و خارجی متعهد و علاقه‌مند به نظام ایران در داخل و خارج از کشور، تجار ایرانی، ثروتمندان و صاحبان کسب‌وکار علاقه‌مند به کشور

فرصت‌های استراتژیک اقتصادی ایران ارائه‌شده در سیاست‌های کلی ابلاغی اقتصاد مقاومتی از سوی مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)

صادرات محصولات تولیدی با کیفیت

پتانسیل خوداتکایی در تولید

پتانسیل توان شرکت‌های دانش‌بنیان و پارک‌های فناوری

صادرات خدمات فنی مهندسی

صادرات خدمات درمانی و دارویی

پتانسیل توریسم درمانی مبتنی بر اشتراکات فرهنگی

فرصت‌های سرمایه‌گذاری در مناطق کشورهای محروم با پتانسیل بالا

پتانسیل قیمت ارز

پتانسیل هزینه‌های تولید

اندازه بازارهای کشورهای همسایه و کشورهایی با اشتراکات فرهنگی مشترک

زیرساخت‌ها در مناطق محروم

پتانسیل‌های بالقوه مناطق محروم

پتانسیل‌های صادراتی

پتانسیل‌های منابع انسانی

فرصت‌های استراتژیک اقتصادی ایران در کلام مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) مبتنی بر پتانسیل‌های بخش خصوصی کشور

اقیانوس‌های آبی، همه بازارها و زمینه‌هایی اقتصادی هستند که بکر و دست‌نخورده‌اند و یارقبای کمی در آن حضور دارند. در نتیجه، پتانسیل بسیار بالایی در درآمدزایی پایدار و درازمدت دارا هستند.

استراتژی اقیانوس آبی بر خلاقیت به جای تقلید تکیه داشته و از منطق نوین خود تحت عنوان نوآوری ارزش بهره می‌گیرد. این مهم هنگامی به وقوع می‌پیوندد که شرکت‌ها هم‌زمان از هر دو نوع استراتژی کاهش هزینه و تمایز پیروی کنند (علی‌زاده، شیری و تابان، ۱۳۹۳).

مراحل اجرایی مدل اقیانوس آبی جهت طراحی فرصت‌های اقتصادی نوین عبارت‌اند از:

در مدل استراتژی اقیانوس آبی در گام اول در

مفهوم اقیانوس آبی: به طور کلی می‌توان زمینه‌های اقتصادی و تجاری موجود در جهان را به دو اقیانوس تقسیم کرد: ۱- اقیانوس‌های آبی و ۲- اقیانوس‌های قرمز. اقیانوس قرمز، نمادی از زمینه‌های اقتصادی فعلی و قواعد رقابتی موجود حاکم بر آن بازارها است که بازیگران سنتی فعلی، سعی دارند تا با این روش‌های موجود، سهم خود را از سود و درآمدهای آنها افزایش دهند (تولایی، ۲۰۰۹).

به طور مثال، در بازار خودروهای ورزشی در سطح بین‌المللی تعدادی شرکت با قواعد و قوانین طراحی و حتی بازاریابی ثابت فعالیت می‌کنند (کیم و مویرگن، ۲۰۰۵، ۱-۱۰۰).

قادر به بازطراحی بازار نخواهد بود، ولی در صورت بهره‌گیری از حتی یکی از مسیرهای شش‌گانه، باید به گام بعدی حرکت کرد (صفری، سادات و سعدآبادی، ۱۳۹۵).

در ادامه و پس از بررسی وضعیت حال صنعت و همچنین شناسایی زمینه‌های نوین فعالیت در بازار مربوطه، حال در گام سوم به منظور طراحی بوم استراتژی جدید شرکت در افق استراتژیک، اقیانوس آبی بهره‌گیری از چارچوب چهار اقدامی که متشکل از چهار پرسش زیر است را پیشنهاد می‌کند: الف) کدام یک از ویژگی‌های محصولات و خدمات را می‌توان حذف کرد؟ ب) کدام یک از خصوصیات را باید کاهش داد؟ ج) کدام ویژگی‌ها را باید افزایش داد؟ د) چه خصوصیات جدیدی باید خلق شوند؟

در گام چهارم و بر اساس خرد جمعی و بهره‌گیری از روش‌هایی همچون طوفان مغزی نتیجه نمودار بوم استراتژی جدید منطبق بر تفکر اقیانوس آبی رسم می‌شود (صفری، سادات و سعدآبادی، ۱۳۹۵).

در نهایت و در قدم پنجم به منظور طراحی دقیق محصولات مبتنی بر ارزش‌های مورد نظر مشتریان به چهار سوال زیر از نگاه مشتریان پاسخ داده می‌گردد.

۱- آیا این محصولات طراحی‌شده مشتریان را جذب می‌کند؟

در صورت مثبت بودن جواب به سؤال بعدی این گام رفته و در غیر این صورت، مجدداً به گام سوم رفته و دوباره مسیر مدل طی می‌شود.

۲- آیا قیمت محصول برای مشتریان قابل پذیرش است؟

در صورت مثبت بودن جواب به سؤال بعدی این گام رفته و در غیر این صورت فرایند قیمت‌گذاری

نمودار بوم استراتژی رسم می‌شود. در این نمودار، محور عمودی نشانگر میزان اهمیتی است که بازیگران این فضای رقابتی در عرصه‌های گوناگون برای عوامل رقابتی کلیدی شناسایی‌شده توسط خبرگان قائل هستند. این نمودار قابلیت بررسی پارادایم فکری حاکم بر رقیبان نسبت به بازاری خاص را فراهم می‌آورد (کیوم و موبرگن، ۲۰۰۲).

در قدم دوم به منظور بازطراحی فضای رقابتی، پس از طراحی بوم استراتژی فعلی کشور و سازمان‌های مربوطه آن و نمایش وضعیت فعلی کشور یا بنگاه اقتصادی مورد نظر در آن، مدل اقیانوس آبی با استفاده از شش رویکرد اصلی سعی در بهبود و یا بازسازی فضای رقابتی و بازار دارد. مدل اقیانوس آبی بیان می‌دارد که به منظور رسیدن به نوآوری ارزش، شرکت‌ها می‌بایست در شش مسیر مطرحی در زیر نظر افکنند:

شش مسیر پیشنهادی مدل اقیانوس آبی عبارت‌انداز: الف) مسیر یکم: جست‌وجو در فرصت‌های اقتصادی جایگزین. ب) مسیر دوم: جست‌وجو در دسته‌های راهبردی در فرصت‌ها و بازارهای اقتصادی. ج) مسیر سوم: بررسی راهبردی پیوستار مشتریان. د) مسیر چهارم: بررسی راهبردی محصولات و خدمات مکمل در فرصت‌های اقتصادی. ه) مسیر پنجم: بررسی راهبردی در میان ویژگی‌های اصلی بهره‌گیری از محصولات و بهره‌گیری صحیح از احساسات در اضافه یا کم کردن ویژگی‌های محصولات با توجه به خواسته‌های مشتریان. و) مسیر ششم: بررسی آینده‌نگرانه روندها و بازه‌های زمانی فرصت‌های اقتصادی.

در پایان قابل ذکر است که در صورتی که شرکت‌های مورد نظر قادر به استفاده از هیچ‌کدام از شش مسیر ارائه‌شده نباشد، استراتژی اقیانوس آبی



مجدداً طی می‌شود. پرداخته و نتایج خود را تحت عنوان الگویی اجرایی ارائه دادند.

(شاه‌بندزاده و کبگانی، ۱۳۹۵) و در انتها (صفری، سادات و سعدآبادی، ۱۳۹۵) در یکی از جامع‌ترین پژوهش‌های حوزه اجراسازی اقیانوس آبی، به بررسی تمام تکنیک‌های این مدل در خلق بازارهای جدید پرداخته و ضمن ارائه مدلی جامع در این رابطه، با استفاده از مدل یادشده به طراحی مجدد بازار و تدوین استراتژی‌های رقابتی یک شرکت بزرگ تولیدی با استفاده ترکیبی از استراتژی جوذویی و استراتژی اقیانوس آبی در چارچوب کارت امتیازی متوازن پرداختند.

## ۲. روش‌شناسی پژوهش

روش انتخاب‌شده برای شناسایی ابعاد و ظرفیت‌های راهبردی اقتصاد مقاومتی این حوزه، مبتنی بر تحلیل داده‌های میدانی و کتابخانه‌ای است. در ادامه و بر اساس فرایند جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها با رویکرد گروه کانونی جدول شماره ۲، ابتدا از طریق مصاحبه مجموعه نظرات افراد خبره در زمینه سیاست‌های راهبردی اقتصاد مقاومتی به منظور طراحی مدل مفهومی تصویر شماره ۱ دریافت و سپس استخراج و دسته‌بندی شد.

در گام بعدی، اطلاعات گردآوری و مدل‌سازی شده، در جلسات گروه کانونی با حضور خبرگان منتخب، به بحث گذاشته شد تا اولاً ظرفیت‌های استراتژیک اقتصادی نهفته در کلام مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) که قابلیت بهره‌گیری از آنها در مدل اقیانوس آبی وجود داشت، شناسایی شده فرصت‌های اقتصادی منتخب بود، مورد بحث قرار گیرد و استنتاج و تأیید اعتبار شود.

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

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

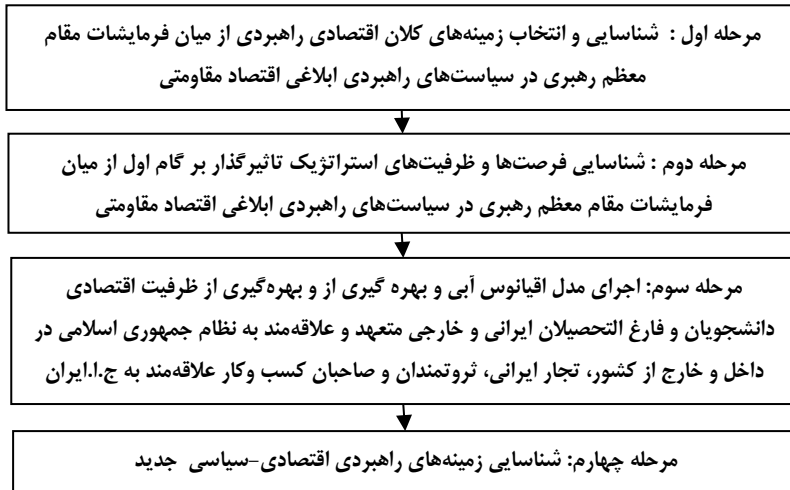
۴- آیا موانع پذیرش محصول تولیدی از جانب مشتریان بررسی شده است؟

در صورت مثبت بودن جواب سؤال چهارم، این مرحله، آخرین گام در اجرای مدل اقیانوس آبی است و نوآوری ارزش آفرین خلق شده است. در غیر این صورت، پرسش چهارم را بررسی کرده تا پاسخ آن مثبت شود (صفری، سادات و سعدآبادی، ۱۳۹۵).

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

در پژوهشی دیگر، جمعی از محققین سعی کردند تا به شیوه‌ی کمی الگویی راهبرد اقیانوس آبی را در صنعت بانکداری توسعه دهند (علی‌زاده، شیرینی و تابان، ۱۳۹۳).

در مقاله‌ای دیگر دو تن از محققین این حوزه در پژوهشی، به شناسایی ابعاد شناختی، تسهیم منابع، انگیزشی و سیاسی در پیاده‌سازی راهبرد اقیانوس



**تصویر ۱. الگوی ظرفیت‌سازی اقتصادی نرم**

تحت عنوان «الگوی ظرفیت‌سازی اقتصادی نرم» طراحی و ارائه شد.

**۳. یافته‌های پژوهش**

در این پژوهش، ابتدا با بررسی متون آکادمیک و تحقیقات پیشین حوزه جنگ نرم اقتصادی و

سپس برخی پتانسیل‌های دانشجویان ایرانی شاغل در کشورهای دوست و بی‌طرف و همچنین دانشجویان خارجی شاغل به تحصیل در ایران بررسی شد.

در نهایت با استفاده از الگوی ترکیبی ارائه‌شده، اقدامات استراتژیک اقتصادی جدیدی در سطح ملی

**جدول ۲. مدل اجرای پژوهش بر اساس رویکرد کانونی**

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

۴- به‌کارگیری ظرفیت مورد نیاز کشورهای دوست ایران و بی‌طرف جهان به نفت

به‌کارگیری ظرفیت تجاری، ایرانیان، شیعیان ثروتمند و دوستداران ایران در خارج از کشور از طریق ایجاد بانک اطلاعاتی دانشجویان و طلبه‌های آفریقایی و دانشجویان مرتبط با شبکه منسجم خوجه‌های بسیار ثروتمند هندی‌الاصل در آفریقا و اتصال این افراد به شرکت‌های داخلی مورد وثوق ایران

### ۳.۳. مرحله سوم: اجرای مدل اقیانوس آبی

#### ۱.۱.۳. رسم بوم استراتژی برای وضعیت فعلی

در این مرحله ابتدا بوم استراتژی رسم زمینه کلان اقتصادی صادرات نفت و محصولات نفتی در وضعیت فعلی مطابق با تصویر شماره ۲ طراحی شد.

۳. ۱. ۲. استفاده از مسیرهای جست‌وجوی شش‌گانه به منظور ایجاد فرصت‌های جدید اقتصادی نوین مبتنی بر زمینه‌های کلان اقتصادی راهبردی از میان فرمایشات مقام معظم رهبری در سیاست‌های راهبردی اقتصادی مقاومتی:

جست‌وجو و بررسی در میان صنایع و فرصت‌های اقتصادی جایگزین: در زمینه کلان اقتصادی صادرات نفت و محصولات نفتی با توجه کمبود این نعمت خدادادی، فروش محصولات نفتی و پتروشیمی حیاتی و فراوری‌شده مانند بنزین به عنوان یک فرصت جایگزین فروش نفت خام کشور است.

مسیر ۲: جست‌وجو و بررسی گروه‌های استراتژیک در صنایع و بازارهای اقتصادی: عدم توجه به نیاز کشورهای در حال توسعه آسیایی، آفریقایی و آمریکای جنوبی و علی‌الخصوص کشورهای آفریقایی

اقتصاد مقاومتی، زمینه‌های کلان اقتصادی راهبردی از میان فرمایشات مقام معظم رهبری در ابلاغیه سیاست‌های راهبردی اقتصاد مقاومتی و مرتبط با جهش تولید مشخص شدند.

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

۳. ۱. ۱. مرحله اول: شناسایی و انتخاب ظرفیت‌ها و زمینه‌های کلان اقتصادی راهبردی از میان فرمایشات مقام معظم رهبری در سیاست‌های راهبردی اقتصادی مقاومتی:

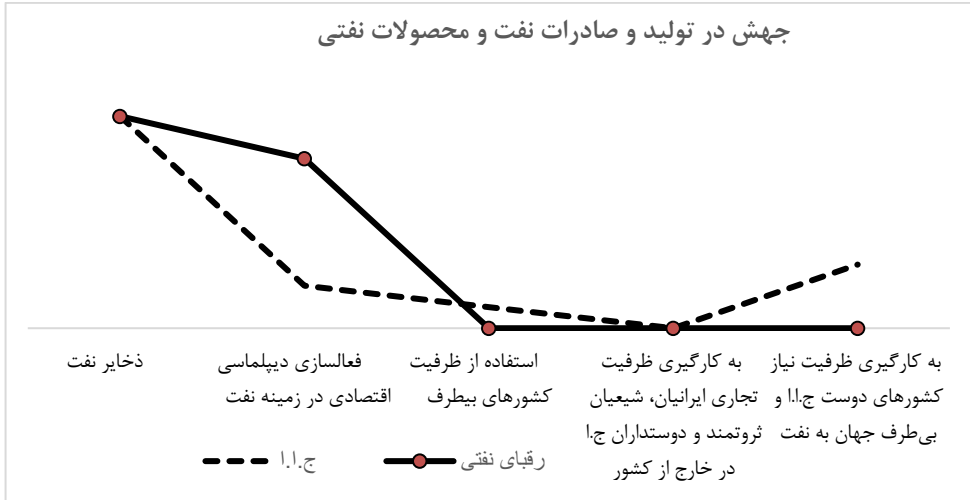
به طور مثال، یکی از زمینه‌های انتخاب‌شده با الگوی ارائه‌شده در این پژوهش، جهش در تولید و صادرات نفت و محصولات نفتی است، که الگوی پیشنهادی برای آن اجرا می‌شود.

۳. ۲. مرحله دوم: شناسایی فرصت‌ها و ظرفیت‌های استراتژیک تأثیرگذار بر گام اول از میان فرمایشات مقام معظم رهبری در سیاست‌های راهبردی ابلاغی اقتصاد مقاومتی:

۱- ذخایر نفت و محصولات نفتی (پتروشیمی)

۲- فعال‌سازی دیپلماسی اقتصادی در زمینه نفت

۳- استفاده از ظرفیت کشورهای بی‌طرف



### تصویر ۲. بوم استراتژی برای وضعیت فعلی

این افراد در کشورهای متبوع خود، این افراد قابلیت رهنمون‌سازی کشور ایران را به بخش قابل توجهی از بازار آفریقا را دارا هستند.

مسیر ۴: جست‌وجو و بررسی در میان محصولات و خدمات مکمل: نیاز به احداث پالایشگاه و پمپ بنزین

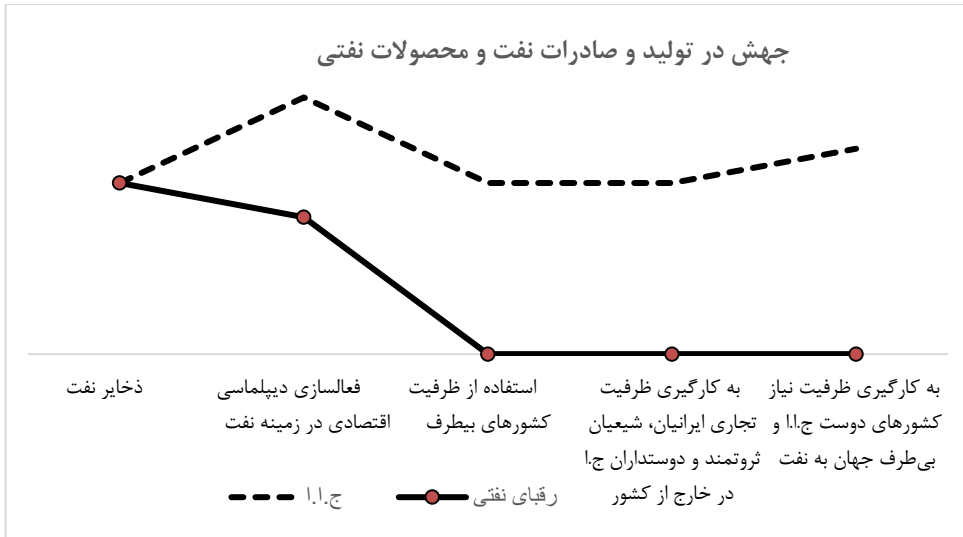
مسیر ۵: جست‌وجو و بررسی در میان خصیصه‌های کارکردی یا احساسی مشتریان: در این مورد، برای زمینه کلان اقتصادی صادرات نفت و محصولات نفتی چیزی یافت نشد.

مسیر ۶: جست‌وجو و بررسی در سراسر زمان: روند حاکم بر بسیاری از کشورهای در حال توسعه و بی‌طرف در قاره‌های گوناگون، علی‌الخصوص آفریقا مانند کشور آفریقای جنوبی، نشان از نیاز روزافزون این کشورهای دورمانده از رادار برخی کشورهای صاحب منابع نفت به این ماده حیاتی در طی سالیان آتی را دارد.

که کمتر مورد توجه اقتصادی کشورهای غربی هستند، یک فرصت عالی است.

مسیر ۳: جست‌وجو و بررسی در میان زنجیره مشتریان: به منظور به‌کارگیری ظرفیت مورد نیاز کشورهای دوست ایران و بی‌طرف جهان به نفت و محصولات نفتی و به‌کارگیری ظرفیت تجاری، ایرانیان، شیعیان ثروتمند و دوستداران ایران در خارج از کشور، می‌توان با بهره‌گیری از ظرفیت و اشراف فرهنگی دانشجویان و طلبه‌های خارجی، به‌ویژه آفریقایی‌های شاغل به تحصیل و فارغ‌التحصیل در ایران به نیازهای تجاری و اقتصادی مرتبط با محصولات نفتی کشورهای خود، به مشتریانی جدید دست یافت.

از سویی به دلیل ارتباط تنگاتنگ این دانشجویان با مسلمانان و مجامع شیعیان در کشورهای متبوع خود که غالباً توسط شیعیان خوجه ثروتمند و پرنفوذ آن کشورها و صد البته نفوذ چند صد ساله اقتصادی



#### تصویر ۳. بوم استراتژی جدید

در اقدامات استراتژیک، بایستی وضعیت کشور در موارد: الف) فعال سازی دیپلماسی اقتصادی در زمینه نفت، ب) استفاده از ظرفیت کشورهای بی طرف، ج) به کارگیری ظرفیت تجاری، ایرانیان، شیعیان ثروتمند و دوستان ایران در خارج از کشور از طریق بهره گیری از دانش اطلاعاتی دانشجویان ایرانی و خارجی و د) به کارگیری ظرفیت نیاز کشورهای دوست ایران و بی طرف جهان به نفت بهبود حاصل شود.

#### ۳. ۱. ۴. رسم بوم استراتژی جدید و منطبق بر تفکر اقیانوس آبی

سپس در مرحله این مرحله، بوم استراتژی جدید مطابق تصویر شماره ۳ رسم می شود.

#### ۳. ۱. ۳. بهره گیری از تکنیک اقدامات چهارگانه

در این مرحله و پس از طی کردن مسیرهای جست و جوی شش گانه و به منظور عملیاتی کردن نتایج استراتژیک یافته شده از مسیرهای شش گانه، چارچوب چهار اقدامی متشکل از چهار پرسش: ۱. کدام یک از ویژگی ها را می توان حذف کرد؟ ۲. کدام عامل را باید کاهش داد؟ ۳. کدام عامل را باید افزایش داد؟ ۴. چه ویژگی های جدیدی باید خلق شوند؟ استفاده کرده تا افق جدید وضعیت زمینه های کلان اقتصادی راهبردی انتخابی از میان فرمایشات مقام معظم رهبری در سیاست های راهبردی اقتصادی مقاومتی که مرتبط با جهش تولید هستند را رسم کنیم.

در این مرحله این نتیجه حاصل شد که به منظور اجرایی سازی نتایج حاصله از مسیرهای شش گانه

جدول ۳. اقدامات راهبردی اقتصادی سیاسی طراحی شده با بهره‌گیری از پتانسیل اقتصادی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان ایرانی و خارجی متعهد و علاقه‌مند به نظام ایران در داخل و خارج از کشور، تجار ایرانی، ثروتمندان و صاحبان کسب و کار علاقه‌مند به ایران در کشورهای دوست و یا بی‌طرف

اقدامات راهبردی اقتصادی سیاسی نوین با استفاده از مدل مفهوم استراتژی اقیانوس آبی و بهره‌گیری از پتانسیل اقتصادی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان ایرانی و خارجی متعهد و علاقه‌مند به نظام ایران در داخل و خارج از کشور، تجار ایرانی، ثروتمندان و صاحبان کسب و کار علاقه‌مند به ایران در کشورهای دوست و یا بی‌طرف	ظرفیت‌ها و فرصت‌های استراتژیک اقتصادی ایران در کلام مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)	ظرفیت‌ها و زمینه‌های کلان اقتصادی راهبردی از میان فرمایشات مقام معظم رهبری
<p>احداث بالايشگاه بنزين و پتروشيمي با مشاركت صاحبان صنايع کشورهای دوست و بی‌طرف و به‌کارگیری ظرفیت تجاری به‌کارگیری ظرفیت تجاری افراد ایرانی‌الاصل و شیعیان ثروتمند در کشورهای در حال توسعه آفریقای و آسیایی به منظور ایجاد بازار پایدار نفت و محصولات نفتی برای کشور از طریق ایجاد بانک اطلاعاتی اقتصادی ایجاد شده توسط دانشجویان و طلبه‌های مجموعه‌هایی مانند جامعه‌المصطفی</p>	<p>ذخایر نفت فعال‌سازی دیپلماسی اقتصادی استفاده از ظرفیت کشورهای بی‌طرف به‌کارگیری ظرفیت شرکای تجاری قدیمی ایران در طول تاریخ به‌کارگیری ظرفیت تجاری شیعیان خوجه ثروتمند در خارج از کشور به‌کارگیری ظرفیت تجاری ایرانیان خارج از کشور</p>	<p>جهش در تولید و صادرات نفت و محصولات نفتی</p>
<p>ایجاد بازار تأمین مواد غذایی مورد نیاز کشورهای آسیای مرکزی و روسیه در زمینه تأمین مواد غذایی استراتژیک در این کشورها مانند سیب‌زمینی در فصل سرما به دلیل چهار فصل بودن ایران در تمام دوران و اشتراکات سیاسی و بهره‌گیری از ظرفیت دانشجویان ایرانی، به‌ویژه دانشجویان مدیریت در آن کشورها جهت شناسایی بازارها و نیازمندی‌های مردم آن مناطق و بهره‌گیری از پتانسیل دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران به منظور رایزنی فرهنگی اقتصادی در آن کشورها</p> <p>ایجاد بازار تأمین مواد غذایی مورد نیاز کشورهای عرب زبان و حوزه خلیج فارس نظیر سوریه، قطر و عمان در زمینه تأمین مواد غذایی مورد نیاز آن‌ها به دلیل چهار فصل بودن ایران در تمام دوران و اشتراکات فرهنگی و سیاسی و انجام پروژه‌های بازاریابی و نیازسنجی اقتصادی توسط دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران</p>	<p>فعال‌سازی دیپلماسی اقتصادی ظرفیت چهار فصل بودن ایران ظرفیت‌های حمل‌ونقل داخلی ظرفیت تولید محصولات استراتژیک ظرفیت‌های فرهنگی ظرفیت‌های سیاسی</p>	<p>جهش درآمدی از تأمین مواد غذایی کشورهای همسایه با توجه به فصول مختلف سال</p>

<p><b>اقدامات راهبردی اقتصادی سیاسی نوین با استفاده از مدل مفهوم استراتژی اقیانوس آبی و بهره‌گیری از پتانسیل اقتصادی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان ایرانی و خارجی متعهد و علاقه‌مند به نظام ایران در داخل و خارج از کشور، تجار ایرانی، ثروتمندان و صاحبان کسب‌وکار علاقه‌مند به ایران در کشورهای دوست و یا بی‌طرف</b></p>	<p><b>ظرفیت‌ها و فرصت‌های استراتژیک اقتصادی ایران در کلام مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)</b></p>	<p><b>ظرفیت‌ها و زمینه‌های کلان اقتصادی راهبردی از میان فرمایشات مقام معظم رهبری</b></p>
<p>ایجاد بازار گردشگری با توجه به جاذبه‌های منحصر به فرد ایران مانند کویرگردی در کشورهای آسیای مرکزی و روسیه با بهره‌گیری از ظرفیت دانشجویان ایرانی، به‌ویژه دانشجویان مدیریت در آن کشورها جهت شناسایی بازارها و نیازمندی‌های مردم آن مناطق و بهره‌گیری از پتانسیل دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران به منظور رایزنی فرهنگی اقتصادی در آن کشورها</p>	<p>فعال‌سازی دیپلماسی اقتصادی ظرفیت چهار فصل بودن ایران ظرفیت‌های حمل‌ونقل داخلی ظرفیت‌های گردشگری ظرفیت‌های ارزآوری ظرفیت‌های فرهنگی ظرفیت‌های سیاسی</p>	<p>جهش درآمدی از حضور توریست‌های کشورهای همسایه با توجه به شرایط اقلیمی و علاقت آن ملت</p>
<p>ایجاد بازار گردشگری با توجه به جاذبه‌های منحصر به فرد ایران برای کشورهای حوزه خلیج فارس نظیر قطر و عمان، کویت، علی‌الخصوص در فصول زیارتی و فصول گرم سال بازاریابی و نیازسنجی اقتصادی توسط دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران</p>		
<p>ایجاد شبکه چابک از کشورهای دوست و بی‌طرف، بازارهای کمتر دست‌یافته توسط دشمنان و شناسایی تجار برجسته دوست و زمینه‌های قابل همکاری با آنان از طریق همکاری وزارت امور خارجه، وزارت صنعت، معدن و تجارت و مراکز مذهبی از طریق بهره‌گیری از پتانسیل دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران به منظور رایزنی فرهنگی اقتصادی در آن کشورها</p>	<p>صادرات محصولات تولیدی باکیفیت ظرفیت خوداتکایی در تولید محصولات استراتژیک فعال‌سازی دیپلماسی اقتصادی استفاده از ظرفیت کشورهای بی‌طرف آفریقایی</p>	<p>جهش درآمدی از طریق ایجاد ظرفیت صادرات پرسود محصولات تولیدی کشور ایران مانند ماشین‌آلات و محصولات</p>
<p>ایجاد شبکه صادرات از طریق شناسایی دوستان ایران و خوجه‌های ثروتمند و شیعیان در آفریقا از طریق بهره‌گیری از پتانسیل دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران و اشراف آن‌ها به مباحث، قانونی، اقتصادی و فرهنگی کشورهای آفریقایی به منظور کاهش خروج ارز و تأمین محصولات استراتژیک، مانند گوشت از آفریقا</p>	<p>به‌کارگیری ظرفیت تجاری شیعیان خوجه ثروتمند در آفریقا خارج از کشور حمایت از شرکت‌های دانش بنیان و پارک‌های فناوری</p>	<p>منحصر به فرد سایر کشورهای بی‌طرف و دوست از طریق اتصال کشور به اقیانوس هند</p>

**اقدامات راهبردی اقتصادی سیاسی نوین با استفاده از مدل مفهوم استراتژی اقیانوس آبی و بهره‌گیری از پتانسیل اقتصادی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان ایرانی و خارجی متعدد و علاقه‌مند به نظام ایران در داخل و خارج از کشور، تجار ایرانی، ثروتمندان و صاحبان کسب‌وکار علاقه‌مند به ایران در کشورهای دوست و یا بی‌طرف**

**ظرفیت‌ها و فرصت‌های استراتژیک اقتصادی ایران در کلام مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)**

**ظرفیت‌ها و زمینه‌های کلان اقتصادی راهبردی از میان فرمایشات مقام معظم رهبری**

ایجاد شبکه صادرات محصولات کشورهای دوست و کمتر مورد توجه قرار گرفته مانند کشورهای آفریقایی از طریق ایجاد کارخانجات صنایع تبدیلی در نقاط محروم مانند جنوب شرق و شمال شرق و ارسال محصولاتی مانند قهوه، میوه‌های استوایی به بازارهای نزدیک از طریق بهره‌گیری از پتانسیل دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران و اشراف آن‌ها به مباحث قانونی، اقتصادی و فرهنگی کشورهای آفریقایی و آشنایی با تجار ثروتمند طرفدار و علاقه‌مند به همکاری با ایران، شیعیان خوجه ثروتمند در آفریقا و....

واردات منصفانه محصولات تولیدی باکیفیت ظرفیت خوداتکایی در تولید محصولات استراتژیک فعال‌سازی دیپلماسی اقتصادی استفاده از ظرفیت کشورهای بی‌طرف آفریقایی

جهش درآمدی از طریق ایجاد واردات منصفانه نیازمندی‌های کشور به طور مستقیم و کوتاه کردن دست واسطه‌های کشورهای متخاصم و سودجو

ایجاد شبکه واردات استراتژیک ملی از طریق شناسایی دوستان ایران با بهره‌گیری از پتانسیل تحقیقاتی و اجرایی دانشجویان ایرانی و دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران در کشورهای آسیایی، آفریقایی و آمریکایی هم‌صدا با ایران مانند تجار لبنانی در آمریکای جنوبی، خوجه‌های ثروتمند و شیعیان در آفریقا از طریق ایجاد بانک اطلاعاتی دقیق وارداتی از طریق کار علمی دقیق به منظور کاهش واسطه‌گری ناعادلانه دشمنان و خروج ارز نامتعارف جهت تأمین محصولات استراتژیک، مانند گوشت از آفریقا یا ماهی و برنج از کشورهای آمریکای جنوبی

به‌کارگیری ظرفیت تجاری شیعیان لبنانی پراکنده در سراسر دنیا به‌کارگیری ظرفیت تجاری شیعیان خوجه ثروتمند در آفریقا خارج از کشور

ایجاد شرکت‌های مهندسی از طریق بهره‌گیری از پتانسیل دانشجویان ایرانی و دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران به منظور رایزنی مهندسی اقتصادی در آن کشورهای هم‌پیمان و بی‌طرف و کشورهای کمتر جذاب از لحاظ اقتصادی برای کشورهای غربی مانند کشورهای آفریقایی نظیر کنیا و آسیایی نظیر اندونزی و بنگلادش جهت ایجاد جهش درآمدی از طریق ایجاد بازارهای نوین اقتصادی و شرکای تجاری جدید به منظور افزایش صادرات محصول و خدمات فنی مهندسی و برقراری ارتباط تجار ایرانی و تجار علاقه‌مند به همکاری با آن کشور

صادرات محصولات تولیدی با کیفیت صادرات خدمات فنی مهندسی ظرفیت خوداتکایی در تولید محصولات استراتژیک فعال‌سازی دیپلماسی اقتصادی استفاده از ظرفیت کشورهای بی‌طرف و بازارهای نوین مانند آفریقا به‌کارگیری ظرفیت تجاری ایرانی و خوجه ثروتمند در آفریقا خارج از کشور حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و پارک‌های فناوری

جهش درآمدی از طریق ایجاد ظرفیت صادرات در بازارهای نوین مصالح ساختمانی، خدمات فنی مهندسی

بهره‌گیری از پتانسیل دانشجویان ایرانی و دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران و دوستداران همکاری با ایران در آن کشورها در ایران به منظور نمایندگی شرکت‌های دانش‌بنیان فنی مهندسی ایرانی



ظرفیت‌ها و  
زمینه‌های  
کلان اقتصادی  
راهبردی از میان  
فرمایشات مقام  
معظم رهبری

ظرفیت‌ها و فرصت‌های  
استراتژیک اقتصادی ایران  
در کلام مقام معظم رهبری  
(مدظله‌العالی)

اقدامات راهبردی اقتصادی سیاسی نوین با استفاده از مدل  
مفهوم استراتژی اقیانوس آبی و بهره‌گیری از پتانسیل اقتصادی  
دانشجویان و فارغ‌التحصیلان ایرانی و خارجی متعهد و علاقه‌مند  
به نظام ایران در داخل و خارج از کشور، تجار ایرانی، ثروتمندان  
و صاحبان کسب‌وکار علاقه‌مند به ایران در کشورهای دوست و  
یا بی‌طرف

جهش درآمدی  
از طریق ایجاد  
ظرفیت صادرات  
در بازارهای نوین  
خدمات پزشکی و  
محصولات دارویی

صادرات محصولات تولیدی با کیفیت  
صادرات خدمات درمانی و دارویی  
ظرفیت خوداتکایی در تولید  
محصولات استراتژیک  
فعال‌سازی دیپلماسی اقتصادی  
استفاده از ظرفیت کشورهای بی‌طرف  
و بازارهای نوین مانند آفریقا  
به‌کارگیری ظرفیت تجاری ایرانی و  
خوچه ثروتمند در آفریقا خارج از کشور  
توریسم درمانی

ایجاد دایره‌المعارف نیازهای خدمات درمانی و دارویی در کشورهای  
هم‌پیمان و بی‌طرف و مانند کشورهای آفریقایی جهت ایجاد جهش درآمدی  
از طریق ایجاد بازارهای نوین اقتصادی و شرکای تجاری جدید به منظور  
افزایش صادرات خدمات درمانی و دارویی از طریق ارتباط با تجار ایرانی  
و شیعیان مقیم آن کشور با بهره‌گیری از پتانسیل دانشجویان و طلبه‌های  
خارجی آن کشورها در ایران

پخش محصولات دارویی ایران از طریق تجار و دانشجویان ایرانی و  
مسلمانان و شیعیان مقیم آن کشورها و از طریق بهره‌گیری از پتانسیل  
دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران

جهش درآمدی  
از طریق ایجاد  
سرمایه‌گذاری  
کشاورزی و تولیدی  
در کشورهای  
بی‌طرف و هم‌پیمان

محصولات استراتژیک  
فعال‌سازی دیپلماسی اقتصادی  
ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری در مناطق  
کشورهای محروم با پتانسیل بالا  
استفاده از ظرفیت کشورهای بی‌طرف  
بازارهای نوین اطراف مانند آفریقا  
ظرفیت کاهش مصارف ارزی

ایجاد دایره‌المعارف کشاورزی کشورهای غیرمتخاصم ایران به جهت  
سرمایه‌گذاری مشترک به منظور تأمین محصولات کشاورزی استراتژیک  
کشور و بازارهای همسایه از طریق همکاری‌های مشترک‌گیری از پتانسیل  
تحقیقاتی و اجرایی دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران در  
کشورهای آسیایی و آفریقایی

ایجاد شبکه تولیدات محصولات استراتژیک ملی در کشورهایی، چون کنیا  
از طریق شناسایی دوستان ایران با بهره‌گیری از پتانسیل تحقیقاتی و اجرایی  
دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران در کشورهای آسیایی  
و آفریقایی جهت تأمین محصولات استراتژیک، مانند گوشت از آفریقا و یا  
برنج از کشورهای آمریکای جنوبی

اقدامات راهبردی اقتصادی سیاسی نوین با استفاده از مدل مفهوم استراتژی اقیانوس آبی و بهره‌گیری از پتانسیل اقتصادی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان ایرانی و خارجی متعهد و علاقه‌مند به نظام ایران در داخل و خارج از کشور، تجار ایرانی، ثروتمندان و صاحبان کسب‌وکار علاقه‌مند به ایران در کشورهای دوست و یا بی‌طرف

ظرفیت‌ها و فرصت‌های استراتژیک اقتصادی ایران در کلام مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)

ظرفیت‌ها و زمینه‌های کلان اقتصادی راهبردی از میان فرمایشات مقام معظم رهبری

ایجاد زمینه‌های لازم برای سرمایه‌گذاری ایرانیان خارج از کشور و ثروتمندان خارجی در بورس و پروژه‌های زیرساختی کشور نظیر گسترش راه و آبپیه.

حمایت از تولید ملی توانمندسازی بخش خصوصی و فعال‌سازی ظرفیت‌های داخلی بهبود فضای کسب‌وکار ظرفیت حمایت از تولید داخلی

جهش درآمدی و اشتغال‌زایی از طریق رونق توریست‌درمانی

ایجاد مراکز توریست‌درمانی در نقاط مرزی و توریستی کشور و ارائه خدمات درمانی برتر در سطح بین‌المللی توسط متخصصان داخلی و خارجی و اعطای نمایندگی این مراکز به دانشجویان ایرانی و دانشجویان و طلبه‌های خارجی آن کشورها در ایران تحت عنوان سفیران فرهنگ و سلامت

ظرفیت قیمت ارز و ظرفیت هزینه‌های تولید ظرفیت کاهش مصارف ارزی به‌کارگیری ظرفیت ایرانیان خارج از کشور اندازه بازارهای سلامت کشورهای همسایه و کشورهای با اشتراکات فرهنگی مشترک ظرفیت ناشی از تمرکز زدایی

جهش درآمدی و اشتغال‌زایی از طریق رونق تولید محصولات دانش‌بنیان از طریق معافیت‌های مالیاتی و صادراتی و ایجاد شبکه عرضه و شناسایی توانمندی‌های شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی از طریق ایجاد ارتباط با تجار ایرانی، تشکیلات منظم خوجه‌های ثروتمند، مسلمانان و شیعیان ثروتمند در آفریقا و... توسط دانشجویان ایرانی، دانشجویان و طلبه‌های خارجی در ایران به مردم، تجار و مسئولین کشورهای پرتانسیل آفریقایی و آسیایی

حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و پارک‌های فناوری ظرفیت‌های صادراتی ظرفیت‌های منابع انسانی فعال‌سازی دیپلماسی اقتصادی استفاده از ظرفیت کشورهای بی‌طرف و بازارهای نوین مانند آفریقا به‌کارگیری ظرفیت تجاری ایرانی ظرفیت‌های مذهبی

جهش درآمدی و اشتغال‌زایی و ارزآوری از طریق رونق تولیدات دانش‌بنیان در کشور

### ۳. ۱. ۵. ویژگی‌های بارز محصولات و خدمات

در این مرحله به منظور طراحی دقیق‌تر اقدامات استراتژیک اقتصادی مبتنی بر ارزش‌های مورد نظر مشتریان بین‌المللی، به ترتیب به چهار سؤال زیر در رابطه با فرصت‌های جدید اقتصادی مبتنی بر زمینه‌های کلان اقتصادی راهبردی از میان فرمایشات مقام معظم رهبری در سیاست‌های راهبردی اقتصادی مقاومتی پاسخ داده شد.

۱- آیا گروه‌های خاصی از مشتریان در رابطه با محصول جدید وجود دارند؟ بله، به نظر می‌رسد فرصت‌های جدید اقتصادی نوین، در صورت طراحی اقدامات استراتژیک مناسب برای آن‌ها مشتریان جدیدی را به کشور ایران معرفی خواهد کرد.

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

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

۴- موانع پذیرش خدمات و فرصت‌های جدید اقتصادی توسط مشتریان تازه در اجرای ایده‌های کلان اقتصادی کشور چیست؟ احتمال اثرگذاری تحریم‌های ظالمانه و کارشکنی‌های دشمنان وجود دارد که در این زمینه جست‌وجوی مسیرهای شش‌گانه و تأکید آن بر همکاری با کشورهای دوستان ایران تا حدود زیادی با آن مقابله خواهد کرد.

### ۳. ۴. مرحله چهارم: شناسایی زمینه اقتصادی جدید

با بررسی و جمع‌بندی اقدامات فوق اقدام استراتژیک زیر به منظور بهره‌گیری از فرصت‌های جدید اقتصادی خلق‌شده با مدل مطرح‌شده، ارائه شد:

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

سایر اقدامات استراتژیک زیر به منظور اجراسازی مدل مطرح شده، با روش مشابه مراحل قبل تهیه و در جدول شماره ۳ ارائه شده است

### ۴. بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش، ابتدا مفهوم جنگ نرم اقتصادی، اقتصاد مقاومتی و ظرفیت‌های استراتژیک اقتصادی موجود در کشور ایران به عنوان ابزاری برای مقابله با جنگ نرم اقتصادی بررسی و بسط داده شد و تحقیقات این حوزه مرور شد.

سپس مدل اقیانوس آبی، اقدامات و مزایای این مدل استراتژیک به عنوان مدلی راهگشا در عرصه یافتن زمینه‌های بکر اقتصادی و تجاری در شرایط فعلی جمهوری اسلامی ایران مرور شد.

در ادامه نحوه به‌کارگیری ترکیبی مدل استراتژی اقیانوس آبی با سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی

رهبری (مدظله‌العالی) و راهکارهای مقابله با جنگ نرم و صد البته ایجاد اتاق‌های فکر و پروژه‌های اقتصادی مشترک بین صاحبان صنایع، سفارتخانه‌ها و اقتصادی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان ایرانی و خارجی متعهد و علاقه‌مند به نظام ایران در داخل و خارج از کشور، تجار ایرانی، ثروتمندان و صاحبان کسب و کار علاقه‌مند به ایران در کشورهای دوست یا بی‌طرف، کمک شایانی در نیل به ظرفیت‌سازی اقتصادی و جهش تولید خواهد کرد.

### ملاحظات اخلاقی

#### پیروی از اصول اخلاق پژوهش

اصول اخلاق پژوهش تماماً در این مقاله رعایت شده است. شرکت کنندگان اجازه داشتند هر زمان که مایل بودند از پژوهش خارج شوند. همچنین همه شرکت کنندگان در جریان روند پژوهش بودند. اطلاعات آن‌ها محرمانه نگه داشته شد.

#### حامی مالی

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

#### مشارکت نویسندگان

تمام نویسندگان در طراحی، اجرا و نگارش همه بخش‌های پژوهش حاضر مشارکت داشته‌اند.

#### تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان، این مقاله تعارض منافع ندارد.

ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) با بهره‌گیری از ظرفیت دانشجویان داخل و خارج از کشور پتانسیل اقتصادی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان ایرانی و خارجی متعهد و علاقه‌مند به نظام ایران در داخل و خارج از کشور، تجار ایرانی، ثروتمندان و صاحبان کسب و کار علاقه‌مند به ایران که به طور مستقیم با امر جهش تولید در ارتباط بودند، در قالب چارچوبی جامع ارائه شد و در نهایت با به‌کارگیری این مدل ترکیبی و خلاقانه، تعدادی زمینه اقتصادی و تجاری بکر و نوین ایجاد شد.

با توجه به مباحث مطرح‌شده در بخش پیشینه پژوهش و زمینه‌های یافته‌شده در این پژوهش، می‌توان ادعا کرد که ظرفیت‌های اقتصادی بسیار برجسته و دست‌نخورده‌ای در بازار کشورهای دوست و بی‌طرف در عرصه مواضع سیاسی بین‌المللی مانند کشورهای آسیای میانه، هند و پاکستان و بخشی نیز از آسیای جنوب شرقی، کشورهای مسلمان‌نشین اروپای شرقی و کشورهای آفریقایی وجود دارد که تاکنون مورد غفلت واقع شده‌اند.

از سویی دیگر، به موانع این پژوهش از جمله: ۱. کمبود پژوهش‌های اقتصادی در رابطه با ظرفیت‌های اقتصادی کشور با جزئیات اجرایی ۲. کمبود تجربیات اجرایی و واقعی محققان این حوزه در به‌کارگیری ظرفیت‌های اقتصادی نهفته در سیاست‌های کلی ابلاغی آن از سوی مقام معظم رهبری (مدالعالی) ۳. کمبود پژوهش‌های مرتبط با اطلاعات و ظرفیت‌های اقتصادی مورد اشاره در این پژوهش در کشورهای دوست و هم‌پیمان می‌توان اشاره کرد.

علاوه بر موارد فوق به نظر می‌رسد انجام پروژه‌های جدید تحقیقاتی به منظور واکاوی دقیق و موشکافانه ظرفیت‌های اقتصادی کشور مرتبط با سیاست‌های کلی ابلاغی آن از سوی مقام معظم

منابع

- ۴۸-۵. شاهبندرزاده، ح. و کبگانی، م. ح. (۱۳۹۵). تحلیل کمی فرصت‌های رشد و سودآوری شرکت‌ها بر مبنای ابعاد راهبردهای اقیانوس آبی. *مدیریت بازرگانی*، ۱۸(۱)، ۱۱۷-۱۳۶.
- صفری، ح.، سادات، م. م. و سعدآبادی، ع. ا. (۱۳۹۵). تدوین استراتژی‌های رقابتی با استفاده ترکیبی از استراتژی جودویی و استراتژی اقیانوس آبی در چارچوب کارت امتیازی متوازن. *مدیریت بازرگانی*، ۱۸(۳)، ۶۰۷-۶۳۶.
- علی‌زاده، ن.، شیری، ا. و تابان، م. (۱۳۹۳). توسعه الگوی راهبرد اقیانوس آبی در صنعت بانکداری (مطالعه موردی: بانک‌های خصوصی ایلام). *مدیریت بازرگانی*، ۱۸(۳)، ۶۰۱-۶۲۲.
- فرزندی‌اردکانی، ع. ع.، صفری، ح.، سادات، م. م. و بازرگانی، ح. (۱۳۹۷). طراحی الگوی راهبردی فرهنگی اقتصاد مقاومتی با ملاحظه اقتصادی دفاعی مبتنی بر اندیشه‌های مقام معظم رهبری در ایران. *پژوهش‌های انقلاب اسلامی*، ۷(۲۷)، ۱۴۵-۱۷۶.
- فرزندی‌اردکانی، ع. ع.، یوسفی، م. و عنان‌پورخیرآبادی، م. (۱۳۹۴). اقتصاد مقاومتی در جمهوری اسلامی ایران: چالش‌ها و راهبردها. *پژوهش‌های معاصر انقلاب اسلامی*، ۱۱(۱)، ۶۳-۸۸.
- معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رئیس‌جمهور. (۱۳۹۳). *مجموعه اهداف، سیاست‌ها و برنامه‌های اقتصاد مقاومتی: مصوبات شورای اقتصاد*. تهران: معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رئیس‌جمهور، مرکز اسناد، مدارک و انتشارات.
- میلانی، ج. (۱۳۹۴). اقتصاد مقاومتی و خودباوری ملی، فرصت‌ها و چالش‌های تحقق آن. *مجله اقتصادی*، ۱۵(۷-۸)، ۲۲-۵.
- نعمی، ع. و مظهری، ع. ا. (۱۳۹۳). تأکید بر رابطه بازایابی داخلی و منابع سپرده‌ای بانک به منظور تأمین منابع مالی مولد و فعال‌سازی سرمایه‌های انسانی در راستای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی. *سیاست‌های راهبردی و کلان*، ۲(۷)، ۸۷-۶۵.
- آقا، صالح. (۱۳۹۰). مدل برنامه‌ریزی چندمعیاره کشت محصولات زراعی مبتنی بر «اقتصاد مقاومتی» و وضعیت تحریمی نوار غزه. هشتمین کنفرانس بین‌المللی اقتصاد اسلامی.
- تولایی، ر. (۱۳۸۸). راهبرد اقیانوس آبی به عنوان انقلابی در حوزه مدیریت راهبردی. *فصلنامه علمی توسعه سازمانی پلیس*، ۶(۲۴)، ۷۷-۵۵.
- حسین‌پور، د.، رضایی‌منش، ب. و محمدی‌سیاه‌بومی، ح. ر. (۱۳۹۵). رابطه مدیریت جهادی و استراتژی‌های اقتصاد مقاومتی. *فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی*، ۲۴(۷۹)، ۹۹-۱۲۲.
- حسین‌زاده‌بهرینی، م. ح. (۱۳۹۲). اقتصاد مقاومتی؛ راهکاری برای توسعه. *مشکوٰه*، ۳۲(۱۸)، ۱۳۸-۱۵۹.
- دانش‌جعفری، د. و کریمی، س. (۱۳۹۳). نفت، برنامه ششم توسعه و اقتصاد مقاومتی. *سیاست‌های راهبردی و کلان*، ۸(۱)، ۳۵-۱.
- ذاکر صالحی، غ. ر. و صالحی‌نجف‌آبادی، م. (۱۳۹۱). ارائه راهبردهایی برای جذب دانشجویان خارجی در ایران. *آموزش عالی ایران*، ۴(۳)، ۶۵-۹۲.
- رستمی، ف. و بهرامی‌پور، ف. (۱۳۹۷). بررسی ماهیت اقتصاد مقاومتی و نظریه‌های توسعه اقتصادی. *مجله اقتصادی*، ۱۸(۲-۱)، ۹۵-۱۱۶.
- ستایش، س. و امین، ف. (۱۳۹۴). طراحی راهبرد اقیانوس آبی در حوزه فعالیت‌های مهندسان مشاور در طرح‌های ملی فعال در حوزه سدسازی کشور. *مدیریت دولتی*، ۷(۱)، ۷۱-۸۷.
- سردارنیا، خ. (۱۳۹۵). تأثیر جنگ نرم بر آسیب‌پذیری و تهدید امنیت اقتصادی ایران (۱۳۸۴-۱۳۹۲). *پژوهش‌نامه انقلاب اسلامی*، ۴(۲۰)، ۷۵-۵۷.
- سیف، ا. م. (۱۳۹۲). مقدمه‌ای بر نقشه راه پیاده‌سازی سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران. *مطالعات راهبردی بسیج*، ۱۶(۶۱)، ۸۹-۱۱۵.
- سیف، ا. م. و خجسته، م. (۱۳۹۲). ظرفیت‌ها و محدودیت‌های مدیریت بحران در صحنه جنگ نرم اقتصادی دشمن علیه جمهوری اسلامی ایران. *مطالعات راهبردی بسیج*، ۱۶(۶۰)، ۶۰-۶۰.

## References

- Agha, S. (2011). A Multi Criteria Crop Planning Model Based On the "Resistive economy" characterizing the situation in Gaza Strip. *8th international conference On Islamic Economics and finance*.
- Alizadeh, N., Shiri, A., & Taban, M. (2014). [The development of blue ocean strategy pattern in banking industry (a case study of Ilam of private banks) (Persian)]. *Journal of Business Management*, 6(3), 601-22. [DOI:10.22059/JIBM.2014.50724]
- Daneshjafari, D., & Karimi, S. (2015). [Oil, 6th development plan, resistive economy (Persian)]. *Quarterly Journal of the Macro and Strategic Policies*, 2(8), 1-35. [http://www.jmsp.ir/article\\_8592.html](http://www.jmsp.ir/article_8592.html)
- Farzandi Ardakani, A. A., Safari, H., Sadat, M. M., & Bazargani, H. (2019). [Designing a strategic-cultural model for resistance-economics considering the economic-defense observations based on the supreme leader's thoughts (Persian)]. *Islamic Revolution Research*, 7(27), 145-76. [http://www.roir.ir/article\\_85059.html](http://www.roir.ir/article_85059.html)
- Farzandi Ardakani, A. A., Yusefi, M., & Ananpur Kheyra-badi, M. (2015). [Resistance economics in the Islamic Republic of Iran: Challenges and strategies (Persian)]. *Contemporary Researches on Islamic Revolution*, 1(1), 63-88. <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1132354>
- Hosseinpour, D., Rezaeamanesh, B., & Mohammadi Siahbouni, H. R. (2016). [The relationship between the Ji-hadi management and the strategies of resistive economy (Persian)]. *Journal of Economic Research and Policies*, 24(79), 99-122. <http://qjerp.ir/article-1-1454-fa.html>
- Hosseinzadeh Bahraini, M. H. (2013). [Resistance economy, an approach to development (Persian)]. *Mishkat*, 32(118), 138-59. <https://www.magiran.com/paper/1129827>
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005b). Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make Competition Irrelevant. *Boston Harvard Business School Press*.
- Milani, J. (2015). [Resistance economy and national self-confidence, opportunities and challenges of its realization (Persian)]. *Economic Journal*, 15(7-8), 5-22. <http://ejip.ir/article-1-761-fa.html>
- Naami, A., & Mazhari, A. A. (2014). [Emphasis on the relationship between internal marketing and bank deposit resources in order to supply productive financial resources and activate human capitals in accordance with general policies of resistive economy (Persian)]. *Quarterly Journal of the Macro and Strategic Policies*, 2(7), 65-87. [http://www.jmsp.ir/article\\_7724.html](http://www.jmsp.ir/article_7724.html)
- Roštami, F., & Bahramipour, F. (2018). [Study of the nature of resistance economics and theories of economic development (Persian)]. *Economic Journal*, 18(1-2), 95-116. <https://ejip.ir/article-1-1037-fa.html>
- Safari, H., Sadat, M. M., & Sadabadi, A. A. (2016). [Designing competitive strategies through apply of judo strategy and blue ocean strategy in BSC model (Persian)]. *Journal of Business Management*, 8(3), 607-36. [DOI:10.22059/JIBM.2016.60630]
- Sardarnia, Kh. (2017). [Impact of soft war on vulnerability and threat of Iran's economic security (Persian)]. *Pažuhešnâme-ye Enghelâbe Eslâmi*, 6(20), 57-75. [DOI:10.22084/RJIR.2016.1683]
- Seif, A. M. (2014). [Introduction to the roadmap for implementing the general policies of the resistance economy of the Islamic Republic of Iran (Persian)]. *Basij Strategic Studies*, 16(61), 89-115. [http://www.bsrq.ir/article\\_80400.html](http://www.bsrq.ir/article_80400.html)
- Seif, A. M., & Khojasteh, M. (2013). [Crisis management capacities and limitations in the scene of the soft economic war of the enemy against the Islamic Republic of Iran (Persian)]. *Basij Strategic Studies*, 16(60), 5-48. [http://www.bsrq.ir/article\\_80403.html](http://www.bsrq.ir/article_80403.html)
- Setayesh, S., & Amin, F. (2015). [Designing a blue ocean strategy in the field of consulting engineers services, involved in national projects of dam construction (Persian)]. *Journal of Public Administration*, 7(1), 71-87. [DOI:10.22059/JIPA.2015.52859]
- Shahbandarzadeh, H., & Kabgani, M. H. (2016). [Quantitative analysis of growth opportunities and profitability based on blue ocean strategy (Persian)]. *Journal of Business Management*, 8(1), 117-36. [DOI:10.22059/JIBM.2016.57533]
- Tavalaee, R. (2010). [Blue sea strategy as a revolution in the field of strategic management (Persian)]. *Police Organizational Development*, 6(24), 55-77. [http://pod.jrl.police.ir/article\\_9416.html](http://pod.jrl.police.ir/article_9416.html)
- Vice President for Strategic Planning and Supervision. (2014). [Collection of goals, policies and programs of the

*resistance economy: Approvals of the economic council* (Persian)]. Tehran: Vice President for Strategic Planning and Supervision, Documentation Center, Documents and Publications. <http://opac.nlai.ir/opac-prod/bibliographic/3587925>

Zakir Salehi, Gh. R., & Salehi Najafabadi, M. (2012). [Presenting strategies to attract foreign students in Iran (Persian)]. *Iranian Higher Education*, 4(3), 65-92. <http://ihej.ir/article-1-626-fa.html>