

الگوی راهبردی توسعه صادرات تسلیحات در سطح ملی

آرمان آذرلی*

تاریخ ارسال: ۱۳۹۹/۰۵/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۸/۱۱

چکیده

صادرات تسلیحات حداقل با سه رویکرد «درونزایی»، «برونگرایی» و «دانش‌بنیان» از میان پنج رویکرد اصلی اقتصاد مقاومتی انطباق بالایی دارد. تأکید بر صادرات محصولات با فن‌آوری بالا نیز در عصر حاضر بیش از پیش اهمیت یافته است و برخی از کشورهای صاحب فناوری بخش قابل توجهی از صادرات خود را از طریق صادرات سلاح، محقق می‌نمایند. از سوی دیگر، ج.ا.ایران پس از پیروزی انقلاب اسلامی تا کنون رشد قابل توجهی در توسعه صنایع تسلیحاتی و محصولات نظامی داشته است. بنابراین مسئله اصلی این پژوهش عبارت است از تدوین الگوی راهبردی در سطح ملی، که قابلیت‌های رشدیافته‌ی کشور در حوزه تسلیحات به عنوان محصولات دارای فن‌آوری بالا را از منظر ملی در خدمت توسعه صادرات این محصولات قرار داده و کشور را از مزایای آن منتفع نماید. پژوهش حاضر از منظر نوع، کاربردی-توسعه‌ای، به لحاظ رویکرد، آمیخته و به لحاظ ماهیت، توصیفی - تحلیلی است. با توجه به این که پژوهشگر به دنبال طراحی و تدوین الگوی توسعه صادرات در حوزه‌ی معین (تسلیحات) است، روش پژوهش آن موردی و زمینه‌ای می‌باشد. به منظور جمع‌آوری اطلاعات، پژوهشگر ضمن معرفی ماتریس شناسایی و دسته‌بندی موضوعات راهبردی، از روش‌های مختلف نظیر مطالعات کتابخانه‌ای، بررسی اسناد، مصاحبه با خبرگان، تحلیل مضمون و نهایتاً تدوین پرسشنامه‌های محقق ساخته، استفاده نمود. سپس مضامین شناسایی شده را با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری، در قالب ۳ بُعد، ۱۴ مؤلفه و ۷۲ شاخص صحنه‌گذاری نموده و الگوی مورد نظر پژوهش را معرفی نمود. بر اساس اوزان حاصله، پژوهشگر مدل اهتمام ملی را معرفی نموده و پیشنهادهای را برگرفته از نتایج پژوهش حاضر و برای پژوهش‌های آتی، ارائه می‌نماید.

واژگان کلیدی: الگوی راهبردی، صادرات تسلیحات، سطح ملی، ماتریس شناسایی و دسته‌بندی موضوعات راهبردی، معادلات ساختاری.

^۱ دکتری مدیریت راهبردی، دانشکده مدیریت راهبردی، دانشگاه و پژوهشگاه عالی دفاع ملی و تحقیقات راهبردی، تهران، ایران.

نویسنده مسئول. (Arman.Azarli@Chmail.ir)

۱. مقدمه

توسعه صادرات مانند سایر سیاست‌های طرح شده در اقتصاد مقاومتی، سیاستی است که مزایای آن به شرایط تحریم اقتصادی محدود نمی‌گردد. از جمله فوائد مترتب بر صادرات می‌توان به ایجاد درآمد ارزی و تولید ثروت برای کشور، کمک به پایداری تقاضای صنعت و توسعه بازار، توسعه مناسبات اقتصادی در فراسوی مرزها، استانداردسازی و ارتقاء کیفیت محصولات، ایجاد بازار خدمات پس از فروش، ارتقاء سطح فناوری ناشی از الزامات بازار رقابتی؛ اشاره نمود. با توجه به این مزایا است که برخی، صادرات و تجارت بین‌المللی را موتور رشد و توسعه دانسته‌اند (کميجانی، اکبر؛ حاجی، غلامعلی، ۱۳۹۱، به نقل از قره‌باغیان، ۱۳۷۳).

تأکید بر صادرات محصولات با فن‌آوری بالا نیز در عصر حاضر، بیش از پیش اهمیت یافته است و برخی از کشورهای صاحب فناوری بخش قابل توجهی از صادرات خود را از طریق صادرات سلاح، محقق می‌نمایند. این کشورها با فروش سامانه‌های سلاح پیشرفته، بهره‌ی مناسبی از صادرات این سامانه‌ها می‌برند و این روند رو به افزایش است. از این رو است که در این پژوهش تلاش می‌گردد الگویی برای صادرات تسلیحات به عنوان فعالیتی منطبق بر اقتصاد دانش‌بنیان، تدوین گردد.

ج.ا.ایران پس از پیروزی انقلاب اسلامی تا کنون کارنامه موفقی در توسعه تسلیحات نظامی رقم زده است. تجربه هشت سال دفاع مقدس از یک طرف و شکل‌گیری و انسجام جبهه خصم از سوی دیگر، کشور را بر آن داشت که با تاسی از شعار «ما می‌توانیم» امام رحمه‌الله علیه به دنبال رفع نیازهای دفاعی و بازدارنده خود در تقابل با تهدیدات متکی بر فناوری روز جبهه متخاصم باشد. این رویکرد منجر به تمرکز صنایع دفاعی کشور بر بومی‌سازی صنعت تسلیحاتی از طریق توسعه فناوری‌های مربوطه طی بیش از سه دهه گردید. این مهم از طریق اقداماتی همچون تحقیق و توسعه، مهندسی معکوس و انتقال دانش فنی صورت پذیرفت به گونه‌ای که در حال حاضر نه تنها بخش قابل توجهی از نیازمندی‌های دفاعی خود را بر طرف نموده است بلکه در بسیاری از حوزه‌ها قابلیت ورود به بازار صادراتی این محصولات را نیز احراز نموده است.

از سوی دیگر و بنا به الزام انطباق با الگوهای مبنایی بالادستی، به سهولت نشان داده می‌شود که صادرات تسلیحات به دلیل انطباق بالا با حداقل سه رویکرد «درونزایی»، «برونگرایی» و «دانش‌بنیان» بودن از میان پنج رویکرد اصلی سیاست‌های اقتصاد مقاومتی (در کنار دو رویکرد «عدالت محور» و «مردمی بودن»)، کاملاً همسو با این الگو است.

بنابراین این دغدغه شکل می‌گیرد که چرا علیرغم مزایای متعدد توسعه صادرات تسلیحات و قابلیت‌های کنونی کشور در این حوزه، برنامه هدفمند و منسجمی در این باره تدوین نشده و کشور از مزایای پیش‌گفته محروم مانده است؟ بدیهی است فقدان یک نگاه راهبردی در سطح کلان می‌تواند موجب عدم نیل به جایگاهی مطلوب در عرصه بازار جهانی تسلیحات گردد، در این صورت مسئله اصلی این پژوهش عبارت خواهد بود از تدوین الگویی راهبردی، که کشور را در مسیر توصیف شده قرار دهد.

اهمیت این پژوهش را در کمک به استفاده از مزیت رقابتی ایجاد شده در کشور و فرصت‌های بیرونی موجود در راستای بهره‌مندی از دستاوردهای سیاسی و اقتصادی دانست (جنبه‌ی ایجابی). دستاورد این پژوهش در واقع

خطوط راهنمایی برای تمرکز بر عوامل اصلی مؤثر بر توسعه صادرات ایجاد نموده و منجر به همسویی تلاش‌های صنایع و واحدهای سیاست‌گذاری در سطح ملی و بخشی در این حوزه خواهد شد. ضرورت پژوهش حاضر نیز از آنجا ناشی می‌گردد که در صورت عدم پرداختن به آن (جنبه‌ی سلبی)، احتمال از دست دادن فرصت موجود و محرومیت از اقدامات مؤثری که می‌توانند در راستای اقتصاد مقاومتی در این رابطه شکل گیرند، افزایش می‌یابد. چرا که صرفاً صادرات پراکنده در بازاری محدود و کم‌رقم و در شرایطی متزلزل ادامه خواهد یافت؛ شرایطی که به راحتی می‌تواند متأثر از معادلات منطقه‌ای، به نفع رقبا تغییر یابد؛ و این به معنی از دست رفتن فرصت‌های اشتغال، درآمد ارزی و اقتدار بین‌المللی است. همچنین، کشور از یکی از مهمترین مزیت‌های حاصله که همان تقویت بنیه دفاعی از طریق سرمایه‌گذاری مجدد در حوزه توسعه فناوری دفاعی از محل منابع حاصل از صادرات محصولات دفاعی است، محروم خواهد ماند. تقویت بنیه دفاعی خود، منجر به کاهش بیش از پیش وابستگی به واردات در حوزه‌ی این محصولات راهبردی گردیده و به ارتقای استحکام ساخت درونی قدرت نظام نیز کمک می‌نماید.

مقاله‌ی حاضر بخشی از یک مطالعه‌ی جامع در رابطه با توسعه صادرات تسلیحات ج.ا.ایران است^۱ که همان طور که در ادامه توضیح داده خواهد شد، به ارائه الگوی راهبردی مورد نظر تحقیق در سطح ملی می‌پردازد. الگوهای متناظر در سطوح سازمانی و بین‌المللی موضوع مقالاتی مشابه و جداگانه می‌باشد.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

با هدف جامعیت مطالعات و پوشش حداکثری الگوی موضوع تحقیق، پژوهشگر در تدوین ادبیات پژوهش از ماتریس شناسایی و دسته‌بندی موضوعات راهبردی بهره گرفته است. این مدل مطالعاتی در بخش روش‌شناسی توضیح داده شده است. ادبیات حاصله در قالب مدل مذکور، طی زیرفصل‌های زیر ارائه می‌شود.

۲-۱. پیشینه پژوهش

مقدسی در الگوی راهبردی خود در حوزه‌ی بازرگانی و تجارت خارجی، بدون اشاره به سطح ملی، در بین مؤلفه‌های ارائه شده، به: رشد صادرات غیرنفتی، عدم وابستگی، خوداتکایی و خودکفایی، رعایت قواعد، رفع موانع سیاسی، نقش هدایت‌گر دولت، بازنگری سیاست‌ها، مقررات زدایی، حمایت از تولید و معافیت و تخفیف مالیاتی اشاره کرده است که با سطح ملی قرابت دارد (مقدسی، ۱۳۹۵). افقهی نیز در تبیین الگوی توسعه صادرات خدمات با فناوری بالا در تقسیم‌بندی‌ای متفاوت به عوامل: زیرساخت‌های و زیربنایها، نهادها و صنایع و فرایندهای پشتیبان اشاره نموده است (افقهی، ۱۳۹۲). قاسم خان والی در تحقیقی با عنوان استراتژی توسعه صادرات در راستای رشد و توسعه اقتصادی کشور، ارتباط مثبت و معنی داری بین صادرات کل و تولید ناخالص داخلی وجود دارد و همچنین صادرات غیرنفتی نیز در مقطع ۲۵ ساله ارتباط مثبت و معنی داری با GDP دارد لکن در مقطع ۴۰ ساله آثار معناداری بین این دو متغیر به دست نمی‌آید (قاسم خان والی، ۱۳۸۲). نکویی‌مهر در بررسی تغییرات نرخ ارز بر صادرات کالاهای غیرنفتی عنوان می‌دارد تثبیت خزنده نرخ ارز بهترین تأثیر را در

^۱ برگرفته از رساله دکتری با عنوان «الگوی راهبردی توسعه صادرات تسلیحات در اقتصاد مقاومتی» (آذری، ۱۳۹۸).

دراز مدت بر توسعه صادرات داشته و راهبردهای زیر می‌توانند بر این فرایند تأثیر مثبت داشته باشند: اتخاذ سیاست‌های پولی و مالی منضبط جهت کاهش تورم، سیاست‌های افزایش تولید با جهت‌گیری صادراتی، ایجاد تشکیلات مناسب جهت توسعه صادرات و ایجاد فضای سیاسی و اجتماعی و فرهنگی مناسب جهت توسعه صادرات (نکوبی‌مهر، ۱۳۸۱). ابراهیمی و همکاران طی مطالعه‌ای که به ارزیابی تأثیر عوامل مؤثر بر توسعه صادرات در شرکت‌های کوچک و متوسط پرداخته است، عوامل: سطح رقابت در بازار داخلی، اندازه شرکت و حذف موانع رویه‌ای را در سطح ملی بر توسعه صادرات مؤثر دانسته است (ابراهیمی و همکاران، بی‌تا). ناظمی طی بررسی اثر متغیرهای کلان اقتصادی بر صادرات غیر نفتی، عنوان می‌نماید که افزایش تولید ناخالص ملی، حرکت به سمت نرخ حقیقی ارز و همچنین سرمایه‌گذاری و افزایش عرضه کل، سبب کاهش تورم و افزایش صادرات غیر نفتی می‌شود و برای توسعه صادرات غیر نفتی باید تورم کاهش یافته و نرخ ارز افزایش یابد (ناظمی، ۱۳۸۸).

در یک جمع‌بندی از پژوهش‌های پیشین داخلی می‌توان اذعان داشت از آنجا که تسلیحات تا سنوات اخیر جزو مزیت‌های کشور به شمار نمی‌رفته و ضمناً وابستگی زیادی به سطح فناوری‌های بالا دارد (موضوعی که در کشور همواره جزو عقب‌ماندگی‌ها محسوب می‌شده)؛ و نیز از سوی دیگر، تمرکز ذهنی به طور سنتی بر مزایایی از قبیل نفت و گاز و فراورده‌های مرتبط، کشاورزی و صنایع دستی، شکل گرفته است؛ لذا غالب پژوهش‌های صورت گرفته جهت‌گیری‌ای مرتبط با موارد اخیر داشته و به کالای تسلیحاتی به عنوان یک مزیت که البته متأثر از پارامترهای متعدد و بعضاً غیراقتصادی است توجهی نشده است. همچنین اکثر تحقیقات صورت گرفته از بین عوامل مؤثر بر توسعه صادرات، هر کدام عواملی محدود و یا حوزه‌ای مشخص مانند متغیرهای کلان اقتصادی را مد نظر قرار داده‌اند.

در رابطه با پژوهش‌های خارجی، با توجه به این که موارد صورت گرفته در سطح ملی دارای طبقه‌بندی بوده و در دسترس نمی‌باشند، نگارنده تلاش نمود با مطالعه‌ی برخی کشورهای منتخب از منظر سیاست‌های کلان حمایتی در رابطه با تولید و صادرات تسلیحات در سطوح راهبردی مختلف، اهم مؤلفه‌های راهبردی مرتبط با موضوع را استخراج نماید. این کشورها عبارت بودند از: برزیل، ترکیه، روسیه و کره جنوبی. اهم سیاست‌های حمایتی مرتبط با سطح ملی این کشورها در جدول زیر نشان داده شده‌اند (آذرلی، ۱۳۹۸):

جدول شماره (۱) اهم سیاست‌ها و راهبردهای توسعه صادرات تسلیحات کشورهای منتخب

ردیف	عنوان	ردیف	عنوان
۱	معافیت‌های مالی برای صنایع نظامی	۱۰	توسعه پارک‌های علم و فناوری با هدف پشتیبانی از صنایع دفاعی
۲	ارائه یوزانس به خریداران خارجی	۱۱	هادسازی و نگاه متمرکز به تأمین مالی صنایع دفاعی
۳	حمایت از سرمایه‌گذاران خارجی	۱۲	تسهیل فرایند تأمین مالی و حذف موانع اداری
۴	توسعه صنایع نظامی کوچک و متوسط	۱۳	تأمین مالی صنایع دفاعی از طریق اخذ عوارض و بازتوزیع مالیات

ردیف	عنوان	ردیف	عنوان
۵	اختصاص بخشی از مالیات عمومی کشور جهت تأمین مالی صنایع نظامی	۱۴	تأمین مالی با تخصیص اعتبار خرید محصولات به کشورهای هدف
۶	ارائه وام به صنایع دفاعی با بهره‌ای کمتر از نرخ‌های بهره‌ی بازار	۱۵	ارائه معافیت‌های صادراتی به صنایع دفاعی
۷	حذف تعرفه‌های واردات مورد نیاز تولیدات دفاعی	۱۶	ایجاد تمرکز در صادرات و نهادسازی صادرات محور
۸	معافیت کارکنان صنایع دفاعی از خدمت سربازی	۱۷	تهداتر ارزش تسلیحات صادراتی با بدهی‌های وارداتی
۹	الزام شرکت‌های صنعتی بزرگ به فعالیت در حوزه نظامی	۱۸	تمرکز در تحقیق و توسعه توسط نهادهای دولتی

۲-۲. مفاهیم و متغیرهای نظری

الگوی راهبردی: نمونه‌ای ذهنی و انسجام یافته از اجزا و عناصر تشکیل دهنده یک پدیده راهبردی و چگونگی روابط آن اجزا با یکدیگر می‌باشد (سلمانی قهیبازی، ۱۳۸۸:۱۴).

توسعه صادرات: منظور از توسعه صادرات، افزایش حجم صادرات، افزایش درآمد حاصل از صادرات، افزایش تنوع محصولات صادراتی و افزایش تنوع کشورهای واردکننده (ابراهیمی و همکاران، بی تا) می‌باشد.

تسلیحات: مجموعه جنگ‌افزار و مهمات وابسته که در مخاصمات نظامی میان دو کشور یا گروه فرا/فرو ملی به منظور تحمیل اراده و یا تأمین منافع هر کدام بر دیگری به کار گرفته می‌شود. تسلیحات دسته‌بندی‌های گوناگون دارند که از آن جمله می‌توان به تسلیحات متعارف و غیر متعارف، سبک، نیمه سنگین و سنگین و یا آفندی، پدافندی یا دو منظوره اشاره نمود (نائب، ۱۳۸۷).

اقتصاد صنعتی: اقتصاد صنعتی شاخه‌ای از علم اقتصاد است که به مطالعه رفتار بنگاه‌ها در صنایع می‌پردازد. به طور دقیق‌تر، این شاخه‌ی علمی به ارتباط بین ساختار و عملکرد بازارها و همچنین بررسی رفتار بنگاه‌ها و نحوه‌ی ارتباط آنها با یکدیگر توجه می‌نماید. این علم همچنان عناصر مؤثر در شکل‌گیری ماهیت بازار را جهت تنظیم سیاست‌های عمومی و سیاست‌های صنعتی تنظیم می‌کند (خداداد کاشی، ۱۳۹۴).

سیاست‌گذاری: سیاست‌گذاری به تنهایی یک مفهوم عام است که علاوه بر دولت و بخش عمومی، بخش خصوصی و اشخاص حقیقی را نیز شامل می‌شود. در لایه‌ی دولت، از اصطلاح سیاست‌گذاری یا خطمشی-گذاری عمومی^۱ استفاده می‌گردد. در این لایه، سیاست‌گذاری یکی از شاخه‌های علوم سیاسی است که به مطالعه سیاست‌ها و عملکردهای مشخص دولت در حوزه‌های مختلف می‌پردازد (قلی‌پور و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۲ و ۱۳). سیاست‌گذاری عمومی در حوزه دولتی در دو سطح رخ می‌دهد: سطح زیرسیستم‌ها و سطح بالای حکومت ملی. سیاست‌گذاری در سطح زیرسیستم‌های حکومت ملی شامل رویه‌ها و سیاست‌هایی است که موجب تداوم سیاست‌های سیاسی می‌شود. سیاست‌گذاری در سطوح بالای حکومت ملی شامل رویه‌ها و

^۱ Public Policymaking

سیاست‌هایی است که می‌تواند در راستای اهداف و سیاست‌های گذشته، حرکتی چشمگیری به‌وجود آورد یا آنها را تغییر دهد (همان، ۱۵).

۲-۳. مفاهیم و متغیرهای عملیاتی

تسلیحات: در این پژوهش منظور تسلیحات متعارفی است که ج.ا.ایران قابلیت و ظرفیت صدور آنها را به بازارهای بین‌المللی مربوطه دارا می‌باشد. این تسلیحات در حال حاضر عمدتاً انواع سبک تا نیمه سنگین دو منظوره (آفندی و پدافندی) را شامل می‌شود.

الگوی راهبردی توسعه صادرات تسلیحات: ترکیبی ساختار یافته از عوامل مؤثر بر صادرات تسلیحات به عنوان یک پدیده‌ی راهبردی و روابط بین آنها است که از طریق دسته‌بندی موضوعات راهبردی شناسایی شده در محیط راهبردی در قالب سطوح سازمانی، ملی و فراملی، مبنایی برای تمرکز، همسویی راهبردی، تسهیل و تسریع فرایند طرح‌ریزی راهبردی فراهم می‌آورد.

الزامات سطح ملی: مجموعه عواملی در سطح ملی (کشوری) که مستقیم یا غیر مستقیم بر توسعه صادرات تسلیحات کشور مؤثر می‌باشند. این عوامل یا در سطح ملی ایجاد شده و بر دیگر عوامل این سطح یا سطوح سازمانی و بین‌المللی تأثیر می‌گذارند و یا از آنها تأثیر می‌گیرند. در این پژوهش این عوامل در سه دسته‌ی زیر قرار می‌گیرند:

- **کارآمدی سیاست‌گذاری ملی.** با توجه به تعریف سیاست‌گذاری، کارآمدی سیاست‌گذاری ملی در این پژوهش عبارت است از اثربخشی سیاست‌های پشتیبان صادرات تسلیحات، اتخاذ شده در سطوح بالای حکومت ملی (مأخذ: پژوهشگر). مؤلفه‌های مؤثر در صادرات تسلیحات که بر این متغیر تأثیرگذارند، عبارتند از: «مدیریت و برنامه‌ریزی اثربخش»، «ارتقای نظام نوآوری ملی»، «تنوع راهبردهای صادراتی»، «دیپلماسی فعال اقتصاد دفاع»، «بهبود فضای کسب و کار» و «نهادسازی».
- **برنامه‌های اقتصادی پشتیبان.** گستره‌ای از عوامل مختلف که عمدتاً از تأثیرات متقابل عملکرد صنایع نظامی و رفتار بازار تجارت تسلیحات از دو منظر تجاری و اقتصادی شکل می‌گیرند. این تأثیرات، پیامد توجه به موضوعاتی مانند تأمین مالی، سرمایه‌گذاری و پوشش‌های بیمه‌ای از یک سو، و نیز توجه به حمایت‌های مؤثر تجاری از سوی دیگر است. مؤلفه‌های مؤثر در صادرات تسلیحات که بر این متغیر تأثیرگذارند، عبارتند از: «سرمایه‌گذاری هدفمند»، «سیاست‌های مؤثر تأمین مالی»، «کنترل نوسانات نرخ ارز»، «کنترل تورم»، «حمایت مؤثر تجاری» و «پوشش مناسب بیمه‌ای».

ارزش‌های انسانی و مکتبی. مجموعه موضوعاتی مانند احتمال استفاده از تسلیحات در تنش‌های غیرانسانی قومی و مذهبی، تروریسم، قتل‌عام، نسل‌کشی، سرکوب جریانات آزادی‌طلب و ... که در قالب حقوق بشر موضوعیت می‌یابند - از بُعد انسانی، و لزوم حمایت از مظلوم، مقابله با ظالم، یاری دین، فقرزدایی، استقلال‌طلبی و اقتدار نیز از بُعد اعتقادی و مکتبی، در فرایند صادرات تسلیحات می‌بایست در نظر گرفته شوند

مأخذ: پژوهشگر). مؤلفه‌های مؤثر در صادرات تسلیحات که بر این متغیر تأثیرگذارند، عبارتند از: «تقید به الزامات مکتبی» و «تقید به الزامات حقوق بشر».

۲-۴. صادرات و نقش آن در توسعه اقتصادی

استوارت میل در قرن ۱۹ میلادی به نقل از رکیاردو عنوان نمود یک کشور از طریق صادرات می‌تواند کالاهایی را وارد نماید که خود توانایی تولید آنها را با کارایی بالا ندارد. بدین ترتیب منابع و امکانات در بخش‌هایی به کار گرفته می‌شوند که از کارایی و بهره‌وری بیشتری برخوردارند، روش‌های تولیدی مناسب‌تری به کار گرفته خواهد شد و بهره‌وری افزایش خواهد یافت؛ بنابراین تولید جهانی به میزان حداکثر خود توسعه خواهد یافت. بدین ترتیب، رشد صادرات موجب افزایش درآمد و اشتغال شده و می‌تواند با فراهم آوردن امکان بهره‌گیری از صرفه‌های مقیاس، بهره‌گیری از فناوری‌های پیشرفته، امکان تخصیص بهینه منابع و افزایش رقابت در تولید محصولات، امکان افزایش بهره‌وری را فراهم آورد (طیبی، ۱۳۹۱ به نقل از ادواردز، ۱۹۹۸).

«اقتصاد توسعه»^۱ به عنوان یکی از شاخه‌های علم اقتصاد، توجه ویژه‌ای به موضوع صادرات دارد. برخی از صاحب‌نظران این حوزه، صادرات و تجارت بین‌المللی را موتور رشد و توسعه دانسته‌اند (کمبجانی، اکبر؛ حاجی، غلامعلی، ۱۳۹۱، به نقل از قره‌باغیان، ۱۳۷۳). مطالعات متعددی نیز وجود رابطه قوی و مثبت میان صادرات و رشد اقتصادی هر کشور را مورد تأیید قرار داده‌اند (همان). به طور کلی اهداف عمومی از پرداختن به صادرات و توسعه آن را می‌توان در موارد زیر خلاصه نمود:

۱. افزایش رونق تولید داخلی از مسیر افزایش تقاضای برون‌مرزی (طیبی و همکاران به نقل از کیندلبرگر،

(۱۳۸۷)

۲. اشتغال‌زایی از مسیر توسعه بازار (بزازان و همکاران، ۱۳۸۷)

۳. افزایش بهره‌وری کل عوامل تولید (دژپسند و همکاران، ۱۳۸۸ به نقل از کاووسی، ۱۳۸۴).

۴. افزایش رشد اقتصادی (دژپسند و همکاران، ۱۳۸۸ به نقل از ادواردز، ۱۹۹۲ و ضرغامی، ۱۳۷۰).

۵. توسعه اقتصادی (رشد اقتصادی توأم با بهبود ساختارهای اقتصادی) (چو، ۱۹۸۷)

نظریه‌های توسعه داده شده در اقتصاد توسعه در مجموع، به دنبال توضیح چرایی شکاف موجود میان توسعه-یافتگی کشورها و ارائه راه‌کارهایی برای پر کردن این شکاف بوده‌اند. نظریه‌های متأثر از مکتب سوسیالیستی، سرریز مازاد تولید کشورهای صنعتی (که به واسطه نیاز به بازارهای جدید برای حفظ رشد خود، صادرات را در دستور کار قرار دادند) از طریق صادرات به کشورهای توسعه نیافته را عامل توسعه‌یافتگی آنها و توسعه‌یافتگی سایر کشورها دانسته، در نگاهی استعمارستیزانه، راه برون رفت از توسعه‌نیافتگی را قطع ارتباط تجاری با کشورهای صنعتی معرفی می‌نمایند. به طور کلی الگوهای سوسیالیستی ریشه عقب‌ماندگی را در عوامل بیرونی (برون‌زا) دانسته و رابطه‌ی ناعادلانه (غارت‌گونه) بین کشورهای سلطه‌گر (کشورهای صنعتی) و کشورهای

¹ Development Economics

² Chow

جهان سوم را عامل اصلی توسعه نیافتگی مفروض می‌دارند. پل باران^۱، فرانک^۲ و امانوئل^۳ از زمره‌ی دانشمندان متمایل به این رویکرد می‌باشند.

در این میان اندیشمندان متمایل به مکتب لیبرالیسم که علل عقب‌ماندگی کشورهای توسعه نیافته را درونی (درون‌زا) دانسته و ریشه‌ی آن را در تاریخ، فرهنگ، نژاد، عوامل اجتماعی و ساختارهای اقتصادی عنوان می‌دارند و غالباً دین و حکومت دینی را عاملی بازدارنده در فراگرد توسعه قلمداد می‌نمایند نیز، متأثر از نظریات دانشمندانی همچون آدام اسمیت، توصیه به تجارت در فضایی باز و بازارهای آزاد می‌نمایند. فرایندی که به زعم ایشان منجر به افزایش تولید و در نتیجه افزایش رفاه و توسعه اجتماعی خواهد شد. اما در همین بین دانشمندانی همچون فردریک لیست^۴ این فرایند به ظاهر خیرخواهانه را در شرایط نابرابر رقابت، فرصتی برای توسعه یک جانبه برخی کشورها که به دلیل بلوغ صنعتی، صادرات به مراتب بیشتری خواهند داشت دانسته و لذا آن را بر نمی‌تابند؛ که البته خود از زاویه‌ای متفاوت، مؤید نقش تأثیرگذار صادرات در توسعه‌ی اقتصادی برای طرف صادرکننده است. نقش صادرات در توسعه آنچنان مهم ارزیابی گردیده که راهبردهای «رشد مبتنی بر صادرات»^۵ در کنار راهبرد «جایگزینی واردات از طریق صنعتی شدن»^۶، ادبیات راهبردی اقتصاد توسعه را تشکیل داده‌اند.

۲-۵. راهبردهای توسعه مبتنی بر صادرات

راهبردهای مبتنی بر صادرات، مجموعه راهبردهای منبعت از رویکرد برون‌نگر^۷ هستند که مشتمل بر سه دسته راهبردهای زیرند:

الف- تشویق صادرات^۸: عبارتست از برنامه‌های انگیزشی طراحی شده برای تشویق شرکت‌های بیشتر به انجام صادرات از طریق کمک به آنها در شناسایی محصول و بازار، تأمین مالی قبل و بعد از حمل و نقل، آموزش، طرح‌های تضمین پرداخت، برگزاری نمایشگاه‌ها، بازدیدها و ملاقات‌های تجاری و ارائه‌های خارجی و اموری از این قبیل (لغت‌نامه کسب و کار). آنچه که تحت عنوان بسته سیاستی توسعه صادرات در کشورهای مختلف با اولویت‌های متفاوت جهت تشویق و توسعه صادرات استفاده می‌شود، مشتمل بر سیاست‌های تجاری، مالیاتی، گمرکی، ارزی، اعتباری، بیمه، ایجاد مناطق آزاد، جلب و جذب سرمایه‌گذاری خارجی،

¹ Paul Alexander Baran. اقتصاددان سوسیالیست آمریکایی. (۱۹۶۴). مارس ۲۶ تا ۱۹۰۹ اوت ۲۵

² Andre Gunder Frank. اقتصاددان سوسیالیست آلمانی-آمریکایی. مبدع نظریه (۲۰۰۵). آوریل ۲۳ تا ۱۹۲۹ اوت ۲۳

«وابستگی» در سال ۱۹۷۰ و نظریه «سیستم جهانی» در سال ۱۹۸۴.

³ Arghiri Emmanuel. اقتصاددان سوسیالیست یونانی-فرانسوی مبدع نظریه «مبادله» (۲۰۰۱). دسامبر ۱۴ تا ۱۹۱۱ ژوئن ۲۲

نابرابر».

⁴ Georg Friedrich List. اقتصاددان آلمانی-آمریکایی مبدع نظریه «سیستم ملی» که (۱۸۴۶). نوامبر ۳۰ تا ۱۷۸۹ اوت ۶

امروزه «سیستم ملی نوآوری» نیز نامیده می‌شود. ایده‌های وی مبنای «اتحادیه اقتصادی اروپایی» قرار گرفته است.

⁵ Export-Led Growth

⁶ Import Substitution Industrialization

⁷ Outward Looking

⁸ Export Promotion

منطقه‌گرایی و سایر سیاست‌های پشتیبانی‌کننده تجارت است. این بسته سیاستی که در کشورهای مختلف با اولویت‌های متفاوت جهت تشویق و توسعه صادرات استفاده می‌شود، در پی پیاده نمودن زمینه‌های لازم برای توسعه صادرات شامل: الف - ایجاد انگیزه برای صادرات؛ ب - کاهش هزینه تولید صنعتی برای صادرات، ج - ارتقای قابلیت رقابت بین‌المللی؛ و د - ایجاد محیط امن برای فعالیت‌های صادراتی بوده است (حسینی و همکاران، ۱۳۸۸). مقدمه این سیاست‌های حمایتی، کشف مزیت‌های نسبی و ارزیابی ساختار

بازارهای جهانی به منظور تصاحب بخشی از بازار با افزایش ظرفیت‌های تولیدی است.

ب- جایگزینی صادرات^۱: تلاش برای جایگزینی صادرات فعلی با محصولات دارای ارزش افزوده بیشتر یا محصولات پایین‌دستی زنجیره تأمین (لغت‌نامه مرکزی) و یا ورود به بخش‌های پرمفعت بازار.

پ- تولید صادرات محور^۲: سرمایه‌گذاری در تولید محصولات دارای بازار جهانی جذاب علی‌رغم عدم جذابیت بازارهای داخلی. تولید با هدف صادرات. راهبردی که گفته می‌شود از دهه ۸۰ میلادی منجر به توسعه

بیرهای آسیای شرقی (ژاپن، کره و مالزی) گردیده است (یو.کی. ایسیز^۳، ۲۰۱۷).

بنابراین می‌توان جمع‌بندی کرد که اولاً صادرات مؤلفه‌ی بسیار مهم در تجارت است که می‌تواند موجب تولید ثروت و قدرت گردد و ثانیاً صادرات عنصری بلامنازع در توسعه اقتصادی کشور صادرکننده و مورد توجه مکاتب مختلف اقتصاد توسعه است؛ ثالثاً رویکردهای متنوعی در به‌کارگیری راهبردهای صادراتی متصورند که سه دسته‌ی اصلی آنها عبارتند از: «توسعه صادرات»، «جایگزینی صادرات» و «تولید صادرات محور». سیاست‌های حمایتی که ذیل این رویکردها تعریف می‌شوند، متکی بر ابعاد مختلف تجاری و مالی و متمرکز بر مزیت‌های نسبی کشور شکل می‌گیرند.

۲-۶. اقتصاد صنعتی و بازارها

اقتصاد صنعتی شاخه‌ای از علم اقتصاد است که به مطالعه رفتار بنگاه‌ها در صنایع می‌پردازد. به طور دقیق‌تر، این شاخه‌ی علمی به ارتباط بین ساختار و عملکرد بازارها و همچنین بررسی رفتار بنگاه‌ها و نحوه‌ی ارتباط آنها با یکدیگر توجه می‌نماید. این علم همچنان عناصر مؤثر در شکل‌گیری ماهیت بازار را جهت تنظیم سیاست‌های عمومی و سیاست‌های صنعتی بررسی می‌کند (خداداد کاشی، ۱۳۹۴). در مطالعه بازارها، شناخت سه مؤلفه‌ی ساختار، رفتار یا هدایت و سرانجام عملکرد و نیز رابطه بین آنها بسیار مهم است.

«ساختار» بازار معرف خصوصیات سازمانی بازار است که با شناسایی آنها می‌توان ماهیت قیمت‌گذاری و رقابت در بازار را مشخص نمود. این شناسایی از مسیر مطالعه بازیگران بازار یعنی فروشندگان (تولیدکنندگان) فعال و بالقوه و خریداران و روابط بین آنها حاصل می‌گردد. مهمترین جنبه‌ها و خصوصیات سازمانی بازار عبارتند از تمرکز فروشندگان، تمرکز خریداران، شرایط ورود و درجه تفاوت کالا (خداداد کاشی، ۱۳۷۷: ۱۴).

¹ Export Substitution

² Export Oriented

³ UK Essays

«رفتار» در حقیقت نوع اقداماتی است که بنگاه‌ها متأثر از اهداف و سیاست‌های خود و همچنین برداشتی که از رفتار سایر بازیگران بازار دارند، به کار می‌بندند. مثال‌هایی از این رفتارها عبارتند از تغییرات طراحی و کیفیت، سیاست‌های تبلیغاتی، کاهش یا ارتقای حجم تولید، ائتلاف یا پیمان‌شکنی، جنگ قیمتی و ... مصادیقی از این رفتارها در بازار تسلیحات عبارتند از ائتلاف کشورهای امریکا، انگلیس و فرانسه در تعیین قیمت جنگنده‌های پیشرفته، همکاری مشترک روسیه و اوکراین در تولید سامانه‌های موشکی ضدزره و جنگ قیمتی چین با روسیه در تأمین خودروهای زرهی.

«عملکرد» به نقش بنگاه در بازار نهاده‌ها و کار و نیز نحوه‌ی سازمان‌دهی موضوع تولید و هماهنگی عوامل (نیروی انسانی، ابزار، مواد، فناوری، روش) و همچنین عملکرد بنگاه در خرید و فروش در بازار کالا و خدمات، مربوط می‌گردد. این موارد، موضوع شاخه‌های علمی مختلفی همچون اقتصاد کار، سازمان مدیریت و مهندسی تولید واقع شده‌اند. البته عملکرد در سطح بازار (صنعت) نیز در اقتصاد خرد موضوعیت دارد که عموماً توسط شاخص متوسط سودآوری (انتظاری) صنعت مورد توجه قرار می‌گیرد.

۲-۷. رفتار بازار تسلیحات

جذابیت بازار تسلیحات به مانند هر بازار دیگری به کمک دو پارامتر اندازه‌ی بازار و نرخ رشد آن تعیین می‌گردد. طی تاریخ تجارت تسلیحات، بازار تسلیحات همواره از عوامل مختلفی متأثر بوده است. سیاست خارجی، عوامل اقتصادی و بروز جنگ‌ها با تجارت تسلیحات مرتبط دانسته شده‌اند (آندرتن^۱، ۱۹۹۵). از منظر تقاضا، همواره دو عامل قدرت خرید و نیز ملاحظات امنیتی و دفاعی بر پارامترهای پیش‌گفته اثر گذار بوده‌اند. قدرت خرید تابع عواملی همچون میزان تولید ناخالص ملی، نرخ ارز و بودجه نظامی کشورهای خریدار است. به عنوان نمونه، حضور و افزایش دلارهای نفتی نزد برخی کشورهای در حال توسعه در مقطعی منجر به رشد سریع بازار – البته برای کشورهایی که توان و تمایل صادرات تسلیحات را داشتند – گردید (طرف عرضه)، چرا که به آنها کمک می‌کرد مازاد پرداخت نفت را متعادل نمایند. این ویژگی، ورود کشورهای جدیدی را به بازار صادرات در پی داشت و بدین ترتیب، بازار انحصار چند جانبه بین کشورهای بیشتری توزیع شد. از دهه ۸۰ میلادی به بعد، بازار تسلیحات رقابتی‌تر گردید چرا که علاوه بر رشد طرف تقاضا، متقاضیان خواهان تأمین نیازمندی خود از عرضه‌کنندگان متنوع‌تری بودند تا از وابستگی بالقوه به تأمین‌کننده انحصاری فاصله بگیرند.

ملاحظات امنیتی نیز خود تابع متغیرهایی همچون منازعات و تنش‌ها، تهدیدات نظامی، جنگ‌های جهانی، جبهه‌گیری‌های کشورها در بلوک‌های شرق و غرب و ... بوده است. پدیده‌هایی همچون جنگ‌های جهانی، جنگ ویتنام و جنگ کره در سده‌ی پیشین و جنگ‌های اول و دوم خلیج فارس، درگیری‌های روسیه و اوکراین و تشدید تنش‌های بین ایران و عربستان در دو دهه‌ی اخیر، مشوق‌هایی برای رشد تقاضا محسوب می‌شوند. بهره‌برداری کشورهای صادرکننده از فضای حاصل از این تنش‌ها و منازعات به گونه‌ای است که شائبه دامن زدن به اختلافات از سوی این کشورها با اهداف سیاسی و اقتصادی، بسیار قوت گرفته است.

¹ Anderton

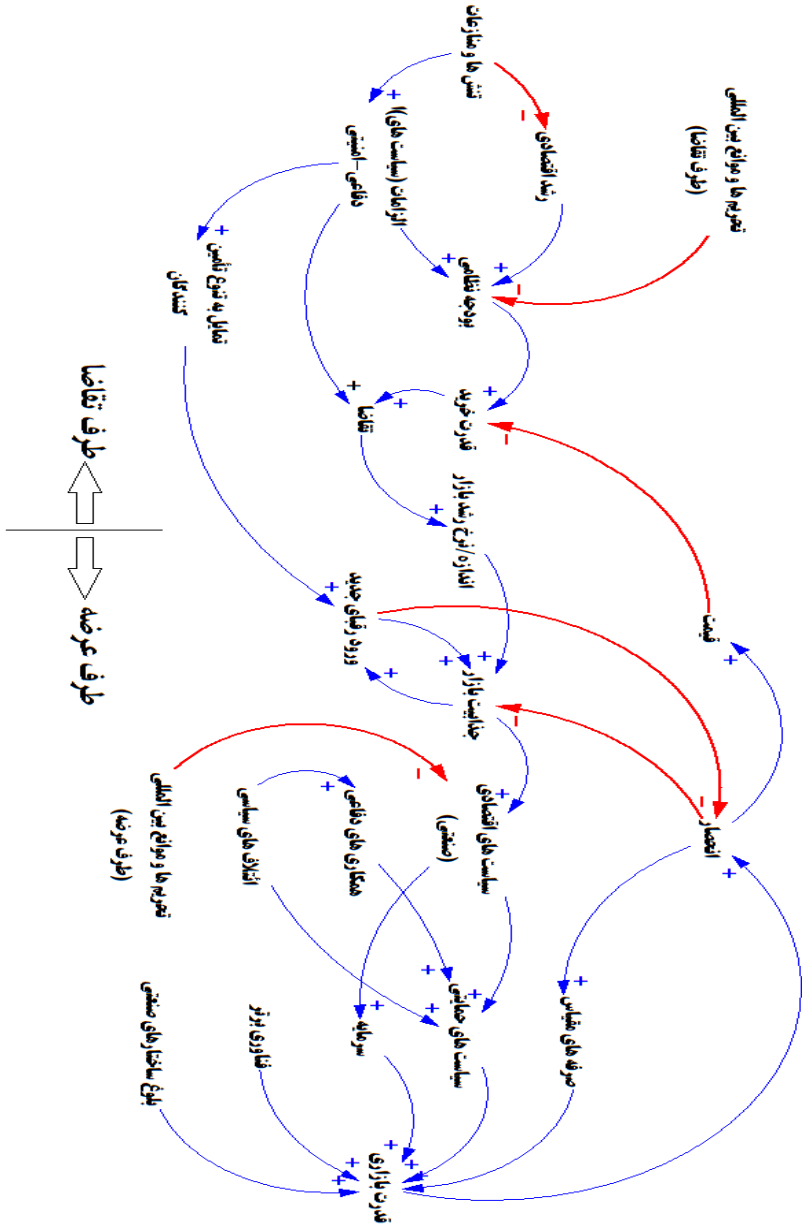
از سوی دیگر، با پایان گرفتن هر تنش، نرخ رشد بازار به طور گذرا منفی شده و شاهد انقباض بازار می‌باشیم. به عنوان نمونه، در پایان جنگ سرد، بودجه‌های دفاعی کشورها به شدت منقبض گردید و بازار صادرات تسلیحات رقابتی‌تر شد (گلد^۱ و همکاران، ۲۰۰۴). چرا که بازار در زمان رونق خود، پذیرای تازه واردهایی بود که اکنون با کوچک شدن بازار، تلاش می‌نمودند سهم بیشتری را حفظ کنند تا کمتر دچار هزینه‌های ناشی از تحولات اقتصادی شوند. این بدان معنی است که همزمان با انقباض بازار و افزایش رقابت، اهمیت نسبی عوامل اقتصادی و پیامدهای تجارت تسلیحات افزایش یافته‌اند (آندرْتُن، ۱۹۹۵).

دولت‌ها به صادرات تسلیحات به عنوان روشی برای حفظ صنایع دفاعی - بالاخص در عصر خلع سلاح - می‌نگرند که می‌تواند از طریق مشارکت در اهداف اشتغال‌زایی، توسعه فناوری و تعادل پرداخت‌ها، منافع اقتصادی وسیع‌تری را رقم بزنند (گارسیا آلونسو، ۱۹۹۹: ۶). هرچند که همواره در مصالحه‌ی بین حمایت از صنایع دفاعی بومی و ملاحظات مربوط به تأثیرات احتمالی صادرات تسلیحات بر امنیت ملی، درگیر هستند. ملاحظات پیش‌گفته می‌تواند بر رفتار کشور صادرکننده به شکل کنترل‌های صادراتی از منظر کمی یا کیفی، تأثیر بگذارد. اما نهایت این کنترل‌ها، یعنی همان سیاست غدغن کردن صادرات، عواقبی را به دنبال دارد که از آن جمله: از دست رفتن شغل، از دست رفتن منافع صادرات، قیمت بالاتر تجهیزات برای دفاع ملی و تحمیل هزینه‌ی حفظ ظرفیت یا تعطیلی و سپس راه‌اندازی مجدد آنها در فواصل تعطیلی صادرات را می‌توان نام برد. راه‌کار جایگزین غدغن کردن، محدود نمودن حجم صادرات و تعداد کشورهای هدف یا کنترل نمودن کیفیت محصولات صادراتی (فروش محصولات رده پایین) است. در این شرایط عکس‌العمل طرف تقاضا (خریدار)، خرید از سایر عرضه‌کنندگان یا توسعه محصولات در صنایع دفاعی بومی خود است (گارسیا آلونسو، ۱۹۹۹: ۷). روند توزیع سهم در بازار انحصار چند جانبه در وهله نخست این انتظار را ایجاد می‌نماید که تولیدکنندگان بزرگ، بتوانند ارزان‌تر تولید کنند و رقبا را به راحتی از میدان خارج کنند. اما نیروهای مقابله‌کننده شامل حمایت‌ها و یارانه‌های دولت و تمایل خریداران به تنوع، قوی‌تر از قاعده‌ی اقتصادی «صرفه‌های مقیاس^۲» عمل می‌نماید (اسمیت و همکاران، ۱۹۸۵). شکل ۱، مجموع عوامل تأثیرگذار بر ساختار بازار تسلیحات را به همراه عواملی همچون تحریم‌ها و موانع بین‌المللی در قالب یک نمودار علی‌نشان می‌دهد.

با دقت در این نمودار، مجموعه عوامل نام برده شده را می‌توان از منظر محیط‌شناسی راهبردی، در سطوح بنگاهی، ملی و بین‌المللی دسته‌بندی نمود. به عنوان مثال، عواملی همچون بلوغ ساختار صنعتی، فناوری و صرفه‌های مقیاس در سطح بنگاهی موضوعیت یافته؛ سیاست‌های حمایتی و شاخه‌های آن (در طرف عرضه)، رشد اقتصادی و الزامات امنیتی-دفاعی (در طرف تقاضا) در سطح ملی مطرح شده و تحریم‌ها، موانع بین‌المللی و به طور کلی رفتار بازار جهانی در سطح بین‌المللی قرار می‌گیرند. بدیهی است در این مقاله با رویکرد نگاه به درون، به عوامل سطح ملی توجه می‌شود.

¹ Golde

² Economies of Scale



شکل شماره (۱) نمودار علی عوامل مؤثر بر بازار تسلیحات و روند تغییرات آن

منبع: محقق

نکته حائز اهمیت این که لازمه‌ی رشد تجارت تسلیحات، علاوه بر تمایل و نیاز کشورها، تأمین مالی است. موضوعی که در قالب هزینه‌های نظامی طرح گردیده و مورد سنجش واقع می‌شود. به غیر از عامل رشد اقتصادی و درآمد ملی، عوامل زیر را می‌توان در رشد صادرات تسلیحات در دهه‌های اخیر در قالب افزایش هزینه‌های نظامی، مؤثر دانست (اسمیت و همکاران، ۱۹۸۵: ۲):

۱. کمک مالی ایالات متحده در دهه‌های ۶۰ و ۷۰ میلادی در قالب برنامه کمک نظامی امریکا^۱؛ ۲. افزایش درآمد کشورهای عضو پیمان نفتی اُپک و تمایل کشورهای صادرکننده تسلیحات به جبران مازاد پرداخت بابت نفت از طریق افزایش صادرات تسلیحات؛ ۳. حمایت مالی کشورهای دارای درآمدهای بالای نفتی از کشورهای فقیرتر دارای ارتباط دوستانه و ۴. اولویت تأمین تسلیحات نسبت به سایر نیازهای توسعه‌ای در کشورهای در حال توسعه.

۲-۸. منافع اقتصادی تجارت تسلیحات در تقابل با اخلاق

فشارهای اقتصادی نقش مهمی در تعدیل اقدامات اخلاق‌مدارانه در قبال تجارت تسلیحات دارند. کاهش تهدید کمونیسیم، عقلانیتی در صنایع دفاعی و نیز تهدیدی برای رفاه را در پی داشت. سازندگان سلاح در امریکا، انگلیس و فرانسه کارکنان خود را از سال ۱۹۹۰ به میزان ۱/۵ میلیون نفر کاهش دادند که خود حاکی از کاهش قابل توجه هزینه‌های دفاع در سطح جهان بود. این واقعیت که فشارهای اخلاقی در کنار فشارهای اقتصادی ایفای نقش می‌نمایند گریز ناپذیر است اما، فروش تسلیحات که ممکن است بر اساس اخلاقیات، در گذشته کاهش یافته باشد، به دلیل فشارهای اقتصادی بزرگتر، مجدداً جذابیت می‌یابد.

یک مثال ابتدایی در این رابطه به دهه‌ی ۱۹۸۰ باز می‌گردد که دوره‌ای کوتاه در کسب و کار «اخلاق» در تجارت تسلیحات بود. علیرغم ممنوعیت گسترده‌ی صادرات تجهیزات به کشورهای در حال جنگ ایران و عراق، انگلستان مبادرت به صدور مجوز برای صادرات ماشین‌ابزار نمود. به طرز گسترده‌ای این اطلاع وجود داشت که این ابزار، به سهولت در ساخت تسلیحات قابل استفاده بود، اما در سال ۱۹۸۸، عراق به سومین بازار بزرگ فروش ماشین‌ابزار تبدیل شده بود. ادعا می‌گردد که وزیر تجارت وقت انگلستان، آلن کلارک^۲، به شرکت‌های تولیدکننده‌ی این ماشین‌ها، مانند «ماتریس چرچیل»^۳ گفته بود! که بر استفاده‌ی صلح‌آمیز از این تجهیزات، تأکید داشته باشند. این واقعیت که پس از جنگ خلیج، بازرسان سازمان ملل ماشین‌آلات ماتریس چرچیل را در کارخانجات تولید قطعات برای تسلیحات هسته‌ای عراق یافتند، خود گویای واقعیت رخ داده است. فرار از این مضمون که انگیزه اصلی در پس فروش بین‌المللی تسلیحات، سودآوری است، دشوار می‌نماید. شواهد قابل توجهی وجود دارد که شرکت‌ها در صورتی که تحت کنترل واقعی قرار نگیرند، از فرصت‌های تجاری به قیمت نادیده گرفتن ملاحظات اخلاقی، بهره‌برداری خواهند کرد (مایتلند، ۱۹۹۸: ۴).

¹ US Military Assistance Program

² Alan Clark

³ Matrix Churchill

۲-۹. منافع سیاسی تجارت تسلیحات در تقابل با اخلاق

حکومت‌ها با تلاش مستمر در توسعه‌ی هر چه بیشتر هژمونی منطقه‌ای و بین‌المللی خود، همواره منافعی را در موقعیت‌های ژئوپلیتیک مختلف برای خود تعریف می‌نمایند. این منافع عمدتاً از جنس منافع اقتصادی (منابع، بازارها) و یا از جنس برتری جویی قومی، ملی و یا ایدئولوژیکی است. اگر قدرت منافع اقتصادی در حدی باشد که دولت‌ها و بنگاه‌های عرضه‌کننده‌ی تسلیحات، قواعد بین‌المللی را کمرنگ تفسیر نموده و یا با فرافکنی از آن عبور نمایند، اما قدرت منافع سیاسی در حدی است که دولت‌ها در صورت لزوم قواعد را تغییر داده، تفسیر به رأی نموده و یا اساساً از پیوستن به آن سر باز می‌زنند.

نمونه‌ای از عدم پذیرش یک معاهده‌ی محدودکننده‌ی جهانی، پیمان منع گسترش سلاح‌های هسته‌ای^۱ است. کشورهای هند، پاکستان، رژیم غاصب صهیونیستی و کره‌ی شمالی با هدف ایجاد بازدارندگی و به بهانه‌ی دفاع از خود، این پیمان را نپذیرفتند. جالب این که سه کشور اول به دلیل همسویی سیاسی با ایالات متحده، مورد شماطت جامعه‌ی جهانی قرار نگرفتند و تنها کره‌ی شمالی به دلیل ماهیت ضدسرمایه‌داری، مشمول تحریم‌های سنگین بین‌المللی گردیده است.

در شرایطی که منافع سیاسی مبنای رفتار حکومت‌ها قرار می‌گیرد، شاهد شکل‌گیری ائتلاف‌ها هستیم. یک ائتلاف یا از مسیر استقرار حکومت دست‌نشانده (وابسته) و یا از طریق شکل‌گیری منافع مشترک، ایجاد می‌شوند (در هر دو حالت، نهایتاً منافع هر دو حکومت به یکدیگر گره می‌خورد). در این حالت تأمین منافع کشور غیر وابسته در منطقه‌ی کشور وابسته، به واسطه‌ی کشور مؤتلف (وابسته) محقق می‌گردد. در اینجا نیز صادرات تسلیحات توسط کشور اصلی نه تنها با گذر علنی یا غیرعلنی از همه‌ی معاهدات بین‌المللی، بلکه با عبور از تمامی خطوط قرمز اخلاق انجام می‌گیرد. ادامه‌ی فروش تسلیحات مدرن توسط امریکا و انگلستان به عربستان سعودی، در شرایطی که دست این کشور به خون تعداد زیادی از زنان و کودکان یمنی آلوده است، نمونه‌ی بارز چنین رفتاری است.

لذا باید عنوان نمود منافع سیاسی در کنار منافع اقتصادی و بلکه فراتر از آن، عاملی در عدم تعهد کشورهای سلطه‌جو به خطوط اخلاقی و انسانی است.

می‌توان الزاماتی برای صادرات تسلیحات به عنوان مقوله‌ای که از اقتصاد و دفاع تأثیر گرفته و بر آنها تأثیر می‌گذارد، در مبانی مکتبی و اعتقادی جستجو نمود. این الزامات چه مستخرج از آیات و روایات و چه برگرفته

^۱ پیمان منع گسترش سلاح‌های هسته‌ای (Non-Proliferation Treaty) در دوران جنگ سرد (۱۹۶۸) برابر با ۱۳۴۷ به صورت محدود بین چند کشور جهان منعقد شد. این پیمان کشورهای جهان را به دو طبقه برخوردار (کشورهای دارای سلاح هسته‌ای) و غیربرخوردار (کشورهای فاقد سلاح هسته‌ای) تقسیم می‌کند. طبق این معاهده کشورهای دارای سلاح هسته‌ای نباید به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم به کشورهای غیربرخوردار در راه تحصیل این سلاح کمک کنند و کشورهای غیربرخوردار متعهد می‌شوند تا در این راه تلاش نکنند، هر چند به موجب ماده ۴ برخوردارها متعهد شده‌اند که فناوری هسته‌ای صلح آمیز را در اختیار غیربرخوردارها قرار دهند.

از گفتمان ولایت، مجموعه‌ای از بایدها و نبایدها را شکل می‌دهند که در قالب موضوعات راهبردی، می‌توانند خطوط راهنمای سیاست‌گذاری در این حوزه باشند. در جدول (۲)، مجموعه الزامات پیش‌گفته ذکر شده‌اند. جدول شماره (۲) دسته‌بندی الزامات در دو حوزه‌ی اقتصاد و دفاع برگرفته از مبانی مکتبی

گفتمان ولایت فقیه		آیات و روایات	
مردم‌محوری در اقتصاد	تربیت و اعتلای معنوی انسان‌ها	برقراری عدالت اقتصادی و اجتماعی	مبارزه با غاصبین
پرهیز از ربا و بهره	استقلال اقتصادی / حفظ استقلال	اهمیت تولید و تشویق رشد	یاری دین خدا
رعایت مالکیت (فردی، عمومی، دولتی)	فقرزدایی و افزایش رفاه عمومی	حمایت از کار و کارگر	مبارزه با متجاوز
برقراری عدالت توزیعی	تعدیل ثروت	عدم تصرف در اموال	عدم تجاوز از حدود
محدودیت رقابت به حدود شرعی و حکومتی	رشد و سازندگی	لزوم رضایت طرفین در مبادلات و تجارت	پیکار با فتنه‌گران
تقدم مصالح اسلام بر مصالح فردی	حفظ ارزش‌ها و شئون اخلاقی	رعایت حق مالکیت	پیکار با کسانی که به دنبال تغییر دین‌اند
توسعه صادرات	توسعه مراکز علمی	لزوم اعتدال در هزینه-کرد	حمایت از مظلوم . مبارزه با ظالم
دانش‌بنیان شدن (توجه به تحقیقات)	دوری از تکیه بر صادرات نفت	پرهیز از مصارف ضدارزشی	مبارزه در راه احقاق حق ضعفا
توجه به کیفیت	تشویق تولید داخلی	استقلال اقتصادی	توجه همزمان به آخرت و دنیا
توجه به جوانان	تقویت بنیه دفاعی و توسعه صنایع تسلیحاتی	تأمین رفاه عمومی و مبارزه با فقر	عدم فساد در زمین
اصلاح الگوی مصرف	جلوگیری از انحصار در تجارت	رشد و توسعه	حفظ حاکمیت و اقتدار سیاسی اسلام

۲-۱۰. چالش‌های ملی صادرات تسلیحات ج.ا.ایران

برایند نظرات خبرگان، اولویت دادن به عوامل درونی مؤثر بر صادرات تسلیحات است که در دو سطح سازمانی و فراسازمانی (ملی) دسته‌بندی می‌شوند. عوامل درون سازمانی، موضوع الگوی راهبردی توسعه صادرات تسلیحات در سطح سازمانی است. در سطح ملی، عوامل زیر را می‌توان بر صادرات تسلیحات مؤثر دانست (محمودزاده و همکاران، ۱۳۹۸):

جدول شماره (۳) دسته‌بندی عوامل چالش‌زا در صادرات تسلیحات ج.ا.ایران (۸۷ عامل سطح ملی)

چالش‌ها	فرایند	حوزه
عدم اهتمام مدیریتی، عدم تمرکز تولید و مدیریت صادرات تسلیحات در کشور، عدم انطباق اهداف توسعه ملی با توسعه صادرات تسلیحات، عدم یکپارچگی سیاست‌ها، عدم تدوین نقشه راه توسعه صادرات، نگاه به منافع کوتاه‌مدت به جای نگاه راهبردی، عدم شناخت ظرفیت‌های	مدیریت و برنامه‌ریزی	سیاست‌گذاری

حوزه	فرایند	چالش‌ها
ملی		داخلی (مزیت‌سنجی)، عدم توسعه ظرفیت‌های داخلی منطبق بر نیاز بازار جهانی (مزیت‌سازی)، نبود عزم ملی برای رقابت بین‌المللی، عدم استفاده از مزیت‌های جغرافیایی، قومی، نژادی و مذهبی، بی‌توجهی به رفع انحصار در بازارهای داخلی، عدم فعالیت شرکت‌های صنعتی بزرگ
نظام نوآوری		عدم حمایت از حقوق مالکیت فکری طرح‌های داخلی و خارجی، عدم حمایت نظام ملی نوآوری از صادرات تسلیحات، ضعف در توسعه مراکز تحقیق و توسعه، ارتباط غیرمؤثر و غیرمستمر بنگاه‌های حوزه خدمات با فناوری بالای کشور با مراکز پژوهشی و تحقیقاتی جهانی
راهبردهای صادراتی		عدم بهره‌گیری از صادرات دانش تولید، عدم بهره‌گیری از صادرات دانش طراحی، عدم بهره‌گیری از صادرات فناوری، عدم بهره‌گیری از اتحادهای راهبردی با شرکت‌های بین‌المللی بزرگ، عدم بهره‌گیری از توسعه سامانه‌های تسلیحاتی مشترک، عدم بهره‌گیری از راهبرد خلق مشترک، عدم بهره‌گیری از تقسیم کار منطقه‌ای، عدم بهره‌گیری از ائتلاف در عرضه، عدم بهره‌گیری از راهبرد ورود به بازار عرضه قطعات و زیرمجموعه‌های نظامی، بی‌توجهی به منطقه‌گرایی در تجارت، عدم مشتری‌گزینی راهبردی
نهادسازی		بی‌توجهی به تمرکز نهادی، عدم تفویض اختیارات به نهادهای تخصصی، بی‌توجهی به ارتقای حرفه‌ای نهادها، عدم تعامل نهادهای نظارتی-امنیتی، ضعف ساختار سازمانی نهادهای صادراتی، بی‌توجهی به توسعه صنایع نظامی کوچک و متوسط، عدم بهره‌گیری از صنایع دفاعی دو منظوره، عدم تشکیل هسته‌های تخصصی در گروه‌های تسلیحاتی
دیپلماسی سیاسی		عدم تلاش برای دستیابی به توافقات تسلیحاتی در عالی‌ترین سطوح دیپلماتیک، عدم برقراری پیوندهای مستشاری، عدم تمرکز بر بازار کشورهای دارای مشترکات ژئوپلیتیکی و ژئواستراتژیکی ^۱
قوانین و مقررات		پروتوکول‌های دست و پا گیر تجارت تسلیحات، عدم تضمین ریسک صادرات (طرح‌های تضمین پرداخت)، بی‌توجهی به خصوصی‌سازی صنایع دفاعی، عدم انعقاد موافقت‌نامه‌های تجارت ترجیحی و تجارت آزاد، نبود ساختار متناسب بیمه‌ای برای صادرکنندگان، نبود معافیت و تخفیف مالیاتی برای صنایع دفاعی، نبود تخفیفات نرخ ارز برای واردات مواد اولیه، تعرفه‌های گمرکی بالا، عدم بهره‌گیری از قراردادهای جبرانی (آفست)، عدم حمایت از حقوق مالکیت دارایی‌ها و ثروت داخلی، عدم حمایت از دارایی و مالکیت‌های خارجی
سیاست‌های اقتصادی	سرمایه‌گذاری	عدم سرمایه‌گذاری صادرات محور در صنایع دفاعی، عدم سرمایه‌گذاری در صنایع بالادستی، عدم سرمایه‌گذاری ملی در تحقیق و توسعه، عدم تلاش برای جذب سرمایه خارجی
تأمین مالی	سیاست‌های تأمین مالی	عدم تأمین خطوط اعتباری، عدم استفاده از مبادلات تهاتری، عدم بهره‌گیری از تکنیک کالای رایگان و فعالیت‌های عام‌المنفعه، عدم تضمین ریسک معاملات برای کشورهای هدف، عدم استفاده از معافیت‌های مالیاتی برای صنایع نظامی، عدم ارائه وام‌های کم یا بدون بهره به صنایع دفاعی، عدم حمایت از سرمایه‌گذاران خارجی، عدم تأمین مالی صنایع نظامی از محل مالیات عمومی کشور، عدم تأمین مالی صنایع دفاعی از طریق اخذ عوارض از کالاهای عمومی
نوسانات نرخ ارز	ارز	واقعی نبودن نرخ ارز، نوسانات نرخ ارز، بی‌ثباتی درآمد ارزی دولت، کم‌توجهی به بومی‌سازی تولید مواد اولیه

¹ Geo-Ethnic

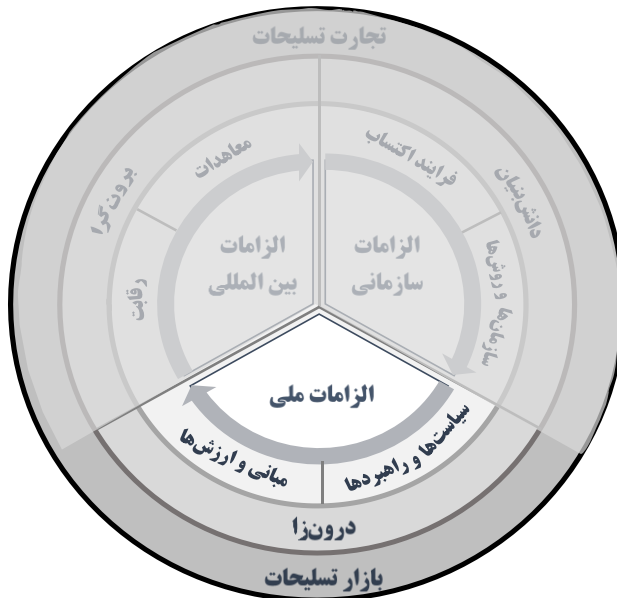
چالش‌ها	فرایند	حوزه
رکود اقتصادی، نرخ بالای تورم، بی‌ثباتی نسبی قیمت‌ها، عدم کنترل قیمت نهاده‌های تولید، عدم کنترل نسبت حقوق و دستمزد به قیمت تمام‌شده	تورم	
عدم شفافیت تجاری، عدم وجود اطلاعات کامل و دسترسی دشوار به اطلاعات اقتصادی، عدم شفافیت بازارها	بی‌عدالتی اطلاعاتی	
احتمال افساد در زمین توسط کشورهای هدف، احتمال تجاوز و غصب سرزمین توسط کشورهای هدف، احتمال تضييع حق مظلومين و ضعفا، احتمال عدم رعایت مالکیت (فردی، عمومی، دولتی)، وجود ربا و بهره در وام‌ها و خطوط اعتباری، احتمال عدم رعایت اخلاق و امانت‌داری در تجارت	الزامات مکتبی	ارزش‌های انسانی و اخلاقی
احتمال ترور و نسل‌کشی در کشورهای هدف، احتمال خشونت مبتنی بر جنسیت یا خشونت علیه زنان و کودکان در کشورهای هدف، احتمال تقدم منافع سیاسی به حقوق بشر، احتمال برتری‌جویی قومی یا ملی در کشورهای هدف، احتمال دیکتاتوری در کشورهای هدف	الزامات حقوق بشر	

۲-۱۱. مدل مفهومی پژوهش

بر اساس چارچوب مطالعه تعریف شده در این پژوهش، مجموعه موضوعات راهبردی مرتبط با توسعه صادرات تسلیحات از مسیر مطالعه‌ی عوامل محیطی مرتبط با سطح سازمانی، احصاء گردیدند. مباحث این مطالعه تحت عناوین: «مفهوم‌شناسی عناصر پژوهش»، «ساختار بازار تسلیحات»، «مزیت رقابتی در بازار تسلیحات»، «ارزش‌های اعتقادی و انسانی»، «مطالعات تطبیقی» و مبحث بسیار مهم «چالش‌های سازمانی صادرات تسلیحات ج.ا.ایران»، در قالب ادبیات پژوهش ارائه گردیدند. البته در تکمیل موضوعات شناسایی شده در سطوح مذکور (و مطابق فرایند اجرای پژوهش)، از مصاحبه‌های اولیه نیز استفاده گردید.

ما حاصل موضوعات استخراج شده، در دو سرفصل: «سیاست‌ها و راهبردها» و «مبانی و ارزش‌ها»، شاکله‌ی اصلی الگوی مفهومی پژوهش را در نگاه کلان تشکیل دادند. متعاقباً و در تدوین الگوی نهایی، همین سرفصل‌ها در نگاهی تخصصی و تدقیق شده، مبنای ارائه ابعاد الگو قرار گرفتند.

مطابق چارچوب مطالعاتی، الگوی مفهومی پژوهش در سطح راهبردی ملی، مشتمل بر ابعادی از موضوعات راهبردی مترتب بر صادرات تسلیحات است که یا در سطح ملی موضوعیت یافته و یا در این سطح می‌بایست راهبردهایی را برای مواجهه با این موضوعات جستجو نمود. به منظور دستیابی به الگویی جامع، موجز، خوش-ساخت، عقلایی و دارای قلمرو پوششی مناسب، پس از مطالعه ادبیات نظری و ادبیات تجربی و مصاحبه با خبرگان و اساتید و برخی از فعالان صنعت دفاعی از جمله مدیران صنایع و متولیان صادرات، سه موضوع مرتبط و دارای بیشترین فراوانی (ابعاد الگو) و مجموعاً ۹۸ شاخص شناسایی گردیده و این شاخص‌ها در ۱۴ مؤلفه دسته‌بندی شدند. در شکل (۲)، الگوی مفهومی کلان ابعاد مؤثر بر توسعه صادرات تسلیحات در سطح ملی ارائه شده است.



شکل شماره (۲) الگوی مفهومی پژوهش

منبع: محقق

۳. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از منظر نوع، کاربردی-توسعه‌ای قلمداد می‌گردد. پژوهش به لحاظ رویکرد، آمیخته و به لحاظ ماهیت، توصیفی - تحلیلی است. پس از جمع‌آوری اطلاعات از روش‌های مختلف نظیر مطالعات کتابخانه‌ای، بررسی اسناد، مدارک و گزارشات موجود، مصاحبه با خبرگان، تحلیل محتوا و نهایتاً تدوین پرسشنامه‌های محقق ساخته، به تجزیه و تحلیل اطلاعات به‌دست آمده با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری البته به کمک نرم‌افزارهایی مانند اکسل (نسخه ۲۰۱۳)، اسمارت پی.ال.اس (نسخه ۳) اس پی اس (نسخه ۲۳) پرداخته خواهد شد.

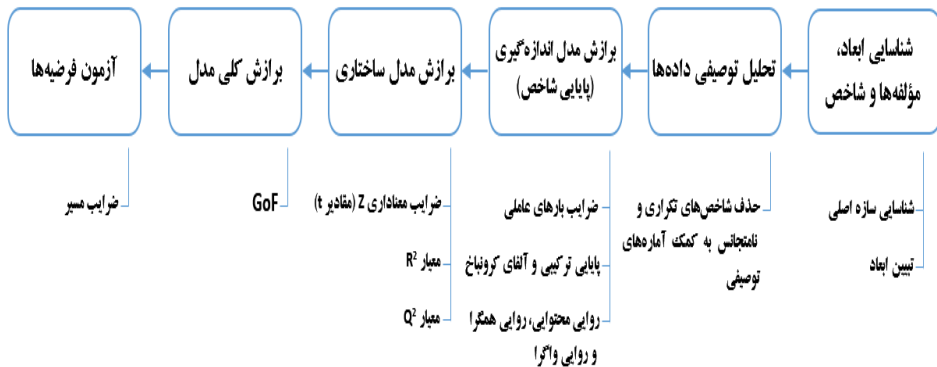
جامعه‌ی آماری پژوهش با ویژگی‌های زیر تشکیل گردید:

- ❖ خبرگان اقتصاد با گرایش اقتصاد بین‌الملل و اقتصاد سیاسی ترجیحاً فعال در حوزه‌های دفاعی
 - ❖ صنعت دفاعی و تسلیحات در حوزه توسعه فناوری، تولید و تضمین مرغوبیت ترجیحاً آشنا با حوزه بازرگانی خارجی
 - ❖ بازرگانی خارجی با گرایش‌های بازرگانی عمومی و دفاعی
 - ❖ استراتژیست‌ها و خبرگان دفاع در سطوح راهبردی
- همچنین تلاش گردید در جامعه آماری مذکور از خبرگان دارای فعالیت دانشگاهی نیز بهره گرفته شود.

در بخش مصاحبه‌های اولیه، نمونه‌گیری به روش هدفمند و با حجم محدود به اشباع نظری در سطح ابعاد و مؤلفه‌ها، صورت پذیرفت. حجم نمونه‌ی حاصله در این بخش به ۸ نفر رسید. در بخش دوم نیز با توجه به رویکرد حاکم بر تحقیق مبنی بر احصاء مهمترین مؤلفه‌ها، زیرمؤلفه‌ها و شاخص‌های الگوی توسعه صادرات تسلیحات، روش نمونه‌گیری جهت اخذ نقطه نظرات خبرگان پیرامون موارد احصائی، روش نمونه‌گیری هدفمند قرار گرفت. از طرفی با توجه به حجم تعداد مؤلفه‌ها و شاخص‌های الگو و به منظور بهره‌گیری بهینه در سنجش موارد احصاء شده، موارد در قالب یک پرسشنامه ساختاریافته به معرض قضاوت خبرگان قرار داده شد. به دلیل ویژگی‌های موضوعی و تخصصی تحقیق، پژوهشگر با جامعه‌ی آماری کوچکی روبرو بود و در تلاش خود برای حداکثرسازی حجم نمونه‌ها، نهایتاً موفق به اخذ ۳۸ نمونه گردید.

بدین منظور با تدوین اولیه پرسشنامه که شامل ابعاد، مولفه‌ها و نیز شاخص‌های توسعه صادرات تسلیحات بود، به طراحی گزاره‌هایی پرداخته شد که بتواند هر یک از اجزاء الگو را بسنجد و از متخصصان خواسته شد تا اهمیت هر گزاره را بین ۱ تا ۵ تعیین نمایند.

برای سنجش روایی پرسشنامه از روایی محتوایی استفاده گردید و برای سنجش پایایی نتایج حاصل از جمع‌آوری داده‌های مربوط به ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها، از دو روش آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها مطابق فرایندی که در شکل زیر آمده است صورت پذیرفت.



شکل شماره (۴) نمودار فرایند تجزیه و تحلیل داده‌ها

۴. تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

۴-۱. مؤلفه‌ها و شاخص‌های اولیه

از مجموع کاوش‌های صورت گرفته در مقالات، کتب، اسناد رسمی و نیز به کمک مصاحبه با خبرگان، خصوصاً از طریق پژوهشی در رابطه با چالش‌های صادرات تسلیحات ج.ا.ایران، مجموعاً ۹۸ شاخص استخراج گردید که پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، با بازبینی مجدد و استفاده از نظرات اساتید محترم راهنما و مشاور، به ۷۴ شاخص کاهش یافت که ناشی از حذف شاخص‌های مشابه و ادغام موارد نزدیک به هم بود. پالایش صورت گرفته، به

کمک تحلیل آماره‌های توصیفی صورت پذیرفت. جداول زیر، تعداد و عناوین مؤلفه‌ها و شاخص‌های اولیه را به تفکیک ابعاد نشان می‌دهد.

*جدول شماره (۴) وضعیت کمی اولیه اجزای الگو

تعداد		سازه (سطح راهبردی)
مؤلفه	بُعد	
شاخص	۹۸	۳
ملی		

منبع: محقق

جدول شماره (۵) شاخص‌های اصلی الگو

شاخص‌ها	مؤلفه‌ها	بُعد
اولویت و هدف گذاری صادرات تسلیحات، تمرکز تولید و مدیریت صادرات تسلیحات در کشور، انطباق اهداف توسعه ملی با توسعه صادرات تسلیحات، سیاست‌گذاری یکپارچه، تدوین نقشه راه توسعه صادرات، نگاه راهبردی به جای منافع کوتاه‌مدت، شناخت ظرفیت‌های داخلی (مزیت‌سنجی)، توسعه ظرفیت‌های داخلی منطبق بر نیاز بازار جهانی (مزیت‌سازی)، عزم ملی برای رقابت بین‌المللی، استفاده از مزیت‌های جغرافیایی، قومی، نژادی و مذهبی، تسهیل رقابت در بازارهای داخلی، فعالیت شرکت‌های صنعتی بزرگ در حوزه نظامی	مدیریت و برنامه‌ریزی اثربخش	
حمایت از حقوق مالکیت فکری در صنعت تسلیحات، حمایت نظام ملی نوآوری از صادرات تسلیحات، توسعه مراکز تحقیق و توسعه، ارتباط مؤثر و مستمر بنگاه‌های حوزه خدمات با فناوری بالای کشور با مراکز پژوهشی و تحقیقاتی جهانی، تقویت نهادهای واسط و فن بازار	ارتقای نظام نوآوری ملی	
صادرات دانش تولید، صادرات دانش طراحی، صادرات فناوری، صادرات خطوط تولید، تولید در محل، اتحادهای راهبردی با شرکت‌های بین‌المللی بزرگ، توسعه سامانه‌های تسلیحاتی مشترک، خلق مشترک، تقسیم کار منطقه‌ای، ائتلاف در عرضه، ورود به بازار تأمین‌کنندگان قطعات و زیرمجموعه‌های نظامی، منطقه‌گرایی در تجارت، مشتری‌گزینی راهبردی، صادرات مجدد (Re-Export)، فروش لایسنس	تنوع راهبردهای صادراتی	کارآمدی سیاست- گذاری ملی
یکپارچگی نهادی و حذف تداخل نهادی، تفویض اختیارات به نهادهای تخصصی، ارتقای حرفه‌ای نهادها، تعامل نهادهای نظارتی-امنیتی با نهادهای صادراتی، تقویت ساختار سازمانی نهادهای صادراتی، توسعه صنایع نظامی کوچک و متوسط، هسته‌های تخصصی در گروه‌های مختلف تسلیحاتی	نهادسازی	
توافقات تسلیحاتی در عالی‌ترین سطوح دیپلماتیک، برقراری پیوندهای مستشاری، تمرکز بر بازار کشورهای دارای مشترکات ژئوپلیتیکی و ژئواستراتژیکی ^۱ ، ایجاد و گسترش کمیسیون‌های مشترک دفاعی و اقتصادی با کشورهای هدف، اعزام رایزن‌های دفاعی مشرف به توان صادرات تسلیحاتی	دیپلماسی فعال اقتصاد دفاع	
مقررات‌زدایی در پروتوکل‌های تجارت تسلیحات، تضمین ریسک صادرات (طرح‌های تضمین پرداخت)، خصوصی‌سازی صنایع دفاعی، معافیت کارکنان صنایع دفاعی از خدمت سربازی، حمایت از حقوق مالکیت دارایی‌ها و ثروت داخلی، حمایت از دارایی و مالکیت‌های خارجی،	بهبود فضای کسب و کار	

^۱ Geo-Ethnic

شاخص‌ها	مؤلفه‌ها	بُعد
شفافیت اطلاعات (شفافیت اطلاعات تجاری، انتشار مقررات و تسهیل دسترسی به آنها، دسترسی آسان و یکسان به اطلاعات اقتصادی، کاهش عدم تقارن اطلاعات)، تسهیل رویه‌ها و مجوزهای سرمایه‌گذاری، تولید و صادرات تسلیحات		
سرمایه‌گذاری صادرات محور در صنایع دفاعی، سرمایه‌گذاری در صنایع بالادستی، سرمایه‌گذاری ملی در تحقیق و توسعه، جذب سرمایه خارجی	سرمایه‌گذاری هدفمند	
خطوط اعتباری، مبادلات تهاتری، کالای رایگان و فعالیت‌های عام‌المنفعه، تضمین ریسک معاملات برای کشورهای هدف، معافیت‌های مالیاتی برای صنایع نظامی، ارائه وام‌های کم بهره و بدون بهره به صنایع دفاعی، حمایت از سرمایه‌گذاران خارجی (تضامین)، تأمین مالی صنایع نظامی از محل مالیات عمومی کشور، تأمین مالی صنایع دفاعی از طریق اخذ عوارض از کالاهای عمومی، عقد قراردادهای جبرانی	سیاست‌های مؤثر تأمین مالی	
یکسان‌سازی نرخ ارز، تعیین دامنه نوسانات نرخ ارز، افزایش درآمد ارزی، مدیریت تقاضای ارز (بومی‌سازی تولید مواد اولیه)	کنترل نوسانات نرخ ارز	برنامه‌های اقتصادی
افزایش رشد اقتصادی، افزایش بهره‌وری، مدیریت نقدینگی، کاهش مخارج (کنترل نسبت حقوق و دستمزد به قیمت تمام‌شده، کنترل قیمت نهاده‌های تولید و ...)	کنترل تورم	پشتیبان
نرخ مؤثر حمایت (کاهش تعرفه اقلام وارداتی)، معافیت‌های مالیاتی صادرات، مشوق‌ها و یارانه‌های صادراتی، انعقاد موافقت‌نامه‌های تجارت ترجیحی و تجارت آزاد، تخفیفات نرخ ارز برای واردات مواد اولیه،	حمایت مؤثر تجاری	
پوشش ریسک‌های دستیابی مراحل طراحی و تولید کالاهای صادراتی، پوشش بیمه‌ای وام‌ها و سرمایه‌گذاری‌های حمایتی توسعه محصولات صادراتی، بیمه‌های ترم تحویل کالاهای تسلیحاتی (ایمنی محصولی، سرقت، تروریسم، حوادث) حین انبارداری، حمل و نقل و تحویل-دهی	پوشش مناسب بیمه‌ای	
عدم حمایت از افساد در زمین، حمایت از دفاع در برابر منازعات تحمیلی، حمایت از دفاع در برابر ظلم حمایت از احقاق حق مظلومین و ضعفا، عدم حمایت از تجاوز و غصب سرزمین، رعایت انصاف در تجارت، کمک به استقلال سیاسی حکومت اسلامی، کمک به حاکمیت و اقتدار سیاسی حکومت اسلامی / حمایت از سرافرازی اسلام، رعایت مالکیت (فردی، عمومی، دولتی)، پرهیز از ربا و بهره در وام‌ها و خطوط اعتباری، اخلاق و امانت‌داری در تجارت	تقیّد به الزامات مکتبی	ارزش‌های انسانی و مکتبی
عدم حمایت از ترور و نسل‌کشی، عدم حمایت از خشونت مبتنی بر جنسیت یا خشونت علیه زنان و کودکان، عدم اولویت منافع اقتصادی به حقوق بشر، عدم تقدّم منافع سیاسی به حقوق بشر، عدم حمایت از برتری‌جویی قومی یا ملی، عدم حمایت از حکومت‌های دیکتاتور و سرکوبگر	تقیّد به الزامات حقوق بشر	

منبع: محقق

۴-۲. یافته‌های جمعیت‌شناختی

میزان تحصیلات. از کل ۳۸ نفر پاسخ‌دهنده، تعداد ۱۱ نفر یعنی ۲۹ درصد پاسخگویان دارای مدرک تحصیلی دکتری و تعداد ۲۰ نفر یعنی بیش از ۵۲ درصد فوق‌لیسانس می‌باشند. بنابراین بیش از ۸۰ درصد پاسخگویان

دارای مدرک تحصیلی فوق لیسانس به بالا هستند که این خود حکایت از وزن علمی خبرگان همکار در جامعه نمونه برای سنجش موضوع پژوهش می‌باشد.

سوابق اجرایی. در خصوص سابقه کار دانشگاهی، کار دولتی و کار نظامی یافته‌ها نشان می‌دهند بیش از ۸۵٪ خبرگان دارای سوابق بالاتر از ۲۰ سال می‌باشند که نشان از تجربه بالای آنهاست. این نسبت در خصوص سابقه‌ی دانشگاهی به چشم نمی‌خورد که عمده‌ی علت آن آغاز سابقه‌ی دانشگاهی بخش قابل توجهی از خبرگان، چندین سال پس از آغاز به کار آنان در مشاغل دولتی و نظامی است.

حوزه‌های تخصصی. ثقل فراوانی خبرگان از منظر تخصص به سمت «دفاعی» با ۷۶/۳ درصد گرایش بیشتری دارد. پس از آن نیز تخصص اقتصادی (۱۵/۸)، فناوری (۵/۳) و سایر (۲/۶) قرار می‌گیرد. این ترکیب با توجه به موضوع تحقیق منطقی می‌نماید.

۳-۴. یافته‌های توصیفی

از منظر آمار توصیفی، خبرگان در مجموع وزن بیشتری را برای بُعد «کارآمدی سیاست‌گذاری ملی» و کمترین وزن را برای بُعد «ارزش‌های انسانی و مکتبی» قائل شده‌اند. همچنین از منظر انحراف معیار (پراکندگی داده‌ها) نیز بُعد «کارآمدی سیاست‌گذاری ملی» حائز کمترین پراکندگی و بُعد «ارزش‌های انسانی و مکتبی» دارای بیشترین پراکندگی است.

جدول شماره (۶) آمار توصیفی ابعاد مربوط به سطح ملی

ردیف	عنوان	معرف	کمینه	بیشینه	متوسط	انحراف معیار
۱	کارآمدی سیاست‌گذاری ملی	NLB1	۲	۵	۴/۶۳	۰/۷
۲	برنامه‌های اقتصادی پشتیبان	NLB2	۳	۵	۴/۵	۰/۵۸
۳	ارزش‌های انسانی و مکتبی	NLB3	۱	۵	۳/۲۹	۱/۰۲

در سطح مؤلفه‌ها، مؤلفه ۵ حائز بالاترین متوسط و در عین حال پایین‌ترین انحراف معیار شد که نشان دهنده‌ی اتفاق نظر قوی خبرگان در رابطه با تأثیرگذاری این مؤلفه می‌باشد. همزمان مؤلفه ۱۳ کمترین متوسط را به خود اختصاص داد. متناظراً دو شاخص ۱ و ۷۴ که بالاترین و پایین‌ترین وزن را احراز نمودند به ترتیب ذیل دو مؤلفه ۵ و ۶ قرار می‌گیرند. جداول ۷ و ۸، به ترتیب آماره‌های توصیفی مؤلفه‌ها و شاخص‌ها را نشان می‌دهند.

جدول شماره (۷) آمار توصیفی مؤلفه‌های الگو

ردیف	عنوان	معرف	کمینه	بیشینه	متوسط	انحراف معیار
۱	مدیریت و برنامه‌ریزی اثربخش	NLB1M1	۳	۵	۴/۳۸	۰/۷
۲	ارتقای نظام نوآوری ملی	NLB1M2	۱	۵	۳/۸۸	۰/۹۳
۳	تنوع راهبردهای صادراتی	NLB1M3	۳	۵	۴/۳۸	۰/۷۵
۴	نهادسازی	NLB1M4	۳	۵	۴/۱۷	۰/۶۹

ردیف	عنوان	معرف	کمینه	بیشینه	متوسط	انحراف معیار
۵	دیپلماسی فعال اقتصاد دفاع	NLB1M5	۳	۵	۴/۵۸	۰/۵۷
۶	بهبود فضای کسب و کار	NLB1M6	۲	۵	۴/۲۵	۱/۰۹
۷	سرمایه گذاری هدفمند	NLB2M1	۳	۵	۴/۳۳	۰/۷۵
۸	سیاست های مؤثر تأمین مالی	NLB2M2	۳	۵	۴/۵۴	۰/۷۱
۹	کنترل نوسانات نرخ ارز	NLB2M3	۲	۵	۴/۲۱	۰/۹۶
۱۰	کنترل تورم	NLB2M4	۲	۵	۳/۷۹	۰/۹۱
۱۱	حمایت مؤثر تجاری	NLB2M5	۱	۵	۴/۲۱	۱/۰۰
۱۲	پوشش مناسب بیمه‌ای	NLB2M6	۲	۵	۴/۰۴	۱/۰۲
۱۳	تقیید به الزامات مکتبی	NLB3M1	۱	۵	۳/۶۷	۰/۹۴
۱۴	تقیید به الزامات حقوق بشر	NLB3M2	۲	۵	۳/۸۳	۰/۸۵

جدول شماره (۸) آمار توصیفی شاخص‌های دارای بالاترین و پایین‌ترین وزن

ردیف	عنوان	معرف	کمینه	بیشینه	متوسط	انحراف معیار
۱	توافقات تسلیحاتی در عالی‌ترین	NLB1M5Sh1	۴	۵	۴/۷۹	۰/۴۱
۷۴	معافیت کارکنان صنایع دفاعی از	NLB1M6Sh4	۱	۵	۲/۳۹	۱/۱۷

۴-۴. یافته‌های استنباطی

مشمول بر برازش مدل اندازه‌گیری (پایایی شاخص)، مدل ساختاری، برازش کلی و آزمون فرضیه‌ها است.

۴-۴-۱. برازش مدل اندازه‌گیری

با استفاده از محاسبه‌ی ضرایب بارهای عاملی، پایایی و روایی تأیید می‌گردد. ضرایب بار عاملی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های الگو در ادامه توضیح داده شده‌اند.

جدول شماره (۹) ضریب بار عاملی ابعاد الگو

ردیف	بُعد	معرف	ضریب بار عاملی	تفسیر
۱	کارآمدی سیاست‌گذاری ملی	NLB1	۰/۸۰۸	مناسب
۲	برنامه‌های اقتصادی پشتیبان	NLB2	۰/۹۱۶	بسیار مناسب
۳	ارزش‌های انسانی و مکتبی	NLB3	۰/۷۸۴	مناسب

همان گونه که در جدول (۹) مشاهده می‌شود بار عاملی ابعاد نشان می‌دهد معیار مناسبی برای الگو هستند. همچنین یافته‌های تحقیق نشان داد همه مؤلفه‌ها معیار مناسبی برای بُعد مربوطه خود می‌باشند. در خصوص بار عاملی شاخص‌ها نیز، از مجموع ۷۴ شاخص پالایش شده، تعداد ۲ شاخص حد نصاب لازم در ارزیابی بار عاملی (۰/۴) را به‌دست نیاوردند و با حذف این شاخص‌ها تعداد شاخص‌های دارای بار عاملی مناسب و بسیار مناسب در الگو به ۷۲ شاخص تقلیل یافت.

جدول ۱۰، نتایج حاصل از آزمون پایایی به روش پایایی ترکیبی را نشان می‌دهد. ۱۱ نیز پایایی مجموع شاخص‌های سه بُعد الگو را به روش آلفای کرونباخ در بر دارد.

جدول شماره (۱۰) آزمون پایایی به روش پایایی ترکیبی در نرم‌افزار Smart-PLS

سازه	پایایی ترکیبی	بُعد	پایایی ترکیبی	مؤلفه	پایایی ترکیبی	
الزامات ملی	۰/۸۸	کارآمدی سیاست‌گذاری ملی	۰/۹۰	مدیریت و برنامه ریزی اثربخش	۰/۸۴	
				ارتقای نظام نوآوری ملی	۰/۸۳	
				تنوع راهبردهای صادراتی	۰/۹۶	
				نهادسازی	۰/۹۰	
				دیپلماسی فعال اقتصاد دفاع	۰/۸۶	
	برنامه‌های اقتصادی پشتیبان	۰/۹۳	ارزش‌های انسانی و مکتبی	۰/۸۱	بهبود فضای کسب و کار	۰/۸۷
					سرمايه گذاري هدفمند	۰/۷۷
					سياست‌های مؤثر تأمین مالی	۰/۹۳
					کنترل نوسانات نرخ ارز	۰/۷۱
					کنترل تورم	۰/۸۵
	ارزش‌های انسانی و مکتبی	۰/۸۱	ارزش‌های انسانی و مکتبی	۰/۸۱	حمایت مؤثر تجاری	۰/۸۷
					پوشش مناسب بیمه‌ای	۰/۹۸
					تقید به الزامات مکتبی	۰/۸۲
					تقید به الزامات حقوق بشر	۰/۹۵

جدول شماره (۱۱) آزمون پایایی به روش آلفای کرونباخ در نرم‌افزار SPSS

عنوان	آلفای کرونباخ
پایایی شاخص‌های بُعد کارآمدی سیاست‌گذاری ملی	۰/۹۷۱
پایایی شاخص‌های بُعد برنامه‌های اقتصادی پشتیبان	۰/۹۵۷
پایایی شاخص‌های بُعد ارزش‌های انسانی و مکتبی	۰/۹۲۲

روایی عوامل الگو به سه روش روایی توافق کلی، روایی همگرا و روایی واگرا مورد سنجش واقع گردید. جدول ۱۲ نتایج روایی همگرا را نشان می‌دهد. در مواردی که میزان این روایی کمی کمتر از حد مجاز (۰/۵) بود، پژوهشگر به روایی توافق کلی مراجعه نمود. جدول ۱۳ نیز روایی واگرا را نشان می‌دهد. همان گونه که مشاهده می‌گردد، نتایج حاصله برای ابعاد الگو با کمتر بودن از اعداد قطری، تأیید می‌گردند.

جدول شماره (۱۲) روایی عوامل الگو

سازه/بُعد/مؤلفه	روایی همگرا	روایی توافق کلی	سازه/بُعد/مؤلفه	روایی همگرا	روایی توافق کلی
الزامات ملی	۰/۷	-	ارتقای نظام نوآوری ملی	۰/۶۳	-
کارآمدی سیاست‌گذاری ملی	۰/۶۱	-	تنوع راهبردهای	۰/۷۱	-

-	۰/۶۱	نهادسازی	-	۰/۷	برنامه‌های اقتصادی پشتیبان
-	۰/۵۵	دیپلماسی فعال اقتصاد	-	۰/۶۸	ارزش‌های انسانی و مکتبی
-	۰/۵۸	بهبود فضای کسب و کار	۰/۸۴۱۷	۰/۴۱	مدیریت و برنامه ریزی
-	۰/۵۹	حمایت مؤثر تجاری	۰/۸۷۵	۰/۴۹	سرمایه گذاری هدفمند
-	۰/۹۶	پوشش مناسب بیمه‌ای	-	۰/۵۹	سیاست های مؤثر تأمین
۰/۷۰	۰/۴۱	تقیّد به الزامات مکتبی	-	۰/۵۸	کنترل نوسانات نرخ ارز
-	۰/۷۷	تقیّد به الزامات حقوق	-	۰/۶۶	کنترل تورّم

مشاهده می‌گردد مؤلفه‌ی «تقیّد به الزامات مکتبی» در روایی توافق کلی نیز حائز مقدار مطلوب نیست.

جدول شماره (۱۳) روایی واگرای سطوح و ابعاد الگو

ارزش‌های انسانی و مکتبی	برنامه‌های اقتصادی پشتیبان	کارآمدی سیاست‌گذاری ملی	الزامات ملی	سازه‌های اصلی (سطوح و ابعاد)
			۰/۸۴	الزامات ملی
		۰/۷۸	۰/۵۵	کارآمدی سیاست‌گذاری ملی
	۰/۸۴	۰/۹۲	۰/۵۵	برنامه‌های اقتصادی پشتیبان
۰/۸۲	۰/۵۷	۰/۴۰	۰/۷۴	ارزش‌های انسانی و مکتبی

همان گونه که مشاهده می‌شود، دو بُعد «برنامه‌های اقتصادی پشتیبان» و «کارآمدی سیاست‌گذاری ملی» همبستگی بیش از حد مجاز نشان می‌دهند. در تحلیل صورت گرفته توسط پژوهشگر، علت این نتیجه، پوشش موضوع برنامه‌های اقتصادی در فرایند سیاست‌گذاری است. به عبارت دیگر، عام بودن عنوان سیاست‌گذاری به حدی است که برنامه‌های اقتصادی را نیز پوشش می‌دهد لذا همبستگی بالایی بین این دو بُعد مشاهده می‌گردد. علت بروز این امر، وزن زیادی است که پژوهشگر در طی مطالعه ادبیات و مصاحبه با خبرگان در رابطه با مؤلفه‌ها و شاخص‌های اقتصادی احساس نموده به گونه‌ای که وی را مجاب به تخصیص یک بُعد مجزا به برنامه‌های اقتصادی پشتیبان کرده است. بر این اساس جمع‌بندی پژوهشگر در این مرحله تغییر عنوان «کارآمدی سیاست‌گذاری ملی» به «ارتقای سیاست‌های ملی در حوزه کسب و کار» در الگو است.

۴-۲. برازش مدل ساختاری

ضرایب معناداری Z (مقادیر t). بدین منظور از قابلیت «بوت استرپینگ» در نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس استفاده می‌شود. این فرایند که به دنبال ارزیابی میزان معناداری ارتباطات بین متغیرهای پنهان الگو است، منجر به محاسبه‌ی ضرایب مسیرها در الگو یا همان مقادیر t می‌گردد. جدول ۱۴، نتایج این محاسبه را نشان می‌دهد.

جدول شماره (۱۴) مقادیر t برای متغیرهای مکنون الگو

ضرایب معناداری	مقادیر t	ضریب مسیر		ضرایب معناداری	مقادیر t	ضریب مسیر	
		به	از			به	از
۰/۰۰	۲۸/۱۵	سرمایه گذاری هدفمند	برنامه- های اقتصادی پشتیبان	۰/۰۰	۶/۰۸	کارآمدی سیاست‌گذاری ملی	الزامات ملی
۰/۰۰	۴۶/۷۸	سیاست های مؤثر تأمین مالی		۰/۰۰	۶/۵۵	برنامه‌های اقتصادی پشتیبان	
۰/۰۰	۹/۳۶	کنترل نوسانات نرخ ارز		۰/۰۰	۱۲/۴۰	ارزش‌های انسانی و مکتبی	
۰/۰۰	۱۳/۱۴	کنترل تورم		۰/۰۰	۴/۸۰	تقیّد به الزامات مکتبی	ارزش- های انسانی و مکتبی
۰/۰۰	۲۴/۱۰	حمایت مؤثر تجاری		۰/۰۰	۴/۵۷	تقیّد به الزامات حقوق بشر	
۰/۰۰	۳۷/۶۵	پوشش مناسب بیمه- ای					
۰/۰۰	۱۳/۳	نهادسازی	کارآمدی سیاست-	۰/۰۰	۱۰/۹۹	مدیریت و برنامه ریزی اثربخش	کارآمدی سیاست-
۰/۰۰	۱۶/۵۸	دیپلماسی فعال اقتصاد دفاع	گذاری ملی	۰/۰۰	۱۶/۲۹	ارتقای نظام نوآوری ملی	گذاری ملی
۰/۰۰	۳۶/۷۷	بهبود فضای کسب و کار	(ادامه)	۰/۰۰	۱۴/۵۰	تنوع راهبردهای صادراتی	

همان گونه که مشاهده می‌شود، غالب مسیرها با سطح اطمینان بیش از ۰/۹۵ حائز ضرایب بیش از ۱/۹۶ هستند که نشان از معنادار بودن مسیرها و مناسب بودن مدل ساختاری است.
معیار R². معیاری است که نشان از تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد (داوری، رضازاده، ۱۳۹۳: ۱۴۶). معیار تفسیر مقادیر R² در جدول ۱۵ آمده است. جدول ۱۶ نیز مقادیر R² به دست آمده در نرم‌افزار اسمارت پی. ال. اس را نشان می‌دهد.

جدول شماره (۱۵) معیار تفسیر مقادیر R²

> ۰/۶۷	۰/۳۳ < ... < ۰/۶۷	۰/۱۹ < ... < ۰/۳۳	< ۰/۱۹
بسیار قوی	قوی	متوسط	ضعیف

جدول شماره (۱۶) مقادیر R² سازه‌های تحقیق

تفسیر	R ²	سازه/بعد/مؤلفه	تفسیر	R ²	سازه/بعد/مؤلفه
بسیار قوی	۰/۷۹	بهبود فضای کسب و کار	ضعیف	۰/۱۴	الزامات ملی
قوی	۰/۶۶	سرمایه گذاری هدفمند	متوسط	۰/۳۰	کارآمدی
قوی	۰/۷۹	سیاست های مؤثر تأمین مالی	متوسط	۰/۳۰	برنامه‌های
قوی	۰/۴۴	کنترل نوسانات نرخ ارز	قوی	۰/۵۵	ارزش‌های انسانی
متوسط	۰/۱۹	کنترل تورم	قوی	۰/۵۰	مدیریت و برنامه

ارتقای نظام	۰/۵۰	قوی	حمایت مؤثر تجاری	۰/۶۵	قوی
تنوع راهبردهای	۰/۵۱	قوی	پوشش مناسب بیمه‌ای	۰/۷۶	بسیار قوی
نهادسازی	۰/۴۹	قوی	تقیّد به الزامات مکتبی	۰/۱۴	ضعیف
دیپلماسی فعال	۰/۶۱	قوی	تقیّد به الزامات حقوق بشر	۰/۱۴	ضعیف

بر اساس این نتایج، بیش از ۸۳ درصد متغیرها در بازه‌ی متوسط (مناسب) به بالا قرار دارند که حاکی از مناسب بودن برازش مدل ساختاری از منظر این آزمون است.

معیار Q². این معیار قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد. این آزمون در نرم‌افزار اسمارت پی. ال. اس از طریق اجرای فرمان Blindfolding (پرده‌ی 1-SSE/SSO) قابل انجام است. معیار تفسیر مقادیر مختلف Q² در جدول ۱۷ آورده شده است.

جدول شماره (۱۷) معیار تفسیر مقادیر Q²

< ۰/۰۲	۰/۱۵ < ... < ۰/۳۵	۰/۰۲ < ... < ۰/۱۵	۰/۳۵ < ... < ۰/۳۵	> ۰/۳۵
ضعیف	متوسط	قوی	بسیار قوی	

همچنین در جدول ۱۸، نتایج آزمون Q² نشان داده شده است. همان گونه که ملاحظه می‌گردد غالب سازه‌ها حائز متوسط (مناسب) به بالا می‌باشند که بار دیگر برازش مدل ساختاری را تأیید می‌نماید.

جدول شماره (۱۸) مقادیر Q² سازه‌های تحقیق

سازه/بعد/مؤلفه	Q ²	تفسیر	سازه/بعد/مؤلفه	Q ²	تفسیر
الزامات ملی	۰/۰۹	متوسط	بهبود فضای کسب و کار	۰/۴۰	بسیار قوی
کارآمدی	۰/۱۶	قوی	سرمایه‌گذاری هدفمند	۰/۲۹	قوی
برنامه‌های	۰/۱۸	قوی	سیاست‌های مؤثر تأمین مالی	۰/۳۹	بسیار قوی
ارزش‌های انسانی	۰/۳۵	بسیار قوی	کنترل نوسانات نرخ ارز	۰/۲۳	قوی
مدیریت و برنامه	۰/۱۷	قوی	کنترل تورّم	۰/۱۱	متوسط
ارتقای نظام	۰/۲۳	قوی	حمایت مؤثر تجاری	۰/۳۲	قوی
تنوع راهبردهای	۰/۳۰	قوی	پوشش مناسب بیمه‌ای	۰/۶۶	بسیار قوی
نهادسازی	۰/۲۴	قوی	تقیّد به الزامات مکتبی	۰/۰۴	متوسط
دیپلماسی فعال	۰/۲۹	قوی	تقیّد به الزامات حقوق بشر	۰/۰۶	متوسط

۴-۳-۳. برازش کلی مدل

برازش مدل کلی (معیار GoF^۱). این معیار برای برازش مدل کلی که هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری را کنترل می‌کند، به کار برده می‌شود. مقدار معیار از رابطه‌ی زیر محاسبه می‌شود که در آن *Communalities* مقادیر اشتراکی یک سازه درون‌زا و $\overline{R^2}$ میانگین متغیرهای درون‌زای وابسته است و از رابطه‌ی زیر محاسبه می‌شود. تفسیر مقادیر GoF در جدول ۱۹ آمده است.

$$GoF = \sqrt{\text{Communalities} \times \overline{R^2}}$$

^۱ Goodness of Fit

جدول شماره (۱۹) معیار تفسیر GoF

> ۰/۳۶	۰/۳۶ <...< ۰/۲۵	۰/۲۵ <...< ۰/۰۱	< ۰/۰۱
برازش بسیار قوی	برازش قوی	برازش متوسط	برازش ضعیف

$\overline{R^2}$ میانگین مقادیر R^2 سازه‌های الگو است و *Communalities* هم میانگین مقادیر روایی همگرا (AVE) می‌باشد. مقادیر R^2 و روایی همگرا و میانگین آنها در جدول ۲۰ قابل مشاهده می‌باشند.

جدول شماره (۲۰) مقادیر اشتراکی متغیرهای مکنون تحقیق (مأخذ: پژوهشگر)

R ²	AVE	سازه
۰/۱۴	۰/۷	الزامات ملی
۰/۳۰	۰/۶۱	کارآمدی سیاست‌گذاری ملی
۰/۳۰	۰/۷	برنامه‌های اقتصادی پشتیبان
۰/۵۵	۰/۶۸	ارزش‌های انسانی و مکتبی
$\overline{R^2}=۰/۳۲۳$	$۰/۶۷۳=Communalities$	میانگین

بنابراین در محاسبه‌ی GoF خواهیم داشت:

$$GoF = \sqrt{0.673 \times 0.323} = 0.466$$

که برازش قوی مدل ساختاری را به لحاظ کلی نشان می‌دهد.

۴-۵. آزمون فرضیه‌ها

پس از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، مدل ساختاری و مدل کلی، بررسی و آزمون فرضیه‌های تحقیق صورت می‌گیرد (داوری، رضازاده، ۱۳۹۳: ۱۸۴). برای این منظور با استفاده از دستور «بوت‌استرپینگ»، ضرایب مسیر متغیرهای استفاده شده در تعریف فرضیات پژوهش، ارزیابی می‌شوند. در ادامه نتایج این ارزیابی آورده شده است.

فرضیه اصلی: بین «الزامات ملی» صادرات تسلیحات و «توسعه صادرات تسلیحات در اقتصاد مقاومتی» رابطه معناداری برقرار است (H1).

با ضریب مسیر ۳/۲۶ و معناداری بیش از ۰/۹۵ این فرضیه تأیید می‌گردد.

فرضیه فرعی ۱: بین «کارآمدی سیاست‌گذاری ملی» به عنوان یکی از ابعاد توسعه صادرات تسلیحات در اقتصاد مقاومتی و «الزامات ملی» صادرات تسلیحات رابطه معناداری برقرار است (H1-1).

با ضریب مسیر ۶/۰۸ و معناداری بیش از ۰/۹۵ این فرضیه تأیید می‌گردد.

فرضیه فرعی ۲: بین «برنامه‌های اقتصادی پشتیبان» به عنوان یکی از ابعاد توسعه صادرات تسلیحات در اقتصاد مقاومتی و «الزامات ملی» صادرات تسلیحات رابطه معناداری برقرار است (H1-2).

با ضریب مسیر ۶/۵۵ و معناداری بیش از ۰/۹۵ این فرضیه تأیید می‌گردد.

فرضیه فرعی ۳: بین «ارزش‌های انسانی و مکتبی» به عنوان یکی از ابعاد توسعه صادرات تسلیحات در اقتصاد مقاومتی و «الزامات ملی» صادرات تسلیحات رابطه معناداری برقرار است (H1-3).

با ضریب مسیر ۱۲/۴۰ و معناداری بیش از ۰/۹۵ این فرضیه تأیید می‌گردد.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

افزایش سهم کشور از صادرات جهانی تسلیحات متعارف، با توجه به مقدرات و دستاوردهای جدی کشور، دغدغه‌ی اصلی پژوهشگر در انجام پژوهش حاضر بوده است. این دغدغه از سوابق شغلی وی در حوزه‌ی صنایع دفاعی و تعاملات وی با مشتریان خارجی تسلیحات کشور، شکل گرفته است. پژوهش حاضر بخشی از یک مطالعه‌ی جامع در رابطه با توسعه صادرات تسلیحات ج.ا.ایران^۱ است. مطالعه مذکور در حقیقت یک تحقیق بین رشته‌ای است که سه حوزه‌ی تخصصی مدیریت راهبردی، اقتصاد و صنعت دفاعی را برای مطالعه‌ی موضوع تحقیق به کار گرفته و به ارائه الگوی راهبردی توسعه صادرات تسلیحات در سه سطح سازمانی، ملی و فراملی می‌پردازد. مقاله حاضر بر عواملی که در حوزه فرایندهای ملی بر توسعه صادرات تسلیحات تأثیرگذارند، توجه داشته است. این عوامل به دنبال تحقق الزامات صادرات تسلیحات از طریق ارتقای سیاست‌های ملی در حوزه کسب و کار و ایجاد تمرکز در برنامه‌های اقتصادی پشتیبان با هدف تقویت صنایع دفاعی و حفظ و ارتقای سهم از بازار آنها بوده، در عین حالی که ارزش‌های انسانی و مکتبی را مورد توجه قرار می‌دهند. نتایج حاصله ۵ بُعد، ۱۴ مؤلفه و ۷۲ شاخص را در این سطح صحنه‌گذاری نموده‌اند. این عوامل در جدول ۲۱ مشاهده می‌شوند.

جدول شماره (۲۱) ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های سطح ملی

شاخص	مؤلفه	بُعد
اولویت و هدف گذاری صادرات تسلیحات، تمرکز تولید و مدیریت صادرات تسلیحات در کشور، انطباق اهداف توسعه ملی با توسعه صادرات تسلیحات، سیاست‌گذاری یکپارچه، تدوین نقشه راه توسعه صادرات، نگاه راهبردی به جای منافع کوتاه‌مدت، شناخت ظرفیت‌های داخلی (مزیت‌سنجی)، تسهیل رقابت در بازارهای داخلی	مدیریت و برنامه‌ریزی اتریشش	ارتقای سیاست - های ملی در حوزه کسب و کار
حمایت نظام ملی نوآوری از صادرات تسلیحات، توسعه مراکز تحقیق و توسعه، ارتباط مؤثر و مستمر بنگاه‌های حوزه خدمات با فناوری بالای کشور با مراکز پژوهشی و تحقیقاتی جهانی	ارتقای نظام نوآوری ملی	
صادرات دانش تولید، صادرات دانش طراحی، صادرات فناوری، صادرات خطوط تولید، اتحادهای راهبردی با شرکت‌های بین‌المللی بزرگ، توسعه سامانه‌های تسلیحاتی مشترک، ائتلاف در عرضه، ورود به بازار تأمین‌کنندگان قطعات و زیرمجموعه‌های نظامی، منطقه‌گرایی در تجارت	تنوع راهبردهای صادراتی	
یکپارچگی نهادی و حذف تداخل نهادی، تفویض اختیارات به نهادهای تخصصی، ارتقای حرفه‌ای نهادها، تعامل نهادهای نظارتی - امنیتی با نهادهای صادراتی، تقویت ساختار سازمانی نهادهای صادراتی، هسته‌های تخصصی در گروه‌های مختلف تسلیحاتی	نهادسازی	

^۱ رجوع شود به باورقی ۲

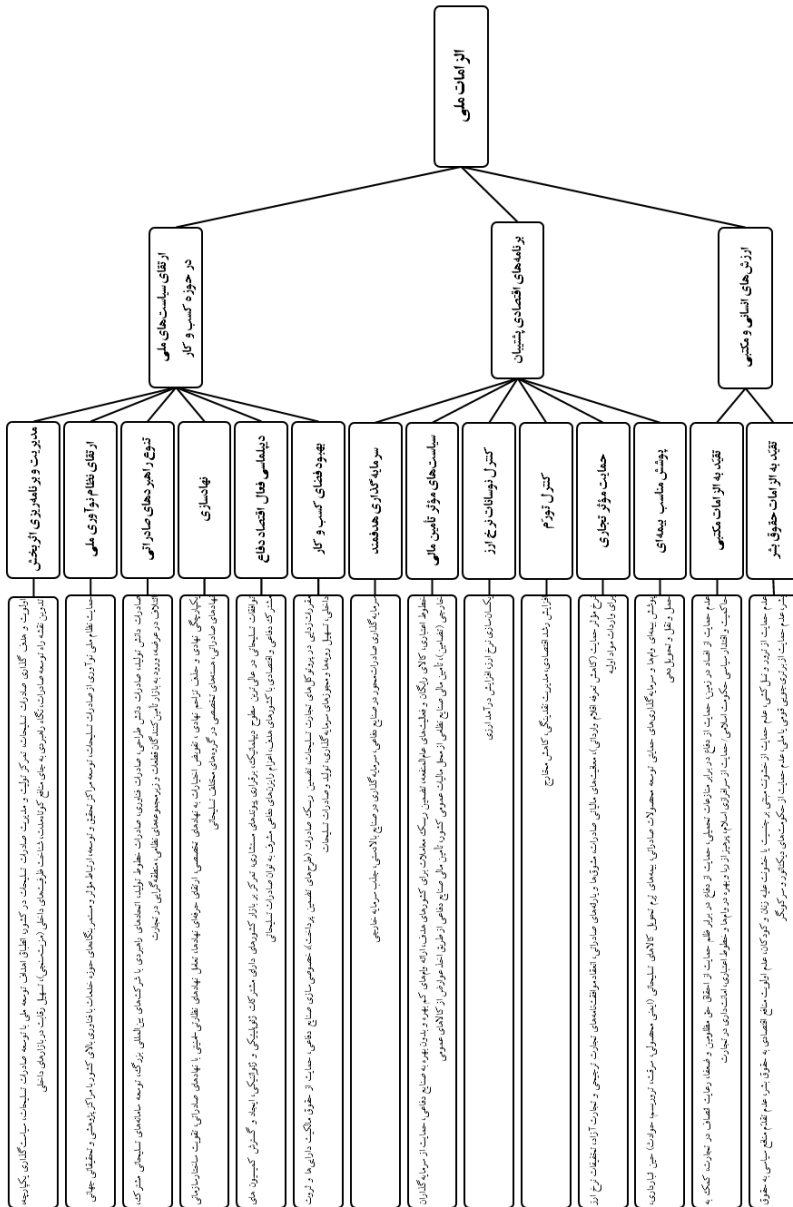
شاخص	مؤلفه	بعد
توافقات تسلیحاتی در عالی‌ترین سطوح دیپلماتیک، برقراری پیوندهای مستشاری، تمرکز بر بازار کشورهای دارای مشترکات ژئوپلیتیکی و ژئواستراتژیکی ^۱ ، ایجاد و گسترش کمیسیون‌های مشترک دفاعی و اقتصادی با کشورهای هدف، اعزام رایزن‌های دفاعی مشرف به توان صادرات تسلیحاتی	دیپلماسی فعال اقتصاد دفاع	برنامه‌های اقتصادی پشتیبان
مقررات‌زدایی در پروتکل‌های تجارت تسلیحات، تضمین ریسک صادرات (طرح‌های تضمین پرداخت)، خصوصی‌سازی صنایع دفاعی، حمایت از حقوق مالکیت دارایی‌ها و ثروت داخلی، تسهیل رویه‌ها و مجوزهای سرمایه‌گذاری، تولید و صادرات تسلیحات	بهبود فضای کسب و کار	
سرمایه‌گذاری صادرات‌محور در صنایع دفاعی، سرمایه‌گذاری در صنایع بالادستی، جذب سرمایه خارجی	سرمایه‌گذاری هدفمند	
خطوط اعتباری، کالای رایگان و فعالیت‌های عام‌المنفعه، تضمین ریسک معاملات برای کشورهای هدف، ارائه وام‌های کم بهره و بدون بهره به صنایع دفاعی، حمایت از سرمایه‌گذاران خارجی (تضامین)، تأمین مالی صنایع نظامی از محل مالیات عمومی کشور، تأمین مالی صنایع دفاعی از طریق اخذ عوارض از کالاهای عمومی (مبادلات تهاتری به دلیل تکرار از این مؤلفه حذف شد)	سیاست‌های مؤثر تأمین مالی	
یکسان‌سازی نرخ ارز، افزایش درآمد ارزی	کنترل نوسانات نرخ ارز	
افزایش رشد اقتصادی، مدیریت نقدینگی، کاهش مخارج	کنترل تورم	
نرخ مؤثر حمایت (کاهش تعرفه اقلام وارداتی)، معافیت‌های مالیاتی صادرات، مشوق‌ها و یارانه‌های صادراتی، انعقاد موافقت‌نامه‌های تجارت ترجیحی و تجارت آزاد، تخفیفات نرخ ارز برای واردات مواد اولیه	حمایت مؤثر تجاری	
پوشش بیمه‌ای وام‌ها و سرمایه‌گذاری‌های حمایتی توسعه محصولات صادراتی، بیمه‌های ترم تحویل کالاهای تسلیحاتی (ایمنی محصولی، سرقت، تروریسم، حوادث) حین انبارداری، حمل و نقل و تحویل‌دهی	پوشش مناسب بیمه‌ای	
عدم حمایت از افساد در زمین، حمایت از دفاع در برابر منازعات تحمیلی، حمایت از دفاع در برابر ظلم حمایت از احقاق حق مظلومین و ضعف، رعایت انصاف در تجارت، کمک به حاکمیت و اقتدار سیاسی حکومت اسلامی / حمایت از سرفرازی اسلام، پرهیز از ربا و بهره در وام‌ها و خطوط اعتباری، اخلاق و امانت‌داری در تجارت	تقیّد به الزامات مکتبی	
عدم حمایت از ترور و نسل‌کشی، عدم حمایت از خشونت مبتنی بر جنسیت یا خشونت علیه زنان و کودکان، عدم اولویت منافع اقتصادی به حقوق بشر، عدم تقدّم منافع سیاسی به حقوق بشر، عدم حمایت از	تقیّد به الزامات حقوق بشر	

¹ Geo-Ethnic

شخص	مؤلفه	بُعد
برتری جویی قومی یا ملی، عدم حمایت از حکومت‌های دیکتاتور و سرکوبگر		

بر اساس یافته‌های فوق و نتایج برازش مدل اندازه‌گیری (تحلیل عاملی)، معادلات ساختاری (رگرسیون چندعاملی متوالی) و برازش کلی (تناسب) الگوی راهبردی توسعه صادرات تسلیحات در سطح سازمانی مورد ارزیابی و تأیید واقع گردید. این الگو که شاکله‌ی موضوعی عناصر آن، برگرفته از الگوی مفهومی پژوهش است، در شکل ۵ نشان داده شده است.

با توجه به توانمندی‌های حاصله در کشور و فواید مترتب بر صادرات از یک سو و همراستایی این مهم با رویکردهای اقتصاد مقاومتی از سوی دیگر، دستیابی به چارچوبی منسجم در سطح کشور برای همسویی سیاست‌ها، راهبردها و اقدامات، ضروری می‌نماید. در این پژوهش تلاش گردید چارچوب مذکور در قالب الگویی راهبردی از مسائل و موضوعات مرتبط با امر صادرات تسلیحات در سطح ملی، تدوین گردد. الگوی راهبردی ضمن تجمیع اهم عوامل مرتبط با موضوع تحقیق، به جانمایی و تبیین نحوه‌ی ارتباط مسائل و پدیده‌های تأثیرگذار با یکدیگر می‌پردازد و از این طریق امکان تمرکز در تدوین راهبردها و تعریف اقدامات و نیز تعیین حوزه‌های تخصصی تأثیرگذار در سطوح مختلف را فراهم می‌آورد. همچنین نتایج زیر در کنار کارکرد اصلی الگو که در بالا اشاره شد، قابل توجه می‌باشند:



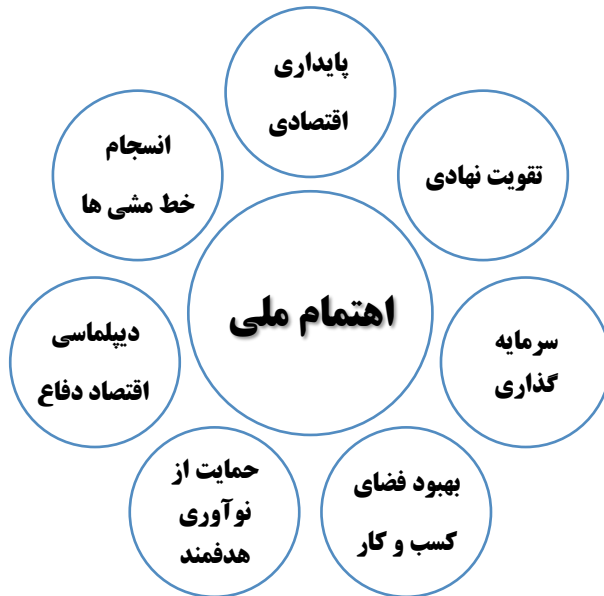
شکل شماره (۵) الگوی راهبردی توسعه صادرات تسلیحات در سطح ملی

در سطح ملی و از بین ابعاد آن، دو بُعد «سیاست‌های ملی در حوزه کسب و کار» و «سیاست‌های اقتصادی پشتیبان» از جنس توانمندسازی و بُعد «ارزش‌های انسانی و مکتبی» از جنس نظارت است. در مجموع بررسی

- آماره‌های توصیفی و بارهای عاملی، دو بُعد توانمندساز حائز وزن بالاتری شدند که بر لزوم پشتیبانی و حمایت از موضوعات مرتبط با صادرات تسلیحات در سطح ملی تأکید دارد. از آنجا که اقدامات در این سطح از جنس ختامشی‌گذاری هستند، مؤلفه‌های این دو بُعد سیاست‌گذاران کشور را به تمرکز بر موارد زیر ترغیب می‌نماید:
- سیاست‌گذاری منسجم و همسو در سطح ملی، با رویکرد حمایت از توسعه صادرات تسلیحات. همراستایی سیاست‌های بخشی و دستگاهی
 - پایداری شاخص‌های اقتصادی، ایجاد بستری پایدار از منظر اقتصادی و تجاری با قابلیت برنامه‌ریزی درازمدت.
 - جذب سرمایه و سرمایه‌گذاری هدفمند در صنایع دفاعی، با هدف توسعه صادرات مبتنی بر تهدیدشناسی دفاعی-امنیتی مناطق هدف و نقشه‌ی راه توسعه محصولی منبعث از آینده‌پژوهی توسعه فناوری‌های نظامی.
 - بهبود فضای کسب و کار، حمایت‌های مؤثر تجاری و تسهیل مقررات و ضوابط. همگرایی دستگاهی به منظور هم‌افزایی فعالیت‌های مرتبط با صادرات.
 - نهادسازی و تقویت نهادی، در حوزه‌ی برنامه‌ریزی و نظارت بر صادرات تسلیحات در سطحی فرا-بخشی.
 - ارتقای نوآوری ملی، با جهت‌گیری توسعه کالای تسلیحاتی منطبق بر نقشه‌ی راه توسعه محصولی.
 - تحرک دیپلماسی دفاعی کشور، توجه به ارتباطات مستشاری و پیمان‌های دفاعی در سطوح بالای دیپلماتیک. ایجاد جذابیت‌های اقتصادی دوسویه با کشورهای هدف.
- جدول ۲۲ تناظر مؤلفه‌های دو بُعد پیش‌گفته و موارد بالا را برقرار نموده است. شکل ۵ نیز ترکیب این عوامل را در قالب یک مدل هم‌آبی تحت عنوان «اهتمام ملی به توسعه صادرات تسلیحات» نشان می‌دهد.

جدول شماره (۲۲) تناظر مؤلفه‌ها و عناصر مدل اهتمام

موضوع اهتمام	مؤلفه الگو
سیاست‌گذاری منسجم و همسو (انسجام ختامشی‌ها)	مدیریت و برنامه‌ریزی اثربخش
پایداری شاخص‌های اقتصادی (پایداری اقتصادی)	کنترل نوسانات نرخ ارز
	کنترل تورم
بهبود فضای کسب و کار	پوشش مناسب بیمه‌ای
	بهبود فضای کسب و کار
	حمایت مؤثر تجاری
	تنوع راهبردهای صادراتی
جذب سرمایه و سرمایه‌گذاری هدفمند (سرمایه‌گذاری)	سرمایه‌گذاری هدفمند
	سیاست‌های مؤثر تأمین مالی
نهادسازی و تقویت نهادی (تقویت نهادی)	نهادسازی
ارتقای نوآوری ملی (حمایت از نوآوری هوشمند)	ارتقای نظام نوآوری ملی
تحرک دیپلماسی دفاعی کشور (دیپلماسی دفاع اقتصادی)	دیپلماسی فعال اقتصاد دفاع



شکل شماره (۶) اهتمام ملی به توسعه صادرات تسلیحات

در ادامه پژوهشگر، متأثر از نتایج پژوهش خود موارد زیر را پیشنهاد می‌نماید:

- توسعه صادرات تسلیحات نیازمند رویکرد ملی است. این رویکرد در سیاست‌های کلان یک کشور انعکاس می‌یابد. از سوی دیگر، سیاست‌های کلان در حوزه‌های مختلف مانند علم و فناوری، توسعه اقتصادی، آموزش عالی، مالی و تجاری می‌بایست همسو و هم‌افزا بوده و در اسنادی مانند نقشه‌ی جامع علمی کشور و برنامه‌های توسعه نمود یابند.
- به منظور برنامه‌ریزی اجرایی و تمرکز صنعت دفاعی بر پیشبرد راهبردهای توسعه صادرات، لزوم یک نهاد فراوزارتی با توان نقش‌آفرینی در نهادهای سیاست‌گذار کشور و نیز اختیارات مکفی جهت طرح-ریزی اقدامات توسعه‌ای در سطح صنایع دفاعی دولتی و خصوصی احساس می‌گردد. این نهاد می‌تواند به لحاظ ساختاری همچنان ذیل وزارت دفاع قرار گیرد اما اعضای از شورای امنیت ملی، مجمع تشخیص مصلحت نظام، نهاد ریاست جمهوری (یا وزارت خارجه)، کمیسیون امنیت ملی مجلس و نهایتاً خود وزارت دفاع داشته باشد. ریاست نهاد با حکم فرماندهی معظم کل قوا یا رییس ستاد کل نیروهای مسلح منتصب می‌شود.
- نهاد پیش‌گفته در سطح تخصصی خود، نیازمند یک سامانه متمرکز بازارپژوهی (نیازسنجی، جذابیت-سنجی، مزیت‌سنجی به تفکیک بازارها) می‌باشد. ساز و کار این سامانه در یک مرکز مطالعاتی در نهاد مذکور شکل می‌گیرد و فرایندهای آینده‌پژوهی بازار و بازاریابی و برقراری ارتباط میان دفاتر فروش صنایع دفاعی با کشورهای هدف را در قالب یک نقشه‌ی راه توسعه بازار تسلیحاتی دنبال می‌نماید. به

طور طبیعی نقشه‌ی راه توسعه محصولی صنایع دفاعی نیز علاوه بر تأثیرپذیری از نیاز عملیاتی نیروهای مسلح داخلی، از نقشه‌ی راه پیش‌گفته نیز متأثر خواهد بود.

- توسعه دیپلماسی اقتصاد دفاع از طریق ارتقای سطح ارتباطات دیپلماتیک دفاعی که به معنی لزوم ورود لایه‌های بالاتر حکومتی و پارلمانی در موضوع صادرات تسلیحات است. امروزه بالاترین مقامات دولتی کشورها ابایی از مشارکت در تثبیت بازارهای صادراتی خود ندارند. این رفتار از حضور رییس جمهور ایالات متحده در عربستان تا سفر ریاست جمهوری ترکیه به اندونزی مشاهده می‌شود. همچنین باید تلاش نمود در کشورهای هدف از طریق ایجاد دفاتر مستشاری و برگزاری نمایشگاه‌های موقت و دائمی، توسعه حضور داشت.
- قاعده‌سازی در خصوص مبانی انسانی و مکتبی در تجارت تسلیحات و تعیین تکلیف دست‌اندرکاران این حوزه. در عمل تجارت تسلیحات نه تنها با قواعدی نانوشته و متکی بر روش‌های بعضاً غیرقانونی، بلکه با اهدافی صرفاً منفعت‌طلبانه و سودجویانه و بی‌توجه به کاربردهای غیرانسانی و غیراخلاقی خریداران، شکل می‌گیرد. این واقعیت در ج.ا.ایران که کشوری متکی و مبتنی بر ارزش‌های مکتبی است، لزوم تعیین قواعدی در رابطه با کشورهای هدف صادراتی و نیز شیوه‌های معامله را گوشزد می‌نماید که می‌تواند موضوع تحقیقی تکمیلی در این رابطه بوده و در دستور کار نهاد پیش‌گفته قرار گیرد.

مطالعات تطبیقی نیز در کنار یافته‌های پژوهش، توجه به موارد زیر را گوشزد می‌نمایند:

- بهره‌گیری از تنوع در راهبردهای توسعه صادرات مانند انتقال دانش فنی تولید یا طراحی، تولید مشترک، انتقال فناوری‌ها، طراحی مشترک و
- تأمین مالی صنعت دفاعی از طرق متنوع و متکثر (عدم وابستگی محض به بودجه دفاعی دولت و یا تأمین مالی محدود و پُرنوسان نیروهای مسلح داخلی)
- حرکت پُرشتاب به سمت خصوصی‌سازی صنایع دفاعی مشابه آنچه در بسیاری از کشورهای پیشرو در این حوزه با هدف افزایش رقابت و بهره‌وری صنعتی و نیز، درگیر نمودن سرمایه‌های بخش خصوصی صورت گرفته است.

همچنین پیشنهاداتی برای پژوهش‌های آتی به شرح زیر ارائه می‌گردند:

- مزیت‌سنجی ج.ا.ایران در گروه‌های تسلیحاتی. به منظور ارزیابی مزیت رقابتی کشور و تعیین اولویت‌ها و تنظیم سیاست‌های توسعه صنعتی و سرمایه‌گذاری ملی و جهت‌دهی و هوشمندسازی فعالیت‌های بازاریابی و متعاقباً الگوبرداری از راهبردهای مزیت‌ساز در سایر گروه‌ها.
- مدل‌سازی کمی رابطه علی-معلولی عوامل مؤثر بر توسعه صادرات تسلیحات ج.ا.ایران و شبیه‌سازی تأثیر اقدامات مداخله‌گرانه در این عوامل بر چالش‌های فعلی کشور با استفاده از تکنیک پویایی‌های سیستم^۱. می‌توان با ایجاد شبکه‌ی علی از عوامل مؤثر بر صادرات تسلیحات و کمی‌سازی آن، چرخه‌ی

^۱ System Dynamics

تأثیرات متقابل عوامل را مدل‌سازی نموده و با اعمال تغییر در پارامترهای مدل، تأثیرات اقدامات مداخله‌گرانه در عوامل را بر شاخص‌های توسعه صادرات و چالش‌های موجود صادرات تسلیحات، ارزیابی کرد.

- طراحی سامانه پیش‌بینی روند بازارهای تسلیحاتی از منظر اندازه و نوع با استفاده از مدل‌سازی پیش‌گفته و به کمک شاخص‌های اقتصادی، سیاسی و دفاعی-امنیتی مبتنی بر الگوهای ژئوپلیتیکی. تهیه نقشه راه کارآمد در توسعه صادرات در دو حوزه صنعتی و بازاریابی، نیازمند تهیه بانک جامعی از اطلاعات بازارها از منظر نیاز تسلیحاتی، کشش و اندازه، روندهای ژئوپلیتیکی و تهدیدات امنیتی-دفاعی است. چنین سامانه‌ای می‌تواند به تفکیک نواحی درگیری، نیاز روز و آینده‌ی بازار را برآورد نموده و گروه‌های تسلیحاتی جذاب را توصیه نماید. ماتریس‌های «بازار-فرصت»، «بازار-محصول (قابلیت)» و نهایتاً «بازار-مزیت»، از زمره‌ی خروجی‌های چنین سامانه‌ای خواهند بود.
- حرکت از الگوی راهبردی ارائه شده به سمت یک برنامه عملیاتی که دارای اهداف، شاخص‌ها و طرح اقدامی جامعی در تمامی سطوح و بخش‌های مرتبط باشد، خود حاصل یک فرایند طرح‌ریزی راهبردی است که موضوع مطالعه‌ای جداگانه است. چنین مطالعه‌ای شرایط اجرایی شدن تحقیق حاضر را بیش از پیش فراهم خواهد نمود.
- مطالعات تکمیلی در رابطه با سیاست‌های توسعه صادرات کشورهای پیشرو. دستیابی پژوهشگر به داده‌هایی مفید و مؤثر از طریق مطالعه سیاست‌ها و راهبردهای سایر کشورهای فعال در حوزه‌ی صادرات تسلیحات (مطالعات تطبیقی)، تکمیل و تعمیق این فرایند را از مسیر مطالعه‌ی سیاست‌ها و راهبردهای سایر کشورهای پیشرو، شیوه‌های اجرایی و نتایج حاصله، توصیه می‌نماید. بدیهی است استخراج تجربیات کشورهای موفق در صادرات تسلیحات در کنار بررسی انطباق‌پذیری این تجربیات با ویژگی‌های بومی کشور، می‌تواند مبنایی عملی برای پیاده‌سازی الگوی توسعه صادرات در کشور فراهم آورد.

منابع و مأخذ

منابع فارسی

- آذرلی، آرمان (۱۳۹۸). *الگوی راهبردی توسعه صادرات تسلیحات در اقتصاد مقاومتی*، رساله دکتری، دانشگاه عالی دفاع ملی، دانشکده مدیریت راهبردی.
- ابراهیمی، اسماعیل؛ رهنما، افشین و توانزاده، سمیه (بی تا). *ارزیابی تأثیر عوامل مؤثر بر توسعه صادرات در شرکت‌های کوچک و متوسط*، آرشیو SID.
- افقهی، بابک (۱۳۹۲). *ارائه الگوی توسعه صادرات خدمات با فناوری بالا در ج.ا.ایران*، رساله دکتری، دانشگاه عالی دفاع ملی.
- بزازان، فاطمه و محمدی، نفیسه (۱۳۸۷). *تعیین جایگاه راهبرد توسعه صادرات در رشد تولید صنعتی ایران (با استفاده از روش داده - ستانده)*، فصلنامه اقتصاد مقداری (بررسی‌های اقتصادی سابق)، دوره ۵، شماره ۴.
- قاسم خان والی، محمدرضا (۱۳۸۲). *استراتژی توسعه صادرات در راستای رشد و توسعه اقتصادی کشور (مطالعه موردی: فرش دستباف)*، رساله دکتری، دانشگاه عالی دفاع ملی.
- قلی‌پور، رحمت‌ا... و غلام‌پور آهنگر، ابراهیم (۱۳۸۹). *فرایند سیاست‌گذاری عمومی در ایران*، تهران: انتشارات مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، چاپ اول.
- حسینی، میرعبدا... و حسینی، میرقادر (۱۳۸۸). *تجربیات منتخبی از کشورهای موفق در توسعه صادرات*، تهران: نشریه بررسی‌های بازرگانی.
- حسینی، سید یعقوب و یداله‌ی، شهربانو (۱۳۹۲). *آمار پارامتریک و روش پژوهش*، نشر صفار، تهران.
- خداداد کاشی، فرهاد (۱۳۹۴). *اقتصاد صنعتی (نظریه و کاربرد)*، تهران: انتشارات سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- خداداد کاشی، فرهاد (۱۳۷۷). *ساختار و عملکرد بازار، نظریه و کاربرد آن در بخش صنعت ایران*، تهران: نشریه مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- خلیلی شورینی، سیاوش (۱۳۹۲). *روش‌های پژوهش آمیخته (با تأکید بر بومی‌سازی)*، تهران: انتشارات یادواره کتاب، ویرایش دوم.
- داوری، علی. رضازاده، آرش (۱۳۹۳). *مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS*. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ دوم.
- دژپسند، فرهاد و صبوری، حسین (۱۳۸۸). *تأثیر سیاست توسعه صادرات بر رشد بخش غیرنفتی ایران*، قابل دسترسی در: www.SID.IR
- سلمان‌ی قهبیازی، احمد (۱۳۸۸). *طراحی الگوی راهبردی ارتقای بهره‌وری سازمان حفاظت اطلاعات ارتش ج.ا.ایران*، رساله دکتری، دانشگاه عالی دفاع ملی.
- طیبی، سید کمیل (۱۳۹۱). *اقتصاد مقاومتی؛ مفهوم‌سازی و مصداق‌ها*، اصفهان: نشریه اتاق بازرگانی،

- صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان.
- طیبی، سید کمیل؛ عمادزاده، مصطفی و شیخ‌بهایی، آزیتا (۱۳۸۷). تأثیر صادرات صنعتی و سرمایه انسانی بر بهره‌وری عوامل تولید و رشد اقتصادی در کشورهای عضو OIC، *فصلنامه اقتصاد مقداری (بررسی-های اقتصادی سابق)*، دوره ۵، شماره ۲.
- کمیجانی، اکبر و حاجی، غلامعلی (۱۳۹۱). نقش صادرات در بهره‌وری و رشد اقتصادی: شواهد تجربی از ایران. *فصلنامه پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی*، دوره ۲، شماره ۷.
- محمودزاده، ابراهیم؛ شعبانی، طیب و آذری، آرمان (۱۳۹۸). شناسایی و رتبه‌بندی چالش‌های صادرات تسلیحات ج.ا.ایران، *فصلنامه مطالعات دفاعی استراتژیک*، دوره ۳، شماره ۱۲.
- مقدسی، علیرضا (۱۳۹۵). *ارائه الگوی راهبردی بازرگانی و تجارت خارجی بر اساس گفت‌وگو با امام و رهبری، قانون اساسی، تجارب ج.ا.ا. و بهره‌گیری از تجارب موفق بشری*، رساله دکتری. دانشگاه عالی دفاع ملی.
- نایب، محمود (۱۳۸۷). *طبقه‌بندی انواع تسلیحات. سایت موسسه فرهنگی و اطلاع رسانی تبیان*، قابل دسترسی در: www.tebyan.net.
- ناظمی، فرزاد (۱۳۸۸). بررسی اثر متغیرهای کلان اقتصادی بر صادرات غیر نفتی. *فصلنامه مدیریت صنعتی دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنجند*، دوره ۴، شماره ۱۰.
- نکویی مهر و محمد حسن (۱۳۸۱). *توسعه صادرات غیرنفتی و پیشنهاد سیاست ارزی متناسب با آن در راستای اهداف امنیت ملی*، رساله دکتری، دانشگاه عالی دفاع ملی.

منابع لاتین

- Anderton, Charles H. (1995). *Economics of Arms Trade*. College of the Holy Cross. Handbook of Defense Economics, Volume 1, Edited by K. Hartley and T. Sandler.
- Chow, Peter C.Y. (1987). *Causality between export growth and industrial development- Empirical evidence from the NICs*. Journal of Development Economics. Volume 26. Issue 1. doi:10.1016/0304-3878(87)90051-4.
- GOLDE, Saar & TISHLER, Asher. (2004). *Security Needs, Arms Exports, and the Structure of the Defense Industry, determining the security level of countries*. Journal of Conflict RESOLUTION. Vol. 48. No. 5. DOI: 10.1177/0022002704267933
- García-Alonso, María del Carmen; Hartley, Keith. (1999). *EXPORT CONTROLS, MARKET STRUCTURE AND INTERNATIONAL COORDINATION*. Department of Economics. Keynes College. University of Kent at Canterbury. Canterbury, Kent CT2 7NP, UK.

- Hulland, J. (1999). *Use of Partial Least Squares (PLS) in strategic management research: w review of four recent studies*. Strategic management Journal. 20(2).
- Maitland, Gavin. (1998). *The Ethics of the International Arms Trade*. Blackwell Publishers Ltd. Volume7. No.4. October.
- Smith, Ron. Humm, Anthony. Fontanel, Jacques. (1985). *The Economics of Exporting Arms*. Journal of Peace Research. Vol 2. No 3. Birkbeck College, London and CEDSI, Grenoble.
- UK Essays. (2017). *Export Oriented Strategies Analysis*. Available at: <https://www.ukessays.com/essays/economics/the-import-substitution-and-export-oriented-strategies-economics-essay.php>.

A Strategic Model for Arms Export's Development at National Level

Arman Azarli*¹

Arms exports has a high compliance with at least three approaches of "endogeny", "extroversion" and "knowledge-based", among the five main approaches of resistance economy policies. The emphasis on exporting high-tech products has also become more and more important nowadays, and some tech-savvy countries are making a significant portion of their exports through arms exports. On the other hand, since the victory of the Islamic Revolution, Iran has seen significant growth in the development of weapons and military products. Therefore, the main issue of this research is to formulate a strategic model at the national level, which will engage the country's grown capabilities in the field of weapons as high-tech products from the national perspective to promote the export of these products and benefit the country from its advantages. The present study is applied-developmental in terms of type, it is mixed In terms of approach and in nature it is descriptive-analytical. Given that the researcher seeks to design and develop a model for export development in specific areas (weapons), his research method is case and contextual. In order to gather information, the researcher, while introducing the matrix of identifying and categorizing strategic issues, used various methods such as library studies, document reviews, expert interviews, content analysis and finally researcher-made questionnaires. Then, he confirmed the identified themes using structural equation modeling in the form of 3 dimensions, 14 components and 72 indicators and introduced the research model and finally, he introduces the model of national commitment and propounds some suggestions to pursue.

Keywords: Strategic Pattern, Arms Export, National Level, Matrix of Identification and Categorizing Strategic Issues-MICSI, Structural Equations.

¹ PhD in Strategic Management, Faculty of Strategic Management, Supreme National Defense University, Tehran, Iran. Author. (Arman.Azarli@Chmail.ir)